

circular craft







**new
perspectives
of making**

circular craft

a cura di
**giuseppe lotti
debora giorgi
marco marseglia
eleonora trivellin**



Circular craft nasce in occasione di MIDA | Mostra Internazionale dell'Artigianato 2019 come riflessione su una delle tante declinazioni del fare artigiano contemporaneo new perspective of making.

I testi introduttivi fanno di *Circular craft* non solo un catalogo ma un libro che si interroga sul contributo del design alle sfide dell'economia circolare.

progetto grafico

didacommunicationlab

Dipartimento di Architettura
Università degli Studi di Firenze

Susanna Cerri
Federica Giulivo



didapress

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

© 2020
ISBN 978-88-3338-095-7



Stampato su carta di pura cellulosa Fedrigoni Arcoset



indice

introduzione leonardo basilichi	8
prefazione. per un nuovo paradigma circolare fausto ferruzza	10
circular design giuseppe lotti	15
pensare in modo circolare pietro meloni	29
circular economy e traditional knowledge system: due paradigmi a confronto debora giorgi	41
I antologia delle cose reali margherita vacca	51
design neghentropico marco marzulli	57
il design 4.0 nei territori circolari irene fiesoli	67
economia circolare come innovazione sociale claudia morea	75
la nuova generazione dei crafters elisa matteucci	83
la mostra	87
reduce	89
reuse	105
recycle	123
relation	161
restart	177
architettura e design a firenze. the new perspective of making eleonora trivellin	185
camminare nello spazio. il progetto dell allestimento francesco cantini, alessio tanzini	197
design sulla luna lu ji	201
da consumatore a cittadino. la comunicazione della sostenibilit come sistema di valori susanna cerri	205



(B)ecycle



introduzione

leonardo basilichi

presidente di Firenze Fiera

Con MIDA 2019 Firenze Fiera ha voluto far vedere che il tema della sostenibilità ambientale non è più solo un argomento per scienziati o per dibattiti socio-politici, ma è entrato a pieno diritto nel lavoro di molte imprese, anche grazie alle collaborazioni avviate sempre più spesso con il mondo universitario.

Nei decenni passati, la mentalità usa e getta ha generato sviluppo e ha avuto il pregio della praticità, ma produrre un ingente mole di rifiuti significa far crescere i costi e i problemi per le imprese e per i cittadini, oltre che l'inquinamento. Da qui l'avanzata dell'economia circolare, dove tutto si riusa e gli scarti diventano risorse: un paradigma molto più sano sul piano ambientale e ormai anche una scelta economicamente conveniente.

Nasce da queste sollecitazioni l'esposizione Circular Craft, curata da DIDA (Dipartimento di Architettura) dell'Università di Firenze all'interno di MIDA 2019, la Mostra Internazionale dell'Artigianato, di cui questo volume ne rappresenta un prezioso catalogo.

Un anno fa la sostenibilità sembrava una sfida, oggi il cambio di mentalità appare chiaro, evidenziato da una nuova sensibilità del mercato, accompagnata da nuove scoperte scientifiche

e dalla revisione di molte normative. In questo senso, l'anno della sostenibilità è andato avanti molto più velocemente dell'anno solare. E MIDA 2020 è l'occasione per mostrarlo chiaramente. Le produzioni che nascono dagli scarti industriali non sono un sottoprodotto destinato solo a quei cittadini più sensibili sul fronte ambientale, ma esprimono vere e proprie elaborazioni di altissimo design, che hanno anche il valore aggiunto di essere state ideate in modo circolare, partendo da scarti di altre lavorazioni.

Insomma, l'artigianato circolare rappresenta oggi una tappa fondamentale lungo la strada dell'ecosostenibilità e dell'innovazione, oltre a dare nuova linfa a un settore che non può relegarsi alla sola attualizzazione di tecniche del passato. Seguire la logica della sostenibilità può, dunque, rappresentare la via maestra per molte imprese artigiane di oggi. E per i loro clienti di domani.

prefazione

per un nuovo paradigma circolare

fausto ferruzza

segreteria nazionale di Legambiente;
presidente di Legambiente Toscana

Per noi di Legambiente è stato naturale e utile patrocinare la splendida esposizione del DiDA *Circular Craft* alla 83^a Mostra dell'Artigianato di Firenze (2019). Naturale e utile perché la proposta di un nuovo modello di sviluppo, che accompagni la transizione dal modello lineare basato sull'assunto fisico *produci, consuma, dismetti* a un modello circolare, strettamente incardinato agli imperativi ecologici *riduci, riusa, ricicla* significa per noi applicare compiutamente il dettato statutario. In un certo senso, aspirare a cambiare il mondo, partendo dal basso. Dalle cose più minute, dall'artigianato appunto, fino alla pianificazione e programmazione dei grandi asset economici.

Infatti, assumere onestamente l'assunto circolare nelle politiche degli spazi pubblici porta conseguenze enormi. Perché avere questa nuova consapevolezza mentre imperversa la più grave crisi climatica che il nostro Pianeta abbia mai conosciuto, significa prender coscienza del fatto che anche le nostre città dovranno sopportare trasformazioni e adattamenti di natura epocale. In vista di una loro auspicabile e necessaria resilienza. Consumo di suolo vergine zero non significa infatti immobilismo inerziale. Al contrario, questo input radicale ci obbliga moralmente

*Il risultato è questo: che più Leonia espelle roba
più ne accumula; le squame del suo passato si saldano
in una corazza che non si può togliere; rinnovandosi
ogni giorno la città conserva tutta se stessa nella sola
forma definitiva: quella delle spazzature d'ieri che
si ammucchiano sulle spazzature dell'altro ieri e di
tutti i suoi giorni e anni e lustri*

Italo Calvino, *Le città invisibili*, 1972

a recuperare, riqualificare, rigenerare meglio quei tessuti urbani letteralmente sfregiati da una crescita dissennata e senza qualità. La pur meritoria stagione degli *standard urbanistici* (cit. DM 1444/1968), che ha salvato il salvabile all'indomani del boom economico, dotando quanto meno di stock minimi di spazi pubblici e di verde le nostre città, va superata e non al ribasso. Bensì ribaltando totalmente l'ottica con cui approcciamo il bene comune suolo. In un comparto urbano del XXI secolo, al tempo del *global climate change*, l'area verde permeabile all'acqua non può più essere l'eccezione, come è stata nella città moderna della crescita lineare fordista. Deve essere la regola.

Per l'economia circolare, d'altronde, la parola rifiuti non rappresenta che un ossimoro. ☐ il secondo principio della termodinamica ad averci insegnato che ☐ niente si crea e niente si distrugge ma tutto si trasforma. Aggiungiamo noi: degradandosi un po' a ogni reazione avvenuta. ☐ proprio la coerenza rigorosa col nostro approccio scientifico che ci fa dire che il problema degli scarti urbani (RSU) costituisce 1/4 del problema complessivo dei rifiuti nel nostro Paese e non solo. Ben 3/4 della produzione complessiva dei rifiuti riguarda infatti quelli di provenienza indu-

striale (speciali, pericolosi e non). Fatta questa doverosa premessa, che quantitativa ma anche sostanziale, occorre aggiungere che concentrarsi e impiccarsi ai numeri della sola Raccolta Differenziata può risultare fuorviante. Certo, fondamentale differenziare bene gli scarti del nostro metabolismo urbano. Ma altrettanto importante creare le condizioni dal punto di vista politico, tecnologico, sociale, affinché» dopo la raccolta, comunque sia attuata, si creino delle filiere industriali per accogliere quella materia prima seconda che si appena conferita. Per dare respiro concreto a questo ulteriore e imponente sforzo collettivo che l'era circolare ci richiede, dobbiamo sapere che occorrono nuove sofisticate tecnologie. E soprattutto nuovi impianti. Ove si stocca, si seleziona, si ricicla, si trasforma questa enorme quantità di materia confinata momentaneamente nel limbo. Una materia potenzialmente generatrice di altra materia, che si incarnerà in nuovi prodotti, ma anche e soprattutto in un nuovo design. Insomma: in un futuro possibile.

La sfida impiantistica interroga le città, ma interroga soprattutto i cittadini che le abitano. Perché» non esistono allo stato dei fatti degli impianti ad impatto zero. E la loro localizzazione

sempre e comunque critica sul piano sociale. Da questo punto di vista, ammesso e non concesso che si ristabilisca una relazione fiduciaria accettabile tra istituzioni e comunità locali, tra elettori e decisori, cosa che peraltro auspichiamo caldamente, quel che sappiamo è che ciascun Ambito Territoriale Ottimale (e quindi ogni città) nel prossimo futuro dovrà pianificare e realizzare i suoi impianti per riciclare effettivamente la sua frazione umida, la sua carta, il suo vetro, le sue plastiche. E dovrà farlo, possibilmente, rispondendo a criteri di responsabilità, di prossimità e di efficacia economico/finanziaria. Questo indurrà le istituzioni preposte a dover prendere decisioni potenzialmente impopolari, ma necessarie nell'economia delle cose di cui stiamo trattando. Non sappiamo se la Politica (la maiuscola non è affatto casuale) saprà affrontare col coraggio richiesto questa fase così turbolenta della nostra storia, sappiamo per esperienza, per dirla con Fiodor Dostoevskij, che

solo la bellezza (intesa qui come valore universale supremo, scevro di estetismi volgari) può salvare il mondo

The approach is transdisciplinary and involve scientists, engineers, advocates for social environmental justice, artists, and philosophers, who apply their conjoined knowledge toward a more harmoniosus and renenerative future.

The challenges to our planet today are so complex that they cannot be solved by one discipline. Design is the bridge. It translates scientific ideas and discoveries into real world applications.

M Quaid, 2019

circular design

giuseppe lotti

Negli ultimi anni la sensibilità del design verso le tematiche della sostenibilità, intesa nella sua accezione più ampia ambientale, socio-culturale ed economica, fortemente aumentata. Dagli anticipatori studi di Tomás Maldonado (Maldonado, 1971), Victor Papanek (Papanek, 1973), Gui Bonsiepe (Bonsiepe, 1975), fino alle mature ricerche di Ezio Manzini (Manzini, 1990; Manzini, Vezzoli, 2007), il dibattito si è evoluto e crescente, anche se non sempre supportato scientificamente (si pensi al problema del *greenwashing*), appare l'impegno del mondo produttivo.¹ Così Carlo Vezzoli, relativamente alla ricerca e didattica:

la scelta di *materiali / energie a basso impatto* e l'*LCD/ecodesign* di prodotto si posizionano ad un buon livello di consolidamento e un discreto livello di offerta didattica.

Per il *design di sistemi eco-efficienti* il livello di consolidamento inferiore e le offerte formative, come anche logico, sono più episodiche.

Sul fronte del *design per l'equità sociale* poco è stato elaborato a livello teorico (, come si dice, un nuovo fronte della ricerca) e ovviamente minime sono le proposte didattiche. (Vezzoli, 2007, p.252)

Emblematica della maturità del dibattito l'esposizione *Broken nature* curata da Paola Antonelli alla XXII Triennale di Milano:

Fino ad oggi gran parte del design è stato uno strumento potente dell'antropocene, con la specie umana saldamente al centro e gli interessi umani al cuore dei suoi obiettivi. Il design dovrebbe essere centrato non solo sull'essere umano, ma sul futuro della biosfera (Antonelli, 2019, p. 19).

Con conseguenti critiche all' *user centred design* che

può benissimo essere considerato sinonimo di design centrato sulle grandi aziende, il design incentrato sulla persona riflette in realtà una visione antiquata e antropocentrica della realtà. È tempo di rimediare con una buona dose di design altruistico e allocentrico (Antonelli, 2019, p.21).

¹ Per una sistematica trattazione dell'attenzione del design verso le tematiche della sostenibilità si rimanda ai testi Lotti, Giorgi, Marseglia, 2017; Marseglia, 2018, che, oltre a ricostruire l'attuale dibattito, presentano la posizione di LDS - Laboratorio di Design per la sostenibilità dell'Università degli Studi di Firenze in materia.

Il concetto di design ricostituente che

studia i molteplici legami che collegano gli esseri umani ai loro ambienti (economico, sociale, culturale e politico) e ad altre specie (animali, piante, microrganismi o l'intero albero della vita), in ogni ordine di grandezza e in tutti i sistemi (Antonelli, 2019, p.19).

Mentre sul catalogo della mostra *Nature collaborations in design* del Cooper-Hewitt Museum:

The approach is transdisciplinary and involve scientists, engineers, advocates for social environmental justice, artists, and philosophers, who apply their conjoined knowledge toward a more harmonious and regenerative future. The challenges to our planet today are so complex that they cannot be solved by one discipline. Design is the bridge. It translates scientific ideas and discoveries into real-world applications. (McQuaid, 2019, pp.6-9)

Crescente appare anche la consapevolezza del legame tra le sfide della sostenibilità e il modello di Impresa 4.0 e in tal senso centrali risultano gli scenari propri di Agenda 2030.

Una riflessione sulla nuova rivoluzione industriale sarebbe priva di senso se non venisse inquadrata - nelle - prospettive globali proposte dalle Nazioni Unite, come essenziali per lo sviluppo dei prossimi decenni. Intendere Industria 4.0 solo come la messa in linea di robot per la produzione di beni commerciali, o ridurre 4.0 alla digitalizzazione delle attività di produzione e scambio individuali, senza tener conto della dimensione dei problemi che oggi si aprono al mondo globalizzato, sarebbe svilire il senso stesso di rivoluzione che si vuol dare a questa trasformazione produttiva. L'emergere di necessità di intervento su queste aree tipicamente definibili come beni pubblici dimostra come si aprano opportunità di sviluppo per economie capaci di coniugare capacità di innovazione produttiva e apparati scientifici e tecnologici in grado di affrontare grandi sfide globali, la cui mancata soluzione minaccia di costituire devastanti esternalità negative per la crescita dell'intero pianeta. Se Industria 4.0 si limitasse alla risoluzione dei problemi legati al consumo individuale, non avrebbe quel carattere di sconvolgimento generale che un'espressione così impegnativa come *rivoluzione industriale* implica; il banco di prova più significativo per la produzione digitale iperconnessa sarà affrontare il grande tema dei beni comuni, cioè come gestire in tempo reale i grandi temi della vita collettiva di oggi, dal cambiamento climatico alla gestione dei grandi centri urbani, dalla sicurezza di tutti al diritto di ognuno alla privacy (P. Bianchi, 2018, pp.68-70).

All'interno di questo crescente interesse verso le problematiche ambientali una posizione particolare è occupata dalla tematica dell'economia circolare.

Pur non esistendo un'univoca definizione di economia circolare - per Emanuele Bompan, ad oggi esistono più di 140 sfumature diverse (Bompan, in Stahel, 2019) - i termini della questione si sono nel tempo affinati:

What is a circular economy? Looking beyond the current take-make-waste extractive industrial model, a circular economy aims to redefine growth, focusing on positive society-wide benefits. It entails gradually decoupling economic activity from the consumption of finite resources, and designing waste out of the system. Underpinned by a transition to renewable energy sources, the circular model builds economic, natural, and social capital. It is based on three principles: Design out waste and pollution; Keep products and materials in use; Regenerate natural systems. (Ellen MacArthur Foundation)

Ciò nella consapevolezza che il modello è sempre stato praticato dalla natura

Se si vogliono adottare soluzioni per migliorare la vita dell'uomo sul pianeta, per inventare nuove tecnologie e strumenti, cosa c'è di meglio che guardare alla natura come fonte di ispirazione? In un certo senso l'uomo l'ha sempre fatto. (Mancuso in Mancuso, Petrini, 2015, p.59)

Evidente anche le cause alla base della centralità della tematica.

Il modello tiene insieme motivazioni ambientali irrinunciabili ed opportunità di business. Tanto gli ottimisti quanto i pessimisti (rispetto alla questione ambientale, ndr.) tendono sempre di più a concordare sul fatto che l'attuale modello di produzione e consumo è piuttosto distante da quello compatibile con i vincoli planetari, e che sono necessarie drastiche azioni correttive.

La fortuna dell'economia circolare, nella comunità scientifica come a livello mediatico e persino politico, da questo punto di vista, rappresenta un punto di svolta, proprio perché sancisce un accettabile compromesso, almeno temporaneo, tra le fazioni (Massarutto, 2019, p.34).

Un'attenzione che oggi si esprime a livello europeo con l'approvazione del PEC - Pacchetto Economia Circolare² che precisa i termini della questione: obiettivi di riciclaggio dei rifiuti urbani, nuovi obiettivi di riciclaggio dei rifiuti di imballaggio, raccolta differenziata, riduzione graduale dei rifiuti messi in discarica, incentivi, prevenzione, razionalizzando la normativa esistente.

Crescente appare anche la consapevolezza del ruolo che può giocare l'Italia in tale scenario. L'Italia è un paese leader sul tema: così come emerge dalla ricerca condotta da Enel e Symbola *100 italian circular stories*. Tra i grandi Paesi europei l'Italia è quello con la quota maggiore di recupero di materia prima nel sistema produttivo: il 18,5%. (Enel, Symbola, 2018) anche se spesso non ne siamo consapevoli: «Lo sappiamo già fare, ma non sappiamo di saperlo» (Massarutti, 2019, p.172).

² Pubblicato nel 2018, recepito entro luglio 2020.



L'Italia, l'ingegno e la capacità imprenditoriale italiana, hanno trovato stimolo nella relativa carenza di materie prime. La nostra capacità industriale... non è mai stata fondata sulla disponibilità di risorse a basso prezzo, ma sul sapere e l'innovazione, sullo studio dei problemi e la ricerca di soluzioni talmente eleganti e belle da riuscire a trovare spazi di mercato nel mondo (Ciafani, Poggio, in Bompan, Brambilla, 2016).

Le motivazioni di tale posizione di avanguardia sono molteplici:

- la strutturale mancanza di risorse che nel tempo ha necessariamente stimolato la creazione di soluzioni alternative – “... i pratesi si son messi a far pannilani con i rifiuti di tutto il mondo” (Curzio Malaparte, 1956);
- trascorsi storici – si pensi all'autarchia imposta al Fascismo dalle sanzioni internazionali e la conseguente necessità di operare nella creazione di nuovi materiali. Così Federica Dal Falco:

L'economia di tipo autarchico, impostata fin dai primi anni venti (Giardina, Sabatucci, & Vidotto, in Dal falco), si sviluppò in Italia in modo graduale. Ma il rinnovamento industriale basato sullo sfruttamento delle risorse nazionali venne definito in modo inequivocabile il 23 marzo 1936 con il discorso di Mussolini alla seconda Assemblea nazionale delle corporazioni.

Il postulato era essenziale: raggiungere nel minor tempo possibile la massima autonomia economica e politica incentivando la produzione delle industrie chiave (metalli, tessili, combustibili solidi e liquidi) e perseguendo la lotta agli sprechi. Questi due obiettivi dovevano essere attuati attraverso un insieme di azioni sinergiche: l'impiego di materie prime e di energie rinnovabili; la razionalizzazione dei consumi per ridurre quelli legati a fonti fossili; l'elettrificazione dei trasporti; lo sviluppo di ricerche volte a sfruttare tutte le possibilità in grado di sostituire un consumo a un altro, anche in campo alimentare (Ans. & Marc., 1938, in Dal Falco) (Dal Falco);

- le specificità dell'industria italiana – somiglianze tra il modello distrettuale e quello di economia simbiotica, la cosiddetta 'simbiosi industriale'

... l'esperienza italiana dei distretti industriali si potrebbe rivelare estremamente feconda da questo punto di vista, potendosi avvalere di reti di collaborazione tra le imprese già strutturate (Massarutto, 2019, p.124, citando Daddi e Iraldo);

- l'abitudine a praticare *cross fertilisation* tra filiere, una caratteristica tipica dei distretti che, nel tempo, hanno sviluppato anche rapporti tra le filiere industriali e quelle agricole (si pensi a come spesso gli imprenditori del manifatturiero si sono cimentati nel settore agricolo...);
- l'importanteruolo dei Consorzi Nazionali che operano sulle diverse filiere di riferimento, coordinati dal CONAI, Consorzio Nazionale Imballaggi, fondati sulla responsabilità estesa del produttore.

Con l'economia circolare che rappresenta e può rappresentare ancora di più un'opportunità per l'Italia.

L'economia circolare può far bene al made in Italy. Ci sono tuttavia ottime ragioni per convincerci che una svolta globale verso la green economy e la circolarità può rappresentare un'occasione molto propizia per il nostro paese. Così come l'evoluzione della domanda mondiale di beni alimentari ha premiato il made in Italy per la sua vocazione ad offrire prodotti di qualità, anche in questo caso sono in gioco competenze distintive che l'Italia tradizionalmente povera di materie prime e ricca di ingegno ha dimostrato di possedere in modo superiore alla media. (Massarutto, 2019, pp.165-166)

Il tutto a prefigurare una possibile strategia di paese capace di conciliare produzioni e territori, sostenibilità e qualità della vita.

Agli europei, agli asiatici, agli americani non piacciono solo le cose che noi disegniamo e progettiamo, produciamo e vendiamo. Li affascina ciò che sta dietro questi oggetti, un universo di valori di cui intuiscono l'importanza per la creatività italiana: il nostro saper vivere, la fantasia unita alla tensione verso la qualità. Il rispetto della storia e per i grandi creativi del passato. La conservazione delle tradizioni insieme alla flessibilità. La capacità di adattare il bello all'utile, l'antico al moderno;

in questo caso una possibile vocazione per il futuro del Made in Italy: esportare non solo oggetti ma know how, soluzioni e modelli per la qualità della vita (De Benedetti, Rampini, Daveri, 299-301).

In un tale scenario il contributo che può venire dalla disciplina del design appare particolarmente significativo e a più livelli.

I motivi alla base dell'importanza del contributo sono molteplici, ma principalmente riconducibili alla capacità di:

applicare un pensiero sistemico in grado di tenere insieme elementi per i più apparentemente lontani.

bisogna rafforzare questa visione olistica in un contesto dove la primogenitura dell'economia assoluta. E dove la scienza per sua natura specialistica, o almeno, lo è diventata nella sua visione odierna (Petrini, in Mancuso, Petrini, 2015, p.19)

praticare un approccio critico alla realtà e la vocazione progettuale verso la prefigurazione di mondi *altri*; al progetto e, più in particolare, al design è stato assegnato un significato po-

litico, per la difficoltà della politica stessa di contribuire realmente alla trasformazione della società (Branzi, 1999);

rendere immediatamente spendibile l'innovazione proposta anche a livello di mercato. Al designer appare evidente la necessità di individuare forme di innovazione capaci di interpretare e, spesso, anticipare le evoluzioni del mercato; mentre spesso chi produce innovazione tecnologica è mosso dalla ricerca del nuovo senza una specifica attenzione alla immediata applicabilità.

Il design, come regia del processo, produce innovazione includendo all'interno dei percorsi teorici e scientifici ibridazioni di tecnologie disponibili, attivando un sistema in cui creatività, tecnologia e più discipline si combinano in una soluzione che è immediatamente disponibile (Scalera, 2015, p.57);

dare senso e significato all'innovazione coerenti con gli scenari emergenti. Con un'innovazione non solo come risposta al mercato *market pull* o per l'applicazione di novità tecnologiche *technology push* ma come capacità di dare alle cose un senso in grado di interpretare ed anticipare potenziali domande della società *design driven innovation* (Verganti, 2009).

In dettaglio, muovendo dalle *Le 3 vie verso l'economia circolare* è possibile individuare i seguenti livelli di intervento della disciplina del design:

RIDURRE	RIUSARE	RICICLARE
Prodotti + servizi Light design Allungare la vita dei prodotti / Economia circolare e Industria 4.0 Ridurre gli scarti e gli sfridi	Da raccolta differenziata Da dismissione Scarti e sfridi	Lavorare sulla fertilizzazione di filiere Definire scenari di utilizzo di materiali da riciclo Definire l'identità dei materiali riciclati Progettare l'estetica della sostenibilità

Ovviamente molte sfide si giocano nelle prime fasi, perché le seguenti sono legate a numerose variabili: comportamentali, logistiche, di costo.

Per ognuno dei punti sopra evidenziati è possibile individuare diversi esempi presenti alla mostra *Circular craft* e non. Qui ci piace solo ricordare alcuni casi particolarmente significativi: *Tulip box* di Droog design, in letame essiccato, che permette di eliminare l'imballaggio; la collezione di arredo *Briccole* di Riva, prodotta riutilizzando il legno dei pali (appunto le briccole) della laguna di Venezia in cui il difetto del legno diventa l'elemento connotante ed il vero valore aggiunto; il co-

nosciuto *Moscardino* di Matteo Ragni e Giulio Iacchetti, realizzato in materiali bioplastici provenienti dal mais facilmente biodegradabile; i progetti di complementi di Paolo Ulian per Cecotti collezioni di arredamento che riutilizzano gli scarti di lavorazione dell'azienda; le sperimentazioni di Sandro Santantonio, in Sikalindi, fibra di fico d'India, utilizzata nel settore dell'arredo e dell'edilizia. Mentre in altri casi la circolarità si carica anche di connotazioni sociali come le produzioni di San Patrignano Design Lab che riutilizza le barrique dell'azienda attraverso i progetti di designer ed artisti come Karim Rashid, Carlo Colombo, Daniel Libeskind, Arnaldo Pomodoro. Specifica attenzione è poi dedicata ad alcune tipologie di prodotto particolarmente rilevanti in termini di impatto come ad esempio gli imballaggi, simbolo dell'economia usa e getta (Capodici, a cura di, 2018): un prodotto che svolge numerose funzioni: permettere lo spostamento nello spazio e nel tempo del consumo di un bene, proteggerlo, conservarlo, parte del marketing mix di un prodotto

il problema quindi non è quello di limitare l'imballaggio alle funzioni di base di protezione e conservazione, ma quello di capire se siamo in grado di permetterci anche da un punto di vista ambientale, tutte le altre funzioni (Capodici, a cura di, 2018, p.25).

Ci evidenziando la complessità del tema:

La nozione di sostenibilità, secondo la sua accezione più profonda e più ampia, così come la comunità scientifica afferma e le istituzioni dedicate indicano, può fornire una chiave interpretativa per rileggere il packaging consentendoci di arrivare a correlarla, per esempio, allo spreco di risorse cognitive individuali, riconoscendo come sostenibili gli imballaggi che permettono una immediata comprensione del prodotto e delle sue caratteristiche, al fine di produrre il minimo sforzo cognitivo nel destinatario, accompagnandolo verso una scelta e un uso corretto e consapevole del contenuto e del suo contenitore (con tutte le ripercussioni che questa prospettiva porta con sé sul piano dei linguaggi) (Bucchiatti, in Capodici, a cura di, p.14).

Al contributo del design di prodotto si somma poi quello, altrettanto importante, del design dei servizi.

Significativo appare infatti il tema di una progressiva riduzione della componente di prodotto rispetto a quella di servizio, in risposta a bisogni e desideri si guardi a tematiche come quelle del car sharing o bike sharing o legate alla riduzione degli imballaggi. Perché ci avvenga necessario soprattutto un cambiamento sul piano culturale occorre spingere gli individui a desiderare la felicità oltre la proprietà (Stahel, 2019, p.15).

Simili strategie favoriscono la diffusione di un modello di business centrato sull'idea di fornitura di servizi integrati più che sulla vendita di oggetti. Mezzi di trasporto, grandi elettrodomestici, elettronica e un domani, perché no, anche oggetti di design, mobili, cucine, sanitari, caldaie, lampade fluorescenti. Certo, anche qui c'è bisogno di un sostrato (un'automobile, un frigorifero, una lavatrice), ma in compenso si sposta sul fornitore e non più sull'acquirente la responsabilità della manutenzione e del rimpiazzo, con ripercussioni potenzialmente positive sul modo con cui gli oggetti materiali saranno disegnati e assemblati (Massarutto, 2019, p.136).

Un approccio che richiede un cambiamento culturale ed un coinvolgimento dal basso, propri degli scenari dell'innovazione sociale. È il concetto di Social innovation « creative recombination of existing assets », which aim to achieve socially recognized goals in a new way. (Ezio Manzini, 2015, p. 11) E tra le tante pubblicazioni che affrontano il tema dell'innovazione sociale appare significativo *Un milione di rivoluzioni tranquille. Come i cittadini cambiano il mondo* di B»n»dicte Mamier (2016): una descrizione delle iniziative sociali, economiche ed ecologiche intraprese dalla società civile, in particolare l'operato di individui anonimi, che operano da soli o in gruppo per il cambiamento del modello di sviluppo.

la società civile ha innegabilmente scoperto la propria forza di trasformazione e abbozza già, in diverse zone del pianeta, i contorni di una società più ecologica, più partecipativa, più solidale. Quelle che oggi stanno emergendo e si stanno organizzando sono forse le premesse del futuro (Mamier, 2016, p. 264).

Tra le strade praticate: l'acqua come bene comune, l'agricoltura come nuova frontiera urbana, la diffusione di nuovi stili di vita (dai Gas / Gruppo acquisti solidali all'open source, makers, coworking), pratiche di agricoltura sostenibile, l'utilizzo civico del denaro, soluzioni ad energia rinnovabile sviluppate puntando sul locale, la diffusione di nuove forme di cooperazione, nuovi modelli basati sul vivere e l'abitare insieme (il cohousing su tutti), una democrazia più partecipativa, dal basso, la sanità con un coinvolgimento della società civile.

Il tutto per una contemporaneità caratterizzata da una situazione di offerta di innovazione multipla *Design when everybody designs* (Manzini, 2015):

in a changing world everyone designs: each individual person and each collective subject, from enterprises to institutions, from communities to cities and regions, must define and enhance a life project (Manzini, 2015, p. 11).

Con il design inteso come progettazione esperta e dunque come attività che supporta l'innovazione sociale (Manzini, 2009) che può svolgere un ruolo importante nello stimolare, facilitare, contribuire a rendere visibile, dar forma ai processi di innovazione sociale. È farlo adottando un atteggiamento dialogico. Che significa: ascoltare, contribuire alla discussione con delle idee, ascoltare ancora e andare avanti in questa conversazione con i diretti interessati e tutti gli stakeholder coinvolti (Manzini, 2015, p. 11)

Perché ci avvenga occorre fare due mosse: la prima comporta il riconoscere che l'innovazione sociale è il risultato di attività progettuali diffuse ed esplicite; la seconda, che il design del XXI secolo è assai lontano da quello del secolo precedente e, in quest'evoluzione, ha perso il suo legame l'unico con i prodotti fisici e con le industrie manifatturiere. Tra gli esempi di innovazione sociale legate agli scenari di economia circolare con un ruolo attivo del design:

Zero Waste uno tra i primi esempi di distribuzione di prodotti alimentari a filiera corta e, soprattutto, utilizzo di dispenser per riempire contenitori riutilizzabili portati direttamente dal cliente;

Library of things, associazione senza fine di lucro, nata da crowdfunding. Una biblioteca per gli oggetti: in cui è possibile prendere l'oggetto in prestito e pagare l'utilizzo e non il possesso; attorno al servizio gli individui interagiscono e la comunità creata è il vero risultato e valore aggiunto);

Precious plastic: 4 macchine che riutilizzano rifiuti in plastica e permettono di stampare attraverso una stampante 3D: non si vendono le macchine ma si rendono disponibili i disegni per costruirsi gratuitamente le macchine facili da costruire, creando così una comunità con continui feedback di progetto;

Makers unit: una piattaforma che riunisce rifugiati e residenti UE nel co-design dei prodotti; il primo progetto è il riutilizzo di salvagenti usati dai migranti ed ammassati sulle spiagge greche. Le vendite vanno in parte ai rifugiati che lavorano per produrre i prodotti.

Tutto ciò ricordando che anche guardando al passato e a culture *altre* è possibile ritrovare interessanti modelli di riferimento. È il passaggio che può essere distintivo di quest'epoca: ascoltare la scienza ufficiale e ascoltare i saperi tradizionali, e fare in modo che questo dialogo porti a una visione più ampia e meno settaria (Petrini, in Petrini, Mancuso, 2015, p.21).

Ma io dico che una speranza c'è, proprio in virtù del nostro saper rallentare, che forse dobbiamo reimparare da chi – come le società ritenute meno moderne – ne fa ancora una saggia ragione di vita, uno stile che apre al mondo, all'altro soprattutto (Petrini, in Petrini, Mancuso, 2015, p.43).

Ritornando al design di prodotto, dalla disciplina può venire inoltre un importante contributo alla definizione dell'identità dei nuovi materiali che provengono dal riciclo. Si guardi al progetto sviluppato dalla Domus Academy di Milano sulla plastica riciclata eterogenea. Il progetto ha visto il coinvolgimento di un gruppo di lavoro fortemente interdisciplinare – dal sociologo all'antropologo, all'esperto di marketing, fino al designer ed alla comunicazione. Il tutto a partire dalla definizione del nome: plastica riciclata eterogenea – nuova pietra *Neolite*; la descrizione del nuovo immaginario di riferimento (se gli anni '80 sono stati il periodo del verde e dei colori brillanti, il decennio successivo – caratterizzato dal ruvido e dall'opaco –); fino al design che ha individuato scenari di applicazione dei nuovi materiali, dall'arredo urbano alla casa, all'ufficio.

Un altro tema importante – infine quello della progettazione dell'estetica dei nuovi materiali. E su questo l'Italia, per tradizione, può giocare un importante ruolo. Si pensi a come l'insuccesso delle prime esperienze sui materiali da riciclo sia stato spesso legato a prodotti dalla basse qualità estetica; si pensi all'utilizzo della plastica riciclata eterogenea nella realizzazione di elementi di arredo urbano. Esperienze contemporanee dimostrano in tal senso un avanzamento: da *Boboli* per Pusterla Marmi a *152* per Luigi Fornasier di Lorenzo Damiani alle collezioni di *Forma Fantasma: Botanica*, materiali (per lo più di origine vegetale) usati nel XVIII e XIX secolo, in periodo pre-petrolio, colofonia, dammar, coppale, caucci, gommalacca naturale, Bois Durci; *Autarchy*, bio-materiale composto da 70% di farina di sorgo, 20% di scarti agricoli e 10% di calce naturale con colori da selezione di verdure, spezie e radici diverse che vengono essiccate, bollite e filtrate. Il Design Italiano ha

trovato nel Territorio Estetico lo spazio per esprimere la sua identità, quella della costruzione di un immaginario (estetico, appunto) che ha saputo diventare, poi, collettivo nel senso di riconosciuto dalla collettività: un immaginario al tempo stesso quotidiano – per cui applicato agli oggetti di tutti i giorni, soprattutto quelli domestici che circondano la nostra vita più intima – morfologico – per cui si esprime con segni e forme costruendo un linguaggio proprio, spesso originale anche nei suoi richiami archetipici materici – per cui usa i materiali, sperimentando con questi, passando, senza soluzione di continuità, dai più nobili ai più artificiali e seriali (Di Lucchio, 2014, p.27).

Riferimenti bibliografici

Antonelli P. 2019, *Broken nature*, in Antonelli P., Tannir A., *Broken nature XXII Triennale di Milano*, La Triennale di Milano Electa, Milano.

Bianchi P. 2018, *4.0 La nuova rivoluzione industriale*, il mulino, Bologna.

Bompan E., Brambilla I. N., *Che cos'è l'economia circolare*, Edizioni Ambiente, Milano, 2016.

Bonsiepe G. 1975, *Teoria e pratica del disegno industriale. Elementi per una manualistica critica*, Feltrinelli, Milano.

Branzi A. 1999, *Introduzione al design italiano. Una modernità incompiuta*, Dalai editore, Milano.

Capodiecì P. 2018, *Neomateriali nell'economia circolare packaging*, Edizioni ambiente, Milano.

Dal Falco, *Materiali e tipi autarchici. la cultura del prodotto tra industria e artigianato nell'Italia dei primi anni quaranta*, A/I/S Design Storia e ricerche.

De Benedetti C., Rampini F., Daveri F. 2008, *Centomila punture di spillo. Come l'Italia può tornare a correre*, Mondadori, Milano.

Di Lucchio L. 2014, *L'intelligenza lenta del design*, diid / Design book, n.58.

Enel e Symbola 2018, *100 Italian Circular Stories*.

Lotti G., Giorgi D., Marseglia M. 2017, *Prove di design altro. Cinque anni di progetti di design per la sostenibilità*, DIDApres, Firenze.

Mancuso S. 2017, *Plant revolution. Le piante hanno già inventato il nostro futuro*, Giunti, Firenze.

Mancuso S., Petrini C. 2015, *biodiversi*, Giunti, Slow food, Firenze - Bra.

Marseglia M. 2018, *Progetto, sostenibilità, complessità. Metodi e strumenti per la progettazione di prodotti e servizi*, DIDApres, Firenze.

McQuaid M. 2019, Introduction, in McQuaid M., Lipps A., Condell C., *Nature: collaborations in Design*, Thames And Hudson, New York.

Maldonado T. 1971, *La speranza progettuale. Ambiente e società*, Einaudi, Torino.

Mamier B. 2016. *Un milione di rivoluzioni tranquille. Come i cittadini cambiano il mondo*, nutrimenti, Roma.

- Manzini E. 1990, *Artefatti: verso una nuova ecologia dell'ambiente artificiale*, Domus Academy, Milano.
- Manzini E., Vezzoli C. 2007, *Design per la sostenibilità ambientale*, Zanichelli, Bologna.
- Manzini E. 2015, *Design, When Everybody Designs: An Introduction to Design for Social Innovation*, Cambridge (USA), MIT press, Boston.
- Manzini E. 2018, *Politiche del quotidiano. Progetti di vita che cambiano il mondo*, Edizioni di comunità, Ivrea.
- Massarutto A. 2019, *Un mondo senza rifiuti? Viaggio nell'economia circolare*, Il Mulino, Bologna.
- Norman D., Verganti R. 2014, *Incremental and Radical Innovation. Design Research vs. Technology and Meaning Change*, *Design Issues*, 30(1), January.
- Papanek V. 1973, *Progettare per il mondo reale. Il design: come è e come potrebbe essere*, Mondadori, Milano.
- Scalera G. 2015, *Il design nella società estemporanea*, List, Trento.
- Stahel W. R. 2019, *Economia circolare per tutti. Concetti base per cittadini, politici e imprese*, Edizioni Ambiente, Milano.
- Verganti R. 2009, *Design driven innovation, Cambiare le regole della competizione innovando radicalmente il significato dei prodotti e dei servizi*, Etas, Milano.
- Vezzoli C. 2007, *Design per la sostenibilità ambientale*, Zanichelli, Bologna.
- Zurlo F., Cagliano R., Simonelli G., Verganti R. 2002, *Innovare con il design. Il caso del settore dell'illuminazione in Italia*, Il Sole 24 ore, Milano.
- Zurlo F. 2012, *Le strategie del design. Disegnare il valore oltre il prodotto*, Libraccio Editore, Milano, Usmate Velate.

**Spogliati della loro
natura di merci, gli
oggetti divenute
cose ricordano
agli esseri umani
l'importanza delle
relazioni tra uomini,
tra uomini e cose, tra
uomini e ambiente,
del pensare in modo
circolare.**

pensare in modo circolare

pietro meloni

Non-cose

Negli anni Novanta Marc Augé (2009), introducendo l'idea di *nonluoghi*, ha scritto che la nostra epoca che chiama surmodernità si caratterizza per tre tipi di eccessi: tempo, spazio, individualismo.

Abbiamo più tempo a nostra disposizione. Tempo libero da impiegare nel *loisir*, invenzione della società dei consumi (Morin, 1963); un tempo eccessivo che porta a una sovrabbondanza di avvenimenti, dove la storia è sempre più schiacciata nel presente; tempo sovraffollato dall'allungamento della vita, che vede oggi convivere diverse generazioni nello stesso momento.

Lo spazio si è ridotto. Il mondo può essere percorso in poco tempo, lo spazio e le distanze sono sempre meno un ostacolo per la mobilità umana. L'informazione globale ci tiene più vicini e connessi; ci sembra naturale pianificare un weekend in una qualunque capitale europea. Al tempo stesso l'uomo si concentra sempre più in grandi agglomerati urbani, allargando lo spazio che sottrae il mondo alla natura e all'inesplorato.

Infine, vi è un eccesso di individualità, di ego. Oggi ci pensiamo come mondi a sé, siamo costantemente alla ricerca del noi e le forme di piacere e di consumo sono sempre più individualizzate.

A questi eccessi ne possiamo aggiungere un altro, che riguarda la produzione: oggi, molto più che in passato, la nostra vita quotidiana è caratterizzata da una grande presenza di oggetti.

Abbiamo un eccesso di cose che invade la nostra quotidianità. Donald Norman (2009), ad esempio, parla di circa ventimila oggetti con i quali entriamo in contatto ogni giorno. Ventimila è un numero talmente elevato che si fatica a crederlo, eppure, dice Norman, basta cominciare a guardarsi intorno, in casa propria, sul luogo di lavoro, per comprendere subito la pervasività del mondo oggettuale:

Ci sono gli apparecchi d illuminazione, con lampadine e portalamпада; pannelli a parete e viti; sveglie, orologi e cinturini. Ci sono oggetti per scrivere (davanti a me posso contarne dodici, ognuno diverso per funzione, colore e modello). Ci sono gli abiti, con diverse funzioni, aperture e falde. Si noti la varietà dei materiali e delle parti. Si noti la varietà delle chiusure: bottoni, cerniere, automatici, stringhe. Guardate tutto il mobilio e le stoviglie: tutti quei dettagli, ognuno con una sua funzione, costruttiva, di uso o anche solo estetica (Norman, 2009, p. 29-30).

Ogni nostra azione, ogni nostro gesto quotidiano scandito dalla presenza di oggetti. Oggetti che servono al soddisfacimento di necessità individuali ed effimere, dettate dalla moda del momento, dal bisogno di appagamento, dal desiderio di possesso. La necessità non sembra più essere il motore che alimenta le scelte e gli acquisti.

Nelle società del consumo di massa, l'eccesso di oggetti ha portato alla perdita della centralità del rapporto tra persone e cose. Marc Augé (2009) afferma che un luogo tale quando può definirsi come qualcosa di identitario, relazionale e storico; uno spazio che non ha queste caratteristiche è un *nonluogo*. Partendo dallo stesso presupposto potremmo dire che molti degli oggetti del quotidiano contemporaneo sono delle *non-cose*, che hanno perso la loro forza identitaria, relazionale e storica; ossia hanno perso la capacità di entrare in contatto con le persone e costruire con esse relazioni stabili. Gli oggetti della produzione serializzata, anonimi, uguali a se stessi, di bassa qualità sono oggi alla portata di tutti. La loro *aura* (Benjamin, 2012) cerca di replicare una esperienza di autenticità che periva perdendosi, degradata nella ripetizione delle forme e delle funzioni. Il consumatore di Benjamin (2000), che andava in giro per le vie di Parigi lasciandosi sedurre dalle vetrine dei negozi dei primi centri commerciali, è oggi sostituito da un consumatore che sceglie su portali online, sedotto dalle immagini ma lontano da qualunque contatto fisico con gli oggetti. Osserva, clicca, compra. Loggato oggi un eccesso di tempo, spazio e individualità. Possiamo averlo nel giro di poche ore da qualunque parte del mondo provenga, così da soddisfare piaceri totalmente individuali (Lipovetsky, 2007). Di questi oggetti il più delle volte non sappiamo nulla. Non ne conosciamo la storia, i modi di produzione, l'impatto ambientale. Nell'epoca dell'*Antropocene*, che Jason Moore (2017) ha ribattezzato in modo molto efficace *Capitalocene*, l'impronta ecologica dell'uomo, che incide sui grandi disastri ambientali, è alimentata anche dall'insipienza e dall'egoismo del consumatore.

Cosa possiamo fare, per , di fronte a questa avanzata di oggetti seriali e standardizzati?

L'antropologia, dice Roberto Esposito (2014), racconta una storia dove gli oggetti non sono anonimi e omologanti ma spesso si confondono con le persone, stabilendo relazioni di lunga data e legando oggetti e soggetti in modo spesso indissolubile. Recuperare questa relazione vuol dire oggi ripensare il prodotto e il progetto e, in un certo modo, prendere le distanze dall'anomia determinata dal consumo di massa, dove vediamo gli oggetti ma non siamo più in grado di riconoscerne i nomi – ossia la dimensione più intima.

Le alternative infernali: 8R

Dobbiamo ridurre il consumo, ripensare le forme di produzione, cambiare il nostro rapporto con le cose. Problemi che interrogano spesso i designer, impegnati in soluzioni che possano fare luce su un futuro altamente complesso. Serge Latouche, economista francese noto al mondo per le sue teorie contro il consumismo e il capitalismo, auspica un'uscita dalla società dei consumi (2011) attraverso quella che ha chiamato «decrecita serena» (2008). Secondo Latouche, viviamo oggi in un sistema di crescita smisurata, dove la produzione eccede largamente i bisogni e i consumi: lo spreco – una delle caratteristiche delle società tardocapitaliste – e gli scarti uno dei suoi segreti (Bauman, 2007). La decrecita parte da aspetti evidenti e, sostanzialmente, piuttosto semplici: oggi è divenuto impossibile portare avanti un'idea di mondo fondata sulla crescita infinita perché ci troviamo di fronte a un mondo finito, con risorse limitate, con possibilità di smaltirle sempre più complesse e inquinanti. Parola chiave del mondo moderno, la crescita sembra oggi non rappresentare più un orizzonte di benessere quanto invece il rafforzamento di una catastrofe imminente. Le capacità di rigenerazione del mondo non riescono a tenere il passo con la produzione industriale mondiale.

Crescita vuol dire ovviamente maggiore produzione e maggior consumo di oggetti. Oggetti sempre più simili, più facili da produrre, da esportare e da vendere. Il loro ricambio – garantito dall'obsolescenza programmata (Baudrillard, 2003; Moles, 1979), sistema che rende gli oggetti sempre meno sociali, destinati a una morte circoscritta nella durata della garanzia e costringendo così i consumatori a comprare nuovi oggetti:

Tempo fa il mio computer, di cui fino ad allora ero assolutamente soddisfatto, si blocca e non vuol sentire ragioni di ripartire. Allora vado dal venditore e riparatore che già mi aveva risolto dei problemi in precedenza. Lui lo esamina e diagnostica la morte dell'hard disk, aggiungendo che data l'età dell'aggeggio non c'è niente di strano, perché l'hard disk in questione concepito per durare tre anni (Latouche, 2013, p. 13).

Come sfuggire a questa morsa? Latouche propone di mettere in atto una decolonizzazione dell'immaginario, ossia di ripensare i modi di consumo e di relazionarsi alle cose. Di cosa abbiamo davvero bisogno? Che cosa è il benessere? Le cose possono migliorare la nostra vita? Di quanto abbiamo bisogno per vivere degnamente? Si tratta di una sfida coraggiosa e difficile, non del tutto compresa e ancora lontana dall'aver una presa concreta sulle pratiche di consumo quotidiano. Bisogna infatti interrogarsi su binomi come crescita/benessere, sviluppo/benessere, ricchezza/accumulo e chiedersi se la crescita realmente ci garantisce la nostra felicità. Compreso questo, secondo Latouche, si possono mettere in pratica i principi della decrescita, che individua in quella che ha chiamato la regola delle 8R: rivalutare, riconcettualizzare, ristrutturare, ridistribuire, rilocalizzare, ridurre, riutilizzare, riciclare.

Dobbiamo rivalutare e rimettere in discussione i valori dominanti, cercando alternative di produzione e di consumo. Anche in questo caso è necessario coraggio. Isabelle Stenger e Philippe Pignarre (2005) hanno a tale proposito parlato di alternative infernali: quelle vie di fuga, quelle soluzioni che ognuno di noi conosce ma che ha paura di mettere in pratica, convinto che non possano portare ai risultati sperati, rimanendo quindi ancorati alle proprie abitudini. Consumare di meno, fare la raccolta differenziata, ridurre gli sprechi, utilizzare i mezzi pubblici, riciclare, raccogliere i rifiuti dalle spiagge ecc. sono tutte strade possibili, soluzioni che abbiamo davanti agli occhi ma alle quali spesso preferiamo la loro alternativa infernale, manifestando la nostra incapacità di agire concretamente.

Rivalutare significa allora rimettere in discussione i valori attuali, introducendo pratiche sostenibili e condivise: la convivialità sostituisce la competizione, l'altruismo prende il posto dell'egoismo, il locale assume più importanza del globale e così via.

Questa rivalutazione, come conseguenza, porta a riconcettualizzare valori, spesso prendendoli dalle società tradizionali, dalle quali impariamo o re-impariamo sistemi di produzione e condivisione alternativi, utili a rileggere il nostro presente: ricchezza, povertà, abbondanza de-

vono essere riconcettualizzati come categorie morali e non come espressione del sistema economico occidentale.

Ristrutturare e ridistribuire sono concetti che possiamo pensare insieme. Dobbiamo riconfigurare la società, ripensando i rapporti tra persone e cose e dobbiamo ridistribuire in modo più equo le ricchezze:

La redistribuzione avrà un duplice effetto positivo sulla riduzione del consumo. Direttamente, ridimensionando il potere e i mezzi di consumo della classe consumatrice mondiale e in particolare dell'oligarchia dei grandi predatori. Indirettamente, diminuendo lo stimolo al consumo vistoso. In effetti, come già rivelava l'analisi classica di Thorstein Veblen, il desiderio di consumare deriva meno dall'esistenza di un bisogno reale che dal desiderio di affermare uno status imitando il modello di coloro che si trovano appena un gradino al di sopra di noi. I rapporti di redistribuzione Nord/Sud pongono problemi enormi. Abbiamo contratto nei confronti del Sud un immenso debito ecologico. Cominciare a rimborsare questo debito riducendo il nostro saccheggio sarebbe semplicemente un'opera di giustizia. Si tratterà non tanto di dare quanto di prelevare di meno (Latouche, 2008, p. 48).

Rilocalizzare, ossia ripensare le filiere produttive dal punto di vista locale, permette di ridurre le risorse impiegate nei trasporti, negli imballaggi, nei conservanti, riducendo emissioni, circolazione e di conseguenza alleggerendo l'impronta ecologica.

Non basta per rilocalizzare, bisogna anche ridurre, ossia produrre di meno, tenendo a mente che molta della produzione mondiale (alimentare ma non solo) finisce il proprio ciclo di vita senza essere stata consumata. Il 30% della carne di molti supermercati, afferma Latouche, viene sistematicamente buttata.

Dobbiamo riciclare i materiali di scarto per ridurre l'uso di materie prime e riutilizzare le cose che abbiamo, imparare ad aggiustarle, allungando la loro vita.

Hau: lo spirito delle cose

Dobbiamo ripensare il nostro rapporto con gli oggetti, riportarlo a una dimensione inter-oggettiva (Landowski, Marrone, 2002) dove tra persone e cose vi è un rapporto simmetrico (Latour, 2009).

Remo Bodei (2009) e Steven Connor (2014) ci invitano a riflettere sul senso degli oggetti a partire dalla loro definizione semantica. Oggetto deriva da *obicere*, espressione che proviene da la-

tino, nella radice *ob*, ci che sta di fronte, e *iacere*, gettare davanti. Qualcosa che i designer conoscono molto bene, perch» si ritrova nel progetto, parola chiave del loro lavoro. L'oggetto dunque qualcosa che non direttamente parte della nostra vita quotidiana ma vi viene inserito. «un problema con il quale dobbiamo confrontarci (Bodei, 2009, p. 19). Daniel Miller (2010) spiega che il rapporto con gli oggetti un processo composto da diverse fasi di avvicinamento, quasi si trattasse di un corteggiamento, di un reciproco conoscersi. Bisogna superare l'opposizione tra soggetto e oggetto e portare questi ultimi dentro la nostra esistenza quotidiana. Miller parla a tale proposito di «oggettivazione», concetto di derivazione hegeliana, il cui presupposto quello di permettere alle persone e alle cose di costruirsi reciprocamente: noi, con le nostre azioni, diamo forma alle cose; le cose, con la loro capacit di agire, danno forma a noi. L'oggettivazione un passaggio necessario per costruire una relazione con gli oggetti. Dobbiamo concedergli spazio nella nostra vita, permettere agli oggetti di diventare cose. Si tratta di venire a patti con la materia (Leroi-Gourhan, 1977), di passare dall'ostilit degli oggetti (*obicere*) alla complicit delle cose (dal latino *causa*, ossia ci che ci coinvolge direttamente, tanto da chiederci di agire in suo favore). Le cose sono oggetti demercificati e *cosificati*, tradotti nell'intimit della vita umana e, dunque, soggettivati:

Investiti di affetti, concetti e simboli che individui, societ e storia vi proiettano, gli oggetti diventano cose, distinguendosi dalle merci in quanti semplici valori d'uso e di scambio o espressione di status symbol (Bodei, 2009, p. 22).

Come sottrarre gli oggetti alla loro natura di merci?

Una volta tradotti in cose gli oggetti vivono con le persone, si legano a momenti della nostra vita, aiutandoci a dare forma ai nostri ricordi o a tenere vivi quelli dei nostri cari (Debarry, Turgeon, 2007).

Marcel Mauss (2000), in uno dei saggi pi noti della storia dell'antropologia, quello relativo al dono, ha introdotto elementi culturali che ci hanno aiutato a ridefinire il nostro rapporto con gli oggetti e con le cose.

Presso i Maori esiste una parola che si lega alla trasmissione degli oggetti: *hau*.

Lo *hau* una potenza soprannaturale che prende dimora negli oggetti, ed alla base del circuito del dono. Gli oggetti che ci scambiamo sono animati da uno *hau* che imprime con forza la

presenza del donatore all'interno della cosa donata. Questa presenza, questo spirito della cosa, impone al donatario di avere cura del dono ricevuto, perché in esso vi è una parte del precedente proprietario.

Cosa fa lo *hau*? Umanizza gli oggetti, rendendoli più vicini agli esseri umani. Gli oggetti dotati di forze umane, vengono fatti circolare per costruire reti di alleanze, per unire le persone, per parlare al posto di esse. Pensiamo agli oggetti di affezione (Dassi, 2010) e ai doni in particolari circostanze. I doni non rimangono mai semplici oggetti ma incorporano il tempo, gli eventi, le memorie, i sentimenti. Un buon esempio occidentale è dato dal regalo dell'anello di fidanzamento, oggetto che per lungo tempo ha significato l'unione tra due persone. Al di là di un evidente valore economico, esso serviva per legare insieme due soggetti, vincolandosi tra loro: l'uno facendo un dono, l'altro accettandolo. Il partner che si commuove di fronte all'anello non lo fa dunque certo per il valore economico dell'oggetto ma per quello simbolico. Vi legge scritto in esso una serie di promesse che non sono espresse a parole: l'oggetto che parla per la persona, quasi ne fosse una sua emanazione.

Tracciando un'altra storia relativa a un modo di pensare circolare, possiamo portare come esempio il *kula* presso le isole Trobriand. Studiata da Bronislaw Malinowski (1973) all'inizio del Novecento, il *kula* è un sistema di scambio che permette agli abitanti della trentina isole trobriandesi, di costruire alleanze attraverso oggetti materiali. Si tratta di uno scambio dove circolano due categorie di beni: *soulava*, collane di conchiglie rosse e *mwali*, bracciali di conchiglie bianche. *Mwali* e *soulava* sono beni che, apparentemente, non hanno alcun valore economico. Sono oggetti non necessari e impossibili da utilizzare: le collane sono troppo pesanti e i bracciali troppo piccoli. Eppure, questi oggetti sono desiderati dai trobriandesi al punto da escogitare trucchi e strategie per entrarne in possesso: la stregoneria è uno degli stratagemmi più diffusi. Perché desiderare oggetti che non hanno alcuna utilità pratica né valore economico? La risposta è che possiedono un alto valore simbolico, dato dalla capacità di rendere gli oggetti densi (Weiner, 2011), ossia talmente carichi di significati, di storie, di affettività, di simboli, da occupare ruoli del tutto simmetrici agli esseri umani. Malinowski, per spiegare questo aspetto, paragona gli oggetti del *kula* a quelli della corona britannica:

Rappresentano la stessa cosa dei vaygu a in quanto sono posseduti per il piacere di possederli e la proprietà, con la fama che ne deriva, è la fonte principale del loro valore. Inoltre, sia i cimeli di famiglia sia i vaygu a sono amati per il significato storico che hanno assunto. Per quanto brutto, inutile e privo di valore, secondo l'opinione corrente, possa essere un oggetto, se apparso sulla scena della storia ed è passato per le mani di personaggi storici, divenuto un inesauribile veicolo di importanti associazioni sentimentali, non può che essere prezioso per noi (Malinowski, 1973, p. 95).

I trobriandesi riconoscono agli oggetti il ruolo di custodi di storie, di memorie, di relazioni sociali. Alcuni oggetti del *kula* hanno nomi propri; talvolta ai bambini viene dato il nome di un oggetto *kula* particolarmente importante o desiderato. Eppure, il risultato finale del *kula*

l'acquisizione di alcuni sudici, unti e apparentemente insignificanti ninnoli indigeni, costituiti da una cordicella di dischi piatti, in parte scoloriti, in parte rosa fragola o mattone, infilati uno dopo l'altro a costituire un lungo cilindro. Agli occhi degli indigeni, tuttavia, questo risultato riceve il suo significato dalle forze sociali della tradizione e del costume, che conferiscono valore a questi oggetti e li circondano di un'aura leggendaria (Malinowski, 1973, p. 351).

Spogliati della loro natura di merci, gli oggetti divenute cose ricordano agli esseri umani l'importanza delle relazioni tra uomini, tra uomini e cose, tra uomini e ambiente, del pensare in modo circolare. *Kula*, nella lingua kiriwini, vuol dire infatti anello, cerchio, a ricordare il movimento rotatorio che le persone compiono da un'isola all'altra, muovendosi sempre seguendo i movimenti degli oggetti: l'uno in senso orario, l'altro in senso antiorario.

Discordanze

La mostra *New Perspective of Making. Circular Craft*, presentata alla 83^a Mostra Internazionale dell'Artigianato di Firenze, pone una riflessione sulla circolarità dell'artigianato in un rapporto che prevede di integrare le 8R di Latouche, ridando così dignità alle cose, sottraendole al destino che incontrano nel tardo capitalismo, ossia quello che le trasforma in *noncose*. Gli oggetti esposti, realizzati da designer e selezionati da altri designer, ci invitano a riflettere sul senso della produzione oggi, sul rapporto dell'uomo con l'ambiente, sulla necessaria simmetria tra gli attori (secondo la teoria di Latour, 2005) che popolano il mondo: persone, cose, ambienti, istituzioni. L'idea della mostra è quella di ricordare che, in tempi e luoghi diversi, le persone si sono sempre relazionate in modo profondo con gli oggetti e con gli ambienti, riconoscendo loro

una capacità di agire pari a quella degli esseri umani. Questa posizione prevede il riconoscimento della necessità di indicare nuove strade nella produzione e nel consumo; nuovi stili di vita, ripensati in un rapporto paritetico tra attori umani e attori non-umani.

▣ il ritorno dello scarto, il rimosso di ogni produzione capitalista. Il legno, materiale vitale per eccellenza, è spesso recuperato per dare vita a creazioni ecologiche e sostenibili. Accade per Milaniwood, che dagli scarti di legno produce giochi per bambini; per il Laboratorio Quarrata, dove Daniela Ciampoli e Marco Marseglia hanno progettato dei tavoli-sgabelli partendo da trochi di alberi caduti a causa di eventi naturali; per Filippo Protasoni, che produce occhiali sperimentando così l'uso di materiali inusuali ma riciclati e sostenibili.

▣ la rivalutazione dell'autoproduzione, una delle vie della progettazione del futuro. Paolo Mezzadri, con *Tuttotondo*, recupera scarti industriali in metallo, realizzando tavoli con sedute.

▣ l'imitazione della natura. I designer hanno sempre guardato alla natura come fonte di ispirazione progettuale, oggi però la natura diventa spazio di riflessione sui materiali di uso per scelte orientate alla diminuzione dell'impatto ambientale, come le lampade vegetali del Laboratorio AltreMani; oppure la riduzione dello scarto nella produzione, ispirandosi a forme naturali, come il Vaso Vago di Paolo Ulian.

▣ anche l'elogio del difforme, il rifiuto della serialità. Il *circular craft* rifiuta non soltanto l'obsolescenza programmata ma anche la prevedibilità, la ripetizione, la mancanza di difetti che corrisponde a mancanza di personalità. Se i consumatori si sono abituati col tempo alla standardizzazione e alla prevedibilità delle merci (Ritzer, 1997), oggi il design deve abitarli all'inaspettato, al diverso, al pregio che si esprime nella non replicabilità.

C'è un buon esempio di questo elogio dell'artigianalità raccontato da Herman Bausinger:

Una volta, quando Josef (questo il suo nome) era in Messico, si trovò ad aiutare un tessitore di ceste. Questi sedeva al margine della strada e faceva delle sedie. Non vi era però una sedia che somigliasse a un'altra; all'uomo venivano sempre nuove idee in testa: prima una forma, poi un'altra differente dalla prima, e per ogni sedia chiedeva 20 pesos. Un giorno un ricco si trovò a passare di lì e gli chiese: «Quanto vuoi per una sedia?». «20 pesos», rispose il tessitore. «Bene», replicò l'altro, «Allora ti incarico di farmi 20 sedie. Ma devono essere tutte uguali». Il tessitore accettò l'incarico. Per disse che se le sedie dovevano essere tutte uguali, voleva 25 pesos per ciascuna. L'altro non ne capiva il perché. «Finora», disse, «hai fatto ogni sedia diversa dall'altra. Per farci ci vuole tempo e fantasia, e il tempo è denaro. Se adesso mi fai venti se-

die tutte uguali risparmi tempo e fantasia, e dunque dovrete casomai farmi uno sconto. «Si pu anche vederla in questo modo», rispose il tessitore. «Ma», chiese egli di contro, «a mia noia chi me la paga?» (Bausinger, 2008, p. 90).

Prendiamo i Di(af)fetti di Maddalena Vantaggi; piatti scheggiati, sbeccati, rotti ormai diventati scarti ceramici che vengono recuperati attraverso la creatività, la fantasia del designer che riporta in vita qualcosa che si riteneva perduto. La difformità, l'essere fuori norma, diviene qui il tratto distintivo del designer. Recuperare le merci, in questo caso, vuol dire avere la capacità di guardare le cose in modo diverso, non limitandosi ad omologarle a tutte le altre ma dando loro la possibilità di stridere e, dunque, stupire. Qualcosa che ricorda il kintsugi giapponese, che prevede l'uso dell'oro per riparare oggetti ceramici rotti, ricordandoci che spesso le cose hanno bisogno di una seconda opportunità (Giuliani, 2019), di rinnovare il loro rapporto con gli esseri umani.

Riferimenti bibliografici

- Aug« M. 2009, *Nonluoghi. Introduzione a un antropologia della surmodernità*, el uthera (ed. or. 1992), Milano.
- Baudrillard J. 2003, *Il sistema degli oggetti*, Bompiani, Milano.
- Bauman Z. 2007, *Vite di scarto*, Laterza (ed. or. 2004), Roma-Bari.
- Bausinger H. 2008, *Vicinanza estranea. La cultura popolare fra globalizzazione e patria*, Pisa, Pacini.
- Benjamin W. 2007 (ed. or. 1982), *Opere complete, ix, I passages di Parigi*, Einaudi, Torino.
- Benjamin W. 2012 (ed. or. 1955), *L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica. Tre versioni (1936-39)*, Donzelli, Roma.
- Bodei R. 2009, *La vita delle cose*, Laterza, Roma-Bari.
- Connor S. 2014, *Effetti personali. Vite curiose di oggetti quotidiani*, Milano, Raffaello Cortina (ed. or. 2011).
- Dassi« V. 2010, *Objet d'affection. Une ethnologie de l'intimità*, CTHS, Paris.
- Debary O., Turgeon L., a cura di 2007, *Objets et m moires*, MSH, Paris.
- Esposito R. 2014, *Le persone e le cose*, Einaudi, Torino.
- Giuliani V.L. 2019, *Una seconda opportunità per le cose. Circuito del dono e processi di mercificazione in un emporio dello scambio e del baratto*, in *Archivio Antropologico del Mediterraneo*, XXII, 21 (1).
- Landowski E. Marrone G., a cura di, 2002, *La società degli oggetti. Problemi di interoggettività*, Meltemi, Roma.
- Latour B. 2005, *Reassembling the Social. An Introduction to Actor-Network-Theory*, Oxford University Press, Oxford.
- Latour B. 2009 (ed. or. 1991), *Non siamo mai stati moderni*, el uthera, Milano.
- Latouche S. 2008 (ed. or. 2007), *Breve trattato sulla decrescita serena*, Bollati Boringhieri, Torino.

Latouche S., 2011 (ed. or. 2010), *Come si esce dalla societ dei consumi*, Bollati Boringhieri, Torino.

Latouche S. 2013 (ed. or. 2012), *Usa e getta. Le follie dell'obsolescenza programmata*, Bollati Boringhieri, Torino.

Leroi-Gourhan A. 1977 (ed. or. 1964), *Il gesto e la parola, voll. I e II*, Einaudi, Torino.

Lipovetsky G. 2007 (ed. or. 2006), *Una felicit paradossale. Sulla societ dell'iperconsumo*, Raffaello Cortina Editore, Milano.

Malinowski B. 1973 (ed. or. 1922), *Argonauti del Pacifico occidentale. Riti magici e vita quotidiana nella societ primitiva, vol. I.*, Bollati Boringhieri, Torino.

Mauss M. 2000 (ed. or. 1924), *Saggio sul dono. Forma e motivo dello scambio nelle societ arcaiche*, in *Teoria generale della magia e altri saggi*, Einaudi, pp. 155-297, Torino.

Miller D. 2010, *Stuff*, Polity Press, Malden.

Moles A. 1979 (ed. or. 1971), *Il kitsch. L'arte della felicit*, Officina Edizioni, Roma.

Moore J.W. 2017, *Antropocene o capitalocene? Scenari di ecologia-mondo nella crisi planetaria*, ombrecorte, Verona.

Morin E. 1963 (ed. or. 1962), *L'industria culturale*, il Mulino, Bologna.

Pignarre Ph. Stenger I., 2013, *La sorcellerie capitaliste: pratiques de d'envolement*, La D«couverte, Paris.

Ritzer G. 1997 (ed. or. 1992), *Il mondo alla McDonald's*, il Mulino, Bologna.

Weiner A.B. 2011 (ed. or. 1994), *La differenza culturale e la densit degli oggetti*, in S. Bernardi, F. Dei (a cura di), *La materia del quotidiano. Per un'antropologia degli oggetti ordinari*, Pacini, Pisa, pp. 43-58.

The indigenous peoples of the world possess an immense knowledge of their environments, based on centuries of living close to nature. Living in and from the richness and variety of complex ecosystems, they have an understanding of the properties of plants and animals, the functioning of ecosystems and the techniques for using and managing them that is particular and often detailed. In rural communities in developing countries, locally occurring species are relied on for many — sometimes all — foods, medicines, fuel, building materials and other products. Equally, people's knowledge and perceptions of the environment, and their relationships with it, are often important elements of cultural identity.

Director General of UNESCO - Mayor, 1994

circular economy e traditional knowledge system

due paradigmi a confronto

debora giorgi

Il paradigma della circolarità, così strettamente connesso a quello della sostenibilità, sostituisce il processo lineare tipico delle economie industriali moderne, introducendo un principio di efficienza esteso all'uso o riuso appropriato di tutte le risorse, durante tutto il ciclo di vita della produzione di servizi e prodotti, in un approccio olistico e sistemico: dall'affrontare la progettazione di un prodotto in chiave sostenibile e circolare e quindi ad esempio prevedendo la durabilità, la modularità e scomponibilità, all'impiego di risorse rinnovabili, alla biodegradabilità, alla gestione della fase di fine vita dei prodotti trasformando le materie di scarto in materie prime seconde.

Il paradigma reiterativo dell'economia circolare si traduce nelle famose 3 R - Reduce, Reuse, Recycle - ma si può comunque allargare ad altri importanti concetti (tentativo fatto proprio nella progettazione della Mostra *Circular Design*) sottolineando la ciclicità che ricorre in un sistema chiuso e che trova un punto di equilibrio proprio nell'inversione del bilancio entropico, attraverso il principio rigenerativo: Re-birth, Re-start, Re-new, Re-pare

Non si tratta effettivamente di concetti così nuovi se si pensa che fino a 70 anni fa i nostri nonni non gettavano via nulla e riutilizzavano e riciclavano quasi tutto: con i vestiti vecchi si facevano coperte o tappeti, con l'olio d'oliva si faceva il sapone, e così via, ma soprattutto ogni oggetto o utensile veniva tenuto con cura, riparato, aggiustato e tramandato per generazioni.

Questo approccio non si limita per alla produzione materiale di oggetti, ma necessariamente si estende all'uso che se ne fa, alle pratiche e al fare, agli aspetti culturali e quindi ad una dimensione immateriale. Sono questi elementi che determinano in maggior misura gli impatti sociali, economici e ambientali sui territori e le comunità, su cui occorre agire nell'ottica di innestare processi virtuosi. Per agire un reale cambiamento di paradigma da lineare a circolare necessario avviare un processo di sempre maggiore consapevolezza del valore di ogni singolo individuo e delle ricadute che questo ha in termini di beni comuni.

Nei piccoli villaggi diffusi in zone spesso difficili e isolate come il caso delle oasi o degli insediamenti di montagna dell'Alto e Medio Atlante nel Nord Africa ma anche nelle nostre Alpi spesso ci troviamo di fronte ad opere di sistemazione agraria o idraulica quasi monumentali, che ben lungi dall'essere agite in virtù di un'organizzazione di potere centralizzato¹, sono il frutto di sistemi sociali organizzati secondo regole di democrazia diffusa e fondati sul mutuo aiuto e la solidarietà. Tali sistemi sociali prevedevano che ogni membro portasse il proprio contributo di lavoro a quelli che erano considerati beni collettivi, che si trattasse della costruzione di un granaio, di un canale sotterraneo di adduzione di acqua, di un terrazzamento o della raccolta dei cereali.

Le società cosiddette avanzate hanno creduto che attraverso il progresso tecnologico ci si potesse liberare dalla dipendenza ambientale secondo il principio della crescita, lineare, illimitata

¹ Karl August Wittfogel nel suo *Dispotismo Orientale* delinea il modello di società che va sotto il nome di «società idraulica» partendo dalle antiche autocrazie orientali, che si svilupparono sulla base dei sistemi di irrigazione artificiale presso i grandi fiumi Eufrate, Indo e Nilo. Tale modello costituisce in questa teoria la base del dispotismo orientale che si basa su basi economiche agricole sovradimensionate rispetto alle comunità locali controllate grazie ad un potere centrale autoritario che riesce a mantenerne il controllo grazie ad imponenti sistemi di irrigazione controllabili. La realizzazione ed il controllo di tali opere richiede la forza organizzativa di uno stato centrale burocratico con un sovrano assoluto al vertice, che dispone da solo del potere e delle risorse per dirigere grandi schiere di lavoratori. Al contrario nei piccoli centri isolati e diffusi del Sahara, dell'Atlante, delle Alpi ma anche dei deserti della Cina le grandi sistemazioni idrauliche e territoriali si realizzano a partire da società acefale e che proprio in virtù dell'isolamento, devono sviluppare pratiche comunitarie solidali.

e hanno dato luogo ad una cultura indifferente ai luoghi ed alle loro qualità. Ma nel creare il proprio spazio in maniera indiscriminata e indifferenziata hanno prodotto danni irreparabili che oggi minacciano l'equilibrio ecologico dell'intero pianeta. L'osservazione invece di società e di insediamenti che si sono sviluppati in condizioni ambientali difficili, se non estreme, ci offre una tipologia alternativa di relazione con l'ambiente basata sull'uso rinnovabile delle risorse attraverso azioni di controllo e progettazione ambientale soffici, sulla moltiplicazione del modello anziché sulla sua espansione incontrollata.

Sono proprio le condizioni ambientali estreme ad aver posto dei limiti invalicabili, entro i quali si sono sviluppati modi di vivere basati su un equilibrio perfetto ma fragilissimo, sviluppando tecnologie raffinate e geniali basate sull'utilizzazione attenta e scrupolosa delle rare e preziose risorse in cui tutti i cicli vitali, da quello dell'acqua a quello dei rifiuti a quello del cibo, si integrano alla struttura sociale ed alla vita della comunità.

Coesione, condivisione, solidarietà, mutuo aiuto sono i principi alla base della sopravvivenza stessa in condizioni ambientali così dure e, forse, l'attuale stato del pianeta, i cambiamenti climatici, l'esaurimento progressivo delle risorse disponibili, ci pongono in una situazione non così diversa. Non è un caso che oggi sempre più di frequente si parli di *sharing economy*, *frugal economy*, *blue economy*.

Pratiche basate su questi paradigmi, che nascono dal basso da urgenze sociali o semplicemente da una crescente consapevolezza, oggi si ascrivono al concetto di Innovazione Sociale. Pensiamo al car sharing, al co-housing o al BlaBla car, supportati dalla diffusione capillare delle tecnologie avanzate, mutuano in realtà sistemi tradizionali abitativi o di trasporto collettivo ancora largamente diffusi in Africa e in alcuni paesi in via di sviluppo.

Quindi, possiamo dire che la genesi del paradigma circolare oggi finalmente pienamente compreso come condizione necessaria alla sostenibilità trova le sue radici in alcuni modelli economici pre-industriali e nei modelli sociali che si basano sulle conoscenze tradizionali (*Traditional & Indigenous Knowledge System*).

Nell'ultimo decennio, forse anche a fronte dell'intensificarsi delle catastrofi ambientali e climatiche, la comunità internazionale ha riconosciuto il valore del sistema di conoscenze tradizionali proponendone l'integrazione nelle strategie di risposta a livello mondiale. Nel 2007 l'Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC) ha individuato nel *Traditional and Indigenous Knowledge System* uno dei fattori fondamentali di resilienza e di risposta delle comunità ai cambiamenti climatici. Tale principio è stato ufficialmente accolto dall'United Nations Framework Convention on Climate Change (UNFCCC) nella conferenza di Cancun del 2010. La necessità di integrare il sistema di conoscenze tradizionali nel processo di valutazione e di risposta alle sfide ambientali e climatiche attuali è ormai riconosciuta da tutti gli organismi internazionali e anche da alcune istituzioni nazionali.

La capacità di leggere nei segnali naturali le variazioni delle condizioni ambientali e di assorbirne l'impatto (resilienza), la profonda conoscenza delle condizioni ambientali locali che si esprime in indicatori che solo apparentemente non hanno valore scientifico (dai movimenti delle formiche rosse alla fioritura dell'albero del mango, dalla direzione dei venti locali al volo di alcuni uccelli, da quando inizia il verso del cuculo al momento in cui le termiti alate sciamano, al colore del cielo), costituiscono un patrimonio che non può essere ignorato e che debitamente utilizzato può costituire una risposta ai cambiamenti climatici e soprattutto può contribuire all'autonomizzazione delle popolazioni locali ed indigene.

Nel 2014, nella provincia del Guangxi in Cina, è stato creato un network per mettere in connessione il sapere degli agricoltori relativo ai diversi semi utilizzati. Come risultato da varie ricerche, la collaborazione è stata di fondamentale importanza per superare tutte le sfide a cui i piccoli agricoltori sono stati sottoposti in un momento di particolare crisi dovuta al clima. Rafforzare gli aspetti collaborativi anche attraverso l'uso di tecnologie avanzate come piattaforme, app, social network e unire il sapere tradizionale alla scienza può costituire una delle strategie più efficienti per migliorare i metodi di coltivazione e renderli allo stesso tempo meno invasivi sui diversi ecosistemi².

Ma cosa sono le conoscenze tradizionali? Le conoscenze tradizionali o *Traditional Knowledge*, sono quel corpus di conoscenze, innovazioni, know-how, pratiche e rappresentazioni, legate alla tradizione di un territorio, di un popolo o di una comunità. Questi sofisticati set di conoscenze non sono riconducibili ad un semplice paradigma tecnologico, ma sono strettamente connessi con il sistema sociale e culturale, di cui fanno parte integrante, e vanno a definire un modello metafisico ed ontologico in quanto ne fissano i criteri a partire da un linguaggio formale che in qualche modo si distingue in maniera profonda da quello che comunemente emerge dal pensiero razionalista e lineare occidentale.

Le conoscenze tradizionali e indigene fanno parte di un sistema complesso profondamente connesso con il sistema di relazioni sociali e la loro efficacia dipende da interazioni tra più fattori: i limiti naturali, ambientali o materiali, le esigenze sociali e relazionali, le concezioni religiose

² Comunità indigene e adattamento, Side Event alla COP 21 Parigi dicembre 2015

e cosmogoniche; tutti questi elementi vengono assunti e concorrono nella ricerca della soluzione tecnica ad un determinato problema. L'olismo caratterizz-



zante le società tradizionali si materializza in uno spazio di connessioni e di relazioni tra gli elementi in cui dialogano più soggetti, trasformandolo dall'interno. Questa complessità viene affrontata in maniera sincretica e le soluzioni non sono mai specifiche ma generalmente devono rispondere a più criteri. Così ad esempio nel concepire il sistema di distribuzione dei canali nei giardini di un'oasi si cela un ordine, in realtà molto rigido, di diritti consuetudinari sull'acqua, nella suddivisione delle parcelle si possono leggere i passaggi ereditari di una famiglia e le suddivisioni che nel tempo si sono create.

Ogni pratica tradizionale non è mai un espediente per risolvere un singolo problema, ma sempre un metodo elaborato e polifunzionale strettamente legato a una concezione del mondo basata sulla gestione accurata delle risorse locali. Un terrazzamento, per esempio, è allo stesso tempo un modo per proteggere un pendio, ricostituire i suoli, raccogliere l'acqua. La polifunzionalità ha garantito nel tempo la riuscita anche nelle avversità. La funzionalità e il successo di una soluzione si misurano sul lungo periodo, grazie alla condivisione del sapere collettivo e che si tramanda di generazione in generazione. Basta pensare ai pozzi costruiti grazie alle tecnologie moderne che hanno permesso di prelevare acqua anche a grandissime profondità e che hanno in pochi anni sensibilmente abbassato il livello di falda che non riesce a rialimentarsi, mentre le tecniche tradizionali utilizzavano tutte le risorse idriche disponibili, come quelle meteoriche, le immagazzinavano in cisterne, nel rispetto delle risorse disponibili e in un'ottica perfettamente circolare.

Oltre a questi valori virtuosi, le conoscenze tradizionali rispondono a canoni etici ed estetici di equilibrio, armonia e bellezza ed i manufatti si caricano spesso di un significato simbolico profondo con un continuo gioco di richiami e di analogie tra tecnica, arte e natura. Così i sistemi di ripartizione delle acque nel Sahara o la palma che è la principale risorsa dell'oasi, sono riprodotti sui disegni dei tappeti, nei tatuaggi, nelle pettinature delle donne. La realizzazione di oggetti o di strutture avviene secondo procedure spesso ritualizzate di cui è difficile comprenderne immediatamente la ragione, ma che permea i manufatti o le pratiche di una profonda essenza spirituale. I laghi e i boschi sacri che preservano spesso specie rare ed in via di estinzione, la consacrazione delle costruzioni in diverse fasi di realizzazione, la protezione dalle malvagità delle aperture delle abitazioni che si attua gettando con ampi gesti rituali

il latte di calce che a sua volta protegge dall'acqua e disinfetta eliminando eventuali germi ed insetti infestanti.

Il nostro modo di pensare ci conduce spesso ad una visione dualistica e contrapposta dei concetti di tradizione e modernità, identificando la tradizione con qualcosa di statico e immutabile nel tempo e appartenente al passato, mentre la modernità costituirebbe ciò che è nuovo, dinamico, rivoluzionario e per questo più vicino alla contemporaneità.

In realtà le conoscenze e le pratiche tradizionali costituiscono un sistema dinamico capace di incorporare l'innovazione. Esse sono pratiche, artifici, che nel tempo si sono consolidate, trasformate, adattate, diluite in archi temporali o concentrate in repentini cambiamenti di status dovuti ad eventi improvvisi e traumatici, per rendere possibile una trasformazione dell'ambiente e rendere disponibili risorse in numero crescente rispetto a quelle disponibili in natura. Nessun modello conoscitivo o filosofico, passato o recente, è immutabile e allo stesso tempo l'evoluzione di uomini e società non può intendersi in forma continua e crescente. Piuttosto l'evoluzione del mondo assomiglia molto di più ad una funzione matematica discontinua o al massimo spiraliforme. Non esiste in realtà una società tradizionale chiusa in se stessa e caratterizzata da processi unicamente endogeni. I valori sociali stessi sono oggetto di contestazione dall'interno e generalmente da questi conflitti nascono energie sociali di grande interesse capaci di generare dinamismi e trasformazioni. Questi processi di interazione producono, in un dato momento, un certo grado di convergenza.

Da sempre le comunità si sono dovute confrontare con la variabilità climatica, l'imprevedibilità dell'ambiente, guerre, carestie, grandi spostamenti di popolazioni dovuti ad eventi che si verificavano anche in luoghi molto lontani. Questi eventi hanno determinato dei momenti di rottura, più o meno repentini, che hanno richiesto a loro volta una trasformazione delle società, dei costumi, dei modi di vivere e di produrre. Le conoscenze tradizionali si sono forgiate in ambienti mutevoli, sviluppando sistemi innovativi di adattamento e di risposta alle avversità, utilizzando le risorse senza compromettere la capacità della natura di rigenerarle e assumendo modelli ancorati alle situazioni locali specifiche e in un'ottica sistemica di sostenibilità.

Così dentro al pensiero unico occidentale troviamo già le energie da contraddizione, intese come i comportamenti, i movimenti sociali, culturali e i conflitti che promanano dalle nuove po-

vert prodotte dai processi di crescita incontrollata, e le energie di ambivalenza e di innovazione ossia quelle potenzialità tecnologiche (comunicative, telematiche, biologiche, energetiche, ecc.) che possono favorire, se correttamente indirizzate e gestite, un nuovo paradigma di sviluppo (Magnaghi, 2000). Sono queste potenzialità e capacità intrinseche ai territori di reagire a fenomeni di stress attivando sinergie di risposta e di adattamento, che costituiscono la base di ciò che va sotto il nome di resilienza, oggi sempre più associato ai temi dello sviluppo urbano e territoriale.

Si parla infatti di resilienza sociale e di una comunità come di quell'insieme di pratiche culturali e processi e sociali volti a dare una risposta strategica a eventi critici e destabilizzanti in modo da ristabilire l'equilibrio del sistema o piuttosto di creare un nuovo equilibrio.

Tutte le società, incluse quelle che definiamo tradizionali, hanno sempre cercato strategie di risposta ai cambiamenti, che si sono dimostrate vincenti quando hanno saputo integrare nella trasformazione elementi già esistenti, che magari ad un dato momento, si sono rivelati dei punti di forza.

Provando a sintetizzare i sistemi delle conoscenze tradizionali rispondono ad alcuni principi che si integrano in maniera sorprendente con quelli alla base del paradigma dell'economia circolare:

Soluzioni integrate e polifunzionali

Approccio sistemico ed olistico

Funzionalità misurata nel lungo periodo

Rigenerazione delle risorse

Adattamento all'ambiente

Resilienza

Autopoiesi.

Studiare questi modelli e partire da questi principi è possibile progettare quel cambiamento radicale che ormai sembra inevitabile per garantire la sopravvivenza del pianeta stesso.

Riprendendo l'economia comportamentale e la teoria del *nudge*, ovvero della spinta gentile elaborata dal premio Nobel Richard H. Thaler e da Cass Sunstein, tra i compiti del designer sicuramente c'è quello di accompagnare il cambiamento e la transizione verso una società più so-

stenibile, portando le persone a superare la naturale aversione verso la difficoltà e la novità. Il ruolo del designer così assume una valenza di responsabilità civile ed etica poiché può indirizzare e accompagnare il passaggio dal paradigma lineare a quello circolare, stimolando comportamenti virtuosi sia dal punto di vista ambientale che sociale, accompagnando la creazione di community, creando occasioni di relazione e di costruzione di network tra gli attori sociali, a loro volta portatori e propagatori di nuovi valori e identità.

Riferimenti bibliografici

Diamonds J. 2012, *The World Until Yesterday: What Can We Learn from Traditional Societies?*, Virgin, Londra.

Giorgi D., Fornaro C. 1996, *Le oasi del Gourara un progetto di riqualificazione ambientale*, in Paloscia R. Anceschi D., *Territorio ambiente e progetto nei paesi in via di Sviluppo*, F. Angeli, Milano.

Laureano P. 1993, *Giardini di pietra. I Sassi di Matera e la civiltà Mediterranea*, Bollati Boringhieri, Torino.

Magnaghi A. 2000, *Il progetto locale*, Bollati Boringhieri, Torino.

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

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

Romano S. 2012, *New India Designscape*, Corraini Edizioni, Mantova.

SEN A., 2005, *L'altra India. La tradizione razionalista e scettica alle radici della cultura indiana*, Mondadori, Milano.

Salveti, A., Lin, J. 2014, *Il Design per l'Innovazione Sociale: progettare nuove comunità*, Quaderni Journal, n.03, pp. 191-194.

Le cose reali , che Berger considera come dotate di un autenticità intrinseca, sono disegnate apposta per suscitare una risposta emotiva. Gli oggetti possono infatti risultare belli, spiritosi, ingegnosi, sofisticati, ma anche allo stesso tempo volgari, banali o cattivi. Le cose reali sono quindi sia oggetti emozionali ma anche, e soprattutto, prodotti culturali.

L'antologia delle cose reali

margherita vacca

Viviamo in quella che da Bauman è stata notoriamente teorizzata come la **società liquida** (Bauman, 1999). Una società priva di strutture, di elementi fissati e riconoscibili, di certezze. In questo dissolversi di sicurezze, l'individualismo e il soggettivismo si propagano all'interno delle comunità, divenendo sempre più le malattie di una società che non riesce più a riconoscere e a garantire i diritti e i valori.

Una diretta conseguenza di ciò è il fatto che per soggetti che hanno perso qualsiasi valore morale, il valore economico diventa il tratto distintivo attraverso il quale riconoscono se stessi e vengono riconosciuti dal resto della comunità. Ecco che quindi il fenomeno consumistico domina e ingloba ogni singolo aspetto della nostra vita: siamo infatti costantemente invitati, come dei fedeli discepoli, a buttarci nel vortice continuo di accumulo vizioso, senza scopo alcuno, tipico della dottrina consumistica.

Molta gente crede che gli oggetti siano i fatti indiscutibili della vita quotidiana, una percezione scaturita e alimentata dall'incessante pressione emotiva che la produzione di bisogni esercita sulla collettività (Sudjic, 2008). L'elemento caratterizzante di questa smania del comprare, e di conseguenza dell'apparire, presenta anche un tratto specifico: una volta che si riesce ad appagare il proprio desiderio comprando un oggetto a lungo tempo bramato ed ammirato, esso diventa quasi immediatamente obsoleto¹. Mai come oggi abbiamo posseduto più cose – spiega Sudjic – anche se ne usiamo sempre meno. Le nostre case, in cui trascorriamo così poco tempo, ne sono piene. Questi oggetti sono divenuti i nostri giocattoli: consolazioni per la spinta incessante a procurarsi i mezzi per acquistarli, in una ricerca continua che ci infantilizza (Sudjic, 2008, p. VII).

¹ **L'obsolescenza programmata degli oggetti** – una strategia volta a definire il ciclo vitale di un prodotto in modo da limitarne la durata a un periodo prefissato. Il prodotto diventa così inservibile dopo un certo tempo, oppure diventa semplicemente inutile agli occhi del consumatore in confronto a nuovi modelli che appaiono più moderni, sebbene dal punto di vista funzionale non differiscano più di tanto dalle versioni precedenti.

La frenesia all'accumulo della roba di verghiana memoria – il *leitmotiv* della società contemporanea, una società in cui si manifesta sempre più frequentemente la tendenza alla perdita di significato dell'oggetto, ancor più quando questo raggiunge la sua maturità ed è divenuto apparentemente inutile.

John Berger, in *Questione di sguardi*, ha tracciato una distinzione tra oggetti reali e quelli che vedeva come il risultato delle manipolazioni del capitalismo, le quali ci fanno desiderare di consumarli.

La pubblicità si attiva lavorando su un naturale appetito di piacere. Essa però non può offrire il reale oggetto di piacere (Berger, 2015, p. 134).

Le cose reali, che Berger considera come dotate di un autenticità intrinseca, sono disegnate apposta per suscitare una risposta emotiva. Gli oggetti possono infatti risultare belli, spiritosi, ingegnosi, sofisticati, ma anche allo stesso tempo volgari, banali o cattivi. Le cose reali sono quindi sia oggetti emozionali ma anche, e soprattutto, prodotti culturali.

Nella società contemporanea il concetto di cultura non rispecchia più la sua accezione e funzione classica per le quali aveva il compito di nobilitare l'uomo, insegnargli qualcosa, arricchire il suo bagaglio culturale, metterlo in relazione e comunicazione con il resto della collettività. In passato, gli oggetti reali erano considerati dei veri e propri prodotti culturali, in quanto attraverso di essi avveniva la trasmissione della conoscenza tradizionale acquisita e, allo stesso tempo, la costruzione di nuove forme di sapere, aventi lo scopo di creare un forte legame tra l'individuo e la comunità di appartenenza, in modo che entrambi si riconoscessero l'uno nell'altra e si sentissero rappresentati.

Dai primi manufatti realizzati in epoca preistorica alle più recenti macchine e ai computer, gli oggetti hanno percorso una lunga strada assieme a noi. Rinnovandosi con i tempi, cambiando i luoghi e le modalità di lavorazione, discendendo da storie e tradizioni diverse, ricoprendosi di molteplici strati di senso, essi hanno incorporato nel loro DNA idee, affetti, simboli di cui spesso non siamo consapevoli (Bodei, 2011). Dotati quindi di una seconda veste immateriale, non in contrasto ma in perpetuo dialogo con la loro forma materiale, gli oggetti si presentano come vincoli di relazioni con la vita degli altri, anelli di congiunzione tra le generazioni passate e future, ponti che collegano storie individuali e collettive, elementi di raccordo tra civiltà umane e natura.

La caratteristica dell'immaterialità è dunque il comune denominatore per cui le cose e l'artigianato con le sue pratiche e tecniche ne è una chiara dimostrazione: divengono testimoni dell'identità di un luogo e di una comunità.

A conferma dell'importanza del patrimonio immateriale che ogni oggetto porta con sé, la tendenza degli ultimi anni a ripensare la produzione degli oggetti stessi secondo i canoni proposti dall'economia circolare.

Per certi versi, questa nuova attenzione, più che una rivelazione *ex novo*, è una ri-scoperta di quelle che erano le conoscenze acquisite proprie delle comunità di un tempo. Le pratiche della sostenibilità nel significato più classico del termine hanno infatti sempre fatto parte del vivere comunitario delle popolazioni passate, caratterizzando gli aspetti economici e sociali dell'esistenza collettiva, così come soprattutto il rapporto con l'ambiente, su cui recentemente si sono spostate l'attenzione e le preoccupazioni generali.

Una disciplina che da sempre ha riconosciuto il valore eccezionale tanto del sapere tradizionale, quanto della filosofia sostenibile, e della loro trasfigurazione negli oggetti prodotti artigianalmente: il design. In quanto disciplina pervasiva, il design infatti è per sua natura capace di studiare, decodificare e trasmettere il linguaggio delle cose reali. Nonostante la società contemporanea proponga molto spesso un uso eccessivo della parola design, il design degli oggetti può offrire un mezzo formidabile per osservare il mondo, per decifrarlo e per salvarlo.

Muovendo da queste premesse, nella cornice della 83ª Fiera Internazionale dell'Artigianato di Firenze, la mostra *Circular Craft* insieme alla sua sezione introduttiva *New Perspectives of Making* presenta una selezione di oggetti di design che si propongono di raccontare i valori materiali e immateriali che li caratterizzano, mettendoli in relazione con il contesto territoriale e sociale contemporaneo. Questi oggetti sono soprattutto espressione di un processo di concezione e produzione circolare in linea con il paradigma contemporaneo della sostenibilità.

Il titolo *Circular Craft*, in italiano artigianato circolare, è la chiara parafrasi di quello che è il concept progettuale dell'esposizione, ovvero mostrare le nuove forme di artigianato che si stanno sviluppando nell'ambito dell'economia circolare; una tematica questa per cui l'Italia risulta essere un Paese all'avanguardia nel mondo. Il concept della mostra prende anche spunto dalle tematiche affrontate dall'esposizione *Dove l'Artigiano?*, curata da Enzo Mari nel 1981, che descri-

veva con grande efficacia le tante sfaccettature del saper fare artigianale, delineando così un immaginario *fil rouge* tra le due mostre.

Il progetto curatoriale di *Circular Craft* è stato ideato e sviluppato dal Laboratorio di Design per la Sostenibilità del Dipartimento di Architettura dell'Università di Firenze, seguendo un approccio fortemente interdisciplinare. La ricerca degli oggetti da inserire nel catalogo dell'esposizione è stata condotta individuando sul territorio nazionale prodotti di artigianato che nascono dalla riduzione delle materie prime impiegate e dal riutilizzo e riciclo di scarti e sfridi di produzione industriale o derivanti anche da altre filiere produttive. Insieme all'attenzione per le dinamiche circolari, nella scelta dei pezzi un particolare riguardo è stato dato alla selezione di prodotti che valorizzassero la collaborazione tra filiere differenti, che mettessero in risalto lo sviluppo sostenibile di un territorio e che stimolassero un nuovo modo di intendere il progetto di design. L'organizzazione tematica di *Circular Craft* vede i 40 oggetti selezionati, suddivisi in cinque categorie: Reuse, Relation, Reduce, Recycle, Restart, ognuna delle quali espressione di una particolare dinamica del saper fare circolare. Esse sono il risultato dell'accostamento delle 3 R del paradigma della sostenibilità (Reuse, Reduce, Recycle) con altre due categorie (Relation, Restart) frutto dell'innovativo contributo del design, capace di elaborare nuovi significati in relazione alle tematiche contemporanee. Tale classificazione non è volutamente sottoposta ad alcuna gerarchia di pensiero, ma si sviluppa secondo un ideale ciclo virtuoso, che rimanda concettualmente all'iconografia del modello economico circolare.

Nello specifico, le cinque categorie individuate corrispondono ciascuna ad un determinato criterio della sostenibilità: riutilizzare oggetti o parti di oggetti per creare nuovi prodotti o nuove funzioni Reuse; attivare e promuovere sinergie tra filiere produttive differenti Relation; ridurre l'impiego di materiale e di energia in eccesso Reduce; promuovere la raccolta differenziata e ripensare i materiali secondo nuovi modelli di produzione Recycle; vedere gli scarti e sfridi di produzione in una diversa ottica progettuale Restart.

Grazie alla disponibilità delle aziende e dei designer contattati per il prestito degli oggetti, *Circular Craft* ha potuto contare su un'ampia varietà di manufatti esposti: 40 per l'appunto provenienti da differenti aree del territorio nazionale: dalle zone industrializzate del Nord alle comunità rurali del Sud.

L'economia circolare è innanzitutto una questione di carattere culturale, di educazione e diffusione di corretti modelli di consumo. Il risultato più importante della mostra *Circular Craft* è stato sicuramente quello di rendere consapevoli coloro che l'hanno visitata dell'importanza del loro stesso patrimonio artigianale, della rilevanza e attualità delle tematiche contemporanee sulla sostenibilità, fornendo loro, attraverso gli oggetti esposti, una serie di esempi virtuosi di innovazione circolare da cui poter attingere.

Riferimenti bibliografici

- Baudrillard J. 2003, *Il sistema degli oggetti*, Bompiani, Milano.
- Bauman A. 1999, *Modernità liquida*, Laterza, Roma-Bari.
- Bauman Z. 2003, *Intervista sull'identità*, Editori Laterza, Roma-Bari.
- Bauman Z. 2016 *Per tutti i gusti. La cultura nell'età dei consumi*, Laterza, Roma-Bari.
- Berger J. 2015, *Questione di sguardi. Sette inviti al vedere fra storia dell'arte e quotidianità*, Il Saggiatore, Milano.
- Bodei R. 2011, *La vita delle cose*, Laterza, Roma-Bari.
- Lotti G., Giorgi D. (a cura di) 2016, *Identità e Fluides. Un progetto di terra in*, Didapress, Firenze.
- Lotti G. 2015, *Design Interculturale. Progetti dal mare di mezzo*, Didapress, Firenze.
- Lotti G. 2016 (a cura di), *Interdisciplinary design. Progetto e relazione tra saperi*, Didapress, Firenze.
- Manzini E. 2018, *Politiche del quotidiano*, Edizioni di comunità, Ivrea.
- Morittu R., Pau A., Lotti G. 2011, *Tessere conoscenze. Artigianato, design e territori*, Edizioni ETS, Pisa.
- Sudjic D. 2008, *Il linguaggio delle cose*, Laterza, Roma-Bari.
- Tosi F., Lotti G., Follesa S., Rinaldi A. 2015, *Artigianato Design Innovazione. Le nuove prospettive del saper fare*, Didapress, Firenze.

Due elementi essenziali rendono possibile la nostra esistenza: massa (la terra) ed energia (il sole). Niente esce dal sistema planetario eccetto il calore e, talvolta, alcune meteoriti. [...] Ciò che la natura ci ha messo a disposizione è tutto quello che abbiamo. E qualunque cosa gli esseri umani creino, non viene eliminata.

McDonough W., Braungart M., 2013

design neghentropico

Introduzione

Il fare progettuale è abilito intrinseca alla condizione umana (Manna, 2014). Sin dall'antichità l'uomo attraverso la progettazione ha sempre tentato di migliorare la propria condizione (Di Lucchio, Giambattista, p.54). La stessa storia del design, come ricorda Branzi (2007), non può essere relegata al XX secolo; gli oggetti, le merci e le macchine artificiali create dall'uomo sono sempre esistite e, possiamo dire, che la seconda legge della termodinamica lo ha condannato ad essere un costante produttore di entropia.

Per il secondo principio della termodinamica¹ (Bizzocchi, 2007), poiché l'energia trasformata va in una sola direzione (da utilizzabile a inutilizzabile, da ordinata a disordinata, da calda a fredda, da concentrata a dispersa) e poiché nulla si distrugge, questa energia trasformata rimane in circolo sotto forma di entropia. L'energia immessa nel sistema, una volta utilizzata, diviene entropia ovvero inquinamento. Come esseri umani dobbiamo sempre ricordarci che soltanto

Due elementi essenziali rendono possibile la nostra esistenza: massa (la terra) ed energia (il sole). Niente esce dal sistema planetario eccetto il calore e, talvolta, alcune meteoriti. [] Ci è che la natura ci ha messo a disposizione tutto quello che abbiamo. E qualunque cosa gli esseri umani creino, non viene eliminata (McDonough W., Braungart M., rist. 2013, p. 99).

Il sole è l'unica cosa ad entropia costante (Korhonen J. et al., 2017, p. 42 e Morin, rist. 2015, p. 336) che grazie all'irradiazione fotonica permette la vita sulla terra; è un archi-macchina²

¹ L'entropia si manifesta in maniera estremamente caotica, in una miriade di differenti modi, moltissimi dei quali peraltro non percepibili, perlomeno nell'immediato, dall'uomo. I cambiamenti climatici sono ad esempio una manifestazione di entropia, ma a livello sistemico virtualmente ogni accadimento "negativo" lo è. Lo sono le guerre, gli incidenti stradali, le stragi nelle università, la crescente scarsità d'acqua, la perdita di valori, il disordine sociale, la depressione, i film violenti e chi più ne ha più ne metta. Tutto ciò che accade di "negativo" è di fatto figlio, o nipote o bisnipote, di una immissione di energia nel sistema: entropia.

² Secondo Morin la parola "macchina" dobbiamo "sentirla" nel senso pre-industriale o extra-industriale, in cui designa insiemi o connessioni complesse che procedono in modo regolare e regolato. Secondo l'autore occorre associare il termine "macchina" alla sua dimensione poetica, termine che coniuga creazione e produzione, pratica e poesia. Dall'idea di produzione non deve essere cancellata la possibilità di creazione, nella macchina non c'è soltanto il macchinale (ripetitivo), c'è anche il macchinante (inventivo) (Morin rist. 2015, p.183 e 184).

(ivi, p. 184) che insieme alle stelle, mostra il più mirabile esempio di organizzazione naturale e spontanea.

Questa macchina favolosa che si è fatta da sé», in e attraverso il fuoco, e non una volta soltanto, grazie ad un incredibile colpo di fortuna, bensì miliardi e miliardi di volte questa macchina turbina, fabbrica, funziona, si regola senza convettore, ingegnere, pezzi specializzati, senza programma e senza termostato (ivi, p. 185).

Al contrario di quella del sole la nostra azione ha invece dimostrato dei limiti planetari sistemici (Meadows D. H. et al., 2004) evidenti che ci impongono oggi di rivedere e riprogettare il nostro modello di sviluppo.

Con il maturare della consapevolezza dei danni prodotti dalla forza antropica sui sistemi naturali, stiamo assistendo negli ultimi anni ad importanti cambiamenti nel modo di pensare, progettare, produrre e consumare. Quella che sta avvenendo è una vera e propria transizione verso un alternativo modello di sviluppo che non può prescindere che da una diversa visione economica e produttiva. Proprio per questo negli ultimi tre decenni sono stati affiancati molti aggettivi al termine economia: green, blue³, verde, dalla culla alla culla⁴, sharing, circolare al fine di descrivere e definire dei nuovi modelli di produzione e consumo più sostenibili sia dal punto di vista teorico ed in parte anche pratico, ma che comunque devono fare i conti con l'inesorabile

³ Il concetto di Blue Economy è stato teorizzato da Gunter Pauli (cfr. riferimenti bibliografici) e si basa su un modello economico che trae ispirazione dai processi naturali ed opera materialmente attraverso i processi della biomimesi

⁴ La teoria proposta da McDonough W. e Braungart M. nel 2002 fa leva sul concetto di ecoefficacia ed integra: la progettazione di filiere che prevedano a monte il reinserimento di materiali in successivi cicli produttivi; la netta separazione tra il metabolismo biologico e il metabolismo tecnologico (un po' come l'Economia Circolare); il passaggio dalla vendita di prodotti alla vendita di servizi.

l'aumento di entropia.

Come sostiene Federico (2015, p.3-4) la Green Economy forse quella che ha definito una teoria completa dell'economia dello sviluppo e che acquisisce forti connotazioni egualitarie ed ecologiche. Le sue caratteristiche sono la produzione pulita di beni e di energia, la ricostruzione degli ecosistemi naturali, la minimizzazione delle emissioni e dell'inquinamento e l'uso efficiente delle risorse non rinnovabili.

La Green Economy

un sistema di attività economiche legate alla produzione, distribuzione e consumo di beni e servizi che si traduce in un migliore benessere umano nel lungo periodo, per non esporre le generazioni future a rischi ambientali significativi e alla scarsità ecologica (UNEP, 2012).

Come sostiene Federico (2015) da evidenziare la forte similitudine tra la definizione di Green Economy e quella di Sviluppo Sostenibile proposta dal noto Rapporto Bruntland (1987).

I concetti dell'Economia Circolare sono sicuramente molto vicini a quelli succitati ma fanno riferimento in particolare ai flussi di materiali ed energia e, secondo Federico (2015, p.4), precedono di molto quello di Green Economy appoggiando le proprie basi teoriche nella Industrial Ecology⁵. L'Economia Circolare, concetto recentemente rafforzato dalle politiche europee (European Commission, 2013, 2015, 2015a),

un'economia industriale che concettualmente rigenerativa e riproduce la natura nel migliorare e ottimizzare in modo attivo i sistemi mediante i quali opera (Ellen MacArthur Foundation, 2013 in Federico 2015);

in linea teorica quindi può essere considerata un qualcosa che si auto-produce e auto-rigenera come le archi-macchine di Morin (rist. 2015, p. 184).

Con il concetto di Economia Circolare si passa da una visione economica e produttiva di tipo lineare (estrazione-produzione-uso-cosumo) ad una dove

la materia fluisce nei processi industriali attraverso due cicli: il biologico, in cui i materiali sono progettati per tornare in sicurezza nella biosfera; e il tecnico, in cui i materiali circolano mantenendosi in grado di rientrare nei processi con un alto livello di qualità e senza impattare la biosfera. Quanto più puri sono questi flussi e quanto migliore la qualità con cui essi circolano, tanto maggiore il valore aggiunto che viene prodotto dall'economia circolare (Federico, 2015, p.5).

Ovviamente come evidenziato da più autori (Korhonen J. et al., 2018, Federico 2015) ogni nuova forma economica e produttiva si scontra con la seconda legge della termodinamica e potrà essere realizzata soltanto con l'esclusivo impiego di energia proveniente da fonti rinnovabili. Inoltre Geissdoerfer M. et al. (2017, p. 765) evidenzia una serie di questioni problematiche che il progetto di Economia Circolare porta con sé, come ad esempio l'impossibilità tecnica di un circuito chiuso in combinazione con una crescente domanda o la quantità di energia necessaria per riciclare i materia-

⁵ da Federico (2015, p.4) Il lavoro seminale quello di Frosch e Gallopoulos, 1989, "Strategies for Manufacturing". Scientific American 261 (3), pp. 144-152. Allenby (2006) la definisce come "A systems-based, multidisciplinary discourse that seeks to understand emergent behaviour of complex integrated human/natural systems"

⁶ L'autore descrive il concetto di macchina suddividendo in quattro macro-categorie: le archi-macchine (sole e stelle), le protomacchine (il ciclo del mare, i vortici, i mulinelli), le polimacchine viventi (l'essere vivente dall'unicellulare all'uomo), la megamacchina sociale (le società formate dalle polimacchine viventi dagli insetti agli uomini questi ultimi facenti parte della megamacchina antroposociale) e le macchine artificiali (le ultime nate tra le macchine grazie allo sviluppo della megamacchina antroposociale).

li che potrebbe addirittura peggiorare l'emissione di gas serra, sollecitando un approccio più pragmatico in cui l'efficienza dei materiali e altre forme di riduzione degli input dovranno avere la priorità rispetto alla circolarità.

Del resto considerare il progetto dell'economia circolare come un sistema chiuso (Geissdoerfer M. et al., 2017, p. 764) porterebbe a definirlo come una non organizzazione⁶ (Morin, rist. 2015, p. 335-336) e quindi un sistema produttore soltanto di entropia positiva. Considerandolo invece nella sua intera complessità, quindi aperto e comprensivo degli aspetti produttivi, economici, sociali e culturali, allora, lo si potrebbe vedere come un'organizzazione attiva produttrice di «s» e di conseguenza generatrice di neghentropia⁷.

In questo scenario il design può sicuramente dare un importante contributo soprattutto grazie alla capacità di adattamento e integrazione tra e in saperi di diversa natura.

Negli ultimi anni stiamo assistendo ad una vera e propria trasformazione delle discipline del progetto che per loro natura vengono chiamate in causa ogni qual volta vi sia necessità di innovazione, e che di conseguenza si trasformano, si adattano e si evolvono in base al progresso

tecnologico e delle scienze. In particolare oggi il progresso della tecnologia da un lato, che ha portato alcune tecnologie definite abilitanti ad avere costi bassissimi (*commodities*) e una diffusione eccezionale (Celaschi, Di Lucchio, Imbesi, 2017), e lo sviluppo delle scienze da un altro, in particolare la biotecnologia, hanno offerto e continuano ad offrire al design importanti sfide di sviluppo e di connessione con altre scienze.

Il design, ricordiamolo, disciplina in costante movimento tra saperi, che grazie al contributo della trasformazione tecno-sociale in atto, ha espanso i suoi confini epistemologici e operativi, dal *Design* della componente estetica alla definizione di *Design* come sviluppo di nuovi comportamenti (Di Lucchio, 2018, p. 5), nasce come un'attività sociale proprio per dare senso alla stessa società che lo ha creato (Dilnot, 1982).

⁷ Il concetto di neghentropia secondo l'autore (Morin, rist. 2015, p. da 336 a 346) deve essere inteso in termini attivi produttivi e organizzazionali. La neghentropia non è semplicemente l'opposto di entropia (entropia negativa), i due termini, pur costituendo il carattere positivo e negativo della stessa grandezza corrispondono a processi antagonisti dal punto di vista dell'organizzazione. L'entropia è disorganizzazione e degenerazione, la neghentropia è riorganizzazione, rigenerazione, sviluppo e complessificazione. Ogni processo neghentropico produttore di «s» espelle come sottoprodotto della sua attività entropia e iscrive la complessità che le è propria nell'anello: disordine-interazione-ordine grazie all'organizzazione. L'autore pone come esempio di esseri neghentropici gli esseri viventi, ma anche le archi-macchine e le protomacchine. Le uniche macchine che non svolgono il processo neghentropico sono quelle artificiali (cfr. nota precedente).

Design, circolarità e sistema

Gli preliminari riflessioni relative al design orientato alla sostenibilità⁸ si auspicavano un approccio progettuale di tipo sistemico (Bonsiepe, 1993, p. 62, I ed. 1975) che tenesse in considerazione i requisiti di tipo ambientale allo stesso livello di quelli tecnici, produttivi, economici, sociali, culturali, ergonomici ecc. In termini pratici, a partire dagli anni '90, si agì con un fare progettuale centrato sulla materialità e sul prodotto attraverso i principi del *Life Cycle Design* (LCD) - ciclo di vita del prodotto o del servizio - (Vezzoli C. et al., 2007) per poi passare ad approcci più complessi di tipo sistemico come il *Product Service System* (Vezzoli C. et al., 2014, p. 4), il *Design System* (Vezzoli C. et al., 2007a, p. 34) e il Design Strategico per la Sostenibilità (Manzini E. et al., 2001).

Nell'immediato futuro alcuni strumenti sviluppati dal Design per la Sostenibilità potrebbero essere messi in pratica a favore dell'Economia Circolare come ad esempio il *Design for Disassembly*, il *Design for Reuse* o il *Design for Recycling*, ma forse il dibattito sulla sostenibilità instaurato dalla nostra disciplina è ben più maturo.

In termini progettuali si è passati da un'attenzione sulla materia - ovvero sull'oggetto del danno ambientale - ad un'attenzione per la forma - intesa come schema del sistema.

La tensione tra forma e materia

[] una tensione che risiede fra due differenti approcci nel modo di capire la natura: lo studio della materia e lo studio della forma. Lo studio della materia ha origine con la domanda: *Di cosa è fatto?*. Essa conduce ai concetti di elementi fondamentali, di blocchi costituenti; alla misurazione e alla quantificazione. Lo studio della forma si chiede: *Qual è lo schema?*. E ci conduce invece ai concetti di ordine, organizzazione, relazione (Capra F. in Bistagnino L., 2012, p. 207).

Il concetto di sistema fa spostare l'attenzione progettuale dal prodotto (o servizio) a tutte le possibili connessioni che si possono creare tra gli attori del sistema stesso (i processi, i luoghi, le comunità, gli oggetti, le singole persone) e di conseguenza porta il pensiero progettuale ad una più alta complessità.

L'orizzonte del progetto si espande quindi agli stili di vita ed alla qualità della vita, tentando di definire una sostenibilità che non riguarda più soltanto l'estetica, la composizione e l'impatto sull'ambiente dei materiali

⁸ Per una sistematica trattazione dell'attenzione del design verso le tematiche della sostenibilità si rimanda ai testi Lotti, Giorgi, Marseglia, 2017; Marseglia, 2018. (cfr. riferimenti bibliografici)



che compongono l'oggetto, ma, più in generale gli aspetti culturali e sociali del vivere sostenibile che viene trasmesso ai fruitori dal prodotto e dal servizio.

In questo contesto in trasformazione anche i fondamenti del design contemporaneo devono essere messi in discussione,

[] ripensare ad alcuni principi dell'innovazione e del buon design, la funzionalità, il simbolismo, la cultura, la tecnica produttiva, ed indirizzare il progetto verso un'etica attenta alla qualità della vita ed al rapporto tra artefatto umano e natura, all'interno di un ecosistema complesso e sensibile (Tamborini P. in Vezzoli C. et al., 2010, p.49).

Anche il concetto di Economia Circolare esposto al paragrafo precedente prende in prestito le basi del pensiero sistemico e del funzionamento dei sistemi naturali e non può essere considerato soltanto come un progetto economico per migliorare i flussi di materia, ma come un nuovo modello di sviluppo che ci permetterà di ristabilire un equilibrio tra la forza antropica e il sistema natura di cui facciamo parte (Manna, 2014, p. 82).

Conclusioni

Come sostiene Manna (ivi, p. 96), con riferimento all etica del progetto, non è più sufficiente agire in favore di un sistema isolato, ma si dovrebbe lavorare al fine di essere in equilibrio nell intero sistema natura di cui facciamo parte, nella sua totalità e in armonia con l'esistenza. Il sistema natura include il sistema uomo e l'interazione tra natura e uomo si risolve in un'interazione tra la natura e se stessa.

Il connubio Economia Circolare e Design non sarà mai sostenibile se con la ricorsività dei flussi di materiali continueremo a pensare e a progettare gli stessi prodotti che ci hanno portato al costante aumento di entropia (cfr. prima nota del presente testo).

Gli evidenti limiti planetari ci dovrebbero far riflettere sulle nostre azioni sia come uomini che come progettisti e alimentare in noi un'etica dell'azione (ivi, 2014, p. 83) al fine di generare progetti portatori di neghentropia non solo energetica, ma anche sociale e culturale.

Tutto ciò che è biologico, umano e sociale, riprendendo i concetti di Morin (rist. 2015, p. 197) macchina ed allo stesso tempo organizzazione attiva, produttrice di s», organizzatrice di s»,

la loro poiesis si identifica in primo luogo con la produzione permanente del loro stesso essere (Morin, ivi, p. 206).

Se è vero che lo stesso design è stato creato dall'uomo, macchina vivente produttrice di s», proprio per migliorare la propria condizione e fa parte quindi del più grande sistema natura, allora ammesso intravedere in esso un processo neghentropico che lo porta continuamente a riorganizzarsi, rigenerarsi, svilupparsi e complessificarsi.

Oggi, come sempre, l'unico limite dell'uomo rimane la propria immaginazione.

Riferimenti bibliografici

Bizzocchi A. 2007, *Lenergia, la termodinamica e la mela*, articolo consultabile al link: <https://www.andreabizzocchi.it/lenergia-la-termodinamica-e-la-mela/> (ultima consultazione: 2/12/2019).

Bistagnino L. 2012, *Design Sistemico. Systemic Design*, II edizione, Slow Food Editore, Bra (CN), (pp. tot. 292).

Bonsiepe G. 1993, *Teoria e pratica del disegno industriale. Elementi per una manualistica critica*, Feltrinelli Editore, Milano, prima edizione fuori collana - prima edizione in sc/10 1975.

Branzi A. 2007, *Capire il Design*, Giunti Editore, Firenze.

Brundtland, G.H., 1987. *Our common future: report of the world commission on environment and development*. Med. Confl. Surviv. 4 (1), 300. <http://dx.doi.org/10.1080/07488008808408783>.

Celaschi F., Di Lucchio L., Imbesi L. 2017, *Design e digital production: progettare nell'era dell'industria 4.0*, MDJournal , n.4, 2017.

Dilnot C. 1982, Design as a Socially Significant Activity: an Introduction, Design Studies, V. 3, N. 3 (pp. 139-146).

Di Lucchio L., Giambattista A. 2018), Design & Challenges. Riflessioni sulle sfide contemporanee del Design, LISt Lab, Barcelona.

European Commission 2013, *Vivere bene entro i limiti del nostro pianeta*. 7 PAA Programma generale di azione dell'Unione in materia di ambiente fino al 2020, formato brochure - documento consultabile al link: <https://ec.europa.eu/environment/pubs/pdf/factsheets/7eap/it.pdf> (12/19).

European Commission 2015, *Pacchetto sull'economia circolare: domande e risposte*. Consultabile al link: http://europa.eu/rapid/pressrelease_MEMO-15-6204_it.htm ultima consultazione: 2/12/2015).

European Commission 2015a, COM(2015) 614. *La nello mancante - Piano d'azione dell'Unione europea per l'economia circolare*. Consultabile al link: http://eur-lex.europa.eu/resource.html?uri=cellar:8a8ef5e8-99a0-11e5-b3b7-01aa75ed71a1.0009.02/DOC_1&format=PDF (ultima consultazione: 2/12/2015).

Federico T. 2015, *I fondamenti dell'Economia Circolare*, Fondazione per lo Sviluppo Sostenibile, documento consultabile al link: <http://www.comitatoscientifico.org/temi%20SD/documents/Green%20economy/FEDERICO%20Appunti%20di%20economia%20circolare%20250315.pdf> (12/2019).

Ellen Macarthur Foundation 2012, *Towards the Circular Economy, Economic and business rationale an accelerated transition*.

Geissdoerfer M., Savaget P., Bocken N. M. P., Hultink E. J. 2017, *The Circular Economy e A new sustainability paradigm?*, ELSEVIER, *Journal of Cleaner Production*, 143, pp 757- 768.

Korhonen J., Honkasalo A., Seppälä J. 2018, *Circular Economy: The Concept and its Limitations*, ELSEVIER, *Ecological Economics*, 143, pp. 37-46.

Lotti G., Giorgi D., Marseglia M. 2017, *Prove di design altro. Cinque anni di progetti di design per la sostenibilità*, DIDApres, Firenze.

Manna 2014, *Design Ethics. Introduzione ontologica alla progettazione etica*, Lulu Publishing, Raleigh - opera in Creative Commons.

Manzini, E. Vezzoli C. 2001, *Product Service Systems as a strategic design approach to sustainability. Examples taken from the Sustainable Innovation* Italian prize, atti di conferenza, Towards Sustainable Product Design, Amsterdam, *Journal of Cleaner Production*, vol.11.

Marseglia M. 2018, *Progetto, sostenibilità, complessità. Metodi e strumenti per la progettazione di prodotti e servizi*, DIDApres, Firenze.

McDonough W., Braungart M. 2013 (rist.), *Dalla Culla alla Culla. Come conciliare tutela dell'ambiente, equità sociale e sviluppo*, Blu Edizioni, Torino. (titolo originale: *Cradle to Cradle remaking the way we make things*, North Point Press, New York.

Meadows D. H., Meadows D. L., Randers J. 2004, *I nuovi limiti dello sviluppo. La salute del pianeta nel terzo millennio*, Oscar Mondadori, Milano (titolo originale: *The Limits to Growth. The 30-Year Update*, 2004).

Morin E. 2015 (rist.), *Il Metodo. 1. La Natura della Natura*, Raffaello Cortina editore, Milano, I edizione 1977 - trad. Bocchi G. e Serra A. (titolo originale: *Le Méthode. 1. La Nature de la Nature*, Édition du Seuil, 1977).

Pauli G., a cura di Bologna G. 2014, *Blue Economy. 10 anni, 100 innovazioni 100 milioni di posti di lavoro*, Edizioni Ambiente, Milano.

UNEP 2012, *The Business Case for the Green Economy. Sustainable Return on Investment*, Globescan.

Vezzoli C., Manzini E. 2007, *Design per la Sostenibilità Ambientale*, Zanichelli, Bologna.

Vezzoli C., Tamborrini P. 2007a, *Formazione, sviluppo sostenibile e design: strategie e strumenti per la Decade* (atti di convegno), Libreria Clup, Milano.

Vezzoli C., Veneziano R. 2010, *Pratiche sostenibili. Itinerari del design nella ricerca italiana*, Ed. Alina, Firenze.

Vezzoli C., Kohtala C., Srinivasan A. 2014, *Product-Service System Design for Sustainability* - LENS Learning Network on Sustainability, Greenleaf Publishing.

Muovendo dal presupposto che nessuno può fare industria 4.0 da solo, si devono quindi creare delle forme di collaborazione nuove e di sviluppo congiunto per l'innovazione del sistema produttivo, che portino alla formazione di nuove conoscenze, anche tramite l'utilizzo di strumenti come le piattaforme digitali.

il design 4.0 nei territori circolari

irene fiesoli

A seguito dell'avvento di Industria 4.0 e con la nascita di nuovi attori attivi nel panorama produttivo territoriale, i sistemi locali appaiono fortemente mutuati e con un livello di complessità gestionale molto superiore rispetto al passato.

Muovendo dai territori ed analizzandoli a fronte dello sviluppo della tematica legata all'economia circolare e al design nel contesto di sviluppo tecnologico verificatosi a partire da Industria 4.0, è importante comprendere come l'apporto creativo del design appaia come fattore determinante per lo sviluppo di un'innovazione strategica finalizzata ad ottenere ricadute concrete in termini di sostenibilità sociale, ambientale e economica.

Declinando l'azione progettuale di design secondo modalità strategiche diversificate (Zurlo, 2012; Manzini, 2003) che incidono sugli obiettivi, sulle tempistiche e sulla natura stessa del progetto è possibile definire il focus del design per il territorio secondo diversi livelli di intervento e di approccio progettuale, che riguardano:

- lo sviluppo delle conoscenze specifiche tecnologiche e scientifiche necessarie per inserirsi nell'attuale realtà industriale e territoriale;

- la capacità di costruire relazioni di progetto e attivare una rete di attori, risorse e competenze a livello locale volte a formare un sistema che si faccia promotore del processo di innovazione a livello territoriale;

- la capacità di strutturare strategie di progetto, cioè orientare le linee guida cui riferire il sistema progettuale, rafforzando le relazioni esistenti e identificando le alternative progettuali per rendere visibili gli elementi della strategia e rendere concreto un modello virtuoso di sviluppo;

- la capacità di concretizzare prodotti e servizi in modo che siano maggiormente sostenibili, più coerenti con la natura del contesto territoriale e che possano rappresentare dei veicoli di innovazione per la competitività territoriale.

Oggi, dunque, il ruolo del design nei sistemi territoriali è quello di sapersi confrontare e orientare di fronte a tutti i settori della società, della produzione, della tecnologia e dell'arte per intervenire con efficacia sul complesso mondo delle cose e degli attori che lo circondano. Il design ha assunto il compito di individuare nuove strade supportato da una rivisitazione della cultura di progetto, tenendo conto anche delle evoluzioni nel campo delle nuove tecnologie digitali e dei nuovi attori che stanno sempre più popolando il panorama territoriale sia a livello locale che globale. Un ulteriore elemento da considerare per la diffusione e il consolidamento del design contemporaneo è definito come *global design* rappresentato dalla fitta rete informatica e di comunicazione digitale che ormai circonda tutto il pianeta. Questo fatto relativizza ulteriormente i principi base che vengono utilizzati correntemente per la definizione del design contemporaneo; definendo il processo di design non più legato ad un luogo fisico determinato, come concepito nella disciplina classica dell'industrial design, ma che si diffonde attraverso apposite vie di trasmissione su tutto il pianeta, dislocando spesso la progettazione in uno, la produzione in un secondo ed infine la distribuzione in un terzo continente. In ciò si intravede la caratteristica di forte ubiquità del design contemporaneo, che, muovendo da un contesto locale, attraversa tutti gli stadi possibili di un processo produttivo e distributivo fino ad arrivare al contesto globale, passando per tutte le varianti possibili. Quindi, per quanto riguarda lo sviluppo economico, tecnologico e sociale degli ultimi decenni, è possibile affermare che la disciplina del design ha accompagnato la crescita dei territori (soprattutto dei paesi occidentali), trasformandoli insieme alla società e ricoprendo un ruolo importante in molti settori di attività, come quello della ricerca, dell'industria e dei servizi. Il design viene considerato

come un elemento trasversale capace di valorizzare capacità e competenze presenti nelle organizzazioni d'impresa che operano sul territorio. Questo avviene sia a livello della singola impresa sia a livello dei sistemi di imprese ovvero in quelle comunità produttive¹ dove ogni singolo attore partecipa al processo di costruzione dell'offerta complessiva del sistema attraverso la creazione di nuove competenze, processi, prodotti e servizi. L'azione di design è perciò stata interpretata come un fenomeno di canalizzazione che produce innovazione, generando nuovi scenari di sviluppo per le imprese e i sistemi-prodotto e configurando in un quadro nuovo, inedito e competitivo, tutti i componenti del sistema economico nazionale (Maffei, Simionelli, 2002, p. 6).

¹ Cioè i sistemi produttivi locali, ovvero reti formali o informali su base territoriale costituite dalle imprese.

A livello globale sarebbe quindi auspicabile una realtà produttiva e sociale basata sul design (approccio Design Driven), per proiettare i territori e i sistemi produttivi nel futuro grazie alla spinta fortemente innovativa data dal design, che contemporaneamente si nutre della sinergia con il tessuto produttivo locale, mantenendo un'identità legata ai territori e una visione dall'interno delle realtà che lo caratterizzano e sulle quali può quindi muovere riflessioni più consapevoli e critiche. In generale, si può ritenere opportuno concentrarsi soprattutto sui nuovi concetti e metodi che definiscono il design oggi, in quanto sia per proprie caratteristiche che per storicità emerge come una disciplina veramente in continuo mutamento e che sembra inutile e forse anche riduttivo incasellare dentro ad un contenitore troppo rigido, che rischia solo di minarne il raggio di azione e le possibili ricadute sulla società in termini di miglioramento della vita delle persone e di benessere dei territori. Muovendo dal presupposto che nessuno può fare industria 4.0 da solo, si devono quindi creare delle forme di collaborazione nuove e di sviluppo congiunto per l'innovazione del sistema produttivo, che portino alla formazione di nuove conoscenze, anche tramite l'utilizzo di strumenti come le piattaforme digitali.

Infatti il design, lontano da essere solo un'attività di stile o estetica, diventa anche un mezzo strategico per promuovere l'innovazione e generare nuovi valori economici, ambientali e sociali; analizzando le risorse dei territori, il cosiddetto capitale territoriale, e puntando a definire gli elementi di forza dell'economia territoriale e a formulare una nuova e più appropriata strategia di sviluppo sostenibile che valorizzi le risorse del territorio e promuova la diffusione di attività locali, come eventi e progetti culturali, sviluppate con nuovi modelli di comunicazione e di business capaci di garantire la diffusione della conoscenza. Infatti lo sviluppo di un territorio, delle imprese e delle istituzioni che lo popolano, ha bisogno di creare e testare idee e progetti nuovi che la ricerca propone e costruire una rete territoriale per una sintesi tra sperimentazione della ricerca e produzione reale attraverso esperienze di collaborazione tra i stakeholder territoriali. Per strutturare questo nuovo paradigma interdisciplinare è importante che si stabilisca una relazione tra innovazione tecnologico-digitale e design. Questa associazione design-digitale permeata dalla creatività e i relativi progetti che nascono da questo binomio, rappresentano il punto di partenza per un uso creativo delle nuove tecnologie. Creatività e Digitale sono due elementi di un insieme che associa settori umanistici e tecnologici, immaginazione e procedure al-

goritmiche, sentimento e calcolo: un mix destinato a incidere profondamente sulle iniziative socio-culturali e progettuali dei prossimi anni, dall'informazione alla formazione, dalla progettazione all'arte e all'intrattenimento.

Una sfida del design di oggi è proprio quella di avventurarsi alla scoperta delle nuove tecnologie digitali, realizzando nuovi luoghi digitali per lo scambio di nuove conoscenze. Da un lato il design rappresenta un fondamentale supporto per valorizzare le tecnologie digitali, dall'altro non può fare a meno di avvalersi di queste tecnologie per diventare più efficace e veloce nel rispondere ai bisogni dei vari utenti. Intelligenza artificiale, Big Data, IoT, Realtà virtuale e aumentata, blockchain, sono almeno cinque delle tecnologie che in qualche modo possono essere valorizzate dai diversi approcci del design e che, a loro volta, possono supportarlo.

Il design riesce a valorizzare le tecnologie digitali mantenendo il suo approccio distintivo che mette al centro le persone. Riesce a farlo in modo nuovo, andando a comprendere quali siano gli elementi che davvero hanno valore oggi per l'utente, preparando l'evoluzione delle azioni e delle abitudini dell'utente e cercando di capire cosa esiste già, in quanto non è sempre necessario inventare nuove tecnologie, ma si possono utilizzare, con l'aiuto di strumenti e metodologie proprie del design, anche quelle già esistenti. Il design 4.0 è una nuova frontiera che porta a radicali cambiamenti: Smart city, Internet of Things (IoT) e smart object, sono modi diversi di chiamare una nuova dimensione tecnologica grazie a cui un oggetto (di qualsiasi tipo) può diventare connesso e comunicante. Le cose, diventando parlanti, consentono di inaugurare un orizzonte di nuovi servizi capaci di migliorare la qualità della nostra vita e del nostro lavoro. Tutto diventa così più smart, cioè più intelligente, più comodo e più utile. Capire che cosa significa il fatto che un oggetto diventi smart è fondamentale per comprendere i nuovi orizzonti di un design che diventa capace di farsi interprete di quell'innovazione e di fare la differenza lasciando un segno indelebile. Il futuro del design dipende dalla sua capacità di intuire le potenzialità legate a nuovi criteri di integrazione e di sviluppo delle tecnologie digitali, perché ogni cosa che può essere digitalizzata lo sarà presto. Per garantire la funzionalità dei servizi all'insegna di un mondo più smart serve un'analisi non solo dei bisogni, dei processi e degli obiettivi, ma anche degli ambienti in cui le tecnologie verranno utilizzate e il design deve svolgere il suo ruolo creativo nel creare questi rapporti tra persone e tecnologie, gestendo i rischi e le eventuali derive.

Spesso la ricerca su Design e Industria 4.0 si limita ad elencarne le potenzialità in termini di nuove disponibilità tecnologiche senza davvero porsi il problema se e come il Design stesso dovrà cambiare per adeguarsi, in termini evolutivi, a questo prossimo futuro che, come abbiamo visto, implica questioni produttive quanto economiche e sociali (Celaschi, Di Lucchio, Imbesi, 2017, p.9).

Il design tra le discipline progettuali è la più pronta ad affrontare questa sfida, questo perché ha un'innata propensione a costruire ponti tra ciò che è e ciò che è possibile, ha la capacità di saltare passaggi e di aggiungere un quid di diversa natura a qualsiasi metodo di prefigurazione (Mincoelli, 2017).

Entrando più nel dettaglio, in merito alle nuove tecnologie il design può:

- contribuire ad umanizzare la tecnologia, rimettendo al centro i bisogni delle persone e arginando alcune derive come il controllo che la tecnologia potrebbe avere sull'uomo e sulla sua vita lavorativa e sociale;

- dare un'identità a prodotti e servizi, costruire un immaginario (anche estetico) che sappia interpretare la collettività e la quotidianità, riprogettando gli oggetti di tutti i giorni e costruendo un linguaggio nuovo, originario nei richiami a quegli archetipi materici anche tradizionali ma sperimentando con questi delle soluzioni di continuità nuove ed innovative (Di Lucchio, 2015);

- ibridare le due componenti principali del contemporaneo, fisico e digitale (o immateriale). Oggi il design rileva informazioni e dati, che elabora ed integra in un prodotto, che nasce e si sviluppa insieme al suo significato intrinseco;

- rendere l'innovazione più spendibile concretamente, producendo un'innovazione che è inclusa dentro a delle tecnologie disponibili e che insieme a creatività e altre discipline si combinano in un sistema concreto e accessibile;

- contribuire ad ampliare i network e le reti di conoscenza, grazie anche all'emergente offerta minuta di innovazione, come i nuovi spazi di co-working, di sperimentazione e produzione, nei quali convergono differenti competenze scientifiche, ingegneristiche ma anche creative e artistiche; dove si intrecciano tecnologie fisiche e digitali per esplorare idee, apprendere abilità e realizzare progetti (Di Lucchio, 2015);

intuire e rafforzare i segnali deboli che provengono dalla società e possono portare ad un miglioramento del modello di sviluppo globale. Al design spetta il compito di riconoscerli, focalizzarli, espanderli e diffonderli;

innescare sinergie produttive in ottica di economia circolare, orientandosi verso modelli di processo e di servizio e favorire la customizzazione ed il passaggio a filiere caratterizzate da una produzione sostenibile, flessibile e dislocata;

strutturare storytelling efficaci tramite soluzioni anche di mixed reality, utilizzando le nuove tecnologie della realtà aumentata (AR) e virtuale (VR) per una comunicazione innovativa;

promuovere una progettazione ecosostenibile, attraverso soluzioni tecnologiche in grado di fornire durabilità e manutenzione, conservazione e risparmi energetici; creando un link tra soluzioni tecnologiche proprie di Impresa 4.0 e le sfide della sostenibilità.

Concludendo, al design spetta il ruolo di dare senso all'innovazione, sfruttando il suo approccio progettuale critico che, tradizionalmente, ha sempre lavorato per dare significato alle cose e anche nella visione di territori circolari può dare il suo contributo con idee creative e strategiche volte ad uno sviluppo sostenibile sia sociale, che ambientale, che economico.

Quindi sarà importante passare da una gestione del progetto che produce forti impatti ambientali a un sistema virtuoso che incentiva le operazioni di ricerca per ottimizzare gli scarti aziendali e renderli nuove risorse per ulteriori attività produttive, grazie anche all'apporto delle nuove tecnologie ed al loro inserimento all'interno delle filiere produttive in modo nuovo ed integrato. Quindi un'economia circolare che prevede il re-impiego di risorse attraverso una rete di attori, interconnessi tra loro, che condividono esperienze, materiali e tecnologie, e che proprio attraverso il design riescono a interagire, creando network territoriali di valore.

Riferimenti bibliografici

- Cerruti M. 2018, *Il tempo della complessità*, Raffaello Cortina Editore, Milano.
- Chesbrough H. 2006, *Open Innovation: Researching a New Paradigm*, Oxford University Press.
- Capra F., Henderson H. 2013, *Crescita Qualitativa*, Aboca.
- Cassar L. 2014, *Self design. L'auto-fabbricazione e la rivoluzione delle stampanti 3d*, Malcor D edizione, Catania.
- Chil D. 2014, *Design maker. Ideare, pensare, fare design*, LISt Lab, Tools collection, volume 06 design, Milano.
- Giammarco P., Rota F. S., Casalegno C. 2015, *La sfida dell'intangibile. Strumenti, tecniche, trend per una gestione consapevole nelle organizzazioni e nei territori*, Franco Angeli, Milano.
- Lotti G. 2016, *Interdisciplinary design. Progetti e relazione tra saperi*, DIDAPRESS, collana Saggi, Firenze.
- Obasi G. O. P., Topfer K. 1997, *Methodological and Technological Issues in Technology Transfer*, Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC), Washington (USA).
- Montanari F., Mizzau L. 2016, *I luoghi dell'innovazione aperta. Modelli di sviluppo territoriale e inclusione sociale*, Quaderni Fondazione Brodolini, n. 55, Roma.
- Menichelli M. 2016, *FAB LAB E MAKER. Laboratori, progettisti, comunità e imprese in Italia*, Quodlibet studio design, Macerata.
- Micelli S. 2016, *New Craft*, catalogo XXI Triennale, International Exhibition, 21 Century. Design After Design, Marsilio Editori, Venezia.
- Mortati M., Villari B., Maffei S., Arquilla V. 2016, *Le politiche per il design e il design per le politiche*, Maggioli Editore, Rimini.
- Paris T., Di Lucchio L., Imbesi L. 2009, *09 young DESIGN*, designpress, Bologna.
- Villari B. 2012, *Design per il territorio. Un approccio community centered*, Franco Angeli, Milano.
- Santachiara D. 2016, *Download design. Manutenzione straordinaria della cultura materiale*, 24 ORE Cultura srl., collana Exhibitionist, Milano.
- Schiavo S. 2017, *#Maker. Cosa cercano le aziende dagli artigiani digitali*, Franco Angeli, Milano.
- Verganti R. 2017, *Overcrowded. Design Meaningful Products in a World Awash with Ideas*, MIT Press, Londra.
- Zurlo F. 2012, *Le strategie del design. Disegnare il valore oltre il prodotto*, Libraccio Editore, collana Miliarium, Milano.

**Design for social
innovation is
everything that
expert design can
do to activate,
sustain, and
orient processes
of social
change toward
sustainability.**

Manzini, 2015

economia circolare come innovazione sociale

claudia morea

La crescita avvenuta nell'ultimo secolo, con il rapido avanzamento tecnologico e la produzione di nuove ricchezze, collegata alle grandi problematiche ambientali di questo secolo – esaurimento di risorse naturali e cambiamenti climatici, ma anche a forti problematiche sociali quali disuguaglianze e povertà. Tutto ciò sta provocando un impoverimento della cultura globale, questione con cui la figura del designer deve confrontarsi, spingendo oltre la discussione sulla sostenibilità iniziata ormai quarant'anni fa per trovare soluzioni più attuali.

Con l'approvazione nel settembre 2015 dell'*Agenda for Sustainable Development 2030* le Nazioni Unite hanno sancito la necessità di promuovere a livello globale un nuovo modello di sviluppo, che fosse imprescindibile dal concetto di sostenibilità. Contestualmente lo sviluppo legato alla crescita economica degli ultimi decenni è stato decretato insostenibile.

I 17 Goals definiti dall'*Agenda* sono obiettivi che mirano a risolvere le problematiche provocate da questa crescita incontrollata, ossia disastri verso l'ambiente naturale e verso la società dell'uomo.

La sfida verso il cambiamento non nega i progressi raggiunti ma, in virtù di un'emancipazione globale, chiama ad una rielaborazione totale del sistema per arrivare ad una reale innovazione culturale fondata sulla sostenibilità ambientale, economica e sociale.

In particolare con i goal 10 *Reduce inequality* e 12 *Responsible production and consumption*, viene chiamata in causa l'attuale economia lineare *take, make, dispose*, artefice della produzione di massa e della corrispondente società dei consumi, in cui il valore delle merci, come anche quello del singolo individuo, è stato alterato. Da qui l'esigenza di responsabilizzare la produzione, ricalibrare il valore degli impatti legati ai processi di produzione-utilizzo-smaltimento, ma anche di responsabilizzare i consumatori sul valore delle loro azioni, in virtù di un riequilibrio dei beni, consumismo ed eccesso da un lato, inquinamento e povertà dall'altro.

L'Economia Circolare si presenta dunque come strategia per il raggiungimento di questi goal. Un modello di economia sostenibile che si ispira al sistema natura, di cui recupera il principio di autorigenerazione nel quale non esistono sprechi ma ogni output è tale da poter essere inserito in un nuovo ciclo come input.

Questa strada è stata praticata a partire dagli anni '70 come conseguenza dell'instabilità del mercato delle materie prime, della fragilità della supply chain e dell'aumento dei costi di gestione dei rifiuti, fino alla crescita di una sempre maggiore sensibilità da parte del mercato riguardo le problematiche ambientali ed in particolare le ricadute sulla salute, per cui le aziende sono state portate a sviluppare nuove soluzioni di approvvigionamento e produzione.

Oggi le aziende possono essere guidate nel miglioramento del loro business in questa direzione attraverso la consulenza con figure specializzate nell'ambito del cambiamento verso l'Economia Circolare. La progettazione dell'intero ciclo di vita del prodotto-servizio viene verificata attraverso l'applicazione di tre principi fondamentali:

1. *Narrowing loops*: riduzione progressiva della quantità di materia prima immessa nei cicli, ed efficientamento nell'uso delle risorse, che si traduce anche in produrre di più con la stessa quantità di risorse e materiali, focus che si estende al design e forme di sharing economy.
2. *Slowing loops*: rallentamento del ciclo di vita del prodotto-servizio, durevolezza e longevità dei prodotti, contro l'obsolescenza accelerata rispetto a ciò che è logico dal punto di vista tecnico e accettabile a livello sociale.
3. *Closing loops*: dal concetto di *Cradle to cradle*, chiudere i processi, rendere i prodotti riciclabili e riutilizzabili.

La disciplina del design si è subito adoperata per stabilire quali potessero essere i nuovi metodi per una progettazione che tenesse conto anche degli impatti delle scelte prese, ed ha strutturato una serie di linee guida / metodologie per rispondere alle esigenze delle aziende in ogni fase del ciclo vita del prodotto.

Rilevante è stata la dichiarazione del Design Council del 2002: « 80% dell'impatto ambientale esercitato dai prodotti, dai servizi e dalle infrastrutture attorno a noi viene determinato allo stato progettuale (Design Council, 2002) », le decisioni prese in questa fase infatti danno forma

a processi che determinano: la qualità dei prodotti che utilizziamo, i materiali e le energie necessarie per la loro produzione, le modalità del loro utilizzo quotidiano e la loro destinazione nel momento in cui non ne avremo più bisogno.

Design for recycle, for reuse in manufacturing, for material recovery, for assembly, for disassembly, for longevity, for leasing and service sono tutte le declinazioni di un design sostenibile che adotta un approccio *Life Cycle Thinking*, caratterizzato da un'attenzione in fase di progettazione a tutte le fasi di vita del prodotto-servizio attraverso l'utilizzo di strumenti per il calcolo dell'impatto ambientale.

Il Design sistemico amplia il discorso delle interconnessioni tra le scelte progettuali e il ciclo di vita, per mettere in evidenza la connessione tra i processi, i luoghi e le comunità.

Il pensiero sistemico permette, infatti, di progettare le relazioni che generano il sistema stesso, di valorizzare le identità e le risorse locali, al fine di produrre uno sviluppo sostenibile per il singolo e la comunità.

Quando si applica il pensiero sistemico immediato il riferimento ai principi strutturali degli ecosistemi naturali, gli stessi presi a riferimento dall'Economia Circolare, che a questo punto non può più essere considerata come mero modello per l'efficientamento dello scambio di materia, ma come pratica per ristabilire l'equilibrio tra i sistemi produttivi e i contesti in cui avvengono. Per questo oggi si può parlare di una nuova economia circolare, capace di generare innovazione sociale, e che quindi non si rivolge solo alle aziende ma si radica nei territori.

L'innovazione sociale in quanto atto progettato che direziona il cambiamento, vede nel designer la figura capace di cogliere i sentori del cambiamento e di incanalarli in una spinta progettuale: *Design for social innovation is everything that expert design can do to activate, sustain, and orient processes of social change toward sustainability* (Manzini, 2015).

Lo stesso Manzini nel suo *Design when everybody design* (Manzini, 2015) sostiene che, l'innovazione oggi fatta da iniziative che emergono dalla ricombinazione creativa di un assetto già esistente, dal capitale sociale al patrimonio, dall'arte tradizionale all'accessibilità, alle tecnologie avanzate, tutte iniziative provenienti dal basso e che propongono nuovi modi di produrre, nuove tipologie di relazioni tra produttori e consumatori e tra città e contesti.

La recessione degli ultimi anni ha spinto i consumatori ad essere più attenti al rapporto qualità-prezzo e contemporaneamente li ha portati a ricercare uno stile di vita più bilanciato, inoltre i Millennials stanno influenzando il mercato con nuove aspettative sui prodotti e i servizi offerti, pretendendo qualità e sostenibilità a bassi costi, anche scendendo a patti con nuove formule di acquisto come leasing e sharing.

Ma il segnale più rilevante è che la figura del consumatore passivo si sta trasformando in quella di prosumers, che pretende una partecipazione attiva nelle scelte di design, produzione e anche nella distribuzione.

In questo scenario giocano un ruolo fondamentale le nuove tecnologie; internet ha consentito a tutti di diventare aspiranti imprenditori, attraverso l'utilizzo di social media o piattaforme che permettono di monetizzare beni domestici inutilizzati (Airbnb, Blablacar, RelayRides, ParkatmyHouse). Dall'altro lato hanno reso possibile la creazione di community di consumatori che sopperiscono alle mancanze delle aziende con la possibilità di riparare o implementare un prodotto (repair community, Maker Faire, canali di apprendimento YouTube). Per finire lo sviluppo della *desktop manufacturing*, dei sistemi open, e di strumenti quali stampanti 3D piattaforme fai da-te come TechShop e FabLab, hanno permesso a consumatori di diventare produttori creativi di prodotti e servizi personalizzati a basso costo.

I social network e le piattaforme di co-creazione stanno raccogliendo milioni di prosumers diversi all'interno di comunità creative, consentendo loro di collaborare ed escogitare nuove soluzioni di mercato che fanno sempre più emergere i difetti del vecchio sistema, ormai scollato dalle necessità dei clienti e basato su un uso intensivo delle risorse ormai troppo costoso.

Per raggiungere un sistema sostenibile e reale si può applicare un processo bottom-up e sfruttare le forze provenienti dal basso che vanno in questa direzione e quindi cercare la collaborazione con i prosumers.

L'Economia Circolare rientra quindi in un discorso più ampio, in cui alle nuove esigenze delle aziende si affiancano le nuove sfaccettature della società; la sua riuscita inoltre è legata al coinvolgimento di tutti attori del sistema, per questo non può essere intesa come un processo isolato, ma come l'insieme di pratiche volte a garantire la resilienza dell'intero sistema.

Nello scenario configurato da Manzini questi fenomeni vengono mossi da tre filoni di innovazione: la *green revolution*, il fiorire del network come organizzazione distribuita, aperta e paritaria, e una nuova creatività diffusa; da qui si sviluppa un sistema socio-tecnico di produzione e consumo sostenibile, descrivibile con quattro aggettivi *Small, Local, Open and Connected SLOC*.

Sistemi locali connessi tra loro al livello globale, che grazie alla loro dimensione locale e ridotta ristabiliscono una relazione con i luoghi e le comunità, e riportano l'intero sistema alla scala umana, e quindi ottenendo la responsabilizzazione e valorizzazione del singolo auspicata precedentemente.

Casi promettenti di innovazione sociale sono la collaborazione sociale legata a servizi abitativi, iniziative di rigenerazione urbana bottom-up, reti di cibo locali, sistemi di produzione distribuiti e casi di sviluppo sostenibile locale, tutti esempi di iniziative che partono da punti diversi ma si muovono verso la stessa idea di sostenibilità, determinata da: un benessere attivo basato sul senso di comunità e bene comune, un sistema di produzione inteso come network di persone che collaborano, fondato su un nuovo rapporto tra globale e locale.

Le cose che possono essere gestite come beni comuni includono risorse naturali (terra, acqua, aria) e beni creati (cultura, conoscenza) e possono essere ereditate o create dall'uomo, ma *Commons* si riferisce al processo nel suo insieme, la sinergia tra gli elementi di una comunità, una risorsa e le regole per la sua governance, «Un bene comune sorge ogni volta che una determinata comunità decide di voler gestire una risorsa in modo collettivo, con particolare riguardo all'accesso equo, all'uso e alla sostenibilità (P2P foundation)».

Design Global, Manufacture Local, una modalità di produzione emergente che si concentra sulla confluenza di beni comuni digitali, in termini di conoscenza, software e progettazione con tecnologie di produzione e automazione locali. Queste tecnologie spesso includono stampanti 3D e macchine a controllo numerico, nonché strumenti di artigianato a bassa tecnologia e tecnologia appropriata, che spesso si completano a vicenda.

Se il *commons* rappresenta il nucleo intorno al quale far scaturire uno sviluppo sostenibile, i sistemi *peer to peer* sono lo strumento per il suo raggiungimento. P2P *peer to peer, people to*

people o *person to person* una dinamica relazionale attraverso la quale le persone (*peer*) collaborano liberamente tra loro per creare valore sotto forma di risorse condivise, diffuse in la forma di beni comuni.

La progettazione di queste interazioni tra risorse, comunità e luoghi ci riportano ai principi del pensiero sistemico che vengono concretizzati nell'Economia Circolare.

Queste nuove forme di mercato provenienti dal basso mostrano come sia quasi impossibile immaginare un passaggio a pratiche di economia circolare sostenibile sotto l'attuale regime di privatizzazione guidato dalla proprietà intellettuale. La produzione tra pari basata su *Commons* un modello che potrebbe creare un contesto di produzione veramente sostenibile. Le parole d'ordine sono libere, eque e sostenibili, i tre elementi correlati necessari per passare a un'economia, una politica e, in definitiva, una cultura più ricca, che vede l'Economia Circolare non solo come un nuovo modello di business ma come un nuovo paradigma culturale basato sul principio del bene comune, dove il designer ha l'incarico di innescare comportamenti virtuosi attraverso la progettazione.

Riferimenti bibliografici

Anderson C. 2013, *Makers*, Rizzoli ETAS, Milano.

Bistagnino L. 2009, *Design sistemico. Progettare la sostenibilità produttiva e ambientale*, Slow Food, Bra (CN).

Bompan E. 2016, con Iaria Nicoletta Brambilla, *Che cos'è l'economia Circolare*, Edizioni Ambiente, Milano.

Germak C. (a cura di) 2008, *Uomo al centro del progetto. Design per un nuovo umanesimo*, Allemandi, Torino.

Radjou N., PRABHU J. 2016, *Frugal Innovation. Come fare di più con meno*, Rubbettino Editore, Soveria Mannelli (CZ).

Manzini E. 2015, *Design when everybody designs: An Introduction for Social Innovation*, MIT Press Boston, Cambridge (USA).

Manzini E. 2009, *Small, local, open and connected. Design research topics in the age of sustainability*, For Journal of Design Strategies, vol. 4, n. 1 Spring.

Sennett R. 2008, *Luomo artigiano*, Feltrinelli, Milano.

Stahel W. R., *Economia circolare per tutti. Concetti base per cittadini, politici e imprese*, Edizioni Ambiente, Milano.

Tamborrini P. 2009, *Design sostenibile. Oggetti, sistemi e comportamenti*, Electa, Milano.

Vezzoli C. 2017, *Design per la sostenibilità ambientale*, Zanichelli, Bologna.

Verganti R. 2009, *Design-Driven Innovation. Cambiare le regole della competizione innovando radicalmente il significato dei prodotti e dei servizi*, Rizzoli Etas, Milano.

<https://primer.commonstransition.org/1-short-articles>.

<https://www.ellenmacarthurfoundation.org/>.

**Si parla sempre
più di Slow Food,
Slow Fashion e
adesso anche
di Slow Design,
rendendo palese
questa ritrovata
sensibilità verso
la lentezza che si
può concretizzare
in esempi virtuosi
di prodotti che
sono il risultato di
una conversione
sia etica che
estetica.**

la nuova generazione dei crafters

elisa matteucci

Negli ultimi anni sempre più diffusa, tra i giovani designers, la tendenza ad un approccio progettuale più intraprendente e dinamico, il «fare da sé» significa essere svincolati dalle troppe fasi di approvazione del progetto che tendono, in molti casi, a snaturare l'idea iniziale del creativo per riadattarla ai parametri richiesti dai processi industriali e dalle esigenze di mercato.

Nell'era dei software di disegno automatico e di modellazione tridimensionale si è creata, inevitabilmente, l'attitudine a privilegiare l'immagine immediata dell'oggetto virtuale senza soffermarsi sul processo necessariamente più lento della prototipazione manuale. La dipendenza dall'immagine digitale che si ha del prodotto porta a confrontarsi con gravi carenze dal punto di vista dell'approccio sensibile al materiale, imparare a conoscere le peculiarità di quello che il mondo naturale e artificiale ha da offrire e può essere invece fondamentale per stimolare la creatività e immaginare scenari sempre diversi. Questa voglia di sperimentazione ha portato alla nascita di una nuova categoria di designers che si potrebbero definire ibridi, nei quali competenza artigianale e attitudine contemporanea si incontrano, generando qualcosa di inedito nel panorama della progettazione tradizionale, che esula dall'omologazione del prodotto di design industrializzato. Secondo l'economista e filosofo Serge Latouche, l'uomo contemporaneo è un uomo nuovo che ha perso la propria dimensione spirituale, estetica, creativa e contemplativa; gli alti ritmi imposti dalla società portano a massimizzare la produzione e a incrementare le vendite di merci pronte all'uso. La vendita di prodotti cosiddetti *comfort* provoca un indebolimento delle culture e delle tradizioni, il saper fare è stato sostituito dalla compravendita di merci standardizzate. Come afferma anche Maurizio Pallante:

il recupero dell'autoproduzione oltre ad avere un valore in sé come strumento di liberazione dalla subordinazione alle merci, si carica di una valenza in più, poiché comporta il recupero della manualità come strumento del saper fare e di rapporto diretto tra l'uomo e il mondo naturale (Pallante, 2011, p. 115).

Si parla sempre più di Slow Food, Slow Fashion e adesso anche di Slow Design, rendendo palese questa ritrovata sensibilità verso la lentezza che si può concretizzare in esempi virtuosi di prodotti che sono il risultato di una conversione sia etica che estetica. È importante, dunque, per i nuovi designer, ripartire dai saperi tradizionali, dalle lavorazioni antiche legate ai luoghi, studiare le caratteristiche fisiche dei materiali, sentirne il peso, apprezzarne la natura estetica e qualitativa e infine ipotizzarne possibili impieghi sulla base delle conoscenze acquisite.

Quindi chi sono oggi i crafters ?

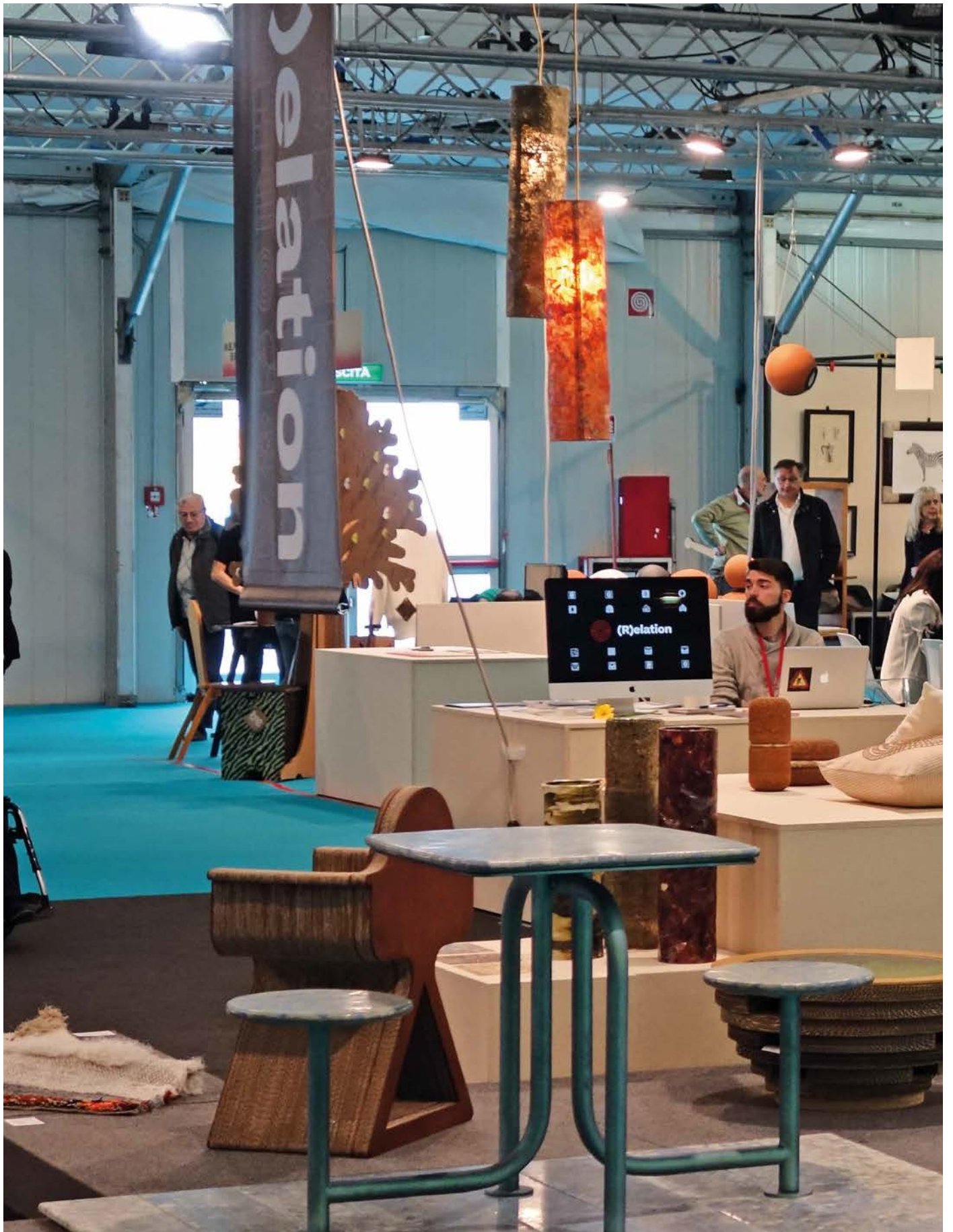
Sono innovatori indipendenti che immaginano, progettano, fabbricano, vendono e promuovono in maniera autonoma e indipendente i propri prodotti-servizi. Sono quelli che sempre meno fanno per l'industria (almeno quella classica) e sempre di più si industrializzano per fare¹.

¹ *A come Autoproduzione: Self-made design, from industrial to industrious design*, DESIGN ENCYCLOPAEDIA, Ottagono , 257, 02/2013.

Riferimenti bibliografici

Bianchini M., Maffei S. 2013, *A come Autoproduzione: Self-made design, from industrial to industrious design*, DESIGN ENCYCLOPAEDIA, Ottagono , 257, 02/2013.

Pallante M. 2011, *La decrescita felice. La qualità della vita non dipende dal PIL*, Editori riuniti, Roma.



**circular
craft**

la mostra



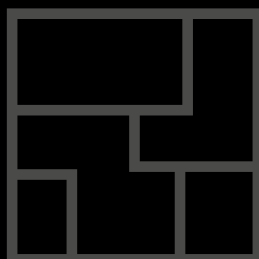


less is more
ludwig mies van der rohe

(R)educe

ridurre l'impiego di materiale ed energia

evitare gli scarti e gli sfridi di lavorazione



Paolo Ulian

Vaso Vago

Vaso Vago un oggetto dall'aspetto indefinito. La sua forma finale è la naturale conseguenza della modalità di lavorazione con cui sono stati ottenuti i pezzi che lo compongono. I 24 anelli che formano il vaso sono ricavati da tre lastre in marmo bianco di Carrara tagliate a getto d'acqua. La disposizione concentrica degli anelli sulla lastra consente di ridurre nei limiti del possibile gli scarti di materiale lavorato.

UpGroup









Ron Arad
No Waste

Il tavolo è progettato in modo da ottenere tutte le sue parti da un unico foglio metallico, in alluminio alveolare, senza scarto di lavorazione.

Ispirato ai concetti propri dell'autoproduzione più che al riuso o al riciclo creativo, il tavolo *No Waste* diventa così il prodotto di una divisione orizzontale del piano e del suo successivo assemblaggio ortogonale.

Moroso

Studio Lievito

Enn gona

Corpo ennagonale in bilico tra geometria e gravità. L'apparente imperfezione del suo taglio si risolve una volta appeso al soffitto. L'oggetto non è altro che un poligono in alluminio piegato a nove facce estruso e rastremato. La lampada a sospensione, generata da un unico foglio di lamiera metallica con l'obiettivo di ridurre lo scarto, è regolabile in altezza semplicemente avvolgendo il filo intorno alla forma poligonale.

Officinanove







Enzo Mari *16 animali*

Realizzato da Enzo Mari nel 1957 per l'azienda Danese Milano, 16 animali è uno degli esempi più noti di progettazione applicata ai giochi per bambini.

La logica è quella di un puzzle componibile, ovvero una struttura multipla a incastro, abilmente creato per ricavare da un'unica tavola rettangolare di legno e con un unico taglio continuo, senza scarti, varie sagome di animali.

Danese Milano





Francesco Cantini *End mica*

End mica una collezione di oggetti in fibra di posidonia e bioresina che nasce dal bisogno di strutturare una filiera sostenibile a partire dalle risorse endemiche del bioma mediterraneo. L'obiettivo quello di innescare un processo di ri-evoluzione industriale, prefigurando un'innovazione di processo volta a trasporre gli output naturali in input industriali.

Autoproduzione

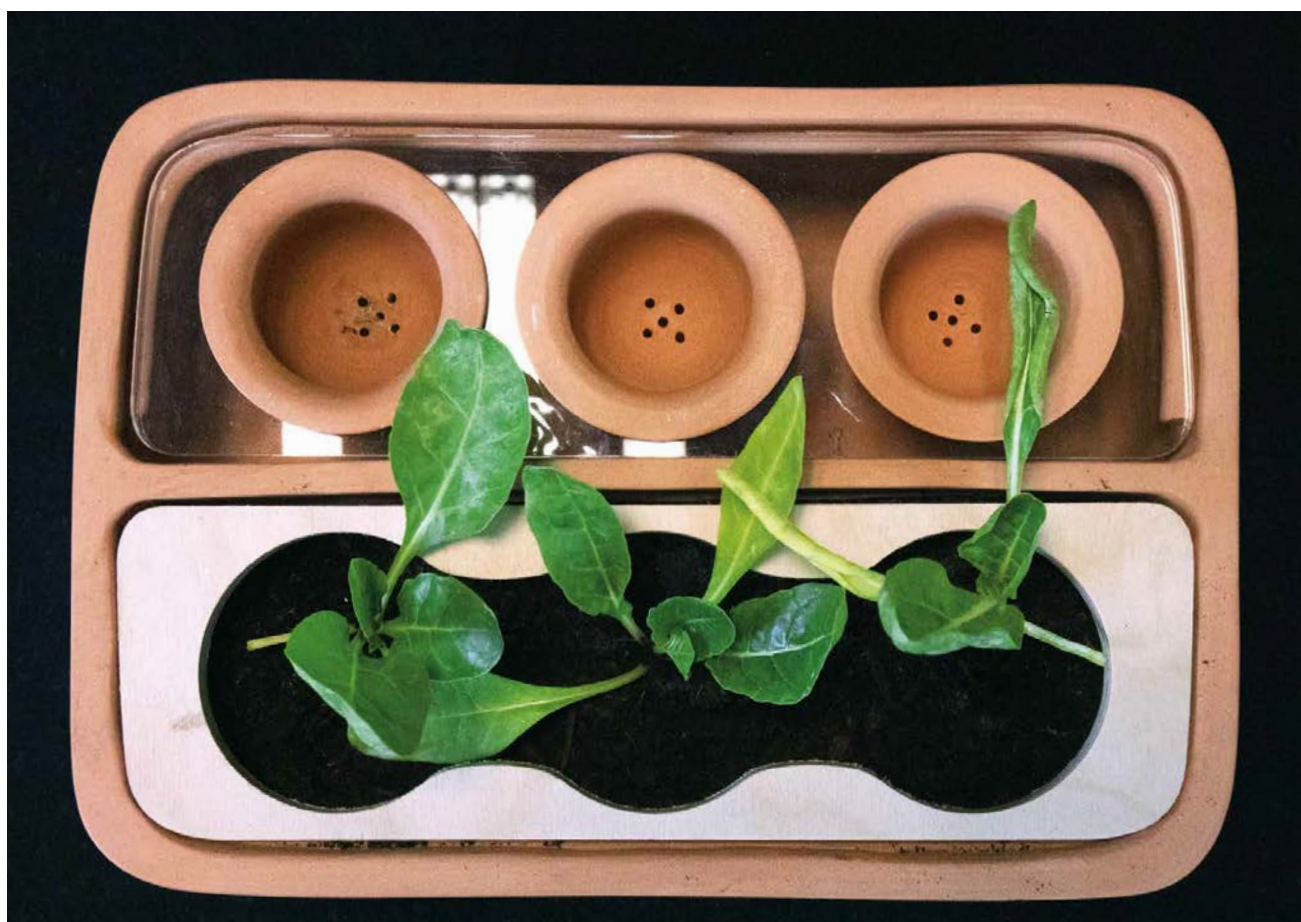




Alessio Tanzini, Valentina Zamorano
Alma Eterea

Una collezione di contenitori per alimenti costituita da una compostiera organica orizzontale che aiuta le persone a ridurre i rifiuti organici, trasformandoli in humus utile per le piante da giardino; un contenitore per conservare a freddo frutta e verdura senza l'utilizzo della corrente elettrica; un contenitore per alimenti sfusi, che ne permette la fuoriuscita controllata; un contenitore-vaso per la ricrescita degli avanzi.

Alfredo Quaranta Maestro Ceramista



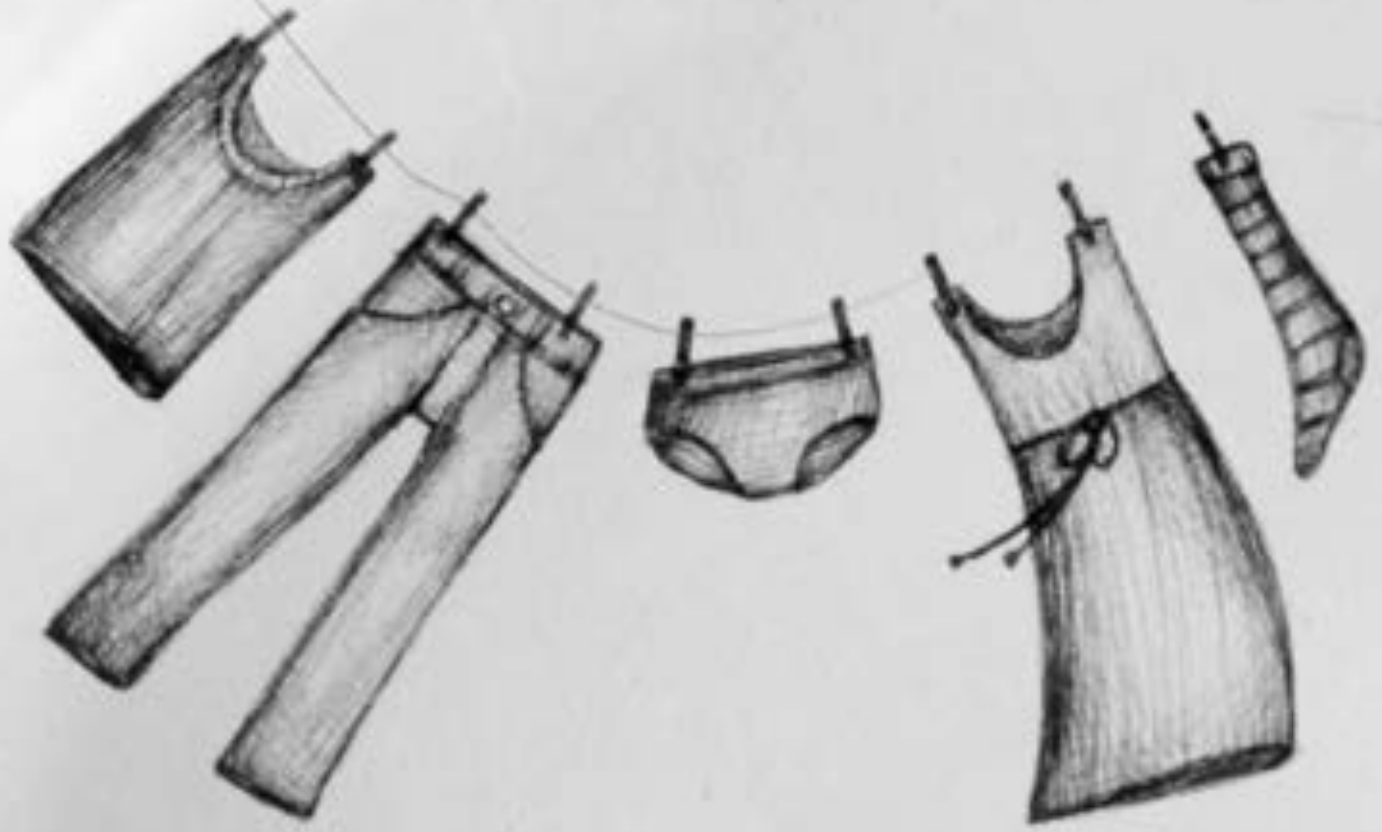
Maddalena Vantaggi

Di(af)fetti

Il progetto nasce con l'intento di recuperare i pezzi difettosi di imprese del settore ceramico. *Di(af)fetti* recupera le ceramiche salvandole dalla distruzione alla quale sarebbero altrimenti destinate, una volta ritirati dalle aziende specializzate nella raccolta.

Autoproduzione







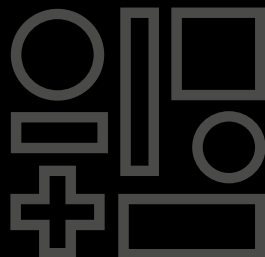
i rifiuti sono
il segreto
oscuro di ogni
produzione

zygmunt bauman

(R)euse

riutilizzare oggetti o parti di oggetti

creare nuovi prodotti o funzioni



Davide Crippa, Barbara Di Prete
Satelliti

Una collezione di candelabri e vasi che nascono dal riutilizzo degli scarti di carotaggio di pietra. I resti delle lavorazioni lapidee, ri-assemblati, assumono un significato e una funzione completamente nuovi. La foratura rappresenta l'unica lavorazione aggiunta.

Recycled Stones + Moro, Il cuore della pietra







BAM Design **Animali sonanti**

La collezione presenta oggetti/sculture in metallo un bue, un muflone e un cervo realizzati artigianalmente attraverso il riuso di metallo. Il suono metallico dei campanacci si fonde con le forme sintetiche degli animali in un coinvolgimento sinestetico; mentre la diversa resa materica delle superfici ottenuta con procedure di lavorazione diversificate.

Autoproduzione



Photo credits: Gianluca Vassallo White Box Studio

Gianfranco Coltella **Lampada Sasso**

Lampada da tavolo composta da vetro recuperato dallo scarto industriale. Il materiale viene tagliato e molato con uno strumento creato ad hoc, ricavando quindi delle gocce di vetro. Queste vengono incollate per forma e grandezza, fino a chiudere la forma dell'oggetto.

Autoproduzione







Giulia Ciuoli
Cimosa

La collezione è composta da una serie di tappeti realizzati valorizzando lo scarto industriale delle cimose dei tessuti prodotti dalle industrie tessili. Gli scarti, impiegati come trame, sono uniti tra loro in tessitura manuale. La collezione è stata esposta al Fuorisalone di Milano 2017.

Autoproduzione







Federica Corona
Pietro Cristini
Invaso

Una collezione di contenitori per piante costituiti da una base realizzata in gesso e resina che contiene la pianta, nella quale sono stati inglobati scarti di microchip dando visibilità al terreno e alle radici, e da una copertura realizzata in gesso con differenti configurazioni.

Autoproduzione



Eleonora Trivellin
Collezione *Fuori Scena*

La collezione consiste in rug eseguiti con materiale di riuso provenienti da fondali teatrali stracciati e utilizzati come trame.

Autoproduzione D.flo textile





Paolo Mezzadri
Tuttotondo

Matallifilati il nome della bottega artigianale del designer Paolo Mezzadri. La collezione *Tuttotondo*, che si compone di un tavolo e di una seduta, realizzata recuperando lamiere e tondini di ferro saldati. La finitura in ferro grezzo arrugginito trattato. Gli oggetti sono realizzati in maniera artigianale e prodotti in piccole serie.

Matallifilati





Ciampoli + Marseglia *Soul*

Piccolo tavolo-sgabello con struttura in ferro e piano in legno recuperato da alberi caduti a causa di eventi naturali. La semplicità del prodotto esalta la matericità del legno.

Il Laboratorio Quarrata



“

da cosa
nasce cosa

bruno munari

(R)ecycle

differenziare e rilavorare i materiali

creare nuove produzioni

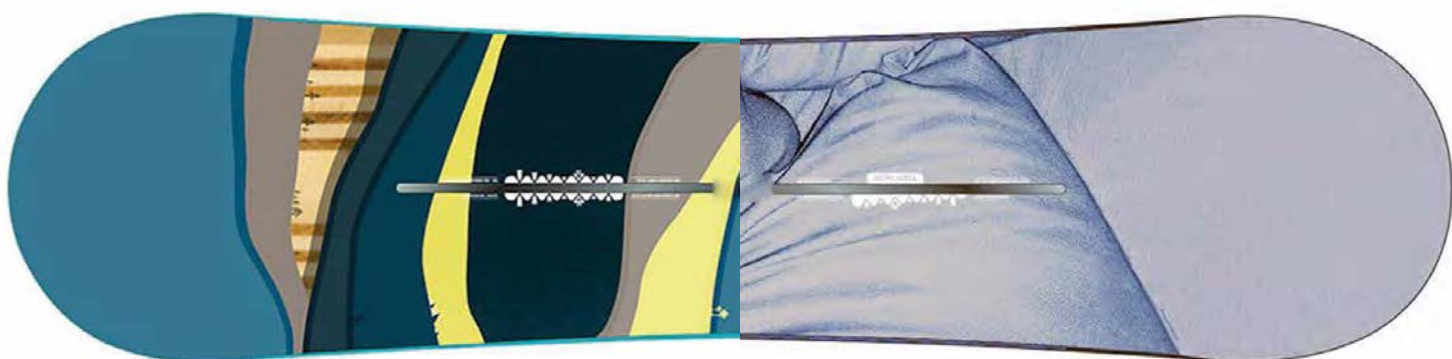
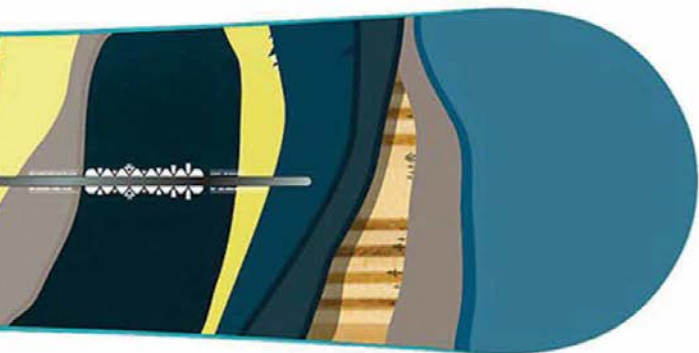


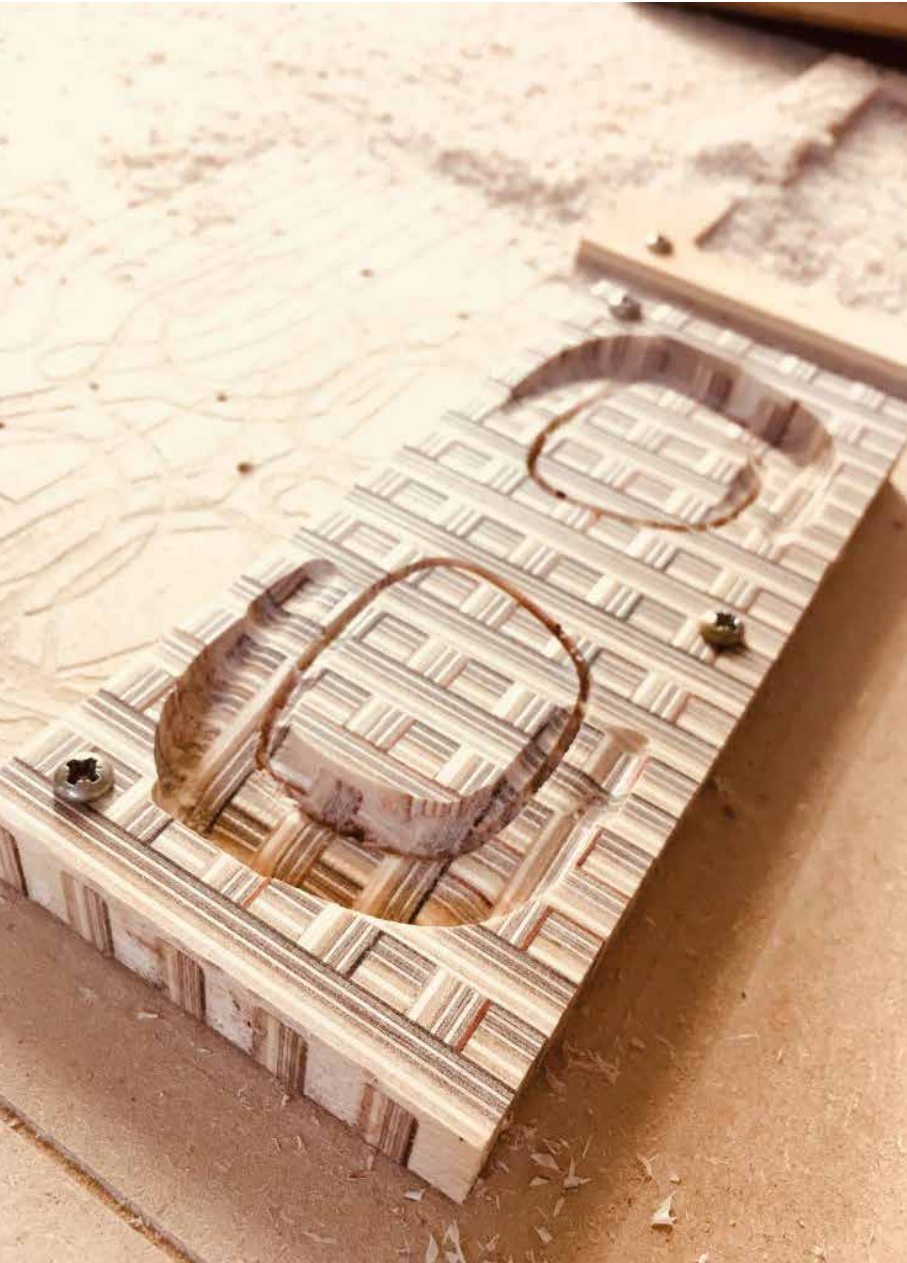
Ermanno Zanella
Occhiali Uptitude

Il progetto e la nascita del brand Uptitude avviene in Trentino. Gli snowboard e gli sci dismessi tornano alla vita sotto forma di occhiali da sole e da vista. Uptitude attualmente distribuisce a clienti in tutta Europa, bypassando i canali tradizionali e curando direttamente la vendita e l'assistenza alla clientela, senza intermediari, secondo una logica sostenibile.

Autoproduzione e artigiani veneti









Filippo Protasoni
Maki View

Il progetto nasce da una collaborazione tra il designer e l'azienda produttrice in occasione dell'iniziativa *Lovely Waste* (Salone del Mobile 2018). Il riutilizzo del legno di scarto apre nuovi scenari d'impiego per un materiale destinato a rifiuto. Il risultato è la sperimentazione nel ciclo produttivo artigianale di nuovi materiali.

Woo Class Florence + Source



Sebastiano Tonelli

Novo

Realizzato nell'ambito di *Lovely Waste* (Salone del Mobile 2018). Il progetto nasce dal riuso di scarti di lavorazione del legno esaltati nel contrasto con la resina di base.

Woo Class Florence + Source



Alberto Ghirardello **Nolenses**

Il progetto nasce da una collaborazione tra il designer e l'azienda produttrice in occasione dell'iniziativa *Lovely Waste* (Salone del Mobile 2018). Il prodotto, realizzato in scarti della produzione del legno, stimolando un'alternanza vedo-non vedo, si carica di significati ironici e ludici.

Woo Class Florence + Source

Photo credits: Nicol Panzeri









Lofio Prato
Collezione RILANA

Rilana la linea di Lofio che utilizza lane e cashmere rigenerati, attraverso collaborazioni con cenciaioli pratici, che da anni praticano la rigenerazione degli scarti tessili. La collezione è composta per il 98% da cashmere rigenerato e per il 2% da altre fibre tessili rigenerate.

Autoproduzione



Rif Lab
Maglione denim

Rif è la prima azienda al mondo che ha commercializzato un prodotto di maglieria realizzato con un filato derivato al 100% da tessuto denim riciclato e rigenerato, composto al 97% da cotone e il restante da altre fibre utilizzate per le cuciture dei jeans. La colorazione è quella originale dei jeans, senza additivi.

Autoproduzione

 Rito
100% Kigiriroda
MADE IN ITALY



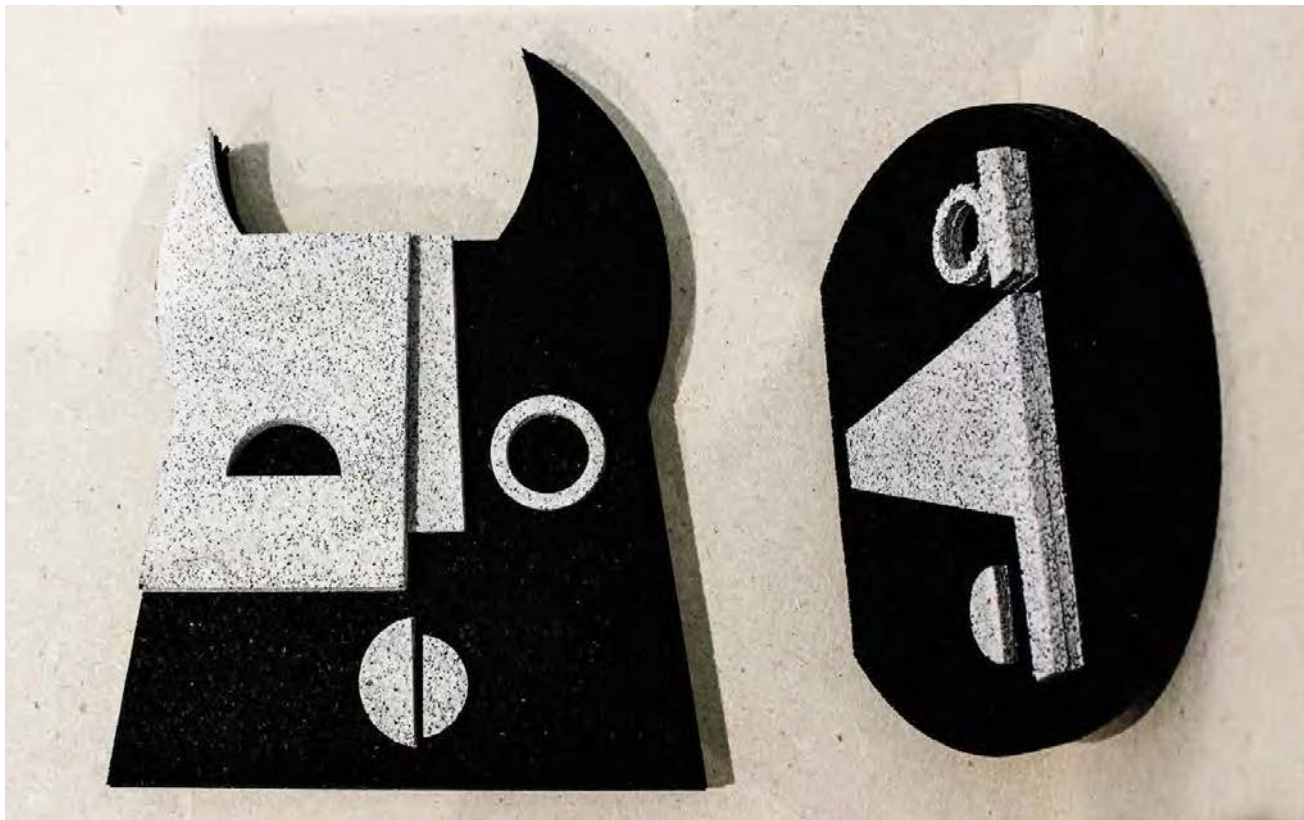


Moreno Ratti
Collezione *Contrasti*

L'idea della collezione nasce dalla volontà di stimolare una riflessione sullo spreco di una risorsa naturale come il marmo, che qui viene recuperato e assemblato per realizzare un modulo 3D. Il modulo è stato lavorato in modo da mettere in evidenza il contrasto della parte lineare e geometrica, con la casualità della texture che si ottiene con la lavorazione a controllo numerico.

Stonethica





Letizia Capaccio
Inganni e Goroghi

La collezione *Inganni e Goroghi* nasce con l'intento di creare elementi decorativi per l'architettura. Gli oggetti sono realizzati in pfu riciclato. *Inganni* prende spunto dalle maschere apotropaiche, usate per scacciare gli spiriti maligni così da tenerli distanti dall'abitazione.

Ecopneus e autoproduzione





Elisa Matteucci

Nuna

Nuna un'urna cineraria costituita da due parti diverse ma complementari. La parte superiore (il Corpo) in pfu è pensata per essere conservata dai familiari, la parte inferiore (l'Anima) in materiale biodegradabile, contiene le ceneri e può essere dispersa nell'ambiente diventando nuovamente parte del ciclo naturale.

Ecopneus e Autoproduzione





Roberto Rubrigi
Convivio collection

La collezione nasce con lo scopo di nobilitare il pfu, un materiale povero unendolo a due pregiati e tipici della tradizione toscana, quali la ceramica e il legno. La serie di prodotti da tavola si compone di sottobicchieri, sottopentola e vassoi da caffè. *Convivio Collection* vuole affermare il valore artistico e artigianale dei prodotti e attribuire importanza a uno dei momenti centrali del quotidiano.

Ecopneus e Autoproduzione





Daniele Funosi

Hemel

Le scarpe *Hemel* nascono con lo scopo di rivalutare il pneumatico fuori uso attraverso la lavorazione artigianale. Le scarpe sono composte da una base totalmente realizzata in pfu, mentre la struttura superiore della calzatura è composta da un tessuto simile denim.

Ecopneus e Autoproduzione





Lorenzo Brini
Francesco Guiducci
Nullame

Gli orologi sono realizzati con i legni di recupero accuratamente selezionati: palissandro indiano, olivo e noce. Le irregolarità del legno, irripetibili per venatura e colore, mettono in risalto i pregi di questo elemento naturale. Il cinturino in cuoio conciato al vegetale con tannini naturali.

Autoproduzione e artigiani toscani



Matteo Ragni
Santa Marta

Una lampada realizzata in larice di pontile o rovere di bricola. Il nome dell'oggetto viene dall'ex campo di Marte, oggi Santa Marta, che all'inizio del '900 ospitava un'officina del gas che serviva ad alimentare i caratteristici lampioni in ghisa che illuminavano Venezia.

Pieces of Venice







Carlo Cumini
Portapillole
San Marco 4598

Portapillole a forma di un seme, realizzato in rovere di briccola, recuperato dalla laguna di Venezia. Sono presenti parti metalliche che caratterizzano il meccanismo di chiusura, dedicato ad una delle più antiche farmacie di Venezia.

Pieces of Venice



Portapillole
San Marco 4598
design
Carlo Cumini
year 2017

PoV design team
Portapillole *San Polo 2012*

Portapillole a forma di parallelepipedo, realizzato in rovere di bricola, recuperato dalla laguna di Venezia. Con parti metalliche come il meccanismo di chiusura.

Pieces of Venice





Ⓜ Pieces of Venice

Portapillole
San Polo 2012
design
PoV Design Team
year 2017

Ⓜ Pieces of Venice

Portapillole
San Marco 4598
design
Carlo Cumini
year 2017

Pieces Of Venice è una collezione di oggetti di Design rivolti a due fasce sociali: l'infanzia e la terza età. Ci saranno quindi altalene e cavalli a dondolo insieme a bastoni da passeggio e calzascarpe dai lunghi manici per rispettare le schiene dei nostri nonni. Una ulteriore gamma di prodotti Pieces of Venice avrà una forte funzione sociale nel ricostruire l'integrazione e lo scambio culturale tra queste due "popolazioni" ad oggi tanto distanti tra loro; ricostruiremo quindi in chiave moderna tutta una serie di oggetti e giochi antichi atti a trasmettere in forma quasi ereditaria usanze e tradizioni giovani beneficiario. Pieces Of Venice, nella sua natura di Benefit Company, ha grande sensibilità e consapevolezza nel riutilizzo dei materiali provenienti da Venezia e dalla sua laguna e nella loro trasformazione affidata prevalentemente ad aziende con finalità di riscatto e riabilitazione sociale.

Ⓜ Pieces of Venice

Ⓜ



Baldessarri e Baldessarri

Dorsoduro

Dorsoduro un altalena che assume la forma iconica del salvagente presente sui vaporetti di Venezia. L'oggetto, prodotto riutilizzando il larice dei pontili, prende il suo nome dal dipinto *L'altalena dei Pulcinella* di Tiepolo.

Pieces of Venice



Mariapia Bellis
Oggetti da compagnia

Il progetto si compone di 7 piccoli oggetti, ognuno dei quali rappresenta uno dei sestrieri della città di Venezia. Il materiale utilizzato per la realizzazione è il legno di briccola. Sono presenti alcune parti in ottone.

Pieces of Venice







Duccio Maria Gambi
Inerte Grafico

Una collezione realizzata in calcestruzzo e plastica riciclata come elemento grafico. Gli oggetti in plastica scartati vengono tagliati in piccoli pezzi ed aggiunti alla massa fluida del calcestruzzo. Una parte della collezione è stata creata recuperando pezzi di plastica dalle spiagge e dal mare.

Autoproduzione



“

ho insegnato
che il problema
degli altri
uguale al mio.
sortirne tutti
insieme la
politica.
sortirne da soli
l'avarizia

don milani

(R)elation

attivare sinergie tra filiere produttive

valorizzare il lavoro

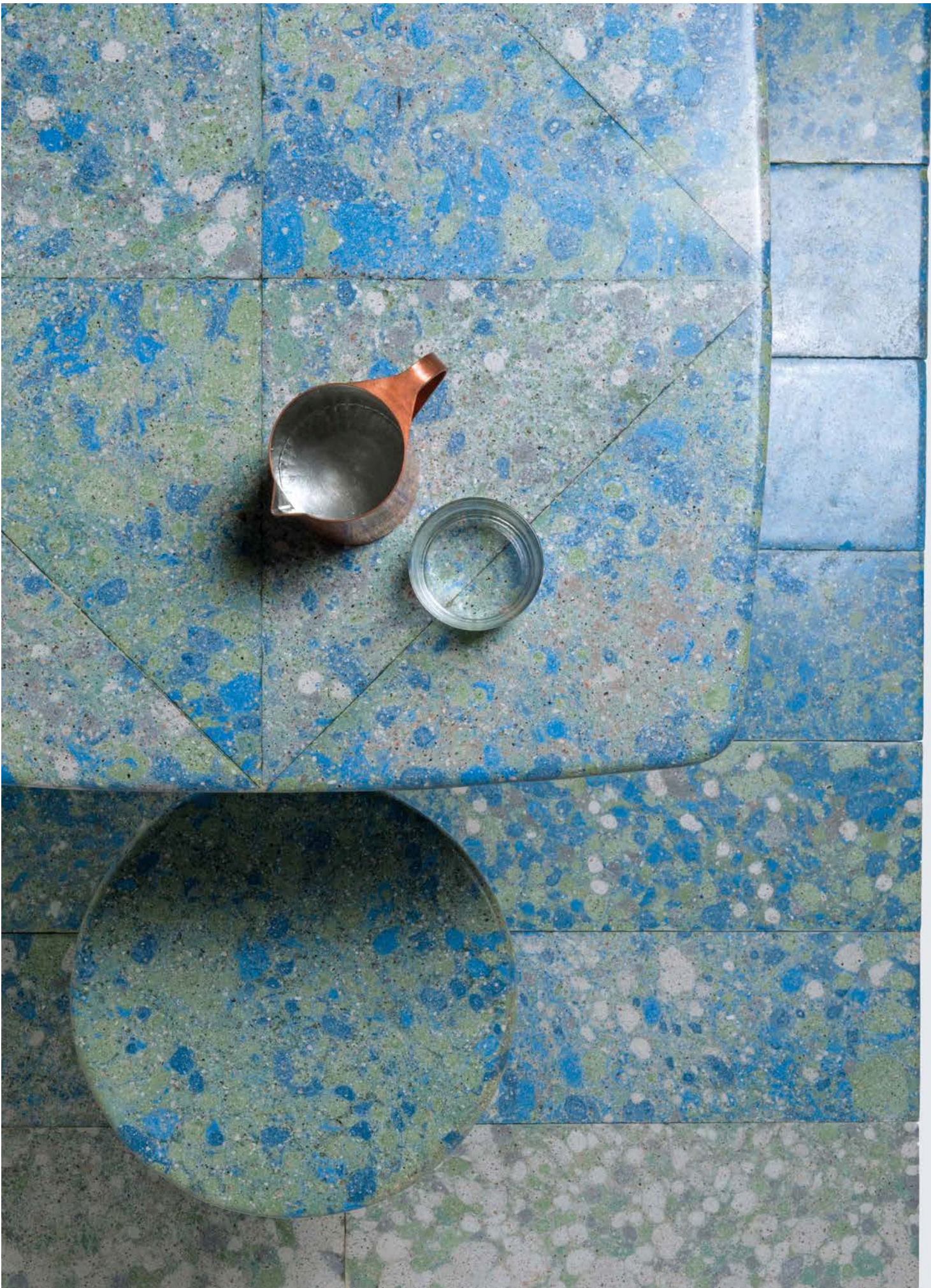


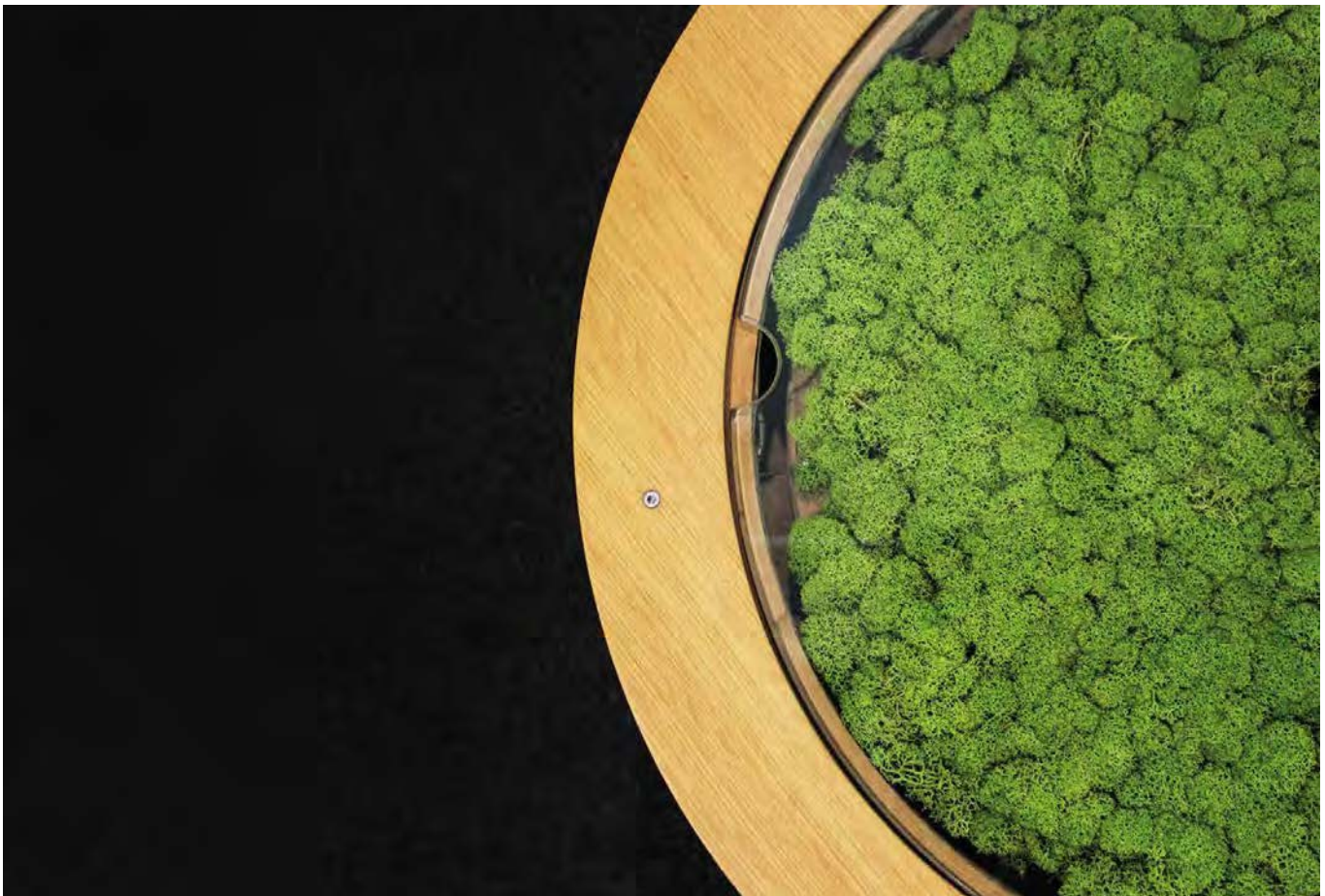
DWA Design Studio
Silipol Studies

Un tavolino e due sedute collocati su un insieme di lastre accostate in silipol, un materiale, composto da polveri di graniti, marmi e cemento che, pressate, creano una lastra simile a una pietra. Il progetto esalta le caratteristiche essenziali del materiale: resistenza, matericit  e cromaticit  .

Mariotti Fulget







Giorgio Caporaso

Tappo

Un tavolo e una lampada insieme, l'oggetto realizzato in cartone alveolare riciclato e riciclabile, legno certificato FSC e bamboo. La sua sorgente luminosa a risparmio energetico e può assumere differenti colorazioni; all'interno crescono licheni.

LessMore







Laboratorio AltreMani **Veggie Skin collection**

Il laboratorio AltreMani sostiene tematiche legate alla tutela ambientale, realizzando i suoi prodotti in un'ottica di sostenibilità anche sociale. La linea Veggie Skin nasce dalla volontà di recuperare materiale vegetale scartato durante le fasi di lavorazione industriale. Il materiale è caratterizzato da texture variabili che rendono ogni prodotto unico.

AltreMani





Gumdesign *Guscio*

La collezione è composta da tre elementi contenitori realizzati in marmo pregiato e Keep Life, un nuovo materiale composito, ecologico e plasmabile generato dai gusci dei frutti di castagno, noce, mandorlo, pistacchio, arachide, con l'aggiunta di legante non nocivo e privo di solventi e formaldeide.

Alfaterna Marmi + Keep Life



Barbara Guarducci
Collezione C.L.A.S.S.

La collezione di cuscini, ricamati a mano, nasce da un progetto di natura sociale. L'obiettivo è duplice: arginare la scomparsa nel settore del tessile di quelle figure professionali tradizionali, altamente qualificate, che fanno della manualità il loro punto di forza e formare giovani migranti fornendo loro saper fare artigiano e uno sbocco professionale.

Manusa Knitlab + Class Eco Hub



Solky Design

Tanit

Loggetto, realizzato in fogli di cartone doppia onda recuperato da scatole di imballaggio, riprende le linee del simbolo iconografico della dea punica Tanit e si propone di darle corpo e volume. Il profilo delle braccia viene ammorbidito a creare una seduta accogliente, coronata da un cerchio che costituisce lo schienale e sorretta da un triangolo vuoto.

Autoproduzione







Roberto Rubrigi, Daniele Funosi
Entropica

Il progetto si pone l'obiettivo di allungare la vita dei cascami e dei residui di lavorazioni tessili, trasformandoli in una nuova materia prima seconda. La collezione prevede uno sgabello, un tavolino e minuteria per abbigliamento ottenuta riutilizzando gli scarti derivati dal taglio dei precedenti oggetti.

*Uno Maglia + Omega Filati + Rossocarena S.n.c. +
Della Camera arredamenti S.r.l*





non sei
mai troppo
piccolo
per fare la
differenza

greta thunberg

(R)estart

scarti e sfridi come stimolo

per una nuova progettualit



Milaniwood *M2 City*

Il set di costruzioni in legno dell'azienda Milaniwood è un gioco creativo per bambini che sviluppa la loro capacità di progettare e di costruire e, nel gioco di gruppo, di cooperare. Il set è sicuro ed ecologico, realizzato con colori atossici. Il legno utilizzato proviene da foreste gestite in modo corretto dal punto di vista ambientale e sociale (100% FSC).

Milaniwood





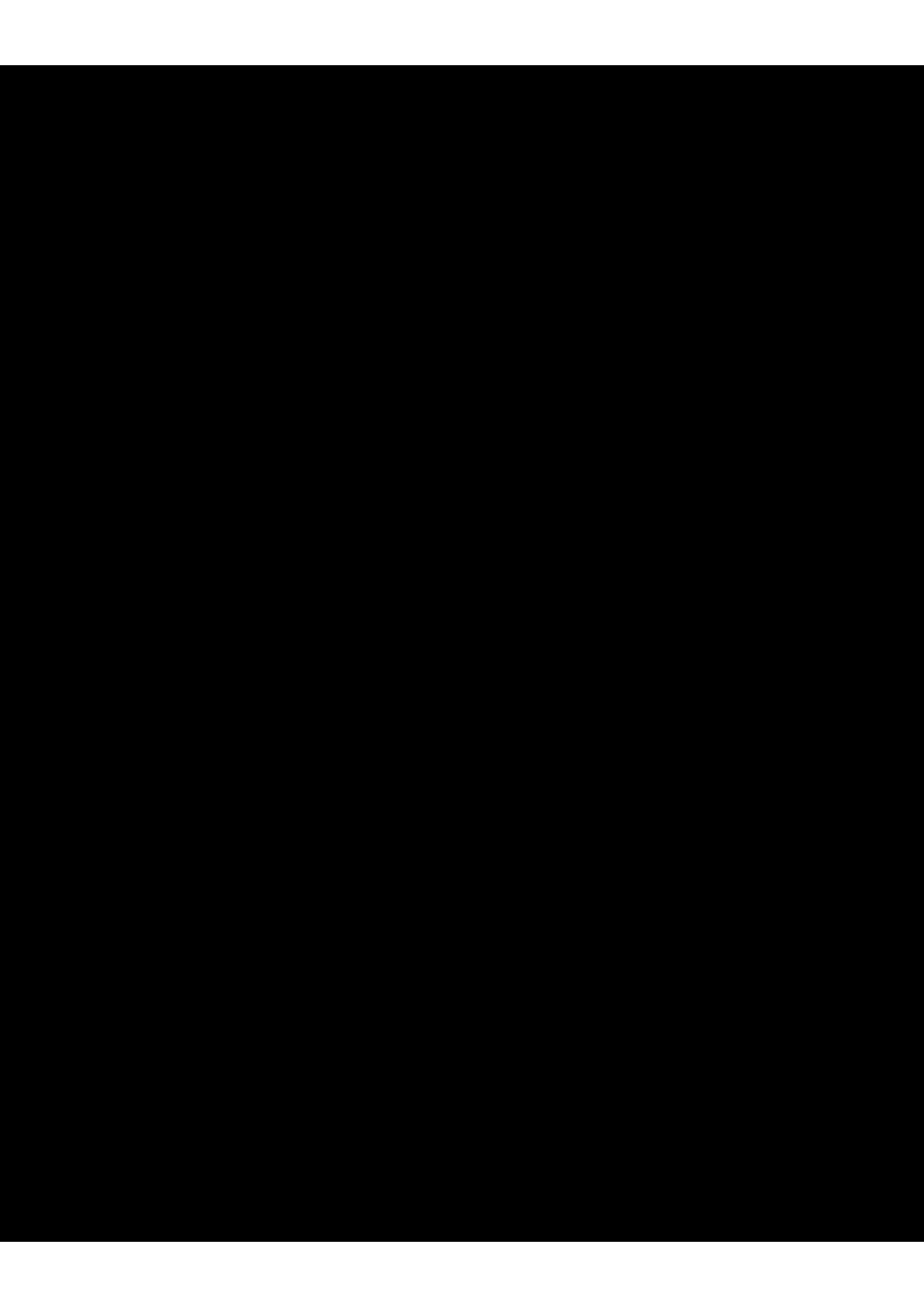


(R)estart

(R)elation

(R)e







**Sarebbe difficile
per me citare,
a partire dagli anni
Trenta, il nome di
un solo designer
italiano più o
meno famoso
che disegnando
qualche cosa, non
avesse in mente
la visione di 'quel'
prodotto fatto a
mano con cura
da qualche antico
artigiano, fatto con
abilità fatto con
amore, fatto con
l'idea di un largo
uso quotidiano.**

Sottsass, 2002

architettura e design a firenze

the new perspective of making
eleonora trivellin

Negli anni tra le due guerre la produzione artigianale aveva un'importanza più che notevole nell'economia nazionale.

Durante il regime fascista l'attenzione e la comunicazione riferita all'ambito produttivo era rivolta in modo privilegiato verso lo sviluppo industriale e la produzione agricola; l'artigianato o rimaneva collegato con alcune delle filiere alimentari (grano per la paglia, vetro per il vino ecc.) oppure difficilmente era oggetto di interesse anche se su di esso si stava costruendo un'identità formale molto definita che con continuità si sviluppa fino ai nostri giorni.

In alcuni casi le manifatture evolvevano in sistemi protoindustriali, ma anche quando ciò non avveniva, la produzione artigianale interpretava le esigenze e il gusto di una società in mutamento. Dall'altra parte, va considerato che l'idea stessa di artigianato si posizionava in un ambito non lontano dall'arte e i dibattiti, talvolta accesi, su quale contenuto ed estetica questa dovesse avere e quale dovesse essere il rapporto arte-regime, li possiamo in parte ritrovare trasferiti nel contesto artigianale: da un lato prodotti che attraverso forme e materiali tradizionali esprimevano una territorialità rurale, in molti casi legata alla produzione agricola, dall'altro lato, come accennavamo poco sopra, un artigianato attento a ciò che succedeva in Europa e ad una estetica industriale.

Questa in sintesi la situazione nella quale nasce nel 1931 a Firenze la Mostra Nazionale dell'Artigianato voluta fortemente dalle corporazioni della città e che trova in Alessandro Pavolini il ge-

marca di riferimento. La sua proposta di sviluppo per Firenze era impostata sul trinomio cultura-artigianato-turismo e, per raggiungere gli obiettivi dichiarati, negli stessi anni dell'istituzione della Mostra dell'Artigianato, venne ripristinato il torneo annuale del Calcio Storico, la mostra sul Giardino italiano e fondato il Maggio Musicale Fiorentino.

Quali esperienze precedenti cui fare riferimento possono essere citate la prima Esposizione Nazionale del 1861, la Prima Esposizione Nazionale dei Lavori Femminili del 1871 e l'Esposizione Internazionale di Floricoltura del 1911.

I due volti dell'artigianato, quello tradizionale-rurale e quello che cercava i riferimenti dal Mediterraneo al Nord dell'Europa, trovavano le proprie relazioni culturali rispettivamente nella corrente *strapaesana* e nel Razionalismo, in molti casi mediato da una spiccata sensibilità verso la tradizione storica.

Nel 1924, a Colle di Val d'Elsa in provincia di Siena, nasce la rivista *Il Selvaggio*, della quale uno dei più costanti animatori sarà Mino Maccari che, della difesa dell'identità rurale aveva fatto una delle battaglie più identificative.

La seconda corrente era composta da coloro che guardavano ai movimenti internazionali e che si riferivano ad un concetto di classicità più dello spirito che delle forme e che avevano nelle grandi culture del Mediterraneo uno dei riferimenti più presenti. Per motivi prevalentemente politici, gli italiani aderenti a questa corrente, rinunciarono a fare riferimento, nella loro autodefinizione, al termine internazionalismo (accanto al quale veniva quasi naturale aggiungere l'aggettivo socialista) e circoscrissero l'area culturale comune all'Europa come centro della cultura occidentale. Da lì, europeismo.

Ricordo bene quando intervistando Lodovico Barbiano di Belgioioso, l'architetto affermò a proposito del proprio gruppo BBPR: «Noi eravamo e ci sentivamo europei»¹.

Questa identità culturale sovranazionale è stata promossa e difesa da alcuni progettisti anche durante il fascismo. Un europeismo che, per quanto riguarda l'artigianato, metteva in evidenza la veridicità dei materiali arcaici e la ricerca dei nuovi composti materici, la purezza delle forme e le matrici geometriche derivanti in particolare da una lettura dei reperti greco-romani.

C'era poi anche un'altra posizione baricentrica tra Strapaese e l'Europa ed era quel classicismo

¹ Intervista rilasciata all'a. da Lodovico Barbiano di Belgioioso nello studio milanese attiguo ai Chiostri di San Simpliciano nel 1992. semplificato che aveva in Gio Ponti forse il principale riferimento e

che, forse, più di altri si confrontato da progettista con le manifatture di varie categorie merceologiche.

Ponti, a partire dalle triennali monzesi, aveva sempre evidenziato il suo impegno e la sua attenzione verso le manifatture artigiane: dai tessuti Frua De Angeli agli arredi, alle ceramiche della Richard Ginori e ai vetri empolesi ai quali riserva uno spazio di rilievo sia in alcuni numeri dalla rivista *Domus* che all'interno della Triennale del 1930.

Nel contesto toscano e fiorentino un personaggio che tanto ha condizionato il gusto e l'approccio tra contemporaneità e storia, influenzando generazioni di progettisti, Giovanni Michelucci. Come frequentemente accadeva, l'architetto progettava anche l'arredo delle sue opere: un esempio può essere il Centro Didattico Nazionale a Firenze del 1941-42. Solo nel dopoguerra, con un approccio che mette in relazione spirito contemporaneo con la tradizione, si dedicò alla progettazione di arredi fuori dalle sue architetture.

Dopo avere ricordato le figure che sicuramente hanno influenzato il fare artigiano toscano va ricordata la situazione economica che l'Italia viveva a causa delle sanzioni che dal 1935, secondo alcuni autori, provocarono un "involontario laboratorio di idee" (Ruzzenenti, 2012) e favorendo il rilancio dell'artigianato anche attraverso il rinnovamento di lavorazioni tradizionali.

Se in più di un'occasione si è voluto confrontare la Mostra dell'Artigianato al modello Salone del Mobile, che nasce nel 1961, che come la mostra fiorentina ha carattere commerciale, forse utile domandarsi, anche se esistevano riferimenti, analogie o ispirazioni al modello triennale che nasce nel 1923, come Esposizione Biennale di arti decorative, per poi divenire nel 1930 Triennale delle arti decorative ed industriali moderne. Cambiando sede da Monza a Milano, si aggiunge anche l'architettura alle discipline rappresentate in mostra. Sfogliando i cataloghi delle prime Biennali monzesi, il divario non appare poi così evidente ma, ben presto, a differenza della manifestazione del capoluogo toscano, le biennali triennali rafforzano sempre più il loro carattere teorico-culturale. È poi nel ruolo del progetto che le due manifestazioni si distinguono fin da subito: se indiscutibile l'importanza degli artisti e architetti nelle esposizioni biennali e triennali di Monza e Milano, non altrettanto si può dire dell'esposizione fiorentina dove i progettisti erano presenti senza per essere protagonisti anche se hanno progettato importanti manufatti per aziende attente all'innovazione.

Dal secondo dopoguerra la Mostra evidenziava un clima di rinnovamento sociale che si traduceva, da un punto di vista progettuale, in prodotti e processi innovativi messi a punto soprattutto dalle piccole e medie imprese diventando un importante appuntamento di confronto per varie generazioni di progettisti (Chigiotti, 1998). Per Pierluigi Spadolini, ad esempio, le prime verifiche progettuali dei suoi studi sulla componibilità avvengono proprio nell'ambito dell'arredo artigianale. Scrive in proposito Giuseppe Chigiotti:

Proprio dalla componibilità come processo progettuale nascono i progetti per la libreria componibile e per la camera da letto con armadio (sempre componibile) per la Mostra dell'artigianato del 1949, lo studio del dirigente per la Mostra dell'artigianato del 1951 e la camera da letto per la Mostra dell'artigianato del '52. In questa maniera nascono anche progetti per l'arredamento delle case minime, realizzazioni presenti al concorso della Mostra dell'artigianato del 1951 e quelli dei mobili componibili per la casa media per la Mostra dell'Artigianato del 1952.

E più avanti:

Un aspetto che allora coinvolse molti giovani progettisti fu quello della riqualificazione dell'artigianato, per cui il progetto dell'architetto divenne utile anche all'affermazione del ruolo dell'artigianato in una nazione che si stava affacciando alla modernità proprio in virtù dell'accettazione dei processi produttivi industriali (Chigiotti, 1998, p. 24).

Il tema del rapporto tra progetto e artigianato era molto presente nell'ambiente fiorentino e, a testimonianza di ciò, citiamo due mostre che affrontavano il tema dell'arredo allestite a Palazzo Strozzi e cioè *L'antiquariato nella casa moderna* del 1962 e più famosa *La casa abitata* del 1965. Il rapporto tra arredo antico e contemporaneo, l'arredo anonimo, l'arredo su misura, sono temi che hanno trovato momenti di riflessione in questi due contesti e testimoniano anche la possibilità di far convivere nell'ambiente fiorentino l'elemento economico e quello culturale. Detto questo, comunque, la manifestazione, indisse per alcuni anni concorsi ai quali parteciparono giovani architetti e che, in qualche modo, testimoniano il permanere della valorizzazione di un localismo che si esprime soprattutto attraverso la presenza di aziende del territorio.

Il settore dell'arredo sicuramente quello del quale ci è giunta maggiore documentazione e questo perché le riviste di architettura e design hanno illustrato con attenzione la mostra, almeno nei primi anni dalle pagine di *Domus*, *Architettura e arti decorative* e *Casabella*. La manifestazione vedeva la presenza dell'ENAPI (Ente Nazionale Artigianato e Piccola Industria), lo stesso che troviamo animare la Triennale.

Pur avendo avuto per anni come principale tematica espositiva il mobile e la casa, anche se non stato mai espresso nella titolazione, con lo sviluppo economico e il conseguente il moltiplicarsi dei prodotti, ciò che veniva esposto ha presto perduto il carattere di innovazione e di riflessione su cosa fosse e come si trasformasse l'artigianato. Se infatti, la biennale/triennale di Monza/Milano trasforma la sua titolazione anche in funzione delle trasformazioni economiche e produttive dell'epoca, nella mostra fiorentina avviene quasi il contrario e cioè che il termine artigianato, letto in chiave normativa, diventa un ampio contenitore sempre meno qualificante comprendendo dalle attività tradizionali, alle lavorazioni in serie, alle attività edilizie. Ciò che sicuramente in questa fase venuta a mancare stata la valutazione dell'importanza del progetto riferito al prodotto artigianale. Un progetto che spesso volte risultava assente o di basso livello anche in relazione alle capacità degli esecutori ed espositori. E tale assenza di progetto si esprimeva, e ancora oggi talvolta si esprime, con l'incapacità di interpretare le esigenze non solo formali ma anche espressive ed emozionali più che funzionali della società in continuo cambiamento.

Questo panorama che, comunque, manifestava anche una vitalità ed una necessità di rinnovamento, anche se non governata culturalmente, trova una lettura suggestiva nel lavoro di Enzo Mari datato 1981. Allestendo all'interno della fiera la mostra *Dove l'artigiano*, evidenzia le molteplici forme attraverso le quali l'artigianato si manifesta.

Mari espone la molteplicità, anche con una formula matematica; considerazioni che guidano, in qualche modo, l'impostazione del catalogo e della mostra individuando quattro variabili: due fanno riferimento alla progettazione e le altre due ai processi di esecuzione. A seconda di come interagiscono le quattro variabili che rappresentano progetto ed esecuzione, abbiamo un processo diverso che viene schematizzato in otto possibili relazioni che non riflettono alterazioni temporali trovando, sia in epoca contemporanea che primitiva, l'applicazione degli stessi schemi (Mari, 1981).

È di interesse come venga motivato il persistere del lavoro artigiano pur essendo diseconomico rispetto a quello industriale. Secondo Mari questo persiste quando «non è possibile scindere completamente le fasi del progetto da quelle dell'esecuzione» (Mari, 1981, p.16). Verrebbe da dire quindi, che la scissione non può avvenire perché «non si progetta solo con la testa ma anche con

le mani, cioè la conoscenza e la capacità non si esprime solo attraverso l'aspetto cognitivo ma anche quello fisico (Focillon, 1943). Una riflessione a cui attribuire un certo interesse perché anticipa un'interpretazione poi diventata patrimonio comune: l'artigianato non solo come pratica esecutiva ma vera e propria pratica creativa strettamente connessa al progetto e alla matericità. Un secondo motivo quello che Sottsass evidenzia mettendo in rapporto diretto artigianato e disegno industriale:

sarebbe difficile per me citare, a partire dagli anni Trenta, il nome di un solo designer italiano più o meno famoso che disegnando qualche cosa, non avesse in mente la visione di quel prodotto fatto a mano con cura da qualche antico artigiano, fatto con abilità fatto con amore, fatto con l'idea di un largo uso quotidiano (Sottsass 2002, p. 335).

In generale il messaggio proposto all'interno della mostra quello di fare riemergere la centralità del progetto in relazione alla produzione artigianale.

Un artigiano, quello che viene fuori dalla ricognizione di Mari, che trova continue convergenze con il designer che cominciava a non essere più soltanto l'autore e l'interprete del prodotto industriale. Quello che Mari descrive un artigiano che si colloca, proprio come alle origini era stato collocato il design, in quella terra di mezzo tra arte e industria, tra tecnologia ed espressione, e dove, in quella sezione che lui chiama proprio *Ricerca espressiva* posiziona l'artigiano, l'architetto (che fa progetti di design) e l'artista.

Proprio da questo ambito possiamo vedere alcuni elementi di quello che più tardi si svilupperà come il design autoprodotta e che oggi sta avendo un ruolo importante nel panorama artigianale sia digitale che tradizionali. Non solo prodotto e non solo industria, quindi; l'apertura verso l'autoproduzione avviene attraverso la pratica delle arti alle quali possiamo aggiungere in molti casi l'aggettivo di *applied*. Scrive in proposito Beppe Finessi:

con grandi cambiamenti determinati dalla fine degli anni Settanta, e con le esperienze del gruppo Alchimia prima, e con l'inizio degli anni Ottanta, quelle del gruppo Memphis poi, il mondo del progetto si sintonizza verso altre modalità come quelle dell'arte contemporanea. E da quelle azioni e dalle performance proprie dei Settanta, superando l'episodicità di quei momenti, molti autori arrivano ad immaginare che quella linfa, quell'energia, quella pulsione vitale possa trasformarsi in altro generando prodotti (Finessi, 2015, p. 136).

La capacità di relazionarsi ad aree e discipline sicuramente cresciuta con gli anni sia da parte del design ma anche da parte dell'artigianato arricchendosi, contemporaneamente di significa-

ti nuovi o potenziandone di esistenti. La fluidità dei campi e dei processi si stava concretizzando in tutte le direzioni portando ad affermare, come abbiamo visto, che si progetta con le mani come con la mente ma anche che si esegue a macchina senza che questo porti alla perdita di valore o di qualità.

Mostrare la convivenza di modalità artigiane molto diverse tra loro che non hanno necessariamente bisogno del fatto a mano apre prospettive per certi versi ancora inedite o comunque non molto esplorate. In questo senso l'artigianato digitale va ad arricchire il composito panorama senza del resto intaccare il valore delle manifatture tradizionali che si identifica con il territorio di appartenenza e con la sapienza del saper fare e, contemporaneamente, dando la possibilità di mettere in parallelo molti elementi tra produzione artigiana e digitale più di quanti ce ne siano tra industria e artigianato.

Nel territorio fiorentino il rapporto tra artigianato e industria ha portato benefici ad entrambi: all'industria che si è potuta avvalere di artigiani molto qualificati da introdurre nelle officine, agli artigiani che hanno lavorato per l'indotto industriale senza annullare la propria identità sociale e produttiva. Riprendendo il ragionamento sulle analogie precedenti, è interessante analizzare il raffronto che Bonomi, Della Puppa e Masiero sviluppano nel testo *La società circolare tra la produzione industriale e la produzione digitale* ed osservare come la maggior parte delle affermazioni fornite per definire la produzione digitale aderiscono anche alla produzione, quasi si andasse a chiudere un circolo dove, per altro, in molti casi artigiani tradizionali e digitali percepiscono le potenzialità di una loro collaborazione.

I caratteri della produzione digitale individuati dagli autori sopra citati condivisibili con quelli artigianali riguardano i processi, le tecniche, l'approccio sociale e, forse, l'aspetto più interessante proprio valorizzare queste assonanze nell'ottica dell'economia circolare:

Il suo modello : *Stai, adatta, usa, consuma, ricicla* ; Il conflitto sociale tra buona e cattiva vita: implicitamente bio-politico; la tecnica un mezzo: l'essenza del mezzo; la teoria include la prassi e viceversa tra l'una e l'altra non c'è gerarchia (Della Puppa, Masiero, pp. 57-78).

Se analizziamo poi le innovazioni realizzabili e in gran parte già realizzati con i piani di impresa 4.0 possiamo aggiungere una riflessione sulla unicità e la serialità dei prodotti in merito alla personalizzazione. Un tema che in ambito artigianale è stato più volte messo in evidenza e che

stato a torto o a ragione ritenuto uno delle caratteristiche più discordanti rispetto all'industria.

Un punto importante ma sappiamo bene che la standardizzazione del prodotto non nasce con l'industria ma molto prima di essa. Sono le necessità sociali e culturali che portano oggi a valorizzare la possibilità di realizzare oggetti unici o personalizzati con relativa semplicità. Il pezzo unico si reputa caratteristico del mondo artigianale e la produzione digitale ha potuto reinterpretare ciò che oggi è ritenuto un valore attraverso l'applicazione di tecnologie che esprimono una connessione tra una produzione preindustriale e una molto avanzata. In senso inverso l'artigiano tradizionale sente la necessità di connettersi ad altre aziende artigiane e a nuovi mercati esprimendo la necessità di innovazione.

Pensare oggi un'operazione come quella che Mari fece nel 1981 vedrebbe le declinazioni del fare artigianale e delle sue applicazioni molto più numerose. In questa confusa ricchezza sembra forse utile trovare quegli elementi trasversali che in una città come Firenze servono a riaffermare la propria identità e la propria reputazione artigianale.

Se infatti Firenze è una città creativa, caratteristica riconosciuta dal *Cultural and Creative Cities Monitor* dell'Unione Europea, e se buona parte dell'attuale creatività deriva anche dall'artigianato, la città non esprima affatto questa reputazione facendo prevalere l'identità di città d'arte musealizzata.

Una riflessione che è stata elaborata anche nella preparazione della candidatura di Firenze Città Creativa UNESCO per l'artigianato e folk art 2019 e che purtroppo non ha avuto esito positivo. Tra le sette categorie istituite dall'UNESCO per le città creative esiste un'unica categoria per Craft and Folk art mentre il design è una categoria a sé stante. Quale spiegazione ci possiamo dare? Come possiamo interpretare questa scelta? Potrebbero esserci due chiavi di lettura una che si riferisce alla tradizione storica che colloca l'artigianato ancora presente nelle città contemporanee come un elemento tradizionale con radici consolidate nei secoli e al design il ruolo di avere innescato l'innovazione in tempi recenti, oppure si è interpretato, una presenza del progetto minore nell'artigianato e nelle folk art, un progetto non autocosciente, al contrario del design disciplina che si fonda sulla centralità del progetto. Ci sembra interessante per mettere in rapporto design ed artigianato a Firenze e per affermare che i casi di eccellenze manifatt-

turiere antiche e contemporanee, se hanno avuto una propria specificità nel territorio fiorentino è stata proprio quella di tenere assieme progetto e cultura materiale dell'artigianato: dai grandi allestimenti effimeri del Buontalenti, alla prima Esposizione Nazionale tenuta a Firenze nel 1861 dove venne presentato pubblicamente il primo motore a combustione interna progettato e realizzato da Eugenio Barsanti e Felice Matteucci, fino alle calzature di Salvatore Ferragamo ricche di invenzioni strutturali e di innovazione formale e materica, e ai più recenti lavori dei Bolidisti per le maggiori aziende design oriented italiane.

La presenza del progetto è stata fondamentale tanto quanto quella di poter sperimentare materiali forme e processi.

Sembra quindi che persista una situazione ambientale capace di favorire lo sviluppo dell'innovazione. Detto questo è giusto ricordare che oggi proprio i regolamenti UNESCO per aderire alla rete delle Città creative mettono in evidenza la sostenibilità soprattutto ambientale e sociale di ogni azione. Questa è la sollecitazione che deve essere colta con attenzione per esprimere come, indipendentemente dalle tecniche tradizionali o innovative, fare l'artigiano oggi si debba arricchire di nuovi significati e di nuove prospettive.

Valutando quindi la necessità di mettere in atto politiche trasformative al fine di accrescere le potenzialità del sistema artigianale, una delle azioni più efficaci è quella di investire nel sistema culturale ed educativo. Il grande numero di scuole d'arte e design che sviluppano creatività attirano moltissimi giovani da tutta Italia e soprattutto dall'estero. Anche in questo caso abbiamo un elevato numero di realtà su tutta l'area fiorentina che operano con diversi metodi e con diversi obiettivi formative costituiscono un tessuto non ancora messo a sistema ma con grandi potenzialità. Le esperienze sono diversissime: dai corsi di Design dell'Università e dell'Isia e degli istituti privati, alle botteghe scuola ai laboratori del Liceo artistico di Porta Romana, ai corsi di restauro dell'Opificio delle Pietre Dure fino alle numerose scuole professionali che insegnano le tecniche delle lavorazioni artigiane. Alcune di queste scuole sono state fondate per dare risposte ad emergenze sociali o per sostenere ed implementare realtà produttive fondamentali per il tessuto economico cittadino. Firenze è una delle città ad avere una tra le più alte concentrazioni di scuole creative in Europa: questo può essere l'elemento determinante per agire efficacemente sul cambiamento.

È chiaro quindi che oggi la complessità dell'artigianato è aumentata in maniera esponenziale. Muovendo quindi da tali premesse, nasce la volontà di cominciare ad analizzare in profondità alcuni di questi scenari nella consapevolezza della inevitabile parzialità del racconto e della continua trasformazione in atto. La candidatura di Firenze, da parte del Comune, a Città Creativa UNESCO per il settore Craft e Folk Art si vedersi come una tappa interessante di questo percorso di analisi e indagine. L'iter di preparazione della candidatura, iniziato nel 2017, ha coinvolto, attraverso una formula fortemente partecipata, i protagonisti che si occupano di artigianato a Firenze: imprese, associazioni di categoria, scuole, organizzatori di eventi, amministratori. Le molte sfaccettature di Firenze Città Creativa UNESCO per il settore Craft and Folk Art sono state presentate all'interno della parte introduttiva della mostra *New Perspectives of Making*, dedicata a indagare e prefigurare alcuni scenari del nuovo fare artigiano, grazie anche alla programmazione di una serie di incontri di approfondimento tematico, curata dai docenti e ricercatori del Dipartimento di Architettura DIDA dell'Università di Firenze.

All'interno di questa sezione preliminare e propedeutica sono infatti stati esposti due esempi emblematici del saper fare artigiano: il lavoro di Alfredo Quaranta, noto maestro tornitore, ed i primi pezzi della collezione di merchandising del Design Campus dell'Università di Firenze prodotti con una stampante 3D. Tutto ciò ci porta a parlarci di una contemporaneità come convivenza dialettica dei diversi modi artigiani.

Riferimenti bibliografici

- Bodei R. 2009, *La vita delle cose*, Laterza, Roma-Bari.
- Bonfanti E. 1973, *Città Museo Architettura. Il Gruppo BBPR nella cultura architettonica italiana 1932-1970*, Vallecchi, Firenze.
- Bonomi A., Della Puppa F., Masiero R. 2016, *La società circolare*, DeriveApprodi, Roma.
- Brunetti F. 1993, *Architetti e fascismo*, Alinea, Firenze.
- Carullo R. Labalestra A. 2019, *Folklore e delitto*, MDJournal , n. 7.
- Chigiotti G. 1998, *Pierluigi Spadolini. Il design*, Cadmo, Fiesole.
- De Falco F. 2014, *Materiali e tipi autarchici. La cultura del prodotto tra industria e artigianato nell'Italia dei primi anni quaranta*, AIS design , n. 4, <<http://www.aisdesign.org/aisd/tag/autarchia>>.
- Finessi B. 2015, *Il design italiano oltre la crisi, autarchia, austerità , autoproduzione*, Corraini edizioni, Mantova.
- Mari E. 1981, *Dov'è l'artigiano*, Electa, Milano.
- Micelli S. 2011, *Futuro artigiano. L'innovazione nelle mani degli italiani*, Marsilio, Venezia.
- Ruzzenenti M. 2011, *L'Autarchia verde. Un involontario laboratorio della green economy*, Jaca Book, Milano.
- s.a. 1940, *L'artigianato italiano alla Mostra mercato di Firenze*, Domus , n.153.
- Sbordone M.A, Veneziano R. 2019, *Il design che orienta processi handmade*, MDJournal , n. 7.
- Sottsass E. 2002, *Scritti*, Neri Pozza Editore, Vicenza.
- Tosi F., Lotti G., Follesa S, e Rinaldi A, (a cura di) 2014, *Artigianato, Design e Innovazione Le nuove prospettive del saper fare*, DidaPress, Firenze.
- Turrini D. 2018, *Enzo Mari. Opera, multiplo, serie*, Op. cit. , n. 161.

L'idea che sottende il percorso espositivo è quella di fornire al visitatore una consapevolezza nuova, un'idea differente di mondo, sostenendo che il seme per innescare un vero cambiamento di rotta parte proprio dall'individuo (non più visto come mero consumatore) e dalle scelte che prende singolarmente.

camminare nello spazio

il progetto dell'allestimento

francesco cantini

alessio tanzini

In un'era in cui il panorama delle forme del fare appare ampio e ramificato, in cui il confine tra industria e artigianato è sempre più labile e la rivoluzione digitale sta evolvendo il nostro modo di pensare e produrre prodotti e servizi, risulta necessario identificare e visualizzare quali siano queste forme e come si declinino praticamente nella vita quotidiana.

Il percorso espositivo della mostra, distribuito su due livelli, è stato pensato muovendo dalla necessità di voler raccontare quelle che sono le Nuove Prospettive del Fare e nello specifico il rapporto che intercorre tra artigianato, design ed economia circolare. Entrando nel padiglione il visitatore si trova davanti ad una Word Cloud che raccoglie alcune di queste nuove prospettive, come craft experience, new territories, artigianato tecnologico etc.. Questo word cloud funge da diaframma e coadiuva il fruitore dall'insieme delle Nuove Prospettive del Fare alla sua declinazione specifica: l'Artigianato Circolare.

Le Nuove Prospettive del Fare insieme alla candidatura di *Firenze Folk & Craft arts UNESCO* sono sintetizzate nella prima parte della mostra attraverso due espositori che raccolgono una serie di oggetti ottenuti mediante stampa 3D (inerenti al Workshop *Toward the digital Market* durante il quale gli studenti del Corso di Laurea Magistrale in Design si sono confrontati col tema della prototipazione rapida) accostati ad un insieme di piccoli oggetti in terracotta ingobbata. Le due categorie di oggetti sono qui visivamente compenstrate, enfatizzando l'importan-

tanza dell'innovazione di processo e facendo emergere la sua continuità con la storia. Basti pensare alla millenaria tecnica della terracotta a colombino, ancora utilizzata nelle zone di Impruneta, che trova nelle tecnologie digitali di 3D printing la sua naturale evoluzione.

Oltrepassando la Word Cloud ci si trova nel *core* della mostra in un percorso espositivo dinamico e longitudinale, scandito da cinque isole su cui sono distribuite le opere. Il progetto di allestimento attinge alla narrazione dell'economista e filosofo Serge Latouche¹ che preconizza il concetto di decrescita felice attraverso otto parole di cui sono state selezionate tre: Reuse, Reduce, Recycle con l'aggiunta di due: Relations e Restart, a cui il design offre nuovi significati. Il percorso espositivo è organizzato in ordine prioritario, ovvero muovendo da quelli che sono i concetti che hanno la precedenza nel paradigma dell'economia circolare.

Da qui, le quaranta opere selezionate, che identificano in maniera tangibile questi concetti, sono state distribuite sulle cinque isole espositive. Basti pensare a come il concetto di Reduce trova un riscontro pratico nel vaso *Vago* di Paolo Ulian, che con un sensibile approccio progettuale minimizza la quantità di materiale utilizzato mediante il disegno della forma; o come Carlo Cumini con *Piece of Venice* riesce attraverso una sapiente operazione di riciclo a mutare quelli che sono semplici scarti in piccoli oggetti con un forte valore identitario strettamente legato al territorio. Spostando l'attenzione nella parte centrale della mostra dove sono esposte opere legate al riciclo è possibile apprezzare *Guscio*, la collezione di vasi di Gum Design in Keep Life, un materiale composito, ecologico e plasmabile generato dai gusci di frutta secca), con legante privo di solventi e formaldeide; oppure gli occhiali di Uptitude ricavati da scarti di snowboard dismessi. Nella parte finale della mostra il visitatore si trova davanti all'ultima categoria: Restart. Qui, sotto tre teche di vetro, giacciono quelli che siamo abituati a definire come rifiuti, scarti, piccoli pezzi di plastica appartenenti a chissà quale semilavorato industriale, esposti come oggetti preziosi. Restart è una categoria aperta, lo spunto per riflettere sulla totale obsolescenza del concetto di rifiuto da cui è possibile dare via ad un nuovo inizio, un nuovo approccio ai consumi che vede in quei pezzi di plastica apparentemente insignificanti, l'inizio di

¹ Sul pensiero di Serge Latouche si confronti, tra l'altro, Serge Latouche, *Breve trattato sulla decrescita serena*, Bollettini Boringhieri, Torino, 2008; Serge Latouche, *La scommessa della decrescita*, Feltrinelli, Milano, 2006.

un nuovo ciclo di vita. L'idea che sottende il percorso espositivo è quella di fornire al visitatore una consapevolezza nuova, un'idea differente di mondo, sostenendo che il seme per innescare un vero cambiamento di rotta

parte proprio dall'individuo, non più visto come mero consumatore, e dalle scelte che prende singolarmente.

Un tentativo quindi di rafforzare l'idea che esistono molti modi di *fare le cose*, la responsabilità di ognuno di noi a capire quale modo implementare.

Riferimenti bibliografici

Latouche S. 2008, *Breve trattato sulla decrescita serena*, Bollati Boringhieri, Torino.

Latouche S. 2006, *La scommessa della decrescita*, Feltrinelli, Milano.

**Queste tre figure
geometriche hanno dato
forma al nostro cosmo
simbolico: l'intelligenza
rappresentata dal
triangolo, la forza dal
cerchio, la terra dal
quadrato. Come ha scritto
Lao Tzu, da queste figure
ha origine il tutto.**

design sulla luna

ji lu

Come ricorda Susan Sontag (1979), l'unità più piccola della memoria corrisponde a una immagine. Le immagini, infatti, siano esse dipinti, pittogrammi, pitture rupestri o anche oggetti materiali, hanno aiutato le persone, sin dall'antichità a comunicare, dare forma alle loro idee, mettersi in relazione tra loro. Possiamo dire che le immagini possiedono la capacità di raccontare storie.

Siamo partiti da queste considerazioni nel momento in cui abbiamo iniziato a riflettere sulla mostra *Circular Craft: New Perspective of Making*, allestita durante l'83 Fiera Internazionale dell'Artigianato di Firenze. L'idea era quella di comunicare l'importanza delle nuove forme del fare attraverso un linguaggio che fosse principalmente visuale. I 40 oggetti esposti, accuratamente selezionati dal gruppo di lavoro del Laboratorio di Design per la Sostenibilità, sono stati assunti come paradigma del rapporto tra design e artigianato italiano, rendendo l'esposizione un momento di riflessione fondamentale per la storia dell'artigianato che guarda alla Circular Economy e al Sustainable Thinking.

Abbiamo fatto dialogare gli oggetti tra loro, invitati da una esposizione che ci ricorda l'urgenza di ripensare la produzione di fronte all'anthropocene (Moore, 2017). Di ogni oggetto presentato, volevamo proporre una biografia, alla maniera degli antropologi (Kopytoff, 1986) che raccontano le identità delle cose e le loro relazioni con le persone. Abbiamo poi approfondito questo approccio biografico pensando delle categorie che potessero contenere gli oggetti esposti, muovendo dalla teoria delle 8R di Latouche (2007). Sono nate così Re-use, Re-duce, Re-cycle, Re-lation, Re-start.

Abbiamo poi pensato un sistema di comunicazione visuale dove l'apparato iconografico fosse in grado di rappresentare al meglio gli oggetti esposti. Abbiamo ripreso le forme primitive utilizzate nella Fiera, ripensandole in modo da renderle adatte a queste nuove prospettive del fa-

re. Le immagini, che partono da triangoli, quadrati, rettangoli, cerchi, sono state utilizzate per i banner, i flyer e tutto il sistema visuale della mostra. I banner delle macro-categorie sono stati utilizzati come segnaletiche delle isole nello spazio espositivo (così come esposto anche nel testo di Francesco Cantini e Alessio Tanzini, *Camminare nello spazio*).

Come il codice elicoidale del DNA, che si ripete tratteggiando i caratteri distintivi di ogni singolo soggetto, così abbiamo ripreso le forme geometriche per esprimere il rapporto tra design e artigianato. Abbiamo valorizzato i contenuti simbolici delle forme geometriche. Il triangolo, che di solito rappresenta l'intelligenza dell'uomo, è strettamente collegato alla matematica e alla filosofia. Il tondo invece rimanda invece alla ricorsività degli eventi, alla circolarità delle relazioni tra le persone e le cose. Ogni cultura simbolizza queste figure facendo riferimento al proprio orizzonte di significato. Secondo la cultura asiatica, ad esempio, il tondo è la forma del sole e rappresenta la forza eterna perché ogni giorno è presente. Se prendiamo come esempio il sistema dei campi a pozzo, usato in Cina dalla dinastia Zhou, il quadrato può rappresentare la terra. Queste tre figure geometriche hanno dato forma al nostro cosmo simbolico: l'intelligenza rappresentata dal triangolo, la forza dal cerchio, la terra dal quadrato. Come ha scritto Lao Tzu, da queste figure ha origine il tutto. Nel nostro caso, questi tre elementi sono stati utilizzati per costruire tutta la parte dedicata alla comunicazione.

Le icone delle nostre categorie, ad esempio, sono originate a partire da differenti riferimenti. Per re-duce siamo partiti dal tavolo *Zero Waste* di Paolo Ulian, che taglia una figura geometrica in modo da non produrre alcuno scarto. L'idea di re-use è venuta invece dal riuso di componenti utilizzate per realizzare nuovi oggetti. re-lation ha messo insieme diverse filiere produttive, facendo leva sulla necessità di costruire sinergie per favorire l'economia circolare. L'icona che abbiamo usato per re-cycle voleva comunicare il fatto che la ricorsività non si realizza in modo sempre uguale a se stessa, ma è soggetta all'innovazione, a mutamenti dati dai tempi e dagli attori che dialogano tra loro. Il riciccolo è sempre entrare in un nuovo processo.

Infine, re-start, che è differente da tutte le altre icone. Qui abbiamo voluto rappresentare la rinascita. Nella cultura asiatica, la luna ha la capacità di rinascere perché affronta un percorso che parte da una fase a semicerchio per arrivare ad un cerchio perfetto e poi decrescere, fino a scomparire. Questa ciclicità rappresenta la rinascita, quando usiamo lo sfondo bianco per indicare

una nuova prospettiva attraverso la quale guardare queste figure; mentre il nero rimanda agli aspetti antagonisti dello *Yin e Yang*. Re-start la sfida del futuro, che chiama in causa gli oggetti che produciamo, il mondo nel quale viviamo e noi stessi.

Si ringraziano Maria Gnozzi e Susanna Cerri per la collaborazione nella realizzazione dell'immagine coordinata della Mostra.

Riferimenti bibliografici

Ambrose G., Harris P. 2008, *Il manuale del graphic design: Progettazione e produzione*, Hoepli, Milano.

Finessi B. (a cura di) 2014, *Il design italiano, oltre le crisi: autarchia, austerità, autoproduzione*, Corraini, Mantova.

Kopytoff I. 1986, *The cultural biography of things. Commoditization as a process*, in Appadurai A. 1986, *The social life of things*, Cambridge University Press, Cambridge.

Latouche S. 2007, *Breve trattato sulla decrescita felice*, Bollati Boringhieri, Torino.

Moore J. W., 2017, *Antropocene o capitalocene. Scenari di ecologia-mondo nell'era della crisi planetaria*, ombrecorte, Verona.

Munari B. 1997, *La fantasia*, Laterza, Roma-Bari.

Munari B. 2016, *Da cosa nasce cosa*, Laterza, Roma-Bari.

Enel e Symbola 2018, *100 Italian Circular Economy Stories*.

Sontag S. 1979, *Sulla fotografia: realtà e immagine nella nostra società*, Einaudi, Torino.

Sugiura K. 2005, *Forms come alive*, The Chinese University Press, Hong Kong.

È abbastanza evidente che il nostro sottosistema si distingue anzitutto per la sua possibilità di usare (o meglio abusare) delle sue relazioni con gli altri sottosistemi ed influire radicalmente sul loro destino. Anche tutti gli altri sottosistemi possono turbare un equilibrio ecologico estraneo, ma soltanto il nostro dimostra di essere in possesso, oggi, della capacità virtuale e reale di provocare perturbazioni *sostanziali*, cioè irreversibili, nell'equilibrio degli altri sottosistemi.

Tomás Maldonado, 1970

da consumatore a cittadino

la comunicazione della sostenibilità
come sistema di valori

susanna cerri

*Credo che avere la terra e non rovinarla
sia la più bella forma di arte che si possa desiderare*
Andy Warhol

L'immagine di una azienda in relazione alle tematiche ambientali assume oggi un ruolo di primaria importanza: i consumatori sono sempre più interessati all'uso delle risorse naturali da parte delle imprese e valutano con favore e attenzione le politiche che attuano in relazione a tematiche come le immissioni di rifiuti industriali, gas tossici e inquinamento in genere, riduzione degli imballaggi, pratiche o iniziative plastic free e attività sociali a cui l'azienda aderisce (es. iniziative di sponsorizzazioni di eventi sportivi e culturali locali, partnership con istituzioni, università, scuole etc.).

È sempre più diffusa la consapevolezza, anche fra le imprese di media e piccola dimensione, che la sostenibilità non possa essere trascurata, per ragioni di vincoli di mercato, di orientamento al medio-lungo termine oppure per motivazioni etiche. La letteratura sulla comunicazione della sostenibilità si è sviluppata nel tempo, trainata dal crescente interesse verso la sostenibilità e dal successo di alcuni standard volontari di *disclosure* che hanno permesso alle aziende di comunicare in maniera omogenea e comparabile le proprie performance e hanno allo stesso tempo fornito importanti spunti di miglioramento dei processi gestionali (Chiara Mio, in Persico, Rossi, 2016, p. 7).

Parlare di sostenibilità implica affrontare onestamente il tema della credibilità di un'azienda.

Allo stato delle cose attuali non è più possibile usare la sostenibilità solo a fini di marketing anche perché» solitamente il pubblico interessato a tali tematiche, è critico e informato, dunque si aspetta coerenza.

Quindi credibilità intesa come valore fondamentale e funzionale per tutte le aziende, che possono per essere definite come sostenibili solo quando mettono in moto comportamenti precisi, attivando processi di legittimazione mediante la costruzione di un'immagine attrattiva in grado di creare consenso sociale, buona reputazione e, in ultima istanza valore, un valore materiale (quello economico), ma anche immateriale (es. idee, valori ecc.). Legittimazione che altro non è se non una relazione, un patto di fiducia che si instaura tra le aziende e gli altri soggetti operanti in un territorio o in una comunità: gli stakeholder.

Il brand assume quindi un ruolo sociale in grado di condizionare eticamente il consumatore.

Raggiungere obiettivi nel rispetto ambientale richiede di andare oltre l'orientamento al prodotto e il suo branding e di utilizzare tutti gli strumenti disponibili del marketing tradizionale: prezzo, comunicazione e distribuzione. Accompagnare quindi questa nuova visione del marketing con quella tradizionale, con un approccio olistico.

Sostenibilità versus greenwashing

Dalla fine degli anni novanta, con la creazione delle prime norme ambientali abbiamo assistito ad una crescita costante del numero di standard emessi da enti normatori internazionali, come l'ISO (*International Standard Organization*) o da associazioni di parti interessate specializzate sui temi legati alla sostenibilità, come GRI (*Global Reporting Initiative*) o *Account Ability*. Creare degli standard di riferimento di fatto favorisce la comprensione e la confrontabilità contribuendo allo sviluppo di un modello di riferimento di buone pratiche, relativamente anche al come e cosa comunicare rispetto alle tematiche socio ambientali di una organizzazione (Persico, Rossi, 2016).

Il concetto di economia circolare ha fatto la sua apparizione sulla scena internazionale al *World Economic Forum* di Davos del 2014, quando ha conquistato una platea composta di politici, capitani d'industria e giornalisti. È diventata la chiave per il rilancio dell'economia europea dopo l'approvazione del Pacchetto sull'economia circolare da parte della Commissione Juncker nel

dicembre del 2015. «Un'economia industriale che concettualmente rigenerativa e riproduce la natura nel migliorare e ottimizzare in modo attivo i sistemi mediante i quali opera (Bompan, Brambilla, 2016). Si tratta di prendere la linea retta sottesa all'attuale sistema economico, che preleva, trasforma, vende e butta, indifferente alle conseguenze (cambiamenti climatici, difficoltà di approvvigionamento delle materie prime, inquinamento e distruzione della biodiversità) e piegarla fino a trasformarla in un cerchio. In questo modo, i prodotti vengono progettati per durare ed essere smontati facilmente, i rifiuti vengono valorizzati e trasformati in risorse con cui prolungare all'infinito il ciclo di vita dei beni.

Comunicare la sostenibilità, significa oggi confrontarsi in primis con un corretto universo semantico andando a fondo nella comprensione dei termini. Dobbiamo fare qui una precisazione: spesso si tende a confondere i concetti di sostenibilità e *green*. Dagli anni Sessanta ad oggi abbiamo compiuto un percorso che è passato dall'uso di un termine abbastanza generico come ecologia a un'articolazione di significati più complessi che contiene espressioni come l'essere sostenibile e l'essere *green*, due definizioni non certo equivalenti dato che esiste una profonda differenza tra il comunicare di essere *green* e il comunicare la propria sostenibilità.

Il termine *green* si associa in genere a comportamenti più superficiali, poco definiti, che affrontano le tematiche della sostenibilità senza però assumerne la stessa coscienza e responsabilità. Essere *green* non richiede particolari certificazioni né particolare coerenza: piuttosto, richiede l'adesione ad alcuni trend circoscritti nel tempo.

Chi si limita ad accettare una semplice autocertificazione *green* senza però voler indagare in modo più dettagliato l'impatto ambientale nel suo complesso, non appartiene alla stessa tipologia di consumatore che richiede invece informazioni approfondite sulla *carbon footprint* o sulla sostenibilità dell'intero ciclo di vita del prodotto.

Per comunicare la sostenibilità a chi la ritiene un requisito determinante nelle proprie scelte d'acquisto non bastano definizioni generiche, autodichiarazioni o sporadici elementi virtuosi: bisogna passare attraverso numeri, azioni, rendicontazioni puntuali e certificazioni.

Non è infatti possibile comunicare la sostenibilità senza essere sostenibili. La coerenza è sempre importante, ma nell'ambito della sostenibilità è cruciale: in sua assenza, ogni brand è destinato a crollare. Se comunicare una vocazione genericamente *green* presuppone un qualsiasi

vantaggio nei confronti dell'ambiente, anche senza che l'intera attività o il ciclo di vita del prodotto sia interamente sostenibile, comunicare la sostenibilità richiede un diverso approccio.

Lavorare sulla sostenibilità implica, per un'azienda, intraprendere un percorso lungo e complesso che richiede investimenti, predisposizione all'innovazione e al cambiamento e che proprio per queste ragioni, richiede una forte e accurata pianificazione al fine di evitare, in un futuro ormai prossimo, di essere tagliati fuori dai mercati o incappare in superficiali e pericolose operazioni di *greenwashing*.

Le imprese stanno gradualmente lasciando una filosofia di aziendale che vedeva al centro la sola strategia di vendita a tutti i costi, per accoglierne altre che considerino primario il concetto di qualità della vita e della salvaguardia ambientale.

In questa direzione la sostenibilità diventa un valore imprescindibile non solo come visione e approccio etico ma come reale strumento di gestione della reputazione di un'azienda. È importante non confondere sostenibilità con risparmio energetico o gestione dei rifiuti, limitando la portata innovativa dell'approccio. Per essere sostenibili non basta schiacciare un interruttore, serve un progetto di lungo periodo. Serve tornare a traguardare il pensiero strategico dell'azienda su un arco temporale più ampio. (Persico, Rossi, 2016). Donne e uomini stanno cercando soluzioni ai problemi legati all'ambiente, alla carenza alimentare e alla crisi economica e sociale, rivoluzionando la loro vita e quella di intere comunità: le rivoluzioni tranquille, di cui parla B»n»dicte Manier (Manier, 2016) innescate dalle idee di persone comuni, dimostrano che è possibile rimettere in gioco le carte laddove le multinazionali fanno razzia delle risorse e le pubbliche amministrazioni sono incapaci di governare la situazione.

In questo contesto la comunicazione della sostenibilità assume un ruolo fondamentale, quello di passare dai meccanismi di induzione all'acquisto, talvolta compulsivo e poco giustificato, all'informazione, contribuendo alla diffusione e allo sviluppo di un nuovo modello di consumo e culturale, per la costruzione di un nuovo immaginario e di un nuovo sistema di valori condiviso che dia centralità anche all'ambiente, alla socialità e all'etica (Balzaretto 2009).

Questo non vuol dire certo abbandonare gli elementi che tradizionalmente vengono utilizzati nella comunicazione tradizionale, ma anzi, proprio sfruttando pienamente gli strumenti della creatività dell'esperienza nella gestione dei mezzi di comunicazione che sarà possibile trasfe-

rire al consumatore, messaggi corretti, veritieri attendibili, chiari, accurati, rilevanti e coerenti (Iraldo-Melis 2012).

Sempre più nell'ottica di una comunicazione efficace non è più sufficiente limitarsi a proclamare una rinnovata coscienza verde: è invece fondamentale dimostrare, argomentare puntando non più a stupire, a urlare più forte, ma a informare, diffondere una nuova cultura legata a nuovi meccanismi di consumo contribuendo a rendere credibile l'azienda costruendole intorno una forte reputazione.

Comunicare valori

Il *green marketing* e la comunicazione ambientale rappresentano una leva strategica e un'opportunità competitiva di grande interesse per le aziende più innovative (Iraldo, Melis, 2012). Cercando qui di mettere a comune definizioni, potremo dire che la comunicazione ambientale sia costituita da

I insieme delle strategie e delle azioni poste in essere da istituzioni, imprese, mass media allo scopo di diffondere una corretta conoscenza dei temi ambientali, promuovere un rapporto costante di dialogo e di cooperazione tra cittadini, consumatori, istituzioni, imprese, clienti e fornitori, e agevolare il processo di costruzione del consenso. Nella sua accezione più generale *comunicare* significa innescare un processo di scambio reciproco di sapere tra due o più soggetti, nel corso del quale chi trasmette ha la possibilità di ricevere e chi riceve ha a sua volta la possibilità di trasmettere sapere. Questa dimensione di reciprocità e di confronto diventa particolarmente significativa nell'ambito della comunicazione delle complesse problematiche ambientali, per gestire le quali occorre sempre di più informazione e partecipazione (CESQUA, Centro Studi Qualità Ambiente, Università di Padova).

Sono ancora molte le aziende per le quali che pensano sia sufficiente soddisfare parte del proprio fabbisogno energetico, per esempio con l'installazione di pannelli fotovoltaici sul tetto degli stabilimenti, ridurre lo spreco di carta o spegnere le luci quando non servono, per essere sostenibili. Ma essere sostenibili non può limitarsi a semplici dichiarazioni di intenti: serve piuttosto creare una filosofia aziendale che investa profondamente tutta la struttura in chiave *green* (consumi energetici e idrici, emissioni, rifiuti, utilizzo risorse, ecc.) dei processi e dei prodotti.

Una revisione che deve essere misurata, validata e comunicata e che si muova su forti basi scientifiche.

La comunicazione, senza niente togliere ai percorsi di costruzione del messaggio alimentati dalla creatività, non deve mai dimenticare i fondamenti oggettivi, i dati veri e verificabili, le certificazioni, specie quelle rilasciate da organismi super partes (nota: pensiamo, ad esempio, al binomio di analisi LCA *life cycle assessment* con successiva validazione con dichiarazione ambientale di prodotto EPD *environmental product declaration*)

Nella sua accezione più ampia, comunicare significa innescare uno scambio reciproco di informazioni e messaggi tra due o più soggetti e una delle sfide di questo nuovo paradigma comunicativo senza dubbio quella di rendere comprensibili contenuti complessi a target diversi spesso disomogenei, lavorando sulla semplificazione, ma senza diventare semplicisti, eliminando tutti i possibili fraintendimenti e ambiguità attraverso messaggi puntuali, dettagliati, precisi. Quanto più il pubblico percepisce coerenza e attendibilità scientifica, quanto più sarà possibile evitare valutazioni negative o accuse di *greenwashing*: dobbiamo essere consapevoli del maggiore accesso all'informazione da parte degli utenti che sempre più sono in grado di individuare strategie *green* improvvisate o poco credibili

La comunicazione che accompagna il percorso dell'azienda verso la sostenibilità deve lavorare sull'autenticità dei valori e dei fatti e non può essere costruita artificialmente secondo vecchie e sorpassate strategie di marketing. Essere sostenibili significa intraprendere un percorso lungo e complesso e la comunicazione può accompagnare questo percorso rendendolo esplicito, continuo, cercando di esplicitare l'equilibrio necessario tra tecnicismi e emozioni, evitando l'uso di autocertificazioni o finti marchi di garanzia.

Le aziende hanno il compito non solo di vendere prodotti ma anche di veicolare valori come la trasparenza, l'etica, l'attenzione all'ambiente e alle persone intendendo con queste sia i consumatori che i dipendenti. Essere sostenibili non può solo limitarsi ad una dichiarazione di intenti ma deve corrispondere ad una realtà aziendale solida, misurabile e verificabile. Solo così la comunicazione potrà giocare un ruolo attivo utile, centrale, contribuendo alla definizione e alla diffusione di nuovi stili di vita e di consumo nell'ottica di una reale economia circolare (Persico, Rossi, 2016).

La sostenibilità quindi è una scelta non si improvvisa, ma rappresenta un impegno che va assunto fino in fondo e coinvolge tante attività, dalla fase produttiva o di design alla messa in

opera, dai processi di produzione a quelli di comunicazione, alla scelta dei materiali. Nel 2007 John Grant sentì l'esigenza di scrivere il Manifesto del green marketing per il timore che la gente si lanciasse sul green marketing solo per assecondare una moda o perché «Etico in». Grant era consapevole della difficoltà di combinare marketing ed ecologia, diversi per ideologia, cultura e finalità economiche ma che, proprio nella diversità di obiettivi di questi due soggetti in campo, le imprese potessero reperire autentiche e innovative coincidenze di interessi.

The first step towards sustainable green marketing is to grasp that green issues are pointing to the need for step change, not cosmetic and marginal improvements. Anything else is fiddling while the planet burns. What's needed is big, urgent, impressive improvement (Grant, 2007, p. 76).

Nel suo Manifesto del green marketing arriva a sostenere infatti, riprendendo in parte la teoria della decrescita formulata un anno prima da Latouche, che

We consumerised our way into this mess and I think there are grounds for doubt that we can entirely consumerise our way out of it. We need to change what people consume and how they consume it too, substantially. To come anywhere near the targets of for instance a 70% decrease in carbon footprints, without a catastrophic decline in economies or (real) quality of life, there are going to have to be some cultural breakthroughs. And with big changes come big entrepreneurial opportunities (Grant, 2007, p. 294).

Il Green marketing dovrebbe essere quindi:

INNOVATIVO: nel senso che deve produrre nuovi prodotti ma anche nuovi stili di vita

INTUITIVO: deve aiutare le persone a comprendere le innovazioni sostenibili o i prodotti sostenibili, favorendo l'ingresso di tali prodotti nella vita quotidiana dei consumatori come aspetti della normalità

INTEGRANTE: cioè deve integrare aspetto ecologico e aspetto commerciale, che in prima battuta sembrano agli antipodi. E infine

INVITANTE: deve quindi far comprendere che aiutare l'ambiente non significa fare sacrifici. O, almeno, deve far sembrare al consumatore che ciò non avvenga.

Comunicare la sostenibilità significa effettuare una vera e propria rendicontazione: le aziende di grandi dimensioni sono tenute a redigere bilanci di sostenibilità, ma anche le più piccole, per costruire un brand sostenibile, devono rendere note le azioni che ogni giorno le rendono sostenibili.

nibili. Per farlo hanno a disposizione diversi strumenti: la possibilità di redigere bilanci di sostenibilità, il ricorso a certificazioni di enti super partes e, non meno importante, una comunicazione trasparente fondata su informazioni reali e dimostrabili.

Questa necessità di piena trasparenza dipende anche dal fatto che la sostenibilità può avere mille volti, basti pensare all'ambito dell'alimentazione: per alcuni adottare uno stile alimentare sostenibile significa vegetarianesimo, per altri veganesimo, per altri cibo biologico, per altri ancora cibo stagionale e a chilometro zero.

Per le aziende, l'unico modo per trovare la propria collocazione nel mercato e definirsi sostenibili senza timore di essere accusati di incoerenza, è quello di mostrare la propria idea di sostenibilità attraverso le azioni messe in campo. Nessuna azienda è sostenibile al 100% e ogni persona ha un diverso ordine di priorità ai principi etici: non esiste un solo modo corretto di essere sostenibili e, proprio per questa ragione, occorre saper comunicare correttamente il proprio.

E questa è una occasione vera anche per chi si occupa di comunicazione aziendale che può fare un salto di qualità e diventare vera e propria comunicazione. Fino ad oggi si è sempre voluto distinguere tra comunicazione e pubblicità: la prima positiva e virtuosa che predilige l'informazione al consumatore; la seconda subdola e manipolatrice che usa ogni mezzo a disposizione per convincere, plagiare, spingere all'acquisto inconsapevole.

È necessario lavorare per lo sviluppo di una nuova comunicazione aziendale, che potrà affrancare il proprio status da strumento asservito alla grande industria a partner utile al consumatore aiutandolo a rendere sempre più consapevole il proprio ruolo all'interno del mercato.

Riferimenti bibliografici

Balzaretti E., Gargiulo B. (2009), *La comunicazione ambientale: sistemi, scenari e prospettive*, Franco Angeli, Milano.

Bompan E., Brambilla I. N. (2016), *Che cos'  l'economia circolare*, Edizioni Ambiente, Milano.

Grant, J. (2007), *The Green Marketing Manifesto*, John Wiley & Sons, Ltd, Hoboken N.J., USA.

Ieraldo F., Melis M. (2012), *Green Marketing. Come evitare il greenwashing comunicando al mercato il valore della sostenibilit *, Il Sole 24ore.

Latouche S. (2006), *La scommessa della decrescita*, Feltrinelli, Milano.

Maldonado T. (1971), *La speranza progettuale. Ambiente e societ *, Einaudi, Torino.

Mamier B. (2016), *Un milione di rivoluzioni tranquille. Come i cittadini cambiano il mondo*, nutrienti, Roma.

Persico M.G., Rossi F. (2016), *Comunicare la sostenibilit . Comunicare il nuovo paradigma per un nuovo vantaggio*, Franco Angeli, Milano.



Finito di stampare da
Officine Grafiche Francesco Giannini & Figli s.p.a. | Napoli
per conto di **didapress**
Dipartimento di Architettura
Università degli Studi di Firenze
marzo 2020



circular craft

il contributo del design
agli scenari dell'economia
circolare, con un'attenzione
particolare all'artigianato
post produzione industriale

ISBN 978-88-3338-095-7

