POLITECNICO DI TORINO
Repository ISTITUZIONALE

Accedere al mercato della casa in Cina attraverso la ricerca sul progetto di architettura. Il programma multidisciplinare Piemonte home design

Original
Accedere al mercato della casa in Cina attraverso la ricerca sul progetto di architettura. Il programma multidisciplinare Piemonte home design / Carota, F., Frassoldati, F., Bonino, M., Ling, X.. - In: TERRITORIO ITALIA. - ISSN 2240-7707. - ELETTRONICO. - 1:(2021), pp. 145-165. [10.14609/Ti_1_21_6i]

Availability:
This version is available at: 11583/2954620 since: 2022-02-03T19:39:10Z

Publisher:
Agenzia delle Entrate

Published
DOI:10.14609/Ti_1_21_6i

Terms of use:

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

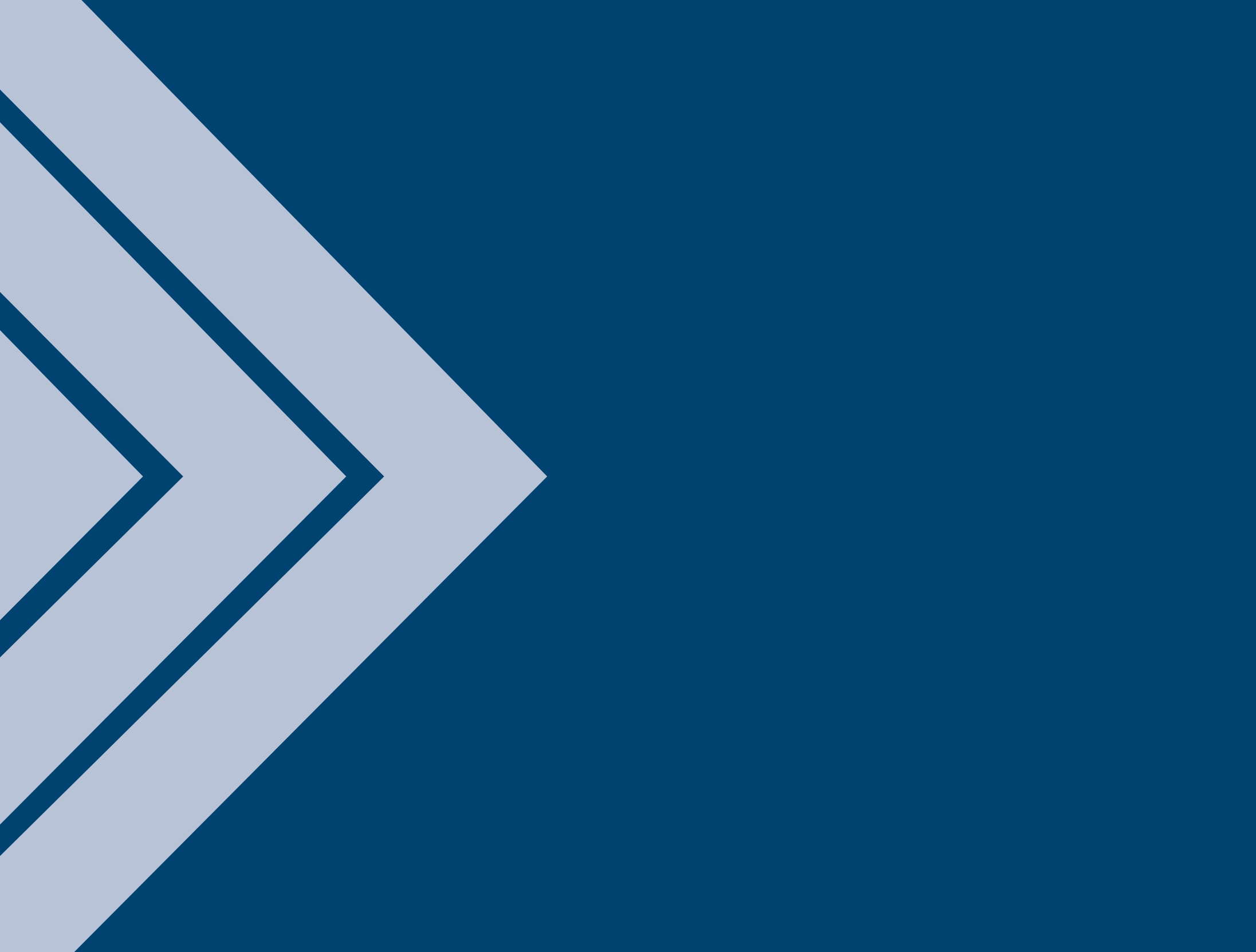
Publisher copyright

(Article begins on next page)

25 November 2026

ACCEDERE AL MERCATO DELLA CASA IN CINA ATTRAVERSO LA RICERCA SUL PROGETTO DI ARCHITETTURA. IL PROGRAMMA MULTIDISCIPLINARE PIEMONTE HOME DESIGN

Francesco Carota, Francesca Frassoldati, Michele Bonino, Xiang Ling



Accedere al mercato della casa in Cina attraverso la ricerca sul progetto di architettura. Il programma multidisciplinare Piemonte home design

Francesco Carota *
Francesca Frassoldati **
Michele Bonino ***
Xiang Ling ****

DOI: 10.14609/Ti_1_21_6i

Parole chiave: Ricerca attraverso il progetto, sistema casa, mercato immobiliare, accademia, Cina, Piemonte

Abstract

Il mercato immobiliare cinese, sviluppatosi attraverso una serie accelerata di passaggi dopo le riforme del 1988, costituisce non solo un sistema in forte sviluppo e trasformazione, ma anche un luogo in cui istituzioni di governo e regolazione, università e attori economici hanno la possibilità di sperimentare approcci ibridi condivisi, che si discostano dalla convenzionale separazione fra i programmi accademici di ricerca sull'architettura e il mondo immobiliare. Con queste premesse, l'articolo illustra l'approccio metodologico e operativo, le ipotesi e gli obiettivi di un progetto di ricerca portato avanti dal gruppo di ricerca China Room – Politecnico di Torino in *partnership* con la Camera di Commercio di Torino, a partire da settembre 2020. Il progetto si colloca all'interno del più ampio programma di internazionalizzazione e *business development* Piemonte Home Design, in supporto delle imprese piemontesi del settore arredo e decorazione.

Illustrando l'approccio metodologico del programma, composto da tre ambiti d'azione distinti e complementari — una ricerca empirica strumentale alla conoscenza del mercato, la progettazione architettonica di un modello di casa integrato, e una strategia di trasferimento di queste competenze in uno specifico contesto socio-economico —, il *paper* vuole mostrare le potenzialità di una progettazione strategica basata sulla ricerca, a supporto di strategie promozionali e istituzionali, nel raggiungere obiettivi di interesse commerciale per l'Italia e la Cina.

L'articolo sostiene, quindi, la necessità di una maggior integrazione tra ricerca, competenze tecnico-culturali e progettuali proprie dell'architettura per predisporre un potenziale di ricadute multidimensionali, che spazino dall'ecosistema produttivo e socioeconomico all'ambiente costruito.

* Assegnista di ricerca post dottorato, Dipartimento Interateneo di Scienze, Progetto e Politiche del Territorio (DIST), Politecnico di Torino

** Professore associato, Dipartimento di Architettura e Design (DAD), Politecnico di Torino

*** Professore associato, Dipartimento di Architettura e Design (DAD), Politecnico di Torino

**** Studente di Dottorato presso il Dipartimento di Architettura e Design (DAD), Politecnico di Torino

1. INTRODUZIONE

La ricerca architettonica all'interno dell'accademia, la professione e il mercato sono spesso stati percepiti e trattati come mondi isolati, perlomeno in ambito europeo. In particolare, il mondo accademico è stato spesso visto come "isola staccata dalla realtà", all'interno della quale privilegiare la produzione di ricerche estranee alle condizioni di produzione dell'edilizia come principale missione accademica, spesso di difficile comprensione – e interesse – per professionisti e imprese operanti nel settore (Zhang, 2019). La pratica accademica è stata percepita come un sistema di produzione della conoscenza, completamente distinto e differente dalla pratica progettuale stessa (van de Weijer *et al.*, 2014), con alcuni momenti critici di sovrapposizione e confronto. Fra questi, l'accesso agli ordini professionali, l'aggiornamento di competenze per i professionisti e, soprattutto, la trasmissione di conoscenze utili a relazionarsi con opportunità e concorrenti internazionali. Si potrebbe affermare che la ricerca che emerge nell'ambito universitario sia stata prevalentemente una ricerca sull'architettura, raramente messa in discussione negli aspetti anche banali della produzione, piuttosto che una ricerca in architettura, e quindi dall'interno dei processi (Heynen, 2006).

Sicuramente, un certo allontanamento della ricerca accademica dal progetto e dalle sue ricadute sul mercato è stato accelerato dal bisogno della disciplina di allinearsi agli *standard* di produzione scientifica richiesti in ambito nazionale e internazionale, così come definiti da altri campi del sapere, in termini metodologici, epistemologici e di restituzione dei risultati della ricerca attraverso articoli su riviste scientifiche *peer-reviewed* settoriali (Groat & Wang, 2013). Tale urgenza, non solo in Italia, ha messo in discussione gli stessi obiettivi e sistemi di produzione della conoscenza nel settore della progettazione. In un articolo del 2011, Frank van der Hoeven, professore alla Technische Universiteit Delft, una delle istituzioni europee maggiormente riconosciute in ambito tecnico-progettuale, poneva l'accento sulla difficoltà intrinseca di valutare la ricerca in architettura all'interno di un mondo accademico in cui i meriti fossero valutati attraverso pubblicazioni in un numero limitato e selezionato di riviste scientifiche, e in cui la revisione fra pari spesso reitera modi e atteggiamenti consolidati. Il tema, in particolare, è tanto più scottante quanto più ci si avvicina alle intersezioni tra la ricerca come strumento per il progetto e il progetto come azione di ricerca con un impatto sulla realtà professionale, ovvero agli obiettivi tangibili e misurabili della ricerca in un contesto di mercato. Numerosi sono i dibattiti aperti da volumi e riviste di settore, quali il *Journal of Architectural Education* e *Design Studies* negli Stati Uniti e l'*Architectural Researh Quarterly* in Gran Bretagna. Malgrado numerosi degli autori che vi hanno contribuito sostengano una visione della ricerca e del progetto come attività antitetiche (van de Weijer *et al.*, 2014), non sono mancati atteggiamenti più propositivi che hanno invece concepito queste attività come essenzialmente divergenti, eppure complementari (Kieran, 2007). Nel tentativo di superare questa impasse epistemologica, David Salomon (2011), in un più recente articolo, cerca di fornire una visione della ricerca in architettura maggiormente pluralistica rispetto ad alcune posizioni precedenti (Wang & Joplin, 2009), sostenendo che progetto e ricerca possano essere pensati come "ibridi ben costruiti", orientati a produrre sia verità oggettive che interpretazioni personali. Ad ogni modo, malgrado questi e molteplici altri atteggiamenti positivi e sperimentali, come ad esempio quelli introdotti da istituti di ricerca quali il Research Laboratory della University of Pennsylvania o

l'Architectural Research Laboratory della University of Michigan, un *link* diretto tra ricerca architettonica, sviluppo progettuale e la loro rilevanza in un mercato di riferimento continua ad essere un terreno di confronto.

Come ha fatto notare Zhang (2019), la Cina rappresenta per la progettazione architettonica un'eccezione rispetto a visioni consolidate e modalità d'azione che hanno occupato un dibattito sull'architettura prettamente eurocentrico, sviluppatosi durante la seconda metà del XX secolo. Molto spesso, nel contesto cinese, accademia, professione e mercato immobiliare si intrecciano dando forma a pratiche e contesti di sviluppo dai confini sfocati. Ci sono ragioni storiche, per questo. L'intero sistema universitario cinese è stato riorganizzato a partire dal 1952 secondo tre fronti di innovazione: rispettivamente l'industria, l'agricoltura e l'organizzazione dei sistemi collettivi. I corsi di studio, in questa visione, erano aggregati e finalizzati a formare competenze politecniche per l'industria manifatturiera, agro-forestali per l'agricoltura, e medico-sociali a supporto di tutti i cittadini. Le scuole tecniche ebbero una successiva riorganizzazione in College of Building Engineering prima del 1990, mantenendo però il forte legame tra la formazione tecnica e lo sviluppo industriale del Paese. In primo luogo, questo legame si manifesta nella funzione che, all'interno dell'università e delle principali istituzioni, detengono i *design institutes*, organizzazioni di ricerca e produzione nate nel quadro del sistema di pianificazione del periodo Maoista, che ancora oggi detengono un ruolo rilevante nella produzione di architettura all'interno del Paese, pur essendosi reindirizzati ad operare nel mercato (Ding & Xue, 2019). In seconda istanza, sono i promotori immobiliari stessi, anche per la loro capacità di ibridare investimento statale e privato, a svolgere un ruolo importante nel promuovere attività e programmi di ricerca nel campo dell'architettura e dello sviluppo urbano, riportando queste ricerche ad operazioni concrete e con effetti tangibili sull'industria e sul mercato di riferimento.

La situazione può essere considerata una conseguenza delle modalità peculiari e accelerate con cui il mercato immobiliare cinese ha preso forma nelle ultime due decadi del Novecento. La prima generazione di operatori immobiliari cinesi aveva urgenza di misurarsi con risposte puntuali soprattutto nel segmento residenziale privato, che si stava sviluppando nel Paese, anche se la professione architettonica, intorno al 1990, non era preparata a rispondere. Gli architetti formatisi durante il periodo precedente, quando la casa veniva fornita agli abitanti tramite il sistema di *welfare* di stato, mancavano di esperienza nel produrre soluzioni rivolte al nascente mercato e avevano limitate conoscenze dei riferimenti internazionali, sia in termini di innovazione spaziale che di modelli commerciali. I promotori immobiliari cinesi avviarono così *team* interni alle organizzazioni per formare esperti che rispondessero alle sfide imposte da un mercato in forte crescita ed espansione, arruolando tecnici provenienti dall'estero, organizzando viaggi studio e sponsorizzando programmi di aggiornamento professionale. Successivamente, mentre il mercato diventava maggiormente competitivo e i potenziali investitori più sofisticati, durante gli anni 2000, i promotori più grandi e strutturati hanno iniziato a formalizzare strutture di ricerca e sviluppo nel settore immobiliare, attraverso le quali condurre collaborazioni con enti universitari e *design institutes* locali.

In tal senso, la Cina si pone come un luogo in cui istituzioni e realtà accademiche, anche straniere, hanno la possibilità

di sperimentare approcci differenti, caratterizzati da una maggior integrazione tra competenze e sforzi orientati a produrre conoscenza e anche progetti con ricadute tangibili sui territori a supporto di un ecosistema imprenditoriale e culturale multidimensionale. All'interno di questo quadro di analisi, l'articolo intende illustrare il *frame* teorico e organizzativo, così come i primi risultati, del progetto di *business development* Piemonte Home Design, dedicato alle aziende piemontesi operanti nel "Sistema Casa" che desiderano sviluppare o consolidare la propria presenza sui mercati esteri. All'interno del progetto, coordinato dal gruppo di ricerca China Room - Politecnico di Torino[1] in collaborazione con la Camera di Commercio di Torino[2], conoscenza del mercato, progetto architettonico e attività di commercializzazione delle produzioni territoriali si intrecciano per dare vita ad una progettualità complessa e innovativa. Muovendosi a più riprese tra ricerca e proposta, decodificando il mercato immobiliare cinese e verificando le capacità di risposta sistemica del comparto produttivo "Sistema Casa" caratterizzante la Regione Piemonte, il *paper* esplicita le potenzialità di una progettazione strategica basata sulla ricerca, a supporto di strategie promozionali e istituzionali, nel raggiungere obiettivi di interesse commerciale per l'Italia e la Cina.

L'articolo intende quindi dare enfasi a una pratica di ricerca accademica che Peggy Deamer (2017) ha definito '*real research*', ovvero uno sforzo orientato a spingere l'architettura e il progetto oltre le intuizioni, l'estro, la sperimentazione formale e l'individualismo degli architetti-autori, integrando gli aspetti sperimentali della ricerca in architettura con le pratiche del mercato e della professione. In altre parole, all'interno dell'articolo verrà discusso il ruolo della ricerca in architettura come pratica finalizzata a produrre innovazione e trasferire conoscenze oltre il contesto disciplinare, riconoscendo le potenzialità di un approccio basato su progettualità che rispondano a un mercato di riferimento, definito da un lato dalle imprese fornitrici di materiali decorativi ed elementi di arredo, piemontesi nel caso studio qui discusso, e dall'altro dai promotori immobiliari cinesi. Il progetto di architettura è, in questo contesto, un tramite fra soggetti autonomi che possono – attraverso questa esperienza condivisa – ottenere una diversa competenza nelle decisioni produttive.

Il saggio è strutturato come segue. In primo luogo, verrà esplicitato e descritto il progetto di Piemonte Home Design, mostrandone la struttura, gli obiettivi e le fasi di sviluppo. In una seconda parte, verrà illustrato brevemente il campo di applicazione, ovvero il mercato della casa nella Cina contemporanea, analizzandone i principali sviluppi, così come le potenzialità e gli ostacoli che presenta rispetto a una strategia di internazionalizzazione del sistema casa piemontese. In seguito verrà poi tracciato un *frame* strategico e operativo del progetto Piemonte Home Design all'interno del quale l'attività accademica può situarsi in un contesto di pratiche non solo afferenti alla sfera accademica, ma anche a quella professionale, culturale e istituzionale, le cui potenzialità di innovazione sono complementari e diversificate. Dopo aver tracciato il *frame* strategico verranno esplicitati alcuni dei primi risultati

1 La China Room – Politecnico di Torino è un gruppo di ricerca multidisciplinare, composto da docenti e ricercatori afferenti ai dipartimenti DAD e DIST del Politecnico, focalizzato sullo studio del processo di urbanizzazione cinese e della sua influenza globale. Il principale obiettivo del gruppo è osservare la Cina dal punto di vista delle discipline degli studi urbani e dell'architettura, rinforzando la collaborazione con università cinesi e ricercatori internazionali. Tra le collaborazioni attive si citano quelle con la Tsinghua University, la South China University of Technology, il Massachusetts Institute of Technology (MIT) e l'Ecole Polytechnique Fédérale de Lausanne (EPFL). www.chinaroom.polito.it

2 Particolare riferimento è fatto al comparto Design Cluster Promotion del Settore Sviluppo, Competitività e Internazionalizzazione.

ottenuti, esplicitando la loro corrispondenza con gli obiettivi generali del programma di *business development*. Il saggio si chiude con una riflessione critica sul ruolo dell'università in un contesto dell'azione, mettendo in luce potenzialità e criticità di questo approccio, e indicando successivi sviluppi di ricerca.

2. IL CONTESTO DI AZIONE DI PIEMONTE HOME DESIGN. IL MERCATO DELLA CASA NELLA CINA CONTEMPORANEA

Il mercato immobiliare cinese, con specifico riferimento all'ambito residenziale, si costituisce nella sua forma istituzionalizzata solo a partire dal 1988, andando a sostituire il precedente modello di provvigione della casa come parte del sistema di *welfare* di Stato associato alla condizione lavorativa (Wang & Murie, 1999). Può quindi esser considerato un mercato relativamente giovane, che ha però acquisito ormai da tempo i tratti di un mercato maturo e segmentato. Con uno sguardo d'insieme, lo sviluppo immobiliare a uso residenziale è stato, fin dall'inizio, un settore ad alti profitti e relativamente basso livello di rischio. La domanda di abitazioni è infatti risultata sempre molto estesa, sin dalle riforme economiche del 1979 che avviarono la privatizzazione degli *stock* di proprietà statale con acquisizioni dirette da parte delle famiglie, accelerate sia dal crescente desiderio degli individui di aumentare la propria qualità di vita nelle principali aree urbane, sia dalla richiesta di residenze accessibili a tutta quella popolazione desiderosa di trasferirsi nelle grandi città (Wu, 2015). Basti pensare che in trent'anni (dal 1978 al 2008), a fronte di una crescita molto sostenuta della popolazione urbana, l'area di spazio residenziale *pro-capite* è quasi quadruplicata nelle principali città del Paese, passando dai 6,7 mq ai 28,3 mq (National Bureau of Statistics of China).
Questi fattori hanno portato, prima del nuovo millennio, a una crescita accelerata delle abitazioni realizzate e disponibili sul mercato cinese, raggiungendo i 12 miliardi di metri quadri costruiti solo nel 2015 (National Bureau of Statistics of China, 2020) (Figura 1).

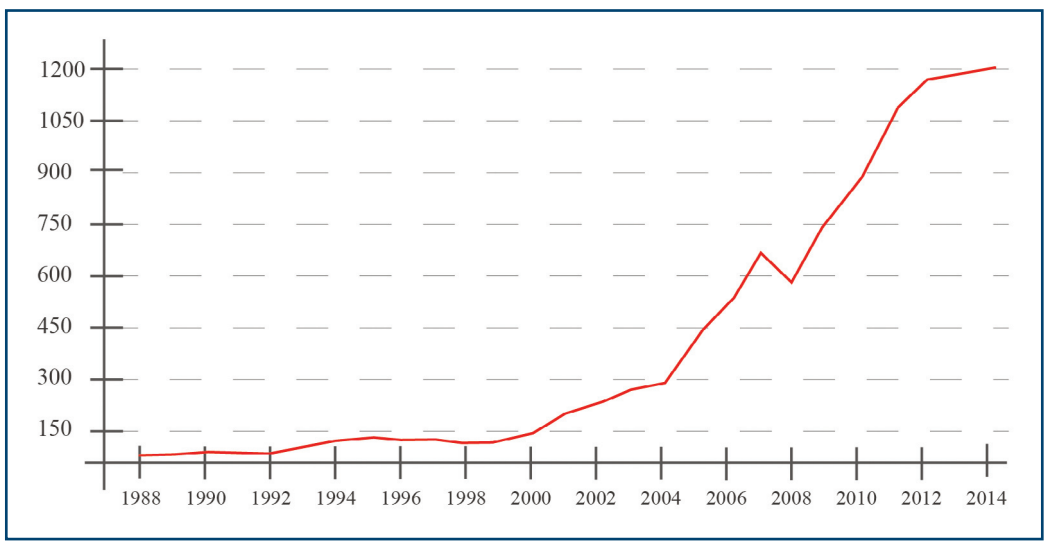


Figura 1 Transazioni immobiliari di unità residenziali in Cina dal 1988 al 2014

Fonte: *National Bureau of Statistics of China*

La produzione di abitazioni di mercato ha repentinamente rimpiazzato la precedente offerta abitativa statale, fino a raggiungere, nel 2015, una percentuale superiore al 70% dello *stock* residenziale. Inoltre, il numero di imprese

coinvolte nel processo si è progressivamente ampliato (He & Wu, 2009). In particolare, a partire dal 1998, quando il processo di riforma del settore residenziale si è definito con maggior precisione, la facilità di profitto nel mercato immobiliare residenziale ha attirato l'interesse di numerose compagnie immobiliari, le quali hanno rivestito un ruolo importante non solo nell'interpretare, ma anche dare forma al mercato residenziale del Paese. La Figura 2 mostra l'andamento del numero di imprese immobiliari attive dopo l'istituzione delle riforme sulla casa.

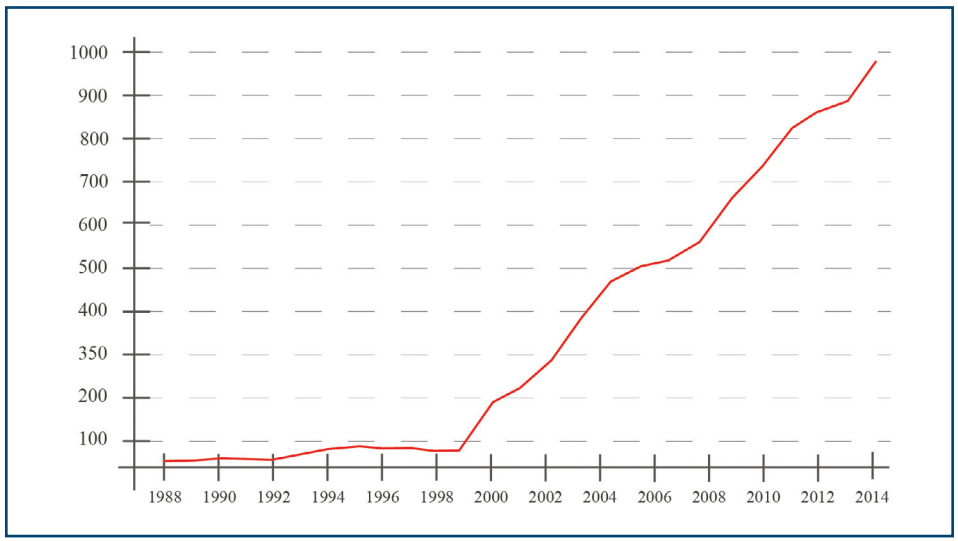


Figura 2 Numero di sviluppatori immobiliari in Cina dal 1988 al 2014

Fonte: *National Bureau of Statistics of China*

Verso la metà degli anni 2000, l'entrata della Cina nel WTO e il conseguente aumento degli investimenti esteri nel Paese, insieme ad alcune politiche orientate a stimolare il settore residenziale come motore della crescita economica interna, hanno generato una condizione di intensa competizione, all'interno della quale molti dei promotori immobiliari cinesi hanno cercato di diversificare le produzioni e i segmenti di mercato di riferimento. Alcuni promotori locali si sono rapidamente trasformati in grandi gruppi operanti su scala nazionale. Altri non hanno retto la competizione e sono stati acquisiti. Non sono mancati i fallimenti, i progetti incompiuti e i procedimenti giudiziari, spesso riconducibili a bolle speculative locali in cui le amministrazioni periferiche, alla ricerca di un immediato gettito fiscale, garantivano i diritti di edificazione dei suoli ad operazioni finanziarie arrischiate (Wu, 2015). Fra vincoli regolativi e selezione di mercato, si è quindi registrato un processo di concentrazione delle transazioni nelle mani di pochi e grandi gruppi. Nel 2019, i 10 attori maggiori del Paese detenevano quasi il 25% del mercato in termini di volumi di vendita (Tabella 1).

	Concentrazione del volume di vendite (%)		
Anno	2010	2015	2019
Top 10 developer	10,67	18,25	23,85

Tabella 1 Concentrazione del mercato immobiliare cinese

Fonte: *National Bureau of Statistics of China*

Lo stesso indice di Herfindal, che nel 2019 si assestava a 0,192, conferma la presenza di un mercato moderatamente concentrato, con risvolti positivi in termini di innovazione e apertura a nuove pratiche commerciali anche per i fornitori esteri. Inoltre, molti dei grandi gruppi immobiliari che ancora oggi detengono una posizione di *leader* nell'industria sono gruppi storici nel Paese, che hanno guidato lo sviluppo del mercato fin dai suoi albori. Tra questi si annoverano famosi *brand* quali China Vanke, Wanda Group e Country Garden, i cui fatturati annui hanno superato a partire dal 2015 i 20 miliardi di euro (Tabella 2).

	Fondazione	Volume di vendite (miliardi di Yuan)
China Vanke	1984	174,06
Greenland Holding	1992	162,53
Wanda Group	1998	130,11
Poly Real Estate Corp	1992	125,10
China Overseas Property	1986	117,00
Country Garden	1996	109,73
Evergrande Group	1996	108,25
China Resources Land	1994	68,10
Shimao Property	2001	67,07
Greentown China	1995	55,38

Tabella 2 Primi 10 gruppi di sviluppo immobiliare della Cina nel 2019

Fonte: *National Bureau of Statistics of China*

All'interno del processo di sviluppo immobiliare, i promotori immobiliari accentrano in Cina tutte le attività di gestione dell'operazione: l'acquisizione dei terreni nelle aste pubbliche o da intermediari privati, il finanziamento dell'operazione, il *marketing* e il *branding*, la progettazione del prodotto a partire dall'intervento urbano fino agli interni abitativi, incluse la scelta e il subappalto a tutta la catena di fornitori, e la fase di vendita agli acquirenti finali. A fronte di una crescita della competizione all'interno del mercato verso la fine degli anni '90, i promotori immobiliari più grandi hanno iniziato inoltre a occuparsi di tutta la fase di gestione e provvigione degli spazi interni dell'abitazione, sviluppando e vendendo appartamenti completamente rifiniti e ammobiliati, principalmente nelle grandi città quali Guangzhou, Shenzhen, Shanghai. I grandi gruppi hanno così cercato di rispondere a un bisogno crescente di *standard* abitativi più elevanti per la classe media cinese. Se tale strategia aumenta i profitti dei gruppi stessi, le economie di scala finiscono per generare condizioni vantaggiose anche per i consumatori finali. Questi, a fronte della speculazione immobiliare dei primi anni 2000, trovano infatti nelle soluzioni *pre*-ammobiliate una risposta alla richiesta di qualità non solo in termini di spazi e servizi, ma anche di ambiente domestico *tout court*. La Figura 3 mostra la crescita esponenziale dei prezzi delle proprietà residenziali negli ultimi 20 anni, avvenuta in particolare nelle grandi città.

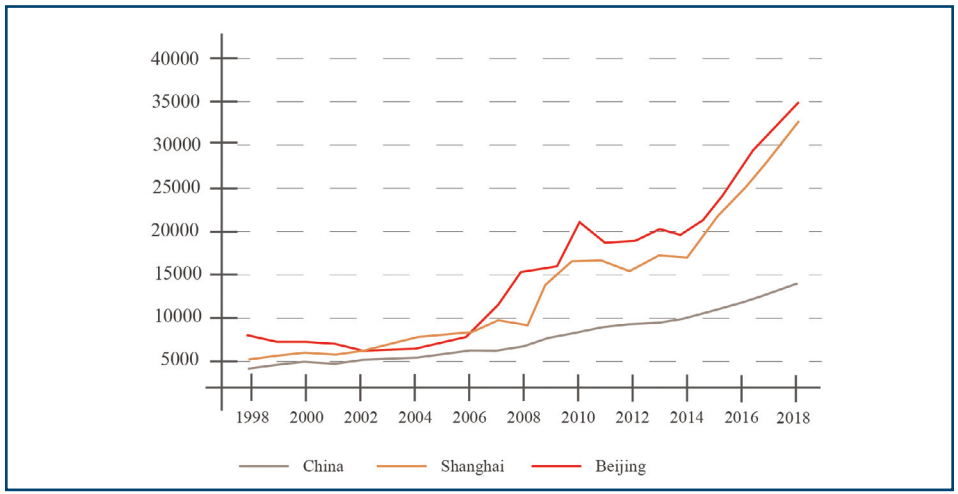


Figura 3 Tendenza dei prezzi medi delle abitazioni (Yuan) dal 1998 al 2018

Fonte: *National Bureau of Statistics of China*

In questo contesto, molti dei grandi gruppi immobiliari, grazie alle risorse economiche strutturali a disposizione, si sono dotati di centri di Ricerca e Sviluppo interni, dove produrre e testare modelli abitativi e tecnologie da portare direttamente sul mercato. Il caso più emblematico da questo punto di vista è rappresentato dal *leader* del mercato residenziale, China Vanke, che ha istituito il suo primo centro di ricerca nel 2001 e ora può contare su una nuova struttura dedicata di oltre 130.000 mq situata nell'area economica speciale di Dongguan (Figura 4). Il centro di ricerca comprende diverse unità, predisposte per lo studio di nuovi materiali, tecniche costruttive, e sperimentazione di nuove forme urbane, oltre che spazi dedicati ad ospitare programmi di ricerca speciali in *partnership* con le più importanti istituzioni accademiche del Paese. Da questo punto di vista China Vanke non rappresenta però un caso anomalo. Nove dei dieci più grandi promotori immobiliari del Paese possiedono una struttura interna di ricerca e sviluppo (Zhang, 2019).

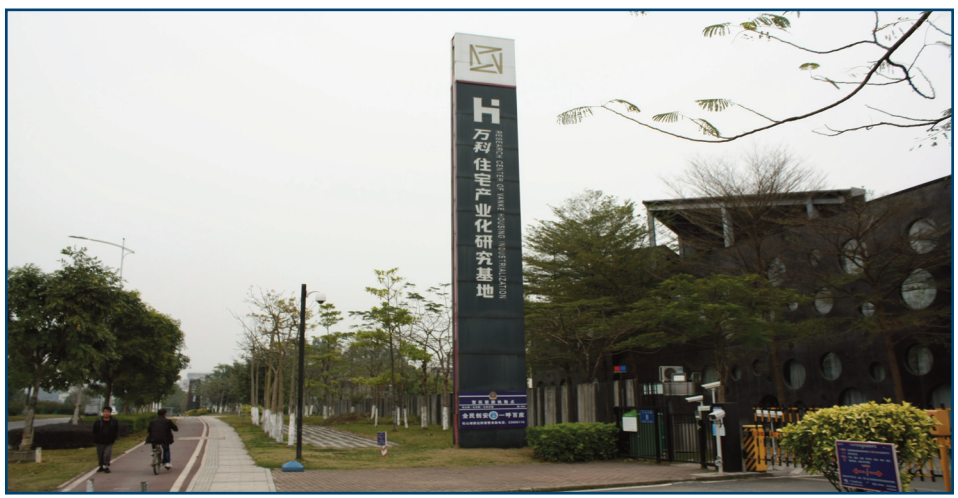


Figura 4 Ingresso del centro di ricerca di China Vanke a Dongguan, Cina

Fonte: Francesco Carota

Oggi, nonostante alcune città o quartieri specifici registrino momenti di stagnazione nelle compravendite, facendo ipotizzare una sovrapproduzione di unità residenziali, sembra esserci ancora spazio per lo sviluppo immobiliare del comparto residenziale. Il Governo cinese stima, infatti, che ancora 100 milioni di persone si muoveranno dalle campagne alle città entro il 2025. Questo potrebbe richiedere la costruzione di circa un miliardo di metri quadri a uso residenziale, se si considera l'area *pro-capite* media attualmente utilizzata nelle aree urbane.

Un mercato immobiliare in espansione e trasformazione ha effetti di traino su tutte le catene produttive e i *sub*-fornitori. Infatti, la richiesta di qualità spinge i consumatori, così come i gruppi immobiliari, ad aumentare la spesa in finiture, decorazioni e accessori interni. Secondo il National Bureau of Statistics, il fatturato dei produttori di arredi per la casa è cresciuto nel 2019 del 10,8% rispetto l'anno precedente, raggiungendo così quota 46,27 miliardi di Yuan, pari a circa 6,27 miliardi di euro. Gli effetti sono stati positivi anche per le aziende estere, in particolare per quelle afferenti al settore dell'arredo Made in Italy.

2. IL CASO STUDIO. IL PROGETTO DI PIEMONTE HOME DESIGN

Il progetto Piemonte Home Design, promosso dalla Camera di Commercio di Torino in *partnership* con il gruppo di ricerca China Room – Politecnico di Torino, ha l'obiettivo di promuovere le eccellenze del territorio piemontese in modo integrato, attraverso l'ideazione di soluzioni abitative che raccolgano in modo sinergico e coerente le produzioni regionali, valorizzane il contenuto sul mercato internazionale. Ciò permetterà di presentare a promotori immobiliari esteri uno strumento efficace nella attività di vendita, aiutandoli a ridurre le abituali tempistiche di sviluppo del progetto. Attraverso gli strumenti forniti i *developer* proporranno all'acquirente soluzioni abitative che prevedono forniture del territorio piemontese. Il progetto di Piemonte Home Design, come descritto nel suo quadro più ampio, si pone 4 obiettivi principali:

- posizionare le aziende sui mercati esteri attraverso un'attenta analisi delle potenzialità del prodotto
- sviluppare una strategia commerciale che promuova il territorio piemontese
- sviluppare modelli abitativi che includano le produzioni piemontesi
- promuovere i prodotti piemontesi presso i *developer* stranieri attraverso modelli abitativi preconfezionati

All'interno del programma, sono state selezionate, sulla base della capacità produttiva, del tipo di produzione e dell'affidabilità finanziaria, oltre 50 aziende piemontesi afferenti al "Sistema Casa". Le produzioni delle aziende piemontesi scelte per il progetto sono estremamente diversificate e complementari, comprendendo alcuni dei principali componenti di arredo, quali sedie, tavoli e divani, e di finitura degli ambienti interni, come vernici, tappezzerie/tessuti, rivestimenti e aperture.
È in questo frangente che si colloca la progettualità accademica ad ampio raggio, portata avanti dal gruppo di ricerca China Room — Politecnico di Torino, che mira non solo a esaminare il mercato immobiliare cinese, fornendo un supporto in termini di assistenza e formazione alle aziende piemontesi candidate, ma anche ad individuare i promotori immobiliari di riferimento e coinvolgerli, attraverso il progetto architettonico, nel programma di *business development*.

3. APPROCCIO METODOLOGICO. IL RUOLO DELL'ACCADEMIA TRA RICERCA, PROGETTO E MERCATO

La complessità della progettualità di Piemonte Home Design ha richiesto in primo luogo la strutturazione di un *frame* strategico e operativo all'interno del quale inscrivere il ruolo dei singoli attori, le azioni e gli obiettivi da raggiungere. Il progetto è stato strutturato attraverso un complesso processo iterativo tra ricerca accademica, ricerca applicata attraverso il progetto e azioni di penetrazione nel mercato di riferimento.

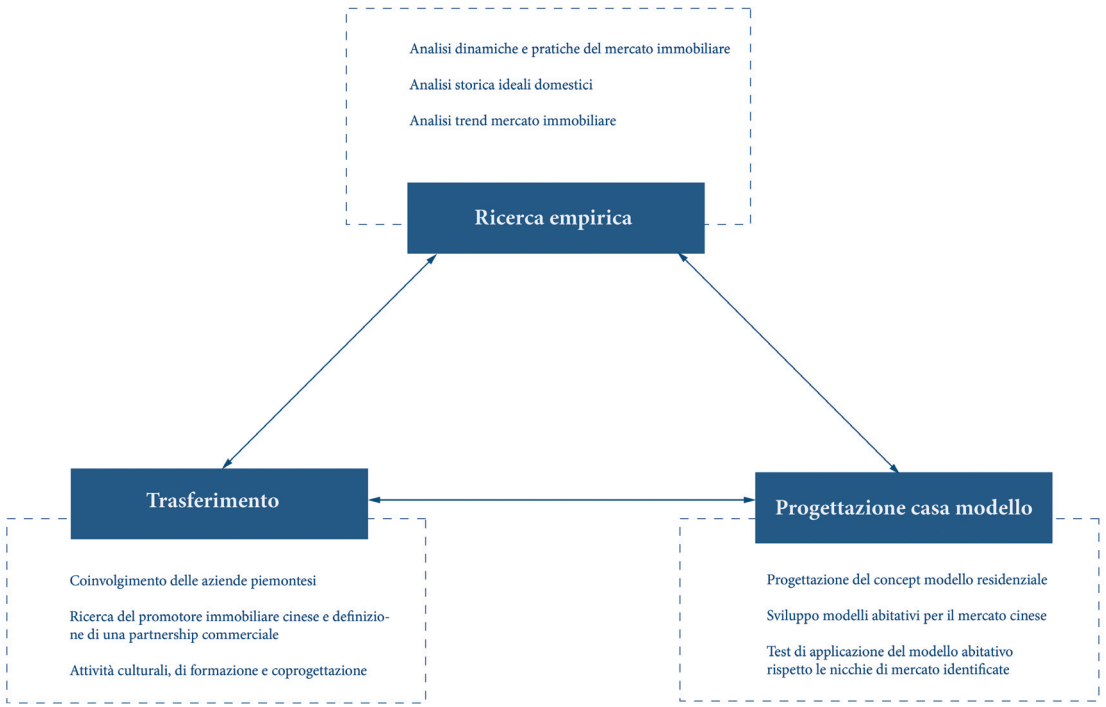


Figura 5 Schema del *frame* di ricerca per il progetto Piemonte Home Design
Fonte*:* elaborazione degli autori

3.1 Ricerca empirica. Conoscere il mercato, agire nel mercato

Agire all'interno di un contesto di mercato, non nella pura speculazione teorica che ha caratterizzato numerose ricerche italiane nel campo dell'architettura, presuppone *in primis* avere consapevolezza di questo mercato. Il lavoro di ricerca empirica, strutturato attraverso un'analisi qualitativa del mercato immobiliare cinese, è stato quindi impostato con il preciso scopo di informare sia uno sviluppo architettonico *meta*-progettuale dei modelli abitativi che le strategie di entrata delle imprese piemontesi nel mercato cinese. La ricerca è stata strutturata in tre diverse fasi, distinte e complementari.

In primo luogo, è stato predisposto uno studio dei principali attori operanti nel mercato cinese, analizzandone le loro

peculiarità e le loro modalità di azione in termini di progetto, *marketing* e sviluppo di *business*, così come le dinamiche che intercorrono tra di essi. La ricerca è stata impostata da un lato attraverso una prospettiva istituzionale, e quindi attraverso uno studio del ruolo che detengono nel processo di sviluppo immobiliare "l'ambiente istituzionale", "il mercato" e "le organizzazioni" (Adam & Tiesdell, 2013; Healey, 1992). Successivamente, l'analisi si è focalizzata sugli attori coinvolti nel processo di sviluppo immobiliare, facendo riferimento a un modello di tipo "*agency role-based*", come definito da Healey (1991) ed in seguito applicato in una prospettiva internazionale e comparativa da Squires and Heurkens (2015). Il processo di sviluppo immobiliare è, infatti, un processo essenzialmente socio-tecnico, all'interno del quale i risultati sono orientati dalle relazioni tra persone, imprese e istituzioni (Adam & Tiesdell, 2013). La Camera di Commercio di Torino ha ritenuto fondamentale, per le imprese piemontesi, una maggiore comprensione di queste dinamiche e di come esse prendono forma nel contesto cinese, sia dal punto di vista strategico che per delineare le fasi di azione della progettualità di Piemonte Home Design.

In secondo luogo, gli spazi dell'abitare, le idee e i valori attraverso i quali essi si strutturano sono analizzati nei rispettivi sviluppi, ponendo particolare enfasi al periodo di transizione tra il sistema di accesso alla casa come parte del sistema di *welfare*, in vigore prima delle riforme del 1979, e le soluzioni di mercato, successive al 1988. Le trasformazioni di concetti fondamentali per il contesto abitativo, come la domesticità, il *comfort*, gli *standard* di riferimento, ecc., sono emerse come la cornice essenziale per comprendere il mercato immobiliare cinese.

Infine, il progetto di ricerca identifica, attraverso un'analisi qualitativa, alcune recenti tendenze del mercato residenziale cinese. Diversamente dalle tradizionali analisi relative ai *trend* di mercato, basate su indici macroeconomici e finalizzate a guidare strategie di investimento (Pirounakis, 2013), l'approccio di tipo descrittivo selezionato, basato sul modello di B. Goodchild e V. Karn (1997), intende evidenziare le caratteristiche qualitative delle abitazioni e degli stili di vita che identificano specifici segmenti di mercato, con l'obiettivo di indirizzare le scelte progettuali e di posizionamento strategico delle aziende piemontesi. La ricerca è stata impostata attraverso una dettagliata analisi dello spazio fisico e dell'uso di oltre 50 casi studio di progetti residenziali rilevanti all'interno del contesto di riferimento. I casi studio sono stati selezionati per le loro peculiarità intrinseche, all'interno di un più ampio bacino di interventi residenziali realizzati negli ultimi dieci anni e pubblicati su riviste di settore cinesi e internazionali. I casi selezionati sono stati analizzati, secondo un approccio multidimensionale, considerando la collocazione geografica, la conformazione morfologica e spaziale dell'insediamento di cui sono parte, l'organizzazione spaziale dell'unità abitativa e le caratteristiche materiali degli ambienti interni. Questa impronta analitica è da iscriversi quindi in una prospettiva che vede lo studio degli spazi dell'abitare, attraverso la loro configurazione, le loro caratteristiche materiali e architettoniche, come uno strumento per rivelare alcuni tratti della società e del mercato cinese che sguardi focalizzati sui *macro-trend* lasciano sullo sfondo. Così facendo, la dimensione spaziale della casa rivela vantaggi specifici rispetto gli obiettivi di progetto, in quanto permette non solo di mettere intuitivamente in relazione il progetto architettonico e di *marketing,* ma anche di identificare spazi di mercato in cui inserire un prodotto competitivo rispetto alla concorrenza.

3.2 Progettazione della casa modello. Progetto tra pratica e ricerca

Il lavoro di ricerca attraverso il progetto, nel caso di Piemonte Home Design, è stato svolto a partire da situazioni e soluzioni in contesti specifici. I confini dell'azione sono, infatti, delineati attraverso concreti obiettivi progettuali coerenti con il contesto di riferimento precedentemente delineato, in cui sperimentare ipotesi di progetto di una casa modello che tenga conto da un lato dell'appetibilità del modello residenziale rispetto al mercato di riferimento, dall'altro delle produzioni delle imprese piemontesi. Il progetto è stato impostato secondo tre direttrici corrispondenti ad altrettanti obiettivi.

Narrativo: un progetto in grado di raccontare e promuovere il territorio regionale attraverso un'accurata selezione narrativa delle sue caratteristiche principali, così come attraverso la valorizzazione delle sue produzioni.

Rappresentativo: un progetto in grado di esprimere i bisogni e le tendenze emergenti del mercato contemporaneo cinese.

Interculturale: un progetto in grado di promuove il *design* italiano tenendo in considerazione le abitudini e le attitudini di consumo nel mercato cinese.

La soluzione progettuale mette a sistema questi aspetti, generando ambienti curati e caratterizzati da un alto grado di potenziale personalizzazione. Il carattere sperimentale dell'operazione, infatti, assorbe gli elementi di indeterminatezza, come la dimensione del promotore immobiliare, la variabilità del *target* di consumatore di riferimento e della localizzazione geografica, la volatilità dei *trend* del mercato immobiliare. Risulta una soluzione abitativa caratterizzata dalla predisposizione di alcuni *plug-in* componibili e riconfigurabili a seconda delle esigenze, in linea con soluzioni abitative più flessibili adattabili a una maggiore complessità di stili di vita, bisogni e aspirazioni individuali, a livello globale. In questo senso, si potrebbe asserire che la pratica di progettazione, per come inscritta all'interno del programma di Piemonte Home Design, sia esemplificativo di un tipo di ricerca attraverso il progetto, distinta da una ricerca nel o per il progetto. Una distinzione che è stata già discussa in numerose pubblicazioni (Archer, 1995; Cross, 1995; Downton, 2003; Frayling, 1993; Friedman, 2008) e che apre un nuovo ruolo dell'università in un contesto di mercato, non privo di processi iterativi e pratiche autoriflessive da parte del ricercatore, che completino la conoscenza disciplinare (Megahed, 2017).

3.3 Trasferimento. Ricerca e progetto nel contesto dell'azione

Il lavoro di ricerca per e attraverso il progetto per un ente accademico, come China Room — Politecnico di Torino, attiva e promuove iniziative che facilitino l'interazione e lo scambio tra realtà e comunità apparentemente lontane. La ricerca progettuale diventa quindi uno strumento performativo e comunicativo, che in questo caso supporta il sistema imprenditoriale italiano promuovendone una narrazione coerente e univoca per il mercato cinese, dove aziende straniere di piccole dimensioni non avrebbero possibilità di accesso, se isolate, né strumenti finanziari e culturali per accedervi.

La ricerca applicata, a carico di un ente accademico, diventa così un elemento di mediazione e convergenza tra gli attori afferenti alla progettualità, fondamentale nell'attuazione di una strategia di trasferimento basata non solo sulla veicolazione diretta di conoscenza verso un *target* specifico, ma anche su vero e proprio lavoro di co-progettazione fra le parti implicate nel processo.

Il lavoro sul campo presuppone, in questo senso, lo sviluppo delle capacità per interfacciarsi con attori di mercato e applicare forme di trasferimento tecnologico e culturale che aiutino a tradurre gli esiti della ricerca in innovazioni di processo. Come spiegato Van de Ven *et al.* (1999), il viaggio dell'innovazione può infatti esser pensato come una conquista collettiva che richiede il ruolo chiave di numerosi operatori sia nel settore pubblico che privato. È in questo frangente che l'istituzione universitaria stessa può esser ripensata come un'organizzazione complessa le cui strutture, processi e pratiche sono relazionate a un sistema di mercato ampio (Rouse, 2016). Una struttura universitaria può quindi rivelarsi come un sistema aperto, dove è possibile sperimentare quella "*real research*" (Deamer, 2017), che non solo prende forma da stimoli reali ma cerca anche di tradurre i risultati in azioni concrete. In questo senso, quello di Piemonte Home Design può essere pensato non solo come un'operazione di ricerca ma un lavoro di messa a sistema di pratiche che possono alimentare processi di innovazione.

4. RISULTATI PRELIMINARI. SPERIMENTAZIONI A DISTANZA

Allo stato attuale di avanzamento del progetto, sono stati raggiunti alcuni risultati preliminari rispetto agli obiettivi identificati. Per cause contingenti, sono state portate avanti, in particolare, quelle azioni di progetto che non hanno richiesto un lavoro diretto sul campo, viste le difficoltà di viaggio dell'ultimo anno. I primi risultati sperimentali delle tre fasi metodologiche prima citate sono esposti di seguito singolarmente e nelle reciproche implicazioni.
In primo luogo, il lavoro di ricerca ha permesso di mettere in luce quattro maggiori tendenze progettuali, identificate dagli autori, attraverso cui i promotori immobiliari rispondono a un mercato maturo, sempre più competitivo e quindi diversificato.

Abitare la nuova campagna

Grazie alle nuove politiche di sviluppo delle aree rurali, messe in campo dal Presidente Xi Jinping insieme al rapido aggiornamento delle principali infrastrutture e allo sviluppo delle risorse naturali locali, le campagne cinesi stanno diventando luoghi sempre più attraenti per i cittadini che risiedono nelle aree urbane e di conseguenza per investitori e sviluppatori immobiliari. All'interno di questa categoria rientrano nuovi modelli abitativi situati nelle aree rurali, come rigenerazioni di edifici nei villaggi tradizionali, seconde case di campagna e forme di abitare a breve termine dedicate al turismo (*resort*), che cercano di rispondere a nuove forme di mobilità dei residenti urbani verso le campagne.

Vivere sostenibile

A partire dal 2006, il Governo Centrale ha introdotto in Cina una serie di politiche di protezione ambientale e pubblicato alcuni *standard* di bioedilizia per migliorare gli ambienti residenziali in ottica di ottimizzazione dell'efficienza energetica degli edifici. Diversi sono i nuovi casi di interventi residenziali che, per rispondere alle nuove direttive governative, così come per differenziarsi sul mercato, sono caratterizzati da tecnologie e soluzioni progettuali orientate a ridurre i consumi energetici degli edifici, così come a implementarne la vivibilità attraverso l'utilizzo di vegetazione integrata.

Reinventare la casa tradizionale

Dopo oltre 30 anni di rapida espansione urbana, il tasso di urbanizzazione nelle grandi megalopoli cinesi, come Pechino, Shenzhen, Shanghai, Guangzhou, risulta estremamente elevato. La frontiera dello sviluppo urbano si sta così spostando dall'espansione alla riqualificazione dello spazio interno la città, transitando da un modello di "grande demolizione per nuove costruzioni" ad uno basato su *micro*-interventi di adeguamento del tessuto costruito. Questa categoria mette a sistema una serie di interventi di trasformazione urbana su piccola e grande scala, che da un lato attraverso pratiche di conservazione dell'esistente, dall'altro attraverso la reinvenzione di tipologie, sistemi distributivi e stilistici della tradizione, sperimentano nuovi modi per interpretare la vita nei centri storici delle grandi città, così come nei villaggi tradizionali sopravvissuti alla grande trasformazione urbana degli ultimi venti anni.

Vivere in comunità (oltre la famiglia)

Nonostante i tentativi di controllo del mercato immobiliare, i prezzi delle abitazioni sono proibitivi nelle città di primo livello, dove la sproporzione tra prezzo medio degli immobili e stipendi percepiti è fra le più alte nel mondo (Wu, 2015). Nelle città di Pechino, Shanghai, Guangzhou e Shenzhen, i prezzi al metro quadro delle abitazioni arrivano a superare i 30.000 euro per metro quadro (National Bureau of Statistics of China). La scelta di affittare appartamenti a medio o lungo termine, senza vincolarsi a scelte permanenti e più dispendiose, si adatta allo stile di vita della popolazione giovane nelle grandi città. Operativamente, lo sviluppatore acquista o affitta un edificio di proprietà privata (contrariamente a quanto succede nei principali sviluppi immobiliari *standard* dove la terra viene acquisita direttamente tramite il governo locale), lo ristruttura dividendolo in piccole unità, lo arreda con mobili ed elettrodomestici, per poi affittarlo a giovani impiegati e professionisti che necessitano di un monolocale in cui soggiornare a tempo determinato. Il modello di gestione si compone principalmente dall'attività di intermediazione locativa e si avvale dell'integrazione di diversi operatori per la riqualificazione degli immobili e la loro gestione unitaria. Secondo i dati di Forward The Economist, le più grandi aziende promotrici nel settore degli affitti a lungo termine in Cina, nel 2019, sono state Ziroom, Xiangyu e Danke Apartment, con rispettivamente 1,02 milioni, 700 mila e 500 mila stanze. A seguire si posiziona il brand Boyu gestito da China Vanke, che può contare un totale di 130 mila stanze. Il pacchetto finale prevede piccoli spazi in affitto di alta qualità (tra i 15 e 35 mq circa) e servizi comunitari integrati per individui singoli o coppie.

Questa categorizzazione delle principali pratiche di progetto ha permesso di indicare alcune direzioni per lo sviluppo della casa modello su cui coinvolgere le aziende partecipanti alla ricerca. Per quanto questo rappresenti un risultato importante rispetto alle finalità del progetto, la componente di ricerca empirica non è sufficiente a raggiungere gli obiettivi commerciali di Piemonte Home Design se non veicolata attraverso specifiche pratiche culturali e imprenditoriali di cui un centro di ricerca può farsi carico. Per questo motivo, una molteplicità di servizi quali *webinar*, *workshop*, presentazioni e pubblicazioni dedicate, sono stati strutturati all'interno della progettualità con il preciso scopo di informare le aziende piemontesi e renderle partecipi e attive all'interno dell'intero processo progettuale. Le aziende hanno in questo modo potuto accrescere la loro conoscenza del mercato cinese e valutare un loro possibile posizionamento all'interno di pratiche di progetto consolidate ed emergenti.

Dall'altra parte le tendenze identificate sono state propedeutiche a impostare il tema della casa modello con l'obiettivo di instaurare il rapporto commerciale con il promotore immobiliare cinese su un comune interesse al progetto. Rispetto alle finiture industriali, la selezione di aziende parte dell'iniziativa consente di sviluppare un sistema maggiormente flessibile e adattabile rispetto gli *standard* di mercato, portando allo studio di un sistema che possa accogliere, attraverso la sua strutturazione e rimodulazione, spazi e rifiniture differenti e più ricercati, rispetto al comune appartamento rifinito e ammobiliato. È stato quindi studiato un sistema basato sull'idea del *plug-in*, che possa permettere ai promotori immobiliari di rispondere ai bisogni di molteplici e differenti nicchie di mercato, attraverso un progetto unitario e facilmente controllabile in tutti i suoi aspetti progettuali, gestionali e costruttivi. Gli spazi di servizio della casa (bagno, cucina, *storage*) sono concepiti come *plug-in* preconfezionati e intercambiabili che possono essere riconfigurati in molti modi differenti e combinati a un sistema di partizioni flessibili e di decorazioni, per generare una molteplicità di ambienti domestici.

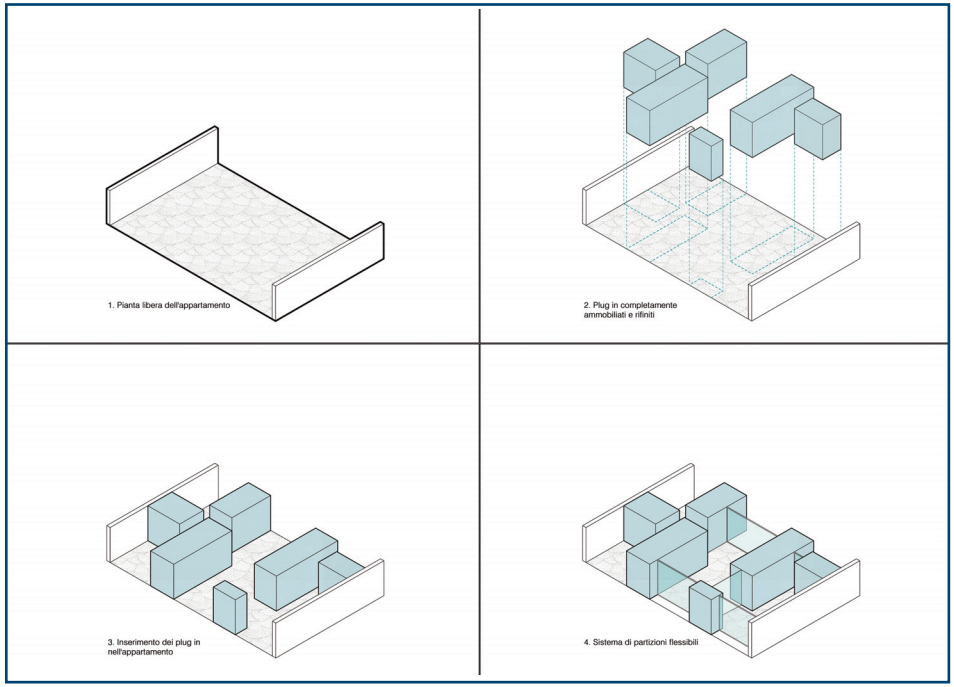


Figura 6 *Concept* di progetto di una casa modello pensata per *plug-in*

Fonte*:* elaborazione degli autori

La strategia architettonica si basa sulla ricerca di un sistema che renda possibile riconfigurare un appartamento-base secondo diversi contesti a partire da una trama comune, così che, qualsiasi sia la configurazione da predisporre, gli elementi possano funzionare coerentemente. Ogni *plug-in* è inoltre definito e caratterizzato attraverso le specificità delle produzioni piemontesi che lo compongono, in modo da fornire ad ogni ambiente un carattere di unicità. I *plug-in* sono stati così definiti:

Flexible Kitchen

La cucina della casa Piemonte Home Design è pensata come un dispositivo, di dimensioni e forme variabili, che può agganciarsi a diversi ambienti dell'abitazione generando inconsuete situazioni compositive e moltiplicandone gli usi nello spazio. L'obiettivo è quello di progettare un sistema di cucina flessibile, modulare e apribile su diversi lati, caratterizzato da un altro grado di flessibilità e che possa adattarsi alla sua integrazione/interazione con diversi ambienti dell'abitazione (*Living*, *dining*, studio, giardino/terrazzo, ecc).

Storage

Spesso tralasciato, lo spazio in cui riporre e ordinare accessori e abbigliamento rappresenta una componente importante dell'abitazione. All'interno del modello di Piemonte Home Design, lo spazio armadio diventa uno spazio da vivere e da integrare con gli ambienti dell'abitazione, in particolare quello della zona più privata di una casa, l'area notte. Flessibilità e adattabilità a diverse metrature sono solo una delle esigenze proposte per un progetto che integri in maniera simbiotica lo spazio del dormire con quello dove riporre i propri oggetti e vestiti, facendone parti integranti dell'ambiente domestico.

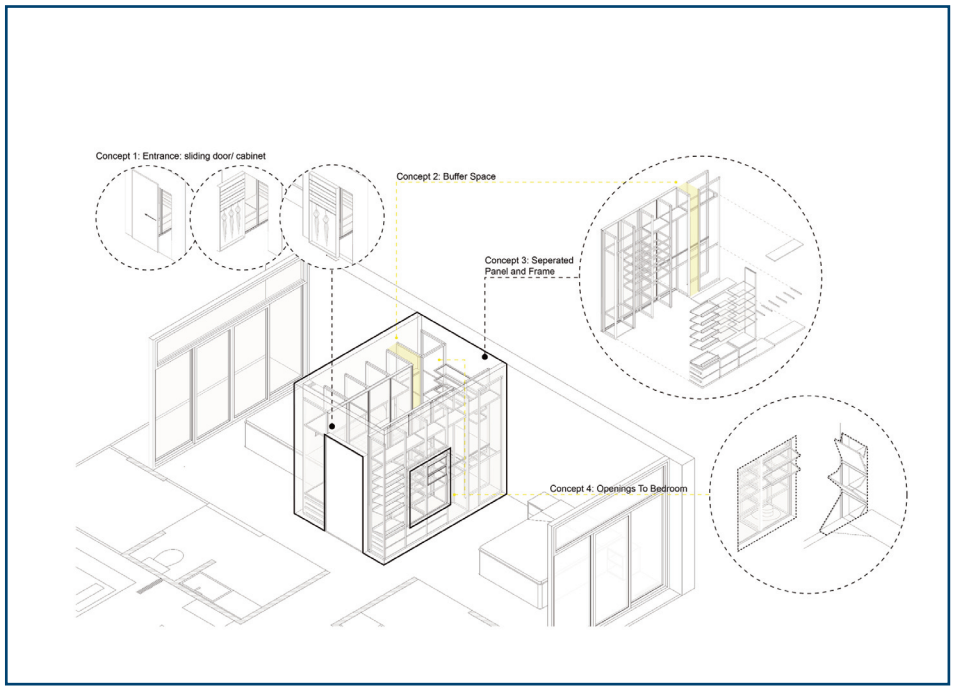


Figura 7 Esempio di progetto preliminare di uno dei *plug-in* della casa modello

Fonte*:* elaborazione degli autori

Ogni *plug-in* è inoltre rivestito, sul lato esterno, da un sistema decorativo e funzionale appositamente studiato, che svolge un ruolo essenziale nella caratterizzazione degli ambienti domestici. L'obiettivo è quello di mettere a sistema uno o più sistemi decorativi che attraverso minime variazione (di colore, forme, materiali) possano caratterizzare gli ambienti che i diversi moduli compongono così come adattarsi a diversi modelli abitativi, esigenze di isolamento e separazione o, viceversa, integrazione e trasparenza. Le decorazioni dovranno essere in grado di esprimere i valori e lo stile della casa Piemonte Home Design, adattandosi di volta in volta agli immaginari richiesti da ogni nicchia di mercato.

La flessibilità del sistema si esplicita nel fatto che gli elementi siano in grado di adattarsi a diverse conformazioni strutturali, e che i residenti possano scegliere alcune configurazioni individuali sulla base di un catalogo di differenti componenti spaziali. L'idea di una casa *plug-in* mette in discussione le vecchie convenzioni della casa *standard* basata su una distribuzione e un *layout* fissi e impostati a priori, facilitando i promotori immobiliari nella predisposizione di modi di abitare più flessibili, sostenibili e adattabili ai loro abitanti. In questo modo la casa modello di Piemonte Home Design potrà esser riconfigurata per rispondere alle tendenze di mercato individuate nel processo di ricerca empirica. Una volta testati sulle diverse configurazioni, i *plug-in* potranno essere modificati e ottimizzati sulla base di una logica iterativa del processo progettuale. Le configurazioni potranno esser molteplici all'interno di un *range* di metrature calibrate sulle esigenze del mercato cinese (40-180 mq). La Figura 8 mostra un *test* di applicazione dei *plug-in* su una pianta tipo di 150 mq. L'appartamento, studiato per inserirsi in un contesto di reinterpretazione della vita in campagna sotto l'impeto della modernizzazione e dell'urbanizzazione, è rivolto a una fascia medio-alta del mercato.

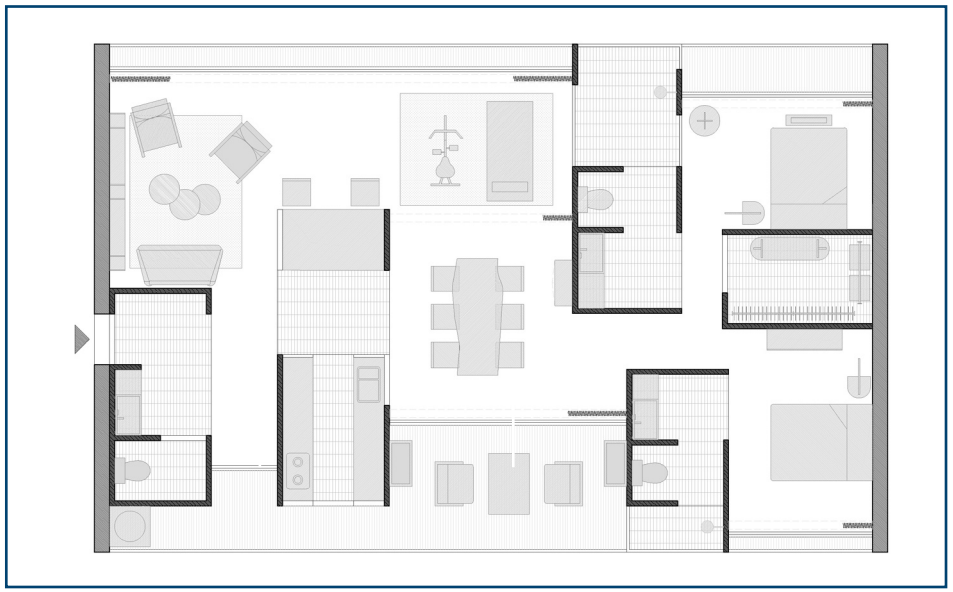


Figura 8 Pianta di progetto con una delle possibili configurazioni dei *plug-in*

Fonte*:* elaborazione degli autori

Ad ogni modo, lo sviluppo di una tipologia residenziale basata sul progetto di alcuni *plug-in* ha permesso anche di indirizzare la strategia di trasferimento di Piemonte Home Design verso un'azione più specifica e concreta. A tal proposito, è stata strutturata una pratica di co-progettazione che coinvolge da un lato aziende e *designer* piemontesi come proponenti di soluzioni di produzioni innovative calate nel contesto del progetto architettonico proposto, e dall'altra promotori immobiliari cinesi in qualità di mandatari di un'operazione di promozione della cooperazione italo-cinese sul fronte del *design*, con finalità commerciali e culturali. All'interno di questa attività, le tendenze di mercato, identificate nella fase di ricerca, diventano i punti di partenza dell'attività progettuale, mentre i *plug-in* della casa modello gli elementi sui quali intervenire.

Il ruolo della componente accademica del progetto spazia quindi dall'accompagnamento all'attività di coordinamento e di curatela dei suoi contenuti scientifici e culturali. Le competenze istituzionali della componente accademica, attraverso il lavoro di cooperazione internazionale in atto con diversi enti cinesi, quali università, musei, associazioni di categoria, e imprese private, diventano fondamentali in questo contesto per favorire il dialogo e veicolare la progettualità in atto. Risulta quindi evidente come tutte le strategie e fasi del progetto siano interconnesse l'una con l'altra e propedeutiche agli obiettivi di Piemonte Home Design. Il progetto di Piemonte Home Design, per il modo in cui è stato concepito strategicamente e operativamente, ha rivelato come la progettazione nel settore residenziale possa aver luogo in un terreno di pratiche efficacemente a cavallo tra accademia e aziende, con ricadute sia scientifiche sia sul mercato. In queste sinergie risiedono le potenzialità di un ente universitario che, grazie a competenze interdisciplinari, sia in grado di proporre soluzioni innovative, non solo in termini tipologici e programmatici ma anche di processo.

5. CONCLUSIONI. UN PROGRAMMA DI LAVORO CONGIUNTO TRA ACCADEMIA E AZIENDE

In primo luogo, un'operazione come quella descritta in questo articolo mette in luce il ruolo potenziale che ricopre la "*design-based knowledge*" (Megahed, 2017) rispetto a un sistema produttivo, una pratica usualmente sviluppata dai progettisti nello svolgersi giornaliero della professione, e raramente trasmessa sistematicamente attraverso l'educazione universitaria.

In seconda istanza, operazioni di natura simile a quella descritta in questo articolo possono riflettersi sui mercati a cui si riferiscono — in questo caso quello residenziale cinese — non solo in termini di applicazione diretta degli esiti progettuali quanto nella promozione di innovazione, concepita come un sistema aperto e dinamico. Diversi studi hanno infatti mostrato che, in Cina come altrove, alcune caratteristiche peculiari del settore immobiliare rispetto ai comparti produttivi (l'unicità e la scarsa ripetibilità dei progetti, la complessità delle operazioni immobiliari, la volatilità del mercato, l'ampia segmentazione del settore in appaltatori e subfornitori) hanno reso l'industria della casa particolarmente riluttante a intraprendere processi di innovazione (Ball, 1999). I promotori immobiliari stessi sono, infatti, solitamente inclini a ripetere soluzioni già testate sul mercato, riducendo rischi e costi, piuttosto che implementare nuove soluzioni abitative attraverso il progetto. Come suggerito da Jenkins e McLachlan (2010), il progetto architettonico — e le possibili azioni di ricerca e sperimentazione che esso comporta — è sempre stato tenuto in secondo piano nella produzione di mercato per il comparto residenziale, a vantaggio della gestione complessiva dei processi da parte dei promotori immobiliari. Nell'attuale contesto cinese però, come evidenziato nei paragrafi precedenti, il mercato residenziale è diventato sempre più competitivo, richiedendo ai promotori immobiliari di introdurre strategie innovative orientate ad aprire nuovi segmenti di mercato o conquistarne di esistenti con prodotti di maggiore qualità. I promotori immobiliari sono stati così indotti a diversificare e innovare il 'prodotto casa', anche attraverso il progetto di architettura. Questo risulta un presupposto fondamentale per l'ideazione del programma Piemonte Home Design e dell'approccio strategico e operativo proposto nell'articolo, che può solo articolarsi all'interno di un contesto di mercato in cui emergono e sono richieste pratiche volte all'innovazione. È indubbio, infatti, che il vantaggio competitivo delle produzioni Piemontesi nel contesto immobiliare cinese non possa risiedere in una strategia basata sul prezzo. Le aziende selezionate all'interno del progetto sono infatti caratterizzate da un'alta qualità del prodotto, e del suo progetto, ma spesso da una produzione altamente selezionata e limitata in termini numerici, che risulta irrilevante per il complessivo mercato immobiliare della Cina. È in questo frangente che l'innovazione metodologica del progetto Piemonte Home Design potrebbe giocare un ruolo fondamentale nel favorire un vantaggio competitivo alle aziende piemontesi, attraverso la costruzione di una "casa modello" che metta a fattore comune i prodotti delle diverse aziende e risponda sinergicamente alle specificità di alcune nicchie di mercato. Questo significa posizionarsi in una fascia medio-alta del mercato, e focalizzare la propria attenzione verso gruppi ristretti di consumatori in cerca di prodotti di alta qualità, tra loro coerentemente organizzati e coordinati in modo da definire non solo uno spazio confortevole e funzionale ma anche in grado di esprimere un'identità attraverso la loro unicità. In questo contesto di mercato, esistono le potenzialità per un ente accademico di sperimentare nuove modalità d'azione che coniughino ricerca per e attraverso il progetto, attività azioni di coprogettazione e coinvolgimento dei sistemi imprenditoriali. Questo fattore può inoltre mettere in discussione rappresentazioni consolidate dei progettisti

e degli inventori come uniche fonti di novità (Shove *et al.*, 2012), riarticolando una distinzione troppo semplicistica tra produttori da una parte e clienti dall'altra. Una progettualità, come quella di Piemonte Home Design, rivela la complessità di pratiche necessarie per penetrare un mercato complesso e in continua trasformazione.

Bibliografia

Adams, D. & Tiesdell, S. (2013). Shaping Places: Urban Planning, Design and Development. New York (NY): Routledge

Archer, B. (1995). "The Nature of Research," Co-Design. Interdisciplinary Journal of Design 8, 6–13

Ball, M. (1999). "Chasing a Snail: Innovation and Housebuilding Firms' Strategies". Housing Studies 14, 9–22

Cross, N. (1995). "Editorial". Design Studies 16 (1) 2–3

Deamer, P. (2017). "Ideas matter". arq: Architectural Research Quarterly 21, 344–346

Ding, G., & Xue, C.Q.L. (2019). "Mediating production, teaching, and research: the role of university-run design institutes in Chinese architectural practice". Arq 23, 73–86

Downton, P. (2003). Design Research. Melbourne: RMIT University Press

Frayling, C. (1993). Research in Art and Design. London: Royal College of Art

Friedman, K. (2008). "Research into, by and for Design". Journal of Visual Arts Practice 7(2), 153–60

Goodchild, B. & Karn, V. (1997). Directions in Housing Policies: Towards Sustainable Housing Policies for the UK. London: SAGE Publications Ltd

Groat, L.N., & Wang, D. (2013). Architectural Research Methods. Hoboken(NJ): John Wiley & Sons, Ltd

He, S., & Wu, F. (2009). "China's emerging neoliberal urbanism: Perspectives from urban redevelopment". Antipode, 41(2), 282–304

Healey, P. (1991). "Models of the development process: A review". Journal of Property Research, 8(3), 219–238

Healey, P. (1992). "An institutional model of the development process". Journal of Property Research, 9(1), 33–44

Heynen, H. (2006). "Unthinkable Doctorates? Introduction," The Journal of Architecture 11(3), 277–82

Jenkins, P. & McLachlan, F. (2010). "Is there a rôle for architects in mainstream private sector house building?". The Journal of Architecture 15, 153–180

Kieran, S. (2007). "Research in Design: Planning Doing Monitoring Learning," Journal of Architectural Education 61(1), 31

Megahed, Y. (2017). "On research by design". arq: Architectural Research Quarterly 21, 338–343

Pirounakis, N. G. (2013). Real Estate Economics: A Point to Point Handbook. London (UK): Routledge

Rouse, W.B. (2016). Universities as Complex Enterprises. Hoboken (NJ): John Wiley & Sons, Ltd

Salomon, D. (2011). "Experimental Cultures: On the 'End' of the Design Thesis and the Rise of the Research Studio". Journal of Architectural Education 65(1), 33–44

Shove, E., Pantzar, M., Watson, M. (2012). The dynamics of social practice: everyday life and how it changes. Los Angeles (CA): SAGE

Squires G. & Heurkens, E. (2015). International Approaches to Real Estate Development. New York (NY): Routledge

Van de Ven, A. H., Polley, D. E., Garud, R., & Venkataraman, S. (1999). The innovation journey. New York (NY): Oxford Univ. Press

Van de Weijer, M., Van Cleempoel, K., Heynen, H. (2014). "Positioning Research and Design in Academia and Practice: A Contribution to a Continuing Debate". Design Issues 30, 17–29

Van Der Hoeven, F. (2011). "Mind the Evaluation Gap: Reviewing the Assessment of Architectural Research in the Netherlands". arq: Architectural Research Quarterly 15(2), 177–87

Wang, D., & Joplin, A. (2009). "The Design Substrate: The Phenomenological Unity Enabling Howard Gardner's Theory of Multiple Intelligences". Environmental & Architectural Phenomenology Newsletter

Wang, Y. P., & Murie, A. (1999). "Commercial Housing Development in Urban China". Urban Studies, 36(9), 1475–1494

Wu, F. (2015). "Commodification and housing market cycles in Chinese cities". International Journal of Housing Policy, 15(1), 6-26

Zhang, J. (2019). "Towards a New Normal: The Blurred Landscape of Architectural Research in China". Architectural Design 89, 120–125

Quest'opera è distribuita con
Licenza Creative Commons Attribuzione - Non commerciale 3.0