

TREASURE GARDEN, STUDIO CITTERIO VIEL

Nel 7° distretto di Taichung, a Taiwan, svetta Treasure Garden, il grattacielo residenziale appena completato e firmato dallo studio degli architetti Antonio Citterio e Patricia Viel. L'edificio è un villaggio verticale, dove spazi privati e spazi comuni si armonizzano grazie a un unico grande leitmotiv sia formale che di concetto, distillato dalla tradizione milanese dei grandi architetti, primo fra tutti Gio Ponti, a cui è reso esplicito omaggio. La losanga si fa qui, da semplice decorazione a struttura e proporzione, ritmo e scansione spaziale. Il progetto dell'intero edificio nasce infatti dalla facciata e da questo elemento ricorrente, simmetrico e ripetuto, che la caratterizza. Interni ed esterni dell'edificio sono ricamati da rombi di pietra, vetro e metallo, che disegnano un reticolo geometrico e delimitano, con discrezione e raffinatezza, ambienti quasi modernisti, funzionali e poetici allo stesso tempo.

Le meraviglie del DESIGN THINKING

di
Linda Gobbi - Future Concept Lab

Si tratta di un processo che mette al centro il fattore umano oltre a rafforzare le aziende sui mercati interno ed estero

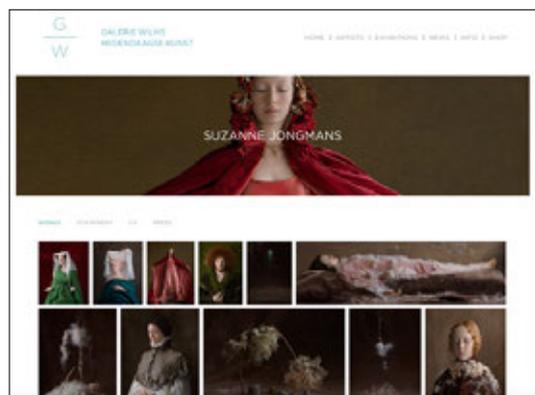
È da alcuni anni che sentiamo parlare diffusamente di design thinking: un modo diverso, creativo, progettuale, di affrontare il grande tema dell'innovazione e delle nuove frontiere della crescita e dello sviluppo. Più che di un risultato -un nuovo oggetto o prodotto- si tratta di un processo creativo, quello suggerito dal verbo to design, che significa mettere a fuoco un problema, individuando, creativamente, azioni e soluzioni -come indica la parola thinking- con benefici incrementali per le persone. Il design thinking è quindi un processo che mette al centro anche il fattore umano: quello dei cittadini, e i loro bisogni, e quello dei creativi con la loro capacità di ideare e sviluppare soluzioni. Le potenzialità di tale processo creativo interessano non solo il mondo del design, della grafica, delle arti, ma qualsiasi ambito, dal marketing all'economia e alla vita di tutti i giorni, definendo innovazioni che integrano estetica ed etica, forma e funzione, utile e dilettevole, campi espressivi del consumo fino a qualche tempo fa decisamente contrapposti. Alessandro Mendini, che ci ha lasciato

il 18 febbraio scorso, ricordato come un creativo a tutto tondo, capace di proporre un mondo di oggetti dotati di contenuti emozionali e spirituali, di vocazione al sogno, nel suo lavoro metteva sempre l'uomo, inteso come "corpo, psiche e spirito", al centro del progetto: partiva dalla persona per arrivare alla definizione degli oggetti e degli spazi. Attraverso il design, e grazie ai protagonisti che hanno reso grande e forte il Made in Italy, è possibile dunque costruire e ricostruire i pensieri, i bisogni, i desideri, gli orientamenti del gusto che attraversano la società. Ma il design è soprattutto innovazione e l'innovazione di design thinking (che riguarda l'intera filiera dei processi, produttivi e distributivi ad esempio) rafforza le aziende sia sul mercato interno, sia sui mercati esteri, come descritto nel Rapporto Istat 2019 sulla competitività dei settori produttivi italiani, che classifica le imprese in quattro gruppi. Tra le vincenti (migliori performance di crescita del fatturato), che rappresentano il 24,3% del totale delle imprese, troviamo il settore del mobile, emblema del Made in Italy e capace



ZOOM DI FABIO NOVEMBRE PER LEA CERAMICHE

Presentata in occasione del Fuori Salone, Milano 2019, la collezione Zoom di Fabio Novembre incarna il concetto di reinterpretazione organica di una materia, come il cemento, in modo semplice, ma efficace. Zoom è una nuova linea di superfici ceramiche che arricchiscono e ampliano l'offerta della collezione Concreto, lanciata lo scorso anno da Lea Ceramiche. L'ispirazione, dichiarata dallo stesso Novembre, è arrivata dalla chimica: "Una scienza esatta che permette di comprendere i dati più intimi degli elementi. È come se la materia possedesse al suo interno una carta d'identità, dei codici naturali che la inquadrano e la caratterizzano. Questa struttura molecolare, invisibile per l'occhio umano, solitamente nega un rapporto più intimo con il materiale stesso. Zoom diventa un artificio che consente di penetrare la natura del cemento e delle sue componenti organiche, che attraverso il progetto diventano decoro, come se un potente microscopio permettesse di analizzare le imprevedibili geometrie della natura".



MIND OVER MATTER DI SUZANNE JONGMANS

Suzanne Jongmans è un'artista interdisciplinare olandese, di formazione teatrale e tessile, che nel tempo si è appassionata alla ricerca sui materiali, sulla scultura e sulla fotografia. Con il progetto Mind over Matter dispiega la sua passione per le materie, soprattutto quelle di scarto, che hanno trovato una straordinaria seconda vita attraverso un progetto di riciclo creativo che unisce manualità e immaginazione. Così pluriball, polistirolo, gommapiuma e pellicola

sono utilizzati dall'artista per la creazione di elaborati costumi rinascimentali, che poi lei stessa fotografa e incornicia come veri e propri capolavori fiamminghi. Il progetto propone un originale punto di vista sull'uso dei materiali e sul loro valore. L'intento è quello di evidenziare le contraddizioni del consumismo attraverso la connessione fra i materiali di scarto e l'estetica elaborata fatta di sete e materiali pregiati, tipici del periodo rinascimentale.

di convocare al Salone del Mobile di Milano espositori e visitatori da tutto il mondo (nel 2018 dei 1.853 espositori il 28% erano esteri; dei 435.065 visitatori, il 68% provenivano dall'estero - Fonte Cfi, Confindustria). Investire sulla creatività, nei più diversi settori e ambiti, permette così di arricchire anche l'immaginario dell'Italia, un riverbero positivo che ci arriva da aziende piccole, medie o molto grandi, come Barilla, che dal

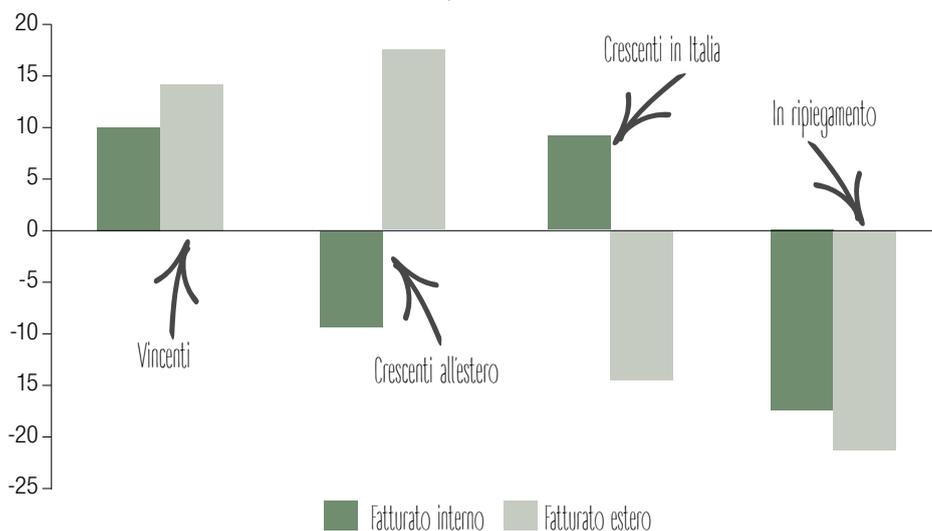
2016 ha creato al proprio interno l'Area Design Thinking, con un team di lavoro composito tra figure interne ed esterne all'azienda, per rispondere a nuovi bisogni, a sfide di processo o alla necessità di ottimizzare un prodotto o un servizio.

Un altro esempio di marca vincente, in termini di reputazione e non solo nelle gare, è Ferrari, che nel 2019 conquista la posizione di testa nella classifica mondiale

che misura i marchi più forti al mondo, a cura di Brand Finance. Un risultato reso possibile grazie all'annuncio di grandi investimenti per realizzare anche le prime Ferrari ibride: la prima di queste del 2019 è in serie limitata, ma rappresenta l'occasione per sperimentare le tecnologie che, in futuro, potranno essere applicate alla gamma. Un intero mondo del consumo -che contiene persone e oggetti, luoghi, prodotti e passioni all'insegna

VARIAZIONE DEL FATTURATO INTERNO ED ESTERO PER CLASSI DI PERFORMANCE INTERNA ED ESTERA DELLE IMPRESE MANIFATTURIERE

(mediana; valori percentuali; 2017-2018)



Fonte: elaborazione su dati Istat

di una creatività estetica sempre più marcata- in questi ultimi anni, per un processo suggerito dal design thinking, ha così sostenuto anche una maggiore consapevolezza verso la sostenibilità e la cura delle risorse, chiave di svolta per consumatori più maturi e per imprenditori visionari che plasmano i propri prodotti ridefinendone il senso e connotandoli, anche culturalmente, di una nuova postura ecologica; tutto ciò li rende differenti (e appetibili all'estero), rafforzando così la competitività dei loro brand.

Tutto questo significa che l'umano -aziende e cittadini- ha la grande responsabilità di immaginare il futuro e non solo di vivere il presente: si può progettare un domani di crescita e sviluppo, e perfino rileggere il passato, sulla base della nostra capacità di disegnarlo. Il design thinking diventa

così uno stile di pensiero che, anche nei percorsi del consumo, alimenta e gratifica la figura del ConsumAutore, cioè la persona oramai autore (creativo) dei propri palinsesti di acquisto, che non assorbe acriticamente immagini o suggestioni della comunicazione o degli influencer, ma elabora criticamente gusti e stili sempre più personali, seguendo percorsi, processi, vere e proprie avventure del pensiero con le proprie mappe mentali.

Le mappe -e in particolare quelle delle menti creative- più che a raggiungere una destinazione servono a rappresentare il mondo come qualcosa di bello e avventuroso. Se la bussola fosse semplicemente sostituita dagli algoritmi o dai soli (sebbene potenti) big data, e, allo stesso tempo, si rinunciasse al design thinking (cioè a disegnare le mappe), si finirebbe per perdere il senso tutto umano dell'orientamento, il gusto della

rappresentazione, gli effetti differenzianti di ogni meta e, nel raggiungerla, la possibilità di trovare anche degli amici. Rinunciare alla progettazione del pensiero significa, cioè, rinunciare al costruito più umano del nostro esistere e abitare il mondo. Il Tour 2019 del Festival della Crescita affronterà questo tema, quello della cultura del progetto, in diverse tappe: Milano, Torino, Napoli e Firenze. Future Concept Lab coinvolgerà imprenditori come Alberto Alessi e Andrea Illy, docenti come Elisabetta Cianfanelli (disegno industriale, Designcampus - Firenze), Salvatore Cozzolino (architetto, Università della Campania), Francesco Izzo (economia e management, università della Campania) e Laura Milani (direttore dello Iaad di Torino), architetti/designer come Giulio Ceppi e Mario Trimarchi, manager come Grégoire Chové di Arval Italia ed Emilio Genovesi di Material Connexion Italia, art curator come Caroline Corbetta e creativi come Paolo Iabichino e Felice Limosani. Ospiti e relatori cercheranno di insegnare cosa significa la qualità poetica della vita e quindi far sentire e far prendere coscienza del sentimento estetico. L'estetica non è solo immagine, ma esperienza sensoriale a tutto tondo, è immersiva e coinvolgente. Un cortocircuito virtuoso, nell'ambito del consumo, che tiene insieme funzione e decoro, linguaggi visivi e innovazione strutturale, se guardiamo ad esempio alle innovazioni che provengono dalla progettazione materica, o dall'esperienza artistica della simmetria e della ripetizione caleidoscopica, che stimolano rinnovati comportamenti sostenibili o nuove e spiazzanti prospettive abitative. Nei box ci sono alcuni esempi di questi orientamenti del mondo del progetto, che educano a una consapevolezza fruitiva, tra poetica ed etica, arte e riciclo. 🍷