

ROBERTA MUTTI

STORIA DEL FUORISALONE

EVENTI TEMPORANEI PER EFFETTI DURATURI

HISTORY OF THE MILAN DESIGN WEEK
TEMPORARY EVENTS FOR LONG-TERM EFFECTS



DESIGN DIFFUSION WORLD



Francesco Morace

Un risveglio di consapevolezza

Awakening the awareness

Francesco Morace, sociologo e saggista, lavora da più di 30 anni nell'ambito della ricerca sociale e di mercato. Fondatore di Future Concept Lab e ideatore del Festival della Crescita, è consulente strategico di aziende e istituzioni di respiro internazionale.

Future Concept Lab, nato nel 1989, è forse l'osservatorio più acuto e puntuale che negli ultimi trent'anni ha colto e raccontato i cambiamenti sociali, culturali e di consumo degli italiani.

Ma è Milano, con il fenomeno del Fuorisalone, che si è posta come avanguardia nel delinearne i con-

Francesco Morace, sociologist and essayist, has been working for more than 30 years in social and market research. Founder of Future Concept Lab and creator of the Festival della Crescita, he is a strategic consultant for international firms and institutions.

Future Concept Lab, founded in 1989, is possibly the most acute and precise observatory that over the last thirty years has captured and reported on the social, cultural, and consumer behavior changes in Italy.

With the Fuorisalone phenomenon, Milan has been at the forefront in outlining its contours, crossing

torni, superando i confini nazionali e diventando un palcoscenico mondiale delle tendenze. È così?

“A Milano c'è stato un incrocio fortunato di fattori e di alchimie capaci di generare qualcosa di veramente irripetibile. Ciò che è diventato il Fuorisalone, era stato anticipato dal fenomeno dei festival, come quello della Letteratura di Mantova, il cui successo è stata una vera e propria case history del settore. E, ad oggi, pur vantando una quantità incredibile di tentativi di imitazione resta impossibile riprodurre lo spirito, l'atmosfera e il contenuto.

Il Fuorisalone, come fenomeno di costume, di progettualità, di cultura e di tendenze, nasce e si alimenta del desiderio di creatività del consumatore, non più passivo fruitore del sistema dei consumi, ma attento ad assecondare una propria autonomia creativa di scelta. Dal punto di vista della “social innovation” (materia che insegnavo al Politecnico), il Fuorisalone ha dato un decisivo impulso a una trasformazione sociale e culturale dei consumi già in atto, soprattutto a Milano, favorendo il passaggio dalla dimensione di consumatore a quella di consum-autore. Questo ha molto a che fare con quella che noi definiamo la “creatività diffusa”.

Negli anni, abbiamo assistito al fiorire di “Design week” sullo stile del Fuorisalone di Milano, un po' ovunque per il mondo. Eppure il Fuorisalone resta quello originale, non conosce concorrenza. Perché?

“Milano ha avuto non solo la fortuna di ospitare il fenomeno nascente del Fuorisalone, ma ha avuto anche la capacità di alimentarlo, con la partecipazione del pubblico che è riuscito a sentirsi parte di un evento collettivo e creativo, un fenomeno urbano, un incontro di talenti e di creatività, e anche di didattica, con la partecipazione di scuole e istituti. Non solo, ne è derivato un sistema organizzato di quartieri e distretti che hanno accolto questa creatività diffusa e vitale.

national borders, and becoming a world stage for trends. Is this true?

“In Milan, there was a lucky crossing of elements and alchemistries capable of generating something genuinely unrepeatable. What became the Fuorisalone was foreshadowed by the festival phenomenon, such as that of Literature in Mantua, a real success story in the field. And, to this day, even with an incredible number of attempts at imitation, it's still impossible to replicate its spirit, atmosphere, and content.

The Fuorisalone, as a lifestyle, design, culture, and trend phenomenon, was born and has been nourished by the consumer's desire for creativity, no longer as a passive member of the consumer system but willing to support their own creative autonomy of choice. From the point of view of 'social innovation' (a subject I used to teach at Milan Polytechnic), the Fuorisalone gave a decisive boost to a social and cultural transformation of consumption that was already underway, especially in Milan, encouraging the transition from the 'consumer' dimension to that of 'independent consumer.' This has a lot to do with what we call 'widespread creativity.'”

Over the years, we have witnessed the flourishing of “Design Weeks” in the style of Milan's Fuorisalone everywhere in the world. Yet the Fuorisalone remains the original one; there is no competition. Why?

“Milan has not only been lucky enough to host the emerging phenomenon of Fuorisalone but it has also been able to nurture it, with the participation of the public who have managed to feel part of a collective and creative event. It's an urban movement, a meeting of talents and creativity, and education as well, thanks to the participation of schools and institutes. Moreover, it has resulted in a system of neighborhoods and districts, to welcome this widespread and vital creativity. Fuorisalone is the mother of all urban festivals, which everyone in the world would like to replicate. But it remains unique.

Il Fuorisalone è la madre di tutti i festival urbani, che nel mondo tutti vorrebbero replicare. Ma resta unico.

La sua forza di trasformazione ha promosso la rivalutazione di intere porzioni urbane sia sul piano qualitativo, sia sotto il profilo immobiliare, grazie al fiorire di iniziative e di eventi. Un fenomeno che ha fatto leva sulla capacità di un'intera comunità di essere parte attiva del cambiamento, prima in modo spontaneo, poi sempre più organizzato.

In tutto questo, però, c'è un elemento che possiamo definire "Italian factor", che è una parte fondamentale del fenomeno. Senza il genio italico, non sarebbe potuto accadere. Il Fuorisalone è la somma di tanti fattori locali, e i fattori territoriali non sono esportabili."

In una logica evolutiva il Fuorisalone sembra aver raggiunto ormai il suo apice di sviluppo. E dopo l'apice due sono le strade: o il declino o il rilancio. Come vede il futuro?

"Il Fuorisalone ha necessità di ritrovare e rinnovare il coinvolgimento dei cittadini che, negli ultimi anni, accusa un po' di stanchezza. È importante dare spazio a nuovi eventi culturali e ridare voce a quella 'creatività' di chi non ha grande capacità d'investimento ma tante idee interessanti da proporre, e che resta schiacciato dalla presenza dei grandi gruppi le cui forze economiche polarizzano spazi e interessi. In ogni caso è necessario rilanciare l'aspetto culturale-urbano e lo spirito di comunità. Dopotutto, come comunità, Milano ha da offrire tanto. Ottime Università, buon cibo, un'industria creativa d'eccellenza".

Un inciso sul ruolo dei social network. Quale rapporto tra il Fuorisalone e i social?

"Un buon rapporto, direi. Imprescindibile. E a maggior ragione il nuovo consum-autore, che parla e condivide, è un protagonista del Fuorisalone proprio perché vive una seconda vita sui social network".

Its transformative power has promoted the revaluation of entire urban areas in terms of both quality and real estate, thanks to a blossoming of initiatives and events. This phenomenon has leveraged the whole community's ability to be an active part of the change, first spontaneously, then in an increasingly organized way.

In all this, however, there is an element that we can describe as the 'Italian factor.' It is a crucial feature of the whole experience. Without the Italian genius, it could not have happened. The Fuorisalone is the combination of many local influences, and one cannot export the local characters."

In a logical evolution, Fuorisalone seems to have reached its peak of development. And after the peak, there are two roads: either decline or re-launch. How do you see the future?

"Fuorisalone needs to rediscover and renew the involvement of the citizens, which in recent years has been somewhat lacking. It is essential to make room for new cultural events and give back a voice to the creativity of those who do not have a significant budget yet have many exciting ideas and are overwhelmed by the presence of large groups that, with their economic power, polarize spaces and interests. In any case, it is necessary to relaunch the cultural-urban aspect and community spirit. After all, as a community, Milan has much to offer. Excellent universities, good food, a creative industry of excellence."

An aside on the role of social networks. What is the relationship between Fuorisalone and social networks?

"A good relationship, I would say. Inseparable. And all the more reason why the new 'independent consumer,' who talks and shares, is a star of Fuorisalone because s/he lives a second life on social networks."