

PRIMO PIANO



ITALIC DESIGN THINKING

La metafora della nuova fabbrica

di Giulio Ceppi

Dal mese di aprile fino a settembre Milano è pervasa dalla XXI Triennale che, in forma appunto diffusa e multipolare, ragiona sul paradossale tema *Design after Design*, attraverso numerose mostre e partecipazioni internazionali. Un progetto di particolare interesse, tra i tanti, è certamente *New Crafts*, allestimento alla Fabbrica del vapore curato da Stefano Micelli, economista e autore del famoso pamphlet *Futuro artigiano*. La mostra presenta nuovi modelli produttivi, celebrando silente e imparziale l'economia dei *makers* e la digitalizzazione del fare, miscelando in un *unicum* artigianato, nanotecnologie, digitalizzazione in modo complesso, contraddittorio, ibrido. Se questa è la metafora della nuova fabbrica, diffusa e globale, è chiaro che allora in quanto consumatori siamo un insieme di 7 miliardi di persone in cui ognuno cerca oramai disperatamente la propria identità e singolarità, culturale e genomica.

Il paradosso del su-misura tra analogico e digitale

Emerge infatti in tale scenario flessibile e ibrido sempre più palesemente il paradosso della personalizzazione, del fatto su misura (del *bespoke* per dirla all'inglese), in cui prodotti e servizi si adattano ai desiderata del singolo individuo. Paradosso, in quanto la personalizzazione passa oggi spesso attraverso non solo il dialogo discreto e fisico, come avveniva in passato in un mondo puramente analogico e offline, ma viene fortemente e attivamente mediata dalla rete e dai Big Data, assumendo quindi sempre più forme *push*, in cui si viene tracciati quasi inconsciamente

e controvoiglia, e dove, a nostra insaputa, navigando in rete e mangiando virtualmente i noti cookies, ci si trova poi profilati e segmentati, individui fatti di puri algoritmi e curve statistiche. Allora, se da un lato si ricercano soluzioni personali e uniche, dall'altro si è sempre più un numero, un algoritmo. La sezione *Be.Speaking* (curata da Confartigianato) all'interno dello spazio suddetto affronta la nuova economia emergente del su misura con un interessante taglio, enfatizzando cioè la relazione dinamica e aperta tra artigiano, azienda, produttore (chi fa, insomma) da un lato e consumatore o acquirente dall'altro, dimostrando che i confini tra i due estremi (tale era la distanza nel capitalismo molecolare) si assottigliano e miscelano sempre più, fino a coincidere o, addirittura, invertirsi. La mostra suggerisce quindi 5 meta-professioni o scenari emergenti della nuova economia.

5 profili emergenti

Una figura che emerge con prepotenza è quella del *Co.Creator*, in cui clienti con idee e necessità specifiche, insieme con artigiani e aziende, creano un prodotto altamente personalizzato. Produttore e consumatore generano qualcosa di unico e innovativo: questo vale sorprendentemente sia per i grandi brand attraverso configuratori in rete che permettono la personalizzazione estrema di un'auto (Bmw/Mini) piuttosto che di una scarpa (Nike o Puma), quanto per la piccola impresa artigiana nel settore ceramico (Puntoquattro) o addirittura in quello della produzione vitivinicola (Mytailoredwine). Le chitarre di musicisti come Sting o Lou Reed, per fare due nomi

facili, sono state co-progettate insieme ai tecnici di Noha Guitars, un'azienda artigiana di Lambrate che le realizza a partire da un corpo di alluminio pieno. Un altro interessante profilo emergente è quello del *Data profiler*, dove si estraggono qualità personali uniche a partire da un sistema basato su criteri comparabili, ma dedotto dalla sensibilità del profilatore, che aiuta il cliente a estrapolare alcune sue caratteristiche peculiari, spesso intangibili e di non immediata lettura. Ne risulta un prodotto/servizio unico, che manifesta le qualità di un soggetto e spesso le interpreta dinamicamente anche nel tempo (Spotify Running), in cui la selezione di brani musicali si adatta al tuo stile di corsa, dove grazie un patch digitale agli atleti viene preparata una bevanda su misura secondo le caratteristiche del singolo metabolismo corporale (Gatorade). Oltre al *Problem Solver* (che garantisce soluzioni su misura) e al *Maestro* (che con la sua autorità persegue l'eccellenza), la figura del *Digi-Producer* utilizza e combina differenti tecnologie (anche attraverso più sub-fornitori) per soddisfare le necessità di ogni cliente. Qui le nuove tecnologie digitali e le logiche open-source giocano un ruolo fondamentale per creare soluzioni uniche e snelle, dove spesso l'autore diventa appunto egli stesso produttore a filiera corta (*Make it Leo*), invertendo ruoli in una modalità impensabile fino a qualche decennio addietro. *Labour after labour.* ■

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