

Aggiornare la tradizione

Il Design Italiano nel primo decennio del nuovo secolo

Luca Guerrini, Giulia Gerosa
Politecnico di Milano

Parlare di Design Italiano a un pubblico cinese è compito arduo per numerose ragioni. Tanto più se l'obiettivo è di focalizzare l'attenzione sugli ultimi 15 anni, quelli del nuovo secolo.

Non v'ha dubbio, infatti, che in questo scorcio di tempo le occasioni di contatto tra i due paesi si sono moltiplicate: i prodotti italiani sono stati presentati in numerose mostre, fiere e "design week" nelle principali città cinesi; sono approdati con maggior frequenza sul mercato, in alcuni casi sono realizzati nel paese stesso. D'altro lato si è accresciuto l'interesse cinese per i numerosi eventi promozionali del Design in Italia, primo fra tutti il Salone del Mobile di Milano, che vede una presenza sempre più ampia di addetti ai lavori, studiosi o semplici acquirenti provenienti dalla Repubblica Popolare Cinese.

Tali eventi, essendo finalizzati alla commercializzazione, propongono spesso la produzione italiana sotto l'etichetta di *Made in Italy*: una definizione non sempre chiara nei suoi contorni e significati, coniata per la promozione dei prodotti italiani nel loro insieme e non specificamente rivolta alle qualità e ai contenuti del Design¹. Quest'ultimo – com'è noto – è un fenomeno complesso, nel quale i fattori economici e produttivi si intrecciano indissolubilmente con la società, la cultura, la storia del paese, in un modello non facile da descrivere.

La prima difficoltà riguarda il "codice", cioè l'insieme di strumenti necessari per interpretare e tradurre i contenuti del progetto attraverso le diversità culturali e sociali. Il Design Italiano, infatti, si inquadra certamente nella tradizione europea e occidentale del Movimento Moderno, ma allo stesso tempo rivendica, da sempre, una propria autonomia, un percorso parallelo, discontinuo e talvolta critico rispetto alle categorie consolidate di quella storiografia.

La seconda consiste nel fatto che questa "diversità" – reale o presunta che sia – fa parte di una narrazione storica in gran parte scritta in italiano da italiani. I prodotti e i protagonisti (designer e aziende) che hanno costruito la tradizione italiana sono noti e riconosciuti nel dibattito internazionale attraverso le numerose riviste italiane di design, come *Casabella*, *Domus*, *Abitare*, *Interni* – per citarne alcune – e le grandi mostre, fra le quali una collocazione centrale occupa *Italy: the New Domestic Landscape*, curata da Emilio Ambasz nel 1972 al MoMA di New York. Al contrario, la letteratura storico-critica è stata raramente tradotta, specie in inglese: la nuova lingua-franca della cultura globale. Così, la riflessione di autori come Giulio Carlo Argan, Gillo Dorfles, Vittorio Gregotti, Renato de Fusco, Enzo Frateili, Anty Pansera è rimasta prevalentemente entro i confini nazionali²; la figura emblematica di Bruno Munari – "artista e designer", come lui stesso si definiva – è nota soprattutto in Giappone e in America Latina³; il contributo di Andrea Branzi – un protagonista indiscusso nel dibattito italiano degli ultimi quarant'anni – ha dato voce al New Design (o Antidesign): il versante critico della Modernità⁴.

A partire degli anni '80 compare anche nella letteratura internazionale una riflessione complessiva sul percorso del Design Italiano, in lavori come quello di Penny Sparke e, più recentemente, di Grace Lees-Maffei e Kjetil Fallan⁵; si moltiplicano le iniziative editoriali in lingua inglese di autori italiani come Giampiero Bosoni e Laura Antonelli⁶; si apre, nel 2007, il Temporary Design Museum alla Triennale di Milano, che, attraverso i cataloghi delle sue mostre annuali, offre una interpretazione sempre più ampia ed articolata del percorso storico del Design Italiano⁷. Tuttavia rimangono ancora esclusi dal circuito

¹ Cfr. Lees-Maffei, Grace e Kjetil Fallan, eds. (2014); Liu, Zunyue (2015); Alessi, Chiara (2016).

² Cfr. Argan, Giulio C. (1965); Dorfles, Gillo (1972, 1977); Gregotti, Vittorio (1982); De Fusco, Renato (1985); Frateili, Enzo (1989); Pansera, Anty (1993); Grassi, Alfonso e Anty Pansera (1980).

³ Cfr. Munari, Bruno (1968, 1968, 1972). Tutti i testi di Munari sono tradotti in giapponese, i principali anche in spagnolo e portoghese.

⁴ Cfr. Branzi, Andrea (1984, 1988, 1996).

⁵ Cfr. Sparke, Penny (1988, 1998); Lees-Maffei, Grace e Kjetil Fallan, eds. (2014).

⁶ Cfr. Bosoni, Giampiero (2001, 2006); Bosoni, Giampiero e Paola Antonelli (2008).

⁷ Le nove mostre sinora allestite sono: *Che cos'è il Design Italiano?*, a cura di Andrea Branzi (2008); *Serie fuori Serie-Series off Series*, a cura di Andrea Branzi (2009); *Le Fabbriche dei Sogni*, a cura di Alberto Alessi (2010); *Quali cose siamo?*, a cura di Alessandro Mendini (2011); *TDM5: Grafica Italiana*, a cura di Giorgio Camuffo, Mario Piazza e Carlo Vinti (2012); *La Sindrome dell'Influenza*, a

internazionale contributi significativi, tra gli altri, quelli di Omar Calabrese, Manlio Brusatin e le indagini di Chiara Alessi sulla evoluzione del Design nell'ultimo decennio⁸.

L'analisi approfondita di una produzione scientifica così vasta e distribuita in un intervallo temporale di tale ampiezza, eccede, evidentemente, lo spazio di questo breve saggio, che si limita a tracciare alcune linee comuni di tale ampio dibattito culturale.

Nei singoli autori si riconoscano differenti accentuazioni sui temi della continuità (Argan, Dorfles, De Fusco) o discontinuità (Branzi) con il Movimento Moderno; della connotazione "industriale" (Gregotti, Frateili) o della derivazione "artigianale-artistica" dei prodotti (Bosoni); del contributo delle Arti Visive (Munari, Brusatin). Tuttavia nell'insieme si distingue un campo-intersezione che descrive il racconto del Design Italiano. Tale narrazione si definisce attorno ad alcuni caratteri distintivi, alcune specificità che riguardano:

- _ il ritardato ingresso dell'Italia tra i paesi industrializzati e il conseguente, ambivalente rapporto di adesione/opposizione ai canoni culturali ed estetici del Movimento Moderno;
- _ il ruolo delle aziende leader, che – esclusi pochi grandi gruppi industriali – appartengono al mondo delle piccole-medie imprese e producono indifferentemente con procedimenti in serie o artigianali;
- _ la nozione stessa di prodotto, che deriva da tale struttura aziendale, ed è spesso in bilico tra grande serie e alto artigianato;
- _ la gamma, relativamente ristretta, di categorie merceologiche sviluppate: l'arredamento, i prodotti per la casa e l'ufficio, l'illuminotecnica, gli elettrodomestici, i veicoli;
- _ il ruolo e la formazione dei protagonisti: gli imprenditori, che sono in molti casi *homines novi*⁹, come i progettisti, che approdano al design provenendo dal campo delle Arti o dell'Architettura. Tra gli uni e gli altri si instaura rapporto stretto, spesso fiduciario, che contraddistingue lo sviluppo delle aziende.

Da questo singolare sistema di variabili discende il Design Italiano, come viene abitualmente descritto e riconosciuto. I diversi autori hanno, di volta in volta, sottolineato il carattere di "eccezione, sperimentalismo e innovazione continua" della produzione italiana (De Fusco); l'alternanza di momenti di "continuità" e di "trasformazione" in puntuale risposta al mutare del contesto socio-economico (Frateili); la volontà di restituire, attraverso il Design, una "esperienza critica del presente" (Gregotti); l'"originalità" dell'approccio al progetto, alimentata da una "ricorrente messa in discussione dei principi della Modernità" (Branzi); il continuo confronto con la parallela investigazione sulla realtà delle Arti visive (Branzi, Brusatin); il valore del "riflettere attraverso il fare" come pratica progettuale di designer che si comportano da "artigiani-filosofi" (Bosoni).

Il quadro complessivo che emerge da questa pluralità di voci descrive il Design Italiano come una impresa collettiva alimentata da due principali tensioni intellettuali, spesso interrelate, se non fuse in un unico processo progettuale: la prima è la tensione "umanistica" cioè l'attenzione per l'uomo, nella sua complessità culturale e sociale, al crocevia di identità personali e tradizioni collettive, che lo distinguono come "utente" (utilizzatore del bene) e come "consumatore" (acquirente del bene); la seconda è la tensione "critico-costruttiva"¹⁰ cioè il riconoscere ogni risultato dell'azione progettuale, ogni prodotto, come una "domanda" sul valore dei bisogni dell'uomo, in senso antropologico, prima ancora che una "risposta" a tali bisogni¹¹.

Volendo articolare tale quadro complessivo in un "codice" – per tornare alla questione iniziale di questo saggio – che consenta di interpretare il significato dei migliori esempi del nostro design, si possono indicare **quattro dimensioni** fondanti dell'agire progettuale, che sono state al centro della riflessione e della pratica professionale in Italia.

cura di Pierluigi Nicolini (2013); *Il Design Italiano Oltre le Crisi*, a cura di Beppe Finessi (2014); *Cucine & Ultracorpi*, a cura di Germano Celant (2015); *W: Women in Italian Design*, a cura di Silvana Annicchiarico (2016).

⁸ Cfr. Calabrese, Omar ed. (1998); Brusatin, Manlio (2007); Alessi, Chiara (2014, 2016).

⁹ Dalla lingua latina, letteralmente "uomini nuovi": persone che assumono un ruolo di comando senza esperienza personale o di famiglia.

¹⁰ Cfr. Sammiceli, Michele (2016). "Everybody Designs". Intervista a Ezio Manzini. *Abitare* 55(554), 102-105.

¹¹ Per l'interpretazione del Design Italiano come "domanda", cfr. Branzi, Andrea (2006) "Un paese senza casa", in Luca Guerrini ed., *Design degli interni*. Milano: Franco Angeli – Poli.Design Edizioni, 65-73.

La dimensione **critica** cioè la capacità di analisi e di interpretazione delle condizioni nelle quali si opera che dà alla tensione verso il nuovo, propria del progetto, un contenuto di trasformazione e di miglioramento di quelle stesse condizioni.

La dimensione **riflessiva** cioè la costante azione di auto-valutazione e auto-apprendimento che riconosce la progettazione come un processo di crescita intellettuale personale (del designer) e collettiva (degli utenti).

La dimensione **estetica** cioè l'abilità di restituire in una sintesi formale i contenuti del progetto che si alimenta del confronto con i linguaggi visivi nella loro pluralità, nelle arti come nei media.

La dimensione **ludica** cioè la capacità di affrontare la complessità delle sfide progettuali con la "serietà del gioco"¹², accettando l'acrobazia dell'ossimoro, l'intelligenza dell'umorismo, l'auto-ironia della competenza.

Se questi sono i tratti caratteristici del Design Italiano come ci è stato consegnato dalla cultura del secolo XX, ci si può domandare quanto di questi rimanga nella condizione contemporanea, quanto, cioè la forza di quella cultura del progetto costituisca una tradizione riconoscibile, un dato di "continuità".

In un momento del dibattito sul design caratterizzato – anche nella comunicazione – dall'assenza e dalla transizione¹³, la domanda può essere legittima.

"Il periodo storico che stiamo vivendo ci pone di fronte a condizioni e a sfide che possono generare cambiamenti sostanziali nel modo di concepire un approccio diverso e più contemporaneo alla progettualità.

La crisi economica che stiamo affrontando ci ha mostrato i limiti di un modello di sviluppo e, nello stesso tempo, l'emergenza ambientale ci sta mettendo nella condizione di ripensare radicalmente a come affrontare il nostro futuro.

Da sole queste due problematiche sono sufficienti a farci capire che molte cose non saranno più come prima; se vogliamo invece tentare di fare qualcosa per intravedere una speranza ci troviamo di fronte a un'incredibile occasione per ridisegnarci la vita, per iniziare un processo di mutazione.

Dobbiamo prepararci a vedere con altri occhi, pensare a una situazione di tabula rasa in cui ridefinire bisogni, abitudini, attività, sogni rispetto alle nuove condizioni, per ragionare su una aggiornata idea di contemporaneità"¹⁴.

L'incipit del Manifesto di *Rethinking Happiness* descrive puntualmente l'approccio **critico** del design italiano che, attraverso una serie di esperienze progettuali, vuole tendere verso positive trasformazioni, legate ad ambiti eterogenei.

Con *Oggetto libero*, ad esempio, Resign affronta il tema della sostenibilità declinata secondo le logiche del riuso attraverso un progetto pubblico per oggetti abbandonati, ai quali viene applicata una semplice targhetta che ne indica il non-possesso e ne promuove il libero scambio.

"I nostri progetti sono oggetti seminali, totipotenti, come le cellule del nostro corpo durante la formazione nel grembo materno: analizzano antichi processi e giocano con il contemporaneo. Sono esperimenti, soluzioni critiche e domande aperte ai nostri bisogni concreti e ai nostri desideri più importanti"¹⁵.

(Foto Resign: *Oggetto libero*)

Interactive Urban Furniture di dotdotdot agisce anch'esso sugli spazi pubblici concentrandosi però sulla socializzazione mettendo in relazione la cultura cinese e quella italiana. L'intervento vede come protagonista il quartiere Cao Changdi Village di Beijing dove, attraverso luoghi di aggregazione capaci di stimolare l'incontro e lo scambio fra abitanti ed visitatori, ci si pone come obiettivo di preservare i tempi e l'emozione della socialità del condividere riflettendo sul tema dell'incontro attraverso una famiglia di oggetti d'arredo per la città in grado di innescare momenti di interazione fra le persone.

(Foto dotdotdot: *Interactive Urban Furniture*)

¹² Ancora un richiamo alla tensione umanistica: "l'uomo è completamente uomo solo quando gioca", Friedrich Schiller (1795). *Lettere sull'educazione estetica dell'uomo*.

¹³ Il titolo della XXI Triennale di Milano, inaugurata il 4 aprile 2016 è: *Design "After" Design*. I libri di Chiara Alessi si intitolano rispettivamente: *"Dopo" gli anni Zero* e *Design "senza" designer* [virgolette nostre].

¹⁴ Dal Manifesto di *Rethinking Happiness* progetto di Aldo Cibic per la Biennale di Venezia, 12° Mostra Internazionale di Architettura, curata da Kazuyo Sejima, 2010.

¹⁵ Giovanni De Vecchi e Andrea Magnani, Resign studio, www.resign.it.

Tipicamente legati al territorio italiano, *Internoitaliano*, ideato da Giulio Iacchetti e Matteo Thun Atelier, che vanno a riscoprire il caratteristico tessuto produttivo costituito da una rete di laboratori artigiani e piccole imprese manifatturiere che incarnano l'eccellenza del saper fare, andando a creare una sorta di fabbrica diffusa dove progettazione e produzione lavorano di pari passo per dare vita a prodotti che raccontano una qualità frutto di esperienza ed innovazione.

(Foto Matteo Thun Atelier: *Internoitaliano*)

Open Mirror dello studio Habits (Innocenzo Rifino e Diego Rossi) è un progetto *open source* basato su Arduino: uno specchio ovale progettato con l'idea di fornire una nuova esperienza attorno all'ascolto della musica, derivata dall'ibridazione di un prodotto analogico tradizionale con l'elettronica e la manifattura digitale. Il cuore di *Open Mirror* è l'interfaccia gestuale che riconosce i movimenti della mano e permette di controllare la musica senza toccare il *device* da cui proviene.

(Foto Habits: *Open Mirror*)

Il vaso *V1* di Carmine Deganello racconta invece l'approccio **riflessivo** del fare progettuale italiano. Realizzato in occasione della mostra *Recession design*, che raccoglie oggetti creati con materiali reperibili in un qualsiasi centro per il "bricolage", lavorati e assemblati con utensili e accessori d'uso comune, mostra come un buon progetto possa generare un design di alto livello anche a partire da materiali e utensili di semplice reperibilità.

Nel progetto della ciotola *Seconda vita* di Paolo Ulian, invece, piccoli fori delineano sulla superficie del centrotavola una serie di forme ellittiche che, in caso di rottura, potrebbero "salvarsi" e quindi, svincolarsi dal contesto del centrotavola acquisendo una propria autonomia di piccole ciotole. La rottura accidentale può trasformarsi così da evento negativo a evento generatore di nuovi stimoli e nuove realtà, come una sorta di ammonimento a non disfarsi delle cose con troppa facilità, nemmeno quando, apparentemente, sono solo dei cocci, dando un'evidenza fisica alla "visione progettuale e al pensiero (politico) sul mondo"¹⁶ di Ulian che spesso si concentra sul problema degli scarti di lavorazione, tanto da affermare di voler:

"incidere sul lavoro, su quelle sequenze di azioni che hanno un preciso significato, che portano ad un risultato. Sequenze di azioni che magari, se ci si prova, è possibile modificare leggermente o impostare in un ordine diverso, per arrivare da un'altra parte o anche semplicemente per rendere più interessante il lavoro stesso (...) solo analizzando il processo posso realmente occuparmi della ottimizzazione dei materiali, della minimizzazione degli scarti. Nella forma finale tutto questo è perduto: si potrebbe credere che non ci sia stato sforzo. L'oggetto appare "puro". E difficilmente a quel punto è consentita una riflessione sugli scarti"¹⁷.

Denuncia nei confronti di un mercato ormai saturo di oggetti sono i *Fossili Moderni* di Massimiliano Adami, scaffalature composte di oggetti plastici riciclati e agglomerati grazie all'uso della schiuma poliuretana, e *Terra!* dello studio Nucleo, intelaiatura di una poltrona in cartone alveolare da assemblare e su cui far crescere erba costringendo l'utente non solo a conoscere meglio l'oggetto, dovendolo montare, ma anche a prendersene cura per vederlo evolvere fino a poterlo utilizzare.

(Foto Nucleo: *Terra!*)

Per quanto riguarda la dimensione estetica gli approcci possono essere plurimi. Nella poltrona *Gender* di Patricia Urquiola si ritrova l'armonia di forme e materiali, che deriva la sua identità mutevole dalle combinazioni cromatiche e materiche utilizzate nell'incontro tra le due sagome, formalmente indipendenti, che la costituiscono: una strutturale, flessibile ed avvolgente e una morbida interna, che identifica più propriamente la seduta attraverso una qualità formale controllata nei minimi dettagli nelle fasi di progettazione e realizzazione.

(Foto Patricia Urquiola: *Gender*)

Controllo che si unisce alla casualità della natura nei progetti di Giacomo Moor come *A Zampa*, sezione di legno di ulivo che viene scolpita all'esterno e scavata, bruciata e rivestita con resina epossidica al suo interno dando vita a dei pezzi unici che legano indissolubilmente industria e artigianato, casualità e progetto, o come nel caso di *273*, serie di vasi di argento realizzati da 4P1B per De Vecchi Milano 1935, la cui forma deriva dall'espansione dell'acqua al loro interno quando, posti a 273 K, ovvero 0°C, l'elemento passa dallo stato liquido a quello solido.

¹⁶ Battistini, M. (2011). "Intervista a Paolo Ulian", in *Stone Magazine* 3, giugno, 42-47.

¹⁷ Ulian, Paolo (2011). "Conversazione con Marco Romanelli", in *Inventario* 9, 22-24.

(Foto Giacomo Moor: AZampa)

Ogni pezzo della collezione, la cui forma non può essere progettata ma nasce spontaneamente, è così unico pur seguendo tutti il medesimo processo. I pezzi vengono realizzati utilizzando esclusivamente dei semilavorati industriali con geometrie semplici, per rendere ancora più forte l'idea che sta alla base del progetto, ovvero quella di non aver disegnato un prodotto ma di aver progettato un processo.

Partendo da una produzione industriale in cui i pezzi inizialmente sono tutti identici, i vasi risultano poi essere dei pezzi unici.

(Foto 4p1b: 273)

Il tavolo *Claro*, dello studio Calvi-Brambilla, riprende invece formalmente i prodotti di Jean Prouvè, ma se ne allontana completamente per la tecnologia applicata. Non si tratta, infatti, di un prodotto industriale ma di un oggetto che abbina lavorazioni artigianali e alta tecnologia: da questo punto di vista riflette il cambiamento del mercato dell'arredamento che, accanto a prodotti di massa, richiede sempre di più oggetti esclusivi.

(Foto Calvi-Brambilla: Claro)

Componente estetica che può anche derivare dall'uso di nuove tecnologie, come nel caso della lampada *Kelvin Edge* di Antonio Citterio per Flos, in cui l'uso dei led permette di ottenere uno spessore minimo del corpo lampada, realizzato con grande pulizia formale o la sedia *Frida*, di Odo Fioravanti, costituita dalla sovrapposizione di una scocca tridimensionale ad una struttura di legno massello. Emblema di fragilità, questi due elementi uniti danno vita ad un prodotto leggero e resistente in cui da ogni angolazione è possibile apprezzare il foglio sottilissimo e rigido che si adagia in modo naturale sulla struttura, creando un'estetica assolutamente inedita per il mondo delle sedie in legno.

(Foto Antonio Citterio: Kelvin Edge)**(Foto Odo Fioravanti: Frida)**

La seduta *Fei Fei* di William Sawaya è invece composta concettualmente da un unico foglio materico modellato come un moderno origami, secondo un armonico disegno. Ripiegata su se stessa a formare gambe e struttura, ricorda nella sua sintesi volumetrica una figura organica avvolgente.

(Foto William Sawaya: Fei Fei)

In ultimo la dimensione **ludica** che caratterizza il design italiano e che si manifesta nella contemporaneità attraverso progetti quali *Adaptation*, di Fabio Novembre per Cappellini, un divano dalle gambe asimmetriche e seduta conseguentemente inclinata,

“un sistema di sedute che si confronta con le incertezze del nostro tempo, con la precarietà delle strutture, suggerendo come basti una piccola capacità di adattamento per continuare a vivere, e a sorridere. La storia ci insegna che chi non si adatta è destinato all'estinzione. Diamo spesso per scontate comodità acquisite, adagiandoci come se ci appartenessero per sempre. Ma questo è un mondo in cui non esistono rendite di posizione, in cui è importante trovare sempre nuovi equilibri”¹⁸

o *Him & Her*, sempre di Novembre nate dai presupposti della *Panton Chair*:

(Foto Fabio Novembre: Adaptation)**(Foto Fabio Novembre: Him & Her)**

“Un'evoluzione dell'originale ermafrodita, declinato nell'armonia dei due sessi. Adottano corpi scolpiti come modelli di seduzione, nudi ... ma non ne provano vergogna”¹⁹.

Ora (IL) Legale è invece l'orologio da tavolo in legno laccato con una sola lancetta che indica contemporaneamente ora e minuti di Denis Guidone per Nava, in cui il supporto su base multipla permette di passare dall'ora solare a quella legale con un semplice gesto.

(Foto Denis Guidone: Ora(IL)Legale)

Pietro resta nella foresta, piccola libreria di Matteo Ragni, rimanda all'immaginario del bosco. Utilizzabile anche come sgabello, è oggetto funzionale ma anche didattico: infatti ognuna delle aste che sorreggono il piano è realizzata con differenti legni ed accompagnata da una breve frase che specifica il nome dell'essenza o ancora *Ponchotaxi*, sempre di Ragni un poncho antipioggia per bicicletta, da utilizzare anche in due grazie ad un cappuccio supplementare estraibile da una chiusura a lampo.

(Foto Matteo Ragni: Pietro resta nella foresta)

¹⁸ Fabio Novembre, Cartella stampa di presentazione del divano *Adaptation*, 2016.

¹⁹ Fabio Novembre, www.novembre.it.

(Foto Matteo Ragni: Ponchataxi)

Ironia quindi “come segno di intesa al fruitore, come *Vink* (espressione che il filosofo Nancy usa per indicare la specificità della comunicazione delle opere d’arte: segno di intesa tra l’opera e il fruitore che allude più che dire, che indica e apre a possibilità di significazione non predefinite). Segno d’intesa elegante e declinato in direzione ludica, all’insegna di una intensa continuità e fluidità tra forma, funzione e comunicazione”²⁰.

Non v’ha dubbio che il nuovo secolo stia portando radicali trasformazioni, nel mondo del Design, come nel paese intero. La Post-Modernità – dopo la Modernità – non costituisce più un orizzonte culturale di riferimento credibile²¹ e la Globalizzazione sembra liberare una pluralità di linguaggi e di energie creative piuttosto che indicare un nuovo canone.

La struttura produttiva del paese cambia: alcune aziende “storiche” del Design Italiano sono scomparse; altre sono passate sotto il controllo di grandi gruppi internazionali, che tendono a uniformare le logiche e le scelte produttive alle strategie del marketing globale, mentre nuove aziende italiane, paradossalmente più simili al modello tradizionale, si propongono sul mercato. Non solo: attraverso le nuove tecnologie prendono forma nuovi modelli di produzione e distribuzione che sono oggi alternativi, se non sostitutivi, rispetto alla fabbrica come centro del sistema produttivo²².

Accanto ai prodotti “classici”, per altro sempre più resistenti a una innovazione che non sia meramente formale, si assiste alla proliferazione di “ibridi” che mescolano produzione, comunicazione e servizio in un’unica entità. Gli oggetti di Design sono sempre meno prodotti “definitivi”, icone destinate a durare nel tempo e sempre più elementi parziali di una strategia di innovazione che attiva processi continui²³. La forma stessa dei prodotti è l’esito di procedure diversificate: azioni di progettazione partecipata; esperimenti di autoproduzione; soluzioni *taylor made*, cioè realizzate per/con i singoli utenti²⁴.

Infine cambia il profilo stesso dei progettisti: aumentati enormemente nel numero e più giovani, hanno una formazione specifica, conseguita in scuole di design, pubbliche e private che sino a vent’anni fa non esistevano²⁵. Lavorano con modalità differenti, individuali o collettive, in ragione del livello di complessità del progetto e dei suoi obiettivi. Utilizzano, con la stessa disinvoltura, le tecnologie più evolute come le più antiche: lo *smartphone* come lo scalpello.

In questo quadro di sostanziali trasformazioni il sistema del Design rimane tuttavia un patrimonio di energie economiche e culturali per il paese. La raccolta di recenti lavori, descritta in questo breve saggio, testimonia che, con la sua rete di competenze, di conoscenze, di esperienze il Design Italiano, mentre si rinnova, conferma continuamente il valore di una tradizione.

(N.B. Non tradurre i testi in rosso: indicano solo la posizione delle illustrazioni)

²⁰ Marchetti, Antonella, Davide Massaro e Annalisa Valle (2007).

²¹ Cfr. Adamson, Glenn e Jane Pavitt eds. (2011).

²² Cfr. Alessi, Chiara (2014); Branzi, Andrea (2010).

²³ Cfr. Branzi, Andrea (2010).

²⁴ Cfr. Alessi, Chiara (2016).

²⁵ Dopo il 1994, il fenomeno più rilevante nel campo della formazione dei designer è l’avvio dei corsi di laurea nelle Università pubbliche a partire dal Politecnico di Milano e dall’Università La Sapienza di Roma, poi seguite negli anni successivi dalle altre principali Università italiane. Per una ricognizione storica sulla formazione dei designer in Italia: Pansera, Anty (2015). *La Formazione del Designer in Italia: una Storia lunga un Secolo*. Venezia: Marsilio.

Bibliografia

- Alessi, Chiara (2014). *Dopo gli Anni Zero: Il nuovo Design Italiano*. Roma-Bari: Laterza.
- Alessi, Chiara (2016). *Design senza Designer*. Roma-Bari: Laterza.
- Ambasz, Emilio ed. (1972). *Italy: the New Domestic Landscape*. Catalogo della mostra. New York: MoMA.
- Annicchiarico, Silvana e Alberto Alessi (2011). *Le Fabbriche dei Sogni: Uomini, Idee e Paradossi delle Fabbriche del Design Italiano-Dream Factories: People, Ideas and Paradoxes of Italian Design*. Catalogo della mostra. Milano: Mondadori Electa.
- Annicchiarico, Silvana e Andrea Branzi eds. (2008). *Che cos'è il Design Italiano? Le Sette Ossessioni-What is Italian Design? The Seven obsessions*. Catalogo della mostra. Milano: Mondadori Electa.
- Annicchiarico, Silvana e Andrea Branzi eds. (2009). *Serie fuori Serie-Series off Series*. Catalogo della mostra. Milano: Mondadori Electa.
- Annicchiarico, Silvana ed. (2016). *TDM9: W: Women in Italian Design*. Catalogo della mostra. Mantova: Corraini.
- Argan, Giulio C. (1965). *Progetto e Destino*. Milano: Il Saggiatore.
- Bassi, Alberto (2004). *Italian Lighting Design, 1945-2000*. Londra: Phaidon.
- Bosoni, Giampiero (2001). *Italy: Contemporary Domestic Landscape, 1945-2000*. Milano: Skira.
- Bosoni, Giampiero (2006). *Il Modo italiano: Italian Design and Avant-garde in the 20th Century*. Catalogo della mostra. Montréal: Montreal Museum of Fine Arts.
- Bosoni, Giampiero e Paola Antonelli (2008). *Italian Design*. New York: MoMA.
- Branzi, Andrea (1984). *La Casa Calda: Esperienze del Nuovo Design Italiano*. Milano: Idea Books [*The Hot House: Italian New Wave Design*, tradotto da C.H. Evans, Londra: Thames & Hudson, 1984].
- Branzi, Andrea (1988). *Learning from Milan: Design and the Second Modernity*. Cambridge, MA: The MIT Press.
- Branzi, Andrea (1996). *Il Design Italiano, 1964-1990*. Milano: Electa.
- Branzi, Andrea (1999). *Introduzione al Design Italiano: Una Modernità Incompleta*. Milano: Baldini & Castoldi.
- Branzi, Andrea (2010). *The New Italian Design 2.0*. Catalogo della mostra. Milano: La Triennale di Milano.
- Branzi, Andrea e Kenya Hara eds. (2016). *Neo Prehistory – 100 Verbs*. Catalogo della mostra. Milano: La Triennale di Milano.
- Brusatin, Manlio (2007). *Arte come Design: Storia di due Storie*. Torino: Einaudi.
- Calabrese, Omar ed. (1998). *Il Modello Italiano: le Forme della Creatività*. Milano: Skira.
- Camuffo, Giorgio, Mario Piazza e Carlo Vinti eds. (2012). *TDM5: Grafica Italiana*. Catalogo della mostra, edizione Italiana e inglese. Mantova: Corraini.
- Celant, Germano ed. (1994). *Italian Metamorphosis, 1943-1968*. New York: Guggenheim Museum.
- Celant, Germano ed. (2015). *TDM8: Kitchens & Invaders*. Catalogo della mostra. Milano: Mondadori Electa.
- Cibic, Aldo (2010), *Rethinking Happiness*. Mantova: Corraini.
- De Fusco, Renato (1985). "Il Design Italiano", in De Fusco, Renato. *Storia del Design*. Roma-Bari: Laterza, 257-315.
- De Fusco, Renato (2007). *Made in Italy: Storia del Design Italiano*. Roma-Bari: Laterza.
- Dorfles, Gillo (1972). *Introduzione al Design Industriale. Linguaggio e Storia della Produzione di Serie*. Torino: Einaudi.
- Dorfles, Gillo (1977). *Artificio e Natura*. Torino: Einaudi.
- Finessi, Beppe Ed. (2014). *TDM7: Il Design Italiano Oltre le Crisi: Autarchia, Austerità, Autonomia-Italian Design Beyond the Crisis: Autarky, Austerity, Autonomy*. Catalogo della mostra. Mantova: Corraini.
- Fossati, Paolo (1972). *Il Design in Italia, 1945-1972*. Torino: Einaudi.
- Frateili, Enzo (1989). *Continuità e Trasformazione: una Storia del Design Italiano, 1928-1988*. Milano: Greco.
- Grassi, Alfonso e Anty Pansera (1980). *Atlante del Design Italiano, 1940-1980*. Milano: Fabbri.
- Gregotti, Vittorio (1982). *Il Disegno del Prodotto Industriale*. Milano: Electa.
- Lees-Maffei, Grace e Kjetil Fallan, eds. (2014). *Made in Italy: Rethinking a Century of Italian Design*. Londra: Bloomsbury.
- Liu, Zunyue (2015). *Made in Italy: branding in China*. Tesi di Dottorato in Design, Università di Genova, Relatore: Carlo Vannicola. Milano: Lampi di Stampa.

- Marchetti, Antonella, Davide Massaro e Annalisa Valle (2007). *Non dicevo sul serio. Riflessioni su ironia e psicologia*. Milano: FrancoAngeli.
- Mellini, Alessandro (2004). *Scritti*. Loredana Parmesani ed. Milano: Skira.
- Mellini, Alessandro ed. (2010). *Quali cose siamo?*. Catalogo della mostra, edizione Italiana e inglese. Milano: Mondadori Electa.
- Micelli, Stefano (2011). *Futuro Artigiano*. Venezia: Marsilio.
- Munari, Bruno (1966). *Arte come Mestiere*. Roma-Bari: Laterza [*Design as Art*, tradotto da Patrick Creagh, Londra: Pelican Books, 1971].
- Munari, Bruno (1968). *Design e Comunicazione Visiva*. Roma-Bari: Laterza.
- Munari, Bruno (1971). *Artista e Designer*. Roma-Bari: Laterza.
- Nicolin, Pierluigi ed. (2013). *TDM6: La Sindrome dell'Influenza-The Syndrome of Influence*. Catalogo della mostra. Mantova: Corraini.
- Pansera, Anty (1993). *Storia del Design Industriale Italiano*. Roma-Bari: Laterza.
- Sparke, Penny (1988). *Italian Design: 1870 to the Present*. Londra: Thames & Hudson.
- Sparke, Penny (1998). "The Straw Donkey: Tourist Kitsch or Proto-Design? Craft and Design in Italy, 1945-1960". *Journal of Design History* 11(1), 59-69.
- Vercelloni, Matteo (2008). *Breve Storia del Design Italiano*. Roma: Carocci.