

GIUSEPPE LOTTI
DEBORA GIORGI
MARCO MARSEGLIA

Prove di design altro

*Cinque anni di progetti
per la sostenibilità*

contributi di

ILARIA BEDESCHI
SUSANNA CERRI
IRENE FIESOLI
MARIA ROSANNA FOSSATI
VALENTINA FROSINI
STEFANO VISCONTI

R



R

La serie di pubblicazioni scientifiche **Ricerche | architettura, design, territorio** ha l'obiettivo di diffondere i risultati delle ricerche e dei progetti realizzati dal Dipartimento di Architettura DIDA dell'Università degli Studi di Firenze in ambito nazionale e internazionale.

Ogni volume è soggetto ad una procedura di accettazione e valutazione qualitativa basata sul giudizio tra pari affidata al Comitato Scientifico Editoriale del Dipartimento di Architettura. Tutte le pubblicazioni sono inoltre *open access* sul Web, per favorire non solo la diffusione ma anche una valutazione aperta a tutta la comunità scientifica internazionale.

Il Dipartimento di Architettura dell'Università di Firenze promuove e sostiene questa collana per offrire un contributo alla ricerca internazionale sul progetto sia sul piano teorico-critico che operativo.

The Research | architecture, design, and territory series of scientific publications has the purpose of disseminating the results of national and international research and project carried out by the Department of Architecture of the University of Florence (DIDA).

The volumes are subject to a qualitative process of acceptance and evaluation based on peer review, which is entrusted to the Scientific Publications Committee of the Department of Architecture (DIDA). Furthermore, all publications are available on an open-access basis on the Internet, which not only favors their diffusion, but also fosters an effective evaluation from the entire international scientific community.

The Department of Architecture of the University of Florence promotes and supports this series in order to offer a useful contribution to international research on architectural design, both at the theoretico-critical and operative levels.

R

Coordinatore | Scientific coordinator

Saverio Mecca | Università degli Studi di Firenze, Italy

Comitato scientifico | Editorial board

Elisabetta Benelli | Università degli Studi di Firenze, Italy; Marta Berni | Università degli Studi di Firenze, Italy; Stefano Bertocci | Università degli Studi di Firenze, Italy; Antonio Borri | Università di Perugia, Italy; Molly Bourne | Syracuse University, USA; Andrea Campioli | Politecnico di Milano, Italy; Miquel Casals Casanova | Universitat Politècnica de Catalunya, Spain; Marguerite Crawford | University of California at Berkeley, USA; Rosa De Marco | ENSA Paris-La-Villette, France; Fabrizio Gai | Istituto Universitario di Architettura di Venezia, Italy; Javier Gallego Roja | Universidad de Granada, Spain; Giulio Giovannoni | Università degli Studi di Firenze, Italy; Robert Levy | Ben-Gurion University of the Negev, Israel; Fabio Lucchesi | Università degli Studi di Firenze, Italy; Pietro Matracchi | Università degli Studi di Firenze, Italy; Saverio Mecca | Università degli Studi di Firenze, Italy; Camilla Mileto | Universidad Politecnica de Valencia, Spain; Bernhard Mueller | Leibniz Institut Ecological and Regional Development, Dresden, Germany; Libby Porter | Monash University in Melbourne, Australia; Rosa Povedano Ferré | Universitat de Barcelona, Spain; Pablo Rodríguez-Navarro | Universidad Politecnica de Valencia, Spain; Luisa Rovero | Università degli Studi di Firenze, Italy; José-Carlos Salcedo Hernández | Universidad de Extremadura, Spain; Marco Tanganelli | Università degli Studi di Firenze, Italy; Maria Chiara Torricelli | Università degli Studi di Firenze, Italy; Ulisse Tramonti | Università degli Studi di Firenze, Italy; Andrea Vallicelli | Università di Pescara, Italy; Corinna Vasić | Università degli Studi di Firenze, Italy; Joan Lluís Zamora i Mestre | Universitat Politècnica de Catalunya, Spain; Mariella Zoppi | Università degli Studi di Firenze, Italy

GIUSEPPE LOTTI
DEBORA GIORGI
MARCO MARSEGLIA

contributi di

ILARIA BEDESCHI
SUSANNA CERRI
IRENE FIESOLI
MARIA ROSANNA FOSSATI
VALENTINA FROSINI
STEFANO VISCONTI

Prove di design altro

*Cinque anni di progetti
per la sostenibilità*





UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
FIRENZE

DIDA
DIPARTIMENTO DI
ARCHITETTURA



Co-funded by the
Tempus Programme
of the European Union



La pubblicazione è stata oggetto di una procedura di accettazione e valutazione qualitativa basata sul giudizio tra pari affidata dal Comitato Scientifico del Dipartimento DIDA con il sistema di *blind review*. Tutte le pubblicazioni del Dipartimento di Architettura DIDA sono *open access* sul web, favorendo una valutazione effettiva aperta a tutta la comunità scientifica internazionale.

Il volume presenta progetti di ricerca sviluppati dal Laboratorio di Design per la sostenibilità | LDS, Didalabs, del Dipartimento di Architettura dell'Università degli Studi di Firenze.

Giuseppe Lotti (direttore scientifico)

Debora Giorgi, Irene Fiesoli, Maria Rosanna Fossati, Valentina Frosini, Marco Marseglia, Stefano Visconti e, nel tempo, Alice Cappelli, Ambra Quercioli

Referenze fotografiche:

Camilla Bettinelli: p. 170

Maziar Boostandoost: pp. 144, 149, 151

Sander Marra: pp. 154, 157, 158, 159, 160, 165

Marco Marseglia: pp. 95, 100, 103, 104, 105, 106, 107

Stefano Visconti e Flavia Veronesi: pp. 29, 77, 98, 99, 133, 136, 138, 139, 140, 141, 162, 163, 164, 198

in copertina

Adiantum Pedantum, 1929, foto di Karl Blossfeldt.

progetto grafico

didacommunicationlab

Dipartimento di Architettura
Università degli Studi di Firenze

Susanna Cerri

Gaia Lavoratti



didapress

Dipartimento di Architettura
Università degli Studi di Firenze
via della Mattonaia, 8 Firenze 50121

© 2017

ISBN 9788896080825

Stampato su carta di pura cellulosa *Fedrigoni Arcoset*

ELEMENTAL
CHLORINE
FREE
GUARANTEED



Prove	9
Giuseppe Lotti	
Design per la sostenibilità ambientale	17
Marco Marseglia	
Design per la sostenibilità sociale e culturale	35
Debora Giorgi	
Precedenti	51
Progetto Casa Toscana / Green Home.	
Un marchio di qualità ambientale per il mobile toscano	53
Ilaria Bedeschi	
Progetto Habitatmed	59
Giuseppe Lotti, Ilaria Bedeschi	
Product Design e sostenibilità ambientale	67
HIGH CHEST, TRIACA e MIAMI.	
Tre progetti di ricerca	69
Marco Marseglia	
Design e patrimonio	87
Design starting from Cultural Heritage	89
Debora Giorgi	
Progettare con le comunità locali.	
Workshop di Design per la Cooperazione internazionale a Skoura	101
Debora Giorgi	
ShareDesign.	
Tra tradizione e innovazione	109
Debora Giorgi	

Design pour le développement durable des productions artisanales locales. Progetto Tempus 3D Giuseppe Lotti, Debora Giorgi	121
Design per lo sviluppo locale sostenibile. Progetto Caritalents Giuseppe Lotti, Stefano Visconti	135
Design per la sostenibilità e l'innovazione sociale	143
Design per la sostenibilità sociale. Un modello per la promozione ed il rafforzamento delle cooperative sociali Debora Giorgi, Irene Fiesoli	145
Educare alla sostenibilità. COSè. Noi e le cose, il Festival Irene Fiesoli, Maria Rosanna Fossati	155
Design per e con i territori	169
Oltre la valorizzazione dei territori Valentina Frosini	171
Raccontare il progetto sostenibile	181
Bisogna che i progetti cantino. Comunicare la sostenibilità attraverso la narrazione visiva Susanna Cerri	183

UNA DELLE
POSSIBILI
DEFINIZIONI
ASTRATTE
DELL' INTELLIGENZA
È LA CAPACITÀ
DI TROVARE
CONNESSIONI FRA
LE COSE DIVERSE,
TALVOLTA MOLTO
DIVERSE.

E. Boncinelli, 2008

Design per la sostenibilità e l'innovazione sociale



DESIGN PER LA SOSTENIBILITÀ SOCIALE.

UN MODELLO PER LA PROMOZIONE ED IL RAFFORZAMENTO DELLE COOPERATIVE SOCIALI



Fasi di
lavorazione,
Altre mani.

Debora Giorgi, Irene Fiesoli

Il design, come fattore strategico di innovazione, può offrire una serie di metodologie, strumenti e tecniche utilizzabili nelle diverse fasi del processo di innovazione (*design thinking*), con ricadute importanti soprattutto in ambito non tecnologico, nell'incrementare il valore di nuovi prodotti e servizi. Se questo è ormai acclarato e riconosciuto per quanto riguarda i settori produttivi tradizionali¹, è soprattutto nell'ambito di modelli e organizzazioni non tradizionali come quelli tipici della cooperazione sociale e del *non profit* che strumenti come il *co-design*, lo sviluppo di modelli basati sul Web, l'ampliamento e lo sviluppo di piattaforme e di network anche a livello europeo (living Lab), possono contribuire a rafforzare i partenariati tra gruppi di ricerca multidisciplinari e aiutarci a comprendere le questioni trasversali e la sostanza di problematiche complesse. Come afferma Ezio Manzini (2015), il design per l'innovazione sociale è tutto quello che un progettista esperto può fare per attivare, sostenere e orientare i processi di cambiamento sociale in funzione della sostenibilità.

In questo senso quindi il design si pone come strumento per generare innovazione anche a livello sociale, in ottica della creazione (o meglio co-creazione) di prodotti e servizi, economicamente, ecologicamente e socialmente sostenibili, capaci di generare valore aggiunto e benefici sia per il diretto utilizzatore sia, più in generale, per la società stimolando e promuovendo comportamenti e attitudini virtuose e di cooperazione.

La sostenibilità sociale è un concetto molto ampio e difficilmente inquadrabile poiché investe numerosi aspetti. Una interessante definizione della sostenibilità sociale è quella di Stephen McKenzie (2004), nel suo articolo *Social Sustainability: Towards some definitions*, afferma:

Social sustainability is a life-enhancing condition within communities and a process within communities that can achieve that condition.

In questo articolo Mc Kenzie enumera una serie di indicatori misurabili² e, soprattutto, indi-

¹ A tal proposito si cita il documento della Commissione Europea *Design as a driver of user-centred innovation*, che analizza in profondità il contributo del design all'innovazione e alla competitività, mettendo in luce come le aziende che investono in design tendano ad essere più innovative, con un conseguente aumento dei profitti e una crescita più veloce rispetto a quelle che rimangono in ambito tradizionale.

² Gli indicatori suggeriti da Mc Kenzie sono i seguenti: equità d'accesso ai servizi chiave (ad esempio sanità, educa-

vidua tre meccanismi capaci di descrivere le azioni che rendono possibile il processo di sostenibilità sociale:

1. meccanismi che permettono ad una comunità di identificare collettivamente le sue capacità e i suoi bisogni;
2. meccanismi che permettono ad una comunità di soddisfare i suoi stessi bisogni, dove possibile attraverso un'azione collettiva;
3. meccanismi di difesa politica per soddisfare le esigenze che non possono essere soddisfatte con l'azione della comunità.

Per quanto ci riguarda, come progettisti di design, l'elemento chiave di queste considerazioni è relativo agli impatti sociali (*social footprint*) che si generano con la progettazione di prodotti e servizi che investono dal produttore all'utente fino alla società nel complesso.

Il primo passo è costituito indubbiamente dalla necessità di individuare all'interno delle comunità stesse le capacità auto-generate di dare risposta ai bisogni. Sono quelle che Manzini (2004, 2015) definisce capacità progettuali diffuse o design diffuso e che fa sì che tutta la società possa essere vista come un grande laboratorio in cui si producono forme sociali, soluzioni e significati inediti, in cui si crea cioè innovazione sociale.

In questa arena in cui tutti dovrebbero essere progettisti i designer si collocano come 'specialisti del progetto' che agiscono all'interno di una rete più complessa di attori/interlocutori (imprese, ma anche istituzioni, enti locali, associazioni non profit ed utilizzatori finali) come particolari facilitatori di processo: specialisti del progetto che usano le loro specifiche capacità per fare succedere eventi orientati ad un risultato. (Manzini, 2004, p. 22)

Il designer quindi si pone come mediatore e catalizzatore di conoscenze e può guidare il processo di un'innovazione che non nasce solo come risposta al mercato — *market pull* — o per l'applicazione di novità tecnologiche — *technology push* — ma capace di dare alle cose un senso in grado di interpretare ed anticipare potenziali domande della società: *Design driven innovation* (Verganti, 2009).

L'occasione per sperimentare queste metodologie è venuta dal progetto *Social Design Network* sviluppato nell'ambito dello *Studio di fattibilità per promozione e rafforzamento della presenza delle cooperative sociali di inserimento lavorativo in settori complessi e/o ad alto profilo attraverso la creazione di strumenti innovativi di filiera* finanziato dal Mi-

zione, trasporti, casa e svaghi); equità tra le generazioni; un sistema di relazioni culturali che valorizza e protegge gli aspetti positivi delle diverse culture presenti e che supporta l'integrazione culturale; la diffusa partecipazione politica dei cittadini (elezioni e attività politica, soprattutto locale); un sistema di trasmissione della consapevolezza sulla sostenibilità sociale tra le generazioni; un senso di responsabilità comunitario per mantenere quel sistema di trasmissione.

nistero dello Sviluppo Economico, nel *Programma di promozione e sviluppo del movimento cooperativo*, in cui il nostro ruolo come gruppo di lavoro del Laboratorio di Design per la sostenibilità, era quello di lavorare alla definizione di un modello per la promozione ed il rafforzamento delle cooperative sociali attraverso la creazione di strumenti innovativi di filiera. Il progetto, coordinato da COSM Consorzio Operativo Salute Mentale soc.coop a cui partecipavano 8 cooperative sociali di tipo B e AB, AICCON e CSM — Centro Sperimentale del Mobile e dell'Arredamento / did — Distretto degli Interni e Design, ha fornito la possibilità di sperimentare strategie *design driven* di progettazione, comunicazione e servizio, per un nuovo scenario di imprese sociali basate sull'offerta di servizi socio-sanitari ed educativi, ma anche attività di vario genere, finalizzate all'inserimento nel mercato del lavoro di persone svantaggiate.

Le cooperative sociali di tipo 'B' o 'AB', disciplinate in Italia dalla Legge 381/1991, sono partner ed allo stesso tempo beneficiarie del progetto. Per statuto operano, tra l'altro, nella produzione di prodotti o servizi attraverso il lavoro di soggetti svantaggiati appartenenti alle fasce sociali protette come psichiatria, tossicodipendenza, detenzione carceraria con l'obiettivo dell'inserimento lavorativo.

La prima fase del progetto è consistita in un'analisi SWOT delle cooperative sociali coinvolte nel progetto, condotta con un approccio partecipativo e volta ad individuare da una parte le competenze e i bisogni e dall'altra gli obiettivi specifici e le azioni da intraprendere. Questa analisi è stata accompagnata da un'indagine sulle *best practices* a livello nazionale ed internazionale allargando per quanto possibile il campo a settori ed esperienze affini anche se non necessariamente identiche (inserimento lavorativo persone svantaggiate). Questo allargamento ha permesso di individuare anche possibili sinergie e contaminazioni, come ad esempio quelle tra il mondo del *profit* e del *non profit*. Attraverso questa fase quindi si è giunti a definire come sotto-obiettivi specifici:

- favorire l'inserimento lavorativo di soggetti svantaggiati, che reinseriti in realtà sociali e lavorative ridurranno l'impatto sociale ed economico, divenendo un'opportunità di sviluppo e di innovazione;
- favorire il coinvolgimento dei soggetti svantaggiati nella fase di progettazione del prodotto (co-design), non solo in quella di realizzazione, con l'obiettivo di ottenere prodotti unici, elevando, grazie all'apporto e al coinvolgimento del designer, gli standard di mercato;
- stimolare il cambiamento delle modalità dell'acquisto, che sempre più deve diventare consapevole ed orientato verso prodotti eticamente sostenibili;
- stimolare collaborazioni e sinergie produttive tra aziende del settore profit e del non profit. La comunicazione fra questi due mondi appare complessa visto che fino ad oggi diffi-

cilmente hanno operato insieme; per questo entra in gioco il design, inteso come tessitore di legami, tramite e catalizzatore, creando quindi una terza via (impresa sociale) che coniughi i valori e gli obiettivi del non profit e la concretezza gestionale del mondo del profit.

L'analisi ha messo in luce anche particolari elementi di fragilità delle imprese sociali, tra questi una certa debolezza delle produzioni sul piano estetico/formale, funzionale/prestazionale e di comunicazione/marketing.

Il valore sociale di queste produzioni costituisce in realtà il vero valore aggiunto ma deve essere adeguatamente raccontato e comunicato se si vogliono attivare strategie efficaci di servizio alla vendita. E questo valore non deve essere narrato inducendo semplicemente l'acquisto 'una tantum': deve essere superata una certa modalità di 'beneficienza' che non può avere risultati sostenibili nel tempo. Le imprese sociali — tradizionalmente non orientate al mercato —, con adeguati strumenti possono al contrario, sviluppare un progetto di sistema prodotto destinato ad un mercato sempre più sensibile a tematiche sociali, etiche e sostenibili.

Per raggiungere questi risultati si è deciso di procedere lavorando su tre assi strategici:

a. di prodotto con il co-design di alcune collezioni pilota, realizzati dalle imprese sociali attraverso:

- individuazione delle tematiche della collezione e del contributo delle singole cooperative;
- elaborazione delle politiche di miglioramento prestazionale, funzionale e formale dei prodotti e messa a punto di un disciplinare per l'adozione di un marchio *Social Design Network*;

b. di comunicazione con la concezione di un piano centrato sul raccontare il valore aggiunto del progetto, mostrando ciò che avviene all'interno delle cooperative sociali e come le persone svantaggiate, impiegate al loro interno, lavorino e si dedichino ai prodotti. Questo attraverso:

- installazioni multimediali che permettano di 'vivere un'esperienza' e quindi di far partecipare l'utente al mondo sociale e a ciò che rappresenta;
- sito internet finalizzato alla presentazione dell'attività delle cooperative rivolto a veicolare i contenuti sociali del progetto e a presentare le capacità tecnico-produttive ai designers;
- attivazione di link strutturati con siti e social di riferimento;

c. di servizio:



- coinvolgimento del fruitore nella fase di progettazione e valutazione del prodotto secondo i principi dello user centered design, dell'open design e del co-design;
- temporary shop, come punto vendita, di feedback con varie tipologie di utenza e di diffusione e comunicazione del messaggio veicolato dai prodotti;
- strutturazione di link con social e piattaforme e-commerce e di co-design esistenti in ottica di moltiplicare i contatti degli utenti con i prodotti e con il messaggio che le cooperative vogliono promuovere.

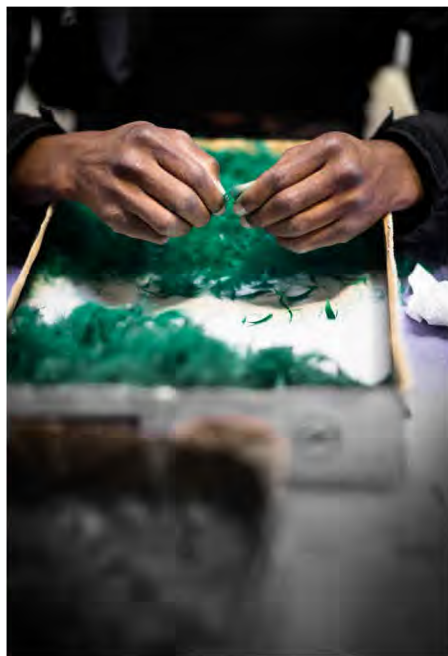
In questa ottica gli output diretti di progetto si sono concretizzati in:

1. Definizione di alcune collezioni pilota di prodotti co-progettate tra designers del Laboratorio e cooperative sociali partner e che potranno essere realizzate da queste ultime.
2. Una piattaforma web finalizzata ad intercettare l'offerta d'innovazione diffusa della rete — open innovation / open design attraverso l'apertura di call mirate ai progettisti. La valutazione dei concept di progetto da parte della rete e da parte di un comitato tecnico-scientifico in ottica mercato.
3. Un *marketplace* interno alla rete con l'obiettivo di condividere processi produttivi e know-how per permettere la scalabilità in ottica di *open design*.
4. Un'agenzia di comunicazione condivisa per attivare campagne di promozione online.
5. Un'identità sociale comune e riconoscibile attraverso un *brand*/marchio. Il Marchio è associato a un disciplinare che identifica e regolamenti i requisiti per l'attribuzione.

Basandoci sulle nostre esperienze e competenze, ci siamo comunque mossi a partire dal prodotto nell'accezione prefigurata da Sabeto:

Il prodotto può essere dunque inteso come sistema complesso e anche l'agire progettuale cambia così di significato: diventa transdisciplinare, in grado di connettere punti di vista diversi e di tessere competenze e funzioni interdisciplinari. Il design è parte del processo di relazione tra differenti discipline: il progettista si mette a confronto con un intero gruppo costituito da differenti e complementari discipline, saperi ed esperienze, grazie alla sua forma mentis, che gli permette di confrontarsi e di lavorare all'interno di un gruppo multidisciplinare che collabora con le aziende nel processo di innovazione. (Sabeto, 2012)

Per la definizione del brief delle collezioni pilota il ragionamento ha mosso da alcune considerazioni iniziali legate al mercato, con la già descritta crescente attenzione per prodotti a connotazione sociale; dalla necessità di individuare topic condivisi, facilmente comunicabili e coerenti con il mercato di riferimento e dalle specificità delle cooperative coinvolte — capacità produttive, prodotti tradizionalmente realizzati e commercializzati.



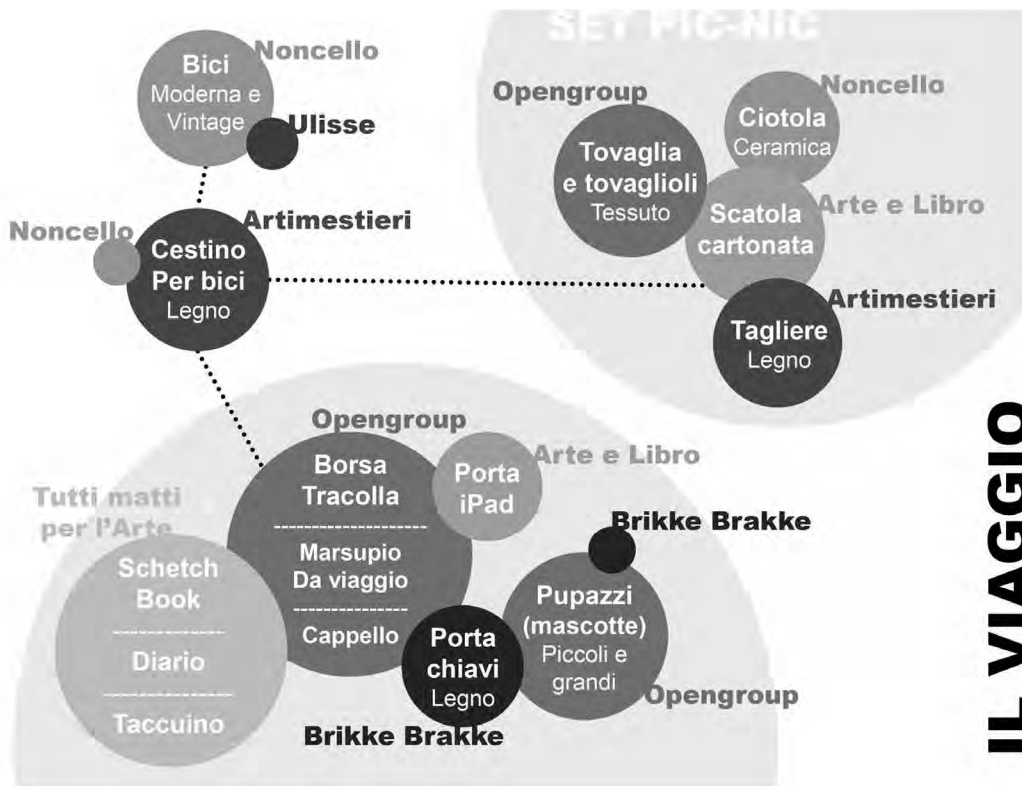
In concreto, relativamente alla produzione, tre strade apparivano percorribili: l'utilizzo di prodotti esistenti, il redesign di quelli in catalogo e la definizione di nuove tipologie di prodotto.

La definizione delle ipotesi di collezioni è stata affidata ad un brainstorming guidato da Leonardo Chiesi e Paolo Costa (sociologi dell'Università di Firenze, esperti di tecniche di ricerca creativa). Al brainstorming hanno partecipato anche: Giuseppe Lotti (UNIFI), Michela Vogrig, Elena Canciani (AICCON), Debora Giorgi (UNIFI), Ilaria Bedeschi, Irene Burroni (CSM), Gaetano Torrisi (UNISI), Valentina Frosini, Marco Marseglia, Irene Fiesoli, Di Wang, Nadia Gutnikova (UNIFI), Arte e libro onlus (Udine), Cooperativa sociale Brikke Brakke (Livorno), Coop Noncello (Pordenone), Quadrifoglio onlus — Tutti matti per l'arte (Arcidosso), Ulisse Cooperativa sociale — Piede libero Ri-cicli (Firenze), Era cooperativa sociale — Che follia.

Il lavoro si è svolto con una prima parte di discussione libera e una seconda finalizzata a dare concretezza alle collezioni di riferimento.

In dettaglio dal brainstorming sono emerse alcune idee di collezione pilota tra le quali ne sono state selezionate due da approfondire:

- *Viaggio*, come scenario maggiormente attuabile. Potrà infatti svilupparsi partendo dai prodotti già esistenti nei cataloghi delle varie cooperative, apportando piccole modifiche che permettano di rinnovarli e renderli coordinati tra di loro.



IL VIAGGIO

↑
Il viaggio,
 concept
 collezione pilota.

- *Filiera agroalimentare*, ipotizzata come scenario futuro di interesse ma che comporterebbe la creazione ex novo, o quasi, di nuovi prodotti. Sarebbe inoltre necessario coinvolgere imprese agroalimentari o enti sociali che lavorano in questo ambito e creare quindi tutto il materiale di imballaggio e di comunicazione legato agli alimenti specifici che coltivano e vendono.

Si è trattato poi di definire il ruolo di ciascuna cooperativa — *chi fa che cosa* — all'interno della singola collezione.

Tra le ricadute più interessanti di questa attività è emersa la forte volontà da parte di diverse cooperative presenti, oltre che di realizzare una collezione comune strettamente legata al progetto, di dare vita ad una collaborazione strutturata riconoscendo che molte delle singole competenze e capacità potevano valorizzarsi reciprocamente. Così i disegni e le opere pittoriche realizzati da Brikke Brakke possono diventare una delle illustrazioni dei lavori di cartotecnica e di editoria realizzati da Il Quadrifoglio, oppure delle decalco-

manie per personalizzare le bici di A Piede Libero. Questo, alla fine, sebbene inaspettato, ci è sembrato quasi uno dei risultati più importanti, poiché ci siamo resi conto del fatto che, anche solo attraverso semplici operazioni di contaminazione e di cross fertilisation, si possono rapidamente attivare processi innovativi.

Rispetto allo scenario specifico in cui si sviluppa la ricerca *Social Design Network* l'impatto appare importante se consideriamo che l'inserimento lavorativo di soggetti svantaggiati avrà delle ricadute dirette, introducendo sul mercato prodotti e servizi a valore sociale aggiunto e favorendo la sensibilizzazione del mercato stesso ad un acquisto più consapevole e orientato alla sostenibilità con evidenti impatti sul miglioramento delle condizioni di vita delle persone e dell'ambiente.

Riferimenti bibliografici

Manzini E. 2015, *Design, When Everybody Designs. An Introduction to Design for Social Innovation*, MIT-Press, Cambridge.

Manzini E., Bertola P. 2004, *Design Multiverso. Appunti di fenomenologia del design*, Edizioni Poli.Design, Milano.

McKenzie S. 2004, *Social sustainability: Towards some definitions*, Hawke Research Institute, Working Paper Series n. 27, Hawke Research Institute, University of South Australia, Magill.

Rizzo F. 2009, *Strategie di co-design — Teorie metodi e strumenti per progettare con gli utenti*, Franco Angeli, Milano.

Sabeto C. 2012, 4. 2 *Design Direction. Strategie Design Oriented*, in R. Fagnoni, G. Puri, C. Sabeto, *Design activities: formazione e produzione: esperienze di ricerca in 50 storie*, Genova University Press, Genova.

Verganti R. 2009, *Design-driven Innovation: Changing the Rules of Competition by Radically Innovating what Things Mean*, Harvard Business Press, Boston.

QUANDO MI CHIEDONO
CHI È IL MIGLIOR
PROGETTISTA CHE
CONOSCO, RISPONDO:
UN VECCHIO
CONTADINO CHE
PIANTA UN BOSCO DI
CASTAGNI.
NON LO PIANTA
PER SÉ, MA PER I
NIPOTI.

Enzo Mari, 2011



Finito di stampare per conto di
didapress
Dipartimento di Architettura
Università degli Studi di Firenze
Aprile 2017



Il libro affronta il tema del contributo del design alla sfide della sostenibilità intesa nella sua accezione più ampia, non solo ambientale ma anche sociale e culturale. Nella varietà dei contributi proposti la complessità delle sfide — dal miglioramento della qualità ambientale di prodotti e processi di aziende e sistemi territoriali d'impresе al design per la cooperazione internazionale con una particolare attenzione al Mediterraneo come scenario cruciale, dal lavoro con imprese sociali alla valorizzazione dei piccoli territori fino all'educazione alla sostenibilità, centrale per la definizione di un diverso modello di sviluppo.

Progetti di ricerca diversi, per tematiche, interlocutori, tempistica, impegno.

PROVE, con gli inevitabili limiti di ogni sperimentazione.

Giuseppe Lotti è professore ordinario di Disegno Industriale e Presidente del Corso di Laurea Magistrale in Design all'Università di Firenze.

Debora Giorgi, architetto, Ph.D., è assegnista di ricerca al Dipartimento di Architettura dell'Università di Firenze. Si interessa alle tematiche della sostenibilità con una particolare attenzione al Patrimonio e ai Sud del mondo.

Marco Marseglia, designer, Ph.D., è assegnista di ricerca al Dipartimento di Architettura dell'Università di Firenze. I suoi interessi sono legati principalmente al design per la sostenibilità ambientale.

ISBN 978-88-9608-082-5



9 788896 080825

€ 25,00