

IL SALONE E L'OCCHIO DEL CICLONE

La crisi economico-finanziaria è paragonabile a un ciclone che trasformerà i paradigmi socio-culturali spingendo verso l'esplosione definitiva di modelli di comunicazione e di consumo come li abbiamo finora conosciuti

Tutti guardiamo al ciclone come qualcosa di inevitabile che ci sovrasta, ne siamo giustamente spaventati, ci chiediamo quando passerà e quante vittime lascerà sul terreno. Tutti pensano al ciclone. Pochi riflettono sul suo occhio. L'occhio del ciclone della crisi può invece produrre il miracolo: proponendo un nuovo punto di vista, che renda finalmente possibile una visione integrale sul mondo e un pensiero lungo sul senso della nostra esistenza. Le basi per un nuovo Rinascimento, di cui abbiamo parlato a lungo su questa testata qualche mese fa....

Il Salone del 2009 deve quindi interpretare l'innovazione possibile con l'occhio del ciclone. Come una comunità di destino che riparte dalle persone e dalla voglia di rielaborare la crisi. Una piattaforma-laboratorio che mescola discipline per sperimentare nuovi modelli di business e – soprattutto – nuove qualità di vita. Mai da soli, sempre in relazione: affrontando la fatica del progetto interdisciplinare. Il Rinascimento inventò la prospettiva: la prospettiva di oggi è il link, un nuovo tipo di legame che apre al rinnovamento. The Renaissance Link: come il nome della nuova Associazione che abbiamo presentato il 27 marzo a Milano e che con il suo Manifesto (vedi box) indica le nuove direzioni per le imprese.

L'occhio del ciclone propone nuovi sguardi, nuovi punti di vista, e il mondo del mobile e del design dovrà cercare di incarnarli, di metterli in pratica: con le persone e con le imprese che vorranno condividere questa avventura.

In Italia - lavorando sui nostri talenti e sulle nostre qualità, valorizzando in modo nuovo la forza del made in Italy. All'estero - andando alla ricerca di altri rinascimenti nel mondo: dalle energie pulite di Silicon Valley, alle visioni indiane sul micro-credito, dalle meraviglie del web 2.0 che ha portato Obama alla Casa Bianca, fino al rinascimento possibile delle città attraverso i festival culturali. Abbiamo due anni di tempo: non di più. Tutto si gioca nella capacità di un occhio di immaginare nuovi sguardi.

In realtà le analisi del Future Concept Lab dimostrano da anni lo spazio per una visione Neo-Rinascimentale delle professioni e del mercato: un rilancio dei valori umanisti, una rigenerazione della ricerca scientifica e tecnologica intorno a un nucleo forte di valori creativi che arriva dalla tradizione umana e sociale, una centralità del design all'italiana – inteso come processo intuitivo produttore di qualità -, la definizione di strategie di lungo termine per il miglioramento immediato della qualità della vita e del suo gusto quotidiano. Il mondo del mobile e del design incarnano da sempre questa tradizione, come dimostra la bella mostra curata da Branzi al Museo del Design della Triennale su questi temi e che propone il titolo emblematico: Serie Fuori Serie.

La reazione più intelligente alla crisi in atto prevede allora di porre l'Italia e la sua tradizione rinascimentale, al centro di una nuova visione strategica che concilia la qualità dei prodotti, del management e della vita quotidiana,

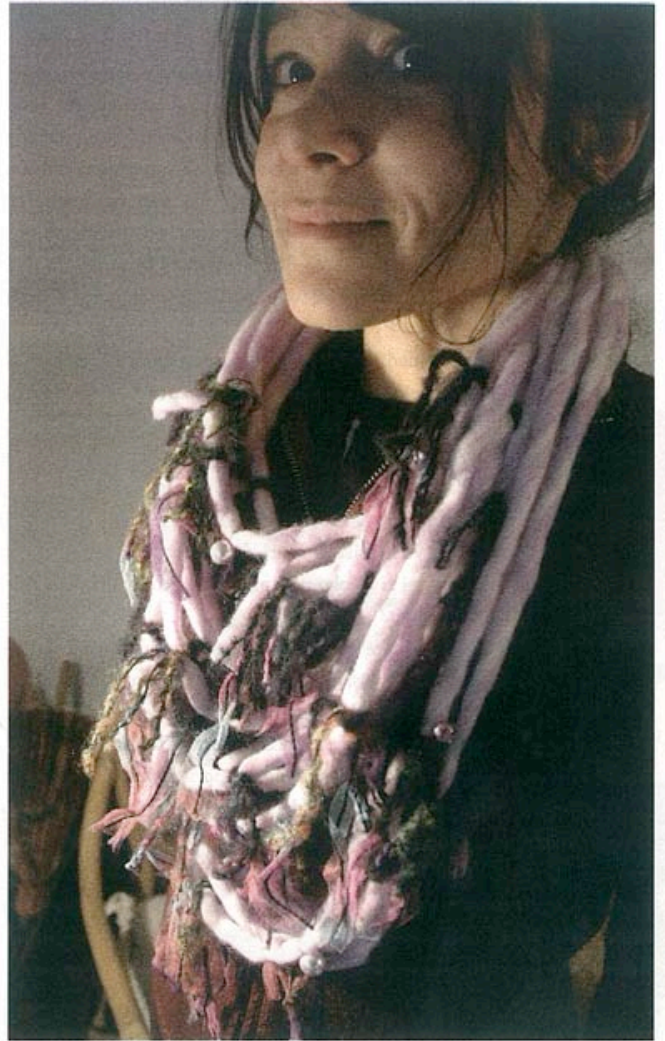


Milano. Dettaglio di una sciarpa che descrive
il senso estetico italiano.

secondo una pratica interdisciplinare, innovativa e umanistica, allontanando il fantasma dei valori cinici ed economico-centrici proposti dal capitalismo e dalla finanza globale che stanno ormai fallendo in tutto il mondo.

Come ci spiega l'ultimo rapporto Censis il modello di sviluppo italiano si distingue da quello anglo-sassone (che negli ultimi mesi è entrato in crisi), e più in particolare si basa:

- sul primato dell'economia reale, invece che sulle ambizioni e sulle ambiguità dell'economia finanziaria
- sul primato dell'attività manifatturiera e della sua modernità in termini di innovazione di prodotto e di processo
- sul primato della piccola impresa, ormai così ramificata e diffusa nelle varie nicchie di mercato mondiale da essere diventata imprescindibile fattore dei quotidiani processi di globalizzazione
- sul primato del familismo economico e dei processi con cui esso si impegna nell'aggiustamento dei consumi, risparmi e investimenti
- sul primato del territorio, dove la qualità comunitaria permette un valore aggiunto "locale" come fattore competitivo e come soggetto dello sviluppo anche internazionale (siamo il Paese dei distretti)
- sul primato della diffusione capillare delle banche che mantengono "sportelli di osmosi" quotidiana con le famiglie, le imprese, il territorio.



// L'occhio del ciclone propone
nuovi sguardi, nuovi punti di vista,
e il mondo del mobile e del design
dovrà cercare di incarnarli, di
metterli in pratica: con le persone
e con le imprese che vorranno
condividere questa avventura. //

Eppure non basta avere una reazione puramente adattiva, ma bisogna costruire una visione strategica, di lungo periodo, nella quale l'innovazione non sia fondata solo sull'ingegno, ma anche sul respiro globale. È necessario rafforzare i tratti originali del modello italiano e da essi lanciare una visione rinnovata, ancorata all'individualità creativa, alla regolazione soggettiva delle relazioni sociali, alla forza economica della famiglia, all'importanza della casa, all'iniziativa imprenditoriale piccola e sommersa, alla coesione comunitaria, all'importanza del territorio e delle sue dimensioni anche istituzionali.

In questo rilancio che definiamo Terzo Rinascimento, l'incontro tra forma e funzione, tra design e produzione virtuosa costituisce un punto di importanza strategica.

Altre sono invece le sfide inedite: filosofia della lunga durata e impasto rinnovato tra storia e invenzione, design e produzione, per dare spazio a percorsi originali di crescita.

Possiamo quindi affermare che attraverso una lettura attenta delle tendenze e degli scenari della nuova domesticità che il Salone dovrà proporre, è possibile immaginare una nuova interpretazione del mondo, che avvicini aspetti di visionarietà e virtuosismo tipici dell'arte ai più semplici comportamenti quotidiani a cui si rivolgono i produttori coinvolti nella filiera dell'arredamento e del design.

Si tratterà quindi di trasformare l'arte di vivere nel quotidiano e il virtuosismo creativo in una capacità di visione che garantisca una nuova qualità della vita, mantenendo sullo sfondo la competenza del Made in Italy. Di creare e implementare azioni per sostenere la piccola imprenditoria e la creatività della piccola e media industria, raccogliendo memorie e tramandando pratiche esemplari. Di rilanciare le tradizioni del virtuosismo artigianale tipico del Made in Italy, creando opportunità di trasferimento generazionale per una conoscenza che rischia di scomparire, connettendo la competenza millenaria con le tecnologie più avanzate. **Francesco Morace**



Un dettaglio prestigioso della sede di Missaglia, storico negozio di Milano rivolto all'universo domestico.

Il Manifesto dell'Associazione The Renaissance Link



<http://www.therenaissancelink.com/>

1. Riunificare esperienza etica e valore economico attraverso l'estetica. Sperimentare la cura e il gusto nella ridefinizione dell'esperienza, che nasce dall'incontro tra la cultura e la capacità di creazione, tra la sensibilità e la bellezza.
2. Rimettere al centro la cultura del fare, l'esperienza delle Arti e dei Mestieri, l'apprendistato della Bottega Rinascimentale, dando nuova dignità e prestigio al saper fare, conciliando innovazione tecnologica e tradizione artigianale. Prendere a modello dal Rinascimento la sua capacità di integrazione dei saperi, di sviluppo e irradiazione.
3. Puntare sull'alleanza tra progetto imprenditoriale, qualità territoriale e talento artistico. Ridefinire l'impresa come elemento strutturale per costruire un nuovo modello sociale, un territorio vivo, una visione politica.
4. Considerare la città come un laboratorio aperto di incontri ed esperienze culturali, formative, interdisciplinari, in cui le imprese illuminate tornino a giocare un ruolo decisivo nell'organizzazione sociale e nell'espressione del talento.
5. Comprendere quanto l'apprendimento, il progetto, la trasmissione contagiosa del sapere possano diventare una esperienza felice ed entusiasmante se collegate all'uso competente delle nuove tecnologie.
6. Definire una convergenza tra nuove frontiere del Web, capitalismo responsabile e visione rinascimentale. Incoraggiare modelli operativi basati sul riconoscimento del valore più che sul profitto, sulla co-creazione più che sulla gerarchia, sulla sfida più che sulla stabilità.
7. Valorizzare e comprendere il potenziale del design thinking come motore propulsivo dell'innovazione nell'impresa e nella società.
8. Enfatizzare i valori umanistici nell'evoluzione delle organizzazioni verso le reti. La condivisione e il progetto diventano rilevanti per affrontare il delicato tema di "come si impara ad imparare".
9. Raccogliere le esperienze che nel mondo sono state sviluppate sui temi della creatività imprenditoriale e della crescita collettiva, rilanciandone le potenzialità rinascimentali al di là della loro valenza locale, per costruire su questi temi un movimento internazionale.
10. Agire da grande collettore e catalizzatore di proposte, progetti, persone ed energie che sentono di essere in sintonia con questi temi per dare all'Italia, all'Europa e al mondo nuove prospettive di sviluppo e concrete energie per la crescita.