



SICILIAINFORMA

Notizie
sul design
insulare

marzo 2017

DIESSE
DISEGNO INDUSTRIALE
ITWATER
SETTIMANA DELLE CULTURE
ANTICO FRANTOIO VALLONE
ZETA PRINTING

Hong Kong Palermo Fluid Cities
Facce da Lab
Architettura in transizione
Comunicare il restauro
Landscape Design
Fattori di bellezza
Storia del Design

4,00 euro | contributo minimo



scripta manent / ve lo stampiamo a chiare lettere



da tre generazioni creiamo **stampe e packaging di prestigio**
per i clienti più raffinati ed esigenti. mettici alla prova.



ZetaPrinting
www.zetaprinting.it



Zeta Printing



zeta-printing-srl



zetaprintingsrl



[zetaprinting#](https://www.instagram.com/zetaprinting#)

Editoriale

Comunicare: dal latino *communicare* (*cum + munis*) ovvero compiere il proprio dovere nei confronti degli altri. Per l'uomo la comunicazione è naturale, quasi necessaria, un "dovere" come ci ricordano i Latini. È sì necessaria, ma è realmente efficace solo quando è compresa: questo è l'interrogativo del nostro tempo, che di comunicazione si nutre – a volte bulimicamente – e che senza di essa non potrebbe esistere. Ciò premesso, il lavoro di un'azienda è efficace se sul piano comunicativo l'immagine è vincente. Si badi bene: non è certo una *conditio sine qua non*, ma dove sarebbe oggi la Apple senza la sua riconoscibilissima mela? Per questa ragione il n. 6 della rivista è dedicato precipuamente al Laboratorio di comunicazione visiva tenuto da chi scrive (Università degli Studi di Palermo), con il coinvolgimento di quattro aziende design-oriented siciliane (Diesse, Tecno Acque, Vallone, Zeta Printing) e due enti culturali (Corso di Laurea in Disegno industriale di Palermo e Settimana delle Culture) che lavorano per innalzare la qualità progettuale sul territorio. Le immagini delle aziende e degli enti sono rinnovate, ricreate, riprogettate dagli studenti partendo da un assunto fondamentale: un'ottima azienda merita un'immagine di successo. Un marchio che funzioni, un sito agile e facilmente fruibile, un'immagine coordinata elegante. Parola d'ordine? Semplicità. Tale Laboratorio è per me una scommessa sugli studenti di I anno, tanto sbarbati quanto sapientemente motivati, una sorta di esperimento antropologico per riflettere su come l'Università possa produrre formazione sia teorica sia pratica pungolando gli studenti in una direzione speculativa non disgiunta dalla concretezza del mondo del lavoro. Ecco perché i miei allievi sono orientati a progettare secondo un brief aziendale, filtrato ovviamente in chiave didattica, e si confrontano spesso e volentieri con professionisti – rappresentante aziendale, fotografo, addetto stampa... – trasferendo il lavoro progettuale dalla teoria alla pratica. Diesse (Cinisi | Palermo), leader nazionale di stoviglie monouso in plastica per alimenti, ha invitato gli studenti a riprogettare il marchio aziendale tenendo conto della fusione con Bibò, azienda torinese acquisita nel 2013. Quel che si chiede loro, più precisamente, è riconfigurare il marchio in modo da mantenere un nesso con i due marchi precedenti che godono già di una certa riconoscibilità – Diesse e Bibò – nonché di esplicitare (tipo)graficamente l'attività aziendale. Ciò deve tradursi in un segno memorabile e immediatamente riconoscibile.

Anche nel caso di Tecno Acque (Catania), ditta specializzata nella depurazione delle acque, gli studenti affrontano la fusione di due aziende, Tecno Acque, appunto, e Progetto Benessere, che realizza complessi di SPA e Beauty Farm. Qui, a differenza di Diesse + Bibò, il brief non prevede il mantenimento dei nomi esistenti, ma invita gli studenti a lavorare ex novo. Quel che si chiede loro è dunque la progettazione di un nuovo marchio tale da combinare e declinare graficamente i concetti portanti dell'azienda: purezza dell'acqua, ecologia e alta tecnologia.

L'Antico Frantoio Vallone (Alcamo | Palermo) invita gli studenti a "riorganizzare il visibile" dell'azienda, ovvero a progettare un'immagine coordinata (complessiva). In questa prospettiva, gli studenti lavorano sul marchio aziendale per declinarlo in un'etichetta, tale da trasmettere l'eccellenza di un olio prezioso, prodotto – artigianalmente – da una famiglia depositaria di valori antichi.

Zeta Printing, storica tipografia palermitana, invita gli studenti a progettare uno storytelling – un racconto in forma di video – in grado di trasmettere l'elitaria qualità dell'attività aziendale, il cui payoff recita appunto "Stampati di prestigio". Chi conduce tale attività è oggi Sergio Zito, confermando la passione e la competenza del padre e del nonno, fondatore dell'azienda negli anni cinquanta. Ai quattro temi aziendali se ne aggiungono due istituzionali. Il primo è l'immagine coordinata del Corso di Laurea di Disegno industriale di Palermo: questo tema è per me piuttosto coinvolgente, perché invita gli studenti a riflettere profondamente sulla natura di ciò che fanno. Essi sono invitati non tanto a disegnare un marchio quanto a sviluppare tutta un'immagine facendo leva sui concetti e sui valori portanti del Corso di Laurea: la combinazione di tradizione e innovazione, l'alta tecnologia – che va addomesticata attraverso la configurazione di un'interfaccia immediatamente fruibile –, la cultura materiale e la stretta relazione con il territorio (la Sicilia e Palermo).

Il secondo tema non-aziendale è il redesign del marchio dell'Associazione Settimana delle Culture, un ente che promuove la cultura siciliana attraverso l'organizzazione e il patrocinio di mostre ed eventi culturali e sociali, favorendo l'integrazione e l'ibridazione culturale.

Tali temi e progetti sono descritti da studiosi dell'immagine e specialistici di diversi ambiti. La festosa dimensione dei prodotti Diesse (piatti e bicchieri di plastica colorata) rientra nella ricerca di Elisabetta Di Stefano sulla "Estetica di tutti i giorni"; il nuovo marchio del Corso di Laurea in Disegno industriale è pane per i denti di Gilda Tortura (un nome destinato a fare strada); la riflessione sull'immagine di Settimana delle Culture è nelle corde dello storico dell'arte Massimiliano Marafon Pecoraro, peraltro promotore del gruppo; l'orizzonte avveniristico di Tecno Acque intriga il giovane Alberto Caruso, già impegnato nell'ambizioso progetto di riconfigurare un domotico e tecno(eco)logico

bagno del futuro; il marchio e l'etichetta dell'Antico Frantoio Vallone trovano compimento nell'articolo di Anna Catania, docente di Disegno industriale, specialista di packaging; il racconto Zeta Printing, attraverso video ben progettati, si presta alla speculazione semiotica di Dario Mangano, che integra i processi progettuali conferendo loro profondità e spessore.

Il Laboratorio di comunicazione visiva è inoltre arricchito dall'apporto di un giovane professionista, Filippo M. Nicoletti che, dopo aver conseguito una Laurea in Disegno industriale a Palermo con una Tesi sul rapporto design-fotografia, ha avuto la ventura di specializzarsi in Inghilterra sul genere documentario, e descrive qui gli esiti della sua esperienza didattica proponendo un format progettato ad hoc: Facce da LAB 2.0.

Dal canto suo, Michele Schifano, architetto e designer siciliano, ragiona sulle strategie che andrebbero attivate nell'Isola per mettere a sistema competenze tali da produrre risultati collettivi ragguardevoli: dal prodotto-comunicazione alla strategia-sistema. Uno sguardo eccentrico di pura speculazione eclettica. Seguono poi alcuni contributi di carattere didattico di studiosi del Dipartimento di Architettura di Palermo. Barbara Lino descrive le prospettive di Hong Kong-Palermo Fluid Cities, un workshop internazionale organizzato, appunto, tra Palermo e Hong Kong (Ruffles University), secondo una formula – didatticamente attraente e innovativa – basata sull'intreccio di design e urbanistica. Renzo Lecardane, già da un po' proiettato in avventurose operazioni sulla stampa 3D, riflette sulle opportunità operative di questa tecnica di produzione ancora sperimentale, nell'ambito della progettazione urbana e architettonica. Renata Prescia offre un punto di vista collaterale rispetto al design incentrando il suo articolo su come Comunicare il Restauro. Manfredi Leone ragiona sul design e nella progettazione degli spazi aperti.

L'ultimo – ma non ultimo – articolo propone un'integrazione di tipo socio-digitale all'insegnamento della Storia del Design, sperimentata da chi scrive, volta a stimolare l'interesse dei discenti e a trasferir loro le informazioni-chiave facendo leva su immagini icastiche, tweet ben progettati, incluse le possibilità martellanti e melliflue offerte da facebook. In altre parole, l'utile e il dilettevole: come rendere didatticamente vincente l'utilizzo dei social da parte degli studenti. Infine, dopo la doppia-pagina delle Segnalazioni, dedicata come sempre a lavori di comprovata qualità insulare (prodotti, prototipi, libri, convegni...), segue la sezione Fuori Lezione, novità di questo numero: una sorta di Fuori Salone in ambito editoriale, una doppia-pagina dedicata ai migliori progetti di studenti universitari (non soltanto del Corso di Laurea in Disegno industriale di Palermo) e delle Accademie sul territorio siciliano. È su loro che dobbiamo concentrarci per migliorare la qualità del nostro habitat culturale: sono loro che devono rimboccarsi le maniche per riprogettare e riestetizzare il mondo.

Sicilia InForma | Notizie sul design insulare
n. 6 | marzo 2017
Rivista registrata presso il Tribunale di Palermo
ISSN 2385-1260

Direttore scientifico
Dario Russo

Comitato scientifico
Tiziano Aglieri Rinella
Fabrizio Avella
Maurizio Carta
Giuseppe De Giovanni
Elisabetta Di Stefano
Renzo Lecardane
Dario Mangano
Massimiliano Marafon Pecoraro
Michele Sbacchi
Andrea Sciascia
Antonio Scontrino
Cesare Sposito
G. Massimino Ventimiglia

Redazione
Giuditta Lo Tauro

Peer Review
I testi sono sottoposti a blind review
e valutati da parte di esperti esterni

Progetto grafico
Atelier790 | Palermo

Impaginazione
Andrea Spinella

Direttore Responsabile
Carla Condorelli

Editore
110eLAB | Palermo
info@110elab.com
www.110elab.com

Stampa
Zetaprinting s.r.l. | Palermo

Copertina
Luisa Misseri, Il covo di Djanco, 2017

Quarta di copertina
Luisa Misseri, 110eLAB | Omaggio a Bruno Munari, 2017

Sommario

6	DIESSE Convivialità ed estetica delle atmosfere Elisabetta Di Stefano
10	DISEGNO INDUSTRIALE Un marchio per il Corso di Laurea palermitano Gilda Tortura
16	ITWATER Acqua e benessere tra innovazione e profezia Alberto Caruso
22	SETTIMANA DELLE CULTURE La stratificazione culturale palermitana in un segno Massimiliano Marafon Pecoraro
26	ANTICO FRANTOIO VALLONE L'etichetta che racconta Anna Catania
32	ZETA PRINTING Storytelling mon amour Dario Mangano
38	Hong Kong Palermo Fluid Cities International Workshop on Urbanism and Design Barbara Lino
42	Facce da LAB Come il ritratto influenza il Design Filippo M. Nicoletti
46	Architettura in transizione ImPrinting 3D Renzo Lecardane
50	Comunicare il restauro Renata Prescia
52	Landscape Design Il progetto degli spazi aperti Manfredi Leone
54	Fattori di bellezza Farm Cultural Park Favara Michele Schifano
56	Storia del Design Per una didattica social Dario Russo
64	Segnalazioni
66	Fuori Lezione

SETTIMANA DELLE CULTURE

La stratificazione culturale palermitana in un segno

Massimiliano Marafon Pecoraro ↴

Nel 2013 si apriva a Palermo la prima Settimana delle Culture grazie all'impegno di un comitato civico composto da Gaetano Basile, Fosca Miceli, Clara Monroy, Maria Antonietta Spadaro, Bernardo Tortorici, Salvo Viola, assieme a chi scrive e presieduto da Gabriella Renier Filippone.

Nel momento di grande crisi economica che stiamo vivendo, causa ormai da anni di un sensibile decremento delle risorse destinate alla cultura, la Settimana, arrivata oggi alla sua quinta edizione, è ormai un punto di riferimento in città da un lato per i molti cittadini desiderosi di iniziative culturali e dall'altro per le molte associazioni che ottengono sedi pubbliche (gratuitamente) e finanziamenti indiretti. Il comitato civico, denominatosi "Insieme per Palermo", per dialogare più agevolmente dal punto di vista formale con le istituzioni è diventato un'associazione che ha preso il nome dell'iniziativa stessa e che opera, anche al di fuori dell'appuntamento annuale della Settimana delle Culture, promuovendo e patrocinando svariati eventi. È grazie al lavoro dell'associazione che si sono realizzate iniziative di successo, come le mostre tenutesi presso Palazzo Sant'Elia¹.

Fra queste spicca la mostra del Laboratorio di disegno industriale dell'Università degli Studi di Palermo, curata dal docente di Storia del design Dario Russo,

tenutasi lo scorso anno nella splendida cornice del Real Albergo dei Poveri². L'iniziativa è stata subito sposata dall'Associazione, vista la meritoria attività del prof. Russo che da anni contribuisce alla crescita del territorio mettendo in contatto gli studenti, futuri professionisti, con le aziende. L'evento, ottenendo grande successo, grazie a una enorme presenza di visitatori, ha confermato la sempre maggiore necessità di offerta culturale per un pubblico cittadino ormai bramoso di cultura.

Il passo verso una nuova collaborazione con l'Università è stato facile e agevole attraverso la partecipazione della associazione al Laboratorio di comunicazione visiva, sempre tenuto da Dario Russo, nel quale un gruppo di studenti si è impegnato nella creazione di un nuovo marchio della Settimana. Aver seguito personalmente questi ragazzi durante il Laboratorio, per spiegare loro la natura e l'attività della associazione, mi ha permesso di conoscere sempre meglio lo straordinario valore dei nostri studenti: attivi, zelanti ma soprattutto estremamente creativi. Grazie alla mia attività di docente di Storia dell'arte nello stesso Ateneo, conoscevo la loro attitudine allo studio e alla ricerca, ma non mi aspettavo tanta creatività, talvolta foriera di messaggi arguti e sottili, altre volte diretti e declamatori. Il tema di incontro tra il Laboratorio e la Settimana



- 20. Filippo M. Nicoletti ph, Elisa Costa, Settimana delle Culture, 2017.
- 21. Elisa Costa, marchio Settimana delle Culture, 2017.
- 22. Filippo M. Nicoletti ph, Bruno Accardi, Eliana Di Marzo e Mariachiara De Rosa, Settimana delle Culture, 2017.



21.



22.

ha come sfondo il percorso arabo-normanno recentemente inserito nella prestigiosa lista UNESCO, che di fatto è un paradigma dello spiccato sincretismo presente nella cultura siciliana in tutti i tempi. Circa mille anni orsono a Palermo, infatti, vigeva una perfetta integrazione tra culture e religioni diverse. Ruggero d'Altavilla con intelligenza poneva le basi di uno dei periodi di maggiore splendore per l'isola, dove, grazie alla pacifica convivenza tra Greci, Arabi, Ebrei e Normanni, si assisteva a un momento di eccezionale sviluppo economico e culturale. Il patrimonio storico artistico odierno testimonia questo periodo di straordinaria crescita in un'Europa ancora scossa dalle secolari conseguenze degli eventi legati ai regni romano-barbarici. Non è un caso che lo stile dell'epoca normanna non possa essere definito né romanico né gotico ma, vista la sua originalità, semplicemente arabo-normanno (anche se a mio parere sarebbe più corretto chiamarlo siculo-normanno). Le chiese del percorso UNESCO sono intrinsecamente una testimonianza d'integrazione di culture essendo il frutto del sincretismo fra ingegneria bizantina, architettura latina, decorazione islamica e programmi iconografici greco-ortodossi³. Questo lo spunto per far realizzare a sei studenti divisi in tre gruppi il marchio della Settimana che, essendo intrinsecamente "delle culture" e non della cultura, sposa apertamente il multiculturalismo




23. Bruno Accardi, Eliana Di Marzo e Mariachiara De Rosa, marchio Settimana delle Culture, 2017.

24. Chiara Cavasio e Laura Riccobono, marchio Settimana delle Culture, 2017.

23.




24.

in una città definita dal Sindaco Leoluca Orlando “mosaico” per eccellenza⁴. Le tre proposte mettono in imbarazzo l'Associazione nella scelta di quella da adottare per la loro estrema validità.

Elisa Costa formula una proposta che nasce da spunti storiografici ed etimologici riguardo alle origini di Palermo definita, attraverso alcuni ritrovamenti numismatici, in epoca fenicia *Sys* o *Zym*, cioè fiore, per la sua forma vista dall'alto racchiusa all'interno dei due fiumi principali, il Papireto e il Kemonia. La scelta di un fiore (basata su argomentazioni altamente intellettuali e al contempo stilisticamente vicina ad alcuni elementi decorativi dei pavimenti siculo-islamici) rappresenta molto bene l'essenza della Settimana, vista la presenza sia delle sue sfaccettature sia dei suoi numerosi petali, emblematicamente affini al concetto di multiculturalismo. La studentessa propone un marchio caleidoscopico che, partendo dalla semplice geometria, arriva alla realizzazione di un simbolo circolare complesso. Il risultato, oltre a riecheggiare la preziosità di un brillante ricco di sfaccettature, si avvale della policromia emblematica dei petali.

Bruno Accardi, Eliana Di Mauro e Mariachiara De Rosa si affidano interamente all'architettura per concepire la loro proposta che con chiara evidenza intende rafforzare il rapporto tra un territorio e le sue testimonianze artistiche. L'arco diviene la figura

architettonica chiave per attrarre e affascinare l'osservatore nelle sue quattro declinazioni stilistiche: a tutto sesto, a sesto acuto e a due centri (anche detto a ogiva) sia concavo sia convesso. Quattro archi rappresentati o in posizione binaria quadrangolare o in sequenza orizzontale con quattro colori diversi intrinsecamente emblematici. D'altronde l'arco simboleggia l'accoglienza e l'attraversamento, concetti che rimandano alla conoscenza collettiva multicultural.

Chiara Cavasio e Laura Riccobono, infine, utilizzano più punti di vista per raggiungere il loro scopo: partendo da una singola architettura siculo-normanna, il Ponte dell'Ammiraglio, arrivano a un marchio frutto di riflessioni molto argute. Visto dall'alto il Ponte diventa un porto che accoglie al suo interno le prue delle navi coincidenti con gli archi a due centri che sorreggono e impreziosiscono il Ponte stesso. Il relativismo culturale tipico del multiculturalismo si compie già in questo concetto che intende, inoltre, dare particolare valore al porto in concomitanza con il nome stesso di Palermo (*Panormus*, tutto porto) e con il suo status di luogo di accoglienza e di incontro, quindi di scambio.

I tre marchi dimostrano lo zelo e la creatività degli studenti, che si sono avvalsi di spunti altamente culturali del territorio ricco di una storia millenaria e di testimonianze storico artistiche di altissimo pregio.

Note

¹ Maria Antonietta Spadaro (a cura di), *Michele Catti*, Fondazione Sant'Elia, Palermo 2013; Anna Maria Ruta e Gioacchino Barbera (a cura di), *Da Schmiedt a Schmiedt*, Fondazione Sant'Elia, Palermo 2013; Anna Maria Ruta e Fosca Miceli (a cura di), *Topazia Alliata*, Fondazione Sant'Elia, Palermo 2016.

² Dario Russo, *Design & Territorio | Università e aziende tra ricerca e innovazione*, 40due, Palermo 2016.

³ Pierluigi Leone de Castris, *Sicilia (ad vocem)*, in *Enciclopedia dell'arte Arte medievale* Treccani, Roma 1999, pp. 589-623.

⁴ Massimiliano Marafon Pecoraro ed Eleonora Marrone, *Lo Studio Basile. Crocevia di arti e mestieri*, 40due, Palermo 2013, p. 8.

An aerial photograph of a hillside covered in terraced vineyards. The rows of grapevines are arranged in a rhythmic, undulating pattern across the slope. A dirt road or path winds through the lower part of the vineyard. In the background, a larger, more rugged hill rises under a sky with soft, white clouds. The overall scene is a classic representation of a wine-growing region.

Cultura e
hanno l

Tenuta Regaleali, Sclafani Bagni.

e coltivare
a stessa radice.



TASCA

CONTI D'ALMERITA

