POLITECNICO DI TORINO
Repository ISTITUZIONALE

Designer in Piemonte: una lunga storia in breve

Original
Designer in Piemonte: una lunga storia in breve / Filippini, A., Germak, C. - In: MIRA: l'economia del Core Design in Piemonte / Camoletto S.; Segre G.. - STAMPA. - Torino : Circolo del Design Torino, 2023. - ISBN 979-12-210-4110-1. - pp. 10-23

Availability:
This version is available at: 11583/2985138 since: 2024-01-16T11:20:43Z

Publisher:
Circolo del Design Torino

Published
DOI:

Terms of use:

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

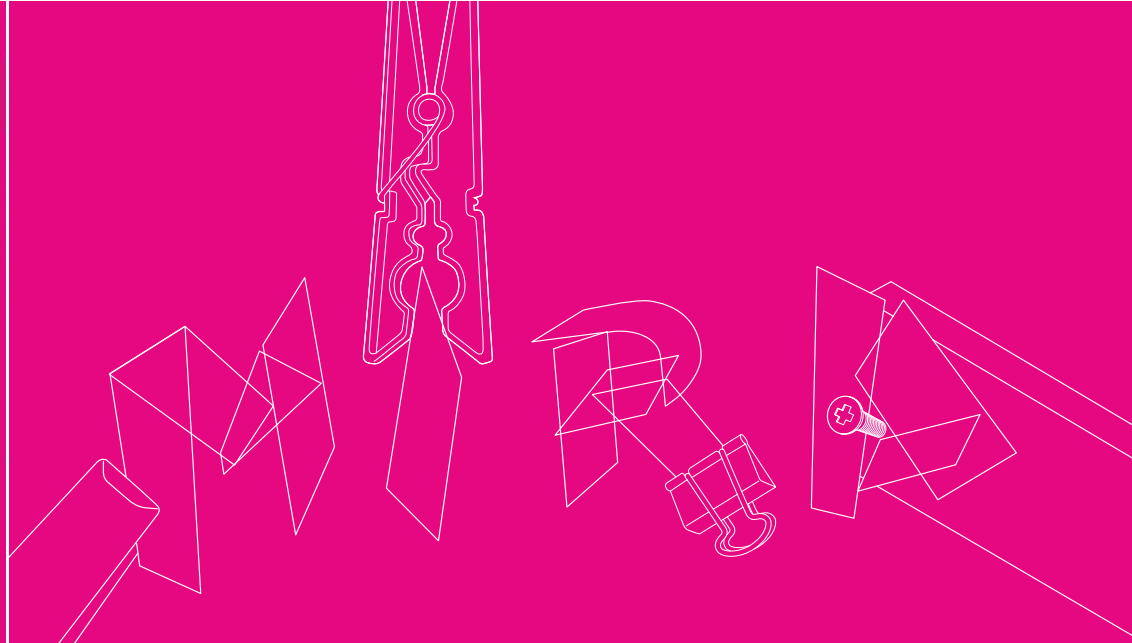
Publisher copyright

(Article begins on next page)

14 September 2026

L'economia del Core Design in Piemonte

A cura di
Stefania Camoletto
Giovanna Segre



L'economia del Core Design in Piemonte

Titolo

A cura di

Stefania Camoletto
Giovanna Segre

MIRA

MIRA è un progetto di:
Circolo del Design

Direzione:
Sara Fortunati,
Circolo del Design

Partner:
Camera di commercio di Torino,
Città di Torino,
Dipartimento di Economia e Statistica "Cognetti de Martiis" dell'Università degli Studi di Torino,
Dipartimento di Architettura e Design del Politecnico di Torino,
IRES Piemonte,
CNR-IRCrES,
Unioncamere Piemonte

In collaborazione con:
Fondazione Santagata per l'Economia della Cultura

Con il sostegno di:

CAMERA DI COMMERCIO
INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA
DI TORINO

UNIONCAMERE
PIEMONTE

Comitato scientifico:
» **Paola Borrione**
Fondazione Santagata per l'Economia della Cultura
» **Claudio Germak**
Politecnico di Torino
» **Santino Piazza**
IRES Piemonte
» **Giovanna Segre**
Università degli Studi di Torino
» **Giampaolo Vitali**
CNR-IRCrES

Project Manager:
Enza Brunero,
Circolo del Design

Communication Manager:
Marta Della Giustina,
Circolo del Design

Ufficio Stampa:
Spin-to

Art Direction:
Fionda

mira.circolodeldesign.it

MIRA
numeri
persone
direzioni
del design
in Piemonte

L'ECONOMIA DEL *CORE DESIGN* IN PIEMONTE

Autori:
» **Paola Borrione**
Fondazione Santagata per l'Economia della Cultura
» **Stefania Camoletto**
Università di Torino
» **Ali Filippini**
Politecnico di Torino
» **Claudio Germak**
Politecnico di Torino
» **Giovanna Segre**
Università di Torino
» **Giampaolo Vitali**
CNR-IRCrES

In collaborazione con:

SYMBOLA
Fondazione per le qualità italiane

INDICE

1. Designer in Piemonte: una lunga storia in breve

1.1 Professione designer: un inquadramento
1.2 Anni '50/'60: il design degli architetti e dei carrozzieri
1.3 La stagione del pop design e i gruppi di progettisti
1.4 Anni '80 e'90: i primi studi professionali di solo design
1.5 Il nuovo millennio: il design della transizione e del cambiamento

2. L'ecosistema del Design in Piemonte

2.1 Un'ottica ecosistemica per il Design
2.2 Gli attori *generalisti* dell'ecosistema del Design in Piemonte
2.3 Gli attori *specialisti* dell'ecosistema del Design in Piemonte
2.3.1 Gli attori della formazione
2.3.2 Gli attori della ricerca e dell'accelerazione di impresa
2.3.3 Gli attori della comunicazione
2.3.4 Gli attori della distribuzione
2.3.5 Gli attori culturali

3. Re-disegnare il design: una proposta tassonomica di definizione del settore *Core Design*

3.1 Misurare il *Core Design*
3.2 Il dataset del *Core Design* di MIRA
3.3 I risultati della Design Economy di Fondazione Symbola
3.4 *Core Design*: i numeri dei tre mondi nello stesso dataset

4. I valori del *Core Design* in Piemonte

4.1 La geografia delle imprese del *Core Design* nell'accezione ristretta e allargata
4.2 L'occupazione e la produzione del *Super Core Design*
4.3 I progettisti freelance del *Super Core Design*
4.4 Le società di capitali del *Super Core Design*

5. Sostenibilità ambientale, sociale e ottica ecosistemica nella prospettiva degli operatori del *Core Design*

5.1 Sostenibilità ambientale nel campione MIRA
5.1.1 Analisi dei questionari
5.1.2 Analisi delle interviste sulla sostenibilità ambientale
5.2 Sostenibilità sociale nel campione MIRA
5.2.1 Analisi dei questionari
5.2.2 Analisi delle interviste sulla sostenibilità sociale
5.3 Un commento alla logica ecosistemica del *Core Design* in Piemonte

Conclusioni
Bibliografia
Ringraziamenti

1. Designer in Piemonte: una lunga storia in breve

Di A. Filippini, C. Germak

1.1 Professione designer: un inquadramento

Ripercorriamo a grandi linee l'evoluzione storica del *Core Design*, ovvero le unità aziendali costituite da professionisti che con i loro studi, diversamente organizzati, offrono servizi di progettazione in Piemonte.

Fanno da sfondo all'evoluzione la nascita di scuole dedicate, di cui la prima è nel 1954 il Centro Studi Arte-Industria di Novara (poi Scuola Politecnica di Design a Milano) e nel 1956 la costituzione dell'ADI, Associazione per il Disegno Industriale, che aggrega imprese, ricercatori, insegnanti, critici, giornalisti intorno ai temi ampi del design. L'ADI non è un ordine professionale ma sarà la sede in cui, oltre alla promozione del design attraverso l'ambito premio Compasso d'Oro, nel corso dei decenni successivi si discuterà anche degli aspetti legati alla professione, dei suoi orientamenti e del fatto, forse paradossale, che per il designer non esista ad oggi un Albo ufficiale. Poi c'è un terzo importante contributo che accende i riflettori sul Design: la legge Ronchey del 1993, che include i prodotti creativi per l'industria tra i Beni Culturali. Consapevole di questo accredito, il design del territorio nel 1995 si mette in mostra al Museo dell'Automobile dando vita a "Torino Design" (poi "Piemonte Torino Design"), un'esposizione itinerante all'estero con 400 prodotti, progettati e/o prodotti in Piemonte, oltre l'automobile. E che il caso Piemonte costituisca un modello di interesse internazionale lo dimostra la successiva nomina di Torino a World Design Capital 2008.[1]

1 Si veda: Filippini e Germak (2022). "Evoluzione del Design in Piemonte. Quasi trent'anni di ricerca sulle relazioni tra Design e Territorio". In Amitrano, Filippini, Germak, Segre (2022). L'economia del design in Piemonte, pp.30-44.

Se nel corso dei '50 e dei '60 quella del designer - termine non ancora propriamente in uso - è un'attività svolta prevalentemente da architetti, con gli anni a venire si iniziano a delineare delle traiettorie di autonomia professionale, e quindi di visibilità per il design, anche se ancora all'interno di studi attivi in diverse discipline (l'architettura, l'allestimento di interni e di spazi pubblici). Solo con il nuovo Millennio, frutto anche di una formazione universitaria dedicata, si delinea un'attività professionale il cui *core* è il Design, pur declinato nelle diverse specializzazioni del prodotto d'uso, allestimento, mobilità, comunicazione...recentemente aggiornate dalla ricerca dell'Osservatorio MIRA[2].

Nel 2007, il primo autentico report sull'economia del design nella regione ("L'economia design related in Piemonte" promosso da Camera di commercio di Torino) oltre a pesare il valore economico dei vari settori mette l'accento sulle attività di *Design Driven* innescate dal progetto su un tessuto di PMI manifatturiere. Il nuovo fenomeno, retrospettivamente, si può collegare sia alla crescita della presenza dei designer sul territorio, sia al nuovo ruolo *strategico* assunto dalla disciplina del design. Emblematici, ad esempio, siamo nella metà degli anni 2000, i casi di designer che guidano imprese locali in processi di riconversione industriale. Tra i più noti, oggi ma non allora, quello dello stampaggio rotazionale della plastica per serbatoi riconvertito a nuovi prodotti di ricerca per l'abitare (Luisa Bocchietto per Serralunga), o l'integrazione della domotica agli accessori e componenti per il bagno (Luca Vercelli per Ritmonio).

Osservando oggi non tanto il numero delle unità aziendali dedite al progetto quanto quello degli addetti, il comparto *core* si presenta ancora robusto, costituito da studi professionali di media dimensione (10-20 addetti) che offrono un ampio ventaglio di attività: dal prodotto e complemento di arredo all'oggetto tecnico di illuminazione e per l'elettronica di consumo, integrando anche la componente dell'autoproduzione digitale e no. A fianco dei progettisti più *industriali* affermatisi nella prima decade del nuovo millennio, emergono giovani freelance, studi e startup che propongono un approccio al progetto ampio e multitasking, figlio di una formazione che guarda alle responsabilità del designer verso le persone, l'ambiente e la produzione etica.

2 Si veda: Filippini e Germak (2022). "I settori del design in Piemonte. Analisi qualitativa e tendenze tra progetto e produzione". In Amitrano, Filippini, Germak, Segre (2022). L'economia del design in Piemonte, pp. 84-101.

1.2 Anni ‘50/’60: il design degli architetti e dei carrozzieri

Nel secondo dopoguerra, quando lo sviluppo e l’affermazione del design italiano come nuovo fenomeno culturale e produttivo è essenzialmente concentrato a Milano, a Torino prosegue una ricerca in qualche modo *eccentrica*, grazie alla presenza di un vivace panorama artistico e tecnico, popolato da gallerie, atélier e officine/laboratori aziendali.

Tra le figure più note c’è Carlo Mollino, già attivo dagli anni ’30, che ora insieme a più giovani collaboratori universitari e allievi (Roberto Gabetti e Aimaro Isola, Giorgio Raineri, poi Mario Federico Roggero e Giovanni Brino che ne fonderanno l’Archivio) concorrono in collaborazione con laboratori semi-industriali (Apelli e Varesio, Tesio, Colli, Boschis e altri), a definire una produzione di arredi per committenze private, al di fuori dalle logiche della grande serie[3].

Più in là negli anni infatti, siamo nel 1992, sarà Roberto Gabetti a lanciare l’iniziativa “Mobili con amici”, portando le collezioni di arredi disegnati da diversi architetti torinesi e con fattura artigianale alla mostra/fiera “Abitare il Tempo” a Verona. Le due figure, quella di arredatore che disegna per spazi e persone ben conosciute e quella del designer che progetta per utilizzatori indistinti saranno comunque presenti nel corso degli anni e, in qualche caso, entrambe caratterizzanti il profilo dall’architetto. Anzi, saranno molti i casi di prodotti disegnati per un contesto *ad hoc* che poi entrano nei cataloghi commerciali delle aziende di settore.

Il professionista/architetto/designer tipo, condizione che si ripete ancora oggi, lavora prevalentemente nell’ambito di sodalizi duraturi e con organici poco numerosi, popolando atelier che diventano giorno dopo giorno vetrina/museo delle proprie creazioni, oggi finalmente visitabili, insieme a quelli più recenti, grazie all’iniziativa “Open!” a cura dell’Ordine degli Architetti nazionale e territoriale.

Sul fronte aziendale invece, quegli anni vedono la crescita di imprese che in Piemonte tra le due guerre hanno fatto la propria fortuna in diversi campi: dalla meccanica al tessile e dalla microtecnica all’alimentare, e che ora progettano, producono, commercializzano e comunicano i propri prodotti con particolare attenzione all’innovazione del disegno. Posseggono una solida tradizione tecnica e manifatturiera, e a partire dal caso emblematico di Olivetti, capiscono l’importanza del contributo del design (e dei designer) per una produzione seriale che si fa sempre più competitiva, essendo entrati nell’orbita del *grande numero* consumato da masse sempre più esigenti e attente al distinguo. È un periodo florido per tante ex ***bòite***, le piccole fabbriche così dette in piemontese[4]: Marcello Nizzoli disegna nel 1946 per l’azienda di penne Aurora il modello Aurora 88, a cui seguiranno i modelli Hastil e Thesi di Marco Zanuso nel 1970; in Alessi, intorno al 1970 entra la prima schiera dei maestri, tra cui Achille Castiglioni, Ettore Sottsass e Richard Sapper; la caffettiera Moka Bialetti è protagonista dei Caroselli, mentre il cappello di feltro realizzato ad Alessandria riempie il manifesto del film Borsalino & Co., con Alain Delon e Jean Paul Belmondo protagonisti. Poi, i brevetti della Persol per occhiali snodabili e pieghevoli, indossati dai tramvieri di Torino (il progetto era per loro) e dalle star del cinema internazionale. Ancora oggi sono icona fashion al pari delle scarpe Superga disegnate negli anni ‘30, ma rilanciate in seguito come prodotto cult dalla contestazione giovanile.

3 Si veda: Alaimo (2018). “Mobili di architetti e progettisti torinesi 1945-1965”. Deposito Culturale.

4 Si veda: De Giorgi e Germak (2008). “Grandi storie di piccoli prodotti”. In Piemonte Torino Design, Electa.

La comunicazione di prodotto ovviamente si intensifica (mitiche le campagne di Armando Testa), localizzando a Torino uno dei poli alternativi a Milano nell'ambito della grafica pubblicitaria, dove i primi studi erano nati negli anni '30. Inoltre, gli ingegneri della FIAT di Valletta e delle altre case automobilistiche piemontesi contribuiscono a definire lo stile e l'identità dell'auto italiana, tanto nelle utilitarie (la FIAT 500 di Giacosa dal 1957) quanto nelle auto di lusso e da corsa (la CISITALIA 202 degli Stabilimenti Farina nel 1947).

Alla fine dei '50 e ad apertura dei '60 si assiste in Piemonte alla trasformazione del carrozziere/progettista tradizionale in industrial designer[5]. Giovanni Michelotti, con altri eletti tra cui Vignale, Ghia (con il prolifico designer Pietro Frua), Bertone (con il progettista, e in seguito imprenditore, Franco Scaglione) e poi da questi la *linea evolutiva* che porta a Giugiaro, è tra i pionieri di questa svolta e nel 1949 inizia l'avventura da freelance con un suo studio-carrozzeria in un attico di Corso Francia 35, la cui vista incantava gli stranieri in visita.

5 Si veda: Porta (2018). "Torino e l'arte dei carrozzieri 1946-1980". Feltrinelli.

1.3 La stagione del pop design e i gruppi di progettisti

Parallelamente e per tutto il decennio successivo dei '70 una nuova generazione di architetti formatisi dopo la guerra esplorano una vasta gamma di sperimentazioni progettuali ibridate con l'arte, anzi, con i giovani artisti (e i critici) che praticano l'arte Informale, l'Arte Povera, il Pop e il Situazionismo, e che hanno a Torino, con le gallerie d'arte, una delle maggiori casse di risonanza[6].

La stagione del cosiddetto Pop/Radical Design/Design sperimentale[7], tanti erano gli appellativi senza che in realtà nessuno fotografasse con precisione quel vivace periodo, da una parte si accompagnava alla contestazione politica del movimento studentesco, dall'altra alla sperimentalità della controcultura internazionale e agli eventi che ibridavano arte, design e produzione, come negli Eurodomus a Torino nel 1968 e nel 1972[8].

Nascono nuovi studi-gruppi, spesso alimentati dalla comune esperienza universitaria presso il Politecnico, dalla frequentazione di centri come l'Unione Culturale e dalla condivisione del divertimento e dello stare insieme (uno dei ritrovi era il Piperclub di Torino, progettato da De Rossi, Ceretti e Prando nel 1966). Presto fanno parlare di

6 Tra i più noti artisti torinesi dell'Arte Povera: Michelangelo Pistoletto, Giulio Paolini, Mario e Marisa Merz, Pietro Gilardi, Gilberto Zorio. Tra i principali punti di riferimento in città ci sono la Galleria Sperone, che propone gli artisti americani e che contribuisce all'affermazione degli esponenti dell'Arte Povera, la Galleria Notizia, la Galleria Stein, il Deposito d'Arte Presente (DDP).

7 Si veda: F. Mello, "The Rock Furniture, Il design della Gufram negli anni del rock", Castello di Rivoli museo d'Arte Contemporanea, 2002; Garis (1987). "Il design sperimentale a Torino 1966-1976", Tesi di laurea in Architettura, relatori De Ferrari, Fossati, Bistagnino, Politecnico di Torino, Facoltà di Architettura

8 Le 4 edizioni di Eurodomus (1966 al 1972) curate da Gio Ponti, Cesare Casati e Emanuele Ponzio stimolavano attraverso il dibattito e le performance un atteggiamento critico rispetto alla cultura perbenista del dopoguerra. Emblematico, tra gli altri, il titolo della 4° edizione: "Il codice, incontri e scontri sulla casa".

sé anche sulla scena internazionale (si pensi alla mostra evento "Italy:...the New Domestic Landscape" a New York del 1972) attraverso prodotti elaborati insieme a piccole e medie imprese come la Gufram dei fratelli Guglielmetto, o la Abet Laminati di Bra, che intensificano la sperimentazione di nuovi materiali associati alla ricerca di linguaggi che si ponevano in antitesi al *good design* dei prodotti industrializzati di massa. I protagonisti di questa stagione, orientata al rinnovo degli stili dell'abitare, sono i giovani architetti dello STUDIO 65, i più pop, fondato da Franco Audrito; Guido Drocco e Franco Mello, oggi noti al grande pubblico per l'appendiabiti Cactus; Giuseppe Raimondi, primo art director della Gufram, fondatore con Sisto Giriodi, Guido Martinero e Alberto Vaccarone dello STUDIO ABACO; Pietro Derossi, Giorgio Ceretti e Riccardo Rosso del GRUPPO STRUM, dal 1971 con Carlo Gianmarco e Maurizio Vogliazzo. Ancora: Giorgio De Ferrari, negli anni '90 promotore del design universitario al Politecnico; l'ANONIMA DESIGN, gruppo dedito alla ricerca sul design minimale e nomadico, fondato da Sergio Jaretti, Elio Luzi, Federico Prandi, Viviana Riccato e Mario Virano; i LIBIDARCH, gruppo di design concettuale con Edoardo Ceretto, Maria Grazia Daprà, Vittorio Gallo, Andrea Mascardi e Walter Mazzella. Infine, come non nominarli: Piero Gatti, Cesare Paolini e Franco Teodoro, che nella celebratissima poltrona Sacco (anzi, sedile come piaceva ai tre) presentata in cellophane trasparente pieno di palline di polistirolo, racchiudono gli stili di vita, le idee e le ideologie che animavano quell'indimenticabile periodo creativo.

Perché così tanti nomi? Perché è urgente riscrivere per intero la storia di quel decennio (1966-1976) e dei suoi protagonisti, salvarne le testimonianze e gli archivi, proporne letture inedite da comunicare al grande pubblico.

Altrettanto significativa, per altri aspetti, è la stagione delle *fabbriche del progetto* per l'auto, a cominciare dalla fondazione nel 1968 di Italdesign (oggi parte del gruppo Volkswagen) da parte di Giorgetto Giugiaro e Aldo Mantovani, nata come centro servizi per il mondo dell'automotive. Si tratta di aziende di progetto che offrono ancora oggi in continuità con il passato (Torino Design, torinese doc o straniere come la cinese Changan), un modello di servizio integrato tra progetto stilistico ed engineering, talora allargato alla mobilità sostenibile e strategica (GranStudio) e all'Academy, come nell'offerta della *design factory* Torino Design: imprese ancora fortemente rappresentative delle competenze industriali del territorio in cui operano.

Sul finire degli anni '70 e per almeno due decenni Torino e Provincia diventano pertanto la capitale mondiale del progetto auto, con 5 pianeti (Fiat Centro Stile, Pininfarina, Bertone, Italdesign e I.De.A Institute) e numerosi satelliti dediti al progetto (Fioravanti, Open Design, Sessano, Syntesis Design, Carcerano e altri) oltre ad una nuvola di servizi di modellazione, prototipazione e testing.

1.4 Anni ‘80 e’90: i primi studi professionali di solo design

Negli anni ’80, all’insegna di una circolarità tra produzione, progetto e comunicazione, complice anche, verso la loro fine, un palpabile fervore economico, nascono nuovi modelli di impresa creativa e altri si trasformano.

In tema di comunicazione, ad esempio, alcune agenzie si ingrandiscono, abbandonando così la dimensione dell’atelier, strutturandosi e delocalizzando l’attività per una maggiore competitività e e diversificazione dell’offerta. È il caso della Armando Testa che dal 1978 apre filiali a Milano, Roma e in città internazionali utilizzando le nuove tecnologie del video e della prima digitalizzazione.

L’automotive nel nostro territorio irrobustisce i centri di ricerca e stile con settori dedicati ai veicoli oltre l’automobile (dai treni alle biciclette) e al *product design*: così è in Italdesign con la fondazione della Giugiaro Design, operativa dal 1981; in Pininfarina con l’apertura della Extra; in Bertone con Stile Bertone e in I.De.A Institute.

Intorno a questi grandi centri del design ruota anche un fenomeno nuovo a cui la mostra “Torino Design” nell’edizione del 1995 dedicherà un’intera sezione titolata “Dai territori dell’auto”. Si tratta di una diffusione su larga scala del patrimonio tecnico e tecnologico che dall’automobile migra, anche in termini di figure professionali (molti i designer usciti da quei centri stile), verso i settori tecno *specialistici* dell’aeronautica, della nautica, delle macchine operatrici, dei piccoli mezzi da trasporto, fino agli accessori auto, moto e bici. Tra i protagonisti, il maestro di carrozzeria Marcello Gandini, prossimo alla laurea honoris causa in Ingegneria dell’autoveicolo, che progetta elicotteri e complementi di arredo; Bruno Giardino, designer di punta della Leitner funivie; Paolo Martin, specializzato in telai innovativi di bicicletta; Spagnolo Design, prolifico designer attivo in molti settori del *product design*.

In quel periodo, il design industriale e non solo per l’arredamento, assume rilevanza come attività offerta con continuità da alcuni studi di architettura. Tra questi, dal 1983 è attivo lo studio De Ferrari Architetti, in particolare nella progettazione di prodotti d’uso e attrezzature urbane, ad hoc e seriali, oggi in dotazione a città italiane (Torino compresa) ed estere; Gianfranco Cavaglià, architetto e professore, il più minimalista tra i designer del territorio, che insieme ad Achille Castiglioni convince nel 1985 la Città di Torino a riprodurre per tutte le aree centrali la storica lampada Santa Teresa, che diventerà icona stradale per la nostra città; Derossi Associati, che dal 1994 continua la ricerca tra architettura e allestimento con particolare interesse verso la sperimentazione di materiali nuovi e della tradizione; così anche Toni Cordero, l’architetto delle superfici e colori sperimentali, che muove i suoi passi tra allestimenti snob di prestigiosi showroom della moda e fantasiosi pezzi di arredo neobarocchi. Fuori dagli schemi, Leonardo Mosso, architetto/artista con formazione internazionale, dà vita insieme alla moglie Laura Castagno al Maaad, Museo dell’Architettura Arti Applicate e Design, un colto mix tra Casa, Studio e Centro ricerca.

Ma si deve attendere la fine degli anni ‘90 per incontrare figure oggi note di progettisti specializzati in design industriale (talora anche per l’artigianato), tra cui due Compassi d’Oro 2022: i fratelli Davide e Gabriele Adriano ed Elastico Disegno, entrambi sempre presenti nelle edizioni itineranti della mostra “Piemonte Torino Design”. Da quella mostra, ideata da Giorgio De Ferrari allora presidente della Società degli Ingegneri e degli Architetti in Torino, emerge non solo l’importanza del design nel territorio e delle sue

peculiarità, sovente contrastanti tra linguaggi tecno e neo-moderni, ma anche la capillare presenza di imprese del progetto attive in settori diversi oltre l'automobile. Nel 1995 la Mostra/Osservatorio aveva selezionato 78 studi/atelier in Piemonte che con una certa continuità erano attivi nel *product design* (talora in più settori), di cui i numeri più alti erano rappresentati dall'auto e indotto (27), dalle attrezzature tecniche, cioè macchine utensili, apparecchiature di illuminazione, sanitarie, ecc. (14), dalle attrezzature sportive, settore che è in parte migrato altrove purtroppo (14) e dall'arredo domestico e complementi casa/ufficio (13).

Parafrasando il celebre motto di Ernesto Nathan Rogers «dal cucchiaio alla città» la mostra lo ribalta in «dall'automobile al cucchiaio», a ribadire che oltre 400 oggetti selezionati per l'esposizione, disegnati e/o prodotti in Piemonte, confermano questa area territoriale tra le più prolifiche del *designed & made in Italy*.

Sono segnali che disegnano uno scenario del *Core Design* (che offre progetto) molto mutato rispetto a soli 20 anni prima, completato con l'ampliamento di un'offerta formativa[9] che porterà negli anni a venire a una sempre più marcata specializzazione di professionisti del settore, quindi di studi propriamente dediti al solo progetto di design.

9 Si ricorda come lo IAAD aprì il suo primo corso nel 1978 in "Architettura della carrozzeria", oggi "Transportation design"; lo IED Torino dal 1989; mentre presso il Politecnico, dove già era attivo presso la facoltà di Architettura un indirizzo comprendente corsi di design, nel 1996 viene attivato il Diploma in Disegno Industriale, dal 2000 trasformato in Corso di Laurea, triennale e magistrale.

1.5 Il nuovo millennio: il design della transizione e del cambiamento

Gli anni 2000 vedono l'affermazione del designer professionista, ora riconosciuto anche dal grande pubblico: «i designer stessi iniziano ad avere un nome, un volto, un sito internet»[10].

Tuttavia questa figura, che non ricalca più il profilo dell'architetto ma è ora dotata di una formazione e una competenza specifica, continua a non essere ufficialmente riconosciuta da un Albo professionale.

A detta dei neo designer, gli scenari evolutivi sono comunque altri, legati alla transizione verso la sostenibilità ambientale e l'economia circolare, il digitale e il *making*, il sociale e il *design thinking*[11]. Scende la domanda diretta di design industriale, come era nella tradizione fino agli anni '90, perché oltre all'alternarsi delle crisi in diversi settori della produzione manifatturiera molte aziende hanno sviluppato al proprio interno, uffici tecnici e di R&S che si occupano anche di design. Crescono invece le aziende della *supply chain*, che offrono, oltre alla sperimentazione di nuove tecnologie, l'assistenza all'intero progetto fino alla produzione, talora procurando designer da delocalizzare presso la committenza.

Parallelamente, sono 4 le controtendenze al mercato tradizionale del progetto di design per l'industria: la crescita esponenziale del settore comunicazione all'insegna del

10 Si veda: Alessi (2014). Dopo gli anni Zero. Laterza.

11 Si veda: Germak, Filippini (2022). "Fuori misura: il Design per l'innovazione". In Amitrano, Filippini, Germak, Segre (2022)." L'economia del design in Piemonte", p.112-127.

web e del digitale, fatto di unità piccolissime e altre molto grandi che offrono servizi integrati; un ritorno ai temi dell'autoproduzione[12], ancora prevalentemente analogica nel primo decennio (quello del primo Fablab italiano proprio a Torino), poi *digital making* nel successivo; l'offerta integrata di servizi dove le attività di *product design* sono connesse con quelle di service design, talora con incursioni nel design di processo e *design thinking*; la nascita delle *startup* del design, nuovo modello imprenditoriale basato sull'interdisciplinarietà delle competenze e sulla dimestichezza con le più nuove tecnologie.

Tornano dunque protagonisti dell'innovazione soprattutto i giovani, capaci di ibridare culture diverse; in sintesi, si può dire che in questi anni per il prodotto si progetta ancora, ma senza più una netta distinzione tra seriale, artigianale e autoprodotto.

In tema di autoproduzione, si segnala il collettivo Nucleo fondato da Piergiorgio Robino, rappresentativo della corrente artistico/materica, e da una galassia di piccole imprese, cooperative e designer dotati di studi-laboratorio che assolvono all'intero processo, dall'idea al prodotto finito (Volcano Studio, MADOTI, Studio Sostanza, Izmade).

Non mancano comunque i progettisti che, in modo più tradizionale, si affermano nella seconda decade del nuovo millennio (Michele Venisti, Design Gang, ZAAF Design, Andrea Vecera, Maurizio Maiorana) ai quali se ne affiancano altri connotati da una formazione internazionale che si distinguono per una ricerca concettuale e poetica nel progetto dell'arredo domestico e per la persona (Andrea Foschiatti, Andrea De Chirico, Testatonda, Studio Nooi).

Altri studi integrano alla progettazione di prodotti oggettuali approcci di *user experience* e progettazione strategica attraverso la collaborazione tra figure di formazione umanistica (psicologia, scienza della comunicazione) e ingegneristica (informatica, robotica, strutture), il tutto all'insegna di una dichiarata interdisciplinarietà che è una delle vocazioni contemporanee del settore (Fightbean, Todo, Experientia, Enhancers).

Questo cambiamento multiverso e di ampliamento delle competenze è avvertito anche nel *visual design*, che ha incorporato ambiti sempre più vasti e organizzazioni sempre più multitasking sotto la denominazione di *Communication Design*. All'interno di questo ampio settore del *Core Design* è consistente la presenza di studi che lavorano per clienti importanti riunendo competenze di *art direction*, *visual & brand identity*, *exhibit design* e *videomaking* (Fionda, Illo, Panama design, Hellobarrio, Undesign, Quattrolinee, Bellissimo, It's Fridays, Claim Creative, Sixeleven, Studio Fludd).

L'*interior design* continua a essere presidio di architetti/designer e arredatori, progettisti freelance oppure organizzati in piccoli studi come negli atelier di un tempo. Ma sono unità che all'occasione - primo segnale del cambiamento di metodo - includono altre competenze come product designer, grafici e web designer, nella logica del progetto integrato e condiviso (Lamatilde, Marcante-Testa). Tendenza che è anche di studi/società con fatturati importanti, come nel caso di Giugiaro Architettura, dal 2003 operativo nell'ambito della progettazione architettonica civile e industriale, dell'architettura di interni, del design di interni ma anche di yacht, allestimenti fieristici, arredo urbano e pianificazione urbanistico paesaggistica. Infine il fenomeno in crescita, anche in Piemonte, delle startup, strutture aziendali leggere e flessibili che aggregano competenze diverse per costruire solidi percorsi di business spesso in ambiti ad alta tecnologia. Dietro le startup sovente troviamo gli *incubatori*, con ruolo di consulenza strategica, *coaching*, *mentoring*, supporto al fundraising e spazi. Il ruolo del design può in questi casi essere fondante, quando la cultura del progetto è motore dell'unità in incubazione e caratterizza l'output dell'attività; oppure di aggregato a unità, in incubazione alle quali fornisce contributi metodologici per l'usabilità ed espressività di un artefatto analogico (un oggetto, un packaging) oppure digitale (un'interfaccia grafica), oppure di un servizio (concept e comunicazione). Con ruolo fondante, tra le startup attualmente in gestazione presso l'incubatore I3P del Politecnico di Torino, dove è maggiore la presenza di ricercatori/progettisti con formazione in design, si trovano oggi gruppi orientati all'innovazione sostenibile e tecnologica nel campo dei piccoli mezzi per la mobilità urbana, delle interfacce digitali e della stampa 3D, dei sistemi di illuminazione e più in generale delle tecnologie *wearable*.

12 La fiera Operæ, ad esempio, per 7 edizioni a Torino dal 2011 è stata il teatro del design indipendente che fa convergere pubblico e addetti ai lavori attorno a progetti accomunati da una particolare attenzione nei confronti della materia, così come del processo e della tecnica produttiva.

CIRCOLO DEL DESIGN

Il Circolo del Design alimenta e promuove la cultura del progetto realizzando progetti d'impatto sul territorio e un programma di attività culturali e di formazione.

Con la sua attività il Circolo contribuisce a rinforzare il sistema del design del territorio e favorisce le connessioni tra designer, aziende, mondo culturale, pubblica amministrazione e istituzioni.

Il Circolo del Design è uno spazio aperto, inclusivo e partecipato.

Il Circolo del Design è sostenuto da:
Camera di commercio di Torino

Principali sostenitori dei progetti:
Fondazione Compagnia di San Paolo
MiC - Ministero della Cultura
Regione Piemonte
Fondazione CRT
Reale Foundation
si ringrazia il Fondo di Beneficenza di Intesa Sanpaolo

Sponsor:
CNA Torino
Unione Industriali Torino

Network:
New European Bauhaus
Creative Action Europe

Contatti:
Circolo Del Design ,
Via S. Francesco da Paola 17, 10123 Torino
info@circolodeldesign.it | +39 331 432 1195

C D D
CIRCOLO DEL DESIGN

La ricerca approfondisce gli aspetti legati alla struttura del settore del Design in Piemonte concentrandosi sulla sua accezione più ristretta, qui definita *Super Core Design*.

A livello teorico descrive il comparto del *Super Core Design* attraverso una lettura ecosistemica basata su interazioni e scambi tra vari attori, specialisti e generalisti, che contribuiscono in modo dinamico e bidirezionale in termini di conoscenze e supporti infrastrutturali ed economici alle imprese e ai professionisti del settore.

La ricerca ha creato un dataset specifico e unico utile anche a descrivere la struttura dei diversi settori che caratterizzano le industrie creative.

Il report esplora le specificità, in termini strutturali, economici e socio-demografici del comparto soffermandosi sugli ambiti produttivi prevalenti e sulla loro distribuzione per provincia, sulla composizione occupazionale, fino ad esplorare le percezioni degli stakeholder rispetto all'apporto del design ai temi della sostenibilità ambientale, sociale e al più generale tema dell'innovazione sociale.

Con l'obiettivo di mettere a disposizione di tutti gli attori coinvolti (imprese, professionisti freelance, studenti, attori istituzionali e della formazione) uno strumento utile per comprendere il ruolo dei designer e il più generale apporto del design al sistema produttivo e sociale.

C D D

CIRCOLO DEL DESIGN

€12,00
ISBN 979-12-210-4110-1

9 791221 041101