POLITECNICO DI TORINO
Repository ISTITUZIONALE

Design e Territorio.
Un modello di innovazione per la sostenibilità e l'imprenditorialità

*Original*
Design e Territorio. Un modello di innovazione per la sostenibilità e l'imprenditorialità / Tamborrini, Paolo - In: D&T - Design e Territori / Russo D., Tamborrini P.. - STAMPA. - Palermo : Palermo University Press, New Digital Frontiers srl, 2019. - ISBN 978-88-31919-91-3. - pp. 25-33

*Availability:*
This version is available at: 11583/2897394 since: 2021-04-27T22:00:06Z

*Publisher:*
Palermo University Press, New Digital Frontiers srl

*Published*
DOI:

*Terms of use:*

This article is made available under terms and conditions as specified in the corresponding bibliographic description in the repository

*Publisher copyright*

(Article begins on next page)

12 October 2024

# Design & Territori

UNIVERSITÀ E AZIENDE TRA SPERIMENTAZIONE E INNOVAZIONE

# Design & Territori

Edizione 2018

Atti di Convegno

**Atti di Convegno a cura di**
Dario Russo
Paolo Tamborrini

**Comitato Scientifico**
Ferruccio Laviani
Vanni Pasca
Rodrigo Rodriquez
Dario Russo
Paolo Tamborrini

**Coordinamento redazionale**
Barbara Stabellini

**Progetto grafico e impaginazione**
Associazione Culturale 110eLAB

Copyright © New Digital Frontiers srl
Viale delle Scienze – Edificio 16
90128 Palermo
www.newdigitalfrontiers.com

ISBN a stampa 978-88-31919-91-3
ISBN online 978-88-31919-93-7

Anno di pubblicazione 2019

# Indice

9 D&T — Dario Russo | Paolo Tamborrini

11-24 01 **DARIO RUSSO**
Design e Cultura
Università come sistema operativo del Territorio

25-33 02 **PAOLO TAMBORRINI**
Design e Territorio
Un modello di innovazione per la sostenibilità
e l'imprenditorialità

35-49 03 **FLAVIANO CELASCHI | GIORGIO DALL'OSSO**
**ELENA FORMIA | VALENTINA GIANFRATE**
**LAURA SUCCINI | ELENA VAI**
Università nell'impresa – Impresa nell'università
Network circolare tra formazione, ricerca e produzione
in Emilia-Romagna

51-66 04 **ROSSANA CARULLO**
Design di processo e imprese artigiane
Verso la costruzione di un modello meridiano

67-82 05 **ANTONIO LABALESTRA**
Il ruolo della storia nella conoscenza dei territori
Design, aziende, cultura e valori

83-99 06 **FRANCESCA TOSI | ALESSIA BRISCHETTO**
Design, Ergonomia, Innovazione
L'esperienza del Laboratorio di Ergonomia & Design
dell'Università di Firenze

101-112 07 **ANTONINO BENINCASA**
Design, Kitsch, Camp, Trash
Un'educazione al buon gusto

113-126 08 **MARIO BISSON | STEFANIA PALMIERI**
La cooperazione università-impresa
L'accademia tra formazione e industria per fare innovazione

127-139 09 **NICCOLÒ CASIDDU | MARTINA CAVALIERI**
**XAVIER FERRARI TUMAY**
Sinergie per il design inclusivo
BATH: il caso studio Exposanità 2018

141-156 10 **VERONICA DAL BUONO**
Brand design e istituzioni pubbliche
Il contributo alle imprese culturali della ricerca
nell'ambito della comunicazione

157-171 11 **CLAUDIO GAMBARDELLA**
Merchandising: dal museo all'università

173-188 12 **GIORGIO A. DE PONTI**
Acquisto quello che sono?
Valorizzazione del rapporto tra territorio e cibo

# D&T

Dario Russo | Paolo Tamborrini

L'università è una realtà che deve connettersi fortemente con il territorio che la ospita e con le aziende che su di esso hanno permesso la nascita di un tessuto produttivo e imprenditoriale. Questo è il presupposto che abilita una formazione e una progettazione concreta e culturalmente attuale, divenendo motore di innovazione per la realtà locale. Infatti, in una logica in cui la formazione universitaria deve contribuire alla crescita culturale del progettista, la collaborazione e l'integrazione con aziende e saperi locali divengono valori imprescindibili.
I contributi raccolti in questo volume vogliono dare voce ai 12 atenei italiani che hanno preso parte alla mostra-convegno Design&Territori, un evento primo nel suo sviluppo tenutosi a Palermo, Capitale Italiana della Cultura 2018, dal 3 novembre al 3 dicembre 2018. Contributi che sottolineano il cambio di visione da parte di diversi docenti e università, nonché l'aggiornamento di corsi di studio con l'obiettivo di rispondere al meglio ai reali bisogni e alle sfide del futuro. Approcci che hanno coinvolto sempre di più il mondo delle imprese costruendo relazioni solide e produttive a partire dalle potenzialità del territorio, innescando cambiamenti culturali positivi sia nella percezione dell'università all'interno dell'impresa sia nella visione opposta dell'impresa nel mondo accademico. Contributi che, infine, sottolineano come il design possa permettere la valorizzazione di un *potenziale creativo* del territorio e come questo possa essere sprecato se non inserito in una più ampia analisi culturale, storica, economica e produttiva. Il design diviene così mezzo e strumento per trasferire conoscenze alle imprese, abilitando un circolo virtuoso tra innovazione e tradizione.

# Design e Territorio
## Un modello di innovazione per la sostenibilità e l'imprenditorialità

Paolo Tamborrini (Politecnico di Torino)

**Keywords:** Metodologia per il Design, Sostenibilità, Relazioni, Innovazione, Valorizzazione

**Abstract**

In un mondo in cui globalizzazione e liberalizzazione sono oramai concetti all'ordine del giorno, diviene sfidante ma soprattutto caratterizzante comprendere come l'università e il mondo della ricerca possano inserirsi nel discorso offrendo il proprio *know how* con l'obiettivo di valorizzare e dare risalto da un lato al progetto e dall'altro alle imprese e ai saperi locali, mettendo in modo un circolo virtuoso fatto di relazioni e scambi di competenze. Solo attraverso il dialogo tra accademia, progettisti e mondo dell'imprenditoria, è possibile innovare in modo sostenibile e coerente.

*In a world where globalization and liberalization are now concepts on the agenda, it becomes challenging but above characterizing understand how the university and the research world can fit in the speech by offering its know-how with the goal of enhancing and emphasizing on the one hand to the project and on the other hand to local businesses and knowledge, putting in place a virtuous circle made of relations and exchanges of competences. Only through the dialogue between university, designers and the business world is it possible to innovate in a sustainable and coherent way.*

Unificazione dei mercati, riconfigurazione del lavoro in seguito alla nuova ridistribuzione delle attività produttive, diffusione a livello globale di innovazioni tecnologiche con un conseguente cambiamento nei modelli di consumo e di produzione, i quali divengono sempre più uniformi e convergenti. Sono queste alcune delle conseguenze della globalizzazione, un fenomeno che vede nello standard, nell'integrazione economica, sociale e culturale un vero e proprio punto di forza, uniformando strategie a discapito della varietà dei paesi in cui opera.
Tale fenomeno interessa grandi multinazionali così come piccole imprese locali, richiedendo rapidamente un'innovazione nei processi produttivi, organizzativi, logistici e gestionali per potersi adattare alle richieste del mercato. Un mercato in cui i modelli di impresa sono cambiati portando con sé importanti ricadute anche sul piano della gestione strategica delle informazioni, del capitale relazionale, intellettuale e tecnologico e, di riflesso, sulla gestione della creatività e dell'innovazione con impatti rilevanti sui processi di crescita e sviluppo economico che si mirerebbe a sviluppare sempre più sostenibili e socialmente responsabili.
Una situazione che ha suscitato da subito un ampio dibattito, creando schieramenti definiti e netti, evidenziando aspetti positivi e risvolti negativi nella questione. Sebbene infatti la liberalizzazione dei mercati possa stimolare gli scambi commerciali, questo fenomeno porta con sé anche importanti mutamenti sul piano sociale e ambientale, mutamenti che toccano aspetti diversi che vanno dai cambiamenti climatici alla riduzione delle risorse naturali, dall'instabilità politica alle crisi sociali ed economiche. Occorre dunque ripensare alle modalità e agli strumenti con cui ci interfacciamo con le sfide odierne, perché non è detto che il modo in cui abbiamo agito fino ad ora sarà adeguato ad affrontare quanto ci aspetta.

Il Design e l'innovazione, con la loro intrinseca caratteristica al coinvolgimento di nuovi attori e la capacità di sviluppare e applicare modelli inediti, presentano per loro natura l'attitudine necessaria a gestire questo tipo di cambiamenti.
Tuttavia, quando si parla di innovazione non si parla di tecnica, materiali o tecnologia, come fino a pochi anni fa si era soliti credere. Oggi l'attenzione si è spostata su dimensioni diverse che coinvolgono tanto la dimensione sociale quanto la sfera ambientale, innovazioni che determinano ricadute sui modelli di consumo, sulle nuove economie e, infine, sul mondo dei bisogni e degli oggetti. I principi di innovazione e di buon design (Koenig, 1983) vanno dunque ripensati in termini di funzionalità, cultura, tecniche produttive valore simbolico, indirizzando il progetto verso un'etica attenta alla qualità della vita e degli artefatti umani, all'interno di un ecosistema complesso e sensibile. Occorre spo-

stare l'attenzione dalle problematiche, dai bisogni e dalle necessità, verso le potenzialità e i punti di forza, valorizzandoli al fine di innescare un cambio di mentalità tra le persone, a favore di una sostenibilità sociale, ambientale ed economica.

In questo contesto, il territorio assume un ruolo chiave, ponendosi al centro del progetto se non addirittura divenendone la base portante. Un territorio inteso come un'area geografica ma al tempo stesso un luogo in grado di accogliere, raccogliere e coltivare competenze, conoscenze, cultura, beni materiali, patrimonio storico e ambientale, un luogo che può divenire un veicolo di conoscenza, motore di innovazione a livello locale in un collettore di informazione in grado inoltre di fornire le infrastrutture utili ad agevolare i flussi di idee e i relativi processi creativi (Florida, 2003). Solo grazie allo scambio di saperi, idee e informazioni tra imprese, attori sociali e comunità, che il territorio diviene un "moltiplicatore cognitivo" (Rullani, 2002), capace di generare conoscenza. Ed è proprio la relazione tra territorio e comunità che consente lo sviluppo di azioni progettuali capaci di innescare processi di valorizzazione sostenibile delle risorse locali, siano essere materiali, immateriali o umane.
Il rapporto tra design e territorio non è un rapporto nuovo nella sua esplorazione, bensì diversi approcci sono stati delineati, utili ad evidenziare e connotare tale relazione (Parente & Sedini, 2017): il design nel territorio, il design del territorio e il design per il territorio. Tali approcci delineano, tuttavia, uno scenario che, sebbene interessante e innovativo nel campo di indagine, risulta limitato e limitante il ruolo del design stesso. Infatti, quest'ultimo ha spostato l'attenzione verso le relazioni; questo però non è sufficiente per agire in maniera innovativa su un territorio: occorre dunque progettare insieme entrambi gli aspetti in gioco, sia l'artefatto che le relazioni che lo interessano. Diventa fondamentale spostare l'attenzione da una progettazione "per le persone" ad una "con le persone", introducendo una componente che si identifica con con il territorio stesso, dove esso diviene parte integrante dell'attività progettuale.

In questo scenario e su questi presupposti nasce nel maggio del 2015 l'*Innovation Design Lab*, un laboratorio progettuale all'interno del Dipartimento di Architettura e Design del Politecnico di Torino, il cui scopo è quello di essere *hub* per il confronto, lo studio, la ricerca e la progettazione dell'innovazione guidata dal design con una particolare attenzione al contesto e alla sostenibilità. Il *team* che lo compone è eterogeneo sia nelle discipline, sia nelle caratterizzazioni: vi sono infatti all'interno del laboratorio professori, ricercatori e studenti specializzati in differenti settori del design, ma vi sono forti contaminazioni e collaborazioni an-

che con discipline quali ad esempio sociologia, urbanistica, economia e gestione del progetto.
Con l'obiettivo di promuovere iniziative innovative, il laboratorio collabora sia all'interno del corso di Laurea Magistrale in Design Sistemico con un corso di innovazione, un corso incentrato sulla progettazione innovativa per uno specifico territorio, a seguito di un'adeguata lettura delle sue caratteristiche, trasformazioni, evoluzioni, potenzialità e punti di forza, sia la collaborazione prosegue all'esterno coinvolgendo numerose attività, dipartimenti, aziende e PMI, incubatori, *startup* e altre realtà.
Sempre di più infatti, l'accademia e tutto il mondo della ricerca universitaria si trova a dover trovare un posto all'interno di un più ampio sistema relazionale in cui convivono nello stesso spazio progettisti, università e imprese [Fig. 01], le quali idealmente concorrono nello sviluppo di un progetto comune, non ponendosi come antagonisti nello sviluppo di tale processo. Collaborazione e integrazione divengono pertanto le caratteristiche fondamentali per poter perseguire al meglio tale obiettivo.

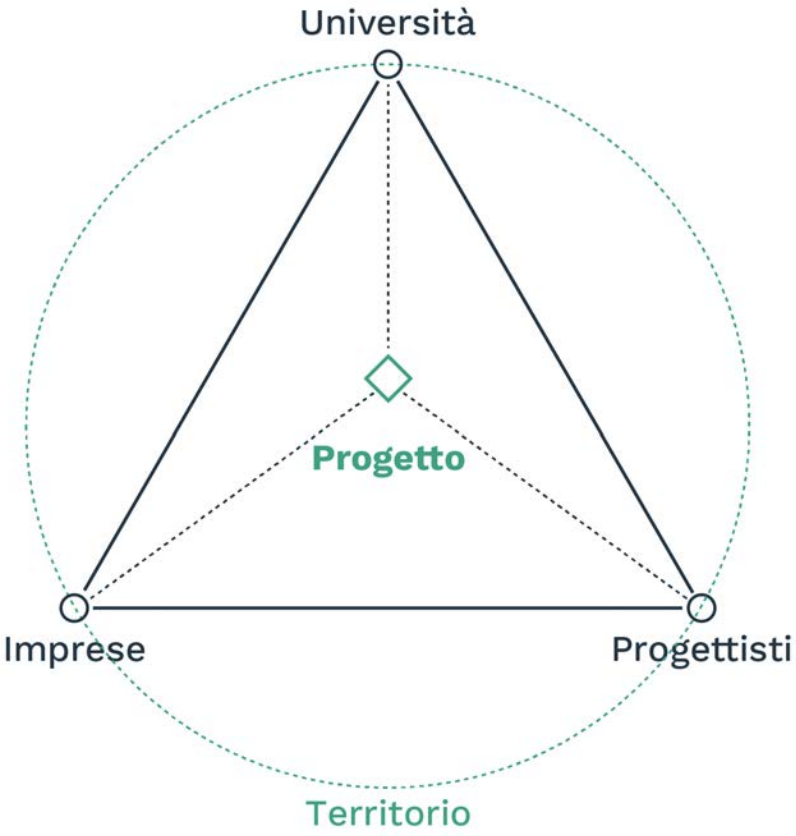


**Fig. 01**
Le relazioni sul territorio: università, imprese e progettisti.

Nella cornice di Design&Territori, l'*Innovation Design Lab* intende raccontare tre casi studio che al meglio illustrano questo dialogo tra Università e Impresa, tra design e territorio. Tre casi studio accomunati dalla medesima area geografica, il comune di Settimo Torinese dove sono per l'appunto collocate le aziende di interesse, poco distante da Torino, nella prima cintura. Quello che infatti un tempo era un distretto principalmente mono-industriale associato all'azienda Fiat, ora si configura come un sistema diversificato e orientato all'innovazione; le nuove tendenze del mercato e la buona predisposizione delle imprese presenti sul territorio hanno permesso lo sviluppo di nuove relazioni, rivelando negli ultimi anni un terreno fertile e ben disposto allo sviluppo di progetti.
In collaborazione con Stilolinea, azienda *leader* nella produzione di penne e articoli da scrittura, nasce il progetto Tell+Write [1], che vede lo sviluppo di 10 progetti ecoinnovativi di penne promozionali [Fig. 02]. Obiettivo del progetto è proprio quello di connettere una particolare realtà industriale presente sul territorio piemontese con l'università. Il progetto ha visto l'analisi degli scenari, la definizione delle linee guida, fino ad arrivare alla delineazione di alcuni concept verificati successivamente sia attraverso modelli virtuali sia mediante l'utilizzo di tecnologie di prototipazione rapida, grazie al coinvolgimento di piccole realtà sul territorio. La possibilità di tessere una relazione stretta tra università e azienda ha permesso di individuare in modo più idoneo le caratteristiche più significative dei progetti, sia dal punto di vista del design, sia per quanto riguarda la realizzazione stessa, facendo emergere importanti principi quali la sostenibilità ambientale e la capacità di comunicare facendo uso della tradizionale esperienza dell'azienda, unitamente all'innovazione introdotta dalla ricerca nei campi della sostenibilità ambientale, delle nuove tecnologie e del digitale.
Con il medesimo processo è stata sviluppata la collaborazione con l'azienda Bibo, un'azienda globale specializzata in articoli a contatto con alimenti e imballaggi monouso. Nello specifico, l'obiettivo della collaborazione era quello di sviluppare un concept innovativo per un prodotto di uso comune, ossia il bicchiere delle *vending machine*, agendo sul prodotto, sul servizio e sulla comunicazione. Il risultato del progetto Break/Cups [2] è uno studio articolato in 12 progetti prototipati [Fig. 03] che toccano la comunicazione e il *marketing*, indagano le emozioni e gli aspetti funzionali della pausa caffè e studiano il mondo delle bevande calde, anche attraverso i contenitori e gli strumenti usati per la preparazione. Tutti i progetti, e alcuni in modo particolare, si caratterizzano per l'attenzione ai temi della sostenibilità ambientale, tematica di progetto specifica dell'*Innovation Design Lab* e del corso di Studi in Design, riflettendo sulle problematiche innescate dall'usa e getta e dalla distribuzione di prodotti attraverso le

**Fig. 02**
S-Bella, penna sviluppata al termine del *workshop* Tell+Write.

**Fig. 03**
Progetti sviluppati nel *workshop* Break/Cups.

*vending machine*. La sperimentazione è proseguita con la fase di ingegnerizzazione e di *test* sui prodotti selezionati per la messa in produzione, dimostrando, ancora una volta, quanto sia proficua la stretta collaborazione tra un centro di ricerca, un'impresa e le future generazioni di progettisti.
Il terzo caso studio coinvolge invece l'azienda Lavazza e nello specifico il *Lavazza Training Center*, con l'obiettivo di rilanciare la Moka Carmencita [3], iconico progetto del 1979 del designer Marco Zanuso, così da riportare e avvicinare anche i giovani consumatori al consumo del caffè preparato con la tradizionale caffettiera. A partire da un'analisi dei materiali, delle finiture e delle caratteristiche dell'oggetto, fino ad un approfondimento circa le utenze di riferimento, gli stili attuali e il mondo della comunicazione odierna, si è andato a definire un panorama di possibili interpretazioni della Carmencita così da renderla nuovamente un oggetto iconico, attrattivo e attuale [Fig. 04].

**Fig. 04**
Carmencita – *She's Black.*

Questi progetti mostrano come la relazione tra università e impresa sia più forte della creazione di un unico compartimento all'interno dell'impresa stessa, oppure dello sviluppo di un'università che miri a sostituirsi al mondo del progetto già esistente sul territorio. Le relazioni che si vengono così ad instaurare e il coinvolgimento di realtà differenti all'interno del progetto, fanno sì che, in concreto, da un lato gli studenti possano lavorare ed entrare in contatto con temi reali, così come le università possono confrontarsi in modo pratico con le imprese sperimentando, verificando e implementando le proprie ricerche; dall'altro, le imprese hanno la possibilità di entrare in contatto con una fitta rete di contenuti e professionisti, professionisti i quali possono aggiornarsi attraverso le nuove collaborazioni instaurate, trasmettere saperi e *know how* ad altri, innescando uno scambio virtuoso con le nuove generazioni, professioni e professionalità.

Il Design deve agire come elemento strategico e promotore di una cultura innovativa e sostenibile di tipo glocale, coinvolgendo imprese, università e progettisti presenti su un territorio in una logica di partecipazione e cooperazione, dialogando con territori e discipline differenti e aprendosi a concetti quali ibridazione e contaminazione culturale. In questo senso, concetti quali globalizzazione e liberalizzazione non sono pertanto da leggersi necessariamente come un pericolo, come elementi in grado di minare le competenze presenti su un territorio; al contrario, tali sfide possono divenire potenzialità e i territori stessi, con le loro conoscenze e i loro saperi, possono assumere nuovi valori sociali, culturali e produttivi. Perché ciò avvenga occorre che questi siano in grado ripensarsi e mettersi in gioco all'interno di reti interconnesse, valorizzando le possibilità e le capacità locali senza escludere aperture e connessioni globali. Il territorio assume pertanto un significato che va ben oltre i confini geografici, ancorandosi al concetto di ecosistema complesso in grado di definire il proprio capitale territoriale sulla base delle relazioni che si instaurano sia all'interno che all'esterno dei suoi stessi confini, con il conseguente sviluppo di nuove dinamiche che definiscono potenziali di sviluppo innovativi e nuove identità.

**Note**

[1] Tell+Write è un progetto a cura di Paolo Tamborrini e Fabrizio Valpreda, con Silvia Barbero e Andrea Gaiardo, in collaborazione con l'azienda Stilolinea.

[2] Break/Cups è un progetto a cura di Paolo Tamborrini, con Andrea Gaiardo, Flavio Montagner, Mauro Sorrentino e Barbara Stabellini, in collaborazione con l'azienda Bibo.

[3] Il progetto è a cura di Paolo Tamborrini, con Eleonora Fiore, Andrea Gaiardo, Flavio Montagner, Mauro Sorrentino e Barbara Stabellini, in collaborazione con l'azienda Lavazza e il *Lavazza Training Center.*

**References**

Koenig Giovanni K., "Design: Revolution, evolution or involution?", *Ottagono*, n. 68, 1983, pp. 20-26.

Rullani Enzo, "Sistemi territoriali e apprendimento localizzato", in Biggiero Lucio, Sammarra Alessia (a cura di), *Apprendimento, identità e marketing del territorio*, Roma, Carocci, 2002, pp. 224.

Florida Richard L., *L'ascesa della nuova classe creativa: stile di vita, valori e professioni*, Milano, Mondadori, 2003, pp. 483.

Tamborrini Paolo, "Innovation Design", in Aa. Vv., *Encyclopedia of Quality of Life and Well-Being Research*, Dordrecht, Springer, 2014, pp. 3272-3278.

Parente Marina, Sedini Carla, "Design for Territories as Practice and Theoretical Field of Study", *The Design Journal*, 20:sup1, 2017.

http://www.innovationdesignlab.it Sito web dell'Innovation Design Lab del Politecnico di Torino [29 ottobre 2018]