



GABRIELE GORETTI

**DESIGN
E ARTIGIANALITÀ AVANZATA**
IL PROGETTO *CRAFTING EUROPE*.
PERCORSI ESPLORATIVI DI CO-DESIGN TRA DESIGNER
E ARTIGIANI SUPPORTATI DALLE TECNOLOGIE DIGITALI

Premesse di

ELISA GUIDI
COSTANZA MATERASSI





©

ISBN
979-12-218-0471-3

PRIMA EDIZIONE
ROMA 21 MARZO 2023

INDICE

- 7 *Premessa. Artex, mission e valore dell'innovazione nell'artigianato*
di ELISA GUIDI
- 11 *Premessa. Design e artigianato nella progettualità europea*
di COSTANZA MATERASSI
- 13 Capitolo I
Il design italiano come integrazione vincente tra cultura del progetto e alto artigianato
- 25 Capitolo II
Made in Italy, *cluster* di imprese *design-oriented* aperte alle nuove sfide tecnologiche
- 33 Capitolo III
Artigianalità, cultura del progetto e innovazione tecnologica in Italia. Punti di forza e debolezza
- 39 Capitolo IV
“Saper Fare” e mercato contemporaneo. Il caso della filiera dell’alta gamma in Italia
4.1. L’“aura” dell’oggetto artigianale, la creazione del desiderio dell’alta gamma, 42.
- 49 Capitolo V
Il supporto all’innovazione per lo sviluppo e la tutela dei saperi artigianali

53 Capitolo VI

Il progetto *Crafting Europe*

6.1. *Crafting Europe. Action plan*, 56.

59 Capitolo VII

Il programma *Crafting Europe/Italia* presso Artex

7.1. *Crafting Europe*: il ciclo di incontri *Expert Talks*, 61 – 7.1.1. Fab lab e centri di innovazione tecnologica sul territorio italiano. L'area toscana come modello di rete di innovazione, 63 – 7.1.2. Scansione 3D a supporto di processi artistici e di produzioni di alto artigianato, 66 – 7.1.3. Artigianato di alta gamma e design dell'interazione, 69 – 7.1.4. Gioielleria e componenti metallici per il comparto moda. Il supporto dato dalle tecnologie digitali e da percorsi di ricerca interdisciplinare, 71 – 7.1.5. Stampa 3D e processi artigianali della ceramica, 79 – 7.1.6. Materiali lapidei e processi di innovazione, 84 – 7.1.7. Tessile e tecnologie avanzate, tra produzioni tradizionali e innovazione, 86 – 7.2. *Crafting Europe/ Sandbox Sessions*, 91 – 7.3. *Crafting Europe/iAtelier*. Programma di progetto tra alto artigianato e design supportati dalle tecnologie digitali, 93 – 7.4. I progetti di *iAtelier/Italia* parte del network *iAtelier/Crafting Europe*, 96 – 7.4.1. *Gruppo BPS*: tessile, gioiello e alta metallurgia, product design, 96 – 7.4.2. *Gruppo Connubio*: ceramica salentina tra tecniche manuali, stampa 3D e processi design-driven, 101 – 7.4.3. *Gruppo Co.Scient*: profumazioni artigianali a diffusione interattiva e stampa a estrusione ceramica 3D, 106 – 7.4.4. *Gruppo Esopo*: intrecci artigianali e fibra ottica interattiva, 111 – 7.4.5. *Gruppo ExMateria*: stampa 3D e realtà virtuale per ceramiche artigianali ispirate al buttero etrusco, 115 – 7.4.6. *Gruppo Materia*: artigianato ceramico e design parametrico, 119 – 7.4.7. *Gruppo Corium*: decorazioni manuali su legno e sistemi laser cutting, 123 – 7.4.8. *Gruppo Mixmatch*: mosaico a terrazzo e laser cutting su superfici metalliche, 127 – 7.4.9. *Gruppo Perclay*: archivio digitale di forme 3D per prodotti ceramici artigianali per la tavola, 133.

137 Capitolo VIII

Conclusioni

8.1. L'artigiano come co-designer, per un nuovo bilanciamento nel rapporto tra designer e artigiano, 137 – 8.2. L'artigianato artistico come laboratorio-guida per l'innovazione per il design e la manifattura di alta gamma, 139 – 8.3. I distretti di alto artigianato italiani come nuovi *hub* creativi, non solo di buone pratiche manifatturiere, 140.

145 *Bibliografia di riferimento*

151 *Ringraziamenti*

PREMESSA

ARTEX, MISSION E VALORE DELL'INNOVAZIONE NELL'ARTIGIANATO

La storia di Artex come Centro per l'Artigianato Artistico e Tradizionale della Toscana è strettamente legata ai temi dell'innovazione per il settore, innovazione intesa non solo come innovazione formale, di design dell'oggetto, ma anche come innovazione di mercato e di approccio ai modelli di business, come innovazione di sistemi di riferimento e come creazione di nuove sinergie, come innovazione di sistema e, ovviamente, come innovazione tecnologica.

In estrema sintesi la mission di Artex, a livello regionale, ma anche a livello nazionale e internazionale, è — ed è sempre stata — la valorizzazione, la promozione, la tutela, l'internazionalizzazione e l'innovazione del settore artistico e tradizionale. Si mira a perseguire questi obiettivi creando nuovi percorsi, nuovi progetti, nuove idee, in costante rapporto con le evoluzioni della società, cercando di monitorare e disseminare i principali trend di consumo e non solo.

Nel perseguire gli obiettivi a sostegno dell'artigianato, Artex ha sempre cercato quindi di creare nuovi percorsi progettuali che potessero sostenere il settore innovandolo: per primi abbiamo cercato di essere innovativi, partendo da un territorio, la Toscana, che è sempre stata laboratorio di idee e di creatività per i più importanti designer e artisti nazionali e internazionali.

Tutto questo però cercando di non snaturare i valori dell'artigianato artistico, a livello locale, nazionale e internazionale. In primis il

valore economico, infatti l'Artigianato Artistico rappresenta una risorsa economica e produttiva fondamentale, un tessuto diffuso costituito da microimprese, da laboratori e da piccole e medie imprese fortemente radicati nei territori di appartenenza. Il valore culturale, perché l'Artigianato Artistico costituisce un patrimonio culturale unico che caratterizza le società nelle diverse epoche di sviluppo e le imprese artigiane sono il frutto di una tradizione artistica e produttiva secolare, depositaria di conoscenze materiali e immateriali, radicate nei territori di appartenenza e difficilmente replicabili altrove. Infine, il valore sociale, perché il settore crea interazione con i soggetti economici e sociali del territorio, con la collettività e con l'ambiente circostante, come elemento identitario di un luogo.

Altri valori attualmente vengono attribuiti all'artigianato artistico: la resilienza, la capacità cioè di resistere evolvendo senza snaturarsi, grazie anche alle forti radici culturali; la sostenibilità, in qualche modo intrinseca alla produzione artigiana ma che diventa anche obiettivo a cui tendere; l'inclusività, la capacità cioè di essere strumento di integrazione e di riscatto.

Ma l'artigianato artistico non può non essere anche aperto, al confronto, all'innovazione, alla contemporaneità, ai giovani, alle nuove sfide che una società in costante evoluzione impone. Tutto questo senza però perdere il proprio ruolo di produttore di bellezza, in senso estetico ed etico, senza rinunciare al "fatto ad arte", senza recidere le radici culturali e territoriali, trasformandole da possibile limite a sicuro punto di forza. E, ovviamente, rimanendo competitivo sui mercati di riferimento.

Obiettivo ambizioso e complesso quello dell'artigianato contemporaneo, ma anche affascinante e sfidante, che non può assolutamente prescindere dal costante rapporto con l'innovazione, intesa non soltanto da un punto di vista tecnico e tecnologico, ma anche sociale, di comunicazione, di marketing, di consumo.

Per questo motivo, ormai da alcuni anni, le attività di Artex a supporto dell'innovazione del settore si sono indirizzate alla diffusione di maggior consapevolezza e cultura in materia di innovazione presso le MPMI del settore che, oberate dal quotidiano aziendale e produttivo, spesso prestano meno attenzione alla programmazione strategica delle attività future.

A queste tematiche si aggiunge un tema fondamentale e di estrema attualità: l'impatto del COVID-19 ha impresso una brusca — e spesso drammatica — accelerazione ai progetti, di digitalizzazione in primis e di innovazione in generale, delle imprese dell'artigianato artistico e tradizionale: adesso la sfida è trasformare un'emergenza in una strategia ragionata e sistematizzata di sviluppo e rafforzamento del settore.

ELISA GUIDI

*Coordinatrice Artex, Centro per l'Artigianato
Artistico e Tradizionale della Toscana*

PREMESSA

DESIGN E ARTIGIANATO NELLA PROGETTUALITÀ EUROPEA

Co-finanziato da Europa Creativa, il progetto *Crafting Europe*, che nasce dalla necessità di sviluppare nuove attitudini nel settore dell'artigianato artistico, promuovendo l'integrazione del digitale e delle nuove tecnologie nel sistema produttivo tradizionale, ha trovato nel connubio tra design e artigianato l'espedito per la sua stessa implementazione.

Alla luce dell'obiettivo del progetto, si punta a una nuova generazione di produzioni e prodotti di artigianato artistico che rispecchino le esigenze e i cambiamenti del mercato contemporaneo, mantenendo allo stesso tempo quelli che da sempre sono i suoi punti di forza: qualità, passione, ingegno e creatività. L'integrazione del design nelle diverse azioni progettuali ha permesso di introdurre e legare gli stimoli digitali e tecnologici con i saperi tradizionali.

Punto di forza di *Crafting Europe* è stato il lavoro sinergico di nove organizzazioni specializzate nel settore dell'artigianato artistico e situate in Irlanda, Italia, Spagna, Portogallo, Regno Unito, Olanda, Georgia e Ucraina. La dimensione europea dell'azione progettuale ha evidenziato diversi approcci declinati secondo le specifiche esigenze e necessità di ogni realtà territoriale, comprese le risposte resilienti alla pandemia di Covid-19 che hanno portato ad una accelerazione della dimensione collaborativa in formato digitale. Per l'Italia è stato Artex, Centro per l'Artigianato Artistico e Tradizionale della Toscana, il partner del progetto e il responsabile della comunicazione, nonché dell'implementazione

delle azioni sul territorio nazionale, le quali appunto si sono svolte principalmente online, mettendo in contatto artigiani e designer da tutta Italia.

Con l'obiettivo primario di promuovere e sostenere tutte le espressioni dell'artigianato artistico e tradizionale, e da sempre attivo nella cooperazione internazionale per la definizione e la promozione europea del settore, nel 2008 Artex ha dato vita alla Carta Internazionale dell'Artigianato Artistico, grazie alla collaborazione con Ateliers d'Art de France, CNA Nazionale e Confartigianato Imprese Nazionale, e che vanta oggi più di 60 firmatari in giro per l'Europa.

Crafting Europe, letteralmente "costruendo l'Europa", è l'esempio virtuoso di queste sinergie e di impulsi creativi provenienti da ogni paese UE, espressioni del settore dell'artigianato artistico: dai *maker* del Nord-Europa agli artigiani della tradizione, dai designer neolaureati a professionisti consolidati e operatori di settore. Grazie al programma di *iAtelier* il progetto ha sviluppato opportunità di *networking*, collaborazione e innovazione coinvolgendo artigiani e designer, ed è stata proprio questa relazione che ha permesso di integrare le suggestioni tecnologiche e digitali nello sviluppo dei prototipi.

La progettazione europea, dunque, si pone quale asset importante, per non dire fondamentale, in grado di attivare e supportare quei processi di scambio, collaborazione e confronto tra figure diverse del settore creativo, e che in questo caso ha visto i designer farsi promotori dell'innovazione di prodotti e processi nella filiera dell'artigianato.

COSTANZA MATERASSI
Artex

CAPITOLO I

IL DESIGN ITALIANO COME INTEGRAZIONE VINCENTE TRA CULTURA DEL PROGETTO E ALTO ARTIGIANATO

La storia del design occidentale sin dalla rivoluzione industriale inglese ha visto processi dialettici tra produzioni seriali e artigianali, le prime meno caratterizzate e anonime, le seconde di maggior valore artistico–decorativo.

I progetti di Peter Behrens per AEG mostrano un significativo punto di svolta nel rapporto di queste due anime del progetto. Nell’ambito del movimento *Deutsche Werkbund* nei primi decenni del 900, si puntava infatti a coniugare una produzione seriale e altamente funzionale propria dell’industria pesante tedesca con nuovi percorsi di ricerca formale di stampo artistico (De Fusco, 2002).

I circoli degli industriali e i congressi svolti in questo ambito nei primi vent’anni del secolo puntarono a sviluppare linee guida e processi di integrazione della figura dell’artista o dell’artigiano–artista nella filiera di produzione. Le nuove forme proposte dal *Werkbund* tedesco hanno rappresentato un vero punto di svolta nella definizione di estetiche emergenti che, unendo saperi artigianali e artistici propri della tradizione middle–europea a tecniche di produzione industriali, puntassero a estrarre la “struttura profonda” degli oggetti del quotidiano. Ne nascono oggetti seriali e funzionali con una indiscussa identità formale.

Il Bauhaus negli anni Venti e Trenta del Novecento ha ulteriormente fortificato questo rapporto dialettico. La cultura e l’approccio

laboratoriale del movimento include fortemente il ruolo dell'artigianato nei processi di design. I laboratori tematici sviluppati dalla Scuola di Weimar rivolti a differenti materiali e diverse aree manifatturiere indicano proprio l'importanza delle pratiche artigianali e artistiche nei processi di progettazione del prodotto. Si punta a superare la distinzione tra arte, artigianato e produzione industriale con l'elaborazione di linguaggi nuovi, attraverso l'interazione tra esperienza artistica e progresso tecnologico. Si propone una nuova concezione dell'oggetto, la cui bellezza non coincide più con la ricchezza decorativa del pezzo artigianale, ma con una purezza geometrico-lineare strettamente legata all'efficacia funzionale e all'economicità produttiva. È in tale obiettivo che si va a definire la figura del designer; il Bauhaus in sostanza cerca una mediazione culturale con l'industria, formando delle nuove figure professionali, in grado di progettare oggetti adatti per la produzione seriale che avessero un giusto rapporto tra forma e funzione (Follesa, 2016).

Sulla base di questi processi di sintesi formale e funzionale nasce il concetto e termine "design" che tutt'oggi usiamo, dalla semplificazione dell'espressione inglese "industrial design". Si delinea, inoltre, una nuova figura professionale dedicata alla progettazione di oggetti producibili industrialmente, in modo seriale, ma che includono elementi di ricerca e creatività sia dal punto di vista morfologico del prodotto che dei valori intangibili racchiusi nell'artefatto.

Alla luce di questa nuova integrazione tra studi formali e produzione seriale cresce un'esigenza di rinnovamento che investe l'intera società secondo un'idea di modernità che pervade la prima metà del 900. Si ricerca un nuovo linguaggio libero dai condizionamenti del mondo classico, che rappresenti al meglio i valori del nuovo assetto sociale. I nuovi compiti dei progettisti spaziano dai tentativi di utilizzare metodi della produzione industriale di serie al fine di migliorare gli aspetti del sociale e degli spazi collettivi, allo studio dell'articolazione degli spazi interni delle residenze borghesi fino ai nuovi concetti di arredo e complementi di arredo.

Come il socialismo mette in discussione la rigida suddivisione in classi sociali, così gli architetti (e designer) del rinnovamento del primo

900 non sono più disposti ad accettare prodotti ed edifici riccamente decorati e gli ordini classici. Adolf Loos, architetto e primo teorico del Movimento Moderno, definisce gli edifici classici «case con la parucca e le culottes» e arriva ad affermare che «l'ornamento è un delitto» (Coppa, 2013).

Per quanto riguarda il contesto italiano, si evidenzia un certo ritardo dell'arrivo del movimento moderno e della nuova cultura del progetto nella Penisola, perché la condizione geografica e politica era frammentata e il Paese si presentava ancora agricolo e decisamente arretrato in gran parte del suo territorio (De Fusco, 2002).

Il 1936 fu l'anno della VI Triennale di Milano, presso il nuovo Palazzo dell'Arte presso il Parco Sempione. In questa occasione l'estetica razionalista si estende dall'architettura al campo dell'arredo diventando "stile" (Terraroli, 2008). L'arredo cominciò anche a diventare un artefatto proiettato verso la produzione in serie, tema che verrà affrontato in modo diretto nella VII Triennale di Milano. Nel decennio tra il 1930 e il 1940 il mobile in tubo cromato curvato venne assunto quale immagine di rinnovamento anche degli ambienti domestici.

Tuttavia, la produzione di mobili in metallo rimase circoscritta a pochi esempi d'autore a causa, principalmente, del costo di realizzazione, che era il doppio rispetto ai mobili in legno. Nel 1937 fu vietato l'impiego di materiali lignei, si diffuse quindi l'utilizzo di leghe in alluminio più facilmente reperibili. Il mobile in tubo di acciaio rimaneva comunque utilizzato per edifici pubblici come scuole e ospedali, a cui si aggiungono il settore degli uffici pubblici e le Case del Fascio, come quella progettata a Como nel 1935-36 da Giuseppe Terragni.

D'altro canto, le scelte autarchiche del regime fascista supportano lo sviluppo e l'applicazione di materiali e tecniche produttive che utilizzassero risorse locali, culture materiali e spesso funzionali all'industria bellica. In periodo fascista si guardò inoltre con interesse al patrimonio etnografico di alcune regioni italiane e alla valorizzazione dell'artigianato tradizionale e delle risorse locali, integrandoli ai nuovi processi propri del Movimento Moderno proveniente dai paesi d'oltralpe. Esiste quindi fin dal ventennio fascista un "doppio binario" di sviluppo della

cultura del progetto italiana che se da un lato si ispira allo stile moderno dall'altra coltiva il saper fare e l'immaginario dell'artigianato.

Si può affermare quindi che la cultura progettuale italiana abbia comunque sempre risentito dell'influenza del saper fare artigiano, che ha accompagnato la produzione industriale sin dalle prime stagioni del design.

L'Italian style deve la sua forma soprattutto a quella “terza forza produttiva”, a metà strada tra artigianato e industria, che ha trovato il suo campo d'azione specialmente nel settore dell'arredo. [...] Tale modalità di produzione, pur essendo animata da un costante orientamento verso la serialità, ne ha tuttavia trasformato il concetto grazie ai mezzi di lavorazione di cui si serve: macchine utensili più complesse degli attrezzi artigianali, ma meno costose e vincolanti dei macchinari della grande industria. (D'Amato, 2005)

L'industria italiana del secondo dopoguerra si è infatti sviluppata attraverso macchinari semi-industriali per la produzione di piccole collezioni di prodotti, a volte molto differenziati tra loro. Il rapporto biunivoco tra processo creativo e processo di produzione rappresenta il cuore del progetto e delle scelte morfologiche di prodotto. Questo modello flessibile e dialettico porta a distinguere il design italiano nello scenario europeo per grado libertà della produzione seriale e, soprattutto, per la spiccata disponibilità di molti industriali nell'accogliere le proposte del designer.

Nel diffondersi delle conoscenze e nell'avanzare delle tecnologie le culture materiali hanno continuato a mantenere un proprio ruolo nelle dinamiche produttive, integrandosi con l'innovazione tecnologica e trovando sempre nuove vie di progetto frutto di questa sinergia.

In questo connubio tra progresso e tradizione, il design ha assunto un ruolo centrale e di “pilota visionario” (Zurlo, 2012), contaminando i territori dell'artigianato, talvolta utilizzandolo come territorio di sperimentazione progettuale, talvolta, chiamato in soccorso dello stesso per il proprio bagaglio di competenze e progettualità, proponendo specifiche strategie di innovazione. Una contaminazione che ha necessariamente comportato una stretta sinergia con la sintesi pensiero/azione che da sempre caratterizza le culture tramandate tacitamente (Follesa, 2016).

È in questa fase che si manifesta un passaggio fondamentale nel tentativo di definire un primo “approccio italiano”, che presenta una connessione tra i processi industriali *in nuce* e una grande tradizione artigianale ben più radicata rispetto a quella di altri paesi europei e soprattutto erede di una prestigiosa cultura artistica.

Mollino, il più antindustriale dei designer della prima generazione, costituisce il primo vero esempio di contaminazione tra arte, artigianato e design. L'utilizzo di tecniche artigianali (Mollino frequenta in maniera diretta e continuativa il contesto produttivo dell'alto artigianato torinese) per oggetti a tiratura limitata, prefigura un territorio di sperimentazione che caratterizzerà fortemente il design italiano nei decenni successivi. Ampliando lo sguardo all'intero campo delle arti decorative, nel periodo che va dalla Prima alla Seconda Guerra Mondiale

si recuperano forme e modalità dalla tradizione artigianale regionale più connotata specie in ambito ceramico. Si pensi allo sviluppo, specialmente negli anni Trenta e Quaranta, della ceramica sarda, tra Altara, Melis e Fancello, celebrata in riviste come “Domus” e “Stile”, e della ceramica di Vietri, in particolare nella produzione di Guido Gambone, ma anche della ceramica veneta, dei tessuti toscani, dei mobili intagliati alpini, dei vetri muranesi. (Terraroli, 2008)

Anche se nella fase di ricostruzione postbellica, nell'esplosione dell'industria, si delinea una apparente crisi dell'artigianato e il distacco delle produzioni dai territori, in molte aree permangono forti tradizioni del saper fare locale con una resistenza delle produzioni e un tentativo di rinnovamento dei linguaggi ispirati sempre più dallo stile moderno e dai nuovi stili di vita. Ne sono un esempio le opere di molti designer in collaborazione con piccole e medie imprese che porteranno allo sviluppo di un nuovo artigianato. Operazioni che hanno portato all'attuale assetto della filiera dell'alta manifattura fortemente legata agli stili e alle tendenze attuali e spesso parte della *supply-chain* di importanti brand contemporanei, ma ancora fortemente radicata a saperi locali e *genius loci*.

Un esempio di questo connubio tra stile moderno e qualità artigianale è sicuramente espresso dai nuovi marchi del panorama italiano emersi

negli anni della ricostruzione. Una nuova classe borghese, che ambiva allo stile nuovo e frutto di contaminazioni internazionali, diviene il segmento di mercato ottimale per lo sviluppo di nuovi equilibri tra moderno e qualità del prodotto, frutto della sinergia tra produzioni seriali e alto artigianato.

Ne è un esempio il marchio Azucena⁽¹⁾ fondato nel 1947 da Luigi Caccia Dominioni, Ignazio Gardella e Corrado Corradi Dell'Acqua. Il marchio Azucena da sempre si è distinto per collezioni che uniscono eleganza formale, estetica pura e nitida e un'altissima manifattura. Mario Zanuso progetta per Cassina⁽²⁾ arredi dalle forme inconsuete che da un lato si ispirano alla ricerca formale propria del comparto automobilistico, dall'altra sposano appieno cura del dettaglio e preziosità delle lavorazioni artigianali. Ulteriore esempio di questa integrazione tra industriale e manuale è sicuramente rappresentato dagli arredi di Flexform⁽³⁾, che presentano geometrie ispirate al Bauhaus ma realizzate con materiali e finiture proprie della cura artigianale.

Il design italiano, nella sua evoluzione non di presenta quindi come un movimento coerente ma come un insieme di stili, esplorazioni e soluzioni formali fortemente orientate al tema *lifestyle*, che ne fa un fenomeno progettuale ipertrofico (De Fusco, 2002).

Gli anni dell'affermazione economica italiana a livello internazionale vedono l'emergere di prodotti icona del nuovo stile di vita delle famiglie. Dall'ispirazione allo stile moderno si passa alla sperimentazione di forme nuove, inconsuete, spesso ironiche e irriverenti. Resta nelle produzioni il legame progetto–processo produttivo e, nel settore arredo e complemento d'arredo, resta forte il coinvolgimento di processi di alto artigianato.

La poltrona Joe di Poltronova⁽⁴⁾ di De Pas, D'Urbino, Lomazzi è una ampia e confortevole poltrona a forma di gigantesco guanto da baseball, montata su ruote invisibili. Con questo progetto i designer, ispirandosi alla poetica della Pop Art, materializzavano la loro ammirazione per il mitico campione del baseball americano Joe DiMaggio. Con

(1) <https://www.azucena.it>.

(2) <https://www.cassina.com>.

(3) <https://www.flexform.it>.

(4) <https://www.poltronova.it/it/joe/>.

un “coraggioso” cambio di scala si trasforma un guanto da baseball in un’accogliente poltrona, introducendo nell’ambiente domestico figurezioni iperrealistiche, appartenenti al mondo dell’arte. I contenuti ludici, irriverenti e visionari si uniscono alle pratiche materiali dell’artigianato. La realizzazione in pelle cucita a mano e l’imbottito del prodotto sono frutto di saper fare del territorio toscano. Questo fenomeno post-moderno che si afferma negli anni ’70 del ’900 conferisce al design italiano e alle produzioni ad esso associate un’identità *g-local*, locale e globale, rispettosa dei processi del saper fare e aperta al contemporaneo, che ritroviamo ancora oggi nei distretti produttivi dei territori.

Il movimento postmoderno del design italiano trova la sua massima espressione con l’affermarsi dello studio Alchimia⁽⁵⁾, fondato nel 1976 grazie ad Adriana e Alessandro Guerriero e a cui prendono parte Ettore Sottsass, Alessandro Mendini, Lapo Binazzi, Franco Raggi e Michele De Lucchi.

Un altro caso di studio fondamentale per la storia del design italiano è stato il Gruppo Memphis⁽⁶⁾, fondato da Ettore Sottsass nel 1981, a cui aderiscono Matteo Thun, Michele De Lucchi, Andrea Branzi, Marco Zanini, Aldo Cibic, George Sowden e Natalie Du Pasquier, affiancati da architetti come Hans Hollein, Arata Isozaki e Michael Graves.

Si assiste all’affermazione del lato “mediatico”, irriverente, a volte “stravagante” del design che affronta attraverso continue sperimentazioni in relazione con il processo produttivo le tematiche artistiche e degli stili di vita del contemporaneo, in continuità con l’immaginario moda e visual dominante. Ne nascono prodotti iconici che resteranno nell’immaginario del design mondiale come la libreria Carlton nata dalla collaborazione tra il gruppo Memphis e aziende emergenti come Abet laminati⁽⁷⁾. In questo contesto di sinergia creativa, nella dicotomia tra legami con i territori e saper fare e aperture ai linguaggi del contemporaneo, si delinea il “paesaggio” del design attuale.

L’avvento delle tecnologie digitali ha progressivamente influenzato la cultura del progetto italiana sia dal punto di vista produttivo che nel

(5) <https://atelialchimia.com>.

(6) <https://www.memphis-milano.com>.

(7) <https://abetlaminati.com/storia-e-designer/>.



Figura 1. De Pas, D'Urbino, Lomazzi, *Poltrona Joe*, Centro Studi Poltronova. Foto: Pietro Savorelli.



Figura 2. De Pas, D'Urbino, Lomazzi, *Poltrona Joe*, dettaglio. Centro Studi Poltronova. Foto: Pietro Savorelli.