

## Un laboratorio collettivo per il nuovo design

di [Daria Casciani](#) e [Francesca Bonfrate](#)

Rubrica: [Reti creative](#)

Parole chiave: [creatività](#), [design](#), [epos](#), [industrie creative](#)

### **Habitat**

Il design italiano ha una storia relativamente recente con circa cento anni di teoria e pratica progettuale, che ha dato forma all'ambiente naturale creando un mondo progettato da e per l'uomo. La progettazione degli oggetti si è accompagnata allo sviluppo del dibattito culturale sul design attraverso la nascita della figura del designer, tecnico, realizzatore di prodotti di uso comune, ma anche visionario-interprete della realtà, la cui riflessione è stata utile per dare forma a futuri e migliori mondi possibili. Proprio la componente visionaria è alla base della professione del designer e si manifesta in tutte le idee o intuizioni progettuali sotto forma di oggetti, invenzioni tecnologiche, ma anche negli sforzi produttivi e nel coraggio imprenditoriale che portano alla realizzazione tangibile del nuovo in risposta ai bisogni dell'uomo.

Oggi sono molti i giovani designer italiani che tentano di fare parte attiva della pratica progettuale tentando di esprimere la propria creatività e competenza in un contesto progettuale ostico, non particolarmente attento e consapevole delle loro necessità. Proprio per dare una risposta fattiva a queste difficoltà condivise è nato Daily-review, un tentativo di cucina creativa collaborativa, un fenomeno di pratica progettuale condivisa ma anche strumento di riflessione sul design contemporaneo e sul designer, sulle difficoltà e criticità che si affrontano agli inizi di una carriera e sulla necessità di riflettere sulla responsabilità del progettista.

Parlare della situazione del design e del designer italiano contemporaneo è effettivamente cosa abbastanza complessa e necessiterebbe di un articolato e opportuno approfondimento: in questa sede ci si limiterà a tratteggiare le caratteristiche dell'habitat del giovane designer emergente in Italia. Si tratta dunque di una visione parziale e limitata che però mette in evidenza una serie di caratteristiche, di necessità e di opportunità.

Riproponendo la purtroppo celebre frase per cui "L'Italia non è un paese per giovani", si scopre che, anche nel settore del design, gli "anagraficamente" giovani vengono, mediamente, poco considerati o molto più spesso sfruttati. Il concetto di giovane età di un designer dipende dal paese di provenienza: in Italia, come dimostrato dalla mostra organizzata dalla Triennale di Milano "The New Italian Design" volta alla ricognizione, censimento e rappresentazione dei giovani designer italiani su scala nazionale, vengono considerati giovani i designer italiani under 39 e un quarto (39 anni+3 mesi). Completamente diversa la concezione Europea per cui i giovani designer affermati e con un portfolio corposo di progetti hanno un età che raramente supera i 30 anni.

In Italia, l'anagraficamente giovane designer è solitamente costretto ad una lunga gavetta all'interno di uno studio professionale in cui si occupa di curare progetti in maniera completa senza ricevere alcun riconoscimento (con rare eccezioni di illuminati professionisti senior). Da non sottovalutare anche l'approccio delle aziende, principali interlocutori e committenti dei designer, che poco si affidano a giovani designer italiani, prediligendo figure con esperienza, notorietà e riconoscibilità.

Il design è effettivamente un mondo costruito intorno alla ristretta cerchia dei progettisti e degli artisti. Limitato è il modo in cui avvengono le comunicazioni, ad eccezione dei momenti in cui il design diventa manifestazione pubblica per cui i media se ne occupano esasperando l'aspetto estetico, frivolo e modaiolo e propagandando all'esterno l'immagine mal interpretata di un fenomeno che in realtà è molto più profondo e articolato. Limitato è il modo in cui circolano le informazioni: dal passa parola, al concorso su invito, la selezione alla porta è per i pochi che si conoscono e che frequentano il circolo ristretto. Il designer gioca generalmente un ruolo da solista circondandosi di altri designer e di personaggi poliedrici da cui trarre ispirazione per ricevere e dare stimoli; a volte per condividere progetti.

Operando una semplificazione molto riduttiva ma espressiva, il settore del design è diviso idealmente in due grandi blocchi: il ristretto gruppo dei designer dello Star-System, ovvero i grandi nomi, i progettisti noti, acclamati e di successo che toccano il progetto con il proprio stile visionario, eccentrico, ricercato; dall'altra, esiste un nutrito gruppo di designer emergenti, giovani professionisti spesso stagisti o collaboratori a progetto di studi professionali che tentano i primi passi nel mondo della progettazione e della produzione con varie e pittoresche strategie, proprie di chi vorrebbe esprimere il proprio potenziale creativo e, al contempo, raccogliere visibilità, consensi e potenziali opportunità lavorative.

I giovani designer emergenti hanno la possibilità di percorrere diverse strade e di mettere in atto diverse strategie per tentare di iniziare autonomamente e professionalmente una carriera progettuale nel vasto e complesso mondo del design: partecipare a concorsi banditi da privati, partecipare a mostre, eventi, fiere nelle varie manifestazioni di design nazionali ed internazionali, auto-produrre i propri progetti di design per venderli attraverso spazi commerciali fisici e/o virtuali, iniziare a proporre i propri progetti alle aziende in attesa di essere dapprima ascoltati, poi di ricevere un brief di progetto e infine di essere effettivamente valutati e prodotti.

In generale queste diverse strategie vengono attuate in parallelo e necessitano di un enorme sforzo iniziale sia dal punto di vista temporale, sia lavorativo, sia soprattutto da un punto di vista economico che grava quasi esclusivamente sul designer. Nella sua impresa personale, il designer emergente si trova spesso nella condizione di factotum per cui è lui stesso contemporaneamente progettista, comunicatore, organizzatore, promotore, marketing manager, prototipatore (a volte anche produttore), accounter. Inoltre, molto più spesso tali strategie portano evidenti risultati nel breve e brevissimo termine, soprattutto dal punto di vista della soddisfazione personale e della visibilità, ma purtroppo spesso non ripagano a livello economico e lavorativo nel medio e lungo termine.

### **Laboratorio**

La comprensione condivisa delle difficoltà e dei problemi che riguardano i designer emergenti, la necessità di cambiare la situazione senza attendere che cambi da sola, la voglia di trasformare la difficoltà in un impegno collettivo, sono le motivazioni profonde che hanno portato alla fondazione, nel 2009, di Daily-review, ([www.daily-review.com](http://www.daily-review.com)) un laboratorio di giovani creativi che da Milano si estende virtualmente su tutto il territorio nazionale coinvolgendo quanti più partecipanti possibile alla ricerca di nuove esperienze e collaborazioni nel settore del Design.

Lo scopo principale e originale del progetto è stato quello di creare una nuova strategia progettuale collettiva nella forma atipica di uno studio di design aperto, partecipato e trasformabile che, ruotando intorno alle figure di Francesca Bonfrate e Daria Casciani, potesse configurarsi come un'agenzia di coordinamento e organizzazione, occupandosi non solo della parte più gestionale della professione del design ma stimolando anche la nascita di nuove idee per la realizzazione di progetti ed eventi comuni volta ad un continuo scambio, ispirazione e contaminazione.

Daily-review è dunque l'istantanea di un'esperienza in comune, culturale ed imprenditoriale, che si nutre e si sviluppa grazie alla collaborazione, allo scambio, alla sedimentazione di attività, eventi ed esperienze collaborative. Il laboratorio collettivo e autogestito deriva dalla necessità di modificare le consuetudini e le modalità di fare design e dall'idea di creare sinergia tra i diversi attori coinvolti: lo scopo dell'iniziativa è quello di creare un bacino attivo attraverso cui fare design coinvolgendo giovani designer, imprese, artigiani parlandone, con serietà, attraverso riviste di settore e il mondo accademico.

Il coinvolgimento di figure e competenze diverse in una logica di autonomia e condivisione ha generato la possibilità di progettare due eventi completi e complessi che, data la specificità del luogo in cui Daily-review risiede fisicamente, sono stati fatti coincidere con la settimana del Salone del Mobile che a Milano è il principale evento di richiamo mediatico e di fermento artistico, progettuale e culturale sul design.

Un ulteriore significativo elemento alla base dell'idea di Daily-review è l'autofinanziamento delle iniziative o delle attività per cui l'intera spesa dell'esperienza progettuale che si concretizza all'interno di un evento di design debba essere sempre accompagnata da risorse economiche esterne rispetto ai designer che vi partecipano. Si tratta dunque di organizzare anche la parte di raccolta fondi mediante, ad esempio, sponsorizzazioni, possibili partecipazioni delle aziende che espongano i propri prodotti, coinvolgimento delle aziende nella creazione di imprese creative e giovani, joint venture con riviste di settore.

Dalle sue origini a oggi Daily-review ha compiuto un'evoluzione, muovendo i primi passi attraverso due progetti pilota e continuando a voler proporre nuovi modi di fare design collaborativo, ripensando continuamente al proprio ruolo a fronte di criticità evidenziate e di nuove opportunità presentatesi.

La prima esperienza attiva di Daily-review è il progetto "Fold-Up & Blow-In" svoltosi durante la settimana del Salone del Mobile (14 al 19 Aprile 2010). Si tratta di un progetto nato intorno al tema della semplificazione della vita quotidiana, mediante il design di prodotti (figura 1) che esprimono con leggerezza e funzionalità, attraverso soluzioni concrete, la poetica del vivere quotidiano. I prodotti, oggetti fustellati e gonfiabili, sono stati realizzati grazie alla collaborazione di una giovane azienda della Brianza che ha fornito il proprio expertise tecnico, il tempo di lavoro, macchinari e materiali per la sperimentazione, prototipazione e produzione degli oggetti. La stessa azienda ha fornito anche le risorse economiche per la partecipazione all'evento organizzato all'interno del circuito di Fuorisalone e That's Design.

Lo scopo dell'iniziativa è stato principalmente quello di creare una prima piattaforma di scambio e condivisione di giovani designer rispetto ad attività progettuali mettendo in contatto un'azienda giovane interessata a collaborare con progettisti giovani per creare un percorso collettivo e collaborativo di crescita. Daily-review si è efficacemente occupata dell'intera gestione e coordinamento del processo progettuale, dalla definizione del concept alla prototipazione dei pezzi, dalla realizzazione dell'evento alla diffusione e alla vendita dei prodotti creati.



Figura

Oggetti Fold Up e Blow In presentato da Daily-review durante il Salone del Mobile 2010

La seconda sperimentazione collettiva prende il nome di Design in Vetrina (12-17 Aprile 2011) e si configura come un evento realizzato in collaborazione con una rivista del settore design e moda, DDN Design Diffusion. Design in vetrina si è svolto durante la settimana del Salone del Mobile del 2011 nel Distretto di Brera mettendo in mostra il collettivo di designer di Daily-review all'interno delle vetrine di una serie di aziende del settore moda. Lo scopo è stato duplice: da una parte rendere possibile un incontro culturale tra due mondi paralleli come quello del design e della moda attraverso una rivista di diffusione nazionale, curando la comunicazione e la modalità con cui i progetti venivano presentati al pubblico, dall'altro esporre prodotti di design derivanti da autoproduzioni o produzioni limitate utilizzando luoghi di esposizione forniti gratuitamente in forma di reciproco scambio con le aziende coinvolte.



Figura

Design in vetrina presentato da Daily-review alla Settimana del Salone del Mobile 2011

2

Complessivamente le due esperienze hanno portato a una soddisfazione generale sul piano personale, raccolto impressioni positive dai partner e dalle aziende coinvolte, riscontri positivi da parte dei media tramite pubblicazioni in riviste di settore, interesse, curiosità e voglia di proporsi da parte di altri designer interessati a prendere parte alla sperimentazione laboratoriale. Insieme a questo, rimane una positiva traccia degli eventi, grazie ad un archivio/catalogo di prodotti in vendita on-line sistematicamente aggiornato che riscuote un interesse degno di nota. Allo stesso tempo, una riflessione critica sui problemi e le criticità riscontrate è il mezzo attraverso il quale poter migliorare e strutturare nuove attività per il futuro.

L'idea di un gruppo collaborativo è risultata interessante e vincente e, nonostante alti e bassi, si è dimostrato che, grazie al contributo e all'aiuto di designer con diverse passioni, competenze e specificità, si sia riusciti a realizzare progetti ed eventi particolarmente completi e riusciti. Diversamente, passato l'entusiasmo iniziale che ha fornito le prime soddisfazioni durante gli eventi, lo sviluppo successivo di diffusione e vendita dei prodotti non è stato portato avanti con lo stesso entusiasmo e soprattutto con la stessa determinazione da parte dell'azienda per cui tutti gli sforzi iniziali non sono stati coronati da un effettivo sviluppo finale. Un rinnovamento che renda le attività sicuramente più efficaci è dunque quello di svincolarsi completamente da questo tipo di rapporti, dotandosi di un' imprenditorialità autonoma per la costruzione di nuovi progetti che siano svincolati da partner specifici che spesso fungono da freno per lo sviluppo di un'idea.

Infine, al di là degli aspetti più pratici e funzionali, Daily-review intende approfondire una riflessione critica sull'etica del design e del designer che, oggi, ha il compito di riflettere sulle proprie azioni progettuali attraverso oggetti semplici e funzionali del vivere quotidiano. Il contributo culturale e critico che si è iniziato a fare con i primi progetti pilota e che ci aspettiamo possa essere rafforzato e strutturato in maniera più efficace è quello di ripensare al design come qualcosa che possa effettivamente contribuire alla qualità della vita e dell'esperienza dell'uomo. L'impegno va dunque verso un design responsabile che conferisca di nuovo valore agli oggetti, attenti e interessati al benessere dell'uomo e della società.