



Ministero dello  
sviluppo economico



Ministero degli Affari Esteri  
e della Cooperazione Internazionale



ITALIA  
LA BELLEZZA UNISCE LE PERSONE  
BEAUTY CONNECTS PEOPLE  
الجمال يجمع الناس

# ITALIA DESIGN ENABLES GREAT IDEAS

**ITALIA GENIALE.**

Bellezza, originalità, creatività del design industriale apprezzato universalmente.

The beauty, originality and creativity of industrial design that is universally appreciated.

**ADI** ADI ASSOCIAZIONE  
PER IL DISEGNO  
INDUSTRIALE



UNIONCAMERE

**ITC**   
ITALIAN TRADE AGENCY

**ITALIA GENIALE.**  
Bellezza, originalità, creatività del design industriale  
apprezzato universalmente.  
The beauty, originality and creativity of industrial design  
that is universally appreciated.

**DESIGN  
ENABLES**

**ITALIA GENIALE.  
design enables**

Bellezza, originalità,  
creatività del  
design industriale  
apprezzato universalmente.

*The beauty, originality  
and creativity  
of industrial design  
that is universally appreciated.*

**Expo Dubai 2020  
Padiglione Italia  
7 > 22 novembre 2021**

**mostra promossa da  
the exhibition is promoted by**

**In collaborazione con  
In collaboration with**

**Commissario Generale  
General Commissioner**  
Paolo Glisenti



**Direttore del Padiglione  
Pavilion Director**  
Andrea Marin



**Direzione Artistica  
Artistic Direction**  
Davide Rampello

**Concept Design  
Concept Design**  
Rampello & Partners



**Progetto Architettonico  
Architectural Design**  
Studio Carlo Ratti & Italo Rota



**Direzione di progetto  
Project management**

Luciano Galimberti  
Presidente ADI

Andrea Cancellato  
Direttore ADI Design Museum

**Mostra e catalogo  
a cura di  
Exhibition and catalogue  
edited by**

Carlo Martino  
Francesco Zurlo

**Assistenza alla curatela  
Curatorial assistance**

Ivo Caruso  
Silvana Migliozi  
SM5

**Progetto grafico,  
identità visiva e catalogo  
Graphic design,  
visual identity and catalogue**

SM5

**Testi**

**Texts**

Carlo Martino  
Guido Musante  
Francesco Zurlo

**Traduzioni**

**Translations**

Jonathan M. R. Cox

**Produzione mostra  
Exhibition production**

Alessandra Fontaneto  
Maria Pina Poledda  
Miriam Ussia

**Progetto allestimento  
Exhibit design**

SM5  
Ivo Caruso

**Esecuzione allestimento  
Display/staging execution**

Merlo S.p.A.

**Si ringrazia l'Archivio  
Centrale di Stato per  
la gentile concessione  
del materiale fornito.**

**The organizers would like  
to thank the Central State  
Archives for the generous  
concession of material  
provided.**

**Si ringraziano i musei,  
le istituzioni, gli archivi,  
le aziende, i designer  
e i privati che hanno  
collaborato alla  
realizzazione di  
questa mostra:**

**The organizers would like  
to thank all the museums,  
institutions, archives,  
companies, designers  
and individuals who  
collaborated in the creation  
of this exhibition:**

Acerbis Italia  
Adaptica S.r.l.  
Alberto Meda  
Alias  
Antoniolupi  
Archivio ADI Design Museum  
Archivio Storico Eni  
Archivio Storico Fiat  
Archivio Storico Piaggio  
Archivio Storico Riva  
Archivio Studio Gecchelin  
Arena  
Aria Wheels  
Artemide S.p.A.  
Artsana  
Associazione Archivio  
Storico Olivetti  
Atelier Mendini  
B&B Italia  
Balma, Capoduri & C. S.p.A.  
Bombol  
Brembo  
Brionvega  
Caimi

Centro Documentazione  
Alfa Romeo, Arese  
Cinelli, Gruppo S.r.l.  
Collezione Storica  
Compasso d'Oro  
Danese Milano  
Design Group Italia  
D-Heart  
Ditron S.r.l.  
DRASS  
Driade  
Dual Sanitaly  
DWS S.r.l.  
Elica S.p.A.  
Enel X  
Eurodent div. of Promed S.r.l.  
FCA Group  
Ferrari S.p.A.  
Ferrero  
Fiam Italia S.r.l.  
Flos  
Fondazione Bisazza  
Galleria Campari  
Grado Zero Espace

Grivel  
Guzzini  
IDS GeoRadar S.r.l.,  
Part of Hexagon  
IIT Istituto Italiano  
di Tecnologia  
Iso Rivolta Marks LLC  
Italdesign  
Italtrike  
La San Marco  
Lifetools by E2b S.r.l.  
Linky Innovation  
Luigi Lavazza S.p.A.  
Magis  
Martinelli Luce  
Matteo Ragni Studio  
MEG S.r.l.  
Mimmo Capurso  
MM Design  
Momodesign  
MrSmith Studio  
Museo Alessi  
Museo Salvatore Ferragamo  
Outcut

Palomar  
Piaggio & C. S.p.A.  
Piuma Care  
Poltrona Frau  
Quercetti Toys  
Repower  
RPS Aerospace S.r.l.  
Stone Island  
Superego Edition  
Technogym  
Tecno  
To Be Us  
Tubes Radiatori S.r.l.  
Vetriere di Empoli  
Vibram  
Vortice S.p.A.  
W-EYE  
Yape  
Zanotta

## INDICE INDEX

Prefazioni  
*Forewords*

- 10** **Paolo Glisenti**  
Commissario Generale dell'Italia  
per Expo 2020 Dubai  
Italian Commissioner General  
for Expo 2020 Dubai
- 12** **Giancarlo Giorgetti**  
On. Ministro dello Sviluppo  
Economico  
Minister of Economic Development
- 16** **Luciano Galimberti**  
Presidente ADI  
ADI President
- 18** **Andrea Prete**  
Presidente Unioncamere  
Unioncamere President
- 20** **Carlo Ferro**  
Presidente Agenzia ICE  
ITA President

Contributi  
*Contributions*

- 22** **Direzione Generale per la tutela  
della proprietà industriale  
Ufficio italiano brevetti e  
marchi  
Ministero dello Sviluppo  
Economico**  
Directorate General for the  
Protection of Industrial Property  
Italian Patent and Trademark  
Office  
Ministry of Economic  
Development  
“Brevetti italiani:  
tra vantaggio competitivo  
e promessa di sviluppo  
per le Imprese”  
“Italian patents: between  
competitive advantage and the  
promise of development for  
businesses”
- 26** **Carlo Martino  
Francesco Zurlo**  
“Il design abilita”  
“Design enables”

Progetti  
*Projects*

- 40** **IMAGINABLE**  
Immagini, materiali ed artefatti  
del Design Italiano abilitanti  
al gioco, alla fantasia e  
all'immaginazione.  
Images, materials and products  
of Italian Design enabling games,  
fantasy and the right to imagination  
in every stage of life.
- 96** **WORKABLE**  
Immagini, materiali ed artefatti  
del Design Italiano abilitanti al  
lavoro e al comfort.  
Images, materials and artifacts of  
Italian Design devised and created  
for work and comfort.
- 146** **RELATIONABLE**  
Immagini, materiali ed artefatti  
del Design Italiano abilitanti alle  
relazioni tra persone, tra persone  
e oggetti e tra persone, oggetti e  
spazio.  
Images, materials and artifacts of  
Italian Design enabling relationships  
between people, between people  
and objects and between people,  
objects and spaces.

- 198** **LIVEABLE**  
Immagini, materiali ed artefatti  
del Design Italiano abilitanti alla  
vita quotidiana.  
Images, materials and artifacts of  
Italian Design enabling individual  
and collective activities from  
daily life.
- 248** **MOVEABLE**  
Immagini, materiali ed artefatti  
del Design Italiano abilitanti alla  
mobilità individuale e collettiva.  
Images, materials and artifacts of  
Italian Design enabling individual  
and collective mobility.

THE  
LIFE  
OF  
THE  
DESIGN  
ENABLER

DESIGN  
ENABLES

## Paolo Glisenti

Commissario Generale dell'Italia per Expo 2020 Dubai  
Italian Commissioner General for Expo 2020 Dubai

**I** **it** Il fascino e l'eleganza del Design Italiano si fanno portavoce di una limpida e suggestiva dimostrazione del Genio e dell'Ingegno del nostro Paese e costituiscono parte essenziale dell'esperienza del Padiglione Italia ad Expo 2020 Dubai. Icone storiche e moderne in mostra nel Padiglione testimoniano la connessione tra creatività e manualità, tra ideazione e realizzazione. L'Italia Geniale, che portiamo a Expo 2020 Dubai, rappresenta il softpower più potente della nostra identità, della bellezza italiana che unisce le persone, nella memoria come nella contemporaneità. Economia della bellezza, bellezza della cultura, bellezza applicata al lavoro e alla manifattura, che produce, oltre che risultati economici, reputazione e credibilità. Ciò di cui ha bisogno ogni Paese quando si misura nella competizione internazionale e che l'Italia propone in questa mostra nella quale sono protagonisti il pensiero, l'idea, la capacità di tradurre i progetti in oggetti unici, che vogliamo ci accompagnino nella nostra vita di tutti i giorni, nelle nostre case, nei luoghi di lavoro, nelle città che abitiamo nella quotidianità.

**T** **en** The style and elegance of Italian design are the unarguable witnesses of a clear and evocative demonstration of our country's genius and ingenuity and are an essential part of the experience of the Italian Pavilion at Expo 2020 Dubai. Historical and modern icons on display in the Pavilion testify to the connection between creativity and dexterity and between conception and creation. L'Italia Geniale, which we have brought to Expo 2020 Dubai, represents the most powerful expression of our identity, that Italian beauty that has united people historically and does so today in the contemporary world. Economics of beauty, the beauty of culture and beauty applied to work and manufacturing, which in addition to economic results creates reputation and establishes credibility. These are what every country needs when measured in international competition and they are what Italy offers in this exhibition in which thought, ideas and the ability to translate projects into unique objects which we want to have around us in our lives, are daily features in our homes, in the workplace and in the cities in which we live every day.

## Giancarlo Giorgetti

On. Ministro dello Sviluppo Economico  
Minister of Economic Development

**S**it Sono particolarmente lieto di presentare l'esposizione "Italia Geniale" in questo momento storico di ripresa economica e culturale a livello mondiale. La Mostra può finalmente essere inaugurata all'interno dell'importante appuntamento dell'Expo Internazionale Dubai 2020, dopo lo slittamento di un anno dovuto alla terribile pandemia che ha colpito il mondo intero. Si tratta quindi di un'occasione di rinascita e di rilancio.

È inoltre motivo di orgoglio nazionale la celebrazione della creatività e del genio italiano in un così prestigioso contesto internazionale.

L'Italia, infatti, è conosciuta e apprezzata nel mondo per l'eccellenza, la capacità progettuale, l'ingegno e la passione che riusciamo a infondere nei progetti che ideiamo, in tutti i settori. La nostra intraprendenza ci rende un modello a livello mondiale e questo ci carica anche di responsabilità.

La Mostra "Italia Geniale" è un manifesto dettagliato del nostro disegno industriale, in grado di offrire alle migliaia di visitatori che si fermeranno davanti alle teche ad ammirare le opere creative dell'ingegno italiano, un viaggio attraverso l'evoluzione e le caratteristiche innovative dei nostri prodotti più creativi, che mostra come realizzare, stimolare e guidare l'innovazione per votarsi ad essa: si tratta infatti di una esposizione che ripercorre la storia dei brevetti e dei disegni industriali depositati presso l'Ufficio Italiano Brevetti e Marchi del Ministero dello Sviluppo Economico dagli anni '60 ai nostri giorni, presentando non solo oggetti che sono diventati icone mondiali del design, ma anche i beni più nuovi e innovativi, le ricerche tecnologiche più all'avanguardia, oggetti di uso comune che hanno influito profondamente sul nostro quotidiano.

La Mostra – dal titolo volutamente evocativo – presenta queste peculiarità con una raccolta di oggetti per la casa, il tempo libero, lo sport, l'ufficio; i visitatori

del Padiglione Italiano dell'Expo vi troveranno anche design di moda, mobili, illuminazione, automobilistico e aeronautico e, ultimo ma non meno importante, le tecnologie emergenti.

In una parola, il *Made in Italy* che ci ha fatto conoscere e apprezzare nel mondo.

Il design, lo sforzo creativo del genio applicato alla tecnica, è al tempo stesso un modello e un volano per la nostra crescita economica, perché contiene la capacità unica di coniugare bellezza e funzionalità, producendo oggetti straordinari e così generando lavoro e ricchezza.

Non è casuale che il disegno industriale sia così forte e rilevante nel nostro paese, perché in Italia la sua affermazione si è basata sulla cultura scientifica ed umanistica, sull'arte e sull'artigianato; al tempo stesso rappresenta una delle basi del buon vivere italiano ed una delle fonti di prosperità per le nostre imprese, un bene cui esse devono affidarsi per competere in Europa e nel mondo.

Questa Mostra è il risultato di un paio di anni di lavoro che è poi sfociato a gennaio 2021 in un Protocollo d'intesa tra il Ministero dello Sviluppo Economico ed il Commissario Generale di Sezione dell'Italia per Expo Dubai 2020 dr. Paolo Glisenti. Ringrazio i componenti del Comitato di Coordinamento (il Vice-Ministro Sen. Gilberto Pichetto Fratin, il Consigliere Diplomatico Ambasciatore Paolo Dionisi, il dr. Andrea Marin ed il prof. Davide Rampello) per il loro fondamentale indirizzo operativo, la Direzione Generale per la Tutela della Proprietà Industriale-Ufficio Italiano Brevetti e Marchi, i partner scientifici ed istituzionali, ADI, Unioncamere ed ICE, che hanno permesso la realizzazione di questa importante iniziativa.

L'auspicio è che questa azione si ponga come un'ulteriore e prestigiosa tappa di un percorso culturale già avviato e destinato a proseguire proficuamente.



**A** en At this historic moment of global economic and cultural recovery I am particularly pleased to present the exhibition entitled “Italia Geniale”. The exhibition can finally be inaugurated as part of the highly significant Dubai International Expo 2020, after its year-long postponement due to the terrible pandemic that has affected the whole world. It is therefore an opportunity for re-birth and relaunch. This celebration of Italian creativity and genius in such a prestigious international context is also a source of national pride.

In fact, Italy is known and appreciated throughout the world for the excellence, design skills, ingenuity and passion that we manage to instill in the projects we create in every sector. Our resourcefulness thus makes us a global model yet this also means we have a certain level of responsibility.

The “Italia Geniale” exhibition is a detailed manifesto of our industrial design which will be able to offer the thousands of visitors who will stop in front of the display cases to admire the creative works of Italian ingenuity, a journey through the evolution and innovative characteristics of our most creative products. It shows how to best create, stimulate and guide innovation and then use it in the best possible way: in actual fact the exhibition traces the history of patents and industrial designs filed with the Italian Patent and Trademark Office at the Ministry of Economic Development from the 1960s to the present day. As such it presents not only objects that have become world icons of design, but also the newest and most innovative goods, the most avant-garde technological research and everyday objects that have profoundly influenced our daily life.

With a deliberately evocative title, the exhibition presents these characteristics through a collection of objects for the home, free time, sport and the office; visitors to the

Italian Expo Pavilion will also find articles from the worlds of fashion, furniture, lighting, automotive and aeronautical design and, last but not least, emerging technologies. To sum up, this is the “*Made in Italy*” for which we are known and appreciated throughout the rest of the world. As the creative effort of genius applied to technique, Design is at the same time a model and a driving force for our economic growth, because it contains the unique ability to combine beauty and functionality, producing extraordinary objects and thus generating work and wealth.

It is no coincidence that industrial design is so strong and significant in our country, because in Italy its success is based on scientific and humanistic culture, art and craftsmanship while at the same time it represents one of the foundations of quality Italian living and one of the sources of prosperity for our businesses. As such it is an asset to be relied in when competing in Europe and the rest of the world.

This exhibition is the result of two years of work which resulted in January 2021 in a Memorandum of Understanding between the Ministry of Economic Development and the Italian Section Commissioner of for Expo Dubai 2020 Dr. Paolo Glisenti.

I would like to thank the members of the Coordination Committee (Deputy Minister Sen. Gilberto Pichetto Fratin, the Diplomatic Advisory Ambassador Paolo Dionisi, Dr. Andrea Marin and Prof. Davide Rampello) for their fundamental operational management, the General Directorate for the Protection of Industrial Property-Italian Patent and Trademark Office and the scientific and institutional partners ADI, Unioncamere and ICE, who have made the creation of this important initiative possible.

The hope is that this action will function as a further and prestigious stage of a cultural journey that has already started and which is destined to continue as profitably as possible.

## Luciano Galimberti

Presidente ADI

ADI President

**Q** *it* **Connettere le menti** è il grande tema proposto da questa edizione di Expo 2020; tema che mai come in questo difficile momento di emergenza pandemica risulta essere di grande attualità: solo la condivisione di valori, idee, informazioni e perché no, anche di interessi, può permetterci infatti di guardare al futuro con quel po' di ottimismo garantito solo a chi non gira la testa davanti ai problemi e che invece affronta i problemi stessi con onestà e coraggio.

In questa prospettiva di condivisione, l'ADI – Associazione per il Disegno Industriale, ha supportato il Ministero per lo Sviluppo Economico e il Ministero degli Affari Esteri e Cooperazione Internazionale, all'interno del Padiglione Italia, nella realizzazione di una mostra, che ha l'ambizione di evidenziare come creatività, innovazione e bellezza siano strettamente connessi in alcuni prodotti che hanno nel design il punto di riferimento e come a loro modo rappresentino altrettanti traguardi, per una *genialità* capace di diventare icona di stile e di valori.

Una attitudine questa tipica del design *Made in Italy*: la capacità di non limitarsi a progettare le forme dei prodotti, bensì quella di proporre relazioni con le donne e gli uomini che utilizzeranno questi stessi prodotti.

Lo stretto rapporto tra creatività e tutela della creatività stessa è argomento delicato, che la mostra pone con una riflessione attorno allo strumento *brevetto* e alla sua evoluzione nel tempo. Uno sforzo di ricerca storica, ma soprattutto la tracciatura di un percorso evolutivo, di uno strumento condiviso negli obiettivi in buona parte del mondo.

Il centro di tutti i prodotti presentati nella mostra resta certamente l'uomo, con i suoi bisogni e i suoi sogni, ma aspetti di grande attualità come la sostenibilità e l'inclusività risultano evidenti fin dagli albori del *Made in Italy*. Un bagaglio quindi di esperienze e tecniche, che la mostra *Italia Geniale* intende condividere in questa straordinaria occasione di dialogo planetario.

Un ringraziamento al Commissariato Generale dell'Italia per Expo 2020 Dubai e in particolare al direttore artistico Davide Rampello, alla collaborazione di Unioncamere e dell'Agenzia ICE e, per l'intelligente supporto, ai curatori e progettisti Carlo Martino e Francesco Zurlo.

**Q** *en* **Connecting minds** is the general theme proposed by this edition of Expo 2020 and in this difficult moment of pandemic emergency it has never before been so relevant: it is only the sharing of values, ideas, information and why not, even of interests, that will really allow us to look to the future with that little bit of optimism that comes to those who don't turn away from dealing with difficulties, and instead facing problems with honesty and courage.

In this perspective of sharing, ADI - Association for Industrial Design has supported the Ministry for Economic Development and the Ministry of Foreign Affairs and International Cooperation within the Italian Pavilion in the creation of an exhibition whose ambition is to highlight how creativity, innovation and beauty are closely connected in certain products which have design as their point of reference. The aim is also to highlight how in their own way they represent the challenges overcome by a form of *genius* that is capable of becoming an icon of style and values. This attitude is typical of *Made in Italy* design: the ability not to limit oneself to merely designing the shapes of products, but rather to suggest relationships with the men and women who will use them.

The close relationship between creativity and the protection of creativity itself is a delicate question, which the exhibition poses through a reflection on the instrument known as the *patent* and its evolution over time. This is initially a piece of historical research, but more than that, it is the tracing of an evolutionary path, and a tool whose objectives are shared in a large part of the world.

The central points of all the products presented in the exhibition undoubtedly remains mankind, with his needs and dreams, but highly topical aspects such as sustainability and inclusiveness have been evident since the dawn of *Made in Italy*. This is thus a wealth of experiences and techniques that the *Italia Geniale* exhibition aims to share in this extraordinary opportunity for planetary dialogue.

Thanks to the Italian Pavilion Commission at the Expo Dubai and in particular to the artistic director Davide Rampello, the collaboration of Unioncamere and the ICE Agency and to the curators and designers Carlo Martino and Francesco Zurlo for their intelligent support.

## Andrea Prete

Presidente Unioncamere  
Unioncamere President

**U**it Unioncamere, insieme all'ICE partner istituzionale del Ministero dello Sviluppo Economico (MISE) per l'organizzazione della Mostra sul Design all'Expo internazionale di Dubai, ha lavorato con la Direzione Generale per la Tutela della Proprietà Industriale – UIBM e con il Commissario generale per l'Italia a partire dall'estate del 2019, quando non si poteva sapere che la diffusione globale del Covid-19 ne avrebbe imposto il rinvio alla fine di quest'anno. Per organizzare questa Mostra, abbiamo beneficiato della collaborazione dell'Associazione per il Disegno Industriale (ADI) e dei servizi della nostra società specializzata sui temi della proprietà industriale.

Ringraziando il Ministero e il Commissario Dr. Paolo Glisenti per la fiducia nell'Unioncamere, e i tecnici dell'ADI e i responsabili di SI.Camera per l'eccellente risultato, devo dire che l'Ente ha lavorato con grande passione, consapevole dei legami molto stretti che esistono tra l'espansione delle imprese italiane nei mercati europei e internazionali e i loro investimenti nella ricerca, nell'innovazione e nella tutela della proprietà industriale.

Nel 2020 l'Italia è risultata al decimo posto per il numero di brevetti depositati all'EPO e al quarto per il numero di disegni comunitari depositati all'EU IPO, seconda in Europa solo alla Germania. Per quanto concerne invece le domande di disegni industriali a livello internazionale, nel 2019 il nostro paese occupava il sesto posto della classifica WIPO. Questi dati ci dicono che le imprese italiane abituate a competere sulle frontiere tecnologiche sono solo una minima parte di quelle che esportano abitualmente nei mercati esteri.

I risultati eccellenti nell'export sono dovuti principalmente alle strategie di differenziazione dei beni e dei servizi delle piccole e medie imprese, innanzitutto grazie alla registrazione di nuovi disegni e modelli industriali, che ne esaltano il gusto, la creatività, la qualità, la novità e la bellezza.

E questo non è affatto un caso, giacché esse sono inserite in regioni e territori unici al mondo per paesaggio, storia, arte e cultura.

Unioncamere e il sistema delle Camere di commercio supportano attivamente le politiche del Governo italiano per la riforma della proprietà industriale e sostengono il MISE nella loro attuazione su tutto il territorio nazionale: dalla semplificazione delle procedure ai servizi di documentazione e di informazione per le PMI, dagli interventi per valorizzare i loro disegni a quelli per promuoverli nel mondo.

**U**en Unioncamere, together with ICE, the institutional partner of the Ministry of Economic Development (MISE) for the organization of the *Made in Italy* Design Exhibition at the Dubai International Expo, have worked alongside the Directorate General for the Safeguarding of Industrial Property (UIBM) and with the Commissioner General for Italy starting from the summer of 2019, when it was not known that the global spread of Covid-19 would have imposed its postponement until the end of this year. To organize this exhibition, we have benefited from the collaboration of the Association for Industrial Design (ADI) and the services of our company specializing in industrial property issues. In thanking the Ministry and Commissioner Dr. Paolo Glisenti for their faith in Unioncamere, and the ADI technicians and the managers of SI.Camera for this excellent result, I have to say that the organization has worked with tremendous enthusiasm, aware of the extremely close links that exist between the expansion of Italian companies in European and international markets and their investments in research, innovation and the protection of industrial property.

In 2020, Italy was in tenth place in terms of the number of patents filed at the EPO (European Patents Office) and fourth in terms of the number of community designs filed at the EU IPO (European Union Intellectual Property Office), second in Europe only to Germany. As regards applications for industrial designs at an international level, in 2019 Italy occupied sixth place in the WIPO (World Intellectual Property Organization) rankings. These data tell us that Italian companies used to competing on technological frontiers are only a small part of those that regularly export to foreign markets. These excellent export results are mainly due to the differentiation strategies of the goods and services offered by small and medium-sized enterprises, primarily thanks to the registration of new industrial designs and models which enhance their taste, creativity, quality, novelty and beauty.

This is by no means a coincidence, since these same small and medium-sized businesses are located in regions and territories that are unique worldwide in terms of landscape, history, art and culture.

Unioncamere and the Chamber of Commerce system actively support the Italian Government's policies for the reform of industrial property and support MISE in their implementation throughout Italy in every area from the simplification of procedures to documentation and information services for SMEs and from interventions to enhance their designs to those aimed at promoting them worldwide.

## Carlo Ferro

Presidente Agenzia ICE  
Italian Trade Agency President

**I**t ICE Agenzia è orgogliosa di essere, con il patrocinio del Ministero degli Esteri e della Cooperazione Internazionale, partner del Ministero dello Sviluppo Economico nella realizzazione della Mostra “Italia Geniale”.

In Italia la cultura, la tradizione di 500 anni di creatività a partire da Leonardo, la sapienza artigiana e le nuove tecnologie, smart e sostenibili, convergono in un mix unico di saperi antichi (il bello e ben fatto delle “3F”, Fashion – Food – Furniture) e nuove competenze, fattori di successo delle nostre esportazioni nel mondo.

La mostra “Italia Geniale” ripropone questi valori e presenta esempi di design e innovazione, in uno scenario in cui l’export italiano è ripartito, superando già ora i livelli pre-covid. A testimonianza che il Sistema Paese si è mosso e, con il PNRR, si prepara ad accelerare la crescita e l’ammodernamento del suo tessuto produttivo. E in questo contesto, ICE Agenzia si è attivata con visione e reazione, mettendo in campo 15 nuove azioni per supportare le imprese di tutti i settori, particolarmente le PMI, a cogliere le opportunità offerte dalla ripartenza dei mercati nel mondo e a prepararsi a vincere la sfida competitiva in un nuovo paradigma della domanda caratterizzato da digitale, innovazione e sostenibilità.

La collaborazione tra ICE Agenzia e il MISE in questa mostra è parte di un ampio programma di circa 30 iniziative promozionali collaterali a Expo Dubai – in sinergia con il Commissariato Generale – per riaffermare il ruolo dell’Italia, 2° Paese manifatturiero in Europa e 8° fornitore nel commercio internazionale di beni, grazie alla sua capacità di combinare tecnica e stile, tradizione e innovazione, tecnologia e artigianalità.

Con l’auspicio che la mostra possa essere di Vostro interesse e che Expo Dubai 2020 segni nel mondo la ripartenza post-pandemia.

**E**n Together with the patronage of the Ministry of Foreign Affairs and International Cooperation, the ICE Agenzia is proud to be a partner with the Ministry of Economic Development in the creation of the “Italia Geniale” exhibition.

In Italy, culture, the tradition of 500 years of creativity starting with Leonardo along with craftsmanship and new smart and sustainable technologies all come together in a unique fusion of historical knowledge (the beautiful and beautifully made “3Fs”, Fashion - Food - Furniture) and new skills, which are the success factors of our exports worldwide. The “Italia Geniale” exhibition presents these values along with examples of design and innovation against a backdrop in which Italian exports have restarted with a vengeance, already exceeding pre-Covid levels and figures. This is clear evidence that the Country System is working and together with the PNRR (Recovery and Resilience Plan), is preparing to accelerate the growth and modernization of Italy’s manufacturing and production sector.

The ICE Agenzia has acted with vision and reactions within this context, setting up 15 new ventures designed to support companies (particularly SMEs) in all sectors, in order to seize the opportunities offered by the restarting of markets on a global scale and preparing to win the competitive challenge in a new demand paradigm characterized by digital technology, innovation and sustainability.

In synergy with the General Commission, the partnership between the ICE Agenzia and MISE at this exhibition is part of a broad programme of about 30 collateral promotional initiatives at Expo Dubai designed to re-establish and underline Italy’s position as Europe’s 2nd manufacturing country and 8th supplier of goods on an international trade basis. This is thanks to the country’s ability to combine technique and style, tradition and innovation, and technology and craftsmanship.

In the sincerest hope that you will find the exhibition interesting and that Expo Dubai 2020 marks a global post-pandemic restart.

## “Brevetti italiani: tra vantaggio competitivo e promessa di sviluppo per le imprese”

Direzione Generale per la Tutela della  
Proprietà Industriale  
Ufficio Italiano Brevetti e Marchi  
Ministero dello Sviluppo Economico  
Directorate General for the Protection  
of Industrial Property  
Italian Patent and Trademark Office  
Ministry of Economic Development

**I**<sup>it</sup>l sistema produttivo italiano si caratterizza da sempre per la sua creatività e capacità inventiva. Il successo delle nostre imprese a livello internazionale e del *Made in Italy* sono infatti riconducibili, nell'immaginario collettivo, alla capacità di ideare e proporre processi sempre più efficaci, di inventare nuovi prodotti nonché alla abilità nell'innovare quelli già esistenti, intercettando le esigenze di una società in costante evoluzione e, talvolta, anche anticipando le tendenze dei consumatori e del mercato. Uno degli aspetti che più caratterizza questo successo in tutte le sue espressioni, divenendo tratto peculiare

della cultura italiana, è il legame inscindibile che è possibile rintracciare tra funzionalità ed estetica, tra esigenza quotidiana e soluzione scientifica, tra genialità e senso pratico. La mostra “ITALIA GENIALE. Bellezza, originalità, creatività del design industriale apprezzato universalmente”, Expo internazionale Dubai 2020, dà evidenza a tutto questo e racconta con grande forza comunicativa l'importanza e la storia di una parte significativa del *Made in Italy*. Gli oggetti esposti nella mostra sono accompagnati dai relativi titoli di proprietà industriale, documenti che fino a pochi anni fa erano considerati

solo atti amministrativi ed espressione della burocrazia. Questi vengono ora riscoperti e riletti in chiave storico-critica e sociologica; viene riconosciuta loro la funzione di oggettivi riferimenti culturali di un determinato momento storico, indicatori dei progressi tecnologici, testimonianze importanti del contesto in cui si sono sviluppati. Grazie a questi preziosi documenti è possibile raccontare la storia dell'Italia e della sua creatività, poiché rendono disponibile la fotografia non solo del progresso che il nostro Paese ha compiuto nel settore dell'industria, ma anche dell'evoluzione della sua società, dei consumi e dei costumi. L'Italia vanta la presenza sul proprio

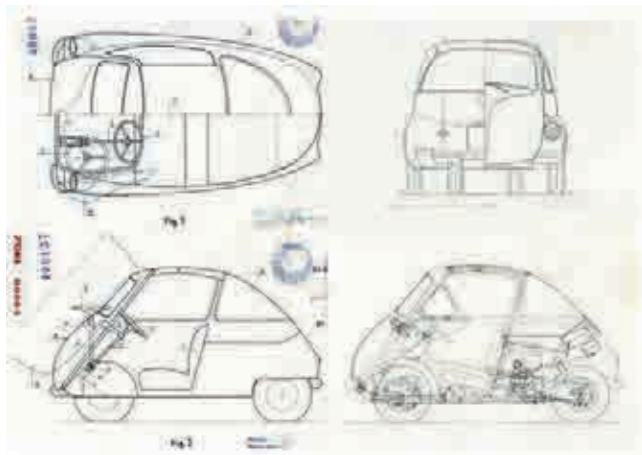
## “La storia dei brevetti italiani è lunga e complessa”

territorio di consistenti archivi conservati presso l'Archivio Centrale dello Stato, le Camere di Commercio, l'Ufficio Italiano Brevetti e Marchi, che sono consultabili da tutti per studi approfonditi e ricerche. La storia dei brevetti italiani è lunga e complessa. Dobbiamo risalire al 1474 e recarci nella Repubblica di Venezia: è qui che viene elaborata per la prima volta una legislazione brevettuale atta a riconoscere la proprietà industriale e il conseguente diritto di sfruttamento dell'invenzione. Si tratta di privilegi che venivano concessi dalle sovrane maestà alle opere di ingegno in un'epoca in cui le arti, le tecnologie e la manifattura vivono un fiorire eccezionale. Successivamente, in pieno Illuminismo, il riconoscimento della proprietà industriale si collega all'evoluzione del pensiero e alla spinta tecnologica e nel XIX secolo la rivoluzione industriale

e l'istituzione delle Esposizioni Universali danno un decisivo impulso alla definizione di una moderna ed efficiente legislazione in materia. I vari Paesi si confrontano negli anni, mirando a una armonizzazione, fino a giungere alla Convenzione di Parigi (1883), con la quale viene creata l'Unione Internazionale della Proprietà Industriale, ovvero l'organismo che regola il diritto internazionale in materia. Negli anni successivi, questa Convenzione ha visto aggiornamenti, revisioni e modifiche, anche in seguito alla nascita della Comunità Europea. Attualmente in Italia esiste una normativa avanzata (il codice della proprietà industriale) che riconosce la rilevanza delle innovazioni e agli altri prodotti dell'ingegno, attribuendo al loro creatore un diritto di privativa che gli consente di poter sfruttare anche economicamente il brevetto, il marchio o il disegno. In questo contesto, la Direzione Generale per la Tutela della Proprietà Industriale sta stimolando un vero e proprio salto culturale per far sì che le imprese che detengono titoli di proprietà industriale siano consapevoli di avere un vantaggio competitivo con l'obiettivo di far abbandonare loro la mera logica difensiva, basata esclusivamente sulla tutela dei titoli, per rendere gli stessi prospettiva di sviluppo e affermazione sui mercati di riferimento. In questo senso le azioni messe in campo vanno dalla promozione della cultura della proprietà industriale alla formazione di competenze specifiche, dal sostegno finanziario ai processi di valorizzazione fino al supporto dei percorsi di trasferimento tecnologico dal sistema della ricerca a quello produttivo.

**“Italian patents: between competitive advantage and the promise of development for businesses”**

en Italian manufacturing and production systems have always been distinguished by their creativity and inventive ability. In the collective imagination, the success of our businesses and of *Made in Italy* at an international level are clearly attributable to the ability to design and propose increasingly effective processes and invent new products, as well as the ability to innovate existing ones, intercepting the needs and demands of a society in constant evolution and sometimes, even anticipating consumer and market trends. One of the aspects that most characterizes this success in



1 ]

all its expressions and which is a unique trait of Italian culture, is the inseparable link that can be traced between functionality and aesthetics, daily requirements and scientific solutions and

between genius and common sense. The exhibition “ITALIA GENIALE. Beauty, originality and the creativity of universally appreciated industrial design” International Expo Dubai 2020, highlights all this and expresses the importance and history of a significant part of *Made in Italy* with considerable communicative power. The objects on display in the exhibition are accompanied by the related industrial property titles of ownership, documents that until a few years ago were considered merely administrative deeds and a bureaucratic necessity. These have now been rediscovered and re-interpreted in a historical-critical and sociological key and are recognized as being objective cultural references to a specific historical moment as well as indicators of technological progress and important evidence of the context in which they developed.

Thanks to these valuable documents it is possible to tell the story of Italy and its creativity, since they present a snapshot not only of the progress that our country has made in the industrial sector, but also of the evolution of its society, consumption and habits. Within its national boundaries Italy can boast a large number of substantial archives kept in the Central State Archives, Chambers of Commerce and the Italian Patent and Trademark Offices, which can be freely consulted by anyone for in-depth studies and research. The history of Italian patents is long and complex. We have to go back to 1474 and the Republic of Venice: it was here that patent legislation was drawn up for the first time in order to recognize industrial property and the consequent right to exploit the invention. These were privileges that were granted by sovereign rulers to works of ingenuity at a time when the arts, technologies and

manufacturing were undergoing a period of exceptional flourishing. Subsequently, throughout the

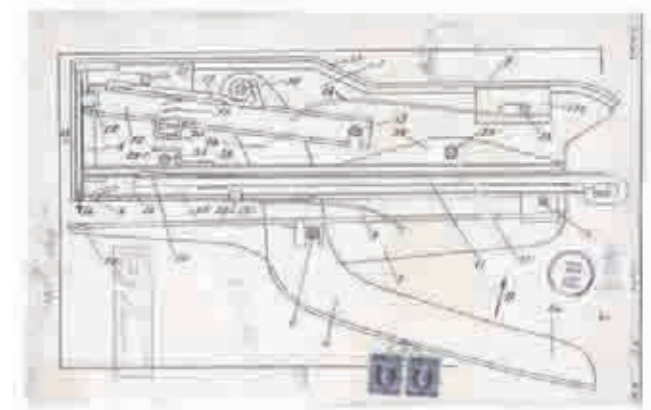
**“The history of Italian patents is long and complex”**

Enlightenment, the recognition of industrial property was linked to the evolution of thought and technological advancement and in the nineteenth century the industrial revolution and the establishment of

the Universal Expositions gave a decisive impulse to the drawing up of modern and efficient legislation on the subject. Various countries worked together over the years in an attempt at harmonization, culminating in the Paris Convention (1883) which created the International Union of Industrial Property, the body that regulates international law on the matter.

In the following years, this Convention saw updates, revisions and modifications, in particular following the birth of the European Community. Currently in Italy there is advanced legislation (the industrial property code) which recognizes the importance of innovations and other intellectual products, attributing a patent right to their creator that allows him or her to be able to exploit the patent, trademark or drawing. In this context, the Directorate General for the Protection of Industrial Property is stimulating a genuine cultural leap

to ensure that businesses that hold industrial property titles are aware of having a competitive advantage with the aim of making them abandon a simple defensive logic based exclusively on the protection of these titles and instead to make them potential prospects for development and insertion on the target markets. In this contexts, the actions implemented range from the promotion of the culture of industrial property to the training of specific skills, from financial support to enhancement processes and up to and including support for the transfer of technology from research systems to manufacturing and production ones.



2 ]

1 ]  
Iso  
Bresso, Mi  
1952  
ACS, MICA, UIBM  
Serie Invenzioni /  
Invention patent  
N. 498137

2 ]  
Balma, Capoduri & C.  
Voghera, PV  
26/01/1949  
ACSC, MICA, UIBM  
Serie invenzioni/  
Invention patent,  
N. 444639

## “Il design abilita”

### Carlo Martino

Professore Ordinario Disegno Industriale  
Sapienza Università di Roma  
Full Professor in Design  
Sapienza University of Rome

### Francesco Zurlo

Professore Ordinario Disegno Industriale  
Politecnico di Milano  
Full Professor in Design  
Polytechnic of Milan

it La mostra “Italia Geniale. Design Enables. Bellezza, originalità, creatività del design industriale apprezzato universalmente” ospitata nel Padiglione Italia nell’ambito dell’Expo 2020 di Dubai, segue numerosi altri eventi organizzati o patrocinati dal MISE Ministero Italiano dello Sviluppo Economico e dall’UIBM Ufficio Italiano Brevetti e Marchi. Iniziative che di volta in volta hanno coinvolto partner differenti (Archivio Centrale di Stato, Fondazione Valore Italia, ADI Associazione Italiana per il Disegno Industriale, ecc.) per la valorizzazione del vasto patrimonio rappresentato dai marchi e brevetti del nostro Paese. Dal volume “Brevetti del Design Italiano

1946-1965” a cura di Giampiero Bosoni del 2000, alla mostra “Loghi d’Italia. Storie dell’arte di eccellere”, Roma 2008-2009, curata da Innovarte, alle due edizioni della mostra “Disegno e Design. Brevetti e creatività italiani” (Roma 2009-2010 e Milano 2011-2012) curate entrambe da Alessandra Sette e Fondazione Valore Italia, alle molte mostre e ai seminari organizzati dall’ADI, le iniziative susseguites nel tempo hanno adottato differenti chiavi curatoriali per divulgare l’ampio patrimonio brevettuale italiano depositato: dall’approccio storiografico a letture temporali specifiche, a relazioni con la cultura materiale, all’inclusione nella storia della tecnica, ecc.

## “La storia del Design Italiano incrocia spesso la storia dei brevetti del nostro Paese”

La storia del Design Italiano incrocia spesso la storia dei brevetti del nostro Paese, creando molte aree di sovrapposizione ma, come spieghiamo in seguito, la “genialità”, riconosciuta attraverso un brevetto o un modello depositato, è spesso rintracciabile anche in molti altri progetti che per condizioni di contesto non si sono tradotti in depositi brevettuali.

L’ADI, l’Associazione Italiana per il Disegno Industriale, titolare del premio Compasso d’Oro, fin dal 1956 seleziona progetti e prodotti di eccellenza del Design Italiano, facendosi garante, quasi come fosse un ente certificatore, del contenuto innovativo dei progetti

e prodotti premiati, molti dei quali non hanno un brevetto depositato. Attraverso la preselezione annuale rappresentata dall’ADI Design Index, l’associazione, elegge tra più di mille candidature, duecento progetti e prodotti a iconica espressione dell’eccellenza del nostro Paese,

eccellenza che si articola in tredici categorie differenti che vanno dal Design per l’Abitare, alla Ricerca per l’Impresa, al Design della Comunicazione, fino alle nuove frontiere del Design dei Servizi e del Design per il Sociale.

Cogliendo l’occasione rappresentata dal tema dell’Expo 2020 di Dubai: “Connettere le menti, costruire il futuro”, è apparso chiaro fin dall’inizio che la chiave curatoriale della mostra a noi affidata dovesse superare alcuni degli schemi interpretativi classici, per sperimentare letture inedite, non solo orientate all’innovazione tecnica

e tipologica dell’oggetto in sé, ma atte ad interpretare l’innovazione come un’azione più efficace, come attività abilitante alla qualità della vita.

Una chiave che interpreta l’artefatto del design come mezzo per potenziare e legittimare le “capabilities” della persona.

Allo scopo di esaltare proprio l’originale contributo intellettuale dei designer italiani, abbiamo voluto riprendere alcuni dei criteri adottati nell’ambito della selezione dell’ADI Design Index tra cui l’originalità, la sostenibilità, l’impatto sullo sviluppo della società, ecc., per portarle su un piano più centrato sull’uomo e sulla costruzione del suo (sostenibile) futuro. Per cui, ad una lettura dei prodotti tradizionalmente orientata alla glorificazione della “genialità italiana” del passato, proposta nelle precedenti esposizioni, abbiamo voluto estendere la selezione a immagini, materiali ed artefatti del Design Italiano più vicini ai giorni nostri. Oggetti semplici ed oggetti complessi, prodotti inediti e inimmaginabili e, in ogni caso, emblematici della perdurante vivacità del genio italiano.

### La chiave di lettura curatoriale

Come accennato, alcuni dei 99 oggetti selezionati non hanno un brevetto. Cioè non presentano un disegno depositato e protetto ai fini della proprietà intellettuale. Il brevetto non c’è per diversi motivi. Perché, magari, l’oggetto in sé ha nella sua valenza iconica un forte elemento attrattivo ma non soluzioni tecnologiche così dirompenti da richiedere brevettazione e tantomeno qualità ornamentali così distintive. Può anche essere che l’azienda non abbia ritenuto opportuno procedere, talvolta per problemi economici (registrare un prodotto a livello locale e ancor

più a livello internazionale costa!), talaltra per noncuranza. Può essere che il risultato sia frutto del lavoro congiunto e sinergico di tanti attori che condividono la proprietà intellettuale e, di conseguenza, rimane difficile attribuire a qualcuno l'ideazione stessa. Considerando questi (pochi) casi abbiamo ritenuto che tali prodotti – senza un brevetto esplicito – ma dentro

la selezione Index e/o nella lista dei premiati del Compasso d'Oro - abbiano ricevuto, per sé, un riconoscimento di genialità, la stessa che ritroviamo negli artefatti brevettati. ADI, con il lavoro delle commissioni territoriali e tematiche, con il vaglio della commissione scientifica di selezione finale e con l'esperienza acquisita in decenni di analisi attenta dell'innovazione italiana guidata dal design, tende

a configurarsi – di fatto - come un ente in grado di erogare “patenti di genialità” (quindi per analogia dignità di brevetto). Inoltre: nell'opinione comune quando si parla di brevetto si fa spesso riferimento ad un'innovazione tecnica. Inserire come variabile, nella selezione di oggetti brevettati e non, il design, significa interpretare il processo innovativo non solo dal punto di vista della tecnica,

poiché il design è mediatore di saperi tra aspetti tecnici e umanistici (un vero e proprio *pontifex*: un novello *pontefice* che costruisce ponti tra discipline, linguaggi, approcci, metodologie). L'innovazione di design, vale la pena ribadire, mette sempre al centro l'uomo, comprendendone le esigenze e cercando nuovi significati per le tecnologie esistenti e per quelle emergenti. Questo processo di attribuzione di senso – proprio del design – si distingue dalle routine dell'innovazione tecnologica *tout court* che spinge per soluzioni talvolta iper-tecniche ma senza significato e quella trainata dal mercato – che tende a replicare in forme infinitamente simili gli oggetti di tendenza. L'approccio che si è consolidato nel tempo e che oggi (complici le tecnologie digitali e la quasi ossessione per l'esperienza utente) ha assunto un ruolo chiave è quello *user-centred*: ogni attività progettuale parte osservando, comprendendo, empatizzando con il potenziale utente per poi individuarne esigenze e gap e proporre soluzioni efficaci. Nel lavoro di selezione degli oggetti in mostra siamo partiti dall'approccio *user centred* ma ci siamo anche chiesti se fosse corretto, o meno, parlare delle persone sempre e solo come utenti di qualcosa, quasi fossero incarti vuoti in grado di svolgere, quasi in modo automatico, specifiche azioni, dimenticando di dare rilievo a emozioni, percezioni e, per quanto ci riguarda, capacità. Ed è proprio su questo concetto di capacità che abbiamo organizzato la selezione perché riteniamo che un sistema di artefatti non debba solo rispondere a bisogni generici o specifici ma contribuire a *realizzare le condizioni che consentono ad ognuno di esprimere le proprie capacità*. E diventare “persone”. Il riferimento

1. Di seguito alcuni dei testi di riferimento del filosofo anglo-indiano: Sen, A.K. (1985) *Commodities and Capabilities*. North Holland, Amsterdam; Sen, A.K. (1985) *Well-being, agency and freedom*. *The Journal of Philosophy* LXXXII (4), 169-221; Sen, A.K. (1987) *The Standard of Living*. Cambridge University Press, Cambridge.

2. Nussbaum, M. (1992) *Human functioning and social justice*. In *defense of Aristotelian essentialism*. *Political Theory*, 20 (2), 202-246; Nussbaum, M. (2000) *Women and Human Development: The Capabilities Approach*. Cambridge University Press, Cambridge; Nussbaum, M. (2002) *Capabilities and social justice*. *International Studies Review*, 4 (2), 123-135; Nussbaum, M. (2003) *Capabilities as fundamental entitlements: Sen and Social Justice*. *Feminist Economics*, 9 (2-3), 33-59; Nussbaum, Martha (2011). *Creating Capabilities: The Human Development Approach*. Cambridge, MA: Harvard University Press. pp. 33-34.

è ad un principio filosofico ed etico chiamato teoria delle *capabilities*. Il termine *capability*, in inglese, non è ben distinto da altri concetti simili, come, ad esempio, abilità, capacità, competenza, skill, talento. La prassi della *capability* è oggetto di studio di diverse discipline, dalla filosofia alla psicologia, dal management agli studi organizzativi, dalle human resources alla pedagogia. Pur avendo confini di significato sfumati, in genere ci si riferisce con *capability* ad un insieme di capacità e abilità di un individuo, laddove la capacità è qualcosa di innato e l'abilità qualcosa di appreso che rende quella capacità “operabile”. In inglese *capability* aggiunge un ulteriore tassello interpretativo: è l'abilità portata a livelli di eccellenza ma è anche capacità nell'applicare abilità e conoscenze alla soluzione di “problemi” vari e nelle situazioni più disparate, sia a livello individuale che organizzativo. *Capability* implica anche un concetto di “accessibilità” alle risorse: posso essere abile nel fare un compito o nel realizzare qualcosa solo se le condizioni di contesto me lo consentono, se vengo riconosciuto, se il sistema – o gli oggetti che abitano quel sistema - mi *abilitano*, senza vincoli di qualsivoglia natura: culturali, sociali, tecnici, produttivi, di comprensione d'uso. Il tema dell'*accessibilità* alle risorse che alimentano e danno libera espressione alle capacità è stato adottato dall'economista Amartya Sen,

premio Nobel per l'economia di origine indiana, a metà degli anni Ottanta. Il tema delle “capabilities” dell'essere umano si determina e rafforza proprio grazie alle sue intuizioni<sup>1</sup>. Per Sen il benessere individuale non è associato al possesso di beni materiali e monetari ma alla possibilità di esprimere le proprie *capabilities*. Le *capabilities* per Sen sono possibilità di scelta e



1]



1]

Immagine promozionale della Fiat 500 storica. Centro Storico Fiat. Promotional image of the historic Fiat 500. Fiat Historic Centre.

2]

E-Keep K1 Dual Sanitaly

2]

di azione/fare, in equilibrio tra le doti di capacità che ognuno porta con sé e la possibilità di realizzare cose (*functionings*). Tutto dipende dagli *agenti* che consentono di realizzare tali cose: un dispositivo politico o sociale o, nel nostro caso, un insieme di *artefatti* abilitanti che funzionano, appunto, come *agency*: oggetti, servizi, sistemi di comunicazione, spazi e altre espressioni materiali e tecniche della genialità umana. L'approccio delle *capabilities* è stato ripreso da altri autori e, in particolare, utile per la concettualizzazione della mostra, da Martha Nussbaum<sup>2</sup>, filosofa



3. Non lo strumento per fare profitti come spesso accade nei modelli tradizionali di business, laddove il fine è il profitto, la tecnologia lo strumento, le persone il mezzo.

4. In questo caso in conflitto con Sen che evita liste di capabilities minime, per la grande diversità di condizioni delle persone alle differenti latitudini mondiali.

5. La lista è tratta da M.C. Nussbaum, *Women and Human Development. The Capabilities Approach*, Cambridge-New York, Cambridge University Press, 2000, cap. I, par. 4, pp. 74-80.

3 ]



politica e docente di Etica e Legge presso l'Università di Chicago. Il lavoro di Nussbaum classifica le *capabilities* e consente – a nostra interpretazione – una maggiore aderenza con gli artefatti e i sistemi di artefatti intesi come *agenti* per consentire alle *capabilities* di essere messe in atto. Come per Sen, anche per Nussbaum, l'essere umano è inteso come soggetto che realizza attività: è una visione universalistica perché riguarda tutti gli esseri umani e al contempo duttile perché tiene conto delle contingenze nelle quali ognuno esprime le proprie potenzialità. Per Nussbaum esiste una “soglia minima” del livello di capacità, sotto la quale non si vive una vita compiutamente umana.

Ogni persona, inoltre, è intesa come fine<sup>3</sup> e deve essere messa nelle condizioni di poter esprimere quelle che Nussbaum<sup>4</sup>, chiama capacità centrali, elencate, parzialmente, di seguito<sup>5</sup>:

- VITA: essere in grado di vivere dignitosamente una vita di normale durata, non morire prematuramente o trovarsi in condizioni tali da non rendere degna di essere vissuta la vita stessa;
- SALUTE FISICA: Essere in grado di avere una buona salute, inclusa quella riproduttiva; essere nutriti in modo completo; avere un'abitazione adeguata;
- INTEGRITÀ FISICA: essere in grado di muoversi liberamente da un luogo all'altro; essere al riparo da ogni tipo di violenza; avere la possibilità di trovare soddisfazione sessuale e di scegliere in materia di riproduzione;
- SENSI, IMMAGINAZIONE E PENSIERO: essere in grado di usare pienamente i sensi, di immaginare, pensare e ragionare – e di far ciò in modo propriamente umano, ovvero in modo informato e coltivato da adeguata istruzione, che includa alfabetizzazione e conoscenze matematico-scientifiche di base, ma non sia affatto limitata a queste; essere in grado di usare immaginazione e pensiero in relazione alla propria esperienza, alla produzione di opere di auto-espressione e a manifestazioni, liberamente scelte da ciascuno, di natura religiosa, letteraria, musicale e così via. Essere in grado di avere esperienze piacevoli e di evitare dolori non necessari.
- EMOZIONI. Essere in grado di avere legami con persone e cose al di fuori di noi stessi; poter amare chi ci ama e si interessa di noi, soffrire per la loro assenza; in generale, amare, soffrire, sentire mancanza, gratitudine e rabbia giustificata. (Sostenere questa capacità significa sostenere forme di associazione

3 ]  
Sacco  
Zanotta

4 ]  
Vibram Furoshiki

4 ]



umana che si possono dimostrare cruciali nel loro sviluppo.)

- RAGION PRATICA. Essere in grado di formarsi una concezione del bene e di impegnarsi nella riflessione critica sul modo in cui pianificare una propria forma di vita;

- UNIONE. a) Essere in grado di vivere con gli altri e rispetto agli altri, di riconoscere e mostrare interesse per

altri esseri umani, di impegnarsi in diverse forme di interazione sociale; essere in grado di immaginare la posizione di un altro e di avere compassione per quella situazione; essere capace sia

di giustizia sia di amicizia; b) Avere le basi sociali per il rispetto di sé e per non essere umiliati; poter avere una dignità pari a quella di tutti gli altri. Sul posto di lavoro, poter lavorare come un essere umano, esercitare la ragion pratica ed entrare in relazioni significative di reciproco riconoscimento con altri lavoratori;

- ALTRE SPECIE. Essere in grado di vivere prendendosi cura e stando in relazione con animali, piante e con il mondo naturale;

- GIOCO. Essere capaci di ridere, giocare e godere di attività ricreative. Le “capacità centrali”, elaborate da Nussbaum per la prima volta nel 2000, sono ancora oggi significative,

seppure l'umanità si trovi di fronte a svolte epocali come quelle legate alla questione ambientale e alla trasformazione digitale o alla crisi (e relativo adattamento) che la pandemia ha portato con sé.

Nel quadro teorico di Sen prima e di Nussbaum poi, è evidente come la dimensione relazionale e di cura, la possibilità di accedere con equità alle opportunità, l'equilibrio con l'ambiente naturale, siano aspetti essenziali.

Di cui, come designer, tenere conto. Il quadro visto pone però alcune domande: il design, come può concorrere a promuovere queste capacità? E che ruolo possono avere gli artefatti? Quanto sono in grado di abilitare le “capacità centrali” che propone Nussbaum? E quali abilità rendono “operabili” queste capacità?

La chiave di lettura della mostra è quella di mettere al centro la persona, per proporre una sorta di *persona-centred-design* che vada oltre il tradizionale approccio *user centred*, con l'obiettivo di valorizzare le capacità di ognuno e le loro *agency*. *Being Capable* esprime in sintesi il fil rouge della mostra: attraverso il design e gli oggetti “geniali” che abbiamo selezionato diamo tangibilità alle *capacità centrali* di Nussbaum, organizzandole in 5 grandi aree tematiche:

- *imagin-able*: sostenere le capacità di immaginare, di creare mondi, di inventare storie e prenderle per vere, e condividerle e farle diventare parte della nostra identità; un'abilità che viene favorita da oggetti che attivano conversazione, dialogo e confronto, ma anche gioco e esplorazione di possibilità; le capacità centrali del “gioco”, così come quella legata ai “sensi, immaginazione e pensiero” sono i nostri riferimenti;

6. L. Flem, (2005) *Come ho svuotato la casa dei miei genitori*, Milano, Archinto, 2005.

7. P. Inghilleri (2003), *La buona vita. Per l'uso creativo degli oggetti nell'età dell'abbondanza*, Guerini e Associati, Milano.



5 ]

5 ]  
Mirella  
Necchi

- **work-able**: una categoria che raccoglie tutti quei prodotti, servizi e sistemi che favoriscono l'attività lavorativa, l'agevolano, migliorano l'engagement e la motivazione; sono oggetti funzionali oltre che belli che ci accompagnano nel lavoro e supportano le varie attività quotidiane. Nel lavoro, del resto, l'uomo costruisce la propria identità sociale esprimendo capacità centrali come quelle relative alla "ragione pratica" o all'"unione";

- **relation-able**: sono quegli artefatti che supportano o attivano relazione; ad esempio la panchina in uno spazio pubblico o un set di oggetti per consumare un pasto in compagnia; talvolta sono macchine narrative che sono capaci di innescare processi di *talkability*, perché fanno parlare di sé e attivano conversazione, spesso tra persone sconosciute; il tema della relazione ricorre spesso nelle capacità centrali dell'"unione" come in quella delle "emozioni". Il rispetto per le altre specie così come la cura per l'ambiente che viviamo è un'altra potente "capacità centrale", in sintonia con le esigenze di un design che mette al centro la sostenibilità con tutte le sue principali espressioni;

- **live-able**: è tutto

ciò che ha a che fare con l'integrità, fisica e mentale, della nostra esistenza, che ha al centro il tema della cura, per sé e per gli altri; ricorre spesso, con

declinazioni diverse, nella descrizione che ne fa Nussbaum: ad esempio nelle capacità di "vita", in quella di "salute e integrità fisica";

- **move-able**: la libertà di muoversi e farlo in modo sostenibile nel rispetto di sé stessi, degli altri e dell'ambiente; il poterlo fare senza potenziali pericoli e sentendosi sicuri e protetti attraverso prodotti e servizi che consentono di mettere in atto capacità centrali come quelle legate ancora a "vita" ma anche a "integrità fisica".

Nell'approccio teorico delle *capabilities*, il tema centrale è contribuire al *wellbeing* delle persone. La psicologia positiva ci indica che alcuni oggetti possono essere *strumentali* alla costruzione di benessere e non contribuire invece alla crescita di un consumismo terminale, caratterizzato da un incessante processo di produzione e consumo che, come dice Baudrillard, prolifera così tanti oggetti che non c'è più un vocabolario atto a nominarli. Nella scelta curatoriale questo materialismo strumentale è associato ad oggetti che abilitano specifiche capacità. Ricordando, come dice Italo Calvino, che gli uomini sono uomini+cose, perché "le cose non sono soltanto cose, recano tracce umane, sono il nostro prolungamento. Ciascuno ha una storia e un significato mescolati a quelli delle persone che li hanno utilizzati e amati. Insieme formano, oggetti e persone, una sorta di unità che si lascia smembrare a fatica"<sup>6</sup>.

Oggetti siffatti, che esprimono peraltro genialità e capacità innovativa, sono quelli che aprono ad un'esperienza positiva e in definitiva ad una *buona vita*<sup>7</sup>. Perché, appunto, abilitano ognuno di noi ad esprimere e rendere concrete le proprie *capabilities*.

## Design enables

The exhibition "Italia Geniale. Design Enables. The beauty, originality and creativity of universally appreciated industrial design" hosted in the Italian Pavilion as part of Expo 2020 in Dubai, follows a number of other events organized or sponsored by the Italian Ministry of Economic Development and the UIBM Italian Patent and Trademark Office. From time to time these initiatives have involved different partners (the Central State Archives, Fondazione Valore Italia, ADI [the Italian Association for Industrial Design] etc.) yet they have all focused on the promotion and enhancement of the vast heritage represented by Italy's trademarks and patents.

From the volume "Brevetti del Design Italiano 1946-1965" edited by Giampiero Bosoni in 2000 to the exhibition "Loghi d'Italia. Storie dell'arte di eccellere" (Rome 2008-2009) curated by Innovarte to the two editions of the "Disegno e Design. Brevetti e creatività italiani" exhibition

(Rome 2009-2010 and Milan 2011-2012), both curated by Alessandra Sette and the Fondazione Valore Italia, as well as the many exhibitions and seminars organized by ADI, the initiatives that have taken place over time have adopted different curatorial styles and methods through which to present the vast Italian patrimony of patents. These range from the historiographical approach to certain time-specific interpretations, relationships with material culture, inclusion in the history of technology, etc. The history of

**"The history of Italian Design often intersects the history of patents in our country"**

Italian Design often intersects the history of patents in our country, creating many overlapping areas but, as we explain later, the "genius", recognized through a patent or a registered model, is often traceable also in many other designs that due to contextual conditions, have not been translated into registered patents. ADI, the Italian Association for Industrial Design and the body behind the Compasso d'Oro award, has been selecting designs, projects and products of excellence in Italian Design since 1956, guaranteeing, almost as if it were a certifying body, the innovative content of the designs and award-winning products, many of which do not have a registered patent. Through the annual preselection represented by the ADI Design Index, the association chooses two hundred design projects and products from among more than a thousand applications as an iconic expression of the excellence of our country, an excellence that is divided into thirteen different categories ranging from Design for Living, Corporate Research and Communication Design, up to the new frontiers of Service Design and Social Design. Taking the opportunity represented by the theme of Expo 2020 in Dubai: "Connecting minds, building the future", it became clear from the beginning that the curatorial style or method used for the exhibition entrusted to us should go beyond some of the classic interpretative schemes and experiment with new approaches, not just oriented towards the technical and typological innovation of the object itself, but capable of interpreting innovation as a more effective action, as an enabling activity for quality of life. This approach interprets the artefact of design as a means with which to enhance and legitimize the "capabilities" of the individual.

In order to highlight the original intellectual contributions made by Italian designers, we wanted to take up some of the criteria adopted in the selection of the ADI Design Index, including originality, sustainability, impact on the development

of society etc. in order to take them to a level more centred on humans and the construction of their (sustainable) future. So, in addition to an interpretation of the products traditionally oriented towards the glorification of the “Italian genius” of the past as proposed in previous exhibitions, we wanted to extend the selection to images, materials and artefacts of Italian Design that were and are closer to the present day. Simple and complex objects,

new and unimaginable products yet all, in any case, emblematic of the enduring vivacity of Italian genius.

### The curatorial interpretation

As mentioned, some of the 99 selected objects do not have a patent. That is, they do not have a registered documentary safeguard for the purposes of intellectual property. This patent may not exist for several reasons, possibly because the object itself had or has considerable iconic value but no technological solutions striking enough to require patenting and perhaps even less distinctive ornamental qualities. It may also be that the company did not consider it appropriate to proceed, sometimes due to economic problems

(registering a product locally and then at an international level is expensive!) and sometimes due to carelessness. It may be that the end product was the result of the combined and synergistic work of numerous individuals who shared intellectual property and as a result it was difficult to attribute the idea itself to any one person. Considering these (few) cases, we felt that, albeit not having an explicit patent as such but falling within the Index selection and/or being on the list of Compasso d’Oro winners, these products should receive a recognition of genius, the same as that found with patented artefacts. Through the work of the territorial and thematic commissions, the scrutiny of the final selection scientific commission and the vast experience acquired over decades of careful analysis of Italian design-led innovation, ADI tends by definition to exist as an institution able to issue “patents of genius” (and therefore by analogy the dignity of a patent). Furthermore, it is commonly understood that when we talk about a patent, we are often referring to a technical innovation. Including design as a variable in the selection of patented and non-patented objects means interpreting the innovative process not just from the technical point of view, since design is a mediator of knowledge between technical and humanistic aspects (a real *pontifex*: a brand new pontiff who builds bridges between disciplines, languages, approaches and methodologies). Design innovation, let us not forget, always puts people at the centre, understanding their needs and looking for new meanings via existing and emerging technologies. This process of attribution of meaning, which is typical of design, is different from the routines of technological innovation that simply push for solutions that are sometimes hyper-technical but without



6 ]

6 ]  
Zoombike  
Elettromontaggi

7 ]  
Discovery Vertical  
Artemide

1. Here are some of the reference texts for the Anglo-Indian philosopher: Sen, A.K. (1985) *Commodities and Capabilities*. North Holland, Amsterdam; Sen, A.K. (1985) *Well-being, agency and freedom*. *The Journal of Philosophy* LXXXII (4), 169-221; Sen, A.K. (1987) *The Standard of Living*. Cambridge University Press, Cambridge.

meaning and market-driven, which tends to replicate trendy objects in infinitely similar forms.

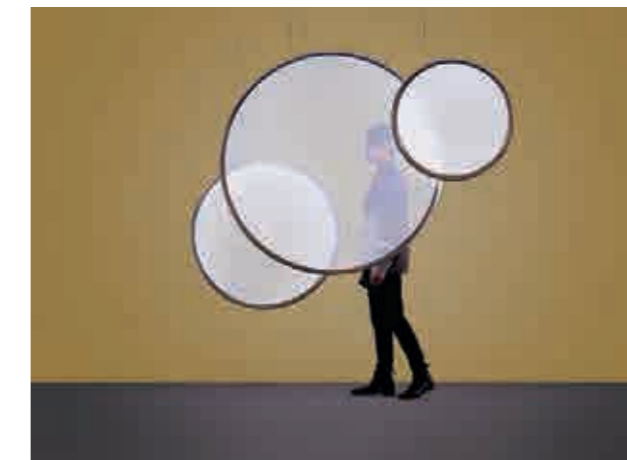
The approach that has been consolidated over time and which today (thanks to digital technologies and the near obsession with the user experience) has assumed a key role is “user-centered”: every design activity starts by observing, understanding and empathizing with the potential user in order to then identify needs and gaps and propose effective solutions. As part of the task of selecting the objects to be displayed, we started from the *user centered* approach but we also asked ourselves whether or not it was correct to talk about people always and only as users of something, as if they were characterless robots able to almost automatically perform specific actions, while forgetting to emphasize emotions, perceptions and, as far as we

generic or specific needs but contribute to *creating the conditions that allow everyone to express their abilities* and become “people”. The reference here is to a philosophical and ethical principle known as the theory of *capabilities*. The word *capability* in English is not very distinct from other similar concepts such as, for example, capacity, ability, competence, skill or talent.

The practicing of capability is the subject of study in various disciplines from philosophy to psychology, management to organizational studies and from human resources to pedagogy.

Despite having somewhat unclear boundaries of meaning, *capability* generally refers to an individual's set of capacities and abilities, where the capacity is something innate and the ability is something learned which makes that capacity “workable”. In English, capability

adds an additional piece of interpretation: it is the ability brought to levels of excellence but it is also the ability to apply skills and knowledge to the solution of various “problems” and in the most disparate situations, both at an individual and an organizational level. Capability also implies a concept of “accessibility” to resources: I can be skilled in doing a task or in accomplishing something only if the contextual conditions allow me to be, if I am recognized, if the system or the objects that



7 ]

are concerned, abilities. We organized the selection precisely around this concept of ability because we believe that a system of artefacts should not only respond to

inhabit that system, *enable me* without constraints of any kind, whether they be cultural, social, technical, productive or in terms of understanding of use.

2. Nussbaum, M. (1992) Human functioning and social justice. In defense of Aristotelian essentialism. *Political Theory*, 20 (2), 202-246; Nussbaum, M. (2000) *Women and Human Development: The Capabilities Approach*. Cambridge University Press, Cambridge; Nussbaum, M. (2002) Capabilities and social justice. *International Studies Review*, 4 (2), 123-135; Nussbaum, M. (2003) Capabilities as fundamental entitlements: Sen and Social Justice. *Feminist Economics*, 9 (2-3), 33-59; Nussbaum, Martha (2011). *Creating Capabilities: The Human Development Approach*. Cambridge, MA: Harvard University Press. pp. 33-34.

The theme of accessibility to those resources that feed and give free expression to skills was adopted in the mid-1980s by the Indian economist and Nobel laureate for economics Amartya Sen.

The concept of the “capabilities” of the human being is determined and strengthened thanks to his or her intuitions<sup>1</sup>. For Sen, individual well-being is not associated with the possession of material and monetary assets but with the possibility of expressing one’s *capabilities*. Such capabilities are possibilities of choice and action/doing, balanced between the skills that each individual brings with them and the possibility of creating things (“functionings”). It all depends on the *agents* that make it possible to achieve such things: a political or social device or, in our case, a set of enabling artefacts that function precisely like an agency: objects, services,

communication systems, spaces and other material and technical expressions of human genius. The capabilities approach, useful for the conceptualization of the exhibition, has been taken up by other authors and particularly by Martha Nussbaum<sup>2</sup>, political philosopher and professor of Ethics and Law at the University of Chicago. Nussbaum’s work classifies *capabilities* and

in our interpretation allows greater adherence through artefacts and artefact systems intended as *agents* to allow *capabilities* to be implemented. For Sen,

as for Nussbaum, the human being is understood as an entity that carries out activities. This is a universalistic vision because it concerns every human being, yet at the same time it is flexible because it takes into account the contingencies through which everyone expresses their potential. For Nussbaum there is a “minimum threshold” of the level of ability, below which one does not live a fully human life. Furthermore, each person is intended as an end<sup>3</sup> and must be put in a position so as to be able to express what Nussbaum<sup>4</sup> calls central capacities, partially listed below<sup>5</sup> :

- LIFE: be able to live a life of normal longevity with dignity, not to die prematurely or to be in conditions that do not make life itself worth living;
- PHYSICAL HEALTH: be able to enjoy good health, including a reproductive capacity; to be fully fed; to have adequate housing;
- PHYSICAL INTEGRITY: be able to move freely from one place to another; be safe from any kind of violence; have the opportunity to find sexual satisfaction and to choose in matters of reproduction;
- SENSES, IMAGINATION AND THINKING: be able to fully use ones senses, to imagine, think and reason and to do this in a truly human way, that is in an informed and cultivated way through adequate education, which includes literacy and basic mathematical-scientific knowledge, but which is by no means limited to these; be able to use imagination and thought in relation to one’s own experience, the freely chosen production by each person of works of self-expression and manifestations of a religious, literary, musical nature and so on. Be able to have pleasant experiences and avoid unnecessary pain.
- EMOTIONS. Be able to connect with people and things outside of ourselves;



8 ]

3. Not the end of making profits as often happens in traditional business models, where the end is profit, technology the tool, people the means.

4. In conflict with Sen in this case, who avoids lists of minimum capabilities, due to the vast diversity of conditions of people in different parts of the world.

5. The list is taken from M.C. Nussbaum, *Women and Human Development. The Capabilities Approach*, Cambridge-New York, Cambridge University Press, 2000, chapter I, par. 4, pp. 74-80.

8 ]  
Hannes  
IIT Istituto Italiano di  
Tecnologia, Inail

9 ]  
Linky  
Linky Innovation

be able to love those who love us and are interested in us, to suffer in their absence; in general, to love, suffer, miss, feel gratitude and justified anger. (Supporting this capacity means supporting forms of human association that can prove crucial in their development.)

- PRACTICAL REASON. To be able to form a conception of good and to engage in critical reflection on how to plan one’s own form of life;
- UNION. a) Be able to live with others and respect others, to recognize and show interest in other human beings, engage in different forms of social interaction; be able to imagine another’s position and have compassion for that situation; be capable of both justice and friendship; b) have the social basis for self-respect and not to be humiliated; be able to have a level of dignity equal to that of all others. In the workplace, be able to work as a human being, exercise practical reasoning and enter into meaningful relationships of mutual recognition with other workers;
- OTHER SPECIES. Be able to live by caring for and being in relationship with animals, plants and the natural world;
- GAMES. Be able to laugh, play and enjoy recreational activities.

The “core capabilities” developed by Nussbaum for the first time in 2000, are still significant today, even though humanity is facing epochal turning points such as those related to environmental issues, digital

transformation or the crisis (and related adaptations) that the pandemic has brought with it.

In the theoretical framework of first Sen and then Nussbaum, it is clear how the dimension of relationships and care, the possibility of equal access to opportunities and a sense of equilibrium with the natural environment are essential aspects. Which, as a designer, need to be taken into account.

However, when seen in this context, this view raises a number of questions, such as how can design contribute to promoting these capacities? What role can artefacts play? How much are they able to enable the “core capabilities” that Nussbaum proposes? And what skills make these capabilities “operable”?

The key to interpreting the exhibition is to put human beings at the centre,



9 ]

to propose a sort of person-centred-design which goes beyond the traditional user-centred approach with the aim of enhancing the capacities of everyone

and their agencies. *Being Cap-able* briefly expresses the common thread of the exhibition: through the design and the “brilliant” objects we have selected, we have given a sense of tangibility to Nussbaum’s *core capabilities*, organizing them into 5 major thematic areas:

- **imagin-able**: supporting the ability to imagine, to create worlds, invent stories and take them as true, and to share them and make them become part of our identity; an ability that is assisted by objects that activate conversation, dialogue and comparison, but also playing, games and the exploration of possibilities; the central capacities of “playing”, as well as those linked to the “senses, imagination and thought” are our points of reference;
- **work-able**: this category brings together all those products, services and systems that promote work, facilitate it, improve engagement and motivation; these objects are both functional as well as beautiful, and they accompany us in our work and support our various daily activities.

Moreover, through work, humans create their own social identity by expressing central capacities such as those relating to “practical reason” or “union”;

- **relation-able**: these are those artefacts that support or activate relationships; for example the bench in a public space or a set of objects used to have a meal with friends; sometimes they are narrative machines that are capable of triggering “*talkability*” processes, because they make people talk about themselves and activate conversations, often between people who do not know each other; the theme of relationships often recurs in the central capacities of “union” as well as in that of “emotions”. Respect for other species as well as care for the environment we live in is another powerful “central capacity”, in tune with the needs of a form of design that focuses on sustainability with all its leading expressions;
- **live-able**: this is everything that has to do with the physical and mental integrity of our existence, which has at its centre the theme of care, both for oneself and for others; it often features in different contexts in the description that Nussbaum has developed: for example in the capacity of “life” and in that of “health and physical integrity”;
- **move-able**: the freedom to move and do it in a sustainable way while respecting oneself, others and the environment; being able to do it without potential dangers and feeling safe and protected through products and services that allow for the implementation of core capabilities such as those still linked to “life” but also to “physical integrity”.

In the theoretical approach to *capabilities*, the central theme is contributing to people’s wellbeing. Positive psychology shows us that some objects can be

6. L. Flem, (2005) *Come ho svuotato la casa dei miei genitori*, Milan, Archinto, 2005.

7. P. Inghilleri (2003), *La buona vita. Per l’uso creativo degli oggetti nell’età dell’abbondanza*, Guerini e Associati, Milan.

instrumental in the construction of well-being while not contributing to the growth of terminal consumerism, characterized by an incessant process of production and consumption which, as Baudrillard says, leads to the proliferation of so many objects that there is no longer sufficient vocabulary to name them. In the curatorial choice this instrumental materialism is associated with objects that enable specific abilities, recalling as Italo Calvino says, that humans are humans + things because “things are not only things, they bear human traces, they are extensions of us. Each has a history and meaning mixed with those of the people who have used and loved them. Together, objects and people form a sort of unity that can only be dismembered with great difficulty”<sup>6</sup>.

Such objects, which also express genius and innovative capacity, are those that open up to a positive experience and ultimately to a *good life*<sup>7</sup> because, in actual fact, they enable each of us to express and make our *capabilities* concrete.

10 ]



11 ]



10 ]  
Securefit  
3M

11 ]  
Skillmill  
Technogym