



CHRIS ANDERSON CON FONDAZIONE GIANNINO BASSETTI

IL GURU AMERICANO DELLA CREATIVITÀ DIGITALE DISCUTE DELL'ECONOMIA DEL FUTURO, DOVE INNOVAZIONE E BELLEZZA SONO DUE FACCE DELLA STESSA MEDAGLIA

“Proprio come il World Wide Web ha democratizzato l'innovazione nei bit, un nuovo tipo di tecnologia – dalle stampanti 3D ai laser da taglio – sta democratizzando l'innovazione degli atomi”. Parole di **Chris Anderson**, tra i fondatori di WIRED USA e autore di *Makers. The New Industrial Revolution*.

Anderson sarà **ospite d'eccezione** del **Symposium “From Taylorism to Tailor Made. A bridge between two cultures”** organizzato nell'ambito del progetto **Making in Italy - Making in USA: “Artisanship, Technology and Design. Innovating with Beauty”** in programma **dall'11 al 24 giugno a San Francisco**. Il Simposio apre il calendario di eventi promossi da Fondazione Giannino Bassetti in collaborazione con il Consolato Generale d'Italia e l'Istituto Italiano di Cultura a San Francisco.

Sull'onda del successo che il movimento dei makers sta incontrando su scala globale, il **Symposium** punta ad approfondire il ruolo dell'artigianato dalla prospettiva italiana e statunitense. Infatti – spiegherà **Piero Bassetti** introducendo i relatori – accanto all'innovazione tecnoscientifica sta assumendo un nuovo peso l'**innovazione poiesis intensive**, che coniuga creatività e tecnologia con effetti rilevanti sui modi di produrre e sulla società.

Design e high-tech sono, già oggi, gli ingredienti di una emergente **economia della bellezza**. Una **rivoluzione industriale** (come tra i primi ha scritto «The Economist») che, nei paesi a capitalismo maturo, si lascia alle spalle tanto il taylorismo rappresentato dal film «Tempi moderni» di Chaplin, quanto le sirene di uno sviluppo prevalentemente “immateriale”. **Avanza la manifattura tailor made**, la produzione di **oggetti creati su misura**, il cui valore aggiunto è la dimensione esperienziale. Un artigianato declinato al futuro, con rinnovate esigenze tecnologiche e finanziarie (crowdfunding), capace di affermare la propria reputazione tra i giovani e di accedere ai canali distributivi utilizzando i social networks. Durante il Simposio ne discuteranno artigiani, imprenditori, designer del XXI secolo che sviluppano manualità e tecnologia. Oggi la scocca di un'auto da corsa, che prima veniva fatta in tremila ore di lavoro da meccanici e saldatori, è prodotta in quattro ore sagomando ad arte la fibra di carbonio; milioni di creativi sviluppano idee con le stampanti 3D,



FINCANTIERI


INTESA SANPAOLO

Fondazione Giannino Bassetti

Via Michele Barozzi, 4 - 20122 Milano – Tel. +39 02 76024500 - Fax: + 39 02 76392030 - email: info@fondazionebassetti.org

Ufficio Stampa e comunicazione:

DIOMEDEA - Via Biondelli, 9 - 20141 Milano - Tel. +39.02.89546251 - Fax: +39.02.8466743 - email: info@diomedea.it



che escono dalla dimensione di nicchia e divengono fatto produttivo, come moderne macchine a vapore: è la prima trasformazione strutturale – relativa ai modi di produrre cose – nell'epoca del Web e del *glocal*.

Oltre a Chris Anderson, animeranno il dibattito personalità di rilievo, come **Dale Dougherty**, editor e publisher di «MAKE», General Manager di Maker Media division of O'Reilly Media, Inc., **insignito dal Presidente Barack Obama del titolo di “Champion of Change”**; e **Stefano Micelli**, professore di Economia e Gestione delle Imprese presso l'Università Ca' Foscari di Venezia, autore di *Futuro Artigiano*. Parteciperanno inoltre **Giulio Ceppi**, Total Tool; **Luisa Collina**, Politecnico Milano; **Tom Igoe**, Arduino; **Giovanni Lanzone**, The Renaissance Link; **Rodrigo Rodriguez**, Flos; **Sigurdur Thorsteinsson**, Design Group Italia.

L'introduzione del Simposio sarà affidata al presidente di **Fondazione Bassetti**, la cui **mission** è favorire il dialogo tra protagonisti dell'innovazione e istituzioni; nella consapevolezza che l'innovatore, oggi, può scrivere la storia, ma domanda una «nuova statualità» all'altezza della sfida. L'evoluzione del *craftsman* suggerisce di riformulare il rapporto tra modo di lavorare e modo di convivere (la polis). Ciò corrisponde a investire nell'economia della bellezza, con politiche e formazione all'altezza, per ripensare il **vantaggio competitivo delle piccole e medie imprese italiane**.


Sono temi su cui si focalizzano i due workshop in cui studenti, progettisti e aziende saranno protagonisti assoluti: **“Design will own the Future. Beauty and tech, a new vision of design, a new way of education”** (presso Singularity University) basato sullo studio di casi aziendali che creano “innovazione responsabile”, coniugando alta tecnologia e artigianalità; **“From Made in Italy to Make in Italy”**, in cui saranno proposte testimonianze di imprese italiane che utilizzano l'innovazione, la bellezza e il design per migliorare il loro posizionamento sul mercato ed essere più competitivi.

Oltre ai momenti dedicati al dibattito e al confronto tra professionisti, cultori e personalità, **Making in Italy - Making in USA: “Artisanship, Technology and Design. Innovating with Beauty”** propone al pubblico anche tre importanti installazioni, ideate da alcune tra le più importanti realtà del mondo del design, dell'artigianalità e dell'innovazione.

“The New Italian Design”, riproposta in versione aggiornata rispetto alla prima edizione del 2007, ideata da **Triennale Design Museum di Milano** offre una panoramica sul design italiano contemporaneo, un percorso di analisi, valorizzazione e promozione dei creativi italiani emergenti, che segnano un cambiamento del mondo del design dal XX al XXI secolo. In esposizione **288 progetti di 132 designer italiani**, dedicati non solo al design di prodotto, ma anche al design food e all'interior design.

L'esposizione **“The new Shape of Artisans' Identities”** è promossa, invece, da **Confartigianato** ed è dedicata interamente al nuovo ruolo dell'artigiano. Sei aziende declinano nel futuro l'eredità artigiana che rende le imprese italiane famose in tutto il mondo, reinterpreandola e innovandola secondo le logiche del XXI secolo, ossia utilizzando le nuove tecnologie per far vivere prodotti di alta qualità. Si tratta di mettere in luce **una nuova identità artigiana**, in grado di affrontare le sfide imposte dalla new economy, grazie all'unione di artigianalità, design e ben fatto italiano. In occasione dell'apertura della mostra, intervengono **Giorgio Merletti**, Confartigianato; **Giulio Ceppi**, Total Tool; **Yves Behar**, Designer; **Renato Mattioni**, Camera di Commercio di Monza; **Rodrigo Rodriguez**, Flos; **Alberto D'Ottavi**, Blomming.

Infine, il Gruppo Poltrona Frau e Cappellini celebrano le loro icone all'interno dell'esposizione **“Poltrona Frau: 100 years of Italian leathership. Cappellini's Heroes: Explorers of Design between imagination and reality”**: si tratta di pezzi in cui la forma ha raggiunto un livello di riconoscibilità collettiva tale da essere rappresentativa di un intero periodo o del modo di progettare tipico di un determinato autore, caratteristiche che rendono i prodotti capaci di attraversare il tempo, perché caratterizzati da un design a metà strada tra





realtà e immaginazione.

Milano, 12 giugno 2013

fondazione_bassetti\press\cs_02_iniziative_san_francisco_def.doc

