

L'IMPRESA

N° 9
2014

RIVISTA ITALIANA DI MANAGEMENT

N°9
SETTEMBRE 2014
€ 6,90 + il prezzo del quotidiano.

GRUPPO 24ORE

www.limpresaonline.net

EDUCATION POWER

L'agenda
per il futuro
dell'Italia



Solo ed esclusivamente in abbonamento obbligatorio con il Sole 24 Ore - I prezzi relativi ad altre combinazioni di vendita sono riportati su il Sole 24 Ore Anno 85° - N. 9/2014 - Settembre 2014 - Mensile Poste Italiane - Spedizione in A.P. - D.L. 353/2003 CONV. L. 46/2004 ART. 1, C.1. DDB Milano



FORUM AMBROSETTI IN ANTEPRIMA

I migliori sistemi educativi al mondo, la ripresa dell'occupazione, la zona di libero scambio Ue-Usa

COSÌ SI IMMAGINA IL FUTURO

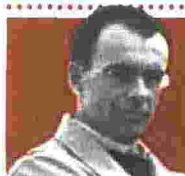
Come pensare in modo innovativo secondo il filosofo del management Luc de Brabandere

LA SVOLTA DI TELECOM ITALIA

Da Direzione del Personale a People Value, un cambiamento strategico che farà scuola



ITALIC DESIGN THINKING



Il valore delle connessioni

di Giulio Ceppi

Quando si ha la fortuna di girare per il mondo in qualità di "architetto italiano", le altre culture del progetto del pianeta restano parecchio sorprese e sempre stupite, a volte al limite dell'incredulo, di fronte a un nostro forte attributo: la trasversalità e l'interdisciplinarietà. Se per noi è infatti normale nel progettare un edificio occuparci degli interni e dell'arredo, quindi dell'illuminazione e se necessario del giardino e dell'esterno, in altre culture, di matrice anglosassone soprattutto, sarebbe altrettanto naturale affiancare invece all'architetto un *interior designer*, un *lighting designer*, un *landscape architect*. Specifichiamo subito che non è tale atteggiamento né dovuto a un delirio di grandezza o alla megalomania della cultura del progetto italiana, né tantomeno a una sorta di maniacalità o perfezionismo delle altre culture, come verrebbe forse naturale pensare in prima istanza. Si tratta di una tradizione che viene da lontano, che ha radici nella nostra cultura umanistica e nell'idea rinascimentale delle arti, laddove l'artista si occupava di pittura, di scultura, di architettura, di urbanistica... e sarebbe stato imbarazzante se non avesse avuto l'estro e la maestria di passare da un campo disciplinare all'altro. Anzi vi era un *continuum* tra queste discipline, che spesso sul piano concettuale si intrecciavano le une con le altre. Inutile citare gli esempi di Leonardo da Vinci, Raffaello Sanzio, Michelangelo Buonarroti, piuttosto che di un Bernini o Borromini per non dire come anche l'attività di teorico e codificatore facesse spesso parte di questo insieme, come figure quali Vasari o Vitruvio ci insegnano. Scrivere, dipingere, costruire erano parti di un unico sapere

umanista, nella piena tradizione di quanto poi è diventata la cultura delle belle arti, che non implicava il non occuparsi di aspetti operativi e tecnici, quali l'ingegnerizzazione o la gestione del cantiere (come il caso di Brunelleschi e della cupola di Santa Maria del Fiore a Firenze ci insegna) piuttosto che trascurare aspetti funzionali, civili e militari, come testimoniano le fortificazioni di un Leonardo o le sue opere idriche per l'irrigazione e la regolamentazione delle acque dell'Adda o del milanese. Tutto questo è tremendamente attuale e costituisce per la nostra "cultura creativa" e progettuale una fortissima specificità, tanto quanto invece la specializzazione e la segmentazione del sapere fanno parte della cultura anglosassone e delle scuole tecniche di tradizione nord-europea, dove la parcellizzazione del sapere e la segmentazione verticale delle competenze regna sovrana. Sono due modelli culturali, sociali e imprenditoriali, di organizzazione del lavoro e della produzione fortemente differenti. Credo sia fondamentale per dare al *made in Italy* un valore chiaro e strategico, non solo legato alla fisicità delle cose, ma anche ai processi con cui vengono generate e al *knowhow* che ne garantisce un futuro. Tuttavia credo che questi due modelli concettuali e operativi, compresenti in Europa, siano assolutamente complementari e compatibili, a patto ovviamente che noi non rinunciamo nel mentre e disperdiamo la nostra matrice umanistica e interdisciplinare. Quando creai la mia società di progettazione nel 1999, questo era il modello concettuale cui mi riferivo forse inconsciamente, e che credo sia oggi una peculiarità del nostro sistema creativo che non vada

perduta o dispersa, ma alimentata e sostenuta, attraverso la formazione prima e la capacità aperta di dialogo con l'impresa e la committenza poi. Esempi illuminanti come Cittadellarte, fondata a Biella da un artista come Michelangelo Pistoletto ce lo dimostrano concretamente, nella capacità operativa di miscelare arte e sociale, formazione e progetto, territorialità e internazionalizzazione. Se oggi guardiamo, secondo i dati forniti dal *Rapporto 2013 sull'imprenditoria del progetto* redatto da Aldo Norsa dello Iuav di Venezia, ai fatturati dei principali studi italiani di architettura, troviamo soggetti come Renzo Piano (n. 1 in classifica), Massimiliano e Doriana Fuksas (n. 2), Antonio Citterio (n. 5), Lissoni (n. 12), Thun (n. 14), DeLucchi (n. 16), che tutti si occupano di architettura, di interni, di prodotto, di identità di marca e attuano spesso come *design directors*, come registi complessivi di un processo creativo. I loro fatturati vanno da un massimo di 9 ai 4 milioni, anche se Fuksas e Citterio hanno strutture doppie, la cui somma li pone anche davanti a Renzo Piano per fatturato complessivo. Siamo quindi ancora nella tradizione, non più artigianale e individuale, ma imprenditoriale e strutturata in team internazionali, dei maestri italiani del dopoguerra. Nella trasversalità risiede il *genius* della nostra industria creativa che deve continuare a emergere e differenziarsi incrociando grandi visioni e dettagli a scala 1:1, come accadeva 500 anni fa. ■

Giulio Ceppi è architetto e designer, fondatore di *TotalTool* e del *Master in Business Design* di *Domus Academy*, è docente incaricato al Politecnico di Milano