

CAP.

ITTO.

LO.

04

**Territorio : Contesto =
Comunità : Cultura del saper fare**

4.1.0 Attualità del tema

4.1.1 Più della tecnologia conta l'attitudine

L'evoluzione economica della società passando prima da pre industriale a industriale, e poi a postfordista non ha solo influenzato i mezzi di produzione ma anche e soprattutto il rapporto della produzione con i territori e con gli utenti/consumatori.

Nel tempo, il dibattito di urban development si è distribuito su diverse posizioni dando luogo a molteplici proposte. Prendiamo come punto di partenza le teorie di M. Storper, (*Keys to the City*, 2013)¹ secondo cui le città funzionano non solo come agglomerato spaziale di sistemi economici, ma anche come agorà per reti locali di istituzioni formali e informali, come luoghi di azione politica e di intervento, e più in generale come spazi per l'interazione sociale, strutturata dalle relazioni faccia a faccia che legano tra loro le attività economiche nelle città e che deriva dalla forte concentrazione di attività in alcuni territori, anche e nonostante un'economia fortemente globalizzata in cui molte attività produttive sono state delocalizzate. La globalizzazione e le interazioni locali sono due lati complementari dello sviluppo locale: l'ambiente urbano sostiene e nutre lo sviluppo di reti di relazione faccia a faccia consentite dalla concentrazione di attività, eventi, persone.²

A differenza degli anni del fordismo in cui vi era la necessità di gestire lo sviluppo spaziale di sistemi urbani in forte crescita o, come negli anni Novanta, di rigenerare la base economica di città de-industrializzate favorendo lo sviluppo del settore terziario, oggi, in un'ottica di iperurbanizzazione terrestre, la grande sfida sta nella pianificazione strategica per far transitare le nostre città verso un modello di sviluppo locale capace di generare benessere collettivo senza crescita economica, senza impattare negativamente lo sviluppo di altri territori e nei limiti di un pianeta con risorse finite. (Calafatti, Chiappini; 2018)³

Negli ultimi trent'anni, nella fase di transizione dal fordismo al postfordismo, abbiamo assistito, all'interno delle città, una delo-

1 Storper, M., (2013), *Keys to the City. How Economics, Institutions, Social Interaction, and Politics Shape Development*. Princeton University Press, Princeton

2 D'Ovidio, M., Rabbiosi, C., (2017) *Maker e città. La rivoluzione si fa con la stampante 3D?*. Fondazione Giangiacomo Feltrinelli, Milano

3 Calafatti, L., Chiappini, L., (2018) *Nuove economie urbane tra innovazione economica e coesione sociale, Territori di ricerca: natura, città e spazio pubblico* 3, Milano.

calizzazione produttiva che ha provocato una dispersione significativa non solo di capitale economico ma anche culturale e sociale, oltre che di competenze individuali e di comunità.

Questo progressivo mutamento di de-industrializzazione, inasprito dalla crisi del 2008, diventa un problema serio per l'economia urbana, e in particolar modo per i designer, in quanto viene a mancare quel sistema di relazioni e di potenziali lavori, che ha sempre determinato il rapporto tra design ed impresa produttrice manifatturiera.

In questo declino produttivo, parte delle competenze progettuali, presenti sul mercato del lavoro, si sono re-inventate e sono state assorbite dal mondo della comunicazione e dei servizi; infatti, con l'avvento del postfordismo, la diffusione di progetti di city branding ha parzialmente ridato valore alle identità territoriali e ricostruito una connessione tra design e territori. Queste azioni hanno spesso, tuttavia, esaurito la propria rilevanza proponendo valori aleatori o utopici mutuati dal marketing tradizionale e lontani dall'effettiva cultura e specificità dei luoghi "brandizzati".

"Si tratta dunque di sviluppare nuove forme di cittadinanza che integrino il bisogno di solidarietà globale nel contesto locale. Nel fare questo ci si rende conto che l'approccio del design competitivo, le ideologie legate al branding e al marketing si ritrovano in aperta contraddizione con lo spirito di questo senso civico"⁴

Ruedi Baur

Mentre il processo di atrofizzazione dell'economia formale avanza tutt'oggi, nelle città emerge, il già citato, fenomeno contrario basato sulla rilocalizzazione delle attività manifatturiere, le "Small Urban manufacturers" (Pratt Center, Byron e Mistry, 2011)⁵ collegato a una tendenza più ampia in atto nei paesi avanzati, ovvero "insourcing", si assiste in sostanza la ricomparsa di nuove forme di micro produzione all'interno delle aree urbane e metropolitane.

Le S.U.M sviluppano una produzione che è altamente design-oriented non solo per il prodotto ma anche per il modello di comunicazione, per lo sviluppo del brand, per la

4 Baur, R., (2018), *Civic city: from the spirit of a design of concurrences to a design of relations*, *Designing civic consciousness*, San Marino.

5 Mistry, N., Byron J., (2011) *The Federal Role in Supporting Urban Manufacturing*, *Pratt center for community development*, New York, .

fruizione dei servizi annessi e per l'esperienza che viene offerta.

La loro dimensione e il loro posizionamento all'interno delle città consentono loro di entrare in diretta connessione con le persone e con i cittadini; non siamo più in presenza di aziende giganti che non conoscono personalmente i loro clienti, ma parliamo di piccoli interlocutori che sviluppano un nuovo modello di relazione, anche abilitato da internet e dai social media, e soprattutto abilitato dall'idea di non costruire un mercato ma bensì delle comunità-mercato, cioè utenti che sono allo stesso tempo parte dei processi, appassionati del prodotto e volenterosi di intervenire nello sviluppo del progetto e della produzione del prodotto così da avere oggetti customizzati ad hoc per l'utente finale, output che definisce questo tipo di produzione. Questi gruppi di cittadini attivi devono essere visti e analizzati come network sociali che si sovrappongono e si modificano continuamente. La loro formazione dipende da diversi fattori tra cui evidentemente quello geografico è fondamentale alla formazione stessa; allo stesso tempo, il network può svilupparsi fino al punto di poter mediare gli effetti della posizione geografica sulla conoscenza condivisa all'interno della rete, diffondendo e mantenendo vivi i valori e il know-how del territorio.

In questo modo la popolazione della città produce essa stessa una propria cultura del consumo, che trova propagazione all'interno del contesto territoriale a cui appartiene, di conseguenza abbiamo la nascita di brand territoriali, come "Made in ...", e sistemi consorziati di micro produttori che creano alleanze in scala urbana per far emergere le loro capacità produttive, in una dimensione comunitaria "bottom up", non più fabbriche localizzate in un determinato luogo come nelle città industriali tradizionali, ma un sistema di reti di micro luoghi che interagiscono fra di loro e che sono in grado di sviluppare attività socio-produttive di nuova generazione, finalizzate alla creazione di valore socio-economico distribuito e diffuso sul territorio.

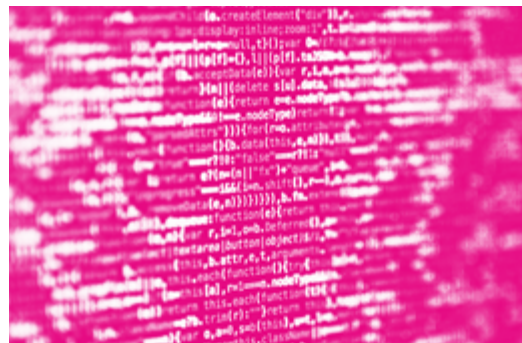
Questo nuovo orientamento strategico è spinto da un insieme di trasformazioni di carattere sociale, tecnologico, economico, geopolitico e culturale, che rendono possibile ripensare un ritorno alla produzione manifatturiera,

ra, soprattutto nell'ambito delle aree urbane, seppure in forme diverse rispetto al passato. (Maffei, Bianchini, 2015)⁶

Già nel 2006, nell'articolo Coase's Penguin,⁷ Yochai Benkler, professore di diritto di Harvard, definisce il termine di economia commons-based, come un nuovo modello economico di produzione nel quale l'energia creativa di un grande numero di persone è coordinata in progetti per lo più senza la tradizionale organizzazione gerarchica. Predecessore di ciò che poi, negli anni a venire, verrà chiamata sharing economy, Botsman⁸ un modello economico basato sulla collaborazione e sulla condivisione di asset, spazi, competenze, al fine di trarre benefici monetari e non, che si articolerebbe in:



- il consumo collaborativo: in cui la gente scambia, condivide, ridistribuisce prodotti di cui non ha bisogno e che non utilizza con continuità (es: Reoose, Airbnb, Coachsurfing), o paga per avervi accesso piuttosto che acquisirne la proprietà (es: il car sharing);



- l'apprendimento collaborativo: corsi aperti o forme di condivisione e agglomerazione di conoscenze in un'ottica crowd (es: Wikipedia o Future Learn);

⁶ Bianchini, M., Maffei, S., (2015), *La città industriale. Anatomia delle nuove comunità produttive urbane*. Feltrinelli editore, Milano

⁷ Benkler, Y., (2002) *Coase's Penguin, or, Linux and The Nature of the Firm*, *The Yale Law Journal*, New Haven.

⁸ Botsman, R., (2017), *Di chi possiamo fidarci? Come la tecnologia ci ha uniti e perché potrebbe dividerci*. Hoepli, Milano



- la finanza collaborativa: raccolte fondi in cui la gente può supportare la creazione di progetti, imprese, iniziative benefiche (crowdfunding) gratuitamente o ricevendo una forma di ricompensa simbolica o tangibile (es: Kickstarter; Produzioni dal Basso, Rete del Dono, Musicraiser), ma troviamo anche altre forme come i prestiti tra pari (Es: Zoopa) o le monete complementari (es: Sardex).



- la produzione collaborativa: per cui reti di individui collaborano per la progettazione/design (es: Quirky, Zooppa), la distribuzione di beni e servizi (es. Nimber); la autoproduzione distribuita (Reprap, Prusa).

In questo ultimo caso, i processi produttivi avvengono in contesti fuori dal controllo di grandi compagnie e l'innovazione e la conoscenza che ne deriva viene condivisa e diffusa; valori che esprimono in modo emblematico le ideologie su cui si sta sviluppando il così detto Movimento maker e le persone che ne fanno parte, chiamati makers.

Questi sviluppano schemi di interazione e modelli di relazione in cui si intrecciano dinamiche locali e globali: essi sono fortemente

inseriti in comunità che si addensano intorno ai fab lab e maker space (Sfera analogica); allo stesso modo essi sono connessi con delle comunità digitali (Sfera digitale) in tutto il mondo con le quali, grazie alle nuove tecnologie per la comunicazione, possono condividere la loro conoscenza, la loro esperienza, i loro progetti e sviluppare nuove forme collaborative.⁹

L'ambiente urbano rappresenta inoltre il luogo privilegiato dove questo tipo di economia può emergere perché capace di concentrare soggetti, saperi e pratiche di condivisione: hacker, co-workers, makers, soggetti impegnati in progetti di economia sociale e innovativa, sono tutti attori cruciali di questo mutamento essendo portatori non solo di pratiche inedite, ma anche di istanze e di un'etica innovativa e votata al cambiamento sociale.

Perciò, i prodotti e gli artefatti assumono un valore simbolico e si affermano per il significato che l'utente attribuisce ad essi, come segno portatore dei valori dell'identità del luogo o del brand cui fanno riferimento. La funzione propria del prodotto (il coltello per tagliare o la lampada per illuminare) perde di importanza rispetto a un ruolo emergente come amplificatore e testimone di tradizioni e valori identitari, il che va ben oltre i contenuti figurativi e formali, ma si carica di propositi e istanze per cui il processo della tecnica avvalorata e rafforza il contenuto simbolico.

Dunque i prodotti sono dei marker¹⁰, definiti da Dean MacCannell come quegli elementi informativi capaci di attivare la trasformazione di un luogo in attrazione. Si differenziano rispetto ad altri sulla base di un codice di significati attraverso le forme, i materiali e i colori, o il marchio. La consacrazione come prodotti tipici, portatori dell'identità locale, marker, porta dunque alla loro legittimazione culturale. Diventano essi stessi tracce che agiscono sul comportamento dei visitatori innescando un processo di risposta allo stimolo che inducono, capace di evocare, in chi lo percepisce, sentimenti, emozioni e ricordi, occasioni per conoscere e per far conoscere. Il designer è una sorta di scopritore a caccia di tracce e risorse potenziali da trasformare in risorse effettive.

⁹ Anderson, C., (2013), *Makers. Il ritorno dei produttori. Per una nuova rivoluzione industriale*. Rizzoli Etas, Milano.

¹⁰ Fagnoni, R., (2018) *Da Ex a Next*, MD Journal 5, MD Media, Ferrara

4.1.0 Attualità del tema

4.1.2 La contemporaneità della piolla

La manifattura italiana si sta attrezzando per le nuove sfide con il tempo attuale, però il focus non riguarda, o perlomeno in parte, esclusivamente la tecnologia, bensì il capitale umano.¹¹ Le generazioni passate di artigiani e progettisti, stanno lasciando il passo alla futura generazione, non più definibili esclusivamente per categorie, bensì un ventaglio di nuovi profili, che oltre la tecnologia, possiedono e stanno sviluppando nuove soft skills.

11 Micelli, S. (2016). *Fare è innovare: Il nuovo lavoro artigiano. Il mulino.*

Molti vedono nella tecnologia la panacea dei problemi attuali e di quelli futuri, nella fattispecie pensando che il mondo sarebbe stato cambiato dalle stampanti 3d e da altre tecnologie digitali.¹²

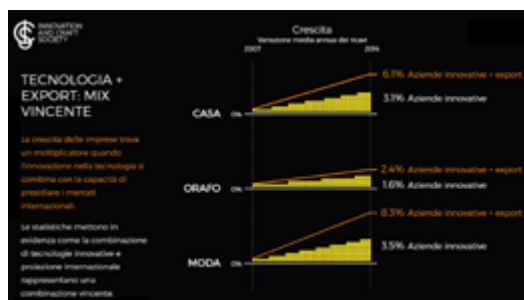
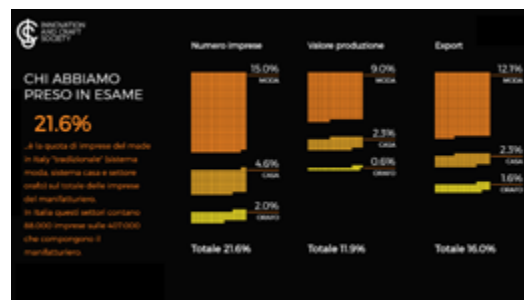
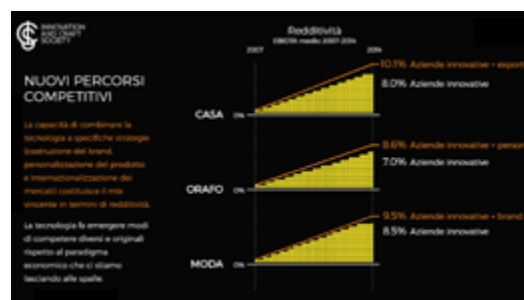
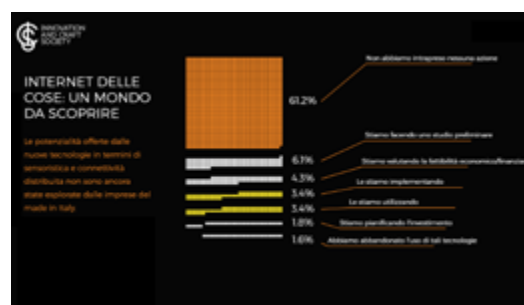
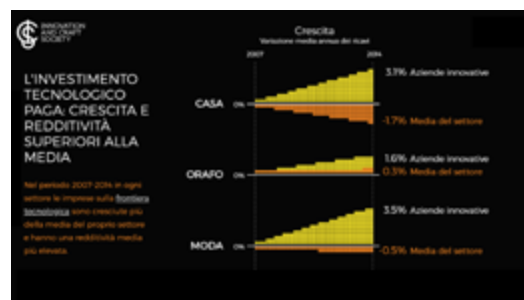
12 Alessi, C. (2016). *Design senza designer. Laterza.*

Al pari delle altre innovazioni hanno aiutato, in alcuni casi, a migliorare la qualità del lavoro, ma non trovando una loro dimensione universale, sono finite con essere fagocitate dalla continua evoluzione tecnologica e derubricate a normali macchine utensili.

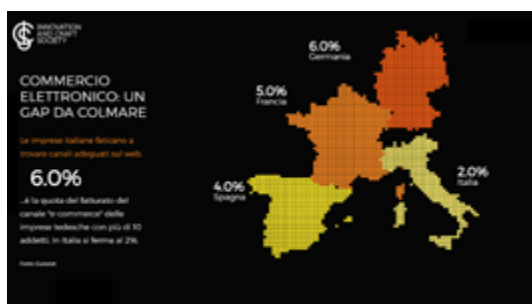
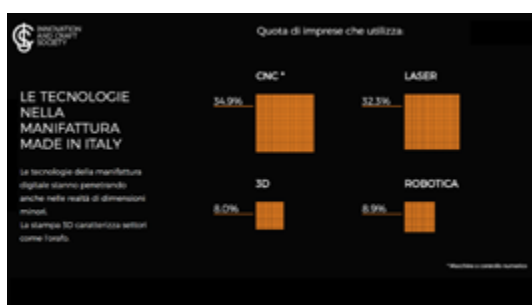
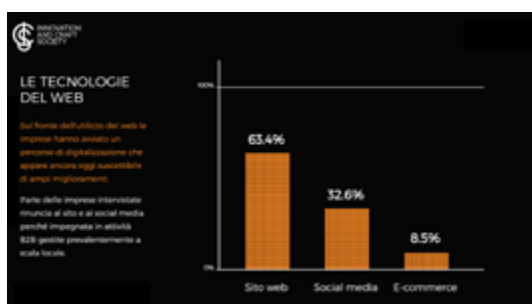
Significativo è l'esempio del fax, al suo esordio negli anni 80' rivoluzionò il modo di organizzare il lavoro negli uffici, ma con l'avvento della rete divenne velocemente obsoleto fino alla sua attuale quasi totale scomparsa.

Quando si parla di fab lab, maker e digital fabrication il richiamo al mondo della stampa 3d è immediato; sicuramente questa tecnologia è l'emblema e strumento iconico, ma la cosiddetta digital fabrication, è molto di più, un cambio di visione rispetto allo stato delle cose, non semplicemente nell'ambito della produzione ma anche nel modo di concepirla,¹³ ma soprattutto sui risvolti e i contributi impattanti che essa può avere nella società contemporanea, proprio per la sua natura che è in continua evoluzione e legata a doppio filo con il velocissimo evolversi del digitale, e in molti casi ha permesso il rilancio della piccola manifattura di qualità.

13 Schiavo, S. (2017). *Maker: Cosa cercano le aziende dagli artigiani digitali. F. Angeli.*



Fonte: www.innovationandcraftsociety.it



Fonte: www.innovationandcraftsociety.it

Ciò si evince nella ricerca condotta da Fondazione Nord Est per Banca IFIS, nel periodo febbraio - aprile 2016, che ha coinvolto un campione di 787 imprese italiane suddivise in:

- 45,8% delle imprese coinvolte appartiene al sistema moda (abbigliamento, calzature, calzetteria, filati e tessuti, finis-

saggio dei tessuti, maglieria, pelletteria, pelli e conca, pellicceria, tessile casa e per l'arredamento)

- 33,4% al sistema casa (mobili per camera e soggiorno, mobili per ufficio, mobili imbottiti, mobili per cucina)
- 20,8% all'orafo (gioielleria e bigiotteria)

In questi trend, che ibridano le nuove tecnologie e la riscoperta dell'attitudine e la fenomenologia di un sapere artigiano consolidato, ma spesso troppo legato ad un'epoca andata, si rispecchiano anche diversi profili legati alla cultura del progetto italiana, come ad esempio lo studio "FormaFantasma", che promuove alcuni principi cardine dell'estetica italiana ed approccio creativo: dal rapporto col contesto all'attenzione materica ma in chiave contemporanea e in un'assidua e vitale difesa dell'etica artigianale, dell'oratoria materica e processuale. Un operato artistico a cavallo tra industria del design ed artigianato, che eleva, sentimentalizza ed arricchisce il processo progettuale.



Studio FormaFantasma, 2010, Autarchy, Rossana Orlandi Gallery

Altra eccellenza della cultura progettuale contemporanea è Martino Gamper, uno dei designer più celebrati del nostro tempo. Il suo approccio al design si riassume in un atteggiamento umanistico in tutti i suoi progetti derivato dalla sua esperienza in una falegnameria, a 14 anni e con il conseguente apprendistato, che ha influenzato tutto il suo lavoro come designer. Guidato da una ricerca molto intima, invece che da ordini commerciali, il designer ama essere completamente immerso nei suoi progetti, lavorare a mano e collaborare fianco a fianco con gli artigiani. Per questo motivo infatti viene coinvolto a pieno nel processo di produzione per vedere come la sua sensibilità creativa può dare origine a qualcosa che si può toccare con mano.



Martino Gamper, 2007, 100 Chairs in 100 Days and its 100 Way, Design Museum London

I casi citati, si fanno portatori di una casistica ricorrente: sia i FormaFantasma che Martino Gamper, dopo un inizio formativo in Italia, hanno deciso di lasciare l'Italia, sicuramente per ampliare le conoscenze e l'esperienza professionale, ma questo fenomeno deve comunque far riflettere.

4.1.0 Attualità del tema

4.1.3 Il know how condiviso

14 www.almalaurea.it/universita/occupazione/occupazione17/volume

L'attuale sistema di alta formazione italiana vive in uno stato di continua stasi,¹⁴ costellato da zone di penombra, alternato con situazioni di eccellenza internazionale. Questo è dovuto ad implicazioni di varia natura:

- Governances, sia dal lato più "politico-istituzionale" sia dal lato "operativo-pratico, che molte volte non sono state adeguate rispetto alla carica che andavano a ricoprire.
- La mercificazione e aziendalizzazione di un'istituzione pubblica culturale, che ha portato a dover rendicontare il frutto di un processo intellettuale.
- La feodalizzazione di ambiti e linee di ricerca su criteri di bibliometria e scientometria, supportate da acronimi di difficile definizione e stringhe codificate su un'incommensurabile burocratese.
- Finanziamenti e fondi pubblici dedicati alla ricerca dimezzati invece che duplicati.¹⁵
- La precarizzazione delle carriere, che devasta il sistema culturale, sociale ed economico non solo della dimensione accademica ma di tutto il sistema Italia.

15 www.ilsole24ore.com/art/in-10-anni-dimezzati-giovani-ricercatori-e-90percento-sara-espulso-atenei-ACodjh

16 www.flcgil.it/universita/universita-piazza-9-gennaio.flc

La Flc¹⁶ rileva che "l'Università si regge per una significativa parte delle attività sul lavoro precario, condizione che riguarda un lavoratore su due degli addetti alla ricerca e alla didattica. La situazione del personale di ruolo in questa situazione risulta penalizzata e in molti atenei non ci sono fondi per riconoscere e valorizzare il lavoro svolto. La situazione non è certo più rosea per quanto riguarda il diritto allo studio, a partire dal livello delle tasse universitarie e dalla sparuta minoranza degli studenti iscritti che beneficia di una borsa di studio, per finire alla carenza strutturale di residenze e posti letto. Questa situazione è il progredire di un processo iniziato il 30 dicembre 2010¹⁷, di cui non si vede la fine e che in realtà è semplice-

17 www.repubblica.it/scuola/2019/04/08/news/universita_il_tar_contro_la_legge_gelmini_crea_precari_a_vita_-223537018/?refresh_ce

mente lo specchio di una situazione diffusa a più livelli in diverse dimensioni della società, ma la connessione e il rimando a tempi simili, dove vige il gioco forza del baronato e dell'elitarismo nelle università italiane, è con il '68 e il movimento studentesco dove l'incremento del livello culturale e la maturazione della società permisero agli studenti medi e universitari di chiedere delle riforme e di ottenere maggiore partecipazione alle decisioni che riguardavano le attività accademiche.

Trascendendo le controversie che portava in seno quel movimento,¹⁸ nella sfera del progetto si fecero largo iniziative di rottura e filiosessantottine.

18 www.centrostudiopierpaolo.pasolinicasarsa.it/molteniblog/la-verita-della-storia-pasolini-e-gli-scontri-di-valle-giuliana-del-68-di-giovanni-de-luna/

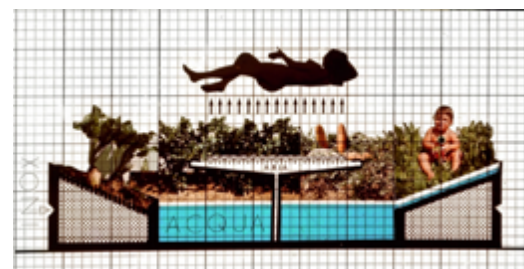
La Global Tools può essere considerata un'autentica rivoluzione che parte dai moti del '68 quando si diceva: «Occorre uscire dalle università, dalla scuola e attingere alla fonte originaria della cultura, delle idee, di ciò che spontaneamente vien fuori dai luoghi più inaspettati della società». Ciò al di là di ogni specialistica competenza che rimane un valore ma non esclusivo e dominante.¹⁹

Riccardo Dalisi

Nel 1973, nel momento in cui si esauriva l'esperienza del radical design, celebrata nella mostra al MoMA di New York, *Italy: the new domestic landscape (1972)*,²⁰ i protagonisti di quel movimento decidono di dare vita a una serie di proposte ed esperimenti legati all'educazione sotto il nome di Global Tools.

19 www.archimagazine.com/riflessioni-sulla-global-tools.php

20 www.moma.org/calendar/exhibitions/1783?



Italy: the new domestic landscape (1972)

Introduzione della legge Gelmini è la soppressione negli atenei italiani del ricercatore a tempo indeterminato. La "240", infatti, ha creato due tipi di figure, per la ricerca post-laurea: il ricercatore a tempo determinato A quello di tipo B.



Prima foto ufficiale dei Global Tools, nell'ufficio editoriale di Casabella, 1973, Milano.

Mentre in quegli anni cominciano ad agitarsi in Italia lo spettro di un'impossibile rivoluzione proletaria e poi quello del terrorismo, già da qualche tempo la combinazione di coscienza politica e di vocazione all'avanguardia vedono la nascita di gruppi che contestano il progetto come era stato fino ad allora concepito.

A Firenze con Archizoom, U.F.O., Superstudio e Gianni Pettena, a Milano con Gaetano Pesce, Alessandro Mendini, Ugo La Pietra, Ettore Sottsass, a Napoli con Riccardo Dalisi, prende vita una revisione radicale delle convenzioni razionaliste e funziona-

La didattica istituzionale, considerata nella impossibilità storica di reperire nuovi criteri validi per il futuro.

La scuola non è fatta di edifici scolastici belli o brutti. Non si applica a orario fisso... In definitiva la scuola consiste nel vivere invece che nell'imparare.²¹

— Alessandro Mendini

21 Casabella nell'articolo intitolato *Un uomo è una scuola*.

liste, cercando e sperimentando un tentativo di emergere e sovvertire il panorama di incertezze del periodo con un design di controtendenza, di critica al modernismo e spesso anche di protesta verso i modelli e le istituzioni di quel tempo. Spunti e modelli di riferimento sono la Pop art, le avanguardie artistiche e il lavoro di Ettore Sottsass, che fa della materia e del colore strumenti essenzia-

li del progetto, chiamato a comunicare emozioni. L'avanguardia radicale trova una sua realizzazione nella successiva produzione di serie di un design "soft", ovvero la progettazione delle qualità più trascurate del prodotto industriale, come il colore, le finiture superficiali, le sensazioni tattili. Incompresi in patria, i radical designer furono però molto apprezzati all'estero e gettarono le basi del moderno "design italiano" conosciuto universalmente.



Numero di Casabella sui Global tools

Questa esperienza programmatica, avvenuta fra Milano e Firenze, di laboratori didattici sperimentali, fra pari erano organizzata sulla base delle relazioni fra i vari gruppi di lavoro, cernierando il dibattito su temi ampi come costruzione, corpo, comunicazione, teoria e sopravvivenza.

L'approccio era quello volto alla propagazione e diffusione dell'uso di materie e tecniche naturali e relativi comportamenti di condivisione e contaminazione, attraverso un progetto collettivo in continua trasformazione, per rendere l'esperienza trasmissibile e moltiplicabile, lasciando aperti gli sviluppi e quindi definire un'alternativa all'istruzione tradizionale con l'intento di definire un nuovo modello di vita come educazione globale permanente. Potremmo definire questa, seppur estemporanea, corrente come gli "hacker del progetto", o per lo meno come inten-

22 Himanen, P., Torvalds, L., Castells, M., & Zucchella, F. (2007). *L'etica hacker e lo spirito dell'età dell'informazione*. Feltrinelli.

to di opposizione al vecchio establishment dell'architettura e del design, da cui erano osteggiati perchè in essi vedeva una forma di pericolosa critica al sistema, proprio come il contemporaneo e nascente movimento hacker d'oltreoceano, per cui la trasmissione e la diffusione della conoscenza doveva avvenire in modo libero e condiviso. Himanen, in "L'etica hacker e lo spirito dell'informazione" (pag. 65, 2003) paragona il modello di apprendimento accademico platonico a quello della comunità hacker:

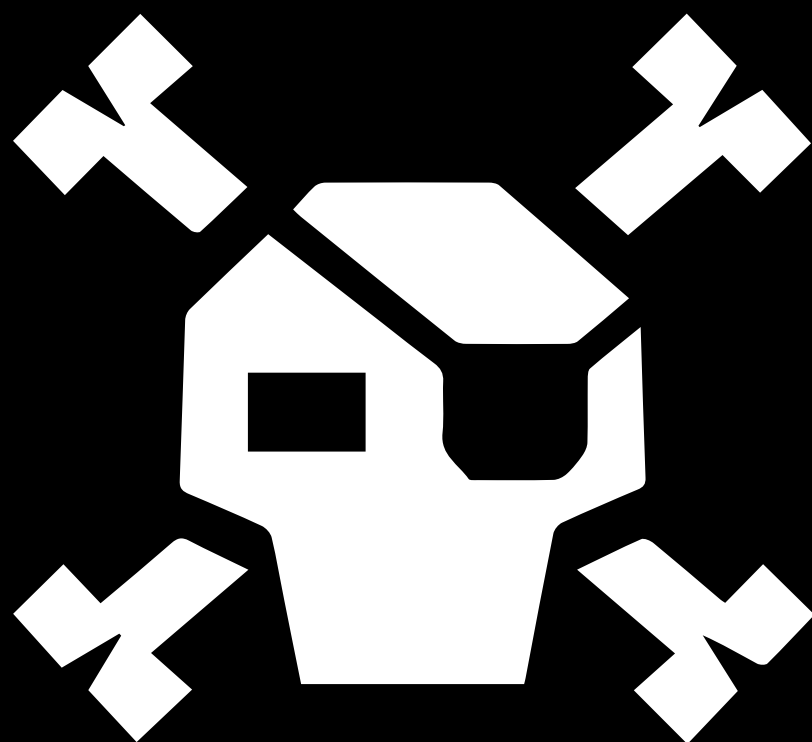
L'individuo libero non deve essere forzato, come uno schiavo, ad apprendere disciplina alcuna – è totalmente diverso da quello del monastero (e della scuola), in cui spirito è rappresentato dalla regola monastica di Benedetto: "Parlare e insegnare spetta al maestro, tacere e ascoltare si addice al discepolo.

————— ***Pekka Himanen***

L'accademia greca rappresenta la mentalità open source, che permette un processo creativo e generativo aperto, che si auto corregge grazie al contributo della comunità.

A distanza di 50 anni dai Global tools, in Italia si trovano diverse realtà di questo tipo, i cui valori e concetti di innovazione collettiva e sperimentazione condivisa, di controcultura e di avversione al sistema si contaminano al mondo del progetto; e forse una delle migliori e più ben strutturate forme di omaggio ai Global tools le si riscontrano nei laboratori e nelle iniziative della Scuola Open Source,²³ comunità di artigiani digitali, maker, artisti, designer, programmatori, pirati, progettisti, sognatori e innovatori che si occupano di ricerca per il pubblico e il privato, didattica per ragazzi, adulti, inoccupati, professionisti, pensionati o manager, sviluppando prodotti, servizi, tecnologia e capitale umano, attraverso progetti d'innovazione sociale e tecnologica.

Hacker: sono legati da un comune senso del dovere etico che prevede la condivisione di informazioni, la realizzazione e l'utilizzo di free-software e la scelta di un libero accesso alle informazioni e alle risorse di calcolo.



La
scuola
open
source

23 <http://www.lascuolaopensource.xyz/>

4.2.0 Le declinazioni del "Saper fare"

4.2.1 Il valore sociale dell'artigianato

In questa nuova configurazione dai confini sfrangiati, il design, e il relativo metodo progettuale, va necessariamente orientato al legame tra cultura locale e cultura materiale, tra prodotto e territorio, tra tradizione e innovazione; addensando nuclei di senso, "baricentri di significato" (Anceschi, Botta, 2009), basati su una rinnovata design culture.²⁴ Non a caso proprio il saper fare le cose e il lavoro manuale stanno diventando il punto di contatto tra due mondi quasi all'antitesi, quello dei bit e quello degli atomi (Anderson, 2013),²⁵ ovvero il digitale e l'analogico. Gli atomi, allo stesso tempo, sono strettamente legati alle dimensioni di tempo e spazio: la materia reale può diventare espressione delle risorse e del territorio da cui deriva, e può essere il vettore per la valorizzazione dell'identità e della cultura materiale. In quest'ottica il concetto di artigianato si ricopre di nuovi significati e connotazioni, portandoci ben lontano "dall'immagine di Geppetto e della sua bottega di falegname" (Micelli, 2011).²⁶

Citando il processo di "distruzione creatrice" di Schumpeter e declinandolo in chiave territoriale, si può affermare che le innovazioni tecnologiche e gestionali trasformano il ciclo produttivo, scompaginando l'equilibrio dei mercati. Il processo è selettivo: alcune imprese nascono, altre si rafforzano, quelle incapaci di innovare scompaiono, ed è proprio qui che si svelano le potenzialità dell'artigianato, della digital fabrication e dell'industria 4.0 coniugate alle ataviche eccellenze della manifattura Made in Italy.

Ogni territorio ha le proprie specificità, che hanno radici profonde, come contesto ambientale, attività prevalenti, e via dicendo ma per valorizzarle da un punto di vista economico, occorre riscoprirle e reinterpretarle: con un occhio al mondo e un altro al futuro. Il territorio va inteso come piattaforma innovativa di sistemi locali che sono in continua evoluzione e di processi innovativi che sono essenziali per garantire il mantenimento di vantaggi competitivi, non tralasciando

24 Parente, M., Lupo, E., & Sedini, C. (2017). *Teoria/Pratica. Dialoghi sul Design per i Territori 01*.

25 Anderson, C. (2013). *Makers: il ritorno dei produttori: per una nuova rivoluzione industriale*. Milano: Rizzoli Etas.

26 Micelli, S. (2011). *Futuro artigiano: l'innovazione nelle mani degli italiani (1. ed)*. Venezia: Marsilio.

la metamorfosi del prosumer e della produzione "a customizzazione di massa".²⁷

Un caso studio paradigmatico e di assoluta attualità è sicuramente quello di "ALPERUBRA, Raccontare il territorio attraverso il proprio saper fare",²⁸ innovativa linea di prodotti per la tavola. Con il progetto Alperubra i paesaggi della Valtellina diventano forme narrative. Attraverso la digitalizzazione della loro morfologia, le strutture alpine, prima mappate tramite i dati di Google, poi rielaborate attraverso tecniche di slicing e modellazione tridimensionale, si trasformano in oggetti strumentali. Il legno, esclusivamente quello di rovere e castagno delle antiche botti del vino reperite in valle, trova una nuova vita, proseguendo il racconto intorno al vino che ha accolto: da contenitore per la sua maturazione, a strumento al servizio dell'esperienza enogastronomica. Alperubra fa incontrare la storia, sedimentata nelle venature del legno, con le tecnologie digitali contemporanee, innescando una dialettica forte tra il territorio e la sua materia prima, attraverso la storia del vino come prodotto in grado di aprire la propria narrazione storico-tradizionale sincronizzandola con le tecnologie funzionali della manifattura digitale.

Da sottolineare la collaborazione fra i vari stakeholders che hanno partecipato a questo progetto:

- Tecnificio, makerspace e realtà fondata da Patrizia Bolzan e Marcello Pirovano.
- BremaWood, falegnameria artigianale della Provincia di Sondrio.
- Botteghe Digitali, incubatore di manifattura 4.0.
- Stefano Micelli, supervisore scientifico della Ca' Foscari.
- Banca Ifis Impresa.
- Agenzia Marketing Arena.

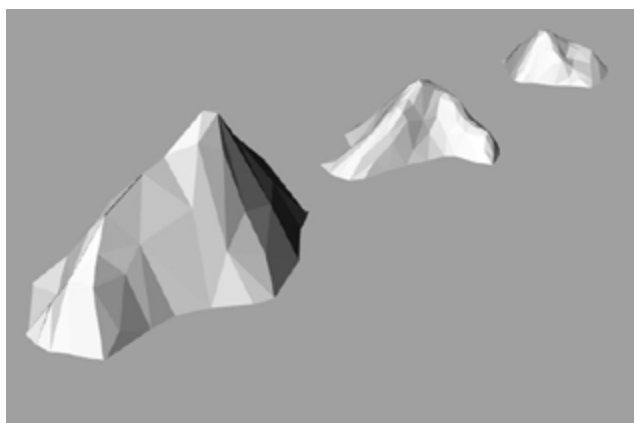
Questo significa alzare il tiro ed esplorare nuove rotte della disciplina, mappando percorsi non ancora battuti, ibridando ambiti che fino a pochi anni fa non interagivano fra loro, ottenendo l'estensione generale dei confini disciplinari verso il design strategico, design dei servizi e design per il territorio.

27 Díez, T., (2018). *Fab City: The Mass Distribution of (Almost)*, Institute for Advanced Architecture of Catalonia

28 www.alperubra.it/



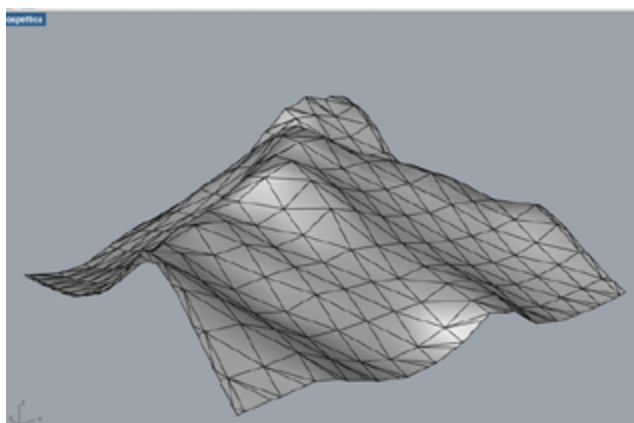
<http://www.alperubra.it/prodotti/>



<http://www.alperubra.it/prodotti/>



<http://www.alperubra.it/prodotti/>



<http://www.alperubra.it/prodotti/>



<http://www.alperubra.it/prodotti/>



<http://www.alperubra.it/prodotti/>



4.2.0 Le declinazioni del "Saper fare"

4.2.2 Artigianato digitale e digital fabrication

Nel campo della progettazione dei beni e servizi, il design di prodotto, di servizio e di processo comincia ad unirsi a tutta la capacità computazionale e di calcolo che tiene dentro gli algoritmi, le piattaforme digitali e che unita a i processi di produzione e fabbricazione genera dei processi che vengono definiti *fabbing*, *making*, *digital fabrication*, *personal fabrication*, tutto questo non genera un nuovo modello industriale,²⁹ un modello più simile ad una forma di artigianato tecnologico evoluto.

²⁹ Bianchini M., Bombardi F., Carosi A., Maffei S., Menichinelli M. (2015), *Makers' inquiry (Italia). Un'indagine sui maker italiani e sul Make in Italy*, Milano: Libraccio Editore.

Questo sistema è una forma di produzione contemporanea, dove il design, o almeno una parte di esso, si unisce ad una logica di produzione artigianale: "il fatto su misura", il "tailor made", la personalizzazione con componenti e parti di derivazione e di ispirazione tecno-industriale, quindi un modello ibrido, in risposta alla crisi del primo decennio degli anni 2000, dove abbiamo iniziato a vedere nei nostri contesti produttivi nazionali, un progressivo mutamento di de-industrializzazione, in cui le fabbriche chiudevano, o si concretizzava progressivamente il fenomeno dell'*offshoring*; e questo prospetto per i professionisti della disciplina del design implica diverse problematiche, in primis, perchè viene a mancare quel sistema di relazioni e di potenziali lavori che sosteneva il classico rapporto tra design ed impresa produttrice manifatturiera.

Una parte di questa capacità progettuale era già stata assorbita dal mondo della comunicazione e dei servizi ma resta comunque una parte in grosse difficoltà: una generazione di designer 40enni e 50enni in difficoltà a reperire clienti e una generazione più giovane che non riesce ad affacciarsi nel mondo del lavoro perchè le imprese non ci sono più.

Se da un lato questa situazione di crisi determina non poche problematiche, dall'altro lato inizia ad emergere un fenomeno interessante di natura differente e opposta:

prima la produzione viene espulsa, esce dai Paesi occidentali per migrare in Cina o in India, ma allo stesso tempo comincia a farsi strada l'interesse e la necessità di ritornare a pensare a come le produzioni che erano state portate in oriente potessero tornare in forma rinnovata e innovativa nei confini nazionali, si comincia a parlare di un processo inverso, l'*insourcing* e *reshoring* della produzione.

Questa è una grande questione che sta in molte agende della ricerca, del mercato e della politica contemporanea: come si fa a conciliare un modello di sviluppo avanzato, democratico ed equo, con la progressiva affermazione di una visione di sostenibilità sociale, economica e ambientale?³⁰ La soluzione a questa domanda rimette al centro un grande tema: la relazione tra ideazione, produzione e consumo delle merci e dei servizi, che torna prepotentemente a essere un nodo cruciale nella discussione sui modelli di economia politica che accompagneranno le future strategie industriali dei paesi avanzati (ma non solo).

³⁰ Menichinelli, M., & Ranelucci, A. (2015). *Censimento dei Laboratori di Fabbricazione Digitale in Italia 2014*. Roma: Fondazione Make in Italy CDB. Accessibile su <http://www.makeinitaly.foundation/censimento-dei-laboratori-fabbricazione-digitale-in-italia/>

Un sempio è quello di Barack Obama, nel 2011, che elabora una policy, quindi una politica precisa per far tornare il manifatturiero a livello nazionale, si comincia a parlare di un processo inverso. l'*insourcing* o *reshoring* della produzione, riabilitando i sistemi locali attraverso *smart manufacturing hub*, centri dove il design, la produzione manifatturiera e l'innovazione tecnologica trovano una loro specializzazione per fungere da ispiratori in tutto questo movimento. Ma parallelamente un altro sistema di attività indipendenti si stavano clusterizzando con modelli ben precisi. Alcune figure professionali a forte carattere intellettuale rifiutano di lavorare in un sistema dove le proprie skills non generano più soddisfazione personale e decidono volontariamente, o meno, per mancanza di lavoro e per mancanza di stimoli, di tornare a produrre manualmente e materialmente ma in modo alternativo.



**DESIGN
FOR
DIGITAL
FABRIC-
ATION**

4.2.0 Le declinazioni del "Saper fare"

4.2.3 Progettazione, produzione e fruizione distribuita



31 Gershenfeld, N. A. (2005). *Fab: dal personal computer al personal fabricator*. Torino: Codice.

Il primo fab lab nasce intorno agli anni 2000 negli Stati Uniti al MIT di Boston,³¹ dove molta della ricerca americana viene finanziata attraverso le imprese o attraverso gli enti e le istituzioni. Il The MIT Center for Bits and Atoms, infatti lavora tra in funzione bilaterale delle trasformazioni analogico-digitale e digitale-analogico, principi fondanti della fabbricazione digitale.

Nasce, così, il corso "How to make Almost anything", basato su come queste tecnologie possano essere trasferite nella società, attraverso un sistema di moduli formativi che abilita le persone, non solamente ingegneri ma ampliando il raggio anche a creativi, designer e persone comuni, ad usare un set di macchine collegate al fabbing per materializzare qualsiasi tipo di bene a cui loro sono interessati in una dimensione di fabbricazione personale; consolidando il primo modello di Fab Lab.

Nascono un insieme di figure nuove, soprattutto all'interno delle città che vengono chiamati maker, crafter, craftivist.³² Persone, altamente formate e con alte skills digitali che tornano a produrre beni materiali anche per motivazioni politiche, cioè con l'idea di rifiutare una società che impone un modello di produzione massificata per avere un modo di produrre alternativo è più sintonico ad uno stile di vita più semplice una sorta di downshifting (la semplicità volontaria neologismo della lingua italiana, in inglese downshifting) all'interno del mondo del lavoro e del più vasto concetto di lifestyle, al ritorno della produzione manuale e artigianale, altamente tecnologica e digitale.

32 Corbett, S. (2017). *How to be a Craftivist*. Unbound Publishing.

Il Maker è un agente di cambiamento che, facendo leva su nuove tecnologie e sul presidio del mondo digitale nei suoi aspetti più innovativi, riesce a ibridare sistemi di produzione tradizionali a forte carattere artigiano impattando sul modello economico e sociale circostante.

Schiavo, S. (2017). *Maker: Cosa cercano le aziende dagli artigiani digitali*. F. Angeli.

Downshifting è la scelta da parte di diverse figure di lavoratori - particolarmente professionisti - di giungere ad una libera, volontaria e consapevole autoriduzione del salario, bilanciata da un minore impegno in termini di ore dedicate alle attività professionali, così da godere di maggiore tempo libero (per dedicarsi alla famiglia, all'ozio, all'hobbyistica, ecc.).

4.2.0 Le declinazioni del "Saper fare"

4.2.4 Open culture, futuribile paradigma

Questa innovazione all'interno delle filiere produttive industriali ed economiche ha dato vita ad un vero e proprio movimento di pensiero ed è considerata dai sociologi una delle più eclatanti e vistose conseguenze di uno fra i molti mutamenti sociali e di costume intervenuti negli ultimi anni nell'ambito del mondo del lavoro.

L'ibridazione di tutte queste culture e discipline genera un tema nuovo: quello dello spostamento, almeno in parte, del concetto di produzione del "made in" nazionale ad un "made in" urbano o ad un "City Made".³³ Negli anni seguenti si consolidano questi sistemi, come la definizione del Pratt Center Data da Byron e Mistry³⁴ di Small urban manufacturers, delle micro company, micro fabbriche che sviluppano una produzione, altamente design-oriented, non solo nel prodotto ma nel complesso fra cui il modello di comunicazione, lo sviluppo del brand, la fruizione dei servizi annessi e l'esperienza che viene offerta.

La loro dimensione e il loro posizionamento all'interno delle città consente loro di entrare in diretta connessione con le persone, cioè non si è più in presenza di aziende giganti che non conoscono personalmente i loro clienti ma di piccolissime aziende che sviluppano un nuovo modello di relazione, anche abilitato da internet e dai social media, ma soprattutto dall'idea di non costruire un mercato ma bensì delle comunità-mercato, cioè utenti che sono allo stesso tempo parte dei processi, appassionati del prodotto, volenterosi di intervenire nello sviluppo del progetto e della produzione del prodotto così da avere oggetti customizzati ad hoc per l'utente finale, output che definisce questo tipo di produzione.

La vicinanza geografica e l'intergrazione urbanistica di questi centri all'interno delle città consente anche di entrare in relazione con i trend e le tendenze del mercato locale. Le città, a differenza delle province e dei territori più isolati e più diffusi, sono una concentrazione di popolazione che produce cultura,

33 Maffei, S., & Bianchini, M. *City Making. Nuovi metabolismi urbani tra micro e autoproduzione.*

34 Mistry, N., & Byron, J. (2011). *The federal role in supporting urban manufacturing.* Brookings, NY, USA.

e quindi anche la cultura di consumo che poi progressivamente trova una propagazione di conseguenza all'interno dei territori.

Esistono brand del territorio come "made in Brooklyn" - "Made in San Francisco" e altri, facendo nascere così sistemi consorziati di micro produttori che creano alleanze in scala urbana per far emergere le loro capacità produttive.

Obiettivo di questa iniziativa era di capire e di far emergere dal basso bottom up come il tessuto produttivo è la realtà all'interno della città debba avere una dimensione comunitaria non più fabbriche localizzate in un determinato luogo, come nelle città industriali tradizionali, ma un sistema di reti di micro luoghi che interagiscono fra di loro e che sono in grado di sviluppare attività produttive di nuova generazione con una produzione distribuita e diffusa.

Questa produzione emergente, come ad esempio Manifattura Milano o altri sistemi urbani, fa intendere come sia possibile avere tecnologie produttive democratizzate, con un'idea di spostamento complessivo di prodotti personalizzati e modelli di produzione reticolare, che possono entrare e connettersi tra di loro, determinando un salto di scala e un cambio di paradigma dove l'unità minima di produzione non ha più la fabbrica ma il laboratorio, in una rete di luoghi e spazi diffusi, al cui interno si definiscono hub/nodi fra atelier aumentati e micro factory, i quali possono essere di varia natura come quelli universitari, artigianali, aziendali, etc. costruendo un reticolato che rende tutta la maglia urbana molto flessibile. Anche le modalità di finanziamento dell'innovazione non sono più quelle del passato che non vedono più solo le banche come uniche protagoniste ma iniziano a rientrare il crowdfunding, gli incubatori e questo altro tipo di realtà; e in questo modo si costituisce una nuova filiera produttiva, come terza opzione nel senso che non è l'industria tradizionale non è l'artigianato ma è un ibrido indipendente:

4.3.0 Caso studio: Manifattura Milano

4.3.1 #NEU – Nuove economie urbane

Durante l'epoca industriale la società civile non si è focalizzata sulla costruzione di un'ecosistema urbano funzionante e funzionale, e in certi casi anche disconoscendo le connessioni naturali, umane e fisiche che in essa sussistevano.³⁶

Oggi il contesto urbano necessita di una rivisitazione radicale nel quadro delle emergenti economie urbane. Da questa esigenza di geografia economica urbana nascono le Out-Come City (Pelizzaro, 2018),³⁷ connesse globalmente ma localmente produttive e tendenti all'autosufficienza.

Nodi di questi modelli sono i laboratori e hub di manifattura digitale 4.0 e di formazione quali i FabLab, Maker Space e laboratori digitali che offrono l'opportunità di realizzare e produrre ciò di cui si ha bisogno per sé, oltre a riportare ai cittadini le competenze e le conoscenze necessarie per rendere la materia e la produzione manifatturiera accessibile.

Il tema del reinsediamento manifatturiero nelle aree urbane è oggetto di riflessione e di costruzione di politiche pubbliche concrete già da tempo in diverse metropoli globali. Tra queste la città di New York ne ha fatto un vero e proprio programma politico-amministrativo. Il rapporto "Make it here. The future of manufacturing in NYC"³⁸ del Center for an Urban Future individua nei settori della stampa in 3D, nelle lavorazioni artigiane ad alto valore aggiunto del legno e dei metalli e nel food una traiettoria di sviluppo produttivo ed occupazionale per una città attenta anche al tema della rigenerazione urbana.

Gli spazi e le tecnologie di produzione digitali presenti al loro interno, diventano un importante strumento dove si genera un elevato potenziale per la restituzione della produzione economica urbana sotto forma di manifattura diffusa e distribuita, con micro-fabbriche e laboratori, i quali su piccola scala garantiscono una produzione più pulita, meno dispendiosa, riducendo i rischi di

36 D'elia, A. (2018). *Manifattura Milano. Un programma per le nuove economie urbane innovative e inclusive.*

37 Pelizzaro, P., & Scopelliti, L. (2018). *Il cambiamento dalla città smart alla città sensibile. Economia & management: la rivista della Scuola di Direzione Aziendale dell'Università L. Bocconi*, (1), 35-39.



Logo di WeMake, Milano

38 www.nycfuture.org/pdf/Making_It_Here_July_2016.pdf

produzione eccessiva che il mercato iperglobalizzato produce a livello mondiale.

Come detto in precedenza, i ricercatori del Center for an Urban Future di New York hanno definito questo fenomeno come "Middle Class Jobs Project".³⁹

Le sinergie che vengono a crearsi nel contesto urbano sono in grado di essere anche le nuove chiavi per generare nuova occupazione per quei ceti medi in crisi di reddito e di status, afflitti da "aspettative decrescenti" e privi di riferimenti politici stabili. Questa infatti sembra essere uno dei nodi cruciali attuali, con cui tutte le amministrazioni, a diverso livello e grado di governance, si debbano confrontare nel futuro prossimo; sia per chi si occupa di politiche pubbliche (policy), quindi non necessariamente profili di stampo amministrativo formale, sia per chi si occupa di politica nell'accezione più comune del termine (politics).⁴⁰

Attualmente Milano, sembrerebbe l'unica area urbana che è nelle condizioni di poter indicare una strada al Paese intero, grazie ad una visione amministrativa lungimirante e progressista, dovuta in gran parte alla fenomenologia della città stessa. Nell'area metropolitana milanese nascono continuamente iniziative economiche in relazione a nuovi e vecchi bisogni e che vengono intercettate e stimolate dal Comune, grazie a policy mirate e strutturate, che però si differenziano sia dal mercato tradizionale tipico del capoluogo meneghino, sia dalle nuove start-up di stampo altamente tecnologico e votate puramente al digitale.

Si tratta di imprese che mixano diverse caratteristiche:

- una buona percentuale di innovazione ed imprenditoria sociale, come le società benefit,⁴¹
- una forte attenzione al territorio, alle relazioni e alle persone,
- un pizzico di design, sia a livello di processo creativo che di processo comunicativo, capacità di raccontare la propria storia e gestire con attenzione i propri clienti,

39 www.nycfuture.org/data/data-from-making-it-here-the-future-of-manufacturing-in-new-york-city

40 Mortati, M., B. Villari, Maffei, S. (2016). *Le politiche per il design e il design per le politiche: dal focus sulla soluzione alla centralità della valutazione. Santarcangelo di Romagna: Maggioli*



NoLo, North of Loreto

41 Benefit corporation è uno stato giuridico - ammesso in Italia (dal 1° Gennaio 2016) come Società Benefit - pensato per aziende for-profit che vogliono andare oltre l'obiettivo del profitto, e che vogliono massimizzare il loro impatto positivo verso la società e l'ambiente

- la promessa di un lavoro denso di senso, capace di trasformare la vita in città.
- la contaminazione della tradizione artigianale all'artigianato digitale.⁴²

42 www.madeinitaly.innovationandcraftsociety.it

Forme di economia per nulla virtuali, fortemente ancorate a luoghi e persone, in grado di reinterpretare mestieri che se non innovano rischiano di scomparire e di dare corpo a lavori a cui ancora non sappiamo dare un nome.

I filoni di cui si compongono queste nuove economie urbane sono almeno tre:

- quello delle nuove manifatture urbane legate all'artigianato tradizionale ad alto valore aggiunto o a quello digitale.
- quello delle imprese ad alto impatto sociale, prevalentemente impegnate a fornire servizi di nuova generazione nell'ambito del welfare, della cura della persona, della cultura e della creatività cui si possono ascrivere anche le numerose piattaforme di economia collaborativa destinate a scambiare beni e servizi invece che promuoverne il possesso esclusivo.
- quello delle imprese attive nell'ambito del green, dell'agricoltura periurbana e del crescente settore del food.

Milano si sta configurando in un luogo in cui tutto questo si condensa con particolare forza, soprattutto perché è qui che si incontrano una domanda sempre più sfaccettata e sofisticata, composta da una molteplicità di nicchie, gusti ed esigenze e capacità di spesa, con un'offerta di imprenditorialità particolarmente diffusa, fatta di persone capaci, "imprenditori di prima generazione", che accettano di mettersi in gioco, magari senza sapere bene a cosa vanno incontro.

In questo senso, l'area metropolitana milanese, che più di altre ha mostrato capacità di reazione alla crisi, è in grado di costruire un progetto che possa essere esportato anche altrove. In questi anni l'amministrazione comunale ha posto fra gli obiettivi primari quello di rendere Milano un ecosistema abi-

litante per la nascita, l'insediamento e la crescita di imprese operanti nel campo della manifattura digitale e del nuovo artigianato, coadiuvando un'alleanza tra attori pubblici e privati a guida comunale per la promozione di questa nuova attitudine produttiva, integrando nuove iniziative e azioni, seguendo i cambiamenti del mercato e dei consumi dove la ricerca di prodotti e servizi su misura supera di gran lunga quella di prodotti standardizzati.

In questa coalizione fra operatori economici, attori sociali e dell'opinione pubblica si vengono a creare occasioni di incontro e sperimentazione tra imprese, portatori di competenza (fablab, makerspace, imprese innovative, attori della ricerca) e mondo della creatività e del design, che favoriscono la rigenerazione e riqualificazione urbana attraverso la trasformazione culturale del territorio in cui avvengono.

Questi fenomeni pongono le condizioni per la città di riportare la produzione di beni nel suo tessuto urbano. Una vera e propria economia circolare rilocalizza la produzione manifatturiera, e non solo, nelle sue cellule resilienti al mutamento – frammenti di paesaggio, lacerti infrastrutturali, quartieri in riciclo funzionale, permettendo alla città di assumere una forma più elastica, meno resistente all'innovazione e più adattative (Maurizio Carta).⁴³

Queste prospettive floride però portano in seno una ambivalenza rischiosa, ciò che teorizza Richard Florida in "the new urban crisis":⁴⁴ la possibilità di generare nuove forme di esclusione ed autoreferenzialità.

Il suddetto scenario derivato da economie di relazioni, costruzione di comunità, beni comuni, spazi che diventano luoghi ed imprese ibride che producono forme di welfare generativo, rischia di essere catalogata più come una sorta di "hipster economy", figlia di una gentrificazione anemica capace solo di generare valore economico ma incapace di generare impatti sociali sulla cittadinanza.

Oggi Milano può diventare uno dei più grandi laboratori di innovazione economica e sociale d'Europa, aprendo la strada ad una ripresa in grado di contagiare tutto il Paese.



Stereotipo "Hipster"

43 Carta, M., & Lino, B. (2015). *Urban hyper-metabolism*.

44 Florida, R. L. (2017). *The new urban crisis: how our cities are increasing inequality, deepening segregation, and failing the middle class-- and what we can do about it*. New York: Basic Books

4.3.0 Caso studio: Manifattura Milano

4.3.2 Manifattura Milano



Logo di Manifattura Milano

Manifattura Milano è un percorso condiviso da diversi stakeholders, in un'intesa plurilaterale volta ad approvare un programma per sostenere le imprese di nuovo artigianato e manifattura urbana portato avanti dal Comune di Milano.

Nel 2016, la Direzione Economia Urbana e Lavoro ha lanciato una call for action rivolta ad attori di diversa natura e tipologia del tessuto urbano milanese, come associazioni, università, scuole di design, fab lab e maker space, per definire delle linee che fungessero da direttrici ottimizzanti per tecnologie abilitanti in modo da rivoluzionare micro-sistemi economici-sociali attraverso la nascita di imprese, creazione di occupazione, valorizzazione delle risorse autoctone e miglioramento della qualità della vita.

L'industria italiana si è spostata verso l'alto di gamma e verso produzioni su misura che interpretano i bisogni degli acquirenti. Tali produzioni richiedono un maggior valore aggiunto rispetto a produzioni di massa, perché implicano maggiori studi di progettazione, capacità di adattamento alla clientela, assistenza post vendita, attività di marketing e di advertising, maggiore cura nell'esecuzione dei lavori.⁴⁵

————— **Innocenzo Cipolletta**

⁴⁵ Cipolletta, E., (2016). *Integrazione industria e artigianato. L'Industria, Il Mulino*

Nel Documento Unico di Programmazione "Patto per lo sviluppo - Sviluppo Progetti per la crescita" (cfr Delibere C.C. n.7 del 22.2.2017, n. 33 del 24.9.2018 e n. 9 del 28.3.2019)¹¹ ha indicato la Manifattura Urbana 4.0 come uno dei settori su cui intervenire per rafforzare lo sviluppo economico della città attraverso la valorizzazione dell'innovazione definendo gli ambiti d'intervento a differenti livelli:

1. **MANIFATTURA CIRCOLARE E SOSTENIBILE** – progetti, anche di filiera, particolarmente innovativi in grado di ridurre gli impatti sull'ambiente urbano, favorire la chiusura del ciclo dei materiali, facilitare il recupero, il riuso e il riciclo degli scarti di produzione come risorsa per nuove produzioni manifatturiere e artigianali;
2. **VALORIZZAZIONE DELLA TRADIZIONE MANIFATTURIERA E ARTIGIANALE** - attività per la tutela, la valorizzazione e la rivitalizzazione del patrimonio materiale e immateriale e della tradizione manifatturiera milanese, anche in un'ottica di promozione turistica e/o di mercato;
3. **TECNOLOGIA E INNOVAZIONE PER LA MANIFATTURA 4.0** - sviluppo di soluzioni tecnologiche innovative per la manifattura urbana, o finalizzate a facilitare l'assorbimento dell'innovazione da parte delle micro e piccole imprese artigianali e manifatturiere;
4. **COMPETENZE PER LA NUOVA MANIFATTURA URBANA** – progetti e iniziative di particolare rilevanza per la diffusione di conoscenze e competenze artigianali e/o tecnologiche in linea con le nuove tendenze del settore;
5. **LABORATORI E SERVIZI PER LE IMPRESE** - realizzazione di servizi di incubazione, accelerazione, centri di ricerca, spazi di lavoro e laboratori condivisi destinati alle imprese di nuovo artigianato e manifattura urbana;
6. **RIVITALIZZAZIONE DI SPAZI URBANI DISMESSI** – Insediamento, anche temporaneo, di attività in ambito manifatturiero, in spazi urbani sottoutilizzati o abbandonati;
7. **MANIFATTURA E INCLUSIONE SOCIALE** - realizzazione di progetti e iniziative in ambito manifatturiero orientati allo sviluppo, alla coesione e alla rivitalizzazione dei quartieri e all'inclusione sociale.

46 Micelli, S. (2011). *Futuro artigiano: l'innovazione nelle mani degli italiani* (1. ed). Venezia: Marsilio

Già nel 2011, anno di uscita di "Futuro artigiano" (Micelli, 2011)⁴⁶ si iniziava a parlare di un modello produttivo di personalizzazione o customizzazione di massa, in cui ogni impresa, a prescindere dal settore e dalla dimensione, diventa artigiana. In grado cioè di corrispondere, grazie al mix di saper fare e nuove tecnologie, al desiderio puntuale di ogni singolo acquirente.

47 www.linkiesta.it/2016/04/new-craft-la-nuova-manifattura-e-gia-realta

Modello, questo, che ha trovato rappresentazione concreta nella mostra New Craft,⁴⁷ curata dallo stesso Micelli nell'ambito della XXI Triennale. Ed è proprio qui, a Milano, che queste intuizioni si possono concretizzare maggiormente e più rapidamente, data la vocazione e il capitale di partenza della città stessa, fatto di 36.000 imprese e 13.000 artigiani manifatturieri, che da soli producono 360mila posti di lavoro e un quarto del valore aggiunto della città,⁴⁸ per queste motivazioni, dunque, l'Amministrazione ha promosso iniziative per accrescere la consapevolezza dell'opinione pubblica, delle imprese e degli addetti ai lavori attraverso il coinvolgimento e la messa in rete delle realtà manifatturiere e artigianali attive in città, realizzate in collaborazione con importanti stakeholders di settore anche di rilievo internazionale.

48 www.symbola.net/approfondimento/citta-di-milano



Manifattura Milano Camp

49 Cristina Tajani, Stefano Micelli, Marco Taisch, Massimo Banzi, Francesco Cingolani, Enrico Bassi, Stefano Maffei

Dopo questa fase di set-up, nel 2017, il Comune ha costituito un comitato scientifico (advisory board),⁴⁹ composto da esperti chiamati ad elaborare una governance per lo sviluppo di Manifattura Milano, presentati durante il primo Camp. L'evento è stato organizzato in una sessione plenaria di apertura e 3 round successivi, Dove hanno partecipato 112 relatori e 88 diverse organizzazioni, definendo le linee di indi-

rizzo per governare e promuovere lo sviluppo della nuova manifattura digitale in città, riconoscendone la valenza di nuovo modello di economia urbana, capace di combinare innovazione e inclusione, crescita economica e sostenibilità sociale e ambientale.



Cover Manifattura Milano Camp 2018

Le linee guida individuate sono:

- azioni di comunicazione volte a sensibilizzare gli attori economici e sociali verso le opportunità e i contenuti offerti dalla nuova manifattura 4.0.
- un approccio sartoriale per creare un modello Milano di sostegno alla diffusione della manifattura digitale in città mantenendo una profonda identità milanese.
- sviluppare laboratori e servizi territoriali dedicati alla nuova manifattura, come fablab, makerspace, hub di comunità, luoghi di promozione, esposizione e diffusione culturale, servizi di incubazione e accelerazione dedicati alle piccole e medie imprese e alle start-up innovative.
- recuperare spazi della città, pubblici e privati attualmente non utilizzati, da adibire all'insediamento della manifattura digitale attraverso investimenti di 10 milioni di euro.
- formazione attraverso la creazione di percorsi ad hoc in grado di generare nuove competenze informatiche, tecniche e scientifiche richieste ai nuovi artigiani.
- una gestione aperta e partecipata del fenomeno della manifattura digitale in città, attraverso il coinvolgimento di attori sia pubblici che privati e di tutta la filiera istituzionale.

4.3.0 Caso studio: Manifattura Milano

4.3.3 Manifatture Aperte

I presupposti e avviamenti del precedente paragrafo mettono in evidenza tre fattori di spinta e su cui puntare:

- Un primo fattore è legato al rilancio di piccoli e medi produttori di prodotti di alta qualità che beneficiano di una Milano più orientata al turismo e all'offerta policulturale.
- Grazie alle diverse misure specifiche adottate dall'Amministrazione Comunale negli ultimi anni, realtà come start up locali e fab lab hanno la possibilità di mettere a punto nuovi prodotti e nuovi processi grazie a una combinazione originale di tecnologia e design.
- La crescita territoriale è favorita anche da progetti avviati da imprese manifatturiere consolidate che ripensano la propria presenza in città grazie a partnership e joint venture per sostenere la ricerca e lo sviluppo.

In questo scenario, l'artigianato, oggi rivitalizzato dall'azione di innovatori, artisti, designer, maker e teorici come Ugo La Pietra,⁵⁰ vive una sorta di seconda giovinezza.

Manifatture Aperte, azione all'interno del programma di Manifattura Milano, rappresenta l'occasione per visitare laboratori, atelier, officine, fab lab e makerspace che aprono le loro porte al pubblico e condividono il loro know how con i visitatori attraverso laboratori e workshop.

Lanciata lo scorso anno, l'iniziativa promossa dal Comune di Milano e curata da Nema – Rete Nuove Manifatture permette di scoprire oltre cento luoghi in cui si fabbricano le cose.

Le proposte sono state raccolte attorno a nove percorsi tematici:

- Botteghe d'arte,
- Cosa vuol dire 4.0?,
- Officine di passioni,
- Manifatture a Teatro,
- Fabbriche del Design,
- La Manifattura nei quartieri,
- Manifattura circolare e sostenibile,
- Donne e manifattura,
- Manifattura a Impatto Sociale.

50 La Pietra, U. (2018). Fatto ad arte: né arte né design: scritti e disegni (1976-2018) (Prima edizione). Venezia: Marsilio.



Cover Manifatture Aperte 2019



Spazio arte tolomeo

Botteghe d'arte

I grandi maestri della tradizione artigianale milanese aprono le porte per raccontare i loro segreti. Borse, cappelli, cornici, libri, ceramiche, gioielli attraaverso le più note e prestigiose botteghe d'arte di Milano



Open Dot

Cosa vuol dire 4.0?

Le tecnologie della quarta rivoluzione industriale stanno trasformando la manifattura mescolandosi alle tecniche della grande tradizione italiana.



Noah Guitars

Officine di passioni

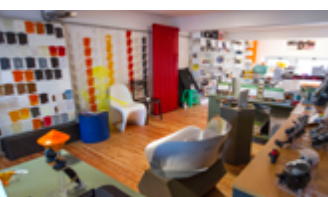
Chitarre in alluminio e auto d'epoca fuoriserie, gioielli in plexiglass e tavole da surf dipinte a mano, laboratori di restauro, liuteria, mosaico, ceramica, fotografia, dove passione e sapienza tecnica che diventano impresa.



Spazio laboratorio Fontanili

Manifatture a teatro

Dalla sartoria teatrale all'allestimento di parti di lavorazioni scenografiche. produzioni manifatturiere e artigianali realizzate per i teatri più importanti al mondo.



Materioteca®

Fabbriche del design

Il legame tra design e manifattura è un tratto distintivo dell'Italia, e di Milano in particolare. Questo itinerario accompagna alla scoperta di alcune straordinarie esperienze che hanno saputo unire creatività, progetto e grande qualità manifatturiera. Visita la fabbrica sull'acqua, l'archivio dei materiali innovativi, lo straordinario museo del legno, il laboratorio che realizza i salotti in "crowdcrafting" e altre cose ancora.

La Manifattura nei quartieri

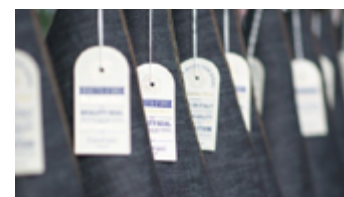
La manifattura che fa vivere la città: un'ex complesso industriale rinati come spazio per l'arte e l'artigianato, artigiani che si mettono in rete per recuperare l'identità del quartiere, una ex fabbrica abbandonata ospita un coworking artigiano.



Lascia la Scia Coworking Lab

Manifattura circolare e sostenibile

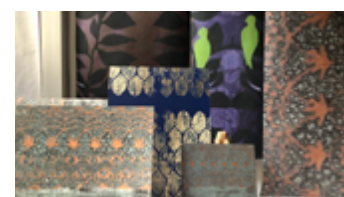
La manifattura del futuro dovrà essere rispettosa dell'ambiente, attenta ai consumi, capace di rimettere in circolo gli scarti come materie prime.



Candiani Denim Store

Donne e manifattura

Un percorso dedicato alle donne protagoniste della manifattura milanese. Moda, gioielli, ceramica, abiti da sposa, tessuti d'arredo, decorazione: una rassegna di laboratori e atelier, dalle giovani esordienti ai nomi più affermati, tra tecnologia, stile e artigianalità.



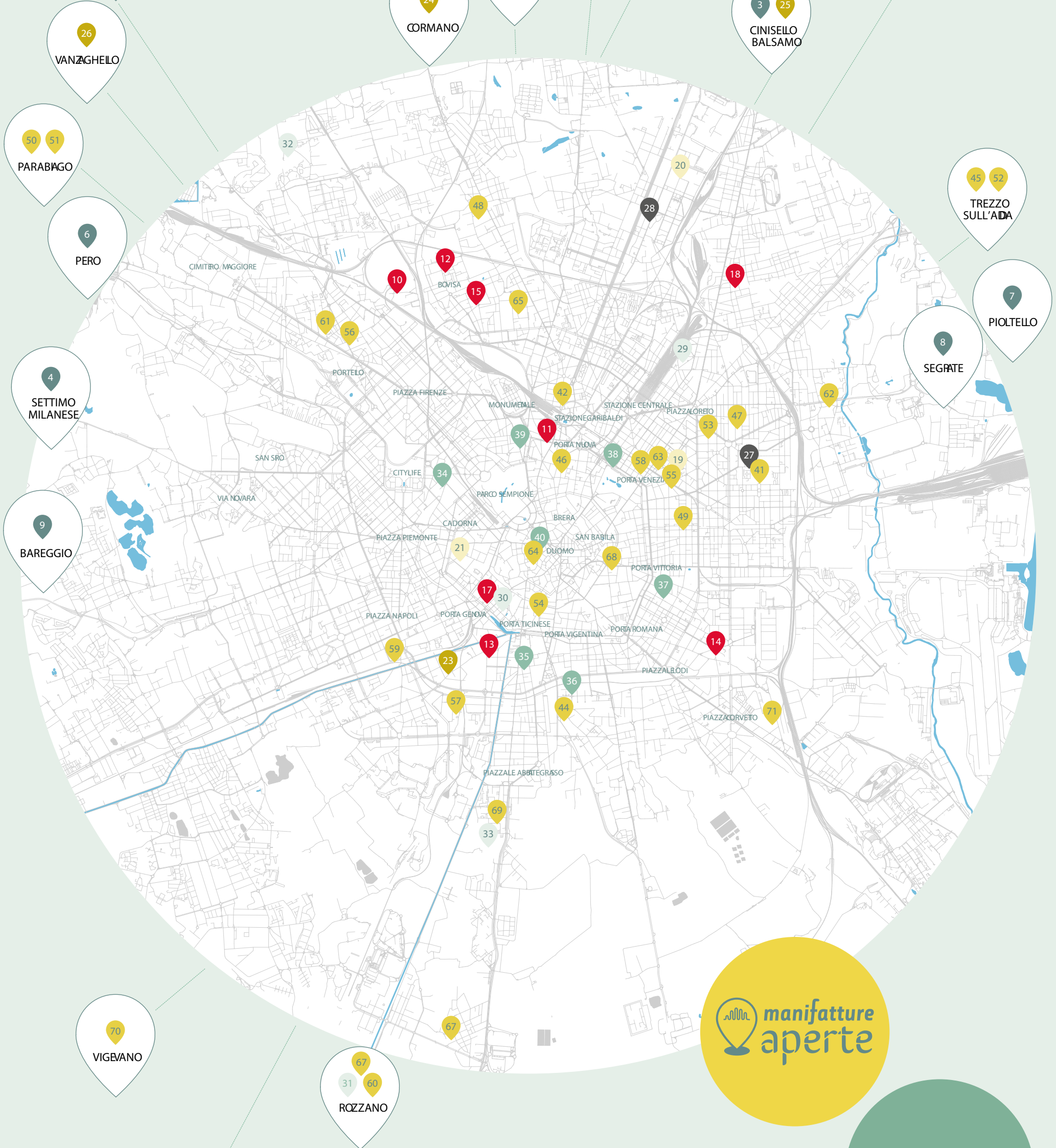
DecorAzione

Manifattura a impatto sociale

Dalla falegnameria sociale, al laboratorio per costruire biciclette, alla fabbrica che dà lavoro ai minori ex detenuti, manifattura vuol dire anche "fare insieme". Questo itinerario rivela i progetti sociali che usano la manifattura come strumento per creare autonomia attraverso il lavoro, sviluppare talento e consapevolezza di sé, far nascere nuove legami sociali, rinnovare il senso dell'incontro con gli altri.



Gallab



4.3.0 Caso studio: Manifattura Milano

4.3.4 Prospettive per consolidare la rete

L'esperienza di altre città internazionali che in questi anni hanno puntato a consolidare una manifattura urbana offre indicazioni interessanti su ciò che è possibile fare anche attraverso il marketing territoriale e la comunicazione. Parigi, in questo senso, ha fatto molto per favorire una nuova immagine di sé come capitale della creazione, per assecondare l'insediamento di una nuova generazione di designer e artigiani di alto livello, e per proporsi come punto di riferimento del network Fab City. (come verrà argomentato in modo più approfondito nel paragrafo 4.4.0).

Il tema dell'edizione 2019 di Manifattura Milano Camp è stato "la Manifattura del futuro", tema centrale per il rilancio della vocazione manifatturiera della città, che ha rilevanti implicazioni anche a livello sociale e non solo in termini economico-produttivo.

51 Cappetta, R., Carlone, A., Manzoni, B., Salvemini, S., & Sommaruga, M. (2005). *Le specificità della classe creativa a Milano: sfruttare i punti di forza della città per supportare i creativi.*

Una parte significativa della "classe creativa"⁵¹ milanese – i designer prima di tutto – ha da sempre sposato la causa dei produttori riconoscendo il valore della conoscenza mantenuta da artigiani competenti (cfr. 4.2.1).

Il bagaglio di competenze dell'artigiano è sempre più richiesto da gallerie, designer e aziende. L'interesse è amplificato dall'attività di nuove generazioni di creativi sempre più interessati all'autoproduzione, makers che affiancano alla manualità l'uso di strumenti digitali e all'uso di materiali tradizionali e/o di recupero, infatti oggi questo tipo di manifattura avanzata è generatrice di lavoro per la classe media, a differenza di qualche anno fa in cui questa attitudine veniva percepita come un fenomeno che si legava più ad una cultura terzomondista e a movimenti geek.⁵² Oggi, invece queste congiunzioni diventano evidenza di uno sviluppo inclusivo che si traduce in maggiore integrazione sociale, consentendo opportunità di crescita professionale a un'ampia pletora di profili che abbiamo già definito "media".

52 McCain, J., Gentile, B., & Campbell, W. K. (2015). *A psychological exploration of engagement in geek culture.* PLoS one, 10(11).

Tra il 2014 e il 2017, l'area metropolitana milanese ha conosciuto una crescita del PIL che è quasi doppia rispetto alla media nazionale,⁵³ ha visto un aumento degli occupati nel settore privato di quasi dieci punti percentuali e ha dimostrato un dinamismo particolare in settori strategici come la ricerca, la formazione e la sanità.

53 www.ilfattoquotidiano.it/2019/11/08/milano-pil-procapite-doppio-rispetto-alla-media-italiana-ma-crescono-le-disuguaglianze-il-9-degli-abitanti-ha-un-terzo-della-ricchezza/5554363



Inaugurazione Milano Luiss Hub for Makers and Students

Nella capitale del terziario, sempre tra il 2014 e il 2017, i nuovi contratti nelle diverse filiere della manifattura sono cresciuti del 63%,⁵⁴ anche perché la città ha sempre conservato una solida cultura del fare e il rilancio della manifattura non rappresenta una discontinuità culturale con il suo passato

54 www.aise.it/modulo-pi%20C3%B9-letti/cresce-il-ruolo-della-cultura-nelleconomia-italiana/139195/2

In conclusione, l'attuazione di queste linee di intervento sono state confermate in una serie di azioni come l'apertura dello spazio comunale "Milano Luiss Hub for Makers and Students" e la relativa promozione di progetti educativi e formativi, con particolare riferimento ai giovani inattivi o in cerca di occupazione sulle competenze in materia di manifattura 4.0.

La realizzazione di studi e ricerche⁵⁵ che hanno messo in evidenza un trend di crescita del settore manifatturiero nel contesto milanese, in termini di creazione di nuovi posti di lavoro, in analogia con quanto sta avvenendo in altre metropoli globali come New York, Barcellona, Detroit, Parigi e Londra.

55 Biondi, v. (2016) *Milano metropoli possibile. Venezia: Marsilio.*

4.4.0 Caso studio: Fab City Global Initiative

4.4.1 Una strada percorribile?

Nuove economie urbane, sono già state definite. Non i campus, quindi, né hub circoscritti o isolati, ma vie, strade, piazze, interi quartieri. Come Poblenou⁵⁶ a Barcellona, diventato Fab City, in cui una rete di imprese manifatturiere, locali commerciali, cittadini stessi, ha dato vita a una specie di distretto produttivo urbano fondato sui materiali di riciclo e sull'economia circolare. O, rimanendo in Europa, come Parigi e Marsiglia, città anch'esse che hanno scommesso sulla nuova manifattura digitale con la contemporanea presenza di incubatori artigiani in centro città e rientro delle "industrie del futuro".

56 www.poblenouurbandistrict.com

57 Díez, T., (2018). *Fab City: The Mass Distribution of (Almost)*, Institute for Advanced Architecture of Catalonia

Per questo il progetto Fab City⁵⁷ è collegiale, multidisciplinare e co-progettuale, si muove in un contesto fluido, in cui collaborano diversi attori a seconda dei progetti: ingegneri, designer, architetti, urbanisti, cariche pubbliche, artigiani, botteghe, associazioni, gruppi informali, aziende di piccola e grande dimensione (Nike e Ikea figurano come partner).

Il MIT ha sostenuto la rete di questa tipologia laboratori tramite la registrazione ufficiale alla Fab Foundation. Dal 2014, la lista di tutti i Fab Lab ufficiali è mantenuta e aggiornata attraverso il sito fablabs.io, punto di riferimento per la comunità open source. Ad oggi, sul sito sono registrati 1458 Fab Lab diffusi in tutti i continenti, a esclusione dell'Antartide.

58 www.fablabs.io/organizations

Analizzando i dati estratti da fablabs.io⁵⁸ emerge immediatamente l'evidenza che questa comunità strettamente connessa non è omogeneamente distribuita sul pianeta: dei più di mille Fab Lab iscritti alla Fab Foundation, 720 si trovano in Europa, 406 nelle Americhe, 262 in Asia e solo 70 in Africa e Oceania. Parliamo dunque di una comunità ancora fortemente occidentale.

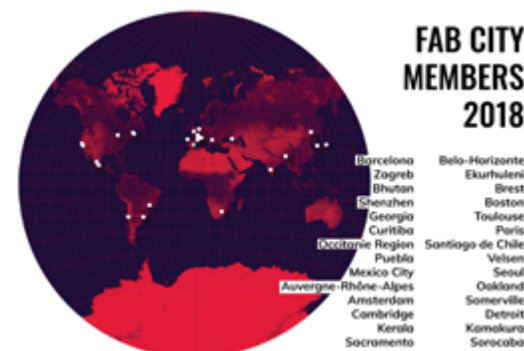
Nello specifico, nei soli Stati Uniti hanno sede circa 200 Fab Lab; seguono da vicino

Francia e Italia, con una distribuzione capillare sul territorio di più di 100 laboratori a testa. Brasile, Spagna, Germania e India ne hanno circa 60 a testa, tra cui spicca nel campo della ricerca Fab Lab Barcellona, gestito dallo IAAC (Institute for Advanced Architecture of Catalonia). Nel resto del mondo, specialmente nei Paesi africani, sono attivi meno di 10 Fab Lab per Stato.

La Fab City è l'evoluzione della rete dei Fab Lab, che utilizzando una metafora biologica, sono i monomeri del polimero Fab City. Il primo progetto pilota viene attuato nel 2014, a Barcellona, nel Fablab dell'istituto per Architettura Avanzata della Catalunya e che ancora oggi contribuisce a far crescere la rete pubblica in città e il progetto a livello globale.

Il focus di questa iniziativa è la fusione e contaminazione della sharing economy con il movimento dei fabrication laboratory in una dimensione urbana, infatti l'economia collaborativa sta provando a collegare i consumi e le risorse in maniera condivisa, al contrario il movimento maker sta studiando e sperimentando come cambiare il modo di produzione di diversi tipi di artefatti, sia materiali che immateriali, ma entrambi i sistemi puntano a sovvertire gli schemi di consumo e fruizione dei modelli di produzione esistenti. Questo tipo di città, fungerà da catalizzatore di un nuovo modello che creerà un nuovo tipo di infrastruttura finalizzata ad una disponibilità di risorse uniformemente distribuita.

L'obiettivo, entro il 2050, è che le città, almeno per Barcellona, possano produrre localmente tutto ciò di cui necessitano, favorendo una nuova economia che permetta





alle città per essere più sostenibili sotto tutti i punti di vista: economico, ambientale e sociale.

La mission va oltre il mero profitto, ed è per questo che il team di lavoro di Fab City interagisce sia con il governo locale che con le amministrazioni internazionali per migliorare il modello dei fab lab pubblici e anche con l'obiettivo di creare quartieri come per esempio Poblenu.

Queste tematiche sono parallele ai trend e direttrici europee, per il prossimo decennio, infatti la commissione europea ha varato "Horizon Europe", il nuovo Programma Quadro europeo di ricerca e innovazione 2021-2027, che succederà a Horizon 2020, che consta fra le più importanti novità un aumento di budget, stabilito a 100 miliardi di euro.

Come anche in H2020, anche questo programma si struttura in tre pilastri, di cui il terzo sembra parlare proprio delle policy portate avanti da Fab City: Il terzo pilastro, "Open



Innovation" con attività prevalentemente bottom up, si concentrerà sulla creazione e sul rafforzamento di un ecosistema di innovazione, attraverso attività trasversali di reforming and enhancing the European R&I system e attività di sharing excellence.

Il principio della open science diventerà il modus operandi del nuovo programma, con l'obbligo di rendere disponibili tutti i dati e le pubblicazioni dei progetti finanziati. Horizon Europe avrà un approccio alla creazione di partenariati maggiormente orientato a massimizzare l'impatto dei progetti sulla società.

4.4.0 Caso studio: Fab City Global Initiative

4.4.2 Global roadmap

La Fab City Global Initiative sta consentendo il passaggio dal paradigma industriale in un modello "Product-in, Trash-out", con una metodologia "Data-in, urban data-out", consentendo il ritorno della produzione in città. Comprende una rete di 28 città e diretta dalla Fab Foundation del MIT.

La ricerca e la sperimentazione sono strutturate in questa tabella di marcia:

- | | | |
|-------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Lima |  | 1. 2011, Conferenza internazionale Fab7
Il progetto Fab City è lanciato dallo IAAC, dal MIT Center for Bits and Atoms, dalla Fab Foundation e dal Comune di Barcellona. |
| Barcellona |  | 2. 2014, Conferenza internazionale Fab10 "Da Fablabs a Fab Cities" , Barcellona lancia ufficialmente il progetto FAB City e lancio della prima rete pubblica di Fab Labs in una città. |
| Boston |  | 3. 2015, Conferenza internazionale Fab11
La Fab City diventa un'iniziativa globale, dove le città di Boston, Ekurhuleni, Cambridge, Somerville, il Kerala e la Georgia aderiscono alla rete. |
| Amsterdam |  | 4. 2015, Amsterdam Fab City Campus Europe by People : i Paesi Bassi ospitano la presidenza dell'Unione Europea e il primo vertice degli esperti di Fab City. |
| Shenzhen |  | 5. 2016, Conferenza internazionale Fab12
Shenzhen, Detroit, Parigi, Santiago del Cile, Bhutan, Occitania, Sacramento, Tolosa aderiscono alla rete |
| Santiago del Cile |  | 6. 2017, Conferenza internazionale Fab13 Fabricating Society , Fab City Campus Santiago del Cile, Fab City Summit Copenhagen |
| Parigi |  | 7. 2018, Conferenza internazionale Fab14 Fabricating Resilience - Fab city campus Parc de La Villete - Fab City Summit Paris |

Possiamo affermare che per uno sviluppo urbano equilibrato e autosostenibile, declinato nei settori economico-produttivo e socio-ambientale, i diversi stakeholder della stessa rete urbana possono giocare un ruolo vitale. La creazione di un circuito è essenziale per diffondere ampiamente questo approccio sistemico; e in questa struttura reticolata, gli hub, i nodi di connessione, possono essere i Fab Lab, che lavorano sempre più a fianco delle Amministrazioni e in partnership con grandi e piccole aziende, ma restano comunque focalizzati sulle persone, in un luogo in cui i cittadini sono percepiti non solo come consumatori ma come produttori in grado di svolgere questa funzione accedendo agli strumenti digitali di fabbricazione e creazione di cultura. In tale scenario, gli attivatori/catalizzatori di queste pratiche e che operano in questi luoghi, i maker, creano quelli che MacCannell (and Lippard, 1999)⁵⁹ definisce come 'marker' (cfr. 4.1.1 - più della tecnologia conta l'attitudine) - manufatto in grado di conferire identità e riconoscibilità del processo di costruzione dell'immagine da veicolare della realtà territoriale e di rappresentare la complessità delle sue caratteristiche materiali e simboliche. Subiscono quindi una sorta di ulteriore upgrad e semantico, qualificandosi con la crasi Ma(r)ker:⁶⁰ co-produttori e co-designer, che ibridano le nuove tecnologie a sistemi di produzione tradizionali, fabbricando manufatti che portano valori simbolici di appartenenza di un determinato territorio. Un esempio della realtà locale ligure è "ceramica per l'Antropocene": per rispondere alle tematiche urgenti relative della sostenibilità ambientale, gli ingegneri del campus di Savona hanno elaborato una microrete intelligente in grado di gestire in modo efficiente l'energia autoprodotta all'interno del campus stesso. Partendo da queste ricerche, la designer Francesca Perona ha collaborato con gli artigiani ceramisti del territorio savonese per tradurre in ceramica i dati provenienti dalla microrete energetica del campus utilizzando un braccio robotico e la tecnologia digitale. Il progetto così è il risultato dell'interazione tra design, ingegneria, ceramica e robotica.

⁵⁹ Mac Cannel, S. and Lippard, L. R. (1999), *The Tourist: A new theory of Leisure Class*, University of California Press, Oakland.

⁶⁰ Fagnoni, R., Ferrari Tumas, X., Vacanti, A., & Vian, A. (2020). *Ma(r)kers: Digital Fabrication as Opportunity for Enhancing Territories Through Hacking, Personalization, Traces*. In M. Di Nicolantonio, E. Rossi, & T. Alexander (A. c. Di), *Advances in Additive Manufacturing, Modeling Systems and 3D Prototyping* (Vol. 975, pagg. 60-70). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-030-20216-3_6



La Fab City è un nuovo modello urbano per città autosufficienti localmente produttive però connesse a livello globale, che rende tacita la metamorfosi che sta avvenendo nella nostra società e sovverte radicalmente il modo in cui le città acquistano e utilizzano i materiali, i semilavorati e i prodotti, traducendo talvolta la proprietà di un bene nella possibilità di usufrutto, riportando la produzione su una scala ridotta e distribuita ma che al contempo rende la dimensione urbana sostenibile e reattiva al cambiamento.

La volontà e obiettivo di questo sistema è una maggior consapevolezza sulle tematiche di produzione, non finalizzata al contrasto dei metodi capitalistici e post-industriali contemporanei, che secondo diversi studiosi⁶¹ ed esperti è già in una fase di autoconsumazione, avviene all'interno della città, dei quartieri e delle case dei cittadini, insieme al riciclaggio dei materiali e al soddisfacimento delle esi-

61 Mazzucato, M. (2018). *Il valore di tutto: chi lo produce e chi lo sottrae nell'economia globale*. Gius. Laterza & Figli Spa.

L'esigenza di lottare per una società tollerante ed equa [...] va di pari passo con l'importanza della definanziarizzazione dell'economia e con la lotta ai cambiamenti climatici. Le tre cose sono assolutamente collegate, perché lavorare sulle prime significa spingere per una crescita sostenibile, verde, inclusiva. Significa passare da un modello di estrazione del valore a uno di creazione del valore"

————— Mariana Mazzucato

genze locali attraverso l'inventiva locale. Nel quartiere di Poblenou a Barcellona, questo modello è stato costruito attraverso una rete in continua ascesa fra amministratori, aree di produzione e cittadini.

In questa scala "iperlocale", la produzione viene erogata in base alle esigenze locali. La produzione funziona "on demand", non a stock. Il quartiere produce ciò di cui il quartiere ha bisogno.⁶²

62 Diez, T. (2018), *Fab City. The mass distribution of (almost) everything*, IAAC Fab Lab Barcellona, Barcellona.

4.4.0 Caso studio: Fab City Global Initiative

4.4.3 L'esperienza di Barcellona 2014: Poblenou

Proprio Barcellona, nel 2014, si è resa protagonista di un esperimento concreto: nello storico quartiere industriale Poblenou della città catalana: per una settimana un'area di circa un chilometro quadrato (1Km²) è stata trasformata in una Fab City.

Qui ha preso vita un modello circolare di città in grado di riutilizzare scarti e rifiuti per realizzare nuovi oggetti e reimmetterli nel ciclo produttivo. Botteghe artigiane, esperti di tecnologie insieme a studiosi e designer hanno dimostrato che è possibile dar vita a un sistema circolare all'interno di un grande centro urbano creando connessioni e sinergie.

Per esempio, realizzando tessuti prodotti dalla plastica raccolta sulle spiagge spagnole, oppure producendo eco-pelle dalle foglie d'ananas. Quest'iniziativa portata avanti dal MIT, dall'IAAC e dalla Fab Foundation ha l'obiettivo di trasformare le città in luoghi di produzione locale e di connessione globale in cui i cittadini siano parte fondamentale del cambiamento. Ciò che Bauman (and Bordoni, 2014)⁶³ definiva 'glocale': un neologismo che indica una realtà che coniuga caratteri di glo-

63 Bauman, Z. and Bordoni, C. (2014), *Stato Di Crisi*, Giulio Einaudi Editore, Torino.

balità e località insieme, così come una comunicazione rivolta al contesto globale tenendo però conto delle specificità delle singole realtà culturali locali.

Si può affermare che questa esperienza possa essere definita come un'*eterotopia glocalizzata*, parafrasando Foucault,⁶⁴ per cui in tutte le forme di società convivono due forme di spazio: quello utopico, ideale e privo di luogo fisicamente sperimentabile, e quello eterotopico, localizzato effettivamente e che costituisce una sorta di contro luogo, cioè che ritrae, contesta e sovverte tutti altri luoghi della società e nella fattispecie la città-tipo odierna è luogo di consumo.

Secondo Codeluppi⁶⁵ gli spazi di consumo contemporanei sono oasi paradossali poiché al contempo riproducono e sconvolgono il sistema di funzionamento degli spazi tradizionali di una società. Sono caratterizzati da una volontà sottesa di creare artificialmente l'incanto per produrre seduzione costante ed eterna sui visitatori ma cercando di costruire luoghi di commercio ampiamente riproducibile e facilmente riconoscibili si cade nell'omologazione.

64 Foucault, M., & Pandolfi, A. *Archivio Foucault: Interventi, colloqui, interviste*. Feltrinelli. pag. 310-319.

65 Codeluppi, V. (2014). *Metropoli e luoghi del consumo* (pp. 1-132). Milano: Mimesis.



4.4.0 Caso studio: Fab City Global Initiative

4.4.4 Fab City Summit Paris 2018

L'ultimo Summit sulle Fab City si è tenuto nel luglio del 2018 a Parigi e ha coinvolto a livello globale diverse comunità interessate ai temi dell'economia circolare, dell'urbanistica, della fabbricazione digitale, a nuovi modelli di business, all'impegno civico e alla progettazione e produzione sostenibili.

Il programma Fab City Summit Paris 2018 si è suddiviso in tre grandi manifestazioni:

- Il **Fab City Lab**, un evento istituzionale organizzato dalla Città di Parigi, mirato alle principali sfide e cambiamenti urbani nei campi di economia, ambiente e del sociale. Parigi ha infatti decretato e attuato una strategia che si basa su una nuova localizzazione delle unità produttive all'interno della città e sul supporto di progetti con approcci a chilometro zero. L'obiettivo è raggiungere l'autonomia del 50% in termini di agricoltura, energia e beni e servizi manifatturieri entro il 2054 e condividere le migliori pratiche con la rete globale di Fab Cities, proprio come era avvenuto nel 2014 a Barcellona.
- LA **Fab City Conference**, con i migliori relatori provenienti da tutto il mondo. I diversi dibattiti si sono focalizzati sullo sviluppo dei processi di urbanizzazione nelle differenti città globali, veicolati dalla crescita esponenziale delle tecnologie digitali che offrono l'opportunità di consentire una transizione verso un modello di città basato su un flusso globale e distribuito di dati e conoscenze ma soprattutto dal flusso locale di materia e risorse.
- Un **Fab City Campus**, un distretto della durata mensile, che mostrerà esperienze e prototipi internazionali delle diverse Fab Cities dislocate sull'intero pianeta, attraverso mostre, seminari per i cittadini, visite guidate ai Fab Lab locali e ai luoghi dei produttori coinvolti nel progetto Fab City a Parigi.



Neil Gershenfeld



Saskia Sassen



Kate Rasworth



Primavera De Filippi



Francesca Bria



Dave Hakkens



Indy Johar



Saadi Lahlou



Fab City Campus di Parigi

Si è fatta una valutazione di due diverse realtà che pur appartenenti allo stesso programma e guidati dagli stessi valori, hanno un impatto estremamente diverso sul sistema globale e soprattutto sulla regione in cui operano; tra i numerosi fattori che distinguono le due esperienze, sicuramente è stata fondamentale per lo sviluppo positivo di Fab Lab Barcelona la relazione con una realtà legata al mondo del progetto come IAAC, che è stato in grado di guidare lo sviluppo del laboratorio e legarlo a progetti, esperienze e ricerche innovative nel mondo del design, della tecnologia e dell'architettura.

66 www.fablabgenova.it

Fab Lab Genova,⁶⁶ al contrario, non ha saputo fare rete sul proprio territorio, che comunque presenta sfide maggiori di una grande città come Barcellona, e lasciare che altre esperienze e stakeholder ibridassero la propria esperienza, rimanendo quindi un fenomeno principalmente isolato e poco legato al mondo dell'innovazione e del progetto.

I due casi studio radicalmente diversi e in contrasto sono stati analizzati per evidenziare criticità e opportunità offerte dal modello Fab Lab. In primo luogo, è stata studiata la piccola realtà del laboratorio di Genova, inserita nel Centro sociale Lsoa Buridda. L'analisi del grafo di 'amicizia tra pagine' restituisce un risultato estremamente povero, indice della scarsa attività della pagina Facebook: essa è connessa solamente col vicino Fab Lab Alessandria e con la pagina, ben più attiva e seguita dagli utenti del social network (conta più di 10.000 followers), del suddetto Centro sociale all'interno del quale Fab Lab Genova ha sede.

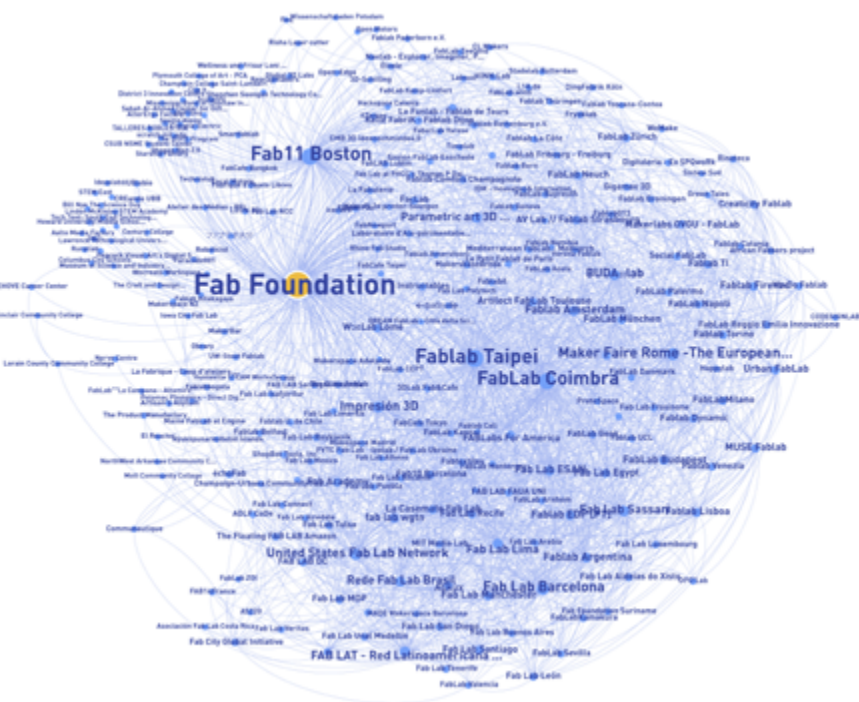
Per poter osservare meglio la comunità che gira intorno al laboratorio genovese, è stata graficizzata dunque la rete della pagina di Lsoa Buridda, consistente di 113 nodi e 222 link. In questo caso, si nota come il grafo sia molto meno coeso di quello generato intorno a Fab Foundation. Significa che la pagina di Lsoa Buridda⁶⁷ segue ed è seguita da un gruppo molto eterogeneo di pagine, che tra loro hanno poche relazioni. Nello specifico, la rete è composta da numerose pagine di collettivi, centri sociali, spazi occupati, etichette musicali e artisti indipendenti; mancano totalmente invece connessioni con enti culturali, musei e scuole della città. Allo stesso modo, mancano connessioni con comu-

67 www.buridda.org

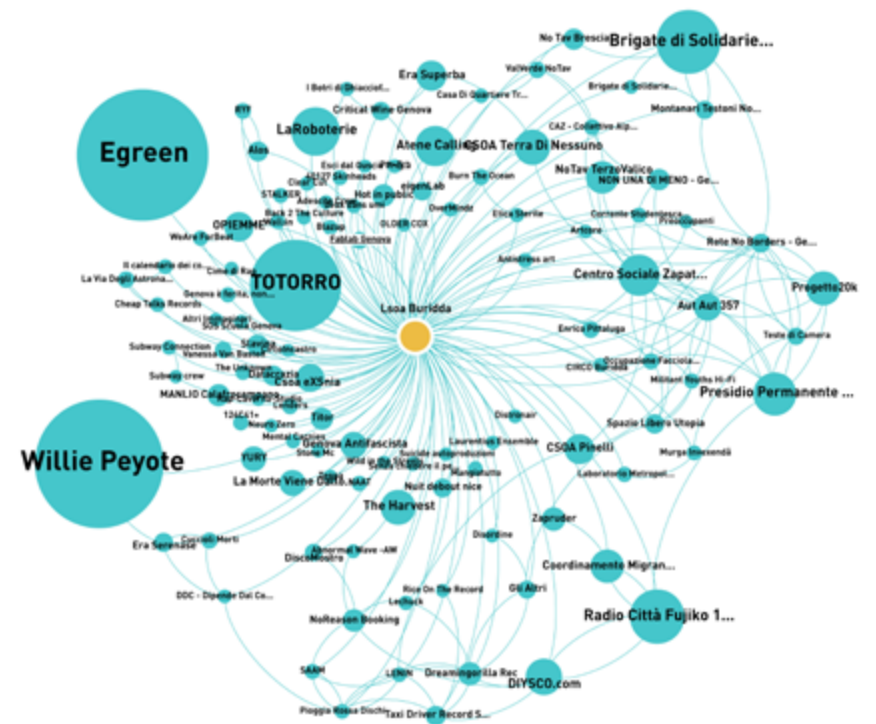
nità open source legate alla prototipazione rapida e al progetto tecnologico e l'innovazione. Il Buridda si autodefinisce Laboratorio Sociale Occupato Autogestito, nato l'11 maggio del 2003 con l'occupazione dell'edificio sede dell'ex Facoltà di Economia dell'Università di Genova, abbandonato allora da diversi anni. Il Fab Lab, uno tra i primissimi nati in Italia, si insedia fin da subito nello stabile. A seguito dello sgombero avvenuto nel 2014, tutte le attività sono ad oggi state spostate nell'ex Magistero di proprietà dell'Università in corso Monte Grappa. L'evidenza dell'analisi di rete accompagnata dalla lettura delle vicissitudini di questo centro dipinge un quadro in cui le convinzioni politiche dei fondatori hanno purtroppo agito da deterrente alla creazione di una comunità attiva e realmente coinvolta nel panorama culturale della città di Genova.

Esperienza opposta e molto più positiva è quella del Fab Lab Barcelona, uno dei più attivi nel mondo dal punto di vista della ricerca. Il Fab Lab sostiene diversi programmi educativi e di ricerca relativi alle molteplici scale dell'habitat umano. È anche il quartier generale del coordinamento globale del programma Fab Academy;⁶⁸ la Fab Academy è una piattaforma distribuita di istruzione e ricerca in cui ogni Fab Lab opera come un'aula e il pianeta come il campus della più grande Università in costruzione nel mondo, dove gli studenti apprendono principi, applicazioni e implicazioni delle tecnologie di produzione digitale. In questa sede sono stati prodotti progetti come Hyper habitat IAAC (selezione ufficiale per la Biennale di Venezia XXI) o Fab Lab House (Premio del pubblico nel primo Solar Decathlon Europe a Madrid). Il grafo delle amicizie della pagina Facebook di Fab Lab Barcelona (circa 12.000 followers) è costituito da 174 nodi e 902 link. Anch'esso è lontano dal livello di coesione del grafo di Fab Foundation, tuttavia l'analisi qualitativa dei nodi che lo compongono dipinge un panorama molto più roseo dell'esperienza genovese: nel network sono presenti numerosi Fab Lab mondiali, dalla Bolivia a Berlino fino a Venezia, alcune pagine di importanti realtà quali quella del magazine di innovazione Wired e quella di Arduino. Soprattutto, sono presenti molte pagine afferenti a realtà affermate nel panorama culturale della città di Barcellona, quali Musei, Centri culturali, Scuole e Università.

68 www.fabacademy.org



Grafo delle interazioni tra pagine Facebook che seguono la pagina di Fab Foundation (credits: A. Vacanti, 2019)



Grafo delle interazioni tra pagine Facebook che seguono la pagina di Lsoa Buridda (credit: A. Vacanti, 2019).



Grafo delle interazioni tra pagine Facebook che seguono la pagina di Fab Lab Barcelona (credit: A. Vacanti, 2019).



Grafo delle interazioni tra pagine Facebook che seguono la pagina di Fab Lab Genova (credit: A. Vacanti, 2019).

4.5.0 Iniziative a Genova

4.5.1 Botteghe storiche — Stile Artigiano

Genova ha saputo conservare come poche altre città italiane la rete di botteghe: la peculiarità sta proprio nella vicinanza geografica tra le attività, immerse nel districarsi di vicoli del centro storico. Alcune di queste attività commerciali sono sopravvissute quasi immutate negli anni, superando guerre mondiali, crisi e riprese economiche per arrivare infine ai giorni nostri. Non si tratta di monumenti, ma di luoghi vivi dove quotidianamente si esercitano attività commerciali che devono sapersi rinnovare ogni giorno per stare sul mercato, sempre al passo con i tempi senza perdere di vista il legame con la tradizione.

Le botteghe storiche sono anche un elemento di attrazione della destinazione turistica Genova. Una destinazione che dopo il 2004, anno di Genova Capitale Europea della Cultura, si è affermata come una delle mete emergenti del turismo culturale in Italia e in Europa. Questo nuovo turismo lento trova i suoi punti di forza proprio nel centro storico ormai quasi completamente rivitalizzato, nei Palazzi dei Rolli (XVI° e XVII° secolo), riconosciuti nel 2006 come Patrimonio dell'Umanità Unesco, nelle strade ottocentesche e nelle realizzazioni architettoniche del Novecento.

La Soprintendenza ha individuato dei requisiti minimi per poter fare domanda di iscrizione nell'Albo delle "botteghe storiche" occorre avere 70 anni di attività e possedere almeno tre dei cinque elementi essenziali:

- elementi architettonici
- arredi
- attrezzature
- documenti
- contesto storico ambientale

Confartigianato Genova persegue da anni l'obiettivo di mettere in evidenza tutte quelle realtà imprenditoriali che costituiscono ancora un punto di riferimento per le produzioni artigiane tradizionali liguri. Anche il sistema urbano di Genova, nella fattispecie il centro storico, è particolarmente ricco di botteghe e laboratori artigianali che sono l'essen-



za della città, ne rappresentano l'antica anima mercantile portandone avanti la storia, non solo attraverso tradizioni ma anche innovazioni.

Sono locali che hanno assistito alla storia di Genova, locali che si dimostrano attrattive e in grado di parlarci della città, delle sue abitudini e dei suoi saperi. Una costellazione di piccole, e in alcuni casi anche piccolissime, imprese che conservano caratteristiche produttive molto legate alla tradizione, e i cui prodotti sono sicuramente unici sia come genere sia come qualità.

Sono raffinate pasticcerie, confetterie e cioccolaterie, negozi di calzature, di tessuti, di abbigliamento e di sartoria di così elevata qualità da fornire anche la casa reale inglese.

E, ancora, laboratori che tengono vive le antiche tecniche tradizionali di artigiani per lavorare il vetro, produrre timbri e tappi di sughero e antiche farmacie insieme a librerie e cartolerie.

Sono migliaia le imprese artigiane rappresentanti del "Made in Liguria", ma solo quelle genovesi sono marchiate "Stile Artigiano", organizzati nella rete di Confartigianato in Liguria con il contributo di Regione Liguria, con il patrocinio del Comune di Genova e realizzata dall'Agenzia regionale per il turismo (Agenzia In Liguria).

Da ormai 12 anni annualmente, si svolge una manifestazione che coinvolge le diverse realtà del territorio, promuovendo i settori dell'artistico e del benessere, presentando in una chiave innovativa il "valore artigiano" in tutte le sue varie ed articolate sfaccettature, attraverso due grandi spazi comuni: uno dedicato alla lavorazione e vendita (esclusivamente per l'artigianato artistico) e l'altro alla preview di "Travel art", manifestazione primaverile di successo dell'Agenzia in Liguria con una "live performing art", realizzata dalle imprese artigiane di qualità.



Ceramiche "il Tornesino" - Ilaria Traverso



La lampada di Aladino - Davide Satta - Lavorazioni metalliche



Carlo Favre - Legno e ardesia



Francesca Olcese - Laboratorio di restauri



Davide Garozzo - Cornici e legno



Claudia Rizzo - GR Design - Laboratorio di filigrana



Andrea Bortolameazzi - Pelletteria



Gismondi Atelier - Laboratorio orafa



Giancarlo Faccio - Laboratorio del Rame 1860



RiArrediamo - Laboratorio di riuso creativo



Luca Cimino - La bottega dei miracoli, restauri



Salvatore Scalia - Violin maker



Marcella Diotto - Poterie, ceramiche artistiche



Tiziana Sidoti - Sidoti, sartoria alta moda



Pedemonte Bike - Biciclette su misura



Alessandro Boccardo - Romeo Viganotti, cioccolateria

Nel contesto precedentemente descritto si inserisce una manifestazione parallela 'LENTA BELLEZZA. Design e storie di Liguria', una mostra, che nasce dalla scelta nel 2019, da parte del Mibact, come anno dedicato al "turismo lento".

Gli studenti del Laboratorio Tematico del terzo anno della Laurea Triennale in Design del Prodotto e della Comunicazione del Dipartimento Architettura e Design (dAD) dell'Università di Genova, coordinati dagli insegnanti Niccolò Casiddu, Vito Nesta e Chiara Olivastri, hanno lavorato sul rapporto tra design e turismo e, in particolare, alle contaminazioni virtuose tra turismo lento, design, artigianato, industria, storia e cultura del territorio.

Il risultato è una reinterpretazione del territorio che ne fa emergere storia e cultura attraverso i suoi prodotti più radicati nella cultura e nell'identità locale.

I concetti di "design lento" e "turismo lento" si ibridano per riscoprire le peculiarità del territorio, prendersi del tempo per entrare in contatto con la cultura e l'identità locale al di fuori dai percorsi turistici tradizionali si lega perfettamente a un processo di design in cui il progettista non lavora più in solitario, ma incontra le comunità, gli artigiani, per produrre idee che siano il risultato di confronti e scambi.

I progetti dei ragazzi, grazie allo stimolo fornito dal design, sono usciti dai confini accademici per confrontarsi con la città e i cittadini, gli artigiani, le aziende, le istituzioni, gli interessati e gli esperti del settore, incontrando produzioni come i crocetti di Varese Ligure, i velluti di Zoagli, i Damasci di Lorsica, le ceramiche di Albissola, i Jeans, i mezzeri e i Forti di Genova, i garofani della riviera ligure, e cercando per loro nuovi linguaggi progettuali.

Dall'incontro sono emerse storie che il presente ha indebolito o interrotto per cambiamenti di produzioni, necessità o velocità, ma che vanno recuperate per ridurre la distanza tra passato e futuro e trasmettere un'eredità: non tanto per recuperare antiche maestranze o tecniche difficilmente replicabili, ma per reinterpretare le storie che

le hanno generate, attraverso progetti capaci di dialogare con la contemporaneità e di sfruttare le nuove tecnologie.

Lenta Bellezza, quindi, è stata un'iniziativa che ha raccontato un nuovo momento di collaborazione tra il DiDe, il dipartimento di Architettura e Design ed il Comune di Genova.

"Un ulteriore conferma di un percorso virtuoso tra istituzioni, privati e realtà artigianali del territorio dove la bellezza ritrova i tempi e i modi per liberare il suo potenziale innovativo" - ha dichiarato l'assessore al Commercio e Turismo Paola Bordilli - "Un progetto al passo con i tempi in cui i giovani coinvolti, che saranno i professionisti di domani, attingono dalle radici delle tradizioni del passato, integrandole con le competenze contemporanee."



Locandina dell'evento



Ogni camatti racconta una storia, kit da degustazione esperienziale - Francesca Macolino, Alessandro Giacometti

Il Camatti è un tipico amaro genovese, che da poco è stato riscoperto dai giovani che sono soliti berlo durante la movida che avviene nel centro storico di Genova; ma in realtà è un'esperienza che parte da lontano, si dice che i marinai lo bevessero prima di imbarcarsi per lunghi viaggi in modo da ricordare il sapore di Genova.

Il progetto si pone l'obiettivo di raccontare questa storia, attraverso prodotti che favoriscano la gestualità in situazioni di vita quotidiana.



Damas, moduli per sistema tattile - Giada Veronese, Marta Saitto, Clara Giusta

Nella bottega dei fratelli De Martini, situata a Lorsica, piccola località genovese, si produce e tramanda ancora l'antica arte dei damaschi, tessuto operato con disegni stilizzati o floreali, realizzato con telaio al tiro.

Attraverso l'utilizzo della stampa 3D, si è costruito un sistema tattile che potesse evocare una dimensione sensoriale intima con la materia capace di raccontare la storia che si cela dietro questa tradizione centenaria.



Il progetto nasce in sinergia con il museo MAV (Museo Alterese del Vetro), che svolge un ruolo centrale per le botteghe che sono situate nella zona limitrofa.

Grazie ad una piattaforma digitale, l'utente turistico viene informato sugli eventi e le dimostrazioni artigianali che avverranno nel territorio altarese, con la possibilità di iscriversi a laboratori e workshop. Il visitatore viene guidato lungo le vie del borgo di Altare, alla scoperta delle botteghe storiche dei maestri vetrai e dei loro prodotti.

IN VITRO, sistema servizio-prodotto, vasi - Erijon Ademi, Lorenzo Decia, Isabella Fois



Un progetto di rivalutazione dell'omonima pasta ligure in chiave moderna. Attraverso lo storytelling e la prototipazione di questa antica tradizione, in collaborazione con l'ultimo intagliatore di croxetti, Pietro Picetti, e attraverso l'utilizzo di macchinari CNC, si sono ridisegnate le incisioni, con un approccio di mass customization, in modo da valorizzare il territorio ligure nell'ambito della gastronomia. Al fianco dello stampo in legno, si sono accompagnati anche dei modelli di studio con materiali, quali resina e silicone.

CroXetti, stampi gastronomici - Marco Biagioni, Simone De Paoli, Sonny Fasolino

4.5.0 Iniziative a Genova

4.5.2 DiDE – Distretto del design

L'Associazione di promozione sociale DiDe _ Distretto del Design ha come finalità la nascita di un distretto, all'interno della città storica, dove il design sia protagonista di una contaminazione territoriale di creatività, sviluppo economico e produttivo. L'associazione è nata per iniziativa di professionisti e singoli cittadini che vivono, lavorano o semplicemente gravitano nell'area attorno a piazza dei Giustiniani, dove già operano aziende di design, arte e moda con l'obiettivo di contaminare le altre attività, nuovi spazi ed iniziative con la cultura del progetto.

DiDe stesso è un progetto per il rilancio di un pezzo prezioso del centro storico che, con i suoi vicoli ortogonali, rivela l'antica città. Una scommessa per rispondere all'incuria, al degrado urbano e sociale, alla rassegnazione, per coinvolgere tutti quei soggetti che nella progettualità creativa individuano la modalità efficace di reagire alla lunga crisi economica.

Se design è cultura del progetto, l'invito a portare un contributo è stato esteso a chi offre accoglienza, ristoro e cibi curati, a chi confeziona con garbo scarpe, abiti e camice su misura, agli studi professionali, alle antiche botteghe, a teatri, scuole, all'Università che insiste proprio nell'area di sviluppo del distretto.

Lo spirito che anima il gruppo formale dell'associazione è spinto dalla voglia di una convivenza civile, e rivolto a quelle persone, come artigiani, professionisti e singoli cittadini che vogliono impegnarsi nel realizzare iniziative a tutela della bellezza dei luoghi antichi dove si vive e lavora.

Adottando anche micro-interventi urbani l'Associazione persegue lo scopo di attuare:

- la rigenerazione di un territorio degradato partendo dall'eredità culturale di un patrimonio edilizio riconosciuto a livello mondiale ed arricchito da quella compo-

nente umana e creativa, imprescindibile punto di partenza del design.

- La ricerca, la promozione, la diffusione e la valorizzazione del design e di tutte le forme di creatività nel senso più ampio del termine quale strumento per favorire un interscambio tra culture e forme d'arte differenti.
- Far emergere il ruolo positivo del design sui processi di rigenerazione urbana partendo dal centro storico.
- La promozione di azioni in modo da mettere a sistema le diverse realtà cittadine della creatività, della cultura ed dell'impresa.

Da questa iniziativa, nel 2018, nasce la prima Design week di Genova. Per quanto questo fenomeno di emulazione di quella molto più famosa di Milano stia avvenendo in diverse città, ognuna di esse porta in dote le peculiarità specifiche del contesto in cui avviene; infatti dopo un'edizione zero, che è servita da prototipo per modellizzare un format che potesse funzionare nel cosiddetto "quadrilatero" del centro storico, la successiva manifestazione ha riscosso un successo maggiore di quello che si era preventivato, indice di quanto i residenti della zona siano propensi e pronti a iniziative di questo genere. Parallelamente, anche il turismo in quella settimana ha avuto un picco notevole favorito appunto dalla buona comunicazione che è stata messa in atto. Per la prima edizione si è registrata una partecipazione di 10 migliaia di persone, numeri che per il contesto genovese e soprattutto in un ambito nuovo per la città, fa ben sperare sulla possibilità di instaurare le basi per lo sviluppo di una cultura del progetto locale. Slittata a Settembre del 2020, a causa dell'emergenza sanitaria, la prossima edizione sarà incentrata sul rapporto tra design e verde urbano, aprendo alla città gli atri dei palazzi storici genovesi e dando nuova vita alle piazze e ai vicoli del percorso espositivo con installazioni di verde diffuso.



Il quadrilatero

4.5.0 Iniziative a Genova

4.5.3 Fieno Design District

<http://creativecitiesproject.comune.genova.it/en/index.shtml>

Attraverso alcuni studi condotti all'interno del progetto europeo Creative Cities, è emersa la presenza, all'interno della città, di un ricco universo di imprese creative, piccole e micro, che hanno dimostrato un potenziale di crescita ponendosi come strumento chiave per la rigenerazione di quartieri degradati, per questo motivo il Comune di Genova, nel 2017, ha bandito "MaddaOltre Creative District", progetto indirizzato ad associazioni, cooperative, piccole imprese, lavoratori autonomi e gruppi informali che operano nel campo dell'industria creativa per il finanziamento di progetti di insediamento di nuove attività, o di sviluppo di attività esistenti, in spazi inutilizzati pubblici o privati situati in aree specifiche.

Dopo la fase di selezione, i vincitori sono stati chiamati a partecipare alla costruzione di una modalità di comunicazione identitaria del distretto creativo, e hanno sviluppato una rete con il territorio di riferimento, coordinate con gli altri soggetti già esistenti, per la messa in rete e scambio di buone pratiche. I quattro progetto vincitori del bando sono:



Spazio Faber, questo spazio vuole diffondere la cultura e la produzione musicale, proponendo seminari e corsi di formazione su strumenti, generi e storia della musica. Sono messi a disposizione degli spazi attrezzati dove organizzare e assistere ai concerti. Inoltre il progetto mira a dare vita a nuove relazioni tra gli artisti e a creare opportunità di collaborazione con le case discografiche.



Li Amo, atelier di un gruppo di ragazze provenienti dal mondo della progettazione che promuovono il processo di realizzazione dei gioielli attraverso la lavorazione al banco orafa, posto in vetrina, e diventare centro di competenza ed eccellenza legato al design e all'artigianalità.



Lino's & Co - bottega di Genova, uno spazio di coworking e di laboratorio favorendo uno scambio di competenze professionali, promuovendo la contaminazione tra saperi e professionalità diverse come stimolo alla creazione e all'innovazione, verranno organizzati eventi, workshop e conferenze per stimolare la conoscenza e il networking.



MaddAlive è un creative hub, luogo aperto per eventi di intrattenimento, workshop e food experience di presidi Slow food.

4.5.0 Iniziative a Genova

4.5.4 Divago Festival

Divago è un festival di arte pubblica che ha l'obiettivo di creare un incontro tra i cittadini e le comunità di via del Campo, piazza del Campo, piazza don Andrea Gallo e San Marcellino, nell'ottica di un arricchimento sociale e culturale. Alla prima edizione, svoltasi dal 17 al 20 ottobre 2019, e organizzata da Mixta Gallery, nata dall'idea di Arianna Maestrale, fondatrice del progetto, e di Giulia Ottonello e Silvia Mazzella, cofondatrici, tre giovani donne provenienti dai campi dell'arte più diversi, hanno partecipato otto progetti di artisti singoli e collettivi under 35 provenienti da tutta Italia, selezionati tramite un'open call indetta in collaborazione con Pinksummer Contemporary Art, che hanno realizzato installazioni "site specific" nel quartiere. Le opere proposte entrano in relazione con il pubblico, e lo stimolano ad interrogarsi su alcune dinamiche di interazione sociale e culturale del mondo contemporaneo.

La manifestazione, fluida e diffusa, come è stata definita dalle stesse organizzatrici si sviluppa in uno spazio borderline della città e interessante perché è al limite del centro storico di Genova, in senso geografico e anche metaforico: la sua emarginazione dalla società cittadina è uno stimolo per riflettere sulle diverse identità della città.

All'ingresso della via (resa celebre dalle canzoni di Fabrizio De Andrè) sono state organizzate visite guidate continue, gratuite, per accompagnare gli avventori nelle vene più nascoste del quartiere e poter apprezzare il significato profondo, sociale, delle singole opere. Non si tratta solo di una mostra, ma di un'azione per riqualificare il quartiere attraverso la cultura e il dialogo con tutte le forze sociali del luogo, infatti per l'occasione sono state esposte le bandiere delle svariate nazionalità delle popolazioni che abitano il quartiere: Pakistan, Marocco, Senegal, Bagladesh, Italia e anche il vessillo genovese di San Giorgio.

