


Francesco
Monterosso

OPEN DESIGN

pratiche di progetto
e processi di conoscenza

 LetteraVentidue



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI PALERMO

d'Arch
DIPARTIMENTO
di ARCHITETTURA
PALERMO

Volume realizzato con il contributo del
Dipartimento di Architettura dell'Università degli Studi di Palermo

design contesti

Collana Design e Contesti

Direzione e cura: Viviana Trapani

Comitato scientifico: Philippe Daverio, Cinzia Ferrara, Ayşegül Izer
Marco Navarra, Patrizia Ranzo, Ferdinando Trapani

Book design concept: Cinzia Ferrara

Book design: Francesco Monterosso, Luisa Di Martino

ISBN 978-88-6242-101-0

Prima edizione Ottobre 2013

© 2013, LetteraVentidue Edizioni

© 2013, Francesco Monterosso

È vietata la riproduzione, anche parziale, effettuata con qualsiasi mezzo, compresa la fotocopia, anche ad uso interno o didattico. Per la legge italiana la fotocopia è lecita solo per uso personale purché non danneggi l'autore. Quindi ogni fotocopia che eviti l'acquisto di un libro è illecita e minaccia la sopravvivenza di un modo di trasmettere la conoscenza. Chi fotocopia un libro, chi mette a disposizione i mezzi per fotocopiare, chi comunque favorisce questa pratica commette un furto e opera ai danni della cultura.

Le immagini all'interno del testo appartengono ai rispettivi autori.
L'autore rimane a disposizione degli aventi diritto con i quali non è stato possibile comunicare.

LetteraVentidue Edizioni S.r.l.
www.letteraventidue.com
Via Luigi Spagna, 50 L
96100 Siracusa, Italia

 @letteraventidue

 LetteraVentidue Edizioni

Francesco
Monterosso

OPEN DESIGN

pratiche di progetto
e processi di conoscenza

con contributi di

Viviana Trapani
Salvatore La Rosa
Umberto La Commare
Dario Russo
Anna Catania
Antonio Gentile
Antonio Massara
Benedetto Inzerillo

 LetteraVentidue

Indice

- 8 PRESENTAZIONE
Viviana Trapani
- I GIOVANI E LA CRISI.
NUOVI SCENARI DI PROGETTO, PRODUZIONE E CONSUMO
- 14 Fare è connettere.
Dall'intelligenza collettiva agli artigiani digitali
Francesco Monterosso
- 26 Talento giovanile nuove imprese e cultura
Viviana Trapani
- 34 Artigianato di qualità, design
e Made in Italy: una lunga storia
Salvatore La Rosa
- 42 Imprenditorialità e convergenza tra
produzione di pensiero e produzione di cose
Umberto La Commare
- 52 Autoproduzione. Dalla *Proposta per un'autoprogettazione*
all'impresa personale
Dario Russo
- 60 Fare e pensare sostenibile
Anna Catania
- 68 InformAmuse:
dal concept alla start-up
Antonio Gentile e Antonio Massara
- 78 Design nautico e autoproduzione in Sicilia:
Maribel e Giorgia
Benedetto Inzerillo
- SCUOLA DI DESIGN DI PALERMO.
IDEE E PROGETTI
- 90 Progetti per l'abitare contemporaneo
Francesco Monterosso
- 94 Open design: dal materiale all'immateriale
Francesco Monterosso
- 110 BIOGRAFIE

Imprenditorialità
e convergenza
tra produzione
di pensiero e
produzione
di cose

Umberto La Commare

Università degli Studi di Palermo

La necessità dell'educazione all'imprenditorialità

Le più qualificate sedi internazionali (ONU, 26 giugno 2013, *Thematic Debate on Entrepreneurship for Development*) ed europee (Commissione Europea, 9 gennaio 2013, *Entrepreneurship 2020 Action Plan*) concordano sulla necessità di accrescere il dinamismo imprenditoriale dei territori attraverso incisive e continuative azioni di educazione all'imprenditorialità dei giovani per il contrasto alla disoccupazione giovanile, alla povertà e per stimolare la crescita economica.

Su questo tema la nostra regione è in forte ritardo e finora non ha mai avviato alcuna incisiva azione di sistema a supporto della educazione imprenditoriale dei giovani siciliani.

Negli anni recenti della nostra storia, mai come oggi, si è registrata attenzione sul tema del lavoro, soprattutto quello dei giovani. È però necessario, in un mondo totalmente diverso da quello del secolo scorso, riscoprire il vero senso del lavoro, stimolare nei giovani una maggiore propensione all'imprenditorialità, un più profondo interesse verso la cultura di impresa, una maggiore diffusione degli strumenti del pensiero imprenditoriale come modi essenziali per valorizzare conoscenze e competenze acquisite negli studi e per facilitare la transizione studio-lavoro.

Come all'inizio richiamato, trova sempre più consenso a livello internazionale la necessità di cambiare prospettiva alla generazione di opportunità di lavoro giovanile in un mondo che è diventato sempre più competitivo ed in cui le limitate risorse pubbliche devono essere indirizzate verso quelle azioni in grado di produrre i più alti ritorni per il bene delle generazioni future. In tutto il mondo, nelle economie avanzate, come in quelle emergenti ma anche in quelle a ritardo di sviluppo, è ormai largamente condivisa la necessità di spostarsi dalle politiche di creazione di posti di lavoro a bassa produttività per i giovani attraverso l'impiego di risorse pubbliche (scelta di *policy* che

non induce sviluppo duraturo e sostenibile) verso politiche che sostengono i giovani nell'inventarsi nuovi lavori ad alta produttività che determinano un maggiore dinamismo delle economie, una maggiore propensione all'innovazione (scelta di *policy* che sostiene sviluppo accelerato e sostenibile).

A venti anni dalla visita di Giovanni Paolo II ad Agrigento risuona ancora il suo monito rimasto inascoltato: «È urgente, infatti, specie in una zona come la vostra a forte tasso di disoccupazione, promuovere una *cultura dell'iniziativa* e, più specificamente, una *cultura dell'impresa*. A tal fine bisogna che si riscopra, specialmente tra le nuove generazioni, il gusto della creatività in ogni campo, compreso quello economico. Non ci si può aspettare tutto dagli altri, nemmeno si può pretendere tutto dallo Stato¹».

Convergenze tra produzione di pensiero e produzione di cose (e di valore)

Il rapporto tra università e imprese, tra conoscenza e mercato è cruciale per lo sviluppo di un territorio. I protagonisti del dialogo sono i giovani più preparati.

Sul dialogo tra scienza, tecnologia, innovazione e mercato si gioca la sfida del futuro delle economie avanzate in un mondo che vede nascere nuovi protagonisti nella scena dell'economia. La natura dell'innovazione è centrata sul miglioramento della vita degli altri e sulla generazione di valore. Oggi l'innovazione è sempre più basata sulla conoscenza e si sviluppa sulla capacità di applicare la conoscenza sul mercato e di sperimentarne gli impatti positivi sulla vita delle persone. Per innovare, imparare ad usare la conoscenza è altrettanto importante che svilupparla. Per il successo dell'innovazione la verifica sul mercato è determinante. Il processo richiede sia capacità realizzative, cioè di tradurre idee in produzioni da sperimentare sul mercato per verificarne l'efficacia nel migliorare la qualità della vita delle persone, nei piccoli ma reali miglioramenti della loro vita. I miglioramenti della vita sono i generatori di valore dell'innovazione. Tutti i lavoratori della conoscenza dovrebbero avere padronanza degli elementi della filiera: conoscenza - utilità - valore.

In ambito universitario ancora oggi produrre pensiero e produrre cose sono ancora due attività distinte; produrre pensiero è una cosa, produrre cose è un'altra cosa. E poi produrre valore è ancora un'altra. Il tema non riguarda solo il contesto locale ma presenta forti criticità in Italia ed in Europa. Spetta al sistema universitario formare le nuove generazioni di innovatori (in

1. Incontro di Giovanni Paolo II con il mondo imprenditoriale ad Agrigento, il 9 maggio 1993.

grado di confrontarsi con nuove conoscenze scientifiche, tecnologie, scenari di mercato) che possano alimentare la futura prosperità del Paese, estraendo valore dalla conoscenza. Il significato della parola produzione è intimamente legato al concetto di trasformazione. Nel caso del pensiero, la trasformazione del pensiero genera nuova conoscenza attraverso processi cumulativi, di combinazioni di idee, di elaborazione, approfondimenti, verifiche empiriche. Nel caso delle cose parliamo di trasformazioni nella materia, nella forma, nel tempo e nello spazio.

Nell'economia della conoscenza la sfida della innovazione sta nella convergenza, integrazione, e intersezione tra la trasformazione delle idee e quella delle cose. Con una visione integrata tra tecnologia, business e *customers* (approccio tipico del *Design Thinking* come integrazione tra *product design* e *business design*). Questa convergenza tra produzioni di cose e produzione di pensiero è possibile se guardiamo con modi nuovi e creativi alle connessioni che esistono tra conoscenza e mercato.

Le start-up sono il luogo dove vengono esplicitate le connessioni tra nuove conoscenze che si rendono disponibili nell'ambiente della ricerca ed esigenze del mercato (bisogni latenti, opportunità di business); connessioni che vengono portate in evidenza dai ricercatori-imprenditori che decifrano segnali deboli nelle intersezioni tra conoscenza e mercato e che provano a sperimentare nuove tipologie e forme di connessioni tra conoscenza e mercato. Attraverso percorsi di progressivo affinamento i collegamenti non evidenti si manifestano con maggiore chiarezza, i segnali deboli emergono con maggior forza, i contorni sfocati diventano più nitidi grazie alle lenti della conoscenza ed alle esplorazioni del mercato.

In particolare, in una scuola politecnica, la sfida del futuro è quella di trovare nuovi spazi produttivi per i giovani, perché le loro idee, i loro progetti si traducano in risultati di sviluppo concreto per il Paese e si trasformino in fonti di crescita sostenibile. Occorre però lavorare su un impiego trasformativo della conoscenza, sulla convergenza tra produzione di pensiero e produzione di cose. Ma ancora l'Università italiana, e direi quella europea, sono molto indietro su questi aspetti. Un sistema universitario che stenta ad adattarsi ai nuovi scenari dell'innovazione rallenta la competitività del sistema, non risponde in modo adeguato alle sfide che il nuovo mondo della produzione di prodotti e servizi pone e, soprattutto, non contribuisce più come nel passato all'avvio al lavoro dei suoi laureati (il tema ha rilevanza internazionale e investe anche

gli USA dove si paventa una *student loan bubble*). Il tema è ovviamente particolarmente critico nelle cosiddette economie avanzate che stanno risentendo in modo significativo della competizione dei paesi emergenti.

La convergenza tra produzione di pensiero e produzione di cose si può realizzare se le cose che vengono prodotte grazie a nuove conoscenze rispondono a concreti bisogni del mercato. Se così la produzione delle nuove cose non è sostenibile da un punto di vista economico, non si può estrarre valore economico dalla conoscenza. Il valore viene generato nell'interpretazione delle relazioni risorse - bisogni (risorse necessarie per il soddisfacimento di specifici bisogni).

Il mondo delle start-up in Italia - un fenomeno recente, avviato da una decina di anni - sta incominciando a mostrare i propri frutti nel Paese ed ha qualcosa da insegnare all'università sulla convergenza tra produzione di cose e produzione di pensiero. Il 4 ottobre 2012 un decreto ha definito per la prima volta in Italia il concetto di *start-up innovativa*. Una società che ha tra i propri soci dottori di ricerca, che possiede brevetti, e a cui viene riconosciuto un regime particolare sotto diversi profili, fiscali, del lavoro, giuridici.

È sulle connessioni deboli, o sulle cause delle non connessioni che bisogna ragionare nell'Università. Nel caso degli studi politecnici, molti dei nostri allievi, studiano delle cose veramente importanti, che hanno solide basi scientifiche, con contenuti innovativi rilevanti molto legati al mondo della scienza o della tecnologia sottostante che potrebbero costituire la base per lo sviluppo di prodotti veramente innovativi e di successo sul mercato. Ma queste conoscenze stentano a tradursi in capacità competitiva, in nuove fonti di crescita economica e di qualificati posti di lavoro; perché essendo spesso conoscenze sconnesse dal mercato, non sufficientemente indagato, non hanno la stessa solidità delle basi scientifiche e tecnologiche. Questo squilibrio interrompe la continuità del dialogo conoscenza-mercato, riducendo l'impatto della conoscenza sui processi di innovazione. E se questo è un tema presente nelle scuole politecniche, il regno delle applicazioni utili della conoscenza, figuriamoci in altri ambiti.

In sostanza, produrre cose è una cosa che si fa nel mondo vero, produrre pensiero è una cosa che si fa nell'università. Questa convergenza tra diverse tipologie produttive, pensieri e cose, non si realizza, non funziona a dovere e questo penalizza il Paese ed i giovani. E non funziona il collegamento perché manca l'attenzione al mercato, e cioè alle imprese, ai prodotti,

ai consumatori e alle loro esigenze, alle variabili economiche sottostanti (costi delle risorse, prezzi di mercato).

Ma il mercato dà nuovi stimoli, pone domande, orienta la ricerca, pone problemi che richiedono soluzioni con apporti di diverse discipline, favorisce nuove contaminazioni di conoscenza perché pone problemi sfidanti. Il mercato può essere uno strumento per arricchire e qualificare la ricerca. Ovviamente con questo non si vuole negare assolutamente l'importanza della ricerca fondamentale, quella condotta solo sulla spinta della curiosità del ricercatore, senza specifiche ragioni di utilità pratica o economica. Tutti sappiamo dalla storia della innovazione che le innovazioni dirompenti affondano le loro radici su queste attività. Ma si vuole sottolineare che una maggiore attenzione al mercato può qualificare la ricerca, orientarla verso obiettivi nuovi e bersagli più rilevanti, può rigenerare la produzione di conoscenza, aumentare il rendimento degli investimenti in ricerca e può dare linfa vitale all'innovazione, generando nuove e qualificate opportunità di lavoro.

La intersezione tra forme di conoscenza, capacità realizzative e creatività imprenditoriale elimina la strozzatura dello sbocco della conoscenza sul mercato cui oggi assistiamo e che ha la sua corrispondenza nelle difficoltà del dialogo università-mondo del lavoro.

Il mondo delle start-up innovative, gli incubatori di impresa universitari, sono per adesso l'avanguardia, la prima linea della sperimentazione dei processi di connessione conoscenza-mercato vicini alle università. Ciò ovviamente è tanto più vero al Sud, dove la domanda industriale verso i centri di ricerca è molto debole. Per questo è importante guardare anche al mondo delle start-up per ricercare forme nuove di rinnovamento della formazione universitaria, per rispondere alle sfide che il mondo di oggi pone soprattutto ai paesi avanzati, per rendere i percorsi formativi coerenti con il paradigma della economia della conoscenza. È un mondo che ha preso vigore solo di recente nella università italiana e che ancora non ha espresso il suo potenziale sui percorsi di rinnovamento del nostro sistema universitario.

A questo mondo dove:

- si guarda al lavoro in termini creativi, al lavoro ben fatto e per gli altri;
- si decodificano i segnali del mercato (aziende, prodotti, consumatori);
- si struttura il pensiero imprenditoriale dei giovani più intraprendenti (trasformazione delle risorse, ricerca o creazione di opportunità, miglioramento della qualità della vita, creazione di valore economico);

- si è consapevoli dei valori del rischio e della responsabilità dell'agire individuale;

è necessario rivolgere lo sguardo, per trovare alimento per possibili direttrici di intervento, per rinnovare la formazione universitaria, per legare l'università al futuro dei giovani.

Per connettere più efficacemente conoscenza ed economia

è necessario approfondire le implicazioni economiche e di mercato dell'economia. Il pensiero imprenditoriale e l'educazione imprenditoriale dei giovani dovrebbero per questo trovare maggiore spazio nei *curricula* degli studi universitari. Solo innovando la formazione e la ricerca universitaria si può accelerare l'innovazione per la competitività del Paese. L'Europa ha messo questi temi al centro della sua agenda per il 2020.

Il Paese ha fatto di recente importanti passi in avanti con il percorso avviato dal rapporto *RESTART, ITALIA!* che è stato in parte recepito in termini legislativi il 18 dicembre 2012.

Speriamo adesso che a livello regionale possa innescarsi un processo di cambiamento per valorizzare i talenti dei giovani siciliani.

Le iniziative dell'Università di Palermo e del Consorzio ARCA

Innovazione e imprenditorialità costituiscono un binomio inscindibile per la crescita e la generazione di opportunità di lavoro qualificato. L'innovazione si basa su una gestione efficiente della filiera della conoscenza, l'imprenditorialità si basa sui processi di generazione di valore. Innovazione ed imprenditorialità richiedono entrambe capacità di tradurre idee in azioni valorizzando la conoscenza. Stimolare i giovani ad applicare le loro conoscenze per risolvere in modo economicamente efficiente problemi pratici della società è fondamentale per accrescere le attitudini all'imprenditorialità innovativa, da cui dipende il futuro della nostra economia.

L'Università di Palermo si è dotata di strumenti per supportare i giovani nei percorsi di innovazione, per coltivare le loro attitudini imprenditoriali e, in alcuni casi, avviare attività di imprese innovative. Tra questi la competizione tra idee di impresa *Start Cup Palermo*, le attività di incubazione d'impresa gestite dal Consorzio ARCA² all'interno del Parco d'Orleans, il corso *Imprenditorialità e lavoro nell'economia della conoscenza* rivolto agli studenti di tutte le Facoltà dell'Ateneo.

La dimostrazione tangibile che giovani, senza un retroterra imprenditoriale, possano fare impresa la danno le oltre trenta imprese avviate nell'incubatore dell'Università di Palermo, le decine di giovani coinvolti che non hanno abbandonato la città

dove hanno studiato e che hanno deciso di scommettere sul loro futuro puntando su se stessi. Sono percorsi difficili e faticosi, che richiedono più impegno, che devono essere incoraggiati, ma possibili, ovviamente anche in Sicilia.

Un incubatore d'impresa è sostanzialmente un ambiente protetto in cui far crescere e progredire idee fino ad uno stadio di maturità, per trasformarle in prodotti e servizi innovativi proponibili, con un giusto profitto, sul mercato. È un luogo che abbassa le barriere per tradurre le idee in azioni, che riduce il rischio di impresa e mette a disposizione un network di relazioni di alto livello, solitamente, al di là della portata di giovani. In alcuni casi aiuta nel reperimento delle fonti di finanziamento. Funziona bene quando i giovani collaborano insieme e quando gruppi di gruppi di giovani cooperano tra loro, contribuendo a far nascere una coscienza imprenditoriale collettiva; quando la creatività e le idee si scambiano in un luogo che facilita lo sviluppo di intelligenza collettiva; quando i successi di un gruppo aiutano altri a rafforzare la fiducia e la speranza di potercela fare.

Gli elementi della piattaforma educativa sperimentata presso il Consorzio ARCA sono i seguenti:

- **Informare e adeguarsi.** I cambiamenti che hanno caratterizzato l'economia negli ultimi anni non sono percepiti ancora con chiarezza dai giovani; è necessario informarli perché si adeguino al nuovo ambiente economico che si va delineando e riscoprano l'idea del lavoro come atto creativo, mettendo a frutto le competenze acquisite nei percorsi di studio.

- **Educazione all'imprenditorialità.** Stimolare nei giovani, in un ambiente economico che è diventato più competitivo e quindi più incerto, un atteggiamento imprenditoriale assume particolare importanza. La cultura d'impresa facilita l'integrazione tra conoscenze acquisite e mercato. Un'impresa mette in connessione conoscenze, tecnologie, risorse, prodotti e servizi derivati, clienti, fornitori, cercando di generare ricchezza. È la concreta sperimentazione delle connessioni, solitamente poco esplorate nella scuola e nell'università, tra conoscenza e mercato. Il percorso educativo sperimentato si avvale di testimonianze di giovani imprenditori, presenta il processo imprenditoriale in modo strutturato.

- **Sostegno ed accompagnamento.** I giovani hanno bisogno di sostegni operativi nell'avvio di impresa. L'esperienza maturata all'interno del Consorzio ARCA può essere utilizzata come riferimento per l'azione educativa. In particolare è importante l'affiancamento ai giovani di persone con esperienze di impresa.

- **Far crescere una comunità imprenditoriale innovativa.** I giovani che vogliono avviare un'impresa non possono essere

lasciati soli. La solitudine genera insuccessi e delusioni. La vicinanza genera fiducia e dà la forza per superare le difficoltà. Quando i giovani sono in gruppo e quando i gruppi di giovani che fanno impresa sono inseriti in un ambiente fisico in cui la vicinanza svolge il ruolo di facilitatore di scambio di idee, aumentano in modo significativo le probabilità di successo imprenditoriale. Anche in questo caso l'evidenza sperimentale maturata ad ARCA ha fornito spunti interessanti.

3. *Centesimus Annus*, 32.
Lettera Enciclica promulgata
dal Papa Giovanni Paolo II il
1 maggio 1991.

Conclusioni

Stimolare l'attitudine imprenditoriale dei giovani, anche come forma di avvio al lavoro, significa incoraggiarli a percorrere nuovi itinerari di connessione tra conoscenza e mercato per estrarre valore economico dalla conoscenza.

La generazione di valore è infatti al centro del pensiero imprenditoriale. Un processo che richiede abilità di mappare, scoprire o creare opportunità relative allo sfruttamento di nuova conoscenza che è capace di soddisfare bisogni reali o latenti presenti sul mercato.

«Ora, proprio la capacità di conoscere tempestivamente i bisogni degli altri uomini e le combinazioni dei fattori produttivi più idonei a soddisfarli, è un'altra importante fonte di ricchezza nella società moderna³».

La creatività imprenditoriale è fondamentale per dare sbocchi concreti sul mercato alle idee frutto della creatività legata alla conoscenza. Nel nostro Paese poco si è fatto in termini di educazione dei giovani al pensiero imprenditoriale e il Paese soffre della mancanza di un adeguato numero di imprenditori innovatori di nuova generazione. Sono anche convinto che il pensiero imprenditoriale sia un mezzo per connettere più efficacemente teoria e pratica, per favorire ed incoraggiare i giovani ad applicare le conoscenze acquisite negli studi universitari. La traslazione della conoscenza generalista e teorica in conoscenze *market specific* attraverso il pensiero imprenditoriale abbattano le barriere tra teoria e pratica e realizzano una tripla convergenza tra produzione di pensiero, produzione di cose e produzione di valore. Su queste sfide bisognerebbe puntare per rigenerare il sistema educativo per un futuro migliore per i nostri giovani.

