



# SI



## SOUTHERN IDENTITY

UN PUNTO DI VISTA ALTERNATIVO

Napoli capitale del design. Artigianato e innovazione nel Mezzogiorno.  
Geografie sommerse, paradigmi alternativi.

D. RUSSO — C. GAMBARELLA — C. SCARPITTI — E. IACONO-A. MIANO  
— F. TRAPANI — B. INZERILLO-S. MORVILLO-F. SIGNORELLI

NUMERO  
**15**

ANNO  
**2025**

PREZZO  
**€ 20,00**

EDIZIONE  
**DICEMBRE**





## **SOUTHERN IDENTITY**

UN PUNTO DI VISTA ALTERNATIVO

**Napoli capitale del design. Artigianato e innovazione nel Mezzogiorno.  
Geografie sommerse, paradigmi alternativi.**

# Margini come spazi epistemici.

## Il design meridiano tra teoria e territorio

---

Il design meridiano non è una questione geografica: è paradigma epistemologico. I contributi qui raccolti – da Napoli a Palermo, dalla filiera della moda ai musei d’impresa, dalle reti artigianali ai territori produttivi del Sud – convergono su una convinzione condivisa: il Mezzogiorno non è ritardo da colmare ma laboratorio di un’altra modernità possibile.

Il numero si apre con una riflessione storiografica su Napoli capitale della cultura del design italiano. La tesi è netta e documentata: la storia del design nazionale è stata a lungo narrata come epopea industriale milanese, marginalizzando le geografie che non aderivano al modello produttivo settentrionale. Eppure, proprio Napoli – priva di un apparato industriale consolidato – ha saputo costruire una propria idea di design: non macchina produttiva, ma dispositivo culturale, strumento educativo, atto critico. Figure come Roberto Mango, Filippo Alison, Riccardo Dalisi, Renato De Fusco e Vanni Pasca hanno trasformato l’università in fucina di pensiero progettuale, facendo della distanza dal sistema produttivo una condizione generativa. Il design napoletano si configura così come *impermanente*: effimero nella forma, profondo nella capacità di attivare processi sociali, relazioni, significati. È un design che non si accumula ma accade, anticipando riflessioni oggi centrali sulla sostenibilità, la partecipazione, la critica al produttivismo.

Questa visione trova riscontro operativo nel progetto DeinSite (Design System in Southern Italy Territories), presentato da Claudio Gambardella e declinato metodologicamente da Ester Iacono e Alessandra Miano. DeinSite è un PRIN che indaga il rapporto tra design e artigianato nel Mezzogiorno, promuovendo un modello di sviluppo fondato sull’integrazione tra sapere progettuale e know-how manifatturiero. L’artigianato, per diventare parte integrante del Made in Italy, deve sapersi aprire al design – non per subordinazione, ma per collaborazione paritaria. La ricerca, attraverso mappature delle PMI e workshop di co-design, costruisce reti sistemiche di collaborazione transdisciplinare, trasformando le identità locali in piattaforme operative capaci di dialogare con il contesto globale. Il Sud non è qui riserva folklorica o repertorio nostalgico, ma ecosistema di competenze stratificate, capaci di rispondere alle sfide contemporanee con soluzioni ancorate al territorio.

A questa dimensione produttiva si intreccia la riflessione sui musei d’impresa proposta da Benedetto Inzerillo, Samuele Morvillo, Federico Signorelli e da Ferdinando Trapani. I musei d’impresa – spesso nati da iniziative private o ibride – non sono semplici archivi della memoria produttiva: sono infrastrutture culturali capaci di rigenerare economie locali, attivare capitale relazionale, promuovere coesione sociale e facilitare il trasferimento intergenerazionale di competenze. Nel contesto meridionale, dove manca la distrettualizzazione settentrionale, la creazione di reti museali diventa strategia per costruire identità territoriali condivise, valorizzare l’eccellenza artigiana e supportare forme di turismo culturale sostenibile. I musei si configurano così come *Living Labs*, luoghi di co-progettazione tra imprese, istituzioni, comunità e ricerca accademica.

Sul fronte della moda, il progetto RHITA (Reshaping Made in Italy), illustrato da Chiara Scarpitti, costruisce un ecosistema che trascende i confini regionali. Cinque università – Campania, Politecnico di Milano, IUAV Venezia, Firenze, Siena – collaborano per ripensare la filiera della moda secondo principi di circolarità, innovazione consapevole e inclusività digitale. Il Made in Italy si

configura qui come costruzione culturale: sovrastruttura che intreccia paesaggi, storie, saperi, talenti. RHITA opera esattamente su questo confine, tra patrimonio immateriale e manifatture d'eccezione, tra formazione e comunicazione, tra tradizione e contemporaneità. L'eterogeneità territoriale diventa risorsa metodologica, generando una rete operativa capace di restituire slancio a un comparto cruciale per l'identità nazionale.

Attraversando questi contributi emerge con chiarezza una geografia alternativa del design italiano. Una mappa policentrica dove i margini diventano spazi epistemici: luoghi da cui nascono visioni, metodi, paradigmi. Il design meridiano si distingue per alcuni tratti costitutivi: radicamento territoriale senza localismo, dove i progetti valorizzano le specificità locali aprendole al contesto internazionale attraverso reti, collaborazioni, scambi; integrazione tra teoria e pratica, con l'università che diventa laboratorio operativo, ambiente di contaminazione tra ricerca, didattica, impresa, società; pedagogia come progetto, dove l'insegnamento del design diventa esso stesso forma di trasformazione sociale, strumento di emancipazione, atto politico; attenzione al processo più che al prodotto, privilegiando le dinamiche relazionali, i metodi partecipativi, i saperi incorporati nei gesti artigianali, le forme di conoscenza situata; temporalità non lineare, che recupera tempi lenti, saperi antichi, pratiche artigianali, restituendo loro dignità contemporanea.

Questo numero di *Southern Identity* è anche testimonianza di un metodo di ricerca condiviso. I progetti PRIN qui presentati – DeinSite, RHITA – dimostrano che la ricerca accademica può essere motore di sviluppo territoriale se sa costruire alleanze tra università, imprese, istituzioni, comunità. La dimensione collaborativa non è accessoria ma costitutiva: il design meridiano nasce dall'ascolto, dal dialogo, dalla co-progettazione. È un design che rifiuta la logica dell'autorialità individuale per abbracciare la complessità dei processi collettivi.

In un momento storico segnato da crisi ecologiche, sociali, economiche, il paradigma meridiano offre prospettive alternative. L'impermanenza diventa risorsa teorica e progettuale: contro l'accumulazione, la resilienza; contro la scalabilità industriale, l'attenzione ai contesti; contro la standardizzazione, la valorizzazione delle differenze. Il Sud Italia – Napoli, Palermo, i territori della Campania, della Sicilia, dell'intero Mezzogiorno – si configura come laboratorio avanzato di innovazione culturale. Per riconoscerne la normalità: ogni territorio ha una propria vocazione progettuale, ogni margine può diventare centro, ogni specificità può generare visioni universali.

Ridefinire la geografia del design italiano significa restituire voce a narrazioni sommerse, tracce di una febbrile stagione di progettualità che si è sviluppata ai margini, nei territori meno visibili. Significa assumere i margini come luoghi epistemici da cui nascono nuove mappe critiche. Significa, infine, riconoscere che il design italiano, per restare vivo, deve tornare a essere plurale. E che questa pluralità non è minaccia ma ricchezza, non dispersione ma complessità, non debolezza ma forza generativa.

I contributi qui raccolti documentano che tale trasformazione è già in atto. E che il futuro del design italiano passa anche – forse soprattutto – da qui.





# SOUTHERN IDENTITY

NOTIZIE SUL DESIGN MERIDIANO  
dicembre 2025 — N 15

---

Rivista registrata presso il Tribunale di Palermo  
ISSN (stampa) 2385-1260

ISBN (stampa) 978-88-5509-811-3  
ISBN (online) 978-88-5509-812-0

---

Direttore Scientifico  
**Dario Russo**  
Vicedirettore  
**Antonio Labalestra**

---

#### Comitato scientifico

GIOVANNI ANCeschi  
MARIO BISSON  
MAURIZIO CARTA  
ROSSANA CARULLO  
FRANCESCA CASTANÒ  
VINCENZO CRISTALLO  
ETLEVA DOBJANI  
ALPAY ER  
CLAUDIO GAMBARDELLA  
PAOLO GIARDINIELLO  
SAMIR KRISTO  
RAFFAELA MADDALUNO  
DARIO MANGANO  
CARLO MARTINO  
LUCA MOLINARI  
CESARE SPOSITO  
GIANFRANCO TUZZOLINO  
XIANYA XU  
FRANCESCO ZURLO

#### Comitato di redazione

VINCENZO BAGNATO  
MARIADELAIDE CUOZZO  
TIZIANO DE VENUTO  
TOTTI DI DIO  
ADRIANA GALDERISI  
BENEDETTO INZERILLO  
CARLA LANGELLA  
MARCO PIETROSANTE  
CHIARA SCARPITTI  
LUCIANO REA  
FRANCESCA SCALISI  
MASSIMO VENTIMIGLIA

#### Redazione

MARCO MUNAFO  
VALERIA VALERIANO  
MARIACARMELA SCRUDATO

#### Graphic Design

MICHELE BOSCARINO

#### Direttore responsabile

CARLA CONDORELLI

#### Editore

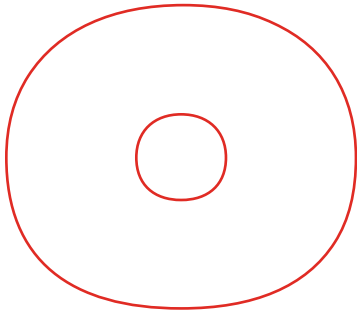
COPYRIGHT 2026 NEW DIGITAL FRONTIERS SRL  
PIAZZA MARINA 29/34 - 90133 PALERMO - ITALIA  
WWW.UNIPAPRESS.COM

#### Copertina

LUISA MISSERI, MAGIA, 2025

#### Seconda di copertina

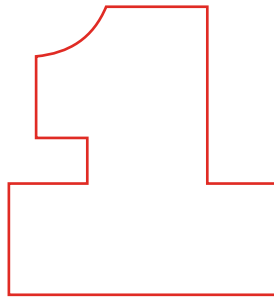
LUISA MISSERI, FIDUCIA, 2025



## EDITORIALE

02

**Margini come spazi epistemici. Il design meridiano tra teoria e territorio**  
Dario Russo



## ARTICOLI SCIENTIFICI

10

**Napoli. Capitale Italiana della Cultura del Design**  
Dario Russo

20

**The Design System in the Southern Italy territories**  
Claudio Gambardella

26

**RHITA. Un ecosistema made in Italy per una moda oltre le geografie**  
Chiara Scarpitti

32

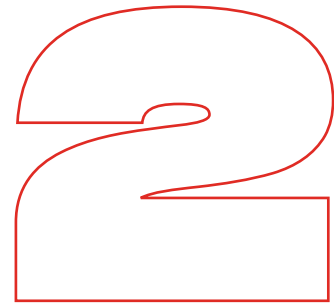
**DeinSite tra artigianato, design e nuove narrazioni del Sud Italia**  
Ester Iacono  
Alessandra Miano

38

**Reti di musei d'impresa, restanza e artigianato nel Mezzogiorno**  
Dino Trapani

46

**Musei d'impresa e dei trasporti: design, memoria e territorio**  
Benedetto Inzerillo  
Samuele Morvillo  
Federico Signorelli



## PUNTI DI VISTA

54

**Pensare con la pelle. Tecnica, volontà e destino umano nell'era dell'AI**  
Dario Russo

60

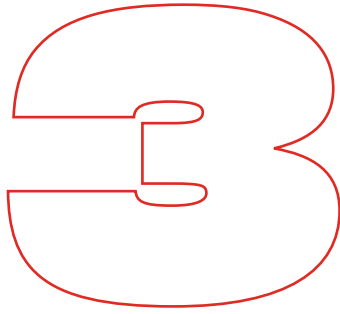
**Arte come esperienza**  
Martina Pannunzio

64

**Le progettiste dello Jugendstil. Dal margine al moderno**  
Mariacarmela Scrudato

68

**Architetture della sosta. Stazioni Agip per un immaginario moderno**  
Marco Munafò



## SEGNALAZIONI

76

### **Interaction Design e User Interface - UX/UI**

Master di I livello -  
Università di Palermo

77

### **DESIGN HANDMADE IN...**

International Study  
Center

78

### **For Nature / With Nature: New Sustainable Design Scenarios**

a cura di Claudio  
Gambardella

79

### **Lattine Epica Tribe Serie Norrena**

Birrificio Artigianale  
Epica

80

### **Mario Baccocchi. Stazioni di servizio Agip**

Tiziano De Venuto  
Antonio Labalestra

81

### **Digital Strategy behind Historical Heritage and Archival Sources - ArchitrA**

Short Master -  
Politecnico di Bari

82

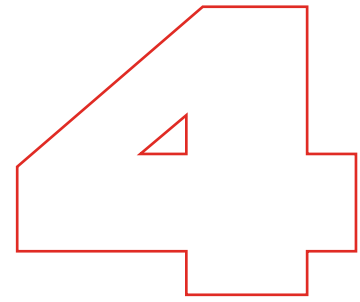
### **Architettura è/e Resistenza**

Mostra  
Politecnico di Bari  
a cura di Antonio  
Labalestra

83

### **IEDDE**

Giuliano Ricciardi



## FUORILEZIONE

86

### **Logtale**

Emanuele Paterniti

86

### **Cucchiaino gastrofisico**

Paolo Putano

86

### **CROMA**

Giada Torcivia

86

### **EPICA TRIBE - INCA**

Martina Li Volsi

87

### **Fenice**

Alberto Bonura



# ARTI SCIENZE

**COLL  
TIFICI**

---

# Napoli. Capitale Italiana della Cultura del Design

**Italian design history is frequently narrated through the Northern industrial triangle, with Milan at its center. However, other cities significantly contributed to shaping theoretical trajectories and alternative relationships between design and society. This paper highlights the role of Naples as a cultural laboratory, examining key figures such as Mango, Alison, Dalisi, De Fusco, and Pasca. By interpreting the city as a crucible of ideas and pedagogies rather than a production district, the essay proposes a critical rereading of Italian design geography, emphasizing Neapolitan specificities within the discipline's redefinition.**

**Key-words: Neapolitan School, Historiography, Design pedagogy, Design culture, Territory**

---

Dario Russo

## **Introduzione**

La storia del design italiano è da sempre raccontata come un'epopea industriale, dominata dalla mitologia del "saper fare" milanese, dalle icone della produzione seriale e dalle geometrie razionali della Modernità. In questa narrazione, il Sud Italia – e Napoli in particolare – sembrano esistere solo come margine folklorico, come eccezione curiosa, come episodio. Ma cosa accade se ribaltiamo il punto di vista? Se invece di cercare il design nelle fabbriche, lo cerchiamo nelle università, nei vicoli, nei laboratori, nei progetti pedagogici e nei gesti poetici?

Napoli non è Milano. Non lo è per vocazione, per geografia, per struttura sociale e culturale. Eppure, proprio in questa distanza dalla norma industriale, Napoli ha saputo costruire una propria idea di design: non come macchina produttiva, ma come dispositivo culturale, stru-

mento educativo, atto critico. Come scrive Vanni Pasca, Napoli è «città del design» in modo peculiare, per la sua capacità di generare pensiero e progetto piuttosto che prodotto (Pasca, 2020, p. 9). E Claudio Gambardella completa il quadro con un'immagine potente: Napoli come "laboratorio di design impermanente", dove ciò che conta non è l'oggetto finito, ma il processo che lo genera (Gambardella, 2020, p. 14).

Questo contributo riflette sulla specificità del design napoletano attraverso le sue dinamiche culturali, pedagogiche e progettuali. L'analisi si concentra su esperienze e figure che, pur operando ai margini dei grandi distretti produttivi, hanno generato visioni critiche e approcci didattici d'influenza internazionale. L'obiettivo è valorizzare Napoli come centro autonomo di elaborazione proget-

tuale, capace di coniugare ricerca teorica, radicamento territoriale e apertura internazionale, ridefinendo così la geografia culturale del design italiano oltre il paradigma industriale settentrionale. La realtà napoletana emerge così come laboratorio critico e anticipatore, tale da sollecitare una ridefinizione delle mappe concettuali e geografiche della disciplina.

## 1. Ripensare la geografia del design italiano

La storia del design italiano è stata a lungo costruita intorno a un modello nord-centrico, con Milano come epicentro produttivo, editoriale e culturale. La città ha saputo strutturare, a partire dal secondo dopoguerra, un sistema integrato di imprese illuminate, designer di talento, riviste specializzate e scuole di eccellenza, assumendo un'identità prestigiosa amplificata da una capacità narrativa formidabile, fino a incarnare lo status stesso del Made in Italy e marginalizzare tutto ciò che non fosse riconducibile all'eccellenza milanese.

Nel racconto ufficiale del design italiano, il Sud appare come uno spazio vuoto. Eppure, già nei decenni successivi all'Unità d'Italia, il Mezzogiorno esprime forme avanzate di cultura del progetto (De Fusco, Rusciano, 2015), come dimostra l'opera di Ernesto Basile, figura chiave dell'architettura e dell'arredo tra fine Ottocento e inizio Novecento, considerato precursore del design italiano nel campo degli interni e della comunicazione visiva (Russo, 2019) [1]. Per lungo tempo questi percorsi non sono stati riconosciuti come parte integrante della narrazione nazionale. Solo in tempi recenti si assiste a una rivalutazione del contributo meridionale, come testimonia il fatto che il percorso espositivo del Triennale Design Museum, nel 2018, si apra proprio con la poltrona Tipo Torino di Basile (realizzata dalla ditta palermitana Ducrot nel 1902), segnalando una nuova attenzione critica verso le radici *altre* del progetto italiano (Pasca, 2018b). Come osserva Francesco Cassano, autore del *pensiero meridiano*, è tempo di recuperare «le dissonanze e gli scarti» che la storiografia ufficiale ha nascosto: tracce di una febbrile stagione di progettualità sviluppatasi ai margini, nei territori meno visibili (Cassano, 1996/2005, p. VI) [2]. Tra queste geografie sommerse, Napoli rappresenta un caso emblematico.

## 2. Napoli Città del Progetto

A Napoli il design non si configura come linguaggio di tendenza o sistema di mercato, ma si manifesta come atto culturale, gesto poetico, processo sociale. È design che si radica nel territorio, nei margini, nei rapporti umani,

e che si esprime in modo fluido, relazionale, situato. Qui il progetto non nasce per produrre icone, ma per **generare senso, attivare dialogo, costruire partecipazione**. Si tratta di un design che accoglie la fragilità e la complessità come condizioni generative, e che trova nella tensione tra memoria e trasformazione la sua cifra più autentica.

In questo scenario, l'università ha avuto un ruolo determinante. Senza il sostegno di un apparato industriale capace di dare continuità produttiva al progetto, Napoli ha fatto dell'accademia un laboratorio intellettuale e operativo. La Facoltà di Architettura si è configurata come un centro di elaborazione culturale e progettuale, coniugando sapere teorico, ricerca applicata, sperimentazione didattica e impegno civile (Gambardella, 2020). L'università è diventata così motore della riflessione sul progetto, fucina di approcci alternativi, ambiente di contaminazione tra discipline, linguaggi e istanze sociali (Pasca, 2020).

Le esperienze maturate in questo contesto hanno mostrato come il design possa **trascendere la funzione tecnica per diventare forma di conoscenza e strumento di trasformazione sociale**. Un'impostazione che ha trovato riscontri anche altrove nel Sud, come testimonia il percorso di Anna Maria Fundarò a Palermo, antesignana di «una scuola di design meridionale che cerca una propria via al design muovendosi tra innovazione e tradizione, con occhio attento e selettivo al dibattito specifico internazionale» (Fundarò, 1980, pp. 92-93) [3]. In assenza di distretti produttivi, è proprio l'università a colmare il vuoto lasciato dall'industria, generando pensiero e metodo, invece che modelli da replicare.

Paradossalmente, ciò che altrove sarebbe letto come un limite – l'assenza di un sistema produttivo consolidato – diventa a Napoli una condizione abilitante. Il vuoto è occupato da forme progettuali ibride, effimere, cariche di intensità simbolica, tra artigianato, azione sociale e sperimentazione critica. Come ha osservato Benedetto Gravagnuolo, il design meridionale è più legato all'idea che al prodotto, più attento alle implicazioni culturali che alla scalabilità industriale (Gravagnuolo, 1992, p. 8). Non a caso, Andrea Branzi ha riconosciuto che già negli anni Settanta Napoli, Palermo e Bari «centri propulsivi di una nuova cultura del progetto», quella che Gravagnuolo avrebbe chiamato "Design mediterraneo": «Per la prima volta il design del Sud veniva guardato con occhi nuovi come un possibile modello del futuro (e non del passato) nel campo del progetto e anche della società» (Branzi, 2008, pp. 305-306) [4]. L'intuizione di Branzi coglie un aspetto fondamentale: il Sud non come ritardo da recupe-

rare, ma come laboratorio di un'altra modernità possibile.

Napoli si configura dunque come città-laboratorio, dove la progettualità non è subordinata alla produzione ma restituita alla dimensione del pensiero, della relazione, della possibilità. In questa condizione instabile e vitale prende forma un modo altro di intendere il design: non stile, ma posizione critica; non sistema, ma ambiente culturale; non oggetto, ma costruzione di senso.

### 3. Figure chiave e visioni alternative

Se è vero che il design napoletano si è sviluppato in assenza di un sistema industriale consolidato, è altrettanto vero che ha saputo esprimere figure capaci di trasformare questa condizione in visione progettuale. Intellettuali del progetto, ognuno con una propria poetica, che hanno segnato una traiettoria alternativa all'interno della cultura del design italiano.

Figura centrale nella costruzione di una cultura del progetto a Napoli, Roberto Mango è tra i primi a riconoscere il design come disciplina autonoma, dotata di un proprio statuto teorico e operativo. Professore della Facoltà di Architettura dell'Università di Napoli Federico II, introduce temi e approcci allora del tutto inediti per il contesto accademico italiano. Dopo un'esperienza formativa negli Stati Uniti e la partecipazione alla Triennale di Milano del 1958, Mango torna a Napoli con una visione profondamente rinnovata del ruolo del progetto: non solo come esercizio formale, ma come pratica culturale, civile, sociale. In anticipo sui tempi, sperimenta l'integrazione tra progettazione, produzione e contesto urbano, proponendo un'idea di design orientato al servizio e alla trasformazione dello spazio pubblico. Nei suoi corsi, il progetto diventa uno strumento critico: un mezzo per interpretare i bisogni della collettività e costruire nuovi significati.

Come sottolineano Vincenzo Cristallo e Alfonso Morone, Mango interpreta il progetto come strumento di innovazione sociale, anticipando concetti oggi consolidati come il design dei servizi e il social design (Cristallo, Morone, 2020, p. 145). Il suo contributo va ben oltre l'ambito didattico: Mango è un pensatore e un promotore culturale, che lavora per ridurre la distanza tra design e società, tra accademia e città, tra forma e uso. La sua visione – moderna, etica, situata – lo rende uno dei capostipiti del design meridiano, capace di agire in un contesto privo di sistema industriale, ma ricco di intelligenza progettuale, di artigianato, di sensibilità urbana. Il suo esempio apre la strada a una generazione di progettisti e

docenti per i quali il design diventa strumento di trasformazione della realtà.

Filippo Alison, anche lui professore di Arredamento e Architettura degli Interni presso l'Università di Napoli, è tra i primi a valorizzare la dimensione storica del progetto come strumento operativo, formativo e culturale. Il suo insegnamento unisce rigore scientifico e apertura sperimentale, contribuendo a formare generazioni di progettisti consapevoli della propria eredità critica. La collaborazione con Cassina nella Collezione | I Maestri, infatti, rappresenta uno dei contributi più significativi alla rilettura del design del XX secolo: un progetto editoriale e produttivo che ha riportato alla luce, con metodo filologico, gli arredi originali dei grandi maestri – da Le Corbusier a Mackintosh, da Rietveld a Wright – restituendoli alla contemporaneità come strumenti di pensiero e non solo come oggetti d'autore.

Alison non si limita alla riedizione: il suo approccio, fondato sulla ricostruzione scientifica delle fonti, è anche un'operazione critica e politica. Egli ritiene che la storia abbia molto da dire: Ma bisogna saperla ascoltare, con un occhio sapiente e un orecchio puntato sul progetto. Così facendo il progettista studia un oggetto ponendosi «in continuità con esso, evolvendolo e rapportandolo all'oggi» (Giardinello, 2013, p. 74) [5]. L'opera di Alison – rigorosa e ricca di suggestioni critiche – ottiene grande risonanza in Italia e all'estero, e apre una via alla cultura del re-design come strumento di conoscenza. Condivide con Mango un'idea del design come strumento di civilizzazione, capace di mediare tra eredità e innovazione, tra storia e trasformazione. In entrambi si coglie una tensione etica e pedagogica che ha lasciato un'impronta profonda sulla scuola napoletana e sulla sua attitudine a pensare il progetto come gesto colto, riflessivo, aperto al futuro.

Questa tensione etica trova una declinazione del tutto diversa – più poetica, radicale e visionaria – nell'opera di Riccardo Dalisi. Architetto, artista, teorico, sperimentatore, la sua opera sfugge a ogni classificazione disciplinare, intrecciando progetto, arte, educazione, animazione sociale e riflessione politica. Dalisi non progetta oggetti; attiva processi. Non insegna soluzioni; crea condizioni. Il suo approccio nasce dall'ascolto del territorio e si sviluppa nel confronto con l'altro, soprattutto con i soggetti più marginalizzati: i bambini, gli artigiani, gli esclusi. A Napoli, tra la fine degli anni Sessanta e i Settanta, promuove una serie di esperienze rivoluzionarie di design partecipato e pedagogico: laboratori con i bambini del Ri-

one Traiano, attività con gli artigiani della lamiera di Porta Capuana, progetti collettivi che uniscono manualità e narrazione, sogno e necessità. In questi contesti, il design diventa strumento di relazione, riscatto, emancipazione, azione trasformativa sui legami sociali e sulla coscienza individuale.

Dalisi propone una forma di progettazione povera, frammentaria, effimera, profondamente simbolica. Il riferimento all'Arte Povera non è casuale: condivide con Kounellis, Merz, Pistoletto l'uso di materiali umili e il rifiuto della monumentalità, ma li traduce in chiave progettuale e sociale. Dove l'Arte Povera opera per sottrazione linguistica e critica al sistema dell'arte, Dalisi agisce per moltiplicazione partecipativa: la povertà non è gesto estetico, ma condizione esistenziale da trasformare attraverso il fare collettivo. Il suo design povero è arricchito di senso, carico di quella necessità espressiva che nasce dal basso, dai margini, dalla vita quotidiana.

Si distingue dalla stagione milanese del Radical Design: non condivide né l'estetica provocatoria né l'intellettualismo postmoderno. Più che Radical, infatti, è "Radisal", termine che fonde radicalità e Sud, utopia e radicamento territoriale (Russo, 2020, p. 10). La sua visione del progetto è insieme poetica e politica: crede nella possibilità di trasformare il mondo attraverso piccoli gesti, relazioni, parole, recuperando un'idea artigianale, lenta e comunitaria del fare. Ogni oggetto è un pretesto per raccontare, un invito a partecipare, una scintilla di coscienza collettiva. A partire da Napoli, Dalisi propone una sfida culturale di portata internazionale: quella di un design capace di restituire dignità all'umano e di rigenerare il sociale attraverso l'immaginazione. La sua opera rappresenta il cuore pulsante di un design meridiano, fondato sulla possibilità di una progettualità inclusiva, affettiva e relazionale [6].

Renato De Fusco è una delle figure più influenti nella legittimazione culturale del design come disciplina autonoma in Italia. Storico dell'architettura, teorico del linguaggio, critico del progetto, ha avuto un ruolo chiave anche nella formazione accademica napoletana, contribuendo a strutturare una visione ampia e articolata del design come campo di studio e di ricerca. De Fusco è stato soprattutto un pensatore sistemico, capace di superare la dicotomia tra teoria e pratica, e di interpretare il progetto come fenomeno complesso, inserito in un sistema storico, linguistico, economico e sociale. Nel 1964 fonda la rivista *Op. cit.*, che diventa uno dei luoghi fondamentali del dibattito critico sul design in Italia. La scelta

di pubblicare ampie traduzioni commentate dei testi più innovativi del panorama internazionale riflette una precisa posizione metodologica: aprire il dibattito italiano alla scena globale e promuovere un'idea di cultura del progetto come campo transdisciplinare. *Op. cit.* non è solo una rivista, ma una palestra intellettuale in cui il design dialoga con l'architettura, l'arte, la semiotica, la sociologia e la comunicazione (Russo, 2024).

La sua celebre metafora del quadrifoglio – progetto, produzione, vendita, consumo – rappresenta una sintesi efficace della sua visione sistemica. È un'alternativa radicale all'approccio leaderistico, ancora dominante in molte storie del design, incentrate esclusivamente sul genio del progettista (De Fusco, 1985, p. VIII). Per De Fusco, il design non è solo invenzione formale, ma dispositivo culturale articolato, risultato di relazioni tra attori, contesti e linguaggi. In questa prospettiva, Napoli eccelle nella riflessione teorica e progettuale, ma soffre della mancanza delle altre tre "foglie" del quadrifoglio. Ciò non rappresenta, per De Fusco, un limite invalicabile, bensì un campo di sfida: una condizione che può generare nuove forme di pensiero progettuale, libere dalle logiche di mercato e aperte alla ricerca critica.

Vanni Pasca è figura cardine nella costruzione della cultura del design in Italia, capace di agire trasversalmente tra teoria, critica, ricerca storica e divulgazione. Nato a Napoli e formatosi in un ambiente ricco di fermenti intellettuali, porta con sé – prima a Milano, poi a Palermo – una visione del progetto segnata da rigore, apertura e responsabilità culturale. Nella sua biografia si riflette una geografia mobile e meridiana del sapere: Napoli come matrice, Milano come piattaforma operativa, Palermo come campo di sperimentazione critica e didattica. Storico del design, docente universitario e straordinario animatore culturale, Pasca ha avuto un ruolo fondamentale nel dare alla disciplina storica del progetto un'identità autonoma, dotata di statuto epistemologico e di piena dignità scientifica. A partire dagli anni Novanta, ha promosso con forza la storia del design come strumento critico, dispositivo per comprendere le logiche profonde del progetto, le sue condizioni storiche e le sue implicazioni sociali. Ideatore nel 1991 del *Primo Convegno Internazionale di Studi Storici sul Design* a Milano (Pasca, Trabucco, 1991), ha poi fondato l'*Associazione Italiana degli Storici del Design* (AIS/Design) nel 2009, contribuendo a formare intere generazioni di studiosi e a stimolare un dibattito nazionale e internazionale sulla didattica della disciplina (Pasca, 2013).

Tra i primi a teorizzare un approccio **multilineare e multidisciplinare** alla storia del design [7], Pasca propone un'estensione critica del campo del progetto che lui stesso definisce “**design espanso**” (Pasca, 2018a) [8]. In quest'ottica, il design travalica i confini tradizionali del prodotto per abbracciare **processi sociali, culturali, ambientali e simbolici**, anticipando molte delle riflessioni attuali sul social design, sull'ecodesign, sulla progettazione strategica e sulla centralità del service design nel contesto contemporaneo. La sua attività ha lasciato un'impronta profonda anche nel contesto meridionale, soprattutto a **Palermo**, dove ha diretto corsi di laurea, dottorati, riviste e collane editoriali. Il suo lavoro ha contribuito a valorizzare i contesti apparentemente marginali come luoghi fertili di elaborazione progettuale, rilanciando dal Sud una sfida culturale al modello egemone del design industriale (Russo, 2023).

#### **4. Design impermanente paradigma critico**

Napoli è una città che sfugge alle categorie rigide della modernità. Stratificata, contraddittoria, refrattaria a ogni linearità, resiste alla razionalizzazione del progetto modernista. Come ha scritto Aldo Masullo, Napoli è «invisibile», ma solo per chi non possiede gli strumenti per leggere la sua complessità: una «**città-metфора**», che esiste nella discontinuità, nel margine, nella soglia tra ordine e caos (Masullo e Scamardella, 2008, p. 34). In questo contesto si sviluppa un design che potremmo definire “**impermanente**”: effimero nella forma, ma profondo nella sua capacità di attivare significati e relazioni (Gambardella, 2020). Il design napoletano non si cristallizza in oggetti iconici, ma si manifesta attraverso pratiche, gesti, atti progettuali situati, capaci di trasformare lo spazio sociale senza necessità di monumentalità. Non si accumula: **accade**.

Quella napoletana è una cultura del progetto che trova forza nella frammentazione. Da essa germina un design che non aderisce strettamente a un sistema, e proprio per questo produce pluralismo, resistenza, adattabilità. Più che un modello consolidato, si configura come un insieme di pratiche diffuse, situate, che reagiscono ai contesti e li trasformano dal basso. In questa logica, l'idea di una “**scuola del design meridionale**” – maturata in contesti come Palermo – offre uno spunto interpretativo utile anche per comprendere la condizione napoletana: un'idea di scuola aperta alle marginalità, in grado di coniugare memoria e sperimentazione, artigianato e visione critica. Ogni frammento, in questa prospettiva, è gesto di re-

sistenza all'omologazione culturale e produttiva. Napoli non rifiuta il progetto sistemico: semplicemente, ne propone un'altra declinazione, più simile a una mappa aperta che a una griglia pianificata.

In un'epoca segnata dalla crisi ecologica, sociale ed economica, il paradigma impermanente propone una prospettiva alternativa. Napoli, con la sua tradizione di progettualità diffusa, relazionale, si configura come un laboratorio avanzato di innovazione culturale. Non più “**ritardo da colmare**”, ma modello anticipatore, capace di offrire soluzioni fondate sull'ascolto dei contesti, sull'artigianato critico, sulla resilienza creativa. Tale capacità di trasformare limiti strutturali in risorse progettuali colloca Napoli all'interno di una più ampia visione del Sud come spazio generativo. Metonimia di un Mediterraneo che, come suggerisce Maurizio Carta, può trasformarsi in una «**fabbrica di civilizzazione**», una nuova modernità post-urbana e policentrica (Carta, 2019, pp. 31-32).

In questo scenario, l'eredità teorica di Renato De Fusco si rivela profetica. La sua definizione del design come *processo* piuttosto che come *oggetto* anticipa molte delle istanze oggi centrali: l'interdisciplinarietà, la responsabilità sociale, la mediazione culturale, la capacità di incidere sui comportamenti collettivi (Russo, 2024). Napoli, da questo punto di vista, ha prodotto un pensiero progettuale che eccede la forma e interroga le condizioni stesse del progetto. La sfida oggi è raccogliere tale eredità e tradurla in un *nuovo paradigma critico*: dar voce a un design nato fuori dai riflettori, un design che resiste, immagina, trasforma.

#### **Conclusioni. Napoli oltre il margine**

Napoli non chiede di essere inserita nel canone: lo decostruisce. La sua cultura del progetto mina le fondamenta stesse di ciò che si intende per centro. In un Paese in cui il design è spesso raccontato come una progressiva marcia industriale verso la perfezione formale e funzionale, Napoli risponde con l'imperfezione come metodo, con l'instabilità come condizione creativa, con l'impermanenza come paradigma. Questa riflessione supera la dicotomia tra Nord e Sud, sistema e frammento, permanenza ed effimero. Mira piuttosto a riconoscere che il design italiano, per restare vivo, deve tornare a essere plurale. E ciò è possibile solo assumendo i margini come luoghi epistemici: spazi da cui nascono nuove visioni del progetto, nuove narrazioni possibili, nuove mappe critiche.

Il caso napoletano rappresenta dunque un'alternativa da cui ripartire, non un'eccezione da integrare nel raccon-

to dominante. Le esperienze, le figure, le teorie emerse in questa città ci mostrano che il design può essere altro: tanto prodotto quanto processo situato; forma in divenire e gesto da comprendere; più che linguaggio globale, dialetto che si fa mondo. Nel tempo della crisi – climatica,

digitale e sociale – l'impermanenza smette di essere un difetto e diventa una risorsa teorica e progettuale. Napoli si sottrae alla lettura nostalgica del passato e si offre come spazio di elaborazione per una diversa idea di futuro del design.

**1** Il saggio di De Fusco e Rusciano ricostruisce la ricca cultura materiale e progettuale del Mezzogiorno preunitario, documentando una sequenza di primati industriali e tecnologici spesso rimossi dalla storiografia nazionale: dalla prima ferrovia italiana (Napoli-Portici, 1839) al primo battello a vapore varato nel Mediterraneo (il Ferdinando I, 1818), fino alla florida industria tessile salernitana, definita “la Manchester delle Due Sicilie”. Particolarmente significativa è l’attività di Ernesto Basile e della ditta Ducrot, che tra fine Ottocento e primo Novecento rappresentano un caso di eccellenza nella progettazione totale (*Gesamtkunstwerk*) e nell’immagine coordinata, ottenendo riconoscimenti internazionali alle Esposizioni di Torino (1902), Venezia (1903) e Milano (1906). La crisi di questo sistema produttivo, culminata con la chiusura della Ducrot negli anni Trenta, segna simbolicamente la marginalizzazione del Sud nel processo di industrializzazione italiano e la conseguente concentrazione del design nel triangolo settentrionale.

**2** Il saggio di Cassano propone una ridefinizione radicale del rapporto tra Nord e Sud, contestando l’identificazione del progresso con l’accelerazione e il modello nord-centrico dello sviluppo. *Il pensiero meridiano* si configura come punto di vista autonomo che rivendica la dignità del Sud non come «non-ancora-nord» (p. VIII) ma come luogo di elaborazione di una diversa concezione del tempo, della vita e della relazione con l’altro. Centrale è il richiamo al Mediterraneo come spazio di mediazione e contaminazione tra culture, alternativo agli «integralismi della terra» (p. 7) e capace di valorizzare la lentezza, la riflessione e la durata contro la «religione del possesso e del consumo» (p. 75). La prospettiva di Cassano si rivela particolarmente feconda per ripensare la storia del design italiano oltre il paradigma milanese, restituendo centralità a quelle *dissonanze e scarti* che la narrazione dominante ha rimosso.

**3** Sulla riflessione di Anna Maria Fundarò circa il rapporto tra progetto, artigianato e contesto produttivo locale, vedi anche Fundarò, 1882;

1995; 1998. Per un inquadramento critico, cfr. M. Ferrara, 2017.

**4** Questa stagione segna un momento di rottura epistemologica: il Sud si configura come laboratorio di ibridazione, stratificazione e sperimentazione. La «progettualità debole» e l’«identità forte» del Meridione, lungi dal rappresentare un residuo del passato, vengono lette da Branzi come anticipazione di un futuro plurale, dove modernità e tradizione convivono in un processo di continua contaminazione (Branzi, 2008, p. 305).

**5** Continua Giardinello (2013, p.74): «L’architetto che osserva, infatti, non vede il prodotto finito, ma lo studia per percepire l’intenzione originaria del progettista, il valore simbolico ed estetico, anche al di là dell’idea iniziale, e soprattutto il significato che l’oggetto può avere oggi, valutando cioè quello che potrebbe diventare o che sarebbe se concepito oggi».

**6** L’anticipazione del social design da parte di Dalisi si configura come un caso paradigmatico di come le pratiche progettuali possano precedere le categorie teoriche. Quando negli anni Sessanta e Settanta Dalisi lavora con i bambini del Rione Traiano o con gli artigiani di Porta Capuana, il termine *social design* non esiste ancora nel dibattito disciplinare. Emergerà solo nei decenni successivi, consolidandosi come campo riconosciuto soprattutto a partire dagli anni Novanta con esperienze come quelle di Victor Papanek, Ezio Manzini e del Design Council britannico. Ciò che rende l’opera di Dalisi particolarmente significativa è la sua capacità di superare la dicotomia tra oggetto e processo già negli anni in cui il design italiano raggiungeva il suo apice come disciplina del prodotto industriale. Mentre a Milano si celebrava l’eccellenza formale e la serialità, a Napoli Dalisi dimostrava che il design poteva essere anche pedagogia, terapia sociale, strumento di auto-determinazione collettiva. La sua metodologia – fondata sull’ascolto, sull’improvvisazione, sulla valorizzazione del sapere tacito – anticipa anche l’enfasi attuale sulla dimensione processuale, sull’empowerment delle comunità e

sulla capacità del progetto di generare capitale sociale. In questo senso, Dalisi è precursore: la testimonianza che il Sud italiano ha elaborato, già mezzo secolo fa, forme di progettualità sociale che solo oggi vengono riconosciute come centrali per affrontare le sfide della contemporaneità.

**7** Nel volume *Christopher Dresser. Il primo industrial designer* (Lupetti, Milano 2001), scritto con Lucia Pietroni, Pasca mette in discussione il paradigma monolineare “da Morris a Gropius” elaborato da Nikolaus Pevsner (1936), dimostrando come questa interpretazione abbia a lungo marginalizzato figure e percorsi progettuali non riconducibili a una narrazione teleologica del design moderno. L’opera di Dresser – anticipatrice per l’attenzione alla produzione industriale, alla razionalizzazione costruttiva e al rapporto tra fitness e costo – rivela l’esistenza di un filone alternativo al romanticismo morrisiano: quello razionalista, positivista e neoclassico che si forma intorno alla figura di Henry Cole (maestro di Dresser), teso a elaborare una metodologia progettuale adeguata alla modernizzazione e ai processi tecnico-industriali. Riconoscere Dresser come *primo industrial designer* significa quindi accettare una storia del design multilineare, capace di restituire complessità e contraddizioni alle origini della disciplina. L’approccio di Pasca – fondato sull’analisi filologica, sul confronto tra fonti e sulla rilettura critica dei modelli interpretativi consolidati – rappresenta un contributo essenziale per superare la tradizionale identificazione del design con la storia delle arti applicate e per mettere a fuoco il ruolo centrale della tecnica, della produzione e dei processi industriali nella costituzione del design moderno.

**8** Qui, Pasca schiaccia l’occhio all’*arte espansa* di Mario Perniola (2015): «La sfera dell’arte si è ampliata enormemente. Qualunque cosa può essere trasformata in “arte”, anche senza che il suo autore ne sappia nulla. Chi ha la legittimità e l’autorevolezza per operare questa metamorfosi?» (copertina).

## REFERENZE BIBLIOGRAFICHE

- Pevsner Nikolaus, *Pioneers of Modern Movement. From William Morris to Walter Gropius*, London, Faber & Faber, 1936
- Fundarò Anna Maria, “Artigianato e didattica: la scuola di design rifiuta l'accademia”, *Ottagono* n. 57, 1980, pp. 92-93
- Fundarò Anna Maria, “Quattro anni di progetti con gli studenti della facoltà di Architettura di Palermo”, *ADS/Design per lo sviluppo* n. 1, 1982, pp. 212-218
- De Fusco Renato, *Storia del design*, Roma-Bari, Laterza, 1985
- Pasca Vanni, Trabucco Francesco (a cura di), *Design: Storia e storiografia*, Bologna, Esculapio, 1991
- Gravagnuolo Benedetto, “Napoli o dell'arcaismo ultramoderno. Retrospective e prospettive”, *Quaderno* n. 5, 1992, pp. 7-14
- Fundarò Anna Maria, “Il processo interrotto della modernità”, *Nuove Effemeridi* n. 31, 1995, pp. 13-18
- Cassano Franco, *Pensiero meridiano*, Roma-Bari, Laterza, 1996
- Pasca Vanni, Pietroni Lucia, *Christopher Dresser 1834-1904. Il primo industrial designer. Per una nuova interpretazione della storia del design*, Milano, Lupetti, 2001
- Fundarò Anna Maria, “Il disegno industriale”, pp. 277-295, in Ajroldi Cesare (a cura di), *Per una storia della Facoltà di Architettura di Palermo*, Roma, Officina Edizioni, 2007
- Branzi Andrea, “Il design mediterraneo”, pp. 305-306, in Branzi Andrea, *Il design italiano 1964-2000*, Milano, Electa, 2008
- Masullo Antonio, Scamardella Claudio, *Napoli. Siccome immobile*, Napoli, Guida, 2008
- Giardiello Paolo, “La ricerca come metodo di conoscenza”, pp. 71-79, in Santoro Margherita (a cura di), *Filippo Alison. Un viaggio tra le forme*, Milano, Skira, 2013
- Pasca Vanni, “La storia del design oggi: compiti e prospettive”, pp. 21-31, in AA. VV., *Il design e la sua storia. Primo Convegno dell'Associazione Italiana degli Storici del Design*, Milano, Lupetti, 2013
- De Fusco Renato, Rusciano Raffaella Rosa, *Design e Mezzogiorno tra storia e metafora*, Bari, Progedit, 2015
- Perniola Mario, *L'arte espansa*, Torino, Einaudi, 2015
- Ferrara Marinella, “Anna Maria Fundarò. Protagonista della didattica per lo sviluppo dei contesti meridionali e mediterranei (1970-1990)”, pp. 126-148, in Riccini Raimonda (a cura di), *Angelica e Bramante*, Padova, Il Poligrafo, 2017
- Pasca Vanni, “Dopo i discorsi sulla fine”, pp. 33-39, in Eco Umberto, Gregotti Vittorio, *Sulla fine del design*, Milano, Editoriale Lotus, 2018 a
- Pasca Vanni, “Le premesse del design italiano 1902-1945”, pp. 24-85, in Alessi Chiara, Dalla Mura Maddalena, De Giorgi Manolo, Pasca Vanni, Riccini Raimonda (a cura di), *Storie. Il design italiano*, Milano, Electa - Triennale Design Museum, 2018 b
- Pasca Vanni, Pietroni Lucia, *Christopher Dresser. Il primo industrial designer 1834-1904*, Milano, Lupetti, 2001
- Carta Maurizio, *Futuro. Politiche per un diverso presente*, Soveria Mannelli (CZ), Rubbettino, 2019
- Russo Dario, “Ernesto Basile. Dall'architettura d'interni all'industrial design”, *Op. cit.* n. 164, 2019, pp. 92-104
- Cristallo Vincenzo, Morone Alfonso, “Mango e Alison: le premesse di un 'abitare contemporaneo'”, pp. 144-148, in Cafiero Gioconda, Flora Nicola, Giardiello Paolo (a cura di), *Costruire l'abitare contemporaneo*, Padova, Il Poligrafo, 2020
- Gambardella Cherubino, “Introduzione”, pp. 13-16, in Gambardella Cherubino (a cura di), *Napoli. Design Impermanente*, Napoli, Guida, 2020
- Pasca Vanni, “Prefazione”, pp. 9-11, in Gambardella Cherubino (a cura di), *Napoli. Design Impermanente*, Napoli, Guida, 2020
- Russo Dario, “Appunti sul design meridiano”, pp. 7-16, in Russo Dario (a cura di), *Southern Identity - Notizie sul design meridiano*, Palermo, Palermo University Press, 2020
- Russo Dario, “Maestro Irripetibile: Vanni Pasca e il suo impatto nella storia del design”, pp. 8-15, in Russo Dario (a cura di), *Southern Identity - Un punto di vista laterale*, Palermo, Palermo University Press, 2023
- Russo Dario, “Renato De Fusco - L'eredità di Op. cit. e il design come processo”, *Op. cit.* n. 181, 2024, pp. 170-176



---

# The Design System in the Southern Italy



**This paper offers a critical reinterpretation of the term 'Handmade in Italy'. It is redefined as artisanal production that is fully embedded within the 'Made in Italy' concept. This is understood not only in geographical terms, but also in terms of identity, values, quality, local expertise, and design culture. The paper presents craftsmanship as a structural dialogue with design, advocating for an equal and collaborative relationship between craftsmen and designers. This vision underpins the PRIN project, 'The Design System in Southern Italian Territories' (DeinSite), which aims to establish a network of design and applied arts museums to support local enterprises.**

**Key-words: territorial Design, Made in Italy, Handmade in Italy, Local Development**

---

Claudio Gambardella

### **Premessa**

I filosofi, all'inizio delle loro lectio magistralis o dei loro saggi, si soffermano spesso sull'etimologia di una parola centrale del loro discorso, risalendone alle origini e liberandola dagli appesantimenti e dai fraintendimenti introdotti da un linguaggio d'uso comune e semplificato. Non è un esercizio di pedanteria: questo approccio ci aiuta infatti a smontare concetti dati per ovvi e indiscutibili, permettendoci di riscoprire significati nuovi, talvolta perfino opposti a quelli che usiamo abitualmente nel parlare quotidiano e nella scrittura.

*Handmade in Italy*, il cuore teorico del PRIN che di seguito sarà illustrato, è una locuzione che rischia di indurre in errore quanti, anche tra gli addetti ai lavori, la pronunciano o ne scrivono. Molti insistono infatti sul primo vocabolo, "Handmade", limitando gli altri due, "in Italy",

a una questione puramente geografica, anzi, geografico-produttiva. E allora, Handmade in Italy è comunemente considerato il "fatto a mano in Italia", spesso adoperato in siti web di negozi online o anche di piccole imprese, che si vogliono dare un tono internazionale, mettendo in vendita una opinabile mercanzia realizzata da artigiani. Non certo un favore alla categoria!

Per chi scrive, invece, Handmade in Italy (2020) – mantenendo la parola hand perché per consuetudine riporta alle pratiche artigiane – riguarda una "produzione artigianale Made in Italy", dove "made", in quanto suffisso della parola composta "handmade" e a completamento del significato della radice "hand", non indica ciò che è prodotto con le mani, ma ciò che può rientrare nel fenomeno del Made in Italy. Si va a precisare, così, il significato dei

due vocaboli seguenti, “in Italy”, riferendosi appunto a quel che Carlo Azeglio Ciampi chiamava “il marchio più forte del mondo”.

Per evitare l’uso della brutta espressione “Handmade – Made in Italy”, per semplicità abbiamo usato quella compressa, anche se involontariamente ambigua, di “Handmade in Italy”.

Il nodo critico della parola *portmanteau*, handmade, rimane il “made” [1], ma lo è anche quando si parla di Made in Italy. Su Op. cit., ribadendo un pensiero diffuso, scrivevo: «Il Made in Italy, a differenza degli altri *made in*, ha un valore che va ben oltre la produzione stessa perché significa stile di vita, qualità, eccellenza, alta specializzazione delle tecniche di produzione, contesto di sviluppo e realizzazione dei prodotti spesso di carattere distrettuale, radicamento nel territorio, caratteri che in qualche modo hanno contribuito alla costruzione stessa della cultura italiana e quindi dell’identità di un popolo» (2018).

L’HandMade in Italy, o sarebbe meglio parlare di “HandMade in Italy”, comporta che l’artigianato, per diventare parte integrante del Made in Italy, debba sapersi aprire al design, accettando qualche opportuno arretramento nella sua sovranità conferitagli dal cosiddetto artigianato artistico. L’artigiano, cioè, dovrebbe “cedere” la componente progettuale – che non è una sua specifica prerogativa – al designer, seppure all’interno di un rapporto di mutua collaborazione e di pari dignità, come per qualche tempo avveniva nell’Officina della Ceramica del primo Bauhaus, retta da un “maestro della forma” e da un “maestro della materia”.

Questo design si propone come il più efficace ambasciatore del Made in Italy, poiché indissolubilmente legato ai luoghi in cui nasce: ai paesaggi, alle culture, alle geografie produttive italiane. Al tempo stesso, promuove lo sviluppo sostenibile – culturale, produttivo e turistico – dei territori caratterizzati da profonde stratificazioni storiche e sociali.

## 2. Lo stato dell’arte

L’interazione virtuosa tra “Cultura del Progetto” e “Saper fare”, sperimentata da decenni in diverse regioni italiane, rappresenta oggi una delle prospettive più significative del design italiano. Nel rapporto tra Design e Artigianato, lungo circa 130 anni di storia – dal Movimento Arts and Crafts al Bauhaus, passando per la Wiener Werkstätte e il Deutscher Werkbund – l’artigianato ha rappresentato un “ingrediente variabile” nella Cultura del Progetto. Nel

Novecento italiano, a partire da Gio Ponti, questa interazione si è consolidata nel corso del secolo grazie a figure come Branzi, Dalisi, Mari, Mendini, Pesce, Sottsass, e a quelle di gruppi come Alchimia e, pur nella sua breve vita, la Global Tools (1973-1975). Ugo La Pietra, in particolare, ha definito un “nuovo alfabeto del design” fondato su un lavoro condiviso tra designer e artigiano, ognuno con un ruolo specifico. Non a caso La Pietra parla di “design territoriale”, sviluppato a partire dagli anni ’80 attraverso collaborazioni con produzioni locali eterogenee, che hanno contribuito a delineare una nuova geografia produttiva italiana, come mostrato nella mostra napoletana “Ugo La Pietra: cento ceramiche italiane” [2].

Nel 1991 Renato De Fusco e Filippo Alison offrono, poi, un’interpretazione sistematica di queste esperienze italiane, distanziandosi da quelle più *radical* e coniando il neologismo “Artidesign”, definito come «[...] un genere terzo’ di prodotto, con caratteristiche e ragion d’essere proprie. Un genere ‘terzo’, con proprie caratteristiche e finalità» (1991, p. 7).

Un ulteriore sviluppo riguarda l’incontro tra alta tecnologia e tecniche tradizionali, o artigianali, elemento centrale nella visione predittiva di Ezio Manzini, che sta contribuendo alla nascita di un nuovo design italiano indipendente e strettamente legato all’Alto Artigianato.

Con la diffusione delle tecnologie della Quarta Rivoluzione Industriale, stanno cambiando anche modalità produttive e commerciali, orientate verso la produzione *on demand* e un’internazionalizzazione glocal. Il design contemporaneo, sempre più Human-Centered Design, interviene sull’innovazione attraverso il progetto, sfruttando le opportunità del digitale in un modello industriale regolato da processi digitalizzati capaci di influenzare l’intera filiera. Scommettere sul nuovo, però, non significa rinunciare alle radici: al contrario, implica indagare l’incontro positivo fra il patrimonio identitario di un territorio (il suo *genius loci*) e i linguaggi, i materiali e i processi del mondo contemporaneo. In questo scenario, che combina la cultura del “ben progettare” e quella del “saper fare”, diventa possibile elaborare una nuova progettazione orientata ai territori.

Il design che, chi scrive, ha definito Handmade in Italy, entra in gioco proponendosi non come un nuovo linguaggio, ma come una strategia per le micro e piccole imprese artigiane italiane. In un’ottica organica, politica e culturale, esso consente alle esperienze di “progettazione dei territori” di entrare a pieno titolo nel Made in Italy, radicandosi localmente e risultando quindi non delocalizza-

bile. Oltre a essere stato il filo conduttore della “Trilogia della Ceramica” (Napoli, Pompei, 2016–2018), Handmade in Italy è anche il nome di una commissione tematica dell’ADI – Associazione per il Disegno Industriale, creata nel 2017 a Milano su proposta di Claudio Gambardella e da lui coordinata.

### 3. Il progetto

Nel 2023 il MUR ha finanziato il PRIN (acronimo di “Progetti di Rilevante Interesse Nazionale”) / Bando 2022, The Design System in the Southern Italy territories. Design and Craftsmanship of excellence for the Made in Italy development and the engagement of local knowledge (DeinSite) [3]. Il progetto, sviluppato dall’Unità di Ricerca dell’Università degli Studi della Campania “Luigi Vanvitelli” (UNICAMPANIA) e da quella dell’Università degli Studi di Firenze (UNIFI), ha potuto contare in fase di candidatura sul sostegno di SYMBOLA – Fondazione per le qualità italiane, dell’Associazione MUSEIMPRESA, della Fondazione Donnaregina per le arti contemporanee | Museo Madre e della Fondazione PLART.

Presentato a livello nazionale il 30 ottobre 2023 presso la sede Ance Roma–ACER, questo PRIN si fonda sul rafforzamento della cooperazione tra designer e artigiani per rilanciare le eccellenze produttive locali attraverso la creazione – in Campania, Puglia, Basilicata, Calabria, Sicilia – di cinque Sistemi Museali Regionali del Design e delle Arti Applicate [4], fisici e virtuali, tra loro interconnessi da un macrosistema, per promuovere lo sviluppo locale Mezzogiorno. Ciascun sistema prevede un museo delle imprese del prodotto di eccellenza regionale insediato in aree ad alto valore turistico, così da fungere da nodo di connessione tra musei e imprese partecipanti, luogo di scambio con le sue periferie e motore di riconoscibilità dell’intero progetto: un museo del design contemporaneo, cioè, pensato come vero e proprio laboratorio e mostra in progress delle migliori creazioni nate dall’incontro tra competenze artigianali e saperi progettuali.

La Campania è regione capofila, grazie all’esperienza maturata nell’ambito di attività conto terzi della Seconda Università degli Studi di Napoli, prima, e dell’Università degli Studi della Campania “Luigi Vanvitelli”, poi, con la progettazione del Sistema Museale Regionale del Design e delle Arti Applicate, OFFICIAMUSEUM, (2003), diretto da Claudio Gambardella e finanziato dall’E.R.S.V.A. (Ente Regionale per lo Sviluppo e la Valorizzazione dell’Artigianato). Il sistema campano, con una rete di ventuno musei pubblici e privati, è stato completato con il Museo d’Im-

presa temporaneo (museo delle imprese del prodotto di eccellenza campano), realizzato con fondi FAS a Pompei e collaudato nel 2022.

Il macrosistema attribuisce – a Università, Regioni, Enti Locali, Camere di Commercio, associazioni di categoria, Delegazioni Territoriali ADI e organizzazioni professionali – un ruolo di coordinamento sovraregionale (*steering committee*), con l’obiettivo di valorizzare le relazioni tra comunità e territori, rivitalizzare l’imprenditorialità del Sud, promuovere lo sviluppo locale all’interno del “Made in Italy” – anche tramite l’indotto turistico – e favorire l’occupazione di giovani laureati di design. Il Sistema aiuterà, quindi, le imprese a capitalizzare processi e prodotti creativi, favorendone l’industrializzazione e la serializzazione, con particolare attenzione al merchandising museale e universitario. I bookshop dei musei aderenti diventeranno così un motore culturale ed economico dell’intero progetto. Il sistema si doterà, inoltre, di una struttura virtuale, con la creazione di un catalogo elettronico in aggiornamento continuo, che contribuirà a rafforzarne la visibilità e l’accessibilità. In questo modo ogni sistema sarà un organismo aperto, capace di generare connessioni dinamiche tra le sue diverse componenti.

L’obiettivo ultimo è permettere alle piccole e medie imprese del Sud di accedere pienamente al mondo del Made in Italy, acquisire competitività e coinvolgere giovani designer. Non si tratta soltanto di un profondo mutamento nel modo di “fare” impresa – che richiede una governance diffusa dei processi produttivi – ma anche nel modo di “fare” design, con ricadute economiche e culturali inattese, modificando il concetto stesso di fabbrica e favorendo un’armonizzazione virtuosa tra tecnologia e artigianato. Parallelamente, si punta a favorire la nascita di nuove imprese basate su modelli cooperativi di progettazione e produzione, con benefici anche per l’occupazione giovanile qualificata.

L’idea progettuale de *Il Sistema del Design nei territori del Sud Italia* si conforma alle linee guida della Commissione Europea in materia di politiche di sviluppo territoriale, volte a supportare le Regioni nella costruzione del proprio capitale locale. Tale concetto include tutte le componenti, materiali e immateriali, che contribuiscono alla ricchezza di un Paese: attività economiche, paesaggio, patrimonio culturale, competenze e saperi, con l’obiettivo di individuare e valorizzare le unicità di ciascun territorio.

Il progetto si fonda, quindi, su tre principi fondamentali:

A. L'interazione tra cultura e impresa è possibile e fertile, soprattutto quando si investe in qualità. I musei regionali e i cluster di imprese artigiane rappresentano un tessuto connettivo fondato su ruoli complementari.

B. Il Sud custodisce una tradizione manifatturiera fortemente identitaria: l'obiettivo è valorizzare il potenziale delle eccellenze Made in South attraverso i musei e la capacità attrattiva del turismo.

C. L'accesso al Sistema per le imprese sarà regolato sulla base della qualità e della capacità di investimento, valorizzando il design in tutte le sue fasi: ideazione, produzione e distribuzione.

Il PRIN - con cinque tavole rotonde locali, a Pompei, Matera, Palermo, Agrigento e Reggio Calabria per la creazione di una rete con i territori, con un ampio lavoro di schedatura dei musei e delle imprese artigiane nelle cinque regioni meridionali, due workshop dedicati a produzioni d'eccellenza della Campania: il gioiello (cammeo e corallo di Torre del Greco) e la tarsia lignea di Sorrento, e con la costruzione di una piattaforma digitale - è ormai giunto alle sue battute finali.

## **Conclusioni**

L'integrazione tra innovazione tecnologica e tradizione artigianale apre prospettive significative per una nuova geografia produttiva del Sud Italia, fondata sulla qualità, sulla cultura e sulla sostenibilità. La creazione di questo macrosistema nel Sud Italia può rappresentare, in realtà, un progetto pilota perché frutto di una strategia di sviluppo coerente con l'intera tradizione progettuale italiana e con le politiche europee di valorizzazione del capitale locale.

Il PRIN - con cinque tavole rotonde locali, a Pompei, Matera, Palermo, Agrigento e Reggio Calabria per la creazione di una rete con i territori, con un ampio lavoro di schedatura dei musei e delle imprese artigiane nelle cinque regioni meridionali, due workshop dedicati a produzioni d'eccellenza della Campania: il gioiello (cammeo e corallo di Torre del Greco) e la tarsia lignea di Sorrento, e con la costruzione di una piattaforma digitale - è ormai giunto alle sue battute finali. Le università che hanno elaborato questo PRIN, e che hanno alacremente lavorato in oltre due anni, hanno fatto la loro parte. Se l'ambiziosa prospettiva finale, però, è quella di "promuovere lo sviluppo locale", le Regioni, soprattutto, dovranno essere capaci di superare le barriere autoreferenziali in cui sono chiuse e riuscire a immaginare un futuro comune per il Sud. Ci riusciranno?

**1** Il problema si potrebbe risolvere adoperando la maiuscola “m” di handmade. È stato per questo motivo registrato un marchio, antepo- nendo la parola design, dando recentemente vita all’ International Study Center “Design Hand- Made in ...©”, di cui si parlerà, probabilmente, in altra occasione.

**2** La mostra, l’ultima della “Trilogia della Ce- ramica” a cura di Claudio Gambardella, fu alle- stita nel 2017 a Napoli, al Museo della ceramica Duca di Martina.

**3** Francesca Tosi ha assunto il ruolo di P.I. ed è responsabile dell’Unità di Ricerca UNIFI; Maria Dolores Morelli è invece l’attuale responsabile dell’Unità di Ricerca UNICAMPANIA. Compo- nenti dell’UdR UNIFI sono: Alessia Brischetto, Claudio Gambardella, ex P.I., ex responsabile UdR UNICAMPANIA e attuale consulente scien- tifico; componenti dell’UdR UNICAMPANIA sono: Francesca La Rocca, Simona Ottieri, Danie- la Piscitelli, Chiara Scarpitti, Ferdinando Trapa- ni (UNIPA). Assegnista UNIFI è Ester Iacono; as-

segniste UNICAMPANIA sono: Cinzia D’Emidio e Alessandra Miano. I seguenti docenti stanno collaborando con l’Unità di Ricerca UNICAM- PANIA: Rossana Carullo e Vincenzo Cristallo - POLIBA, Mariadelaide Cuzzo - UNIBAS, Dario Russo - UNIPA, Francesco Armato - UNIRC.

**4** L’espressione “arti applicate” comunemente oggi indica la realizzazione di pezzi unici, di piccole opere d’arte. Nel nostro caso, invece, viene usata nella forma abbreviata richiamando quella originale di “arti applicate all’industria”.

## REFERENZE BIBLIOGRAFICHE

De Fusco Renato, Alison Filippo, L’ARTIDESIGN. Il caso Sabattini, Napoli, Electa Napoli, 1991

Gambardella Claudio (a cura di), Officiamuseum. The regional museum system of design and applied arts, Firenze, Alinea Editore, 2008

La Pietra Ugo, Dal minimo sperimentale simbolico alla nuova territorialità, Milano, Fondazione Mudima, 2008

Omitted for blind review, Handmade in Italy, Firenze, Altralea Edizioni, 2020

---

**RHITA.**

**Un ecosistema  
made in Italy  
per una moda  
oltre le geografie**

Made in Italy is more than a label of origin; it is a cultural construct grounded in craftsmanship, history, and creativity. Italian fashion expresses this interplay of tangible and intangible values. Funded by the PRIN PNRR, the RHITA project brings together five universities to explore the transformation of the fashion industry through integrated approaches to education, design, production, and communication, promoting circularity, innovation, and digital inclusivity beyond geographical boundaries.

**Key-words: PRIN, Fashion Design, Made in Italy, Territories, Ecosystem**

---

Chiara Scarpitti

### **1. Introduzione – La prospettiva della moda made in Italy**

Il *made in Italy* non è solo una mera indicazione di origine, ma è una costruzione culturale complessa che rende il nostro Paese uno dei territori con maggiore know-how storico nell'ambito del saper fare di qualità. Il Made in Italy deve essere interpretato, infatti, come una sovrastruttura concettuale intorno alla quale confluiscono molteplici storie, umane e collettive, oltre a competenze produttive e tecnologiche radicate in specifici territori.

Il suo intrinseco potere attrattivo risiede in un *unicum* culturale (Ranzo, 2021) che deriva da numerosi fattori, tra cui i paesaggi produttivi italiani, la loro storia, il capitale umano, le conoscenze artigianali e i talenti creativi: un sistema stratificato di saperi e competenze che si sono consolidati nel tempo, riversandosi in diversi settori pro-

duttivi tra cui vi è l'industria della moda.

La moda italiana rispecchia, dunque, quel nodo inscindibile che esiste tra la dimensione tangibile e intangibile del *made in Italy*, nella sua capacità di creare un'atmosfera, una percezione di cura, una bellezza tutta italiana. Il progetto *RHITA Reshaping Made in Italy*, finanziato dal bando PRIN PNRR (progetto di Ricerca di Interesse Nazionale, su fondi europei PNRR), opera proprio all'interno di questo connubio, al confine tra patrimoni culturali, manifatture d'eccellenza e progettualità contemporanee.

Nonostante l'esistenza a livello nazionale di altri progetti e programmi fashion oriented, il progetto RHITA sorge dal desiderio di sopperire alla mancanza di un network operativo che possa ridare slancio a questo com-

parto e agli Atenei pubblici che se ne interessano. In questa direzione, il progetto nasce da una partnership tra cinque Atenei che, da oltre un decennio, si occupano di moda: *l'Università della Campania, il Politecnico di Milano, l'Università IUAV di Venezia, l'Università di Firenze e l'Università di Siena*.

All'interno di questo ampio partenariato, il PRIN PNRR RHITA si propone di analizzare le trasformazioni in atto, mappando le traiettorie evolutive della moda, attraverso indagini qualitative e critiche condotte su diversi piani: formativo, produttivo, progettuale e comunicativo.

Per quanto riguarda l'assetto geografico, il network che consolida la rete delle cinque università si sviluppa in quattro regioni (Campania, Lombardia, Toscana e Veneto) e ha come capofila l'Università della Campania. L'ampiezza territoriale del progetto mira a sistematizzare le conoscenze pregresse, a integrare i modelli formativi, oltre che a sperimentare nuovi processi produttivi secondo i principi di circolarità, innovazione consapevole e inclusività digitale. L'eterogeneità territoriale garantisce così la creazione di una rete estesa - in termini di PMI, associazioni di settore, istituzioni culturali, percorsi formativi e professionisti. Attraverso la narrazione del progetto, attualmente ancora in corso, il contributo intende, quindi, evidenziare il concetto di territorialità produttiva emerso e la volontà di costruire un network in una prospettiva di cooperazione e espansione dei confini regionali.

## **2. La moda italiana tra patrimonio locale e ibridazione trans-territoriale.**

L'industria della moda italiana, inclusi l'ambito degli accessori e dei servizi correlati, è costituita da un comparto di oltre 53.000 aziende e contribuisce in modo sostanziale all'economia nazionale, con un valore stimato di circa 60 miliardi di euro, corrispondenti al 4,5% del PIL italiano. (Camera Nazionale della Moda, 2021). La sua resilienza e solidità sono il punto di partenza per la sua rilevanza, ma le sue caratteristiche strutturali necessitano di essere continuamente rafforzate per far fronte all'instabilità internazionale dei mercati e al mutare delle tecnologie e dei paradigmi sociali.

Come sostiene l'economista Roberto Camagni, ciascun territorio, considerando le sue complessità, si articola in capitale produttivo, cognitivo, relazionale, sociale e umano, ambientale, insediativo e infrastrutturale (Camagni, 2009). La sinergica coesione tra questi capitali restituisce la misura di quanto il design può impattare in maniera di-

versificata e tradursi in un agente mediatore consapevole delle proprie capacità trasformative.

Riflettendo su questi parametri, il rapporto tra moda *made in Italy* e territorio ha subito negli ultimi anni una significativa evoluzione. In quanto produttrice anche di capitali simbolici, il sistema della moda italiana si nutre di molteplici anime, presentandosi come un insieme differenziato di luoghi geografici che ne rappresentano l'identità culturale nell'insieme delle loro specificità e stratificazioni.

Fenomeni espansivi come la digitalizzazione del settore, la delocalizzazione delle manifatture, la globalizzazione dei saperi, la speculazione dei mercati finanziari, se da un lato hanno spinto verso una tendenza all'ibridazione e alla cross-fertilization della moda italiana, dall'altro, hanno indotto a un desiderio di protezione, nella volontà di riaffermare le unicità locali (Rullani, 1997). La relazione moda-territorio appare così rinnovata da una duplice forza vitale, nella volontà di custodire le maestranze, le conoscenze tacite, il capitale umano, ma allo stesso tempo, nel desiderio di diffonderle, restituendo valore a tutto quello che è il substrato culturale e produttivo di un luogo.

Non a caso, se pensiamo al concetto di territorio, ci riferiamo a un termine complesso - uno spazio dove il senso è istituito dall'uomo a partire dalla sua stanzialità, dal suo stare dentro quel luogo fisico, sentendosi parte di una geografia tangibile. E, infatti, i territori del *made in Italy*, spesso individuati all'interno dei cosiddetti distretti industriali, sono tradizionalmente basati su un'alta specializzazione che storicamente ha tratto vantaggio dal loro radicamento.

Tuttavia, è importante sottolineare come questo modello si stia evolvendo: la prossimità geografica non è più il solo parametro sufficiente. (Ranzo, 2020). Alla luce delle istanze europee e della globalizzazione contemporanea, si rende necessaria una condivisione di valori e visioni, nel perseguimento sempre più urgente dei nuovi criteri di sostenibilità e tecnologia.

In questo senso, in relazione al dinamismo evolutivo dei territori, prendendo in prestito le parole di Deleuze e Guattari in Millepiani, potremmo parlare di ri-territorializzazione dei territori manifatturieri italiani. Per comprendere meglio il pensiero dei due filosofi francesi, si rende doveroso fare alcune precisazioni. Per territorializzazione intendiamo il processo con cui individui, gruppi o sistemi, creano un territorio inteso come uno spazio organizzato, dotato di confini e regole. Si tratta di uno spazio non solo geografico, ma anche simbolico, so-

ziale, culturale, funzionale a stabilizzare, dare identità, produrre ordine.

A partire da questa rappresentazione strutturata del territorio, de-territorializzare significa dissolvere e destabilizzare i confini. Si tratta di confini e strutture che i flussi tecnologici stanno già rompendo in maniera radicale, determinando nuove aperture, percorsi e flussi di scambio. In questa dinamica, ogni de-territorializzazione produce una nuova forma di territorializzazione e, dunque, l'emergere di nuove strutture e ordini.

Riportando questa dinamica evolutiva sulle geografie italiane, potremmo così definire i territori della moda come dei luoghi non chiusi, costituiti da processi mobili, relazionali e in qualche modo provvisori, poiché frutto di tensioni interne e trasformazioni continue.

Le nuove ibridazioni trans-territoriali si configurano, quindi, come nuovi spazi di aggregazione che superano i limiti geografici tradizionali, trasformandosi da luoghi puramente produttivi a poli culturali, progettuali ed educativi. È a partire da questa prospettiva di apertura e trasversalità che RHITA analizza e costruisce il suo network operativo.

All'affacciarsi dei fenomeni globali legati alla rivoluzione digitale, unitamente a quelli ambientali, interrelati con gli impatti delle industrie, le geografie della moda italiana tendono così a dissolversi, rendendo, in alcuni casi, la territorialità fisica quasi irrilevante per l'affermazione della loro identità. (Ranzo, Scarpitti, 2020).

In relazione ai *driver* che modificano tali assetti geografici, RHITA si propone di riflettere, in particolare, su come la sostenibilità e l'innovazione digitale possano diventare un elemento di riorganizzazione ed evoluzione dei distretti territoriali della moda italiana, generando nuove alleanze tra soggetti che condividono idee, approcci e valori. Attraverso la ri-territorializzazione metaforica dei confini, possono emergere così nuove ed inaspettate forme di aggregazione, avulse dalle sole logiche produttive, al di là delle configurazioni distrettuali storiche.

### **3. RHITA: la costruzione di un ecosistema diffuso per la moda**

Il progetto RHITA nasce con l'obiettivo di affrontare le sfide del settore moda in un'ottica di transizione digitale e sostenibile. La volontà è quella di costruire un network trans-territoriale connesso, un modello collaborativo mirato alla valorizzazione degli specifici patrimoni culturali e umani. Tra le azioni prioritarie di RHITA vi sono: l'inquadramento dei paesaggi della moda italiana attraverso

il capitale umano, la formazione innovativa, la rimodellazione delle manifatture *made in Italy* in un contesto green e digitale e la costituzione di un network inclusivo mediante una piattaforma web 3.0.

Capofila del progetto è l'Università della Campania "L. Vanvitelli" che da quasi un trentennio si occupa di progettazione, in relazione ai curricula di prodotto, moda e comunicazione. È rilevante sottolineare che il meridione e il design del Sud Italia hanno da sempre avuto un ruolo storico e sperimentale all'interno di quelli che sono i centri nevralgici delle manifatture del *made in Italy*.

Il Sud, e in particolare la Campania, è un territorio antico, stratificato, naturalmente incline a una produzione svincolata dalla grande industria. L'eterogeneità produttiva e di visioni, la pluralità delle tecniche artigianali, la complessità degli stimoli e le diffuse sensibilità, rendono questa regione un terreno in continua formazione. Non a caso, nell'ambito della cultura del progetto, la libertà di sperimentazione praticata sconfinava spesso verso quelli che sono i linguaggi artistici contemporanei più attuali, rispecchiando quella che è la sua intrinseca complessità, nei suoi contrasti costitutivi, nella sua storica vocazione filosofica (Scarpitti, 2020).

Per quanto riguarda la cultura del design della moda in Campania, questa è stata a lungo caratterizzata da una dialettica dicotomica tra artigianalità d'eccellenza, estro creativo e saperi antichi, tacitamente trasmessi nel tempo. Questa ricchezza accompagnata da una forte difficoltà a sistematizzare il settore è tra i punti maggiormente dibattuti all'interno del contesto meridionale che risulta così povero di grandi industrie ma ricco di cultura del progetto e tradizione manuale (De Fusco, Rusciano, 2015).

La fattibilità del progetto, sia in termini di tempi che di costi, è stata basata sulle infrastrutture appartenenti alle Unità di Ricerca già operanti sui singoli territori. Nonostante la complessità in termini di obiettivi e risultati attesi, il progetto fonda la sua autorevolezza a partire dalle numerose esperienze di ricerca intraprese da ciascun Partner che, per la prima volta, ora vengono messe a sistema e condivise.

Tra gli impatti prioritari che RHITA sta ambendo a realizzare, vi sono sicuramente quelli sociali, culturali e scientifici. Concretizzando un ecosistema inclusivo attraverso un'innovazione tecnologica e circolare, il progetto, infatti, interpreta la moda come una disciplina particolarmente idonea al mutamento. Mediante una serie di mappe territoriali, interviste a stakeholder ed esperienze didattiche parallele tra le cinque Università partner del

progetto, RHITA adotta la circolarità come vettore strategico, proponendo un modello che rafforza il rapporto con le aziende dei territori e ne facilita la conoscenza.

La coerenza metodologica è arricchita dalle specificità di ciascuna UdR le cui origini in territori diversi hanno determinato peculiarità e percorsi di ricerca complementari. In questo senso, tra le metodologie progettuali applicate al prodotto moda troviamo, ad esempio, modellistica *Zero Waste*, upcycling di capi invenduti, recupero di fibre tessili, riuso dei metalli nel settore degli accessori e del gioiello. Mentre, in rapporto alle esperienze didattiche messe in campo, i brief progettuali lanciati alle classi degli studenti, triennali e magistrali, hanno condotto a comportamenti di progettazione e consumo orientati a pratiche sostenibili a livello sistemico e lungo l'intera filiera produttiva.

In relazione al digitale, la combinazione tra processi produttivi e le figure con cui la moda italiana si propaga rappresenta la risposta aderente a un mondo liquido ed esteso, le cui filiere appaiono sempre più interdipendenti e collegate. Nell'ambito di questi nuovi assetti, RHITA mette in luce proprio la molteplicità di approcci al digitale dei territori italiani, ora collocati in uno spazio etero e diffuso. All'idea esclusivamente protezionista di un *made in Italy* che evoca il mito nazionalista e confini scanditi da barriere e dazi, si sostituisce una modalità più espansa di considerare la manifattura italiana. In questo senso, si tratta di un prodotto, di un processo o di una filiera, in grado di operare all'interno di un circuito diffuso, laddove lo scambio creativo è inteso come motore di sviluppo.

Il coinvolgimento di università collocate in quattro regioni che attraversano il Paese - Campania, Lombardia, Toscana e Veneto -, inoltre, contribuisce a restituire punti di vista differenti sul sistema contemporaneo della moda. In linea con il pensiero di Shiva, l'orientamento non è quello di una difesa anacronistica dei confini, ma di un invito a una sana cooperazione che oltrepassa i singoli territori, arricchendosi di nuove opportunità, in un'ottica sia di reciprocità che di valorizzazione delle diversità. «La principale minaccia alla diversità deriva dall'abitudine a pensare in termini di monoculture, quelle che io chiamo monoculture della mente. [...] La scomparsa della diversità fa scomparire le alternative [...] Passare alla diversità

come modo di pensare e come contesto in cui agire, libera una molteplicità di scelte» (Shiva, 1995, p. 9).

## **5. Conclusioni. Geografie intrecciate per valorizzare le diversità.**

In relazione al successo e alla permanenza nel tempo della rete collaborativa di RHITA, Richard Sennett ci offre un interessante punto di vista dialogico. «Voglio mettere a fuoco una piccola porzione di ciò che si potrebbe fare per contrastare la collaborazione distruttiva del tipo “noi contro voi” [...] L'alternativa positiva è un tipo di collaborazione impegnativa e difficile: quella che cerca di mettere insieme persone che hanno interessi distinti o confliggenti, che non hanno una simpatia reciproca, che non sono alla pari o che semplicemente non si capiscono tra loro. La sfida è quella di rispondere all'altro a partire dal suo punto di vista» (Sennett, 2012, p. 16).

Sennett afferma che all'interno di una collaborazione non è imprescindibile la condivisione di una medesima visione o il raggiungimento di una sintesi che annienti le differenze preesistenti. Piuttosto, egli suggerisce un metodo dialogico. La dialettica, con la sua spinta a trovare una soluzione univoca, rischierebbe di annullare o appiattire le differenze, mentre invece il dialogo può mettere in condivisione e meglio interpretare il senso di cooperazione.

In questa direzione, in territori eterogenei e complessi come quelli italiani, il progetto RHITA assume il ruolo di agente mediatore trasformandosi in un vettore strategico per la valorizzazione delle diversità. Questa prospettiva supporta la creazione di un sistema di connessioni che non necessariamente afferma un'unica verità identitaria ma, al contrario, illumina le rispettive originalità nel riconoscimento delle specifiche ricchezze locali.

## **Acknowledges**

Il presente contributo è stato redatto nell'ambito del progetto finanziato dall'Unione Europea - Next Generation EU, PRIN PNRR 2022 “RHITA. ResHaping made in ITALy. Circular models for Italian fashion heritage and manufactures through digital inclusivity and conscious innovation” CUP: B53D23028850001. P.I. Università della Campania “L. Vanvitelli”. Partenariato: Politecnico di Milano, IUAV Università di Venezia, Università di Firenze e Università di Siena.

## REFERENZE BIBLIOGRAFICHE

Deleuze Gilles, Guattari Félix, *Mille Plateaux*, 1980 (tr. it. *Mille Piani*, Roma, Castelvecchi, 2006)

Shiva Vandana, *Monoculture della mente*, Torino, Bollati Boringhieri, 1995

Ranzo Patrizia, "Visioni A-Moderne. La radice mediterranea ed internazionale del design in Campania", p. 14, in Ranzo Patrizia et al., *Visioni A-Moderne*, Aversa, F.lli Molinaro, 2006

Rullani Enzo, *L'evoluzione dei distretti industriali: un percorso tra decostruzione e internazionalizzazione*, Milano, Franco Angeli, 1997

Camagni Roberto, "Per un concetto di capitale territoriale", pp. 66-90, in Borri Dino, Ferlaino Fiorenzo (a cura di), *Crescita e sviluppo regionale: strumenti, sistemi, azioni*, Milano, Franco Angeli, 2009

Sennett Richard, *Insieme*, Milano, Feltrinelli, 2012

De Fusco Renato, Rusciano Raffaella Rosa, *Design e Mezzogiorno tra storia e metafora*, Bari, Progedit, 2015

Di Lucchio Loredana, *Territori e valori per il design italiano*, Roma, Roma Design Press, 2015

Parente Marina, Lupo Eleonora, Sedini Carla (a cura di), *Dialoghi sul Design per i Territori | 01. Teoria/Pratica*, Milano, Dipartimento del Design, 2016

Borgherini Malvina, Marini Sara, Mengoni Angela, Sacchi Annalisa, Vaccari Alessandra (a cura di), *Laboratorio Italia. Canoni e contraddizioni del Made in Italy*, Milano-Udine, Mimesis, 2018

Ranzo Patrizia, Scarpitti Chiara, "Clothes Free Fashion. Il paesaggio valoriale della moda italiana", *MD Journal - Designed & Made in Italy* n. 9, 2020, pp. 136-145


Scarpitti Chiara, "Napoli e "il silenzio della ragione". Dieci anni di resilienza e progettazione contemporanea", pp. 123-137, in Gambardella Claudio (a cura di), *Napoli Design Impermanente*, Napoli, Guida Editori, 2020

Camera Nazionale della Moda Italiana, *Documento redatto in relazione al PNRR*, Senato della Repubblica, 2021. [https://www.senato.it/application/xmanager/projects/leg18/attachments/documento\\_evento\\_procedura\\_commissione/files/000/277/601/Camera\\_nazionale\\_della\\_moda\\_Italiana.pdf](https://www.senato.it/application/xmanager/projects/leg18/attachments/documento_evento_procedura_commissione/files/000/277/601/Camera_nazionale_della_moda_Italiana.pdf)

Ranzo Patrizia et al., *Laboratorio Campania*, Firenze, Altralinea Edizioni, 2021

---

# DeinSite tra artigianato, design e nuove narrazioni del Sud Italia



**'The DeinSite research project promotes a development model that integrates design methodologies with artisanal know-how, fostering new forms of interaction among artisans, enterprises, institutions, and young designers across Southern Italian regions. The article presents the overall design process, focusing on two key stages: mapping SMEs and museums that showcase local excellence, and conducting co-design workshops that reveal both benefits and challenges. These stages aim to transform territorial identities into systemic networks of transdisciplinary collaboration.**

**Key-words: Handmade in Italy; Southern Italian production districts; immaterial heritage; co-design strategies**

---

Ester Iacono - Alessandra Miano

### **Introduzione**

Negli ultimi anni, la crescente attenzione allo sviluppo delle filiere culturali e creative sul piano nazionale ed internazionale va considerata non soltanto in relazione all'impatto economico che esse generano nel contesto locale, ma soprattutto rispetto alla capacità di agire come acceleratrici dei sistemi produttivi, promuovendo pratiche di collaborazione intersettoriale e strategie trasformative.

Il rapporto *Io sono cultura* (Symbola et al., 2024) evidenzia come il valore generato dai settori culturali e creativi influenzi trasversalmente lo sviluppo del sistema produttivo italiano, sia nella definizione del concetto di *Made in Italy*, sia nelle prospettive di collaborazione con il comparto manifatturiero delle piccole e medie imprese (PMI). Tali settori, definiti come *Creative Cultural Production System*, si articolano in due componenti prin-

cipali: le attività core, attribuite a sette ambiti tradizionalmente riconosciuti (Architettura e Design; Comunicazione; Audiovisivo e Musica; Software e Videogiochi; Editoria e Stampa; Arti performative e visive; Patrimonio storico-artistico); e le *attività culture-driven*, che nascono dall'interazione tra attività core e altri comparti economici, rappresentando un campo dinamico di innovazione.

Una prospettiva di collaborazione cross-settoriale richiede un processo di integrazione sistematica dei professionisti della cultura nei sistemi produttivi delle PMI, in modo da generare una moltiplicazione di valore che vada oltre la produzione diretta e si estenda ai benefici indiretti derivanti dalle interazioni con altri settori economici. Tuttavia, questo scenario non si manifesta in maniera uniforme sul territorio nazionale: le regioni meridionali

evidenziano una capacità più limitata di attivare tali fattori di moltiplicazione, nonostante la crescita economica e occupazionale del comparto, a causa della difficoltà di caratterizzare la produzione attraverso un approccio transdisciplinare.

In questo scenario, il tema del *Made in Italy* assume un valore peculiare. L'iconicità del termine, profondamente legata all'identità nazionale, può essere letta in due prospettive: da un lato come espressione di uno stile di vita immateriale e intangibile, fondato su know-how, capacità progettuale e reputazione (Di Tommaso, Rubini, 2012); dall'altro come sistema misurabile da standard qualitativi, definibili da ADI (2023) secondo quattro categorie che orientano la selezione di una produzione di qualità: materiali, design, packaging, forma/funzione. Nonostante ciò, l'aura che circonda il *Made in Italy* tende a fissarlo in una dimensione statica, poco aperta a interpretazioni innovative.

Per superare questa rigidità, Gambardella (2020) introduce la nozione di "Handmade in Italy", fondata non sulla ripetizione di modelli passati, ma su uno spirito imprenditoriale capace di adattamento e intuizione, in cui la cultura del design e il saper fare artigiano interagiscono. L'obiettivo è dar vita a produzioni non delocalizzabili, strettamente radicate nei territori e nella loro identità, eppure capaci di rileggere la propria produzione grazie alla collaborazione con altre discipline. È da questi presupposti che prende avvio DeinSite [1] – "The Design System in the Southern Italy territories. Design and Craftsmanship of excellence for the Made in Italy development and the engagement of local knowledge", un progetto di ricerca volto a costruire un ecosistema virtuoso che connetta designer, artigiani, istituzioni e imprese, per stimolare un nuovo modello di sviluppo basato sulla relazione fra cultura del progetto e know-how artigianale.

### **Il contesto del progetto DeinSite**

Il progetto DeinSite nasce dall'esigenza di rileggere in chiave contemporanea il patrimonio produttivo e culturale del Mezzogiorno, dove il sapere artigianale rappresenta ancora oggi un cardine identitario, ma al tempo stesso un terreno fragile, minacciato dai processi di globalizzazione, dalla delocalizzazione industriale e dalla progressiva perdita di competenze tradizionali. Il Sud Italia conserva infatti un patrimonio artigianale ricco e stratificato: dalle ceramiche di Vietri e Caltagirone ai tessuti calabresi, dai mobili intarsiati siciliani alla lavorazione del corallo a Torre del Greco.

L'iniziativa si inserisce in un orizzonte europeo che riconosce il valore strategico della cultura e della creatività non soltanto come settori economici in crescita, ma come fattori capaci di attivare reti territoriali, moltiplicare valore e rafforzare legami comunitari (Camagni, Dotti, 2010).

In questa prospettiva, *DeinSite* integra le metodologie di design come leva culturale e produttiva per favorire nuove forme di contaminazione tra artigiani, imprese, istituzioni e giovani progettisti, costruendo un ecosistema capace di promuovere un "Handmade in Italy" rinnovato: radicato nei territori, ma al tempo stesso aperto a linguaggi, pratiche e strumenti innovativi.

L'idea non è quella di proporre un ritorno nostalgico al passato, bensì di restituire al sapere artigianale un ruolo dinamico e trasformativo, in grado di dialogare con le sfide della contemporaneità e con le opportunità offerte dal digitale e dalla sperimentazione interdisciplinare.

L'articolazione del progetto segue un percorso strutturato in cinque fasi che, pur diverse, concorrono alla costruzione di un unico processo. Si parte da un'analisi preliminare, accompagnata dalla creazione di una piattaforma digitale condivisa, concepita come archivio e strumento operativo. Segue la fase di mappatura, che si concentra sull'individuazione delle eccellenze territoriali, dai musei alle imprese artigiane, configurando i primi nuclei dei Sistemi Museali Regionali per il Design e le Arti Applicate. La terza fase introduce le attività di co-design, attraverso workshop tematici che mirano a connettere giovani designer e aziende locali in percorsi di sperimentazione condivisa. Successivamente, le produzioni e i risultati vengono valorizzati mediante mostre ed eventi sia fisici che digitali, concepiti non soltanto come occasioni espositive ma come strumenti di narrazione e di attivazione culturale. Infine, un programma di disseminazione e di internazionalizzazione amplia l'impatto del progetto, ponendo le basi per un ecosistema diffuso e sostenibile.

Sebbene le cinque fasi esprimono una natura di integrazione sistematica, due momenti hanno rappresentato la chiave di lettura metodologica del progetto DeinSite: la fase di mappatura e la fase dei workshop di co-design. La prima consente di restituire una fotografia approfondita e articolata del patrimonio produttivo e museale dei territori, ricomponendo un mosaico di eccellenze spesso frammentate e poco connesse; la seconda, invece, permette di tradurre i dati e le conoscenze acquisite in pratiche progettuali concrete, attivando processi di contaminazione fra tradizione e innovazione, fra memoria e futuro

## La mappatura: ricomporre un mosaico di eccellenze territoriali

La seconda fase del progetto è stata dedicata a un lavoro sistematico di mappatura delle piccole e medie imprese artigiane e dei musei presenti nelle regioni del Sud, con un primo approfondimento sulla Campania.

L'approccio metodologico è stato sviluppato in chiave sperimentale, integrando due prospettive: una lettura topografica, legata alla localizzazione delle realtà produttive e museali, e una lettura topologica, basata sulla selezione in base a criteri di eccellenza. Tali criteri, elaborati attraverso focus group e analisi bibliografica, hanno riguardato quattro aree: qualità dei prodotti, radicamento territoriale, apertura alla cross-settorialità, riconoscimenti e certificazioni ottenuti.

La ricerca ha messo in luce le eccellenze territoriali, intese come quelle realtà produttive e culturali capaci di rappresentare la sintesi fra tradizione e contemporaneità. Non si tratta soltanto di aziende riconosciute a livello internazionale o di musei consolidati, ma anche di botteghe familiari, archivi aziendali, collezioni private e laboratori artigianali che custodiscono saperi unici e non delocalizzabili. Esse si distinguono per la qualità delle lavorazioni, il radicamento nelle comunità locali, l'apertura a collaborazioni interdisciplinari e la propensione a sperimentare nuovi linguaggi e strumenti. Mettere in rete queste eccellenze significa ricomporre un mosaico dinamico, un patrimonio diffuso che può generare valore culturale ed economico e restituire centralità a territori spesso marginalizzati nelle politiche di sviluppo.

L'obiettivo non era quindi limitarsi a censire imprese e istituzioni, ma leggere la complessità del sistema attraverso criteri condivisi di eccellenza, in grado di restituire la fisionomia di un patrimonio vivo e stratificato. Per la raccolta dei dati sono stati utilizzati strumenti eterogenei: indagini bibliografiche, banche dati istituzionali, ricerche online, piattaforme di aggregazione, visite sul campo e interviste a stakeholder. Sono stati inoltre predisposti moduli digitali, differenziati per musei e imprese, articolati in nove sezioni che spaziavano dai dati anagrafici agli aspetti qualitativi.

In Campania sono state analizzate 52 imprese e 31 musei, distribuiti nei principali distretti produttivi: *Ceramica, Gioielleria, Carta d'Amalfi, Tarsia lignea, Setificio e tessile, Concerie e Tipografie e legatorie*. Questi distretti, pur con caratteristiche differenti, rivelano trame comuni: forte radicamento familiare, trasmissione generazionale del sapere, presenza di archivi e collezioni aziendali e,

seppure in misura diversa, aperture all'innovazione tecnologica e collaborazioni esterne.

Nei diversi distretti sono emerse specificità significative: la tarsia lignea di Sorrento conserva una forte impronta manuale con aperture a innovazioni formali; la carta di Amalfi mantiene processi handmade integrati da fasi meccanizzate; la ceramica sperimenta tecniche di stampa 3D (es. *Bhumi*), pur mantenendo la centralità del gesto manuale; le seterie integrano sistemi digitali per selezione e tessitura dei materiali (*Alois Tessitura Serica*); le concerie di Solofra mostrano un avvicinamento a pratiche di sostenibilità e automazione, a metà tra artigianato 4.0 e industria 4.0; la gioielleria spazia dalla tradizione manuale del cammeo (*Liverino*) a processi digitalizzati e innovazioni materiche (*Giannotti*).

I musei d'impresa emersi dalla ricerca, come il Museo della Ceramica Francesco De Maio, il Museo del Corallo Ascione o il Piccolo Museo della Tipografia, testimoniano il valore del legame fra memoria produttiva e narrazione culturale. Essi non sono solo spazi espositivi, ma veri laboratori di riflessione, capaci di raccontare tanto il passato quanto di diventare piattaforma per nuove progettualità.

La mappatura ha così costruito un primo reticolo territoriale, un archivio digitale e condiviso di aziende, musei, collezioni e saperi, che, se connessi, possono generare una rete di innovazione guidata dalla cultura. È emersa l'immagine di un tessuto produttivo che, pur nella sua frammentazione, custodisce un patrimonio di competenze e di storie di altissimo valore. Allo stesso tempo, ha evidenziato criticità strutturali: la frammentazione dei dati, la debole comunicazione da parte delle microimprese, la difficoltà di consolidare legami sistematici fra musei e aziende dello stesso territorio. Questi limiti hanno reso evidente la necessità di passare a una fase operativa capace di trasformare i dati raccolti in pratiche concrete di collaborazione. La mappatura, in questo senso, non si chiude come esercizio statico, ma apre al successivo momento sperimentale, quello dei workshop, nei quali la conoscenza accumulata diventa materiale progettuale, in una prospettiva di innovazione "culture driven", in cui la tradizione diventa una risorsa da attivare (Lupo, 2019).

## I workshop di co-design: tradizione e innovazione, il caso Manus Maris

La fase 3 del progetto ha rappresentato il passaggio dalla conoscenza alla sperimentazione, trasformando il patrimonio emerso dalla mappatura in pratiche di co-design

capaci di generare nuove prospettive per le eccellenze territoriali. Due workshop tematici hanno coinvolto giovani designer, artigiani e imprese, con l'obiettivo di sviluppare prodotti che coniugassero saperi tradizionali e approcci innovativi, mettendo in dialogo memoria e contemporaneità. Tra le esperienze realizzate, un ruolo centrale è stato assunto dal workshop "Manus Maris" [2], dedicato al settore del cammeo e del corallo, storica eccellenza della Campania radicata nei poli di Torre del Greco, Napoli e Marcianise. In questo contesto, il mare è stato assunto come metafora e come fonte materiale e simbolica: un ecosistema creativo da cui ripensare il rapporto tra risorse naturali, cultura materiale e innovazione.

Al progetto hanno partecipato cinque musei (Ascione, De Simone, Liverino, Russo Cammei, ISS F. Degni) e sei imprese storiche del territorio (Ascione, Aucella, Cameo Italiano, Enzo Liverino 1984, Antonino De Simone, Russo Cammei), creando un laboratorio sperimentale di dialogo tra istituzioni culturali e imprese.

Il workshop ha preso avvio da specifiche attività di ricerca (fase 1), con visite a imprese e musei come Ascione, Enzo Liverino 1984, Antonino De Simone e il Museo del Corallo e del Cammeo di Torre del Greco, affiancate da conferenze tematiche e incontri con esperti per approfondire materiali, tecniche e contesto culturale. A questa prima fase di immersione è seguita la co-progettazione (fase 2), attraverso momenti di brainstorming, elaborazione di moodboard, schizzi e sessioni di confronto con gli artigiani, per tradurre il tema del mare in concept progettuali capaci di integrare la memoria delle lavorazioni con linguaggi contemporanei. Infine, il processo è confluito nella prototipazione (fase 3), grazie all'uso di software di modellazione e stampa 3D, che hanno permesso di esplorare nuove morfologie del gioiello artigianale in costante dialogo con le tecniche manuali.

Il risultato concreto del workshop è stato la realizzazione di dieci prototipi di gioielli, ispirati al mare come ecosistema creativo, simbolico e produttivo, che reinterpretano la tradizione del cammeo e del corallo attraverso l'ibridazione di lavorazioni manuali e tecnologie digitali. I manufatti esplorano nuove morfologie, materiali e linguaggi espressivi, pur rispettando la tradizione artigianale, e non solo rinnovano i codici estetici di un settore profondamente identitario, ma diventano anche strumenti narrativi capaci di raccontare il territorio con forme nuove e riconoscibili.

Oltre agli esiti tangibili, Manus Maris ha definito un

modello metodologico replicabile, fondato sulla ricerca condivisa, sul co-design e sulla prototipazione collaborativa, capace di attivare processi di rigenerazione nei distretti artigianali integrando innovazione digitale e patrimonio culturale. Tale modello, adattabile anche ad altri distretti del Sud come la tarsia lignea, la carta o la ceramica, propone un approccio partecipativo in cui le eccellenze territoriali non vengono considerate come elementi statici da conservare, ma come risorse dinamiche da reinterpretare, in grado di alimentare ecosistemi creativi e produttivi sostenibili.

L'esperienza ha inoltre confermato il valore del co-design come strumento strategico, capace di stimolare innovazione, rafforzare il legame intergenerazionale e generare nuove reti e narrazioni. Allo stesso tempo, ha evidenziato alcune criticità: resistenze culturali al cambiamento, tempi lunghi di assimilazione delle innovazioni e la necessità di garantire continuità, attraverso l'inserimento sistematico dei prototipi nelle filiere produttive consolidate.

### **Dal dato alla rete, dalla memoria al futuro**

L'esperienza congiunta delle fasi di mappatura e workshop mette in evidenza la visione che guida DeinSite: da un lato, la costruzione di un database vivente di eccellenze territoriali, costantemente aggiornato e reso accessibile attraverso una piattaforma digitale; dall'altro, l'attivazione di processi di co-progettazione capaci di tradurre i dati raccolti in pratiche collaborative e in innovazioni concrete. In questo modo, il progetto non si limita a documentare, ma innesta dinamiche trasformative che ridefiniscono i legami tra tradizione e innovazione, tra memoria e futuro.

La mappatura fornisce il quadro sistemico, ricomponendo il mosaico di saperi e patrimoni produttivi, e crea le condizioni per una lettura condivisa delle eccellenze territoriali. I workshop traducono questo patrimonio in azioni operative, trasformando le informazioni in prototipi, narrazioni e reti di collaborazione. Insieme, i due momenti disegnano un ecosistema creativo in cui il Sud non appare come periferia marginale, ma come laboratorio di possibilità, un territorio in grado di generare modelli replicabili e sostenibili (Federici, Battisti, 2006).

DeinSite propone un futuro in cui i musei non siano più soltanto spazi di conservazione, ma veri e propri hub culturali, capaci di ospitare pratiche di innovazione e di stimolare connessioni tra imprese, istituzioni, designer e comunità locali. Questa prospettiva rafforza l'idea di un

ecosistema creativo del Mezzogiorno, dove il design si configura come infrastruttura culturale e mediatore fra dimensione locale e respiro internazionale.

Non si tratta di proporre un'imitazione nostalgica del passato né di abbracciare ciecamente le tecnologie digitali, ma di promuovere un dialogo fertile e trasformativo

che restituisca al “fatto a mano” un ruolo attivo nelle sfide della contemporaneità. In questa visione, l’“Handmade in Italy” non è soltanto il presidio di una memoria, ma un dispositivo di innovazione capace di riaffermare l'identità dei territori, generando nuove economie culturali, produttive e turistiche.

**1** Il progetto di ricerca DeinSite è risultato vincitore del Bando PRIN 2022 – Progetti di Ricerca di Rilevante Interesse Nazionale, promosso e finanziato nel 2023 dal Ministero dell'Università e della Ricerca (MUR).

Il progetto è sviluppato dall'Unità di Ricerca dell'Università degli Studi di Firenze, di cui è responsabile scientifico la prof.ssa Francesca Tosi (Principal Investigator, con la consulenza scientifica del prof. Claudio Gambardella), e dall'Unità di Ricerca dell'Università degli Studi della Campania “Luigi Vanvitelli”, di cui è responsabile scientifico la prof.ssa Maria Dolores Morelli.

Attualmente in corso, DeinSite mira a valorizzare il design e l'artigianato di eccellenza nelle regioni Campania, Puglia, Basilicata, Calabria e Sicilia, promuovendo una virtuosa interazione tra cultura del progetto e saper fare artigianale. L'iniziativa prevede la realizzazione di cinque Sistemi Museali Regionali del Design e delle Arti Applicate nel Mezzogiorno d'Italia, con l'obiettivo di rafforzare la competitività delle produzioni locali, sostenere le piccole e medie imprese e creare nuove opportunità di occupazione giovanile nel settore del design e dell'artigianato di qualità. Il progetto si avvale inoltre del supporto di Symbola – Fonda-

zione per le qualità italiane, dell'Associazione Museimpresa, della Fondazione Donnaregina per le arti contemporanee / Museo Madre e della Fondazione Plart. Per info: <https://www.deinsite.it>.

**2** Il workshop Manus Maris, tenuto ad Aversa presso il Dipartimento di Architettura (DADI) dal 12 al 26 Maggio 2025, è stato curato dal gruppo di lavoro del progetto PRIN DeinSite: Francesca Tosi, Maria Dolores Morelli, Alessia Brischetto, Ester Iacono, Alessandra Miano con la collaborazione di Danila Jacazzi, Raffaella Aversa, Laura Ricciotti, Linda Gambero, Carmela Barbato e Angela Caterini.

## REFERENZE BIBLIOGRAFICHE

Federici Maria Caterina, Battisti Francesco Maria (a cura di), *Creatività e sviluppo locale. Scelte collettive e trasformazioni sociali*, Lulu Press, 2006

Camagni Roberto, Dotti Nicola Francesco, “Il sistema urbano”, pp. 26-41, in Perulli Paolo, Pichierrri Angelo (a cura di), *La crisi italiana nel mondo globale. Economia e società del nord*, Einaudi, 2010

Di Tommaso Marco Rodolfo, Rubini Luca, “Made in Italy”, in *Dizionario di Economia e Finanza*, Roma, Istituto della Enciclopedia Italiana Treccani, 2012, [https://www.treccani.it/enciclopedia/made-in-italy\\_\(Dizionario-di-Economia-e-Finanza\)/](https://www.treccani.it/enciclopedia/made-in-italy_(Dizionario-di-Economia-e-Finanza)/)

Lupo Eleonora, “Design e cultural driven innovation”, *i+Diseño*, n. 14, 2019, pp. 120-132


Gambardella Claudio, *Handmade in Italy*, Altralea Edizioni, 2020

ADI, *Proposte per il disciplinare per la Qualità del Design made in Italy*, 2023

Fondazione Symbola, *Io sono Cultura*, 2024, <https://symbola.net/ricerca/io-sono-cultura-2024/>

---

# Reti di musei d'impresa, restanza e artigianato nel Mezzogiorno



**This paper examines the creation of a network of corporate museums focused on craftsmanship in Southern Italy. Drawing on area-based innovation, cultural heritage enhancement and territorial branding, the proposal outlines a framework for the regeneration of local economies through corporate museums. A strategy linking storytelling, identity, and production across multiple levels of governance is proposed. The initiative seeks to promote social cohesion, support sustainable tourism, and facilitate the intergenerational transfer of expertise in outstanding artisan entrepreneurship.**

**Key-words: Enterprise museums; Craftsmanship; Southern Italy; Territorial branding; Cultural heritage**

---

Ferdinando Trapani

### **Musei d'impresa, capitale relazionale e innovazione sociale**

Il punto di partenza della riflessione è la considerazione sulle condizioni di sussistenza per le reti di musei d'impresa nel Mezzogiorno che, anche senza la distrettualizzazione territoriale (Becattini, 1998; Bonomi, De Rita, 2014), risiedono nell'affiancamento tra capitale sociale, capitale umano e capitale relazionale.

Il capitale relazionale proviene dal mondo del marketing aziendale coinvolto dalla trasformazione dei mercati di consumo dalle economie della conoscenza e dal capitale intangibile che dell'innovazione sociale prodotta dall'avvento delle ITC di cui ne è il nucleo centrale. Una maggiore efficienza dell'impresa può risiedere nel considerare essa nell'intero insieme dei componenti diretti ed indiretti di produzione rispetto ad un consumatore che è

in grado di scegliere ed anche, indirettamente, di incidere sulla qualità del prodotto (Prahalad, Ramaswamy 2000). Garcia-Merino (2014) riporta la definizione di capitale relazionale inteso come la conoscenza insita nelle relazioni con qualsiasi stakeholder che influenza la vita dell'organizzazione produttiva e come si manifesta la conoscenza incorporata nelle relazioni con stakeholder esterni. Tale tipologia specifica di conoscenza viene analizzata per come queste relazioni influenzano il valore aziendale.

In campo tecnologico (Peces et al., 2023), in uno studio empirico sugli spin-off universitari dell'Andalusia, esaminava come il capitale relazionale e reti di relazione contribuiscono all'internazionalizzazione delle imprese ad alto tasso tecnologico.

Secondo questi riferimenti, in ambito aziendale e non soltanto, sul finire degli anni Novanta e nel primo decennio degli anni Duemila, emerge la tendenza a ritenere il consumatore non solo come elemento attivo dell'innovazione produttiva ma proprio come risorsa principale di nuovi consumi che partono da esigenze valoriali specifiche. Da allora ad oggi il *consumatore/prosumer* si è andato gradualmente affermando come *end-user* (Li et al., 2025), mentre il capitale relazionale può agire in sinergia con le performance dell'innovazione a condizione di utilizzare nuove strategie imprenditoriali di mercato, di organizzazione imprenditoriale e di apprendimento anche in paesi in via di sviluppo (Ramírez-Solis et al., 2022). Il legame tra innovazione e capitale relazionale è già stato analizzato e sono state verificate le potenzialità positive per le performance delle imprese (De Clercq, Sapienza, 2006; Catanzaro et al., 2019; Onofrei et al., 2020). È stato analizzato lo stretto legame tra musei ed effetti economici dimostrandone le opportunità e potenzialità positive per i territori (Dalle Nogare, Murzyn-Kupisz, 2021).

Un modello utilizzato per politiche e soprattutto pratiche di innovazione sociale è il Living Lab basato componenti chiave quali: *Real-life setting*, *Co-creation*, *Active user involvement*, *Quadruple helix stakeholder involvement* e su *Multi-method approach* (Alonso Raposo et al., 2021, p. 15). Questo modello, accreditato dalla Commissione Europea mediante l'organizzazione European Network of Living Lab (ENoLL) è stato applicato anche all'artigianato per co-creare metriche di valore culturale con comunità artigiane (makers di colore) attraverso eventi di *making place-based* (Radclyffe-Thomas et al., 2024). Il modello del Living Lab è stato utilizzato anche nei musei per co-progettare servizi/attività con i pubblici e partner esterni e, quindi, trasferibile ai musei d'impresa (Salgado, 2013). Come pure è stato sperimentato un modello "Fab Living Lab" in un museo (Ten, Arbelaez-Garces, Dupont, 2020).

Viviana Trapani (2019) si è occupata dell'intrecci tra musei della produzione tradizionale regionale e divulgazione scientifica con la possibilità di creare sistemi connettivi tra punti discreti del territorio regionale svelando potenziali di sinergie e complementarità decisive per lo sviluppo economico sociale.

Il testo di Fiorella Bulegato (2008) sui musei d'impresa in Italia consente di elaborare una sorta di quadro strategico di riferimento cui ogni proposta museale incardinata nella produzione potrebbe fare riferimento.

## **Visione e contesto per la rivalutazione territoriale**

Le regioni del Sud Italia ospitano un ricco e stratificato patrimonio di produzione artigianale, spesso incorporato in microimprese a conduzione familiare e sistemi di know-how localizzati. Tuttavia, questi beni immateriali rischiano di andare perduti a causa di: fragilità strutturali, declino demografico ed emarginazione economica. In questo contesto, la costruzione di una visione di una rete di musei d'impresa dedicati all'eccellenza artigianale rappresenta un'opportunità strategica per rivalorizzare i territori, stimolare l'orgoglio locale e favorire nuove narrazioni di sviluppo radicate nell'identità e nella sostenibilità.

I musei d'impresa non sono solo depositari della memoria e strumenti di comunicazione d'impresa, ma sempre più spesso piattaforme di sviluppo territoriale. Incarnano l'intersezione tra cultura della produzione, patrimonio materiale e impegno pubblico, contribuendo a una più ampia comprensione del valore oltre l'aspetto economico.

## **Il quadro di riferimento siciliano**

La Sicilia vanta una tradizione artigianale secolare, frutto di una storia ricca e di influenze culturali diverse (greci, romani, arabi, normanni, spagnoli). L'artigianato di eccellenza siciliano è un vero e proprio patrimonio culturale, con produzioni che spaziano dalla lavorazione dei metalli e della pietra alla tessitura e alla ceramica. Ecco alcune delle eccellenze artigianali più significative: ceramica, lavorazione della Pietra Lavica, tessitura e ricamo, lavorazione del corallo, lavorazione del legno e del ferro battuto.

Nonostante le difficoltà, il tessuto artigianale in alcuni settori ha mostrato una notevole capacità di tenuta, in parte grazie all'investimento in innovazione e digitalizzazione. Uno studio Censis (2024) evidenzia che i giovani sono attratti da fattori come la manualità, la possibilità di creare prodotti su misura e l'uso di tecniche tradizionali e moderne. L'80% dei giovani intervistati riconosce questi elementi come punti di forza dell'artigianato. La Sicilia, grazie al suo patrimonio artigianale, ha un vantaggio competitivo nel settore turistico. La capacità di offrire prodotti unici e servizi di alta qualità contribuisce al successo dell'offerta turistica dell'isola. Le imprese artigiane siciliane sono un pilastro fondamentale dell'economia turistica regionale. Concentrarsi sul settore manifatturiero artigiano in Sicilia e nel Mezzogiorno, escludendo l'agroalimentare e il turismo, permette di evidenziare una serie di dinamiche specifiche, sfide e opportunità. I dati pro-

vengono principalmente da rapporti di SVIMEZ (2024) e Unioncamere e Istituto Tagliacarne (2023). Le imprese manifatturiere, pur rappresentando una porzione minoritaria del tessuto produttivo meridionale (circa lo 0,5% del totale delle imprese), sono un motore fondamentale per l'economia, generando una quota significativa del valore aggiunto manifatturiero dell'area (circa l'11,9%).

Le medie imprese manifatturiere del Sud mostrano un'ottima performance nelle esportazioni, con un aumento del 4,4% nel 2024, a fronte di una diminuzione a livello nazionale. Questo indica una crescita della competitività sui mercati esteri. La Sicilia ha un elevato numero di imprese attive nel settore manifatturiero, con circa 7.200 unità (dati ISTAT). Questo settore rappresenta una parte consistente dell'industria siciliana, impiegando decine di migliaia di addetti. Tuttavia, ha registrato una leggera flessione nel numero di imprese, sebbene abbia mostrato una certa stabilità nel valore aggiunto.

Il museo d'impresa non è solo uno strumento di comunicazione aziendale, ma un dispositivo culturale che mette in dialogo produzione, memoria e innovazione. In quanto spazio pubblico, contribuisce a costruire valore simbolico, a rafforzare il legame con il territorio e a promuovere nuove forme di turismo culturale sostenibile. Secondo l'UNESCO, l'artigianato rientra tra i domini fondamentali del patrimonio immateriale. In Italia, pratiche come la ceramica, la tessitura, l'intaglio del legno e l'oreficeria rappresentano archivi viventi di saperi tecnici e identità locali. Nel Mezzogiorno queste pratiche sopravvivono spesso in reti informali che necessitano di riconoscimento istituzionale e sostegno sistemico.

Il turismo relazionale (Ruisi, 2004; Trapani, Ruggieri, 2009), rappresenta un modello di sviluppo territoriale fondato sulla relazione tra visitatori, comunità ospitanti e patrimoni locali. A differenza del turismo di massa, il TRI promuove esperienze autentiche, scambi orizzontali e percorsi personalizzati di conoscenza del territorio. Il visitatore non è un consumatore passivo, ma un co-produttore di senso e valore culturale.

In tale prospettiva, la rete di musei d'impresa può rappresentare una delle infrastrutture chiave per l'attivazione di circuiti di turismo relazionale. Ogni museo, ancorato al contesto produttivo e simbolico del territorio, diventa un nodo di interazione tra artigiani, cittadini e viaggiatori. Le attività esperienziali (laboratori, residenze, narrazioni immersive) possono essere progettate in coerenza con i principi del TRI, favorendo il coinvolgimento delle comunità locali e la co-creazione di valore. Il modello pro-

posto dal progetto MOTRIS — incentrato su micro-itinerari identitari, reti solidali e sistemi di ospitalità diffusa — può essere considerato una declinazione operativa del TRI applicabile al caso dei musei d'impresa. I musei diventano così hub relazionali per attivare filiere turistiche lente, sostenibili e radicate nella specificità locale.

### **Musei d'impresa al Sud Italia: le condizioni minime d'insediamento**

I criteri da utilizzare per la localizzazione dei musei sono stati condivisi con gli attori delle sedi universitarie che collaborano al PRIN. Sono stati proposti e poi condivisi cinque criteri localizzativi principali da considerare come elementi minimi: *a*) accessibilità fisica regionale e macro-regionale: prossimità (entro 30 minuti) a porti, aeroporti, stazioni ferroviarie principali, metropolitane o snodi autostradali; l'accessibilità non fisica all'informazione delle dotazioni locali-territoriale necessita di una mappatura completa ma soprattutto dinamica (CRICD e/o SITR della Regione Siciliana); *b*) presenza o prossimità a un'area turistica matura: territori con flussi turistici consolidati e politiche attive di attrazione; *c*) esistenza di un ecosistema relazionale tra imprese artigiane: distretti, consorzi, reti informali con collaborazioni attive e/o expertise in design (preferibilmente aderenti ad ADI - Associazione per il Disegno Industriale); *d*) disponibilità di un museo, ente culturale o soggetto pubblico/privato disponibile a sviluppare un progetto di rete territoriale, regionale e interregionale; *e*) potenziale di co-creazione e sperimentazione: presenza di spazi, strutture e soggetti capaci di attivare pratiche di co-design, fabbricazione digitale, narrazione immersiva e prototipazione culturale, in coerenza con i principi dei Living Lab. Secondo tali criteri le sedi che riescono a soddisfare le condizioni di base sono: per la Puglia sono Bari, Taranto e Lecce; per la Sicilia le tre città metropolitane (tra cui Caltagirone in provincia di Catania con il suo Museo della Ceramica) e Ragusa che possiede un ecosistema d'impresa e culturale in cui il design è protagonista; per la Basilicata sono Matera e Potenza. Infine, per la Calabria soddisfano i criteri Catanzaro Cosenza e Crotona. Per la Campania vale il museo d'impresa a Pompei già attivo. Infatti, in Campania esiste il Museo Temporaneo d'Impresa, spazio realizzato nei locali dell'ex fonte carbonica, adiacente a Palazzo de Fusco, sede centrale del Comune di Pompei. Il Museo, di proprietà comunale, nato originariamente con l'obiettivo di valorizzare l'artigianato e il design campano è poi divenuto un rilevante luogo espositivo nonché contenitore di prestigiose manifestazioni culturali.

Considerando che, per quanto riguarda la Sicilia, esistono ricerche già acquisite sul tema del design siciliano e i potenziali territoriali (Balsamo e Trapani, 2004; Trapani et al. 2008; 2009, 2018), e l'apporto del gruppo di Dario Russo al Prin DEINSITE, le sedi già disponibili che sono state individuate durante il lavoro oltre alla citata sede campana a Pompei: per la Sicilia il museo Riso a Palermo, per la Calabria il museo del Bergamotto a Reggio Calabria. Restano quindi da definire le sedi in Puglia ed in Basilicata con gli attori di queste regioni.

### **L'impresa artigianale come linfa creativa attrattiva e spinta alla restanza**

La costruzione di una visione deve essere co-progettata con gli artigiani, gli attori culturali, le istituzioni locali e i giovani. I workshop possono facilitare l'emergere di valori condivisi e scenari futuri, basati su bisogni e aspirazioni reali. Una prima fase dovrebbe prevedere la mappatura geo-culturale di musei esistenti, laboratori storici, centri di formazione ed eventi. Ciò rivelerebbe cluster spaziali, lacune e sinergie, informando la progettazione dell'infrastruttura sia fisica che digitale.

La rete dovrebbe adottare un approccio multiscalare, coinvolgendo comuni, regioni, camere di commercio ed enti nazionali come Unioncamere e il Ministero della Cultura. I centri di coordinamento locali garantirebbero l'adattamento ai diversi contesti.

La sostenibilità finanziaria della rete beneficerebbe di modelli ibridi che prevedono finanziamenti pubblici (PNRR, fondi di coesione UE), sponsorizzazioni private e fondazioni. Gli attori del terzo settore (associazioni, cooperative) possono svolgere un ruolo chiave nell'animazione e nella gestione dei singoli nodi.

Una rete di musei d'impresa può sostenere la creazione di posti di lavoro, la trasmissione di conoscenze e il rein-

serimento dei giovani nei loro territori d'origine. Favorirebbe inoltre il dialogo intergenerazionale e stimolerebbe l'innovazione nel campo dell'istruzione.

L'iniziativa è in linea con le indicazioni di OECD (OECD/ICOM, 2019) per legare lo sviluppo alla cultura, con l'Anno europeo delle competenze (EC, 2020), il nuovo Bauhaus europeo (EU, 2023) e l'obiettivo di sviluppo sostenibile n.11 "Città e comunità sostenibili" di Agenda 2030. Nel contesto italiano, integra le strategie per le aree interne laddove tra gli indicatori per la strategia d'area figura anche il numero di imprese artigiane attive sul totale delle imprese in percentuale (SNAI, 2025, p. 151).

### **Verso un'agenda di sviluppo guidata dalla cultura**

La proposta di una rete interregionale di musei d'impresa dell'artigianato d'eccellenza nel Mezzogiorno si configura come un'azione strategica capace di intrecciare rigenerazione economica, valorizzazione culturale e innovazione sociale. L'analisi condotta ha messo in luce il potenziale di una progettualità condivisa fondata su criteri localizzativi solidi, dati empirici e approcci partecipativi come i Living Lab. Infine, il museo d'impresa immerso in una rete al sud si propone come uno spazio abilitante per la resilienza territoriale e la co-produzione di futuro che può aumentare i vantaggi e sopperire alle criticità che si presentano nella realizzazione di un singolo museo d'impresa (tabella 1, supra). Le reti dei musei dell'artigianato non sono semplici contenitori di oggetti, ma piattaforme per attivare futuri locali essendo intrecci di vite, esistenze, memorie e tradizioni potenziati dalle nuove tecnologie di comunicazione. Intrecciando memoria, innovazione e cooperazione, una rete del Sud Italia può diventare un modello di sviluppo a misura di cultura, rigenerando territori e immaginari.

## REFERENZE BIBLIOGRAFICHE

- Becattini Giacomo, *Distretti industriali e made in Italy. Le basi reali del rinnovamento italiano*, Torino, Bollati Boringhieri, 1998
- Bonomi Aldo, De Rita Giuseppe, *Manifesto per lo sviluppo locale. Dall'azione di comunità ai patti territoriali*, Roma-Bari, Laterza, 1998
- Prahalad Coimbatore Krishnarao, Ramaswamy Venkatram, "Co-opting Customer Competence", *Harvard Business Review*, January-February 2000. <https://hbr.org/2000/01/co-opting-customer-competence> [21.9.2025]
- UNESCO, *Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage*, Paris, UNESCO, 2003. <https://ich.unesco.org/en/convention> [20.9.2025]
- Balsamo Marilù, Trapani Viviana Maria Vita, *Strategie del design per il Mediterraneo. Ustica, destagionalizzazione e design*, vol. 2, Palermo, Flaccovio, 2004
- Ruisi Marcantonio, *Turismo relazionale. Logiche di sviluppo reticolare ed etica dell'ospitalità per le aziende turistiche di piccola dimensione*, Milano, Lefebvre Giuffré, 2004
- De Clercq Dirk, Sapienza Harry J., "Effects of relational capital and commitment on venture capitalists' perception of portfolio company performance", *Journal of Business Venturing*, vol. 21, n. 3, 2006, pp. 326-347
- Bulegato Fiorella, *I musei d'impresa. Dalle arti industriali al design*, Roma, Carocci, 2008
- Trapani Viviana, Catania Anna, La Guidara Mariella, Paparone Nicoletta, Scaffaro Roberto (a cura di), *Design e globalizzazione / Linee guida per la produzione siciliana*, Firenze, Alinea Editrice, 2008
- Trapani Ferdinando, Ruggieri Giovanni (a cura di), *Integrated Relational Tourism. Territories and development in the Mediterranean Area. 3rd IRT International Scientific Conference*, Palermo, Gulotta, 2009
- Trapani Viviana Maria Vita, "Il tessile nel Mediterraneo: design e innovazione nelle produzioni tradizionali", pp. 174-177, in Bertola Paola, Maffei Stefano (a cura di), *Design Research Maps*, Sant'Arcangelo di Romagna, Maggioli, 2009
- Salgado Mariana, "Museums as Living Labs: Challenge, Fad or Opportunity?", *Journal of Community Informatics*, vol. 9, n. 3, 2013. <https://doi.org/10.15353/joci.v9i3.3161> [21.9.2025]
- García-Merino Jose Domingo, García-Zambrano Lidia, Rodríguez-Castellanos Arturo, "Impact of Relational Capital on Business Value", *Journal of Information & Knowledge Management*, vol. 13, n. 1, 2014
- Trapani Viviana Maria Vita, "L'ecomuseo del grano e del pane: un percorso progettuale centrato sul design", pp. 22-25, in Maiorana Giuseppe (a cura di), *Possibili forme per possibili alterazioni. Pratiche di partecipazione per la costituzione dell'Ecomuseo del Grano e del Pane*, Acireale, Newl'ink, 2018
- Catanzaro Alexis, Messeghem Karim, Sammut Sylvie, "Effectiveness of export support programs: Impact on the relational capital and international performance of early internationalizing small businesses", *Journal of Small Business Management* n. 57, 2019, pp. 436-461
- OECD/ICOM, *Culture and local development: maximising the impact: A guide for local governments, communities and museums*, Paris, OECD Publishing, 2019. <https://doi.org/10.1787/9a855be5-en> [21.9.2025]
- Trapani Viviana Maria Vita, "Communication Design for the Dissemination of Scientific Knowledge. Languages, Tools, Technologies, Collaborative Processes for Museum Education", pp. 716-725, in Luigini Alessandro (a cura di), *Proceedings of the 1st International and Interdisciplinary Conference on Digital Environments for Education, Arts and Heritage. EARTH 2018*, Cham, Springer, 2019
- European Commission, *European Skills Agenda*, Brussels, European Commission, 2020. [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/api/files/document/print/en/ip\\_20\\_1196/IP\\_20\\_1196\\_EN.pdf](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/api/files/document/print/en/ip_20_1196/IP_20_1196_EN.pdf) [21.9.2025]
- Onofrei George, Nguyen Hung M., Zhang Min, Fynes Brian, "Building supply chain relational capital: The impact of supplier and customer leveraging on innovation performance", *Business Strategy and the Environment*, vol. 29, n. 8, 2020, pp. 3422-3434
- Ten Ievgeniia, Arbelaez-Garces Giovanni, Dupont Laurent, "Designing interactive museum visitors' experience using a Fab Living Lab platform: the Museum-Aquarium of Nancy case", pp. 1-8, in *2020 IEEE International Conference on Engineering, Technology and Innovation (ICE/ITMC)*, Cardiff, IEEE, 2020. <https://doi.org/10.1109/ICE/ITMC49519.2020.9198641> [21.9.2025]
- Alonso Raposo Maria, Mourtzouchou Andromachi, Garus Ada, Brinkhoff-Button Norbert, Kert Kaia, Ciuffo Biagio, *JRC future mobility solutions living lab (FMS-Lab) – Conceptual framework, state of play and way forward*, Luxembourg, Publications Office of the European Union, 2021
- Dalle Nogare Chiara, Murzyn-Kupisz Monika, "Do museums foster innovation through engagement with the cultural and creative industries?", *Journal of Cultural Economics* n. 45, 2021, pp. 671-704
- Ramírez-Solis Edgar R., Llonch-Andreu Joan, Malpica-Romero Alberto D., "Relational capital and strategic orientations as antecedents of innovation: evidence from Mexican SMEs", *Journal of Innovation and Entrepreneurship* n. 11, 2022
- European Commission, *New European Bauhaus Progress Report*, Brussels, European Commission, 2023. <https://new-european-bauhaus.europa.eu/system/files/2023-01/CP-003%20-%20Report%20from%20the%20Commission%20%28EN%29%20Part%201.pdf> [21.9.2025]
- Peces María del Carmen, Trillo María Amalia, "Relational Capital in the Technology Sector: An International Strategic Model", *Sustainability*, vol. 15, n. 5, 2023
- Unioncamere, Istituto Tagliacarne, *Per continuare a crescere. Le priorità della doppia transizione digitale e green, del capitale umano e della semplificazione*, Roma,

Assemblea dei presidenti delle Camere di commercio italiane, 2023. [https://www.tagliacarne.it/files/230426/web\\_slides\\_assemblea\\_def2504\\_work.pdf?utm\\_source=chatgpt.com](https://www.tagliacarne.it/files/230426/web_slides_assemblea_def2504_work.pdf?utm_source=chatgpt.com) [20.9.2025]

CENSIS, *Giovani e lavoro: nuovi valori e attrattività dell'artigianato*, Roma, Confartigianato-Censis, 2024. <https://www.censis.it/sites/default/files/downloads/QUARTO%20RADAR%20ARTIGIANO%20RAPPORTO%20FINALE.pdf> [20.9.2025]

Radclyffe-Thomas Natasha, Bennett Julia, Anjum Maher, Currie Candace, Roncha Ana, Sinclair Rose, "Disrupting the craft canon: a Living Lab approach to measuring cultural value", *Creative Industries Journal*, vol. 17, n. 2, 2024, pp. 209-233

Li Xiaodong Marcus, Xia Zhenghao Michael, Chen Daniel, "User Potential Creativity: Concept, Measurement, and Organizational Adaptive Change", *Journal of Organizational and End User Computing JOEUC*, vol. 37, n. 1, 2025, pp. 1-27

SNAI, *Strategia Nazionale per le Aree Interne, Italy's national policy for inner areas*, Roma, Dipartimento per le politiche di coesione e per il sud, Presidenza del Consiglio dei ministri, 2025. [https://politichecoesione.governo.it/media/jhld12qn/psnai\\_finale\\_30072025\\_clean\\_ministro.pdf](https://politichecoesione.governo.it/media/jhld12qn/psnai_finale_30072025_clean_ministro.pdf) [20.9.2025]



---

# Musei d'impresa e dei trasporti: design, memoria e territorio



**The paper analyses corporate and transport museums as cultural infrastructures deeply embedded in local territories. Using national and international data with a focus on Sicily, it highlights how privately or hybrid-founded institutions act beyond conservation, linking productive heritage, design culture and territorial identity. These museums reinterpret industrial and social memory, fostering innovation and continuity between tradition and contemporary culture within regional development dynamics.**

**Key-words: Museum enhancement, Cultural heritage, Design**

---

Benedetto Inzerillo - Samuele Morvillo  
Federico Signorelli

### **Introduzione**

Nel panorama contemporaneo, il museo si configura come un organismo culturale dinamico, capace di assumere forme e funzioni profondamente diverse a seconda dei contesti storici, economici e sociali in cui nasce. L'attuale scenario globale, che conta circa 100.000 istituzioni museali (Unesco, 2024), riflette la pluralità delle modalità di costituzione e gestione di tali realtà, riconducibili in linea generale a tre principali modelli, il pubblico-statale, privato e misto, espressione di partenariati tra soggetti pubblici e privati. Nel contesto italiano, dove si registrano 4.908 musei, di cui 4.448 non statali (Istat, 2023), emerge una tendenza peculiare verso la frammentazione e la diffusione territoriale delle esperienze museali, molte delle quali nate da iniziative imprenditoriali, associative o comuni-

tarie. Questa configurazione conferma il ruolo del museo come presidio culturale radicato nel territorio e nelle sue relazioni sociali, non più soltanto luogo di conservazione ma infrastruttura di conoscenza, partecipazione e innovazione. In questa prospettiva, i musei aziendali e d'impresa diventano luoghi di mediazione tra memoria produttiva, cultura del progetto e identità collettiva, questi, nati nella maggior parte delle volte, dalla volontà di enti privati, imprese o fondazioni, in alcuni casi con la collaborazione di enti o cittadini, quindi in un rapporto di collaborazione dal basso, rappresentano una forma di museo che agisce nel territorio e per il territorio, traducendo le storie produttive e tecniche in patrimoni culturali condivisi. La loro funzione si estende alla capacità di generare

processi di valorizzazione diffusa, stimolando il dialogo tra tradizione e innovazione, tra vocazioni storiche e prospettive di sviluppo, dando valore alla vocazione territoriale, diventando essi stessi istituzioni che contribuiscono a consolidare la cultura del progetto come pratica sociale, in grado di interpretare il passato e di orientare le traiettorie future dei luoghi. Questo approccio appare particolarmente rilevante in regioni come la Sicilia, dove la tradizione produttiva e la storia, toccando vari ambiti, da quello dei trasporti, all'artigianato, allo sport, hanno generato esempi di musealizzazione che testimoniano il legame profondo tra patrimonio tecnico, cultura materiale e identità locale. Tali esperienze, mostrano come il museo possa divenire un agente attivo di rigenerazione culturale e territoriale, contribuendo a custodire a trasmettere e al rinnovamento delle vocazioni territoriali delle comunità che lo abitano.

### **Una tipologia museale: i musei dei trasporti**

Tra le numerose declinazioni che il fenomeno museale può assumere, quella dei musei dedicati ai trasporti rappresentano una categoria di particolare interesse nel contesto italiano, configurandosi come un segmento significativo del patrimonio culturale contemporaneo. Queste istituzioni, eterogenee per origine e impostazione, non si limitano alla mera conservazione di beni più o meno tangibili, trofei, cimeli, vetture, documentazioni fotografiche o audiovisive, ma operano più spesso come spazi di costruzione e trasmissione di memorie collettive, contribuendo alla narrazione del ruolo che questo ambito ha assunto nella definizione delle identità nazionali e territoriali (Baratti, 2012). In quanto luoghi situati al confine tra cultura materiale e immateriale, si configurano come veri e propri dispositivi di mediazione culturale, capaci di generare interpretazioni condivise e di favorire una riflessione critica sui significati storici, sociali e simbolici dei trasporti all'interno delle società contemporanee. Se la distribuzione di questi musei sul territorio nazionale è irregolare con una maggiore concentrazione al Nord Italia, in corrispondenza di grandi agglomerati industriali, imprenditoriali e infrastrutturali storici e ad aree caratterizzate da più elevata densità economica e demografica, le tipologie variano invece considerevolmente, spaziando dai musei monografici dedicati a singoli temi specifici (musei dedicati alle produzioni di marchi, alle gesta di personaggi di spicco, competizioni, veicoli specifici e via dicendo) a variegate collezioni collocate all'interno di musei civici o spazi espositivi, gestiti in forma

sia pubblica che privata. Interessanti per comprendere il fenomeno, le modalità attraverso le quali questi musei e collezioni sono nate e sviluppate. Accanto alle grandi istituzioni promosse da enti, fondazioni o società di rilievo, esiste un ampio e diversificato insieme di realtà nate come frutto dell'iniziativa spontanea di comunità, associazioni e singoli appassionati. In questi casi, le raccolte di oggetti, testimonianze e narrazioni condivise rappresentano non solo un atto di conservazione, ma se vogliamo un processo di partecipazione collettiva "dal basso" che ha contribuito a limitare la dispersione delle memorie. In tale prospettiva le eredità culturali non sono semplicemente contenuto da esporre, ma una forma di azione attraverso la quale è possibile salvaguardare, riattivare e condividere significati (Montanari, 2023).

### **Musei dei trasporti in Sicilia: storie di cultura, industria e passione**

Per quanto come detto vi sia una maggior concentrazione di tali realtà nelle regioni nord dell'Italia, a sud ed in particolare in Sicilia non mancano realtà museali capaci di custodire e raccontare la propria storia legata ai trasporti. Ciò avviene comprensibilmente in dimensioni e con dinamiche diverse in relazione e su presupposti determinati sia dalla storia specifica regionale, che dal posizionamento nazionale rispetto allo stesso tema.

Si alternano qui casi di museo pubblico o privato, collegati tra di loro da un filo rosso che si esemplifica nella generazione spontanea di questi da parte di vari attori, che diventano custodi e promotori in particolare della storia locale, ma in altri anche di un tassello fondamentale per costruire quella di portata nazionale.

Tra i vari esempi censiti e in attività, il MOGAM - Modern Gallery of Arts and Motors sito a Catania è un museo/collezione privato e aperto al pubblico, che custodisce ed espone importanti veicoli storici di vario genere, cimeli, libri, trofei e motori insieme ad opere d'arte moderna e contemporanea collegate all'automobile attraverso il futurismo. In 2000 mq di superficie la struttura museale fonde la passione per l'auto con quella per l'arte, il tutto contenuto in un edificio peculiare immerso nel cuore di uno splendido parco, realizzato nel 1977 dal professor Ippolito Pizzetti, chiamata "la villa in città". Fanno parte di questa collezione diverse vetture dei marchi Ferrari, Alfa Romeo, Abarth, Lancia e Maserati, non mancano anche le motociclette rappresentate attraverso MV-Agusta, Laverda e Ducati. Completano il quadro diversi motori e alcuni motoscafi da competizione.

Tra le opere d'arte si trovano invece sculture e quadri realizzati da maestri come Umberto Boccioni, Fortunato Depero, Mario Sironi e altri artisti di grande rilievo. Presente anche un tributo alla Targa Florio, con numerosi cimeli che raccontano la storia di questa straordinaria competizione.

Altra realtà che insiste sulle eredità dei trasporti legati alle ferrovie, è il Museo Ferroviario di Bronte (CT), nato nei pressi della stazione ferroviaria nel 2016 all'interno del deposito locomotive. Inaugurato dalla Ferrovia Circumetnea, è uno spazio espositivo dedicato ai suoi rotabili storici; un piccolo museo con locomotive e littorine che rievocano la storia di questa Ferrovia raccontando anche un pezzo di storia della zona Etnea. Al suo interno troviamo difatti le automotrici dette Littorine che per decenni hanno portato su e giù dall'Etna milioni di pendolari, e la storica locomotiva a vapore del 1895, la N.10 Mascali ribattezzata dai viaggiatori "a Caffittera", che ha trainato carri e vagoni con merci di tutti i tipi: legname pregiato, traversine ferroviarie lavorate nella segheria della Ducea Nelson, tonnellate di pistacchi e mandorle, frutta, ortaggi, vini, prodotti nelle verdi vallate dell'Etna e spediti a Catania o a Giarre per essere vendute nei mercati dell'isola o imbarcate verso rotte lontane.

Rimanendo in ambito ferroviario, arriviamo ad un'altra realtà museale davvero peculiare per forma e finalità, quella dell'Associazione Treno Museo - Museo dell'Arte Mineraria, Civiltà Contadina, Ferroviaria e dell'Emigrazione ospitata all'interno del comprensorio della stazione ferroviaria di Villarosa (EN), in cui gran parte degli oggetti custoditi sono stati meticolosamente recuperati e restaurati in prima persona dal Capo Stazione, nonché presidente, Primo David, al quale va il merito di aver allestito nel 1995 un museo all'interno di un treno abbandonato (unico caso in Europa), trasformando di fatto un luogo di oblio in spazio di memoria per non dimenticare il dolore e la sofferenza dell'emigrazione, oltre alle atrocità delle deportazioni durante la Seconda Guerra Mondiale. A tal proposito, i vagoni merci allestiti a Museo, viaggiavano in composizione ad un treno che venne usato dai nazisti nel 1943 per deportare gli ebrei da Roma a Trieste, presso la Risiera di San Saba, campo di concentramento italiano con annessi forni crematori, ed oggi monumento nazionale alla memoria.

### **Un caso studio: il circuito museale diffuso Targa Florio**

Il circuito museale diffuso legato alla Targa Florio rappresenta un esempio emblematico di musealizzazione del pa-

trimonio territoriale storico nel contemporaneo, articolato attorno a tre principali poli: il Museo Vincenzo Florio di Cerda, il Museo della Targa Florio di Collesano e il Museo del Motorismo Siciliano e della Targa Florio di Termini Imerese. Pur privo di una struttura centralizzata, questo sistema si configura come un insieme dinamico e coerente di istituzioni capaci di raccontare la storia della celebre competizione automobilistica siciliana attraverso molteplici prospettive culturali e storiche.

Fondata nel 1906 da Vincenzo Florio (Requirez, 2016), la Targa Florio non fu solo una gara automobilistica di rilievo storico, considerata oggi come la più antica ancora in attività, ma un fenomeno culturale complesso, che intrecciava dimensioni tecniche, sociali, economiche e simboliche (Terracina, 2021). L'evento attirava marchi automobilistici, piloti e appassionati da tutto il mondo, offrendo loro l'opportunità di misurare competenze e capacità tecniche. Contestualmente, coinvolgeva gran parte del territorio madonita da Cerda passando per Caltavuturo, Castellana, Petralia Sottana, Petralia Soprana, Gera- ci, Castelbuono, Isnello, Collesano. Scillato, Buonfornello, Campofelice, Polizzi Generosa, trasformandosi in un momento di visibilità internazionale per località prevalentemente agricole e generando una partecipazione collettiva che, in alcune edizioni, superava i 900.000 spettatori (Requirez, 2016). Questa dimensione sociale e territoriale ha contribuito a costruire una memoria condivisa, che nel tempo si è consolidata come patrimonio culturale locale talmente incisivo da essere anche conosciuto a livello internazionale.

### **Struttura, gestione e approccio museografico**

I musei legati alla Targa Florio svolgono oggi la funzione di custodi di questo patrimonio, materiale e immateriale, promuovendo la riappropriazione identitaria da parte delle comunità locali. La loro peculiarità risiede nell'assenza di centralizzazione: ogni istituzione si integra nel tessuto territoriale, riflettendo la molteplicità paesaggistica e culturale attraversata dalla "Cursa" (Terracina, 2021). In questo senso, l'intero paesaggio del circuito può essere considerato parte di un museo diffuso, con strade, paesi, edifici storici e resti funzionali all'evento, box, tribune e infrastrutture che conservano tracce significative, seppur spesso in stato di forte degrado e abbandono.

La genesi di queste istituzioni evidenzia una forte componente partecipativa: ciascun museo nasce dall'intreccio tra istanze civiche e iniziative pubbliche, con il contributo attivo di cittadini, associazioni e amministrazioni

locali impegnati nella raccolta, conservazione e valorizzazione dei materiali (Montanari, 2015). Il Museo Vincenzo Florio di Cerda (PA), fondato da Antonio Catanzaro nell'ex Motel Aurim, esemplifica questa dinamica, integrando la memoria personale relativa alla corsa con quella più estesa della collettività, in un allestimento che richiama la struttura di una Wunderkammer, dove gli oggetti diventano testimonianza del movimento comune attorno al patrimonio. Il Museo della Targa Florio di Collesano (PA), fondato da Giacinto Gargano, privilegia la documentazione iconografica e la ricostruzione filologica degli aspetti tecnici e agonistici della corsa, con particolare riferimento alle esperienze dei piloti e dei marchi automobilistici che vi parteciparono. Il Museo del Motorismo Siciliano e della Targa Florio di Termini Imerese (PA), promosso dal fondatore Nuccio Salemi, amplia la prospettiva narrativa al motorismo siciliano complessivo, inserendo la Targa Florio nel più ampio contesto della modernizzazione culturale e industriale dell'isola. La collaborazione personale con questa istituzione tra il 2015 e il 2018 ha contribuito ad ampliarne la portata territoriale, attraverso eventi, partnership con enti locali e internazionali e valorizzazione delle collezioni; la prematura scomparsa del fondatore nel 2023 ha posto il museo in una fase di transizione, in attesa di una rinnovata progettualità coerente con la sua identità fondativa.

Pur operando in autonomia, i tre musei condividono un approccio museografico centrato sulla partecipazione e la condivisione in ottica di diffusione, attraverso ad esempio donazioni di oggetti e testimonianze orali, coinvolgimento diretto dei cittadini nelle attività culturali e didattiche. Questo modello operativo "dal basso" ha progressivamente attratto interesse internazionale, portando studiosi, appassionati e grandi musei, dal Simeone Foundation Automotive Museum di Philadelphia al Porsche Museum di Stoccarda e al Museo Storico Alfa Romeo di Arese a collaborare e a contribuire con oggetti, narrazioni ed eventi organizzati. Non ultima la partecipazione di marchi automobilistici storici, come Bugatti, Ferrari, Alfa Romeo e Porsche, iconici protagonisti al tempo della corsa storica che testimoniano il riconoscimento globale del valore storico della Targa Florio.

### **Criticità e prospettive di sviluppo**

Pur in un quadro di interesse non privo, come abbiamo visto, di una sua efficacia, le nuove principali sfide di queste istituzioni riguardano la necessità di integrazione tematica, ampliamento della capacità espositiva, gestione

coerente delle collezioni e potenziamento delle sinergie operative e narrative. La costruzione di itinerari tematici condivisi, l'adozione di strumenti digitali interoperabili, la promozione di eventi interistituzionali e l'attivazione di percorsi educativi coordinati rappresentano strumenti strategici per aumentare visibilità, efficacia e coerenza comunicativa [Bonacini, 2020].

Teoricamente, il circuito museale della Targa Florio si inserisce nel dibattito contemporaneo sul "patrimonio in divenire" e sul museo come piattaforma sociale, inteso non solo come spazio di conservazione, ma come luogo relazionale e produttore di senso collettivo (Montanari, 2023). La dimensione affettiva e memoriale della Targa Florio costituisce un capitale culturale prezioso, che le pratiche partecipative continuano a valorizzare. L'applicazione di metodologie e strategie dedicate può offrire ulteriori possibilità di strutturazione e sviluppo delle attività, come l'organizzazione di un riconosciuto circuito museale tematico integrato, un Ecomuseo (Valenziano, 2004), che potrebbe configurarsi come infrastruttura culturale capace di generare sviluppo sostenibile, rigenerazione territoriale e impatto positivo in termini di attrattività, coesione sociale e innovazione culturale (Reina, 2014).

### **Conclusioni**

Le esperienze analizzate evidenziano come i musei nati da iniziative private, da processi collettivi di valorizzazione territoriale, da processi di riconversione di ex-fabbriche, possano essere interpretati come vere e proprie infrastrutture culturali dinamiche, capaci di generare conoscenza, coesione e rigenerazione, o addirittura luoghi di innovazione delle tradizioni. La loro natura ibrida, situata al crocevia tra impresa, cultura e comunità, consente di osservare l'evoluzione del museo contemporaneo come dispositivo progettuale aperto, dove la memoria si traduce in azione e la tradizione si rinnova attraverso la pratica del progetto. In questi contesti, la funzione museale non coincide con la staticità dell'esposizione, ma si articola come processo continuo di mediazione tra eredità materiali e immateriali, tra patrimonio produttivo e sviluppo territoriale. Il contributo del design, inteso come metodologia di ascolto, interpretazione, progettazione e co-progettazione, diviene qui determinante, in quanto esso struttura i processi di narrazione e partecipazione, costruendo relazioni tra persone, oggetti e luoghi, questo attraverso strumenti propri del design dei servizi e del co-design, i musei aziendali e tematici rendono visibili

patrimoni taciti, saperi tecnici e identità locali, trasformandoli in esperienze condivise e accessibili. Tale approccio favorisce l'emersione di una cultura del progetto come pratica sociale, in cui il museo agisce come attivatore di processi educativi e civici. Il design quindi assume un ruolo di governance culturale, mediando tra istanze economiche, simboliche e sociali, e orientando la costruzione di nuovi significati collettivi. Ciò consente a queste istituzioni di superare opposizioni tradizionali come pubblico e privato, conservazione e innovazione, memoria e progresso, generando forme di valore diffuse e durature. Il museo aziendale o territoriale, come nel caso dei musei dei trasporti, mostra come la cultura possa divenire veicolo concreto di sviluppo sostenibile, capace di riattivare

vocazioni produttive e identitarie in chiave contemporanea, ma anche strumento di nuove visioni e opportunità economiche. La replicabilità di tali esperienze risiede in approcci progettuali adattivi, fondati sull'ascolto, sulla collaborazione e sulla costruzione condivisa di senso [Manzini, 2014]. In questa direzione, il museo del XXI secolo si conferma luogo di relazionali, un laboratorio di progettazione culturale nel territorio, dove memoria, innovazione e territorio si intrecciano in un equilibrio in continua evoluzione, restituendo al museo la sua funzione originaria di spazio pubblico e generativo, in grado di incidere realmente sui processi di trasformazione sociale e territoriale, e alle aziende possibilità di sviluppare nuove e inaspettate narrazioni.

## REFERENZE BIBLIOGRAFICHE

- Baratti Francesco, *Ecomusei, paesaggi e comunità*, Milano, Franco Angeli Editore, 2012
- Manzini Enzo, "Making things happen: Social innovation and design", *Design Issues*, vol. 30, n. 1, 2014, pp. 57-66
- Reina Giuseppe, *Gli ecomusei. Una risorsa per il futuro*, Venezia, Marsilio, 2014
- Montanari Tomaso, *Privati del patrimonio*, Torino, Einaudi, 2015
- Requirez Salvatore, *Cento volti di un mito. Targa Florio*, Palermo, Nuova Ipsa Editore, 2016
- Istat, *L'Italia dei musei*, Roma, Istituto Nazionale di Statistica, 2019
- Bonacini Elisa, *I musei e le forme dello Storytelling digitale*, Roma, Aracne, 2020
- Terracina Filippo, *Targa Florio. Le Madonie e la gara più bella*, Roma-Bari, Laterza, 2020
- Montanari Tomaso, *Se amore guarda. Un'educazione sentimentale al patrimonio culturale*, Torino, Einaudi, 2023
- Valenziano Crispino, *Il museo diffuso*, Roma, Città Aperta Edizioni, 2024

**PUI**  
**DI VE**




**NTI  
ESTA**



---

# **Pensare con la pelle. Tecnica, volontà e destino umano nell'era dell'AI**



**Maurizio Ferraris explores why human thought is fundamentally different from Artificial Intelligence by focusing on our physical bodies and our long history with tools. He argues that humans are naturally dependent on technology to survive, creating a world where tools and culture define who we are. The book dismisses common fears of machines "taking over," pointing out that AI lacks the physical needs and lived experiences that drive human willpower. Instead, the real challenge identified is managing how our massive accumulation of technology affects the environment and our survival.**

**Key-words: Human and technology relationship, artificial intelligence, body and thought**

---

Dario Russo

*La pelle. Che cosa significa pensare nell'epoca dell'intelligenza artificiale* di Maurizio Ferraris (il Mulino, Bologna 2025) è un libro che colpisce innanzitutto per la sua chiarezza. In un dibattito spesso dominato da allarmismi, metafore improprie e semplificazioni tecnicistiche, Ferraris sceglie una strada diversa: affronta il tema per concetti fondamentali, organizzati in capitoli nettamente scanditi, ciascuno dei quali contribuisce a costruire un'architettura teorica solida, progressiva e difficilmente equivocabile. Il risultato è un testo che si presta tanto alla lettura specialistica quanto all'uso didattico, senza mai rinunciare alla densità filosofica.

L'apertura è affidata a *La mente imitata* (fenomenologia), dove Ferraris affronta il tema dell'intelligenza artificiale a partire dalla sua capacità di emulare alcune prestazioni della mente umana. L'imitazione, tuttavia,

resta sul piano dell'apparenza: l'automa può riprodurre comportamenti intelligenti, ma senza esperienza vissuta, senza intenzionalità, senza mondo.

Segue *La mente incarnata* (ontologia), in cui il pensiero viene ricondotto al suo radicamento corporeo. Pensare significa essere un organismo situato nel mondo, esposto al bisogno, alla sofferenza e alla morte. È questa condizione incarnata a costituire il presupposto dell'intelligenza naturale, distinguendola strutturalmente da ogni meccanismo.

Il nucleo centrale del libro è rappresentato da *La mente attrezzata* (tecnologia). Qui Ferraris mostra come l'umano sia definito da un rapporto sistematico con la tecnica: stazione eretta, linguaggio, strumenti, istituzioni... strutture che non preesistono allo stato di natura. La tecnica si configura come il modo attraverso cui l'anima-

le umano supplisce alle proprie insufficienze biologiche e rende possibile l'esperienza umana.

Con *La mente capitalizzata* (epistemologia) il discorso si sposta sul sapere come accumulo e trasmissione del fare umano. Scrittura, archivi, biblioteche, fino al web e all'intelligenza artificiale, sono dispositivi di registrazione che rendono possibile la capitalizzazione del sapere. In questo quadro, l'intelligenza artificiale appare come una potente tecnologia di archiviazione e iterazione, priva però di iniziativa e di fini propri.

Infine, *La mente finalizzata* (teleologia) riporta il discorso alla questione decisiva dei fini. La volontà, intesa come tensione verso il futuro, nasce dalla finitezza del corpo e dall'esperienza del limite. È la capacità di darsi scopi, di attribuire senso e di progettare a costituire la differenza ultima tra l'intelligenza naturale e quella artificiale.

Uno dei passaggi concettualmente più efficaci del libro è la definizione di "intelligenza artificiale" come *catacreesi*. Si tratta di un'espressione figurata priva di un senso proprio, analoga a quelle con cui attribuiamo a oggetti inanimati parti del corpo o qualità umane (gamba del tavolo, collo della bottiglia). Parlare di intelligenza artificiale implica già una proiezione di categorie proprie della vita sull'automa. In questo senso, il linguaggio non si limita a descrivere un fenomeno, ma interviene nel modo in cui esso viene compreso.

A partire da qui, Ferraris costruisce una genealogia lunga della tecnica e dell'automazione, collocando l'intelligenza artificiale in una continuità storica che precede di molto l'era digitale. L'abaco, la scrittura, la biblioteca rientrano in questa genealogia come apparati capaci di registrare e restituire tracce del fare umano, secondo un processo di esternalizzazione del sapere. In questo quadro, la biblioteca assume un valore paradigmatico: un deposito sterminato di significati che rimane inerte finché un lettore non vi entra, mosso da un bisogno o da un desiderio. Senza quell'iniziativa, nessun sapere prende forma.

La relazione con la tecnica non va intesa come un semplice potenziamento di facoltà già date. È piuttosto il processo attraverso cui l'animale umano si costruisce come tale. La tecnica accompagna la trasformazione della scimmia in uomo, rendendo possibile la stazione eretta, la liberazione delle mani, il linguaggio, l'organizzazione sociale... Ha valore antropologico: non si limita a estendere le capacità umane; ne costituisce la condizione di possibilità.

L'intelligenza naturale non emerge mai come facoltà isolata o autosufficiente. È sempre incarnata in un corpo e inserita in un ambiente progressivamente riorganizzato attraverso strumenti, pratiche e istituzioni. In questo processo prende forma una seconda natura, che Hegel chiama *mondo dello spirito* e che Ferraris sottrae a ogni residuo idealistico o metafisico. Esso è l'insieme sedimentato di linguaggi, saperi, norme, istituzioni, archivi e dispositivi tecnici che circondano l'individuo e lo precedono; ciò che rende possibile la trasmissione dell'esperienza, la stabilizzazione delle pratiche e l'accumulazione del sapere; un ambiente artificiale, costruito nel tempo, che agisce sugli umani orientandone comportamenti e fini.

Un riferimento mitico chiarisce questo punto in modo esemplare: l'enigma della Sfinge, risolto da Edipo, offre una rappresentazione efficace della vita umana come condizione protesica. L'animale che cammina prima a quattro, poi a due e infine a tre zampe è l'umano che, nella vecchiaia, si sostiene con il bastone. Quel bastone non svolge una funzione meramente accessoria; non è un optional. Rientra nella definizione stessa di uomo: l'umano è tale in quanto animale che ricorre strutturalmente a supplementi.

Su un piano diverso, ma convergente, l'esempio dei Massaco consente di chiarire la questione dello stato di natura in termini antropologici. I Massaco, stanziati nell'Amazzonia brasiliana (Mato Grosso), conducono una forma di vita estremamente essenziale, basata su un numero limitato di utensili una relazione diretta con l'ambiente. A ciò si aggiunge un dato cruciale: i Massaco non risultano essere mai entrati in contatto con altre culture, probabilmente a partire dalla loro antichissima migrazione nelle Americhe, successiva all'attraversamento dello stretto di Bering. Questo isolamento prolungato nel tempo ha spesso portato a considerarli come gli esseri umani più vicini a una condizione originaria, precedente allo sviluppo della cultura e della tecnica. Tuttavia, proprio il loro caso rende evidente come tale condizione, nell'umano, non sia mai data. Anche tra i Massaco, infatti, la vita si organizza attraverso tecniche apprese e trasmesse: la stazione eretta, il linguaggio articolato, l'organizzazione sociale, l'uso sistematico di strumenti – a partire dal bastone da scavo che accompagna ogni individuo – presuppongono saperi condivisi e pratiche stabilizzate nel tempo. Si capisce così che ciò che appare elementare è già il risultato di una lunga sedimentazione culturale. Anche nelle condizioni di massimo isolamento e di minima dotazione materiale, la vita umana si svolge all'interno di un mondo strutturato da tecniche e conoscenze ai quali nessun'altro organismo può avere accesso.

A partire da casi come questo emerge il carattere problematico dell'idea di uno stato di natura compiutamente umano, così come formulata da Jean-Jacques Rousseau. Nel *Discorso sull'origine e i fondamenti della disuguaglianza*, il filosofo francese immagina un uomo originariamente buono, autosufficiente e pressoché perfetto, che la civiltà, le istituzioni e la tecnica avrebbero poi corrotto. L'esperienza antropologica mostra invece che l'umano, fin dalle sue prime manifestazioni, è intrecciato a strumenti e forme di organizzazione abbondantemente culturalizzate. Le frecciate ironiche di Voltaire nella *Correspondance Générale* de J-J Rousseau colgono con precisione questo punto: «Mai tanto ingegno era stato profuso per farci sembrare tutti quanti delle bestie. [...] Leggendo il vostro libro vien voglia di camminare a quattro zampe», con la precisazione, tuttavia, che avendo perso quest'abitudine da sessant'anni non se la sentiva di riprenderla. Rinunciare alla stazione eretta, suggerisce Voltaire, significa rinunciare all'umanità stessa.

Si fa strada così il concetto di *circolo tecnoantropologico*: la dinamica attraverso cui l'animale umano si costituisce e si trasforma nel tempo. La prima natura dell'uomo è quella di un organismo biologicamente instabile, tardivo dal punto di vista evolutivo e scarsamente attrezzato alla sopravvivenza attraverso sole dotazioni naturali. Come ogni organismo, l'uomo possiede un corpo situato in un mondo, e questa condizione determina urgenze, bisogni e vulnerabilità elementari. La risposta a tali urgenze prende forma attraverso una strategia specifica: la produzione di supplementi tecnici. Da qui si determina un rapporto strutturale con la tecnica, intesa come l'intero apparato di pratiche, dispositivi, istituzioni e forme di organizzazione che rendono possibile la vita umana. La tecnica comprende tanto il bastone quanto la macchina, tanto il computer quanto il denaro, la scuola, il linguaggio, i rituali, l'educazione. In breve, coincide con tutto ciò che eccede la prima natura e costituisce una *seconda natura*, un ambiente artificiale che precede l'individuo e lo forma. Questa seconda natura – il mondo dello spirito – esiste per noi ben prima di noi: nasciamo troppo giovani in un mondo troppo vecchio. Ed è proprio questo ambiente tecnico-culturale a generare sistemi di valori e costellazioni di finalità, ossia forme di coscienza e di ragione che retroagiscono sulla prima natura, riplasmando bisogni e desideri. Il cerchio si chiude quindi per riaprirsi immediatamente: nuovi bisogni sollecitano nuovi supplementi tecnici, che ampliano il mondo dello spirito e affinano ulteriormente coscienza e ragione. E il processo ricomincia, iterazione dopo iterazione.

Il discorso di Ferraris consente di aprire uno spazio di riflessione particolarmente rilevante per il design. Se la tecnica è una condizione strutturale dell'umano, il design può essere inteso come il luogo in cui questa condizione diventa oggetto di riflessione e di orientamento consapevole. Progettare significa intervenire sui processi tecnici che già ci costituiscono, dando forma a strumenti, ambienti e sistemi capaci di rispondere a bisogni sempre nuovi e di governarne le conseguenze. Ne consegue che il design non introduce l'umano nella tecnica, ma opera una qualificazione della tecnica stessa, rendendone esplicite le implicazioni antropologiche, sociali e simboliche. Il progetto agisce come una mediazione critica tra prima e seconda natura, tra bisogni elementari e orizzonti di senso, contribuendo a rendere abitabile il mondo tecnico che continuamente produciamo.

Su questo sfondo si chiarisce anche il carattere largamente illusorio del dibattito sulla cosiddetta *Singolarità*, spauracchio attorno a cui si concentra una parte consistente delle narrazioni catastrofiste sull'intelligenza artificiale. L'idea che le macchine possano “prendere il potere”, dominare o rimpiazzare l'uomo presuppone infatti una confusione di piani: attribuisce all'AI caratteristiche che appartengono agli organismi viventi.

L'intelligenza artificiale è un meccanismo, non un organismo; un automa, non un'anima. Non possiede un corpo situato in un mondo e, di conseguenza, non conosce urgenze, bisogni, paure. È pura tecnica, e proprio per questo non ricorre a supplementi tecnici: li esegue, li combina, li ottimizza. Il suo “sapere”, che è sempre un saper fare fondato sulla manipolazione di segni, non evolve in coscienza né in ragione. Non non si dà scopi, non costruisce orizzonti di senso. Nessuna potenza di calcolo, per quanto elevata, può colmare questa distanza, perché il problema non è quantitativo, ma ontologico. È per questa ragione che l'intelligenza artificiale richiede sempre un input umano: un prompt, una richiesta, un contesto di senso, oppure un suo superamento in una tecnologia più complessa, che resta comunque emanazione della vita umana. Senza tale relazione, l'AI non “muore”, semplicemente perde significato. E questo, per un meccanismo privo di coscienza, non costituisce una tragedia: è una condizione neutra, priva di esperienza.

Disinnescato il fantasma della Singolarità, la questione decisiva si sposta altrove. Il vero punto critico, come mostra Ferraris nella parte conclusiva del libro, è quello ecologico. Senza supplementi tecnici l'umanità si sarebbe probabilmente estinta da tempo, sopraffatta da animali


biologicamente meglio dotati. Al tempo stesso, l'accumulo abnorme e inarrestabile di supplementi tecnici rischia di modificare l'ambiente fino a renderlo incompatibile con la forma di vita umana. Il circolo tecnoantropologico che ha garantito la nostra sopravvivenza diventa così una fonte di rischio. Il libro si chiude su questo punto critico, senza offrire soluzioni rassicuranti. La tecnica rimane insieme rimedio e veleno: *pharmakon*. La questione resta aperta: se l'umanità saprà governare il proprio destino tecnologico, oppure se l'accumulo incontrollato di supplementi finirà per spezzare il circolo che l'ha resa possibile.

Il libro si arresta su questa soglia critica, lasciando aperta una domanda che non riguarda le macchine, ma noi. Pensare, suggerisce Ferraris, non è mai un'operazione astratta: è un'attività incarnata, esposta al tempo, alla finitezza, all'ambiente che contribuiamo a costruire. Il tema dell'intelligenza artificiale diventa il punto di accesso per interrogare la natura stessa del pensiero. Pensare, suggerisce Ferraris, significa sempre pensare con la pelle. Ed è proprio per questo che continuare a interrogarsi sul nostro rapporto con la tecnica resta un compito inevitabile, oltre che urgente.



---

# Arte come esperienza



**The Bauhaus (1919–1933) represents a turning point in design history, both as a school and as a cultural project, linking art, technology, and social ethics. This article analyzes the Bauhaus legacy in relation to John Dewey’s pragmatist aesthetics and its influence on figures such as Johannes Itten and Josef Albers. It highlights the continuity between Bauhaus pedagogy and contemporary UX/UI design, showing how the integration of form, function, and meaning has shaped both modern product design and digital interfaces as transformative experiences.**

**Key-words: Bauhaus, John Dewey, UX/UI design, Art, Experience**

---

Martina Pannunzio

Nella storia del design vi è un episodio centrale considerato il massimo della qualità progettuale negli anni in cui prende forma: il Bauhaus (“Casa del costruire”, 1919-1933). Quando si evoca il Bauhaus, spesso si fa riferimento a un movimento, a un’idea, a un gruppo di progettisti, ma non si dovrebbe tralasciare di dire che prima di tutto è una scuola rivoluzionaria, in quanto pone le basi della disciplina e della pratica del design. Il Bauhaus, infatti, vale oggi come ispirazione formale e i designer tendono a riproporre il linguaggio canonico dei progetti della scuola.

Con l’immagine di una cattedrale gotica nasce un progetto culturale in cui il tutto vale più della somma delle parti, affermando l’idea democratica, equa e giusta di migliorare la vita quotidiana moltiplicando la bellezza con processi industriali. Come sosteneva Walter Gropius, primo direttore della scuola, i progetti del Bauhaus erano

infatti funzionali, belli ed economici. L’innovazione del Bauhaus non risiedeva dunque soltanto nel linguaggio formale ma soprattutto nella visione etica e sociale del progetto.

Un obiettivo su tutti: dare a milioni di persone prodotti standardizzati, insufflare nello standard il massimo possibile di qualità. Si trattava di trovare il punto di convergenza tra “arte e tecnica – una nuova unità” (un’idea di un design etico fondato sulla responsabilità sociale del progetto).

Tale tensione verso l’integrazione tra estetica ed etica quotidiana si collega direttamente al pensiero di John Dewey, filosofo, psicologo ed educatore statunitense tra i principali esponenti del pragmatismo, nel suo celebre libro *Arte come esperienza* (1934). L’autore si dedica alla critica della museificazione dell’arte (contro gli ogget-

ti finzionali) che induce a ritenere l'arte come sganciata dall'esperienza umana. Oggi ogni prodotto dell'arte, nel momento in cui acquista lo status di classico, in qualche modo, viene isolato dalle condizioni umane mediante le quali è stato generato. Come se venisse costruito un muro attorno ad essi. L'opera d'arte viene identificata con l'oggetto posto sul piedistallo e "recluso" dunque in un museo; viene considerata come separata dall'esperienza dell'uomo, ma l'opera d'arte è di per sé intensificazione dell'esperienza comune. Avvia così un progetto il cui fine è una riflessione specifica sull'arte, intesa come qualcosa in continuità con l'esperienza. Promuove una concezione contraria a ogni isolamento dell'arte e, anzi, attenta a cogliere e vagliare criticamente le sue fitte relazioni sia con le realtà psicologiche degli individui sia con le realtà sociali e culturali che le alimentano. L'arte ha una funzione sociale: viviamo in un mondo immensamente organizzato, ma è un'organizzazione prettamente esteriore; l'arte potrebbe aiutare la comunità nella direzione di un ordine e di un'unità più reale ed umana, divenendo una forma di conoscenza incarnata. Esattamente come l'UX/UI design che mira a progettare interfacce non come meri strumenti, ma come esperienze significative e intuitive. Come il Bauhaus mirava a unire arte e tecnica attraverso la standardizzazione della qualità, anche il design contemporaneo segue questo principio. Tuttavia, oggi l'obiettivo non è solo creare prodotti funzionali e usabili, ma progettare vere e proprie esperienze: coerenti, fluide e gratificanti. E così come John Dewey considerava l'opera d'arte un'esperienza trasformativa, oggi anche il design, in particolare quello delle interfacce digitali, ha un ruolo simile. L'interfaccia non è più solo uno strumento, ma diventa un mediatore capace di guidare l'utente lungo percorsi che uniscono funzionalità, estetica e significato culturale. Questo è il cuore della cosiddetta esperienza utente (user experience).

Tali caratteri hanno reso il libro un classico per le riflessioni sull'esperienza estetica, punto di riferimento

per artisti, designer e teorici come Joseph Albers e, più tardi, Mark Rothko, che vi hanno visto un modello di approccio percettivo alla pittura e al colore. In continuità con gli insegnamenti di Johannes Itten, pittore e docente del Bauhaus, che ha arricchito il Vorkurs (corso di base) con la teoria della forma e del colore, fondata sull'idea che ogni individuo possieda un'aura cromatica in grado di esprimersi attraverso combinazioni armoniche di colori soggettivi (Itten, 1961), anche Albers concepiva il colore non come entità assoluta, ma come esperienza relativa e mutevole (Albers, 1963). Entrambi portavano avanti un approccio pedagogico basato sull'esperienza diretta: Itten introduceva lo studente alla sperimentazione libera del colore come rivelazione personale, mentre Albers, pur rifiutando l'aspetto mistico del maestro, sviluppò tale principio in senso analitico e scientifico, trasformandolo in un metodo percettivo e sistematico che portava lo studente a verificare, attraverso l'esercizio pratico, le illusioni ottiche e le relazioni variabili tra i colori. Albers infatti non si prefiggeva il compito di insegnare l'arte, bensì quello di concepire l'insegnamento come un training attraverso cui «lo studente non dovrà copiare formule artistiche, presenti o passate, ma dovrà sviluppare propri metodi e giudizi a partire dall'esperienza diretta, imparando così a pensare in situazione» (Albers, 1963, p. 69). L'obiettivo che perseguiva era quello di far imparare attraverso l'esercitazione pratica, sollecitando gli studenti a compiere un percorso formativo incentrato sulla sperimentazione dei materiali e sullo sviluppo della capacità visiva. Ogni singolo doveva interiorizzare la propria esperienza per trasformarla in conoscenza progettuale.

Ed è lo stesso invito che vale per noi designer: non limitarsi ad assimilare nozioni, ma appropriarsene attraverso la pratica e la riflessione personale, così da renderle strumenti vivi del proprio processo creativo. Il filo conduttore è analogo: la progettazione non è mai mera forma, ma esperienza vissuta.

## **REFERENZE BIBLIOGRAFICHE**


Dewey John, *Art as Experience*, New York, Minton, Balch&Company, 1934.

Itten Johannes, *The Art Of Color*, New York, Van Nostrand Reinhold, 1961.

Albers Josef, *Interaction Of Color*, New Haven, Yale University Press, 1963.

---

# Le progettiste dello Jugendstil. Dal margine al moderno



**Sabine Wieber's volume rewrites the history of modern design, identifying Munich-based women as the backbone of Jugendstil. Through the analysis of five fundamental nodes - industrial production, urban activism, technical training, market strategies, and the ergonomic reform of the body - the author demonstrates the existence of a distinct female hegemony within the field. These figures operated with entrepreneurial acumen, anticipating the functionalist tenets of European Modernism. Far from constituting "marginal stories", the book's protagonists thus emerge as the true "operating system" of the movement.**

**Key-words: Jugendstil, Women Designers, Modern Design, Design History, Dress Reform**

---

Mariacarmela Sorudato

La storia del design si presenta sovente come un archivio di storie marginali, episodi non approfonditi e figure lasciate in una comoda penombra, quasi fossero note a piè di pagina di un libro. Essa ha celebrato la modernità come un'epopea maschile, eroica e monumentale - fatta di acciaio e vetro - e ha relegato sistematicamente la sfera femminile nel limbo dell'aneddoto o della "musa ispiratrice". Il volume di Sabine Wieber, intitolato "Jugendstil Women and the Making of Modern Design" (2021), irrompe in questa faglia critica con un obiettivo che supera il semplice risarcimento biografico. L'autrice, infatti, intende dimostrare che quelle storie, lungi dall'essere periferiche, costituivano l'infrastruttura silenziosa ma portante dell'intero sistema dello Jugendstil.

Qui non si parla di "quote rosa" nella storia dell'arte e del design. Si parla di egemonia. Il saggio muove da una

premessa teorica necessaria, ovvero quella di ribaltare lo statuto ontologico della donna nel progetto.

Il primo affondo, nel capitolo iniziale, polverizza il pregiudizio tecnico attraverso la figura di Margarethe von Brauchitsch. La tradizione ci ha abituati a pensare alla donna designer come a una ricamatrice nostalgica, rifugiata in un Arts and Crafts sentimentale per fuggire al mostro industriale. Falso. Il libro ci svela un'imprenditrice pragmatica che guarda all'industria senza timori reverenziali. La von Brauchitsch non rifiuta la macchina, anzi, la doma. L'autrice analizza il suo uso della macchina a punto catenella Cornely, uno strumento che le permetteva di disegnare con il filo a velocità industriale. Wieber cita la sentenza del critico Otto Schulze (1907) che inverte il rapporto tra arte e tecnica: «La macchina è diventata la mano dell'artista» (p. 48). Il sipario per lo Schauspielhaus

(1901), realizzato con un filo metallico capace di “rifrangere la luce artificiale” (p. 36), dimostra una competenza illuminotecnica che anticipa le avanguardie. Lei trasformava il tessuto in un reattore per l’energia elettrica.

Nel secondo capitolo, Wieber ci porta sulla strada, analizzando il caso dello studio fotografico Elvira. Qui la posta in gioco è politica. Anita Augspurg e Sophia Goudstikker, fotografe e attiviste, aprirono un’attività commerciale e commissionarono la sede ad August Endell nel 1897. Quel celebre, mostruoso drago astratto in stucco che squarcia la facciata in Von-der-Tann-Straße fu uno schiaffo al decoro borghese di Monaco. L’architettura diventava l’estensione di uno stile di vita radicale: le due proprietarie, con i capelli corti e le biciclette, usavano lo Jugendstil più aggressivo per marcare il territorio urbano e imporre la presenza di un’impresa interamente femminile. Il “drago” fungeva da manifesto di alterità sessuale e politica.

Per sostenere tale ambizione, tuttavia, serviva la competenza. Nel terzo capitolo, spesso trascurato dagli studi, Wieber illumina il ruolo della Scuola Debschitz fondata a Monaco nel 1902. È qui che avviene il salto di qualità. Le donne smettono di essere “dilettanti dotate” e diventano professioniste strutturate. L’accesso ai laboratori di falegnameria, metallurgia e grafica permise alle studentesse di padroneggiare la logica costruttiva. Questa formazione rigorosa insegnava a pensare per volumi e materiali; la scuola fornì gli strumenti per costruire il moderno.

Una volta prodotti gli oggetti, bisognava creare il desiderio per essi. Nel quarto capitolo, l’autrice svela i meccanismi del mercato attraverso la figura geniale di Elsa Bruckmann. Tutto ruota attorno al suo Musiksalon, un interno radicale commissionato nel 1898 allo scozzese Charles Rennie Mackintosh. Immaginate uno spazio etereo, dominato da linee rette, superfici bianche e geometria pura, innestato con violenza nel cuore di una Monaco ancora soffocata da velluti pesanti e stucchi barocchi. Elsa usò questo palcoscenico per compiere una precisa operazione sociale. Concretamente, trasformò i suoi ricevimenti in test d’ingresso per l’alta società: chi entrava e capiva quel rigore minimalista veniva “validato” come moderno; chi ne rimaneva sconcertato era bollato come obsoleto. Wieber parla di una «politica del gusto» (p. 165). Attraverso tale filtro, la Bruckmann convertiva il capitale economico in capitale simbolico. Nelle sue mani, lo Jugendstil divenne uno status symbol obbligatorio. Elsa vendeva l’ansia di essere esclusi, ancor prima dell’oggetto stesso.

L’analisi raggiunge infine il suo vertice nel quinto capi-

tolo, dedicato alla Riforma dell’Abbigliamento, dove l’argomentazione si fa letteralmente fisica. Wieber spiega con chiarezza la necessità strutturale del cambio d’abito. Il problema trascendeva l’estetica per toccare una questione ergonomica. Il corsetto ottocentesco – costringendo la cassa toracica e bloccando il diaframma – rendeva il corpo femminile un oggetto rigido, un “mobile antico” incompatibile con i nuovi interni modernisti. Le sedie disegnate da architetti come Richard Riemerschmid o Bruno Paul, basse e profonde, richiedevano un corpo rilassato, capace di abbandonarsi. Per risolvere questa aporia, serviva un intervento radicale ovvero: ridisegnare l’involucro. L’autrice illustra così la nascita tecnica dell’Eigenkleid (“abito proprio”), promosso da figure come Anna Muthesius. La rivoluzione stava nel punto di appoggio statico, l’abito veniva sospeso dalle spalle, eliminando l’ancoraggio alla vita imposto dal corsetto. L’autrice scrive: «[L’abito riformato] cadeva liberamente dalle spalle, eliminando la pressione sulla vita e permettendo una nuova mobilità [...] rifiutava i dettami della moda parigina a favore di principi igienici e artistici» (p. 215). Nuova mobilità significava poter alzare le braccia, respirare, lavorare, agire nello spazio. L’abito a sacco (Sack-like shape), deriso dai conservatori, liberava la donna dalla morsa coercitiva della moda.

È qui che il testo di Wieber dialoga, in modo sorprendente, con le profezie di Adolf Loos. In Parole nel vuoto (1898), l’architetto viennese aveva teorizzato che l’emancipazione economica della donna l’avrebbe inevitabilmente portata ad abbandonare le “variazioni erotiche” della moda per avvicinarsi alla sobrietà e alla funzionalità dell’abito maschile. Il libro di Wieber offre la prova storica di quella profezia. Le donne dello Jugendstil, divenute ormai soggetti economici e produttivi, adottano l’abito riformato esattamente come Loos aveva previsto: lo fanno per liberarsi dall’intralcio e poter agire nel mondo del lavoro.

In ultima analisi, il volume di Wieber offre una lezione di metodo ineludibile. Per comprendere davvero il Modernismo bisogna smettere di guardare solo i grandi monumenti; bisogna osservare chi ha tessuto i fili metallici, chi ha progettato le facciate dei negozi, chi ha gestito le relazioni nei salotti e chi ha ridisegnato la propria silhouette per poterci abitare dentro. Quelle che sembravano “storie marginali” si rivelano essere, a una lettura più attenta, il vero sistema operativo dello Jugendstil, gestito con lucidità imprenditoriale da donne che la storia ha colpevolmente sottovalutato.

## REFERENZE BIBLIOGRAFICHE

Loos Adolf, *Ins Leere gesprochen*, 1921 (tr. it. *Parole nel vuoto*, Milano, Adelphi, 1972)

---


**Architetture**

**della sosta.**

**Stazioni Agip**

**per un immaginario**

**moderno.**



**This study examines Agip service stations as icons of Italy's post-war modernity. Focusing on Mario Bacciocchi's "bacciocca", the research analyzes how these reinforced concrete canopies transformed utilitarian infrastructure into sculptural landmarks. By merging structural innovation with a distinct visual identity, Bacciocchi created a shared cultural imaginary of travel—offering a sharp contrast to the spatial anonymity of today's electric charging stations.**

**Key-words: Architecture, Modern heritage, Infrastructure, Standardization, Mario Bacciocchi**

---

Maroo Munafò

Nell' Italia del dopoguerra che “va veloce”, alimentata dai combustibili fossili e dalla spinta imprenditoriale di figure come Enrico Mattei alla guida di Agip (Agenzia Generale Italiana Petroli), la ricostruzione del territorio nazionale assume i caratteri di una significativa riorganizzazione spaziale, simbolica e culturale del paesaggio. Questa ricostruzione, però, non si limita alla sola riconfigurazione dei centri urbani danneggiati dal conflitto, ma investe in maniera capillare anche il paesaggio ordinario, ridefinendo anche l'atto del movimento e della sosta. In questo processo, architetture funzionali come le stazioni di servizio – a lungo considerate oggetti minori o marginali nel quadro dello sviluppo culturale del secondo dopoguerra italiano – iniziano ad assumere un valore paradigmatico. Esse si dimostrano in grado di condensare in significato istanze tecniche, estetiche, economiche e politiche, contribuendo

alla costituzione di un'immagine moderna della penisola nel contesto della ripresa economica. In questo zeitgeist, le stazioni di rifornimento Agip del gruppo statale Eni (Ente Nazionale Idrocarburi) rappresentano oggi la reliquia di un'epoca sospinta dall'ottimismo, dove questi avamposti della modernità incarnavano lo spirito della velocità e del progresso. Oggetti minimi nel territorio, diffusi e seriali, mostrano la trasformazione del territorio in infrastruttura e della mobilità in esperienza quotidiana.

Questa “meccanizzazione” del territorio mediante la diffusione delle stazioni di servizio Agip, passava attraverso la configurazione delle nuove arterie autostradali (come la nascente Autostrada del Sole) che, a partire dagli anni Cinquanta, avrebbero connesso tutto il paese assecondando anche lo sviluppo del settore automobilistico, con la crescente diffusione dell'automobile privata.

La nuova rete viaria non si sarebbe limitata alla semplice connessione dei luoghi, ma avrebbe generato un paesaggio inedito, scandito da episodi architettonici nel contesto naturale, che accompagnano il movimento e segnano le soglie per la creazione di “immagini da finestrino”. La diffusione delle stazioni di servizio, quindi, diventa inseparabile da questo grande disegno delle infrastrutture stradali e autostradali; la loro presenza si propone come un gesto liminare, collocata tra spazio urbano e territorio. Un elemento sospeso che riflette la sua natura transitoria. Proprio per questa sua condizione intrinseca, assume un ruolo in cui dialoga attivamente per la costruzione del paesaggio della modernità, introducendo forme e gesti capaci di entrare in relazione con elementi eterogenei del paesaggio. La loro presenza “estranea” al contesto e spesso isolata diventa progressivamente familiare, definendo una componente stabile e confortante dell’esperienza del viaggio.

All’inizio degli anni Cinquanta, inizia a generarsi interesse nei confronti di questi oggetti architettonici e le più importanti aziende di fornitura di derivati del petrolio chiamano a progettare le nuove pensiline architetti di grande talento, come nel caso del gruppo Aquila il quale incarica Giuseppe Vaccaro e Aldo Favini di realizzare una serie di pensiline – oggi considerati piccoli capolavori di ingegneria – dove i gusci strutturali vengono concepiti come ali a simboleggiare l’animale del marchio. Anche Enrico Mattei, attraverso un forte programma di investimenti, incarica l’architetto emiliano – formatosi a Milano – Mario Bacciocchi di “inventare” le nuove architetture al servizio del traffico automobilistico. Tra il 1952 e il 1958 l’architetto lavora alla riconfigurazione dell’immagine della multinazionale Eni, guidata da Mattei. L’esito del programma è la traduzione in forme architettoniche, attraverso l’ideazione strutturale, di elementi tipizzati e funzionali all’economia della gestione dei costi di realizzazione e di manutenzione delle nuove pensiline, che dovranno conservare un linguaggio comunicativo riconoscibile e fortemente slanciato a rappresentare l’avanguardia del marchio, reggendo la prova della diffusione capillare lungo tutte le arterie della nuova Italia automobilista. Il sistema elaborato da Bacciocchi risponde alle esigenze poste sul tavolo attraverso la definizione di un numero limitato di prototipi, declinati secondo una serie di varianti, capaci di adattarsi a condizioni spaziali differenti. Il programma si realizza in forma di un vero e proprio catalogo, Bacciocchi propone 13 varianti della tipologia, accompagnate dai suoi acquerelli, in cui ogni soluzione

soggiace a principi strutturali e spaziali comuni. La standardizzazione degli elementi, però, non vuole richiamare un appiattimento formale, ma la codificazione di un linguaggio architettonico riconoscibile, capace di conservare la sua coerenza nella ripetizione. Nonostante la forte spinta imprenditoriale, l’architetto doveva garantire un elevato standard di servizi di assistenza agli automobilisti, in un contesto in cui c’è ancora ritardo nell’industria della prefabbricazione. La costruzione dei prototipi doveva rendersi realizzabile tramite soluzioni costruttive tradizionali e tecnologicamente semplici, compatibili con le maestranze meno avanzate delle province. Le nuove stazioni di servizio si iniziano a disseminare lungo il paesaggio italiano, le pensiline abitano le strade dell’Italia moderna irrompendo nella geografia del bel paese; basti immaginare i colli suggestivi dell’Emilia-Romagna o ai piedi dei grandi monumenti in pietra, come quella in prossimità del Castello di Nardò (LE) di cui restano solamente le tracce archivistiche.

La diffusione capillare delle stazioni Agip definisce una continuità visiva lungo tutto la penisola, rendendo questo avamposto della modernità una presenza costante e familiare, una presenza iconica che diventa parte integrante del paesaggio ordinario. Il design che l’architetto emiliano concepisce per le nuove stazioni di servizio è un gioco sapiente e rigoroso, che oscilla tra la riconoscibilità pubblicitaria del gesto nel paesaggio e la plasticità della soluzione tecnica strutturale. È così che nasce la “*bacciocca*”; un gesto spaziale primario che si protende plasticamente nello spazio della strada, come una sottile ala che intercetta il movimento e definisce uno spazio di riparo – e ombra – che sospende, temporaneamente, il flusso della mobilità.

La pensilina è al centro del sistema, la *bacciocca* è una figura di equilibrio complesso, dove la doppia ala asimmetrica che protende verso la strada non si rifà puramente ai connotati di una mensola a sezione variabile a sbalzo ma – secondo un uso puramente ingegneristico – definisce una condizione spaziale fondamentale e identitaria. La doppia ala si slancia in maniera scultorea nello spazio con continuità, restituendo nel suo sviluppo figurativo monoliticità alla struttura a “bilancino”. La figura risolve la copertura, la trave a doppio sbalzo si piega in continuità con il setto murario centrale che costituisce il principale elemento portante. Questo è matrice formale dell’intero elemento che traduce la logica della resistenza per forma, in un’immagine scultorea unitaria. È un gesto che ragiona per sottrazione, definisce uno spazio aperto e perme-

abile, la sosta non viene pensata come una interruzione ma come una pausa nella continuità del movimento. La potenza di questo elemento risiede nella sintesi che Baccicchi adotta tra gesto tecnico e gesto figurativo; la massa della struttura in calcestruzzo armato viene restituita come immagine di leggerezza e slancio.

Tra i modelli realizzati è possibile citare la singolarità della stazione di servizio presente a Bari, in prossimità del sottopasso Lugi di Savoia e realizzata nel 1952. In questo caso, la bacciocca si misura con una condizione urbana complessa, dove la stazione di servizio raccorda due quote e serve flussi stradali differenti. La pensilina qui non risolve solamente la funzione di copertura, ma si configura come strumento di articolazione dello spazio, assorbendo il salto di quota attraverso la sua forma. La struttura a bilancino lavora come elemento di mediazione verticale, costruendo uno spazio di sosta non solo infrastrutturale, ma in potenza pubblico, rendendosi fruibile ai pedoni nella parte alta, dove prima c'erano altri distributori, ora dismessi. La pensilina, in questo esempio, manifesta la sua potenza; il gesto strutturale organizza le relazioni tra i livelli, configurandosi come un elemento urbano minimo. La bacciocca barese sottolinea la capacità della forma dell'elemento di definire soglie e spazi significativi, sottolineando l'occasione colta di costruire uno spazio e non una semplice pensilina.

Le nuove stazioni di servizio Agip non si realizzano solo come luoghi funzionali, ma dispositivi simbolici capaci di incarnare lo spirito dell'epoca; la bacciocca è il riparo per la sosta dell'italiano che corre, un elemento plastico che irrompe nel paesaggio, "Supercortemaggiore la potenza della benzina italiana" recitavano i cartelloni pubblicitari che anticipavano la sosta sotto l'insegna del "cane a sei zampe" che si ergeva dalla pensilina. La presenza delle nuove automobili popolari (Fiat 500, la nuova 600, Fiat 1100 e 1400 e Alfa Romeo 1900 e Giulietta), l'organizzazione dello spazio e la chiarezza scultorea del gesto architettonico contribuiscono alla costruzione di una immagine della modernità accessibile e condivisa. Durante la notte, l'illuminazione delle superfici d'intradosso le trasforma in vere e proprie lampade urbane, rafforzandone il carattere iconico. La luce esalta la plasticità del profilo, rendendole come dei fari nella notte, un punto di riferimento che si sedimenta nella memoria collettiva. La pensilina pensata da Mario Baccicchi opera, in un certo qual modo, come un dispositivo pedagogico, capace di educare lo sguardo a una sana relazione tra tecnica, spazio e paesaggio.

Le *bacciocche* rappresentano oggi un aneddoto emble-

matico della storia della modernità architettonica italiana, capace di restituire, anche a distanza di decenni, la misura della stagione in cui anche l'ordinario era investito da densificandolo di significato, dove la tecnica costruttiva si condensa in un'icona fortemente riconoscibile. La potenza di queste "sculture stradali" risiede nella capacità di generare un immaginario moderno, attraverso la ripetizione controllata di un gesto semplice, che asseconda il movimento nell'esperienza quotidiana dell'automobilista. Ri-leggere queste opere conduce inevitabilmente a confrontarsi con la condizione della contemporaneità. In questa condizione, in cui molte esperienze comuni si sviluppano in un'anonima generalità, tornare a riflettere su questi temi – come nel recente volume curato da Antonio Labalestra e Tiziano De Venuto – permette di ri-portare lo sguardo su una stagione italiana particolarmente feconda, dove anche l'ordinario era investito da una chiara intenzionalità progettuale. Se nel secondo dopoguerra oggetti come le pensiline delle stazioni di servizio costituivano un terreno di sperimentazione progettuale in cui il progetto era chiamato a costruire senso, oggi l'ottimizzazione economica e la rigidità normativa hanno progressivamente svuotato questi luoghi di ambizione spaziale e costruttiva, rendendo, di fatto, le pensiline per le stazioni di servizio oggetti banali e privi di qualità. La perdita di centralità e di pensiero nel progetto di questi luoghi e della mobilità produce spazi anonimi, incapaci di instaurare relazioni significative. La sosta si riduce a tempo residuale, amministrato dall'efficienza e dalla logica prestazionale, facendo perdere di significato il pensiero del progetto. In tal senso, le pensiline ideate per le stazioni di servizio Agip da Baccicchi emergono come termine di confronto critico: testimoniano una stagione in cui anche l'architettura dell'ordinario sosteneva culturalmente la costruzione di un immaginario collettivo. Le pensiline contemporanee appaiono come elementi vittime della standardizzazione, privi di qualità costruttiva e incapaci di instaurare relazioni significative con il contesto. In questa nuova epoca di trasformazione, il passaggio alla mobilità elettrica accentua ulteriormente questa contraddizione. La trasformazione dei sistemi di rifornimento altera il paradigma temporale e i rapporti spaziali delle infrastrutture: la colonnina di ricarica, isolata, si dispone in prossimità dei parcheggi in città, priva di una vera architettura, assolve tecnicamente alla funzione negando totalmente la possibilità di costruire "luoghi". Paradossalmente, a fronte di tempi di sosta maggiori rispetto al tradizionale rifornimento, la colonnina per la ricarica

elettrica è spesso priva di architetture o dispositivi spaziali capaci di accogliere, strutturare o qualificare l'attesa. Viene meno quella dimensione relazionale e quotidiana che rende, tuttora, la stazione di servizio un punto di incontro per molte persone; basti pensare che, negli anni, in molti paesi le stazioni di servizio sono diventate punto di ritrovo non ad uso esclusivo degli autotrasportatori, ma anche dei giovani che si danno appuntamento per un caffè

o per trascorrere la serata. Riconsiderare nel contemporaneo le architetture della sosta prodotte più di ottanta anni fa significa interrogarsi sul ruolo che l'architettura ricopre oggi e su quello che si potrebbe fare per assumere qualità nel progettare oggetti della quotidianità; laddove il gesto minimo, se sostenuto da una chiara intenzionalità e pensiero, può farsi portatore di qualità spaziale e culturale.

## REFERENZE BIBLIOGRAFICHE

Gargiani R. in De Venuto T., Labalestra A., *mario baccocchi stazioni di servizio agip 1952-1954*, Bari, ilios editore, 2025, p. 8.

Ibidem, p. 20.

Ivi, pp. 21-22. *Le nuove pensiline dovevano presidiare il paese in Autostrade*, Strade Extraurbane fino alle stradine dei piccoli centri.

Savorra M., "Un professionista al servizio dell'Eni. L'opera di Mario Baccocchi (1902-1974)", in Engramma. La tradizione classica nella memoria occidentale, n. 169, 2019, pp. 71-93.

De Venuto T., Labalestra A., *mario baccocchi stazioni di servizio agip 1952-1954*, Bari, ilios editore, 2025, p. 76.

De Venuto T., "Piegate / Scolpire Plasticità e Decoro del calcestruzzo armato nella costruzione di una pensilina urbana", in EdA (Esempi di Architettura), luglio 2022



**SEGNAL**

The image features a solid red background. In the center, the word "AZZIONI" is written in a large, bold, white, sans-serif font. To the left of the text, there are several overlapping, thin white outlines of abstract shapes, including a large circle and several smaller, elongated shapes, creating a layered, graphic effect.

**AZZIONI**

# INTERACTION DESIGN E USER INTERFACE - UX/UI

MASTER DI I LIVELLO  
UNIVERSITÀ DI PALERMO

Iledizione del Master di I livello in “Interaction Design e User Interface - UX/UI” dell’Università di Palermo, il primo master sul design digitale nel Sud Italia (a.a. 2026-2027, avvio aprile 2026). Un percorso che unisce teoria e pratica in un unico flusso: 300 ore di didattica, 140 ore di workshop, 260 ore di tirocinio e 130 ore di prova finale. Dal Service Design all’AI per il design, dalla Gamification alla Human-Computer Interaction: competenze concrete su ricerca, prototipazione, design system e handoff, con docenti UniPa ed esperti esterni. Scopri il programma e richiedi info: [www.masterinteraction.it](http://www.masterinteraction.it)

MARZO 2026-27

MASTER I LIVELLO

Interaction  
Design  
e User  
Interface UX/UI



Università  
degli Studi  
di Palermo

---

# DESIGN HANDMADE IN



INTERNATIONAL STUDY  
CENTER

Il 24 settembre 2025 è stato fondato l'International Study Centre Design HandMade in...<sup>®</sup>. Nato dal progetto Handmade in Italy di Claudio Gambardella, il Centro Studi si concentra sul rapporto tra design e artigianato nei territori con una forte tradizione manifatturiera e una consolidata cultura del progetto. Soci fondatori: Massimo Brignoni (Consigliere), Alba Cappellieri, Paola D'Amato, Valter De Bartolomeis (Vicepresidente), Claudio Gambardella (Presidente), Lorenzo Imbesi, Maria Pia Incutti, Maria Dolores Morelli, Giovanna Pastore (Segretaria), Nicola Pisacane (Tesoriere), Dario Russo, Riccardo Varini. Sede di rappresentanza: Napoli, Museo PLART.



INTERNATIONAL STUDY CENTER

# DESIGN HANDMADE IN



# FOR NATURE/ WITH NATURE. NEW SUSTAINABLE DESIGN SCENARIOS

a cura di **Claudio  
Gambardella, 2021**

Il volume *For Nature/With Nature: New Sustainable Design Scenarios*, curato da Claudio Gambardella e pubblicato nella Springer Series in Design and Innovation, è stato selezionato dall'Osservatorio Permanente ADI per l'ADI Design Index 2025 nella sezione Ricerca teorica, storica e critica, accedendo così alla XXIX edizione del Premio Compasso d'Oro ADI. Il libro propone una riflessione corale sul rapporto tra uomo e natura, intesa non come risorsa da sfruttare ma come alleata del progetto e oggetto di un'etica della cura. Attraverso contributi scientifici, casi studio, ricerche teoriche e approcci interdisciplinari, il volume indaga il ruolo del design come agente di innovazione e interprete dell'evoluzione sociale, delineando nuovi scenari sostenibili fondati sui principi della Design Driven Innovation.

Springer Series in Design and Innovation 38

Claudio Gambardella *Editor*

# For Nature/With Nature: New Sustainable Design Scenarios

# LATTINE EPICA TRIBE SERIE NORRENA

Birrificio Artigianale Epica

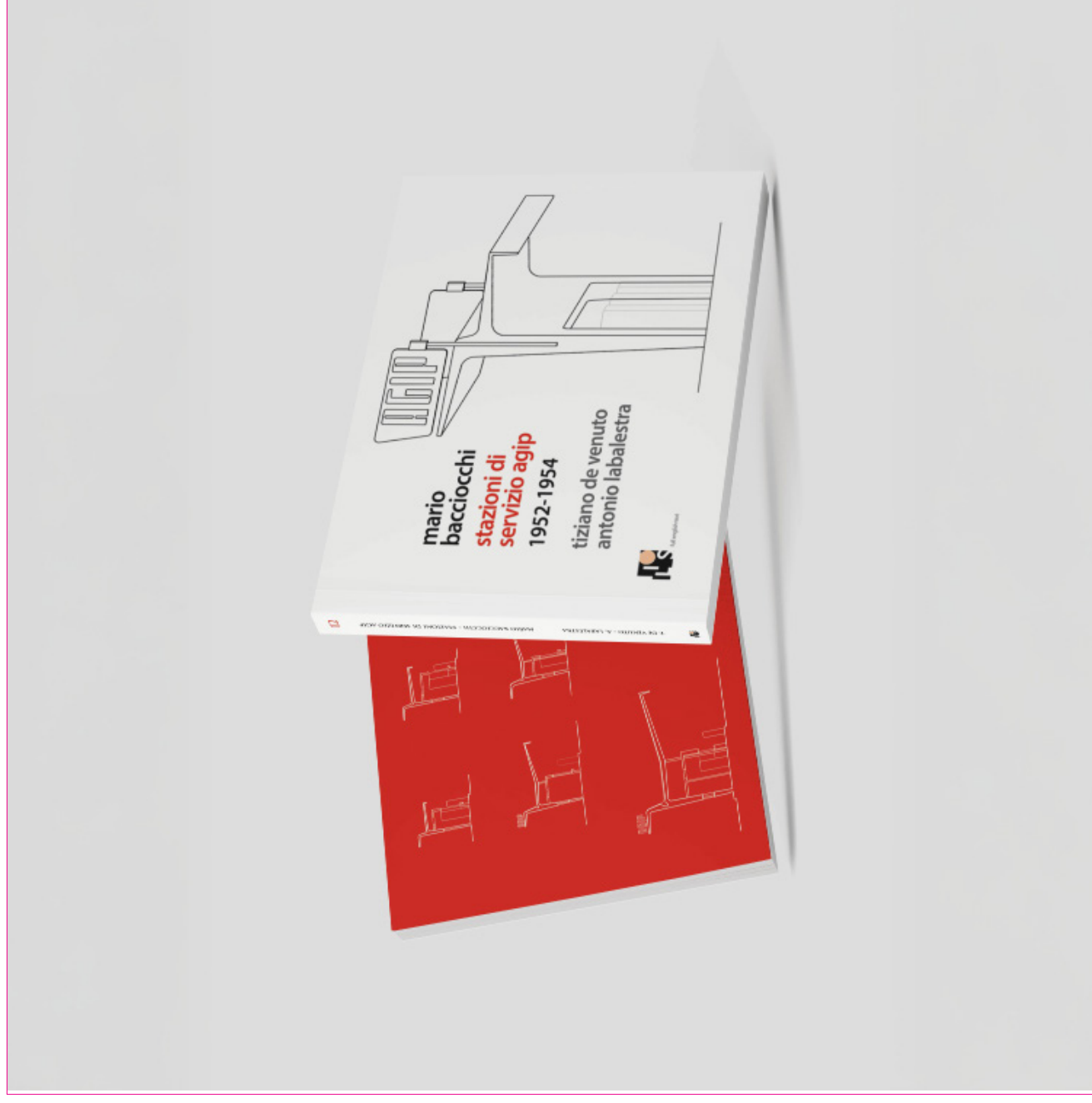
Il Birrificio Artigianale Epica, grazie alla collaborazione con l'Università degli Studi di Palermo (Laboratorio di Prodotto e Comunicazione Integrata, coordinato da Dario Russo), si prepara a lanciare sul mercato Narrazioni dal mondo, un nuovo brand che inaugura una collezione di birre in lattina concepita come esperienza narrativa. Ogni lattina mette in relazione un ingrediente caratterizzante, capace di conferire alla birra un gusto identitario, e una divinità da cui prende il nome. La prima linea, disponibile da febbraio 2026, è dedicata alla mitologia norrena: Odino, Thor e Loki. Più che un prodotto, un'esperienza epica.



# MARIO BAGGIOCCI. STAZIONI DI SERVIZIO AGIP

Tiziano De Venuto, Antonio Labalestra, Ilios, Roma 2025

Il volume di Tiziano De Venuto e Antonio Labalestra, con prefazione di Roberto Gargiani, ricostruisce la vicenda delle stazioni di servizio Agip progettate da Mario Baccocchi (1952-1953) nel quadro della strategia di immagine nazionale promossa da Enrico Mattei per Agip-Eni nel secondo dopoguerra. Su base archivistica, l'indagine mette a fuoco un progetto-matrice seriale: un prototipo scalabile, fondato sull'invariante della sezione, capace di generare tredici configurazioni tra chiosco e stazione di servizio. Ne emerge un dispositivo in equilibrio tra invenzione costruttiva e aspirazione simbolica, in dialogo con i paesaggi della modernizzazione italiana. Il libro contribuisce inoltre al dibattito su censimento, tutela e riuso di queste fragili architetture della mobilità.



# DIGITAL STRATEGY BEHIND HISTORICAL HERITAGE AND ARCHIVAL SOURCES - ARCHITRA

Short Master  
Politecnico di Bari

Lo Short Master "Digital strategy behind historical heritage and archival sources" (Architra), Politecnico di Bari (Dip. ArCoD), assume gli archivi del progetto come infrastrutture culturali: dispositivi di conoscenza e di narrazione pubblica della cultura architettonica, del design e dell'industria. Rivolto a progettisti e operatori culturali, intreccia storia dell'architettura e del design, studi sui media e saperi archivistici, coniugando lettura critica delle fonti e pratiche di digitalizzazione, catalogazione e metadattazione orientate all'accesso e alla valorizzazione. La rete include Accademia Nazionale di San Luca, Archivio del Moderno e Archivio di Stato di Bari; sbocchi in archivi pubblici/privati, musei e Soprintendenze.



# ARCHITETTURA È/È RESISTENZA

Mostra - Politecnico di Bari  
a cura di Antonio Labalestra

Nel Dipartimento ArCoD del Politecnico di Bari, nell'ambito del corso di Storia del design (prof. Antonio Labalestra) e del Laboratorio Architra - ARCHitecture Through Archives (Politecnico di Bari, Dipartimento ArCoD, 2025), la mostra didattica "Architettura è/r Resistenza", in collaborazione con la Soprintendenza Archivistica e Bibliografica della Puglia e la Rete pugliese, si inserisce nelle iniziative per l'80° Anniversario della Liberazione dal nazifascismo. Gli studenti hanno condotto un censimento e una ricerca sui monumenti della Resistenza come luoghi di memoria collettiva, producendo oltre 100 schede: analisi storico-critica, documentazione e ridisegno interpretativo. Le tavole esposte interrogano il ruolo dell'architettura del dopoguerra nel rappresentare trauma, lutto e valori civili.



# IEDDE



Giuliano Ricciardi

Il progetto di questo prodotto ha preso forma tra l'evocazione della tradizione marinara tarantina e le strategie più avanzate di comunicazione del patrimonio culturale immateriale. Lo strumento, nato all'insegna dell'orgoglio della modestia, oltre ad essere un utensile pratico per l'apertura dei mitili, è un vero medium della storia della tradizione culturale della città di Taranto. La "gramella" tradizionale (grammèdd in dialetto jonico) è la lama tradizionale usata dai venditori di mitili e dai marinai per aprire le Cozze, un prodotto alimentare tipico della città dei due mari che, nel 2022, ha ottenuto il riconoscimento del presidio Slow Food. Quello pensato dal designer Giuliano Ricciardi è, dunque, un oggetto passe-partout, capace di rileggere la tradizione culturale delle pratiche lavorative e della tradizione enogastronomica di un intero territorio in maniera innovativa: al punto da valere al suo ideatore una menzione al prestigioso Premio Compasso d'Oro ADI 2024 e agli A Design Award 2023.

**FUORILI**





**SEZIONE**



## Logtale

**Emanuele Paterniti**  
Università di Palermo

Logtale nasce con l'obiettivo di contrastare la gentrificazione delle città. Un social che possa avvicinare posti poco conosciuti, quasi privati, che abbiano un racconto personale dietro a chi è alla ricerca di tranquillità e cultura urbana inesplorata: un "urbex" di chi vive il posto con tanto di emozioni lasciate dentro. Ciò che rende il tutto più intrigante è la ricerca "Party" con il quale possiamo visualizzare dei post che permettono di accedere a delle chat di gruppo, in modo da conoscersi prima di organizzare la "caccia al posto" o semplicemente per chiedere informazioni. Logtale non solo sarà "il racconto del tuo diario di bordo" ma anche la X da ricercare insieme alla tua "ciurma" sulla mappa del "tesoro emozionale". Che poi si sa, il tesoro non è il punto di arrivo bensì il viaggio.



## Cucchiaino gastrofisico

**Paolo Putano**  
Università di Palermo

Il progetto propone un'alternativa al tradizionale cucchiaino in metallo: un cucchiaino edibile pensato per la cucina sperimentale, capace di attivare risposte visive e tattili prima ancora del gusto. L'idea prende forma durante il laboratorio di Prodotto e Comunicazione Integrata del corso di Disegno Industriale dell'Università di Palermo, dove le lezioni del professore Dario Russo sul tema della gastrofisica hanno aperto una riflessione sul ruolo di forma, materia e percezione sensoriale nell'esperienza del cibo. Da questi stimoli nasce un percorso di ricerca teorica e prototipazione iterativa, che dà vita a uno strumento modulabile e autoprogettante, ispirato al concetto di disordine controllato di Enzo Mari. Pensato come estensione del piatto, il cucchiaino invita gli chef a sperimentare nuove combinazioni tra forma, consistenza e gusto.



## CROMA

**Giada Torcivia**  
Università di Palermo

CROMA è una rivista editoriale tematica che esplora il colore come strumento di comunicazione, progettazione e cultura visiva. Ogni numero è dedicato a una tinta specifica e ne analizza i significati e gli usi nei campi del design, della psicologia, della cultura e della strategia visiva. Un progetto che unisce teoria e ispirazione, con palette cromatiche, riferimenti progettuali e suggestioni visive, in un formato editoriale curato, immersivo e multisensoriale. Il primo numero è dedicato al rosso: un colore potente, ambivalente e simbolico. La rivista nasce per stimolare una maggiore consapevolezza del ruolo che il colore riveste in ogni scelta visiva, rivolgendosi a designer, creativi, studiosi e appassionati.



## Epica Tribe - Inca

**Martina Li Volisi**  
Università di Palermo

Non seguiamo le tendenze, ma simboli che attraversano i secoli. Le nuove lattine Inca per Birra Epica si ispirano al simbolo della cosmologia andina per eccellenza, la Chakana, che unisce tre mondi guidati da tre divinità: Inti, Illapa e Pachamama. Ogni birra racconta una storia, con aromi che richiamano l'energia dei nostri Dei, trasformando la degustazione in un rituale.



# FENICE

---

## Fenice

### **Alberto Bonura**Università di Palermo

Il progetto nasce dal rebranding della società Fenice, attiva nel judo, arte marziale di origine giapponese. La sfida è stata sintetizzare una figura mitologica complessa in un linguaggio visivo essenziale, impattante e immediatamente riconoscibile. Il progetto unisce, in un unico segno grafico, cultura occidentale e orientale attraverso l'incontro tra la fenice di fuoco e il sole giapponese, evocando rinascita, energia e resilienza.





