



DESIGN & CRESCITA

DESIGN & GROWTH

di Luciana Cuomo

Incrociando i temi Design&Crescita, il sociologo e saggista Francesco Morace, Future Concept Lab (FCL), racconta idee, progetti, esperienze, preziosi germi di innovazione raccolti in 10 tappe italiane del progetto itinerante compiuto dal Festival della Crescita nel 2016. Curata e realizzata dal team di FCL, una nuova road map, con tappe mirate e incontri con gli attori dello sviluppo del Paese - istituzioni, imprese, creativi, studenti e professionisti - è già definita e in corso per l'edizione 2017 del Festival.

Blending subjects like design and growth, the sociologist and essay writer Francesco Morace - Future Concept Lab (FCL) - narrates ideas, projects, experiences - all precious germs of innovation that have been turned into 10 stages throughout Italy. We are talking about the tour named Festival della crescita ('The growth festival'), accomplished in 2016. A new road map has now been planned, consisting of very focused stages and meetings, involving the main players of the country's development: public institutions, enterprises, creative professionals, students and other professionals. This 2017 Festival road map has been already planned and is now ongoing.

Perché questo lungo e faticoso viaggio in Italia in cerca di germi di innovazione, di schegge di futuro?

“Sicuramente il Festival della Crescita è un progetto molto impegnativo che, lo scorso anno, ha coinvolto un gruppo di lavoro di 5 persone a tempo pieno e che, nel 2017, non può

che alzare il tiro, a livello di tappe, contenuti e obiettivi. Io credo che questo sia un momento chiave per lo sviluppo del sistema Italia per i prossimi decenni, poiché la crisi ha esasperato alcuni temi che oggi dobbiamo affrontare in modo costruttivo, altrimenti rischiamo la serie 'b', e anche peggio. Il percorso del Festival par-



te dal libro 'La Crescita Felice', che ha innescato, due anni fa, questo meccanismo virtuoso di presenza capillare sul territorio: a partire dal lancio a Milano, durante gli ultimi giorni di Expo, fino a un 2016 dedicato al tour attraverso dieci città del Nord, Centro e Sud Italia. E devo dire che la dimensione del Design e del Design Thinking - non parliamo qui dei prodotti di design, ma di un modo di affrontare l'innovazione tipica di questa disciplina e delle giovani generazioni che le si avvicinano - è molto vicina alla Social Innovation, la materia che insegno al Politecnico".

Quindi Design e Innovazione?

"Nella mia visione, la leva della crescita di un sistema come quello italiano, che ha una forte capacità produttiva ma una debole visione strategica, sta nel punto di contatto tra la Social Innovation - il cambiamento sociale dal basso - e il Design, inteso come strumento di gestione, oltreché di produzione, piuttosto che di invenzione. E questa è la cosa che ci ha maggiormente gratificato nell'incontrare, nei territori visitati, i nostri interlocutori: le università - a partire da quelle milanesi Politecnico, Bocconi, Cattolica, le prime ad aderire alla vision del Festival, alle altre in giro per l'Italia - e il mondo delle imprese. Con conseguente triangolazione tra ricerca e università, scolarizzazione, imprese e vision imprenditoriale. Se dovessi dire che c'è un elemento che consente di mettere insieme questi mondi è proprio il design. E questo è probabilmente un concetto già maturo nella testa dei nostri interlocutori, ma molto spesso risulta difficile da mettere in pratica".

Iniziativa concreta nel settore design/arredo?

"Abbiamo ragionamenti aperti con l'ADI, l'associazione per il Design, che ha partecipato a Milano con una delle serate di maggior successo, che vogliamo riproporre anche in

altre città. Abbiamo contatti forti con alcune aziende, prima fra tutte Alessi, che sarà, tra l'altro, anche uno dei protagonisti della prima tappa del Tour 2017 a Oderzo, in provincia di Treviso, nel triangolo industriale del Nord Est. È una tappa con focus su Innovazione e Impresa, tutta dedicata al tema del 'People Innovation Lab': in particolare l'argomento di apertura della giornata è la mostra Alessi IN-possible, reduce dalla Triennale, progettata sull'idea che oggi non possiamo più pensare di gestire lo sviluppo e la crescita solo nel modo programmato con i classici schemi del marketing anglosassone. Bisogna correre il rischio e prendersi il lusso anche di sbagliare, di sperimentare sul confine di quella che Alberto Alessi chiama la 'border line' del successo. Partiamo quindi da questa idea Alessi dei progetti mai realizzati, di cui poi i designer vengono a parlare e a spiegare che, in realtà, è proprio da quegli insuccessi che, magari, sono nate altre strade.

Possiamo anche aggiungere che, nel 2016, uno dei partner più significativi è stato sicuramente Lago, perché ha sostenuto il Festival Tour con la presenza dei propri prodotti nelle varie location, e Daniele Lago, in prima persona, in alcune tappe, ha contribuito con la propria vision d'azienda".

Puoi citare qualche altra tappa del Tour 2016 con progetti/iniziative di business emerse?

"Una cosa interessante del Festival è anche la grande varietà di argomenti che abbiamo sviluppato, e stiamo sviluppando nel corso del 2017, nei vari territori italiani, a seconda della loro specificità, del rispettivo 'Genius Loci'. Quindi la tappa di Oderzo sarà rivolta al mondo industriale: saremo, tra l'altro, ospiti di NICE, che è una delle aziende di maggiore successo di questi anni. Si muove nell'ambito della Domotica, dei controlli elettronici della casa, e

ha capito l'importanza del design anche in un mondo finora non particolarmente orientato a quella disciplina. Vai nella loro sede e scopri che ci sono invece una insospettabile passione e attenzione al design, e al design dei servizi, al tema della sostenibilità, insieme ad una mostra permanente in azienda sugli oggetti che hanno fatto la storia del design".

Altri territori animati da Genius Loci diversi e ad alto potenziale di innovazione?

"Nella seconda tappa del Tour 2017, cambiamo completamente quadro: il 28 marzo siamo a Roma, dove il Festival della Crescita realizza un importante gemellaggio con il Festival delle Generazioni, firmato da CISL.

Ragioneremo su temi di alimentazione, salute e sostenibilità, in relazione alle diverse generazioni; sul modo di proporsi, in fatto di rapporto con il territorio, di nuove filiere e imprenditoria giovanile, perché avremo a che fare con 'Coldiretti Giovani', associazione molto attenta e forte in questo momento, con imprese ad alto tasso di innovazione e crescita".

Sono i Millennials e quelli della Sharing Economy?

"Esatto: sono quelli del rapporto con la terra filtrata anche dalla tecnologia; quelli dell'agricoltura di precisione; degli allevamenti non più intensivi, ma con un'attenzione tutta particolare alla qualità dell'ambiente. Questo è un settore in cui noi vediamo la possibilità di fare incontrare le generazioni dei longevi, che hanno grande esperienza, con i giovani che hanno capito come questa attenzione nuova al territorio, e a tutta l'imprenditoria legata ai luoghi, compreso anche il turismo, possono essere due catalizzatori di felicità e di crescita. Queste di Oderzo e di Roma sono due tappe di innovazione molto diverse, ma per noi molto importanti".

Altre tappe del Tour 2017?

"Quella di Reggio Emilia, sostenuta dal Comune stesso, creerà attenzione sui temi della crescita, dell'educazione, della social innovation, e sarà un luogo laboratorio, dal punto di vista della pubblica amministrazione di una città, che ha dimostrato di sapere incontrare le esigenze dei cittadini. Sono temi in cui, comunque, il design ha un ruolo importante, se inteso come progettazione di relazioni con il territorio, legate ad esempio alla ristrutturazione di luoghi abbandonati della città, piuttosto che rispetto al mondo produttivo: pensiamo a quelli lasciati in eredità da grandi aziende che non esistono più, cattedrali che possono essere riproposte come spazi di convivialità, occasioni importanti di incontro con la social innovation.

Poi saremo a Salerno, Siracusa, Matera, veri e propri hub, in cui l'innovazione sta emergendo, anche se non se ne parla e c'è un problema di racconto, e sono ancora da immaginare. Abbiamo scoperto la Puglia che comincia ad avere la sua Silicon Valley, di aziende vicine e specializzate nel digitale. Ci sono progetti avanzati che mettono insieme la creatività mediterranea con una vision più imprenditoriale. Cagliari sarà tutta dedicata al turismo. A Salerno, a Siracusa, e in altri luoghi, il focus sarà sull'artigianato, sulla classica relazione virtuosa fra tradizione e innovazione, dove ha

Sociologo e saggista, Francesco Morace lavora da oltre trent'anni nell'ambito della ricerca sociale e di mercato. Presidente di Future Concept Lab - laboratorio internazionale di ricerca e consulenza strategica da lui fondato nel 1989 - è consulente di aziende e istituzioni italiane e internazionali.

Tra i più affermati esperti di tendenze, è docente di Social Innovation al Politecnico di Milano e di Culture&Lifestyle all'Università di Trento e Key Note Speaker in convegni e forum internazionali. È autore di oltre venti volumi, tra cui 'Crescita Felice. Percorsi di futuro civile' (Egea2015) e 'ConsumAutori. I nuovi nuclei generazionali' (Egea2016). Dal 2013 propone lo spazio settimanale 'Il ConsumAutore' nella trasmissione 'Essere e Avere' di Radio24, collabora con Affari&Finanza e tiene rubriche dedicate ai trend su Advertiser, MarkUp e Millionaire.

Sociologist and essay writer, Francesco Morace has worked in social and market researches for the past thirty years. President of Future Concept Lab - international research laboratory and strategic advice established in 1989 - he is a professional consultant for Italian and international enterprises. One of the most established experts of trends, he teaches Social Innovation at Milan's Polytechnic, and Culture&Lifestyle at the University of Trento and is a Key Note Speaker in international conferences and meetings. He wrote more than 20 books, among which "Crescita felice. Percorsi di future felice" (Happy growth. Paths for a civil future) (Egea2015) and "ConsumAutori" (Consumers and authors), for the radio broadcast "Essere e avere", at Radio24; he works with Affari&Finanza and holds sections on trends in the magazines Advertiser, MarkUp and Millionaire.

un ruolo forte il mondo digitale, la capacità di storytelling di raccontare le tipicità locali, senza rimanere confinati nel proprio orticello, ma cercando di rilanciarlo a un livello più alto. E questo è un quadro che penso significativo del rapporto tra crescita, come noi di Future Concept Lab l'intendiamo, e design, da tanti punti di vista".

Ti chiedo ancora un commento su alcuni punti chiave del Manifesto della Crescita che riguardano la comunicazione veritiera e il commercio onesto...

"Il Manifesto con i suoi 12 punti, che abbiamo sistematizzato, con l'aiuto stesso delle aziende e dei comunicatori, è un po' il cuore del Tour 2017. Lo possiamo considerare frutto del lavoro 2016 e piattaforma progettuale per il 2017: i punti sono stati discussi tappa per tappa, con gli imprenditori, i docenti universitari e i vari interlocutori coinvolti nei diversi incontri. Tra le esigenze più forti è emersa quella di tornare alla verità, all'autenticità, alla trasparenza delle filiere: ad una comunicazione che funziona laddove sia credibile. E sembra arrivato il momento per questo passaggio dalla visibilità alla credibilità, legata a una filiera della fiducia in cambiamento. Noi siamo convinti che solo su queste basi la sharing economy potrà funzionare".

www.futureconceptlab.com
www.festivaldellacrescita.it

Sotto, Alberto Alessi al Festival della Crescita, progetto itinerante curato da Future Concept Lab, con la presidenza di Francesco Morace. Pagina accanto, in alto, presentazione del tour a Il Palazzo delle Stelline, Milano. Sotto, la mostra 'Alessi IN-possible', introduce il tema Innovazione e Impresa nella prima tappa del Tour 2017. Pagine precedenti, il sociologo e saggista Francesco Morace e, in alto, Nice, azienda di domotica con sede a Oderzo, una delle tappe della road map del Festival.

Below, Alberto Alessi at the Festival della Crescita (The Growth Festival), an itinerant project curated by Future Concept Lab, run by Francesco Morace. Opposite page, top, presentation of the tour at Palazzo delle Stelline, Milan. Below, the exhibit "Alessi IN-possible" introduces the subject Innovation and Enterprise, in the first stage of the 2017 Tour. Previous pages, the sociologist and essay writer Francesco Morace and, top, Nice, a company developing home automation projects; it is based in Oderzo one of the stages of the Festival.



Can you tell us the reason why you planned this long and tiring journey in Italy - in search of germs of innovation, pieces of future?

"The Growth Festival is for sure a very demanding project; last year, it involved five people full time and, in 2017, is going to further develop in terms of accomplished stages, contents and objectives. I think this is a key moment for Italy's growth; the crisis put greater emphasis on some subjects, that we have now to face it in an effective manner, otherwise we run the risk to miss many opportunities, or even worse. This tours are inspired by the book "La crescita felice" ("The happy growth"). Two years ago, the text triggered a virtuous mechanism, with a widespread presence on the territory: starting from the launch in Milan, during the last days of Expo, up to the 2016, which was entirely devoted to the tour through ten cities in the North, Center and South Italy. I must say that the idea of Design and of Design thinking – this is not about design products, rather a way to face innovation typical of this matter and of the young generations approaching it – is very close to Social Innovation, the subject I teach at Polytechnic University".

Therefore, Design and Innovation?

"In my opinion, the incentive for Italy's

- featuring a strong production capacity but a weak strategic vision - is the connection between Social Innovation – a bottom-up social change – and Design. Nonetheless, design is here meant as a form of management, rather than a production or invention tool. This is what mostly satisfied us in our meetings with the different players during our visits: universities – starting from the Milan-based ones, Bocconi, Cattolica. They were the first to join the Festival's vision. Then we met others in Italy, as well as the businesses. The result was a triangle involving research, university and school, as well as the companies with their entrepreneurial vision.

Design is able to link all these worlds. It may seem obvious to all, nonetheless, it is quite difficult to put it into practice".

Is there any actual, ongoing project with the furniture industry?

"We are in touch with ADI – the Association for Italian Design, which we met in Milan during one of most successful evenings, that – by the way - we would like reply in other cities. We are very close to some companies, Alessi in particular, which will be one of the key players of the first stage of the 2017 tour in Oderzo, in the province of Treviso, the major industrial district in North east Italy. This stage is focused on

Innovation and Enterprise, and entirely devoted to the theme 'People Innovation Lab': in particular, the opening theme is the exhibit Alessi IN-possible, from the Triennale, based on the idea that development and growth cannot be managed and planned just basing on the traditional schemes adopted from the Anglo-Saxon marketing. We must run the risk to fail, to experiment what Alberto Alessi calls the 'border line' of success. Let's therefore start from the idea of unreleased project: designers come and explain that, exactly from a failure, sometimes new solutions arise. We can also add that, in 2016, one of our major partners was the brand Lago; it supported the Festival Tour arranging its products in the various locations and Daniele Lago, in some phases, enriched us with his own entrepreneurial vision".

Would you like to mention some other stages of the 2016 Tour, and possible projects/ventures?

"One of the most interesting things of the Festival is the variety of projects developed in 2016, and that large number we are going to develop, in 2017, in different parts of Italy, depending on their features, on the 'Genius loci'. Therefore, the Oderzo stage will be addressed to the industrial world: we will be hosted by NICE, of one of the leading



companies of the last years. It deals with home automation, developing house control electronic appliances: it well understands the importance of design, even though it is a sector not too focused on that subject. Anyway, if you visit their headquarter, you can see an unexpected passion and attention to design, to service design, to sustainability. It is also expressed by a permanent exhibition inside the company of the objects that made the history of design”.

Please, tell me about other places, enlivened by different Genius Loci and with high potential of innovation?

“In the second stage of the 2017Tour, a totally different framework will emerge: on 28th March we will be in Rome, where the Festival della Crescita will develop

a twining project with the Festival delle Generazioni (The Generations Festival), signed by CISL.

We will talk about food, health, sustainability related to different generations; we will discuss the varied way to offer the company’s products, the relation with the territory, the new chains and young entrepreneurs. Actually, we will be connected with ‘Coldiretti Giovani’, which is a rooted and very attentive association, gathering well-established and innovative enterprises”.

The Millennials are the players of the sharing economy?

“Exactly: people from the earth, even though filtered by technology; they rely on very advanced agriculture, avoiding

intensive breeding farms, and paying keen attention to the environment. In this field, we can make highly experienced generations of the past and young people meet; actually, the new generations understood that the attention to the territory, and to the entrepreneurship tied to the territory, including tourism, can be catalyst of happiness and happy growth. Oderzo’s and Rome are two very different stages, but very important for us”.

Other stages of the 2017 Tour?

“We will go to Reggio Emilia, patronized by the city’s municipality, which will be focused on social growth, education, innovation; it will be like a workshop developed by the local administration, that showed to be able to meet the citizens ‘needs. Here design may play a crucial role, if it is intended like a set of relationships with the territory: the neglected areas of the city, to do an example, or the old factories. Facilities of past firms, cathedrals that can serve as socialization areas. All these are important opportunities for the social innovation. Then, we will go to Salerno, Syracuse, Matera – there are authentic hubs, where innovation is emerging, even though nobody talks about it, and still must be imagined. We also discovered the Apulia region, where a silicon valley is almost established, and that has several digital oriented enterprises. There are very advanced projects combining the Mediterranean creativity with an entrepreneurial vision. The city of Cagliari will be entirely devoted to the tourism. In Salerno, Syracuse and in other places, the focus will be the craftsmanship, the relationship between tradition and innovation, where the digital technologies play a crucial role, the ability to tell the local stories, in order not to be narrow-minded, but trying to launch it at a higher level. This is the meaningful relationship between growth – as interpreted by our Future Concept Lab – and design, from several point of views.

Please, tell me something more about some key points of the Manifesto della Crescita (The Manifesto of Growth) related to faithful communication and honest trade.

“The Manifesto and its 12 chapters, is the core of the 2017 Tour. The various chapter were step by step discussed with the entrepreneurs, university teachers, and several players involved in the different meetings. Among the major requests, the need of truth, authenticity, transparency: a form communication that works because is reliable. It’s time to go from visibility to reliability, since the chain of faith is really changing. Only on this basis the sharing economy will work - I guess”.

www.futureconceptlab.com

www.festivalcrescita.it