



## INNOVARE CON BELLEZZA: UN MODO PER RILANCIARE LA MANIFATTURA ITALIANA

DESIGN E INNOVAZIONE TECNOLOGICA: MAI SIAMO STATI COSÌ VICINI ALL'USCITA DALL'EMPASSE DELLA DISOCCUPAZIONE GIOVANILE


**Old economy a chi?** È proprio il caso di dirlo perché, dopo aver tessuto le lodi della tecnologia, oggi, a livello globale, si sta **ripensando il ruolo della manifattura**, del saper fare artigiano e del produrre. «Ripensare» che non significa «riproporre», ma innovare strutturalmente.

Il XXI secolo impone una riflessione e un cambiamento del modo di produrre valore: **Fondazione Giannino Bassetti**, la cui missione è **dare impulso alla responsabilità nell'innovazione**, si fa ispiratrice di una **nuova politica del fare** attraverso il progetto **Making in Italy - Making in USA: "Artisanship, Technology and Design. Innovating with Beauty"**, che si terrà **dall'11 al 24 giugno a San Francisco** nell'ambito dell'Anno della Cultura Italiana negli Stati Uniti.

*"Attraverso diverse modalità scelte – dibattiti, mostre, workshop – a San Francisco ci accingiamo a "mettere in scena" forme di creatività e innovazione che corrispondono all'incontro tra due civiltà: quella italiana del saper fare artigiano e quella digitale della Silicon Valley - dichiara Piero Bassetti, presidente della Fondazione. Coinvolgere "i poteri" intorno a obiettivi di bene comune è il nostro modo di interpretare la responsabilità nell'innovazione. Raramente tante istituzioni italiane di prima importanza si sono presentate insieme per un'occasione internazionale, come accade oggi a San Francisco: Regione Lombardia e Comune di Milano; le Camere di commercio; il Politecnico di Milano; la Triennale; Confartigianato; gli sponsor Deutsche Bank, Poltrona Frau Group, FIAT e Autogrill.*

*Ciascuno ha compreso di poter sostenere - con diversi gradi di responsabilità - artigianato e design come "nuove definizioni del lavoro" non in modo celebrativo, gloriandosi del passato, ma per il presente e per il futuro dei nostri giovani, che faticano a trovare opportunità e le cercano in un mondo "glocal".*

*"Ecco la ragione dell'incontro tra l'avanguardia californiana, che prima ha generato il Web e oggi usa la rete*



*per ripensare la manifattura (dal bit all'atomo); e l'avanguardia del "saper fare con bellezza", che reinventa la bottega leonardesca attraverso il connubio tra abilità artigiane e innovazioni politecniche. Il Paese – **conclude Piero Bassetti** – ha di fronte a sé una prospettiva enorme che non possiamo perdere: mettere insieme la nuova rivoluzione digitale con la sapienza artigiana del fare e del fare prodotti personalizzati. Si parla molto di disoccupazione giovanile, ma questa è una delle possibilità più concrete per rilanciare la nostra economia che ci è capitata negli ultimi 30 anni".*


La diffusione di tecnologie "nuove" ma già sperimentate, come le stampanti 3D e dei laser cut, permette **la produzione di oggetti in tempi più rapidi rispetto a quelli dei vecchi artigiani**. In passato, per riuscire a produrre un oggetto, un artigiano aveva bisogno di anni di studio del materiale (la famigerata soglia delle diecimila ore di pratica): la sua sapienza nasceva dalla capacità di combinare in oggetti fisici il design studiato da altri, di trasformare le idee in materia. Oggi le stampanti a tre dimensioni, la rivoluzione del bit che diventa atomo (informazione digitale che diventa materia) permettono a chiunque disponga di un progetto digitale di trasformarlo direttamente in prodotto.


*"Si potrebbe pensare che questa nuova rivoluzione spiazzi in modo inesorabile il saper fare artigiano italiano – **spiega Piero Bassetti**. In realtà è esattamente il contrario: quanto più questa tecnologia si affermerà, tanto più il modo di produrre e consumare aprirà per i nostri operatori opportunità enormi. Le stampanti 3D e i laser cutter sono usciti dai garages e divenuti fatto produttivo, come moderne macchine a vapore: è la prima trasformazione strutturale – relativa ai modi di fare cose – nell'epoca del Web. Produzione e consumo: da sempre i due fronti opposti dell'economia di mercato, al centro del dibattito economico e di politica industriale. Solo per fare un esempio: quante volte ci siamo chiesti se siano meglio politiche che favoriscano e accelerino la produttività e quindi l'offerta o sia meglio agire sul lato dei consumi? Ma è proprio qui la sfida che abbiamo di fronte: produzione e consumo sono sempre più convergenti".*

In effetti, **la stampa a 3D e i laser cut non sostituiscono il ruolo e l'esperienza dell'artigiano, anzi ne amplificano la conoscenza e le possibilità produttive**. In primo luogo in termini di progettazione, perché le nuove tecnologie fanno da moltiplicatore, permettendo di creare prototipi velocemente e di rendere le idee rapidamente materia. Ma poi **solo la sapienza artigiana permetterà a quell'oggetto di prendere la strada dello stile e della cura dei dettagli**, come ha espresso benissimo **Stefano Micelli** – che duetterà con Chris Anderson a San Francisco – nel suo libro *Futuro Artigiano*.

Le nuove tecnologie potranno essere utili anche in termini di produzione perché permetteranno agli artigiani locali di avere a disposizione progetti replicabili in tutte le parti del mondo, grazie a banche dati paragonabili a quello che è ormai diventato a noi familiare, il mercato delle "APP". Questi progetti standard amplificano le potenzialità dell'artigiano che potrà personalizzare gli oggetti, producendoli anche manualmente o componendo pezzi "a mano" con componenti stampati.

*"C'è un altro fronte sul quale questa rivoluzione agirà, quello del consumo – **continua Piero Bassetti**. La gente si abituerà ad avere prodotti sempre più su misura (dal Taylorismo al tailor-made), un'abitudine che rilancerà il saper fare artigiano anche per prodotti e industrie non direttamente toccate dalla rivoluzione digitale. Come spiega Chris Anderson, uno dei nostri lecturer a San Francisco, nel suo best-seller "La coda lunga", vi è molto più mercato nella personalizzazione che nella standardizzazione, vi sono molte più vendite potenziali nei prodotti personalizzati che non in quelli standardizzati. Il problema se mai è la profittabilità industriale, ma è un problema che questa nuova tecnologia sta in parte risolvendo".*





**Le opportunità che nascono da questa tecnologia sono straordinariamente adatte all'Italia:** il nostro Paese può tornare centrale a livello globale perché è riconosciuto internazionalmente come patria del bello e del saper fare; **il nostro design è da sempre invidiato e imitato perché incorpora in sé gli elementi progettuali del designer insieme alle abilità manuali, la conoscenza progettuale e tecnica, un mix che le nuove tecnologie potenziano enormemente.** La personalizzazione, la produzione in serie limitata, il prodotto che si rinnova continuamente sono gli altri elementi che rendono questa fase economica e tecnologica straordinariamente importante per il nostro Paese.

Un'innovazione che incontra la responsabilità: come aggiunge Giovanni **Lanzone** (The **Renaissance Link**): *“Le macchine che possono stare in ogni luogo e fare lo stesso prodotto (la configurazione aperta) contribuiranno in modo decisivo alla riduzione dello shipping dei prodotti inerti con un vantaggio incalcolabile per il consumo energetico e le emissioni di CO2”.*

*“Per il lavoro giovanile e la politica economica nel suo insieme si tratta di un'opportunità che non si può perdere – **conclude Piero Bassetti.** E' il treno tecnologico che passa più vicino alla fermata Italia degli ultimi trent'anni. Dobbiamo investire nell'economia della bellezza, con politiche e formazione adeguate, ma anche per sfruttare quello che rappresenta un vero e proprio vantaggio competitivo dell'Italia. Basti pensare a quanto queste nuove tecnologie possano rappresentare uno straordinario volano per l'occupazione, **rendendo attraenti le occupazioni artigianali più tradizionali perché sono oggi, finalmente e nuovamente, alla frontiera tecnologica;** occorre naturalmente essere disposti a ripensarle in modo radicale. In questo senso, Fondazione Bassetti vuole essere un **“acceleratore”** nella misura in cui promuove questi fenomeni e una sorta di **“incubatore”** nella misura in cui li sollecita e li facilita”.*

**Making in Italy - Making in USA: “Artisanship, Technology and Design. Innovating with Beauty”** è un progetto che nasce dalla collaborazione tra la Fondazione Gianni Bassetti, il Consolato Generale d'Italia e l'Istituto Italiano di Cultura a San Francisco: incontri, eventi e dibattiti tra artigiani, makers e intellettuali italiani e statunitensi, cultori del bello ed esperti di nuove tecnologie, uniti nella definizione e realizzazione dell'**economia della bellezza.**

Milano, 17 giugno 2013

fondazione\_bassetti\press\cs\_03\_san\_francisco\_termini\_def.doc

