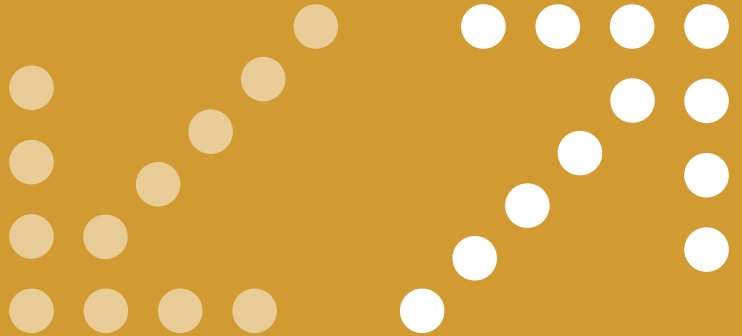


a cura di
ELEONORA TRIVELLIN

Design driven strategies

Visioni a confronto

FIRENZE
UNIVERSITY
PRESS



ricerche | architettura, pianificazione, paesaggio, design

Editor-in-Chief

Saverio Mecca | University of Florence, Italy

Scientific Board

Gianpiero Alfarano | University of Florence, Italy; Mario Bevilacqua | University of Florence, Italy; Daniela Bosia | Politecnico di Torino, Italy; Susanna Caccia Gherardini | University of Florence, Italy; Maria De Santis | University of Florence, Italy; Letizia Dipasquale | University of Florence, Italy; Giulio Giovannoni | University of Florence, Italy; Lamia Hadda | University of Florence, Italy; Anna Lambertini | University of Florence, Italy; Tomaso Monestiroli | Politecnico di Milano, Italy; Francesca Mugnai | University of Florence, Italy; Paola Puma | University of Florence, Italy; Ombretta Romice | University of Strathclyde, United Kingdom; Luisa Rovero | University of Florence, Italy; Marco Tanganelli | University of Florence, Italy

International Scientific Board

Nicola Braghieri | EPFL - Swiss Federal Institute of Technology in Lausanne, Switzerland; Lucina Caravaggi | University of Rome La Sapienza, Italy; Federico Cinquepalmi | ISPRA, The Italian Institute for Environmental Protection and Research, Italy; Margaret Crawford, University of California Berkeley, United States; Maria Grazia D'Amelio | University of Rome Tor Vergata, Italy; Francesco Saverio Fera | University of Bologna, Italy; Carlo Francini | Comune di Firenze, Italy; Sebastian Garcia Garrido | University of Malaga, Spain; Xiaoning Hua | NanJing University, China; Medina Lasansky | Cornell University, United States; Jesus Leache | University of Zaragoza, Spain; Heater Hyde Minor | University of Notre Dame, France; Danilo Palazzo | University of Cincinnati, United States; Pablo Rodríguez Navarro | Universitat Politècnica de València, Spain; Silvia Ross | University College Cork, Ireland; Monica Rossi | Leipzig University of Applied Sciences, Germany; Jolanta Sroczynska | Cracow University of Technology, Poland

a cura di
ELEONORA TRIVELLIN

Design driven strategies

Visioni a confronto



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
FIRENZE

DIDA
DIPARTIMENTO DI
ARCHITETTURA

Design driven strategies : visioni a confronto / a cura di Eleonora Trivellin –
Firenze : Firenze University Press, 2022.

(Ricerche. Architettura, Pianificazione, Paesaggio, Design ; 17)

<https://www.fupress.com/isbn/9788855185516>

ISBN 978-88-5518-551-6 (PDF)

ISBN 978-88-5518-552-3 (XML)


DOI 10.36253/978-88-5518-551-6

FUP Best Practice in Scholarly Publishing (DOI https://doi.org/10.36253/fup_best_practice)

All publications are submitted to an external refereeing process under the responsibility of the FUP Editorial Board and the Scientific Boards of the series. The works published are evaluated and approved by the Editorial Board of the publishing house, and must be compliant with the Peer review policy, the Open Access, Copyright and Licensing policy and the Publication Ethics and Complaint policy.

Firenze University Press Editorial Board

M. Garzaniti (Editor-in-Chief), M.E. Alberti, F. Vittorio Arrigoni, E. Castellani, F. Ciampi, D. D'Andrea, A. Dolfi, R. Ferrise, A. Lambertini, R. Lanfredini, D. Lippi, G. Mari, A. Mariani, P.M. Mariano, S. Marinai, R. Minuti, P. Nanni, A. Orlandi, I. Palchetti, A. Perulli, G. Pratesi, S. Scaramuzzi, I. Stolzi.

 The online digital edition is published in Open Access on www.fupress.com.

Content license: except where otherwise noted, the present work is released under Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0

International (CC BY-NC-SA 4.0: <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/legalcode>). This license allows you to share any part of the work by any means and format, modify it for any purpose, including commercial, as long as appropriate credit is given to the author, any changes made to the work are indicated and a URL link is provided to the license.

Metadata license: all the metadata are released under the Public Domain

Dedication license (CC0 1.0 Universal: <https://creativecommons.org/publicdomain/zero/1.0/legalcode>).

© 2022 Author(s)

Published by Firenze University Press

Firenze University Press
Università degli Studi di Firenze
via Cittadella, 7, 50144 Firenze, Italy
www.fupress.com

*This book is printed on acid-free paper
Printed in Italy*

progetto grafico

didacommunicationlab

Dipartimento di Architettura
Università degli Studi di Firenze

Susanna Cerri

Noemi Emidi

Stampato su carta di pura
cellulosa *Fedrigoni Arcoset*

ELEMENTAL
**CHLORINE
FREE**
GUARANTEED



LONG-LIFE

ISO 9706



SOMMARIO

Introduzione. Design driven strategies: allargare la visione progettuale	9
Eleonora Trivellin	
Design 4.0 per la sostenibilità	17
Giuseppe Lotti	
La metamorfosi del design per la sostenibilità	31
Marco Marseglia	
Il Design del futuro: contro la crisi dei sistemi produttivi tradizionali, per generare nuovi paradigmi creativi muovendo dalle forme di innovazione tecnologica, sociale e relazionale	45
Irene Fiesoli	
Design per la manifattura distribuita: un approccio per il progetto flessibile	51
Viktor Malakuczi	
Circular Knowledge – Circular Craft	57
Giuseppe Lotti, Eleonora Trivellin	
Designed & Made in Italy. Un legame complesso e una biosfera resiliente	73
Maria Antonietta Sbordone, Davide Turrini	
Strumenti	81
Eleonora Trivellin	
Abitare lo spazio urbano	91
Susanna Cerri	
Indizi per lo studio dell’abitare	119
Leonardo Chiesi	

I temi della conoscenza e della progettualità strategica, divengono la matrice di soluzioni sostenibili attraverso la ricontestualizzazione e l'innovazione di prodotti e processi: il punto di partenza su cui sviluppare progetti che tutelino la diversità culturale sfruttandone le potenzialità in un'ottica di valorizzazione e di incremento della competitività territoriale.

IL DESIGN DEL FUTURO: CONTRO LA CRISI DEI SISTEMI PRODUTTIVI TRADIZIONALI, PER GENERARE NUOVI PARADIGMI CREATIVI MUOVENDO DALLE FORME DI INNOVAZIONE TECNOLOGICA, SOCIALE E RELAZIONALE

Irene Fiesoli

Università degli Studi di Firenze

La società è in un periodo di transizione dove i cambiamenti sociali non saranno più dettati soltanto dal processo centralizzato legato all'industrializzazione e proprio di Industria 4.0, ma saranno sempre più dettati dall'informazione e dalle modalità di divulgazione che già stanno contribuendo alla diffusione della nuova evoluzione globale definita come Società 5.0. I dati, le informazioni e tutte le connessioni che tra di essi nascono e si moltiplicano continuamente, influenzano tutto ciò che facciamo incentivando soluzioni sempre più alternative, efficienti, autentiche e immediate. Mentre continuiamo a constatare i risultati di un'industrializzazione in enorme crisi, il mondo legato al web e le tecnologie interconnesse stanno plasmando nuove sinergie e relazioni tra persone, prodotti, servizi e ambienti. Da questo nasceranno nuove capacità di percepire, tracciare, misurare, controllare e progettare; si svilupperanno nuovi valori e significati, accessibili mediante modalità alternative di interazione, sorgeranno nuovi modi di costruire conoscenza e infine si diffonderanno nuovi comportamenti. In questo sistema in continua trasformazione, il design diverrà la leva strategica per aiutare persone e organizzazioni a dare senso a questa complessità. Un design strategico quindi, capace di connettere tradizione ed innovazione, settori e competenze, luoghi e persone. Infatti, nonostante il design come disciplina abbia da sempre dovuto misurarsi con problematiche da risolvere cercando di trovare soluzioni creative inedite, il progettista si trova oggi in una posizione fortunata e molto strategica, in quanto il contesto dove opera ed opererà è ormai cambiato radicalmente, non si progettano più soltanto prodotti, ma sistemi complessi, servizi, oggetti interattivi, modelli di comunicazione integrata e molto altro. Nonostante questi cambiamenti però, la flessibilità che il designer intrinsecamente possiede nell'individuare le problematiche, interpretare le esigenze delle persone, comprendere quello che sta succedendo a livello sociale e culturale, analizzare le informazioni e conseguentemente tradurle in progetto e in soluzioni concrete, rimane inalterata e anzi ne emerge molto fortificata. Nell'era digitale, il designer si trova ad esercitare la propria professione in un ambiente comunicativo estremamente complesso e dinamico, partecipando attivamente alla cultura

digitale e sociale nella quale si trova, riuscendo così ad analizzare l'ecosistema produttivo e comunicativo e le dinamiche di interazione emergenti tra i vari stakeholder territoriali per implementare soluzioni innovative.

Non sorprende, dunque, che un'ampia letteratura abbia cercato di comprendere quali fattori possano facilitare l'innovazione. In particolare, negli ultimi decenni un numero sempre maggiore di studiosi ha preso le distanze dalla visione classica dell'innovatore geniale e solitario a favore di una più "sociale", nella quale svolge un ruolo importante il contesto in cui operano gli attori economici (singoli, gruppi, organizzazioni). Coerentemente, il focus dell'analisi si è progressivamente spostato dagli attributi individuali alle condizioni di contesto che possono facilitare o ostacolare lo sviluppo e l'applicazione di idee nuove, ponendo particolare attenzione alle determinanti relazionali (Anderson et al., 2014; Crossan, Apaydin, 2010; Perry-Smith, 2006). In questo scenario, il numero e il tipo di relazioni in cui i diversi attori sono inseriti (*embedded*) influenza considerevolmente le performance innovative (Granovetter, 1985; Meeus, Faber, 2006); ed è in questo panorama che prende campo sia a livello locale che globale una sorta di social network territoriale, con lo scopo di offrire una prospettiva nuova sui campi progettuali e di comunicazione attraverso una ricontestualizzazione delle prospettive interne, esterne e della disciplina stessa del design. Un processo di design, quindi, in cui il progettista esperto non lavora più individualmente ma incontra le comunità per produrre idee che siano il risultato di confronti e scambi interdisciplinari e interculturali.

La figura e il ruolo del designer necessitano quindi di un rinnovamento, che oltre allo sviluppo di competenze digitali, permetta di far sviluppare una consapevolezza tale da gestire la nascita di nuove filiere future che si baseranno su cicli di vita sostenibili, tecnologici ed innovativi; che guarderanno al contesto contemporaneo ma manterranno attiva la necessità di superare i limiti tecnologici e del processo progettuale.

Attraverso un piano strategico, ovvero un fare ideato, programmato, pianificato e condiviso, verrà sviluppata una strategia progettuale che avrà ben chiaro il risultato da conseguire e l'obiettivo da raggiungere, oltre a prevedere lo sviluppo di strumenti tecnologici avanzati volti alla gestione strategica ed integrata del sistema ideato, come piattaforme interattive che rappresentano un ottimo mezzo per promuovere e condividere attività progettuali strategiche.

Questa dimensione strategica del design, che ne fa un importante strumento di innovazione per le imprese (Verganti, 2009), costituisce una potenzialità enorme e ne amplia il campo d'azione. Infatti è possibile affermare che di fronte alla complessità della modernità - liquida, multiculturale, connessa e assediata dall'intelligenza artificiale - il design

da una parte si pone come “medium”, ossia come elemento catalizzatore nel processo di trasformazione, dall'altra si carica di componenti etiche e si fa interprete di bisogni che vanno oltre la mera funzione gestendo, attraverso il progetto, la complessità dei fattori di innovazione di prodotto, servizio e comunicazione dal punto di vista estetico, funzionale, tecnologico, emozionale e dei materiali per arrivare fino al mercato.

Quindi i temi della conoscenza e della progettualità strategica, divengono la matrice di soluzioni sostenibili attraverso la ricontestualizzazione e l'innovazione di prodotti e processi: il punto di partenza su cui sviluppare progetti che tutelino la diversità culturale sfruttandone le potenzialità in un'ottica di valorizzazione e di incremento della competitività territoriale. Il locale diviene, quindi, portatore di un punto di vista 'altro' rispetto al globale, intendendo quest'ultimo termine nella sua accezione di universalmente accettato e condiviso.

In tutto questo, sia il corso di perfezionamento *Design Driven Strategies*, sviluppato dal Dipartimento di Architettura DIDA dell'Università degli Studi di Firenze, che il progetto *OD&M - A Knowledge Alliance between HEIs, makers and manufacturers to boost Open Design & Manufacturing in Europe* (Erasmus+ KA2) all'interno del quale il corso è stato promosso, hanno contribuito in modo significativo alla comprensione e all'approfondimento della contemporaneità permettendo di volgere lo sguardo anche verso attori emergenti – come maker, fablab ma anche nuove imprese sociali – che si esprimono attraverso approcci bottom up e pratiche sociali innovative, cercando di rispondere concretamente e secondo modalità tecnologico-sperimentali a processi trasformativi della società. È la progettualità diffusa di cui parla Manzini (2015) che conduce a produrre forme sociali, soluzioni e significati inediti che, nella loro realizzazione, producono anche socialità, contribuendo alla ricostruzione del tessuto sociale, e nuove qualità, partecipando alla produzione di nuovi sistemi di valore. Questi nuovi modelli, che nascono in stretta connessione con il territorio, accogliendone le competenze e tentando di dare una risposta ai bisogni della comunità, si fondano su un sistema collaborativo, sulla contaminazione di saperi ed esperienze e sulla capacità di creare network. Si qualificano in maniera forte nell'ambito dell'open innovation, con «l'idea dell'uso volontario di flussi di conoscenza in entrata e in uscita da un'organizzazione per accelerare i processi innovativi» (H. Chesbrough, 2006 p. 24). In questo senso il Design assume un ruolo centrale, proprio nell'approfondire le relazioni con il locale, partendo da elementi della tradizione per sviluppare progetti che abbiano ricadute sul tessuto sociale e produttivo territoriale e contribuendo alla creazione di interazioni e nuove reti.

Reti fisico-digitali, collaborativo-connette in cui l'insieme degli attori coinvolti iniziano a intrecciare relazioni sempre più strette, per condividere idee, progetti ed orizzonti, in ottica di solidarietà e sostenibilità, sia a livello locale che globale.

Riferimenti bibliografici

- The care collective (2020), *The care Manifesto* (tr.it. 2021, Manifesto della cura Edizioni Alegre, Roma, pp. 124).
- Manzini E. (2018), *Politiche del quotidiano*, Edizioni di Comunità, Ivrea-Roma, p. 188.
- State-Cerruti M. (2018), *Il tempo della complessità*, Raffaello Cortina Editore, Milano, pp. 190.
- Bassi A. (2017), *Design contemporaneo. Istruzioni per l'uso*, Il Mulino, Bologna, pp. 130.
- Lotti G., Giorgi D., Marseglia M. (2017), *Prove di design altro. Cinque anni di progetti per la sostenibilità*, DIDApres, Firenze, pp. 200.
- Manzini E. (2015), *Design, When Everybody Designs. An Introduction to Design for Social Innovation*, MIT Press, Cambridge MA, pp. 256.
- Anderson N., Potočnik K., Zhou J. (2014), *Innovation and Creativity in Organizations: A State-of-the-Science Review, Prospective Commentary, and Guiding Framework*, "Journal of Management", vol. 5, n.40, pp. 1297-1333.
- Morace F. (2013), *Che cos'è il futuro*, Mind Edizioni, Milano, pp. 160.
- Villari B. (2012), *Design per il territorio. Un approccio community centered*, Franco Angeli, Milano, pp. 144.
- Crossan M., Apaydin M. (2010), *A multi-dimensional framework of organizational innovation: A systematic review of the literature*, "Journal of Management Studies", vol. 6, n.47, pp. 1154-1191.
- Magnaghi A. (2010), *Il progetto locale. Verso la coscienza di luogo*, Bollati Boringhieri, Torino, pp. 344.
- Verganti R. (2009), *Design-driven Innovation: Changing the Rules of Competition by Radically Innovating what Things Mean*, Harvard Business Press, Boston, pp. 269.
- Chesbrough H. (2006), *Open Innovation: Researching A New Paradigm*, Oxford, Oxford University Press, pp. 400.
- Meeus M.T., Faber J. (2006), *Interorganizational Relations and Innovation: A review and theoretical extension*, in Hage J. (a cura di.), *Innovation, Science, and Institutional Change: A Research Handbook*, Oxford University Press, Oxford and New York, pp. 67-87.
- Perry-Smith J. (2006), *Social Yet Creative: The Role of Social Relationships in Facilitating Individual Creativity*, "Academy of Management Journal", vol.1, n. 49, pp. 85-101.
- Maffei S., Simonelli G. (2002), *I territori del design. Made in Italy e sistemi produttivi locali*, "Il sole 24 ore", Milano, pp. 284.
- De Matteis G., Guarrasi, V. (1995), *Urban networks*, Pàtron, Bologna, pp. 278.
- Granovetter M. (1985), *Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness*, "American Journal of Sociology", vol.3, n.91, pp. 481-510.



Finito di stampare da
Officine Grafiche Francesco Giannini & Figli s.p.a. | Napoli
per conto di FUP
Università degli Studi di Firenze

