

**DAB design per artshop e bookshop**







Progetto DE.MO. – sostegno al nuovo design e alla mobilità internazionale dei giovani artisti italiani

MINISTERO PER I BENI E LE ATTIVITÀ CULTURALI  
Direzione Generale per il paesaggio, le belle arti,  
l'architettura e l'arte contemporanea  
Direzione Generale per la valorizzazione del patrimonio culturale

promosso da

GAI - Associazione per il Circuito  
dei Giovani Artisti Italiani

e realizzato da

COMUNE DI MODENA

Giovani d'Arte

in collaborazione con

GALLERIA CIVICA DI MODENA

RAGGIO VERDE

### **DAB design per artshop e bookshop**

Selezione dei migliori prototipi  
realizzati da giovani designer italiani

III edizione

30 aprile - 19 giugno 2011

Galleria Civica di Modena,

Palazzo Santa Margherita

Corso Canalgrande 103, MODENA

settembre - ottobre 2011

Castel Sant'Elmo,

via Tito Angelini 22, NAPOLI

*Commissione scientifica di selezione*

Fabio Fassone

Arturo Malagoli

Erminia Sciacchitano

Sandra Tucci

Michele Zini

*Premio speciale MiBAC assegnato a:*  
Ctrizak per Collezione monumentale

*Catalogo a cura di*

Ornella Corradini

*Presentazioni di*

Mario Resca

Antonia Pasqua Recchia

Fiorenzo Alfieri

Roberto Alperoli

Lorenza Mochi Onori

Marco Pierini

*Testi di*

Erminia Sciacchitano

Michele Zini

Arturo Malagoli

*Progetto grafico*

Logovolante

*Stampa*

ArteStampa

In copertina:

*Frap*- Sculture da indossare,  
collana di Francesca Pasquali

**MINISTERO PER I BENI E LE ATTIVITÀ CULTURALI**  
**Direzione Generale per la Valorizzazione del**  
**Patrimonio Culturale**

*Direttore Generale*

Mario Resca

*Direttore Servizio Valorizzazione del patrimonio culturale,*  
*programmazione e bilancio*

Manuel Roberto Guido

*Referente progetto*

Erminia Sciacchitano

*Collaborazione*

Alessandra Sgammini

Chiara Capponi

*Ufficio Stampa*

Francesco Gasparri

*Ringraziamenti a*

Giuseppe Ariano, Cecilia Bevilaqua

**PaBAAC Direzione Generale**  
**per il paesaggio, le belle arti,**  
**l'architettura e l'arte contemporanee**

*Direttore Generale*

Antonia Pasqua Recchia

*Direttore Servizio Architettura e arte contemporanee*

Maria Grazia Bellisario

*Referente progetto*

Sandra Tucci

*Collaborazione*

Anna Gigante

**SOPRINTENDENZA Speciale per il PSAE**  
**e per il Polo Museale della città di NAPOLI**

*Soprintendente*

Lorenza Mochi Onori

*Direttore di Castel Sant'Elmo*

Angela Tecce

*Direzione di Castel Sant'Elmo*

Fernanda Capobianco

Brigitte Daprà

Katia Fiorentino

*con la collaborazione di*

Claudia Borrelli

Gabriella Poppiti

*Ufficio Stampa*

Simona Golia

**COMUNE DI MODENA**

*Assessore alla Cultura, Turismo e Promozione della Città*  
*del Comune di Modena*

Roberto Alperoli

*Direttore della Galleria Civica di Modena*

Marco Pierini

*Responsabile Ufficio Giovani d'Arte*

Ornella Corradini

*Collaborazione organizzativa*

Mila Bongiovi

*Allestimenti*

Fausto Ferri

*Amministrazione*

Nicoletta Casella

*Ufficio Stampa*

Giulia Bondi

Cristiana Minelli

**GAI - Associazione per il Circuito dei GIOVANI  
ARTISTI ITALIANI**

*Presidente*

Fiorenzo Alfieri

*Assessore alla Cultura e al 150° dell'Unità d'Italia della  
Città di Torino*

*Vice Presidenti*

Roberto Alperoli

*Assessore alla Cultura, Turismo e Promozione della Città  
del Comune di Modena*

Gianluigi De Palo

*Assessore alla Famiglia, all'Educazione e ai Giovani del  
Comune di Roma*

*Segretario*

Luigi Ratclif

*Segreteria*

Patrizia Rossello, Relazioni Esterne e Istituzionali

Laura De Los Rios, Amministrazione

Paola Picca Garin, Comunicazione e Progetti Speciali

Marina Gualtieri, Relazione con i soci GAI

*Consiglio di Presidenza*

Roberto Alperoli, Vice Presidente (Assessore alla Cultura,  
Turismo e Promozione della Città del Comune

di Modena) - responsabile tecnico Ornella Corradini

Gianluigi De Paolo, Vice Presidente (Assessore alla  
Famiglia, all'Educazione e ai Giovani del Comune di

Roma) - responsabile tecnico Roberta Sorace

Fabio Losito (Assessore alle Politiche Giovanili del  
Comune di Bari) - responsabile tecnico, Daniela

Santospirito

Roberto Pella (Assessore alle Politiche Giovanili  
del Comune di Biella) - responsabile tecnico Mario

Schiapparelli

Francesco Basile (Consigliere delegato del Comune di  
Campobasso) - responsabile tecnico Gianna Spirito

Alan Rizzi (Assessore allo Sport e Tempo Libero del  
Comune di Milano) - responsabile tecnico Claudio

Grillone

Andrea Cernicchi (Assessore alla Cultura e alle Politiche  
Giovanili del Comune di Perugia) - responsabile tecnico

Loredana De Luca

Alessandra Moretti (Assessore all'Istruzione e alle  
Politiche Giovanili del Comune di Vicenza) - responsabile  
tecnico Maurizio Basso

*Assemblea Generale*

Comuni di Ancona, Asti, Bari, Biella, Bologna, Cagliari,

Campobasso, Catania, Cremona, Ferrara, Firenze, Forlì,

Genova, Lecce, Messina, Milano, Modena, Novara,

Padova, Parma, Pavia, Perugia, Pisa, Prato, Ravenna,

Rimini, Roma, Salerno, Siracusa, Torino, Trento,

Trieste, Udine, Venezia, Vercelli, Vicenza, Province di

Siracusa, Teramo e Regione Piemonte.





Il design italiano rappresenta uno dei nostri migliori biglietti da visita.

La creatività, l'ingegno e la dinamicità delle creazioni italiane hanno da sempre rappresentato un polo attrattivo per gli investimenti diretti esteri, alimentando la passione per il lusso che tutto il mondo conosce come *made in italy*.

Una realtà portavoce del "saper fare" che se integrata alla sua promozione e valorizzazione può raggiungere ottimi risultati in termini economici, occupazionali e sociali, innescando una reazione positiva per tutti gli *stakeholders*.

Il concorso DAB – Design per Artshop e Bookshop – è la rappresentazione di un settore in continuo movimento tra innovazioni e contaminazioni. Un'iniziativa che vuole far dialogare l'offerta di giovani designer che operano nel campo dell'arte, del design, dell'artigianato artistico, con la crescente domanda di realtà museali che hanno a loro disposizione spazi dedicati al merchandising da qualificare e caratterizzare con una proposta commerciale varia ed originale.

Una vera e propria nuova "Cultura del Design" che nel 2010 ha dato visibilità a 40 prototipi realizzati da giovani autori favorendo le condizioni per la loro successiva produzione e commercializzazione.

Dopo il successo dei 43.000 visitatori del 2009 per la Mostra DAB / ROMA Design per Artshop e Bookshop, i prodotti sono stati commercializzati in molti musei italiani dalla Galleria Civica di Modena al bookshop della Biennale di Venezia come a quello del MART di Rovereto, della Galleria d'Arte Moderna di Roma e del Museo d'Arte Contemporanea Donna Regina di Napoli.

Una filiera impeccabile, oggi alla sua terza edizione, totalmente in linea con le politiche di promozione della Direzione Generale per la Valorizzazione del Patrimonio Culturale del Ministero per i Beni e le Attività Culturali che, continua a sostenere DAB, anche attraverso l'istituzione di un premio speciale MiBAC.

Il merchandising museale in Italia è un campo non ancora esplorato in tutte le sue potenzialità dal settore pubblico e DAB Design per Artshop e Bookshop rappresenta un ottimo punto di partenza per dare voce a due eccellenze italiane: i Musei e il Design.

**Mario Resca**

*Direttore Generale per la valorizzazione del patrimonio culturale  
Ministero per i beni e le attività culturali*



Creatività e innovazione sono due potentissime leve capaci di attivare processi di crescita non solo culturali e sociali ma anche, soprattutto, economici.

Questo binomio ha caratterizzato la storia del nostro Paese, ha permeato il saper fare italiano, ha caratterizzato il “made in Italy” nella sua accezione complessa che va oltre la mera etichetta e che include invece i servizi, l'organizzazione, la qualità, lo stile di vita, la creatività appunto.

Di queste leve potenti l'Italia ha uno straordinario bisogno, soprattutto in questo momento, al fine di ricomporre e rafforzare il proprio sistema competitivo.

Quale occasione migliore da cogliere, dunque, di quella prospettata dall'unione di creatività e innovazione con il luogo dell'arte per eccellenza, cioè il museo?

La creatività infatti sceglie luoghi diversi per svilupparsi, ma ha costantemente bisogno di spazi dove le idee si incontrano e si legano con i nuovi stimoli sociali e culturali per rispondere sempre a qualcosa di nuovo. Il museo è il luogo dell'arte e della storia, un luogo privilegiato, deputato alla conservazione e alla diffusione attraverso la conoscenza delle espressioni massime della creatività, depositario della memoria del passato entro cui si consolidano valori, si rafforzano le identità di appartenenza e il confronto con le diversità. Tuttavia le continue trasformazioni della cultura moderna e quindi delle società civili, richiedono al museo di allargare la sua *mission* e le sue alleanze. Già l'approvazione della legge Ronchey (Legge n. 4, 4 gennaio 1993), aveva favorito il coinvolgimento di nuove figure giuridiche nella gestione del patrimonio culturale, individuando nuovi compiti, nuovi servizi: finalità e concetti ribaditi e rafforzati nel Codice dei beni culturali e del paesaggio, nella parte che regola la valorizzazione.

La domanda culturale, anche se inespressa, è diventata molto più complessa di quanto non fosse nella società pre-consumistica, in un contesto di alternative allettanti tra le quali il bisogno di cultura a volte fa fatica a manifestarsi e con ancora maggior fatica viene soddisfatto.

La risposta che occorre dare, doverosamente da parte degli operatori pubblici della cultura, sono analogamente complesse e articolate su diversi piani, non solo quello dell'esperienza emotiva rafforzata dal supporto didattico ma anche quella dalla *full immersion* in un ambiente in cui cultura, emozioni, qualità museale attraversano l'acquisto di prodotti specifici. Stiamo parlando di un *merchandising* di qualità, di *design*, dunque creativo.

L'idea di coniugare un settore commerciale come quello del *merchandising* museale ad un progetto legato alla creatività giovanile, nasce dalla volontà di estendere l'ambito dell'arte a nuove strategie in contesti di nuove competitività e necessità.

DAB, il concorso per la progettazione e la realizzazione di oggetti d'arte e di design, da destinare agli artshop e bookshop museali, è stato promosso da questa Direzione in collaborazione con la Direzione generale per la Valorizzazione del patrimonio culturale e GAI – Associazione per il circuito dei giovani artisti italiani, all'interno di una intesa comune, già sottoscritta nell'ambito del programma DE.MO, per una prevalente azione incentrata sulla produzione artistica giovanile. DAB, quindi si

colloca in un progetto già avviato, che porta in sé dichiarazioni di politiche concrete, nella convinzione che la creatività non è soltanto un valore accessorio alla persona e alle organizzazioni ma rappresenta la condizione necessaria per ogni punto di partenza in direzione di nuovi programmi di sviluppo. DAB, è altresì un concorso che intende intercettare, convogliare e valorizzare quelle energie innovative che nell'ambito dei nuovi linguaggi contemporanei concorrono a creare anche nuove visibilità, nuovi contatti e quindi opportunità occupazionali. Un equilibrio tra la necessità di migliorare la qualità dei servizi "aggiuntivi" nella prospettiva di una maggiore fruizione e valorizzazione del bene, ma nello stesso tempo in continuità con il rigore scientifico e gli alti livelli qualitativi delle nostro patrimonio culturale, che da sempre caratterizza la nostra storia e l'unicità delle nostre istituzioni museali.

**Antonia Pasqua Recchia**

*Direttore Generale PaBAAC, Direzione Generale per il paesaggio,  
le belle arti, l'architettura e l'arte contemporanea  
Ministero per i beni e le attività culturali*

DAB, giunto alla terza edizione, nasce dall'esigenza di ampliare la produzione e l'offerta di oggetti d'arte e di design da destinare alla commercializzazione negli *artshop* e *bookshop* dei musei del nostro Paese.

Promosso dal GAI, l'Associazione per il Circuito dei Giovani Artisti Italiani che ho l'onore di presiedere, è realizzato dall'Ufficio Giovani d'Arte del Comune di Modena. Il progetto rientra in DE.MO., il programma di sostegno al nuovo design e alla mobilità, che vede partner il Ministero per i beni e le attività culturali e, in particolare, la Direzione Generale per il paesaggio, le belle arti, l'architettura e l'arte contemporanea (PaBAAC) e la Direzione Generale per la valorizzazione del patrimonio culturale.

L'importanza degli Enti coinvolti sottolinea quanto oggi sia fondamentale da un lato soddisfare un pubblico sempre più esigente e dall'altro favorire l'ingresso di giovani creativi nei circuiti del mercato.

Infatti dobbiamo evidenziare quale urgenza la connessione tra la cultura e il sistema produttivo ed è compito di noi tutti concorrere alla definizione di ambiti innovativi che possano rappresentare utili sbocchi professionali per le nuove generazioni.

**Fiorenzo Alfieri**

*Presidente Associazione GAI*

*Assessore alla Cultura*

*e al 150° dell'Unità d'Italia della Città di Torino*

Il Progetto DAB, promosso dall'Ufficio Giovani d'Arte del Comune di Modena e dall'Associazione GAI nel 2006 ha riscosso vasti consensi se teniamo conto delle autorevoli partnership, delle due edizioni della mostra alla Galleria Civica di Modena, dell'esposizione nel prestigioso Palazzo delle Esposizioni di Roma e delle presentazioni della Linea di prodotti alla Triennale di Milano e a Museum Expression di Parigi. Tutti risultati questi che collocano l'iniziativa tra le più riuscite tra quelle proposte ultimamente dal servizio modenese impegnato attivamente e con continuità, da venticinque anni, nella promozione dell'arte e della creatività delle più giovani generazioni.

La realizzazione di iniziative che incentivano la progettazione, da parte di giovani designer ed artisti, di oggetti destinati alla produzione artigianale o industriale e che hanno come naturale destinazione i bookshop museali e i negozi di design di tendenza, producono diverse 'ripercussioni' positive. Portano i giovani creativi a misurarsi con il tema del "souvenir" ispirato al vasto patrimonio artistico e culturale del nostro paese, a ricercare forme e materiali innovativi, a misurarsi con committenze diverse e ad individuare nuovi sbocchi professionali in un campo che si colloca al confine tra arte e design.

Essendo produzioni comunque a tiratura limitata si incentiva anche il Made in Italy promuovendo il lavoro di piccole aziende artigiane del nostro paese, mentre l'incremento e la differenziazione dell'offerta commerciale dei bookshop ed artshop dei nostri musei, a cui questa iniziativa mira, attribuisce valore aggiunto alla loro frequentazione.

Oltre alla Direzione Generale per il paesaggio, le belle arti, l'architettura e l'arte contemporanea del Ministero per i beni e le attività culturali si è aggiunta come partner in questa edizione anche la nuova Direzione Generale per la Valorizzazione del patrimonio culturale, creata appunto per qualificare e rendere più efficienti i musei, i siti archeologici e i servizi aggiuntivi dei musei statali. Proprio per incentivare la progettazione di oggetti contemporanei, ma liberamente ispirati al patrimonio antico e moderno del nostro paese, da destinare ai bookshop di questi istituti, è stato istituito, per la prima volta quest'anno, il *Premio Speciale MIBAC - Patrimonio culturale*.

Altra novità, non meno importante, di questa terza edizione è la collaborazione con l'Azienda Raggio Verde che, impegnata da tempo a realizzare prodotti per la scuola, l'ufficio e la casa, eco-compatibili e rispettosi dell'ambiente, ha individuato quattro oggetti da produrre e distribuire autonomamente, stipulando con gli autori regolari contratti di commercializzazione.

Ringraziamo tutti coloro che hanno contribuito alla realizzazione e al successo dell'iniziativa e auspichiamo che questo nuovo appuntamento sia proficuo per i giovani artisti e designer partecipanti e per la loro attività professionale futura.

**Roberto Alperoli**

*Assessore alla Cultura del Comune di Modena*

## **DAB design per artshop e bookshop a Castel Sant'Elmo**

È con molto interesse che Castel Sant'Elmo mette a disposizione gli spazi espositivi del Museo *Novecento a Napoli (1910-1980) per un museo in progress* per accogliere la mostra della III edizione di *DAB design per artshop e bookshop*.

Infatti dal marzo 2010 la vocazione alle sperimentazioni contemporanee del Castello, da sempre luogo deputato ad accogliere i lavori di noti artisti che si volessero confrontare con gli affascinanti spazi del complesso, si è consolidata con l'apertura del museo dedicata all'arte del '900 a Napoli. La programmazione del neo-nato museo, che si definisce *in progress*, prevede non solo l'acquisizione di nuove opere d'arte - in tal senso tutti i musei potrebbero definirsi tali -, ma di innescare un confronto costante e continuo con la precedente attività artistica, non solo napoletana, e specialmente con il variegato mondo di esperienze artistiche attuali.

Non è un caso, quindi, che questa Soprintendenza con il sostegno della Paabac promuove proprio a Castel Sant'Elmo la I edizione di un concorso rivolto a giovani artisti attivi in Italia. Si chiede, infatti, ai partecipanti di realizzare un'opera che, partendo da una riflessione sugli spazi e dalle suggestioni generate dal confronto con le strutture storiche del Castello, entrerà a far parte permanentemente nelle sue collezioni.

In questo discorso la III edizione di *DAB design per artshop e bookshop* si inserisce perfettamente tra gli intenti culturali del complesso monumentale. Incoraggiare la creatività dei giovani in un settore, come quello del design, in cui l'Italia ha sempre dimostrato la sua eccellenza, manifesta un apprezzabile impegno della Direzione Generale per il paesaggio, le belle arti, l'architettura e l'arte contemporanea, della Direzione Generale per la valorizzazione del patrimonio culturale e dell'Ufficio Giovani d'Arte del Comune di Modena, a fornire un giusto impulso in questo ambito.

Il concorso, inoltre, mette in luce un'altra esigenza, alla quale il nostro paese non ha ancora dato una soddisfacente risposta, ma strettamente collegata alle politiche di valorizzazione e fruizione dei beni culturali. Sempre più spesso i visitatori di siti museali sentono il bisogno di 'portare a casa' un ricordo dell'esperienza vissuta nei luoghi di cultura e in tal senso i musei italiani devono guardare ai sempre più convincenti esempi europei e statunitensi. Si deve, quindi, incentivare un servizio, quello degli artshop e bookshop, che in altri luoghi è divenuto anche una importante risorsa economica per le stesse strutture museali.

Il concorso si muove su due rette convergenti, incanalando le capacità propulsive dei giovani designer italiani e le aspettative sempre più raffinate dei fruitori di opere d'arte.

La Soprintendenza e la Direzione di Castel Sant'Elmo, già orgogliose, in questa circostanza, di ospitare i prototipi di oggetti d'arte e di design, auspicano che, nel più immediato futuro, la struttura museale del Castello diventi per le giovani generazioni di artisti un luogo privilegiato in cui trovare un legittimo riconoscimento di pubblico e critica.

**Lorenza Mochi Onori**

*Soprintendente per il PSAE e per il Polo Museale della Città di Napoli*

La Galleria Civica di Modena, da sempre attenta a ogni espressione della creatività giovanile, accoglie con piacere la III edizione di DAB Design per Artshop e Bookshop, la mostra che presenta i prototipi selezionati nell'ambito del concorso nazionale omonimo. Accanto alla soddisfazione nel vedere cooperare enti e istituzioni assai diversi per ruolo, dimensioni e finalità, si vuole segnalare come l'iniziativa non si limiti a una promozione velleitaria e fine a se stessa dei migliori progetti ma, grazie alla compartecipazione di un'azienda privata che ama guardare al futuro come Raggio Verde di Reggio Emilia, questi ultimi possano davvero esser prodotti e proposti ai gestori dei bookshop dei musei italiani, la cui immagine – talvolta ingiustamente, più spesso a ragione – sembra non riuscire mai nell'impresa, ardua ma urgente e necessaria, di rinnovarsi secondo modelli la cui adozione, in una larga parte d'Europa (per limitarci al vecchio mondo), è ormai consolidata e persino scontata prassi.

**Marco Pierini**

*Direttore della Galleria Civica di Modena*



## Design e patrimonio culturale italiano

(Un matrimonio che s'ha da fare)

Perché il matrimonio fra Musei e Design in Italia non è mai stato felice? È la domanda che ognuno di noi si pone, varcando la soglia del bookshop che immancabilmente conclude la visita a un museo internazionale, e che torna alla mente a casa, sorvegliando il tè in una tazza a spirale presa al Guggenheim o apparecchiando la tavola con i segnaposto del MoMA. Eppure sembrano due anime gemelle, predestinate e sinergiche, una coppia perfetta, e in più vestita *Made in Italy*. In tanti hanno già provato a far scattare la scintilla della passione, pubblicando analisi e studi sulle potenzialità di un'unione che potrebbe riaccendere la miccia dello sviluppo, facendo leva sulla stretta relazione fra il design italiano e quella produzione artistica e artigianale che attinge al patrimonio culturale tangibile e intangibile del territorio (1).

Un po' come quegli amici e parenti che si danno da fare per una riconciliazione, nelle prime due edizioni di DAB, abbiamo ascoltato le difficoltà che i designer trovano nel veder realizzate le loro creazioni, gli ostacoli che le imprese trovano nel venderle in Italia, tanto da trovare più facilmente sbocchi all'estero, le lamentele dei visitatori per oggetti costosi, inaccessibili, o di bassa qualità.

Ma allora, questo matrimonio non s'ha da fare?

Invece di scoraggiarci abbiamo proseguito con la terza edizione di DAB: è troppo preziosa questa piattaforma di sperimentazione che affonda le radici nel vivaio dei creativi e allo stesso tempo mantiene un rapporto con il mondo dell'impresa, e che ci ha fornito durante il cammino preziose idee e suggerimenti per superare le criticità del sistema attuale.

Non contenti, in questa edizione abbiamo alzato l'asticella introducendo una nuova sfida. Nelle prime due edizioni il bookshop dei progetti DAB era idealmente collocato in un museo dedicato al contemporaneo, sul modello del MoMA Store, che sin dal 1939 non vende tanto oggetti che si ispirano alle collezioni (2), quanto prodotti dal design innovativo e originale. Nel bando DAB3 abbiamo richiesto ai giovani creativi e designer di ideare anche prodotti coerenti con la *mission* dei musei e dei siti culturali italiani, uno sforzo che è stato ricompensato assegnando il nuovo *Premio speciale MiBAC*. Una domanda che mira a tastare il polso della vocazione dei giovani ad affrontare un tema di progettazione difficile, che lega patrimonio culturale e design contemporaneo, nonché a rispondere alla richiesta dei visitatori (3) di trovare nei bookshop dei musei oggetti ispirati alle opere presenti nell'istituto o al patrimonio della città dove ha sede il museo, qualcosa legato all'esperienza, alle emozioni generate dalla visita, e che ne perpetui la memoria. Una richiesta che rivela un desiderio di appropriazione che sublima, e forse previene il gesto scellerato di chinarsi a raccogliere un frammento da un sito per portarlo via con sé.

Oggi la Direzione generale per la valorizzazione del patrimonio culturale sta ridefinendo il sistema di offerta al pubblico di merchandising museale MiBAC. Grazie all'esperienza di DAB abbiamo imparato che questo sistema, che nasce dall'incontro del design con il patrimonio culturale italiano, come ogni unione, si fonda su promesse e che, se vogliamo costruire un futuro

felice, dobbiamo stare attenti a non deludere le aspettative.

La prima promessa è con il visitatore, che con l'acquisto vuole contribuire alla sostenibilità del sistema museale italiano, e ci invita a creare un circuito virtuoso, dove il patrimonio culturale è fonte d'ispirazione per nuove creazioni la cui vendita, a sua volta, contribuisce alla conservazione del patrimonio stesso (4).

La seconda con i creativi e le imprese, è di non perdere l'occasione di fare del merchandising un volano di sviluppo territoriale, facendo nascere gli oggetti nella culla della produzione di eccellenza italiana.

La terza è un patto con la società e l'ambiente: realizzare oggetti di design democratico, che coniugano la creatività e l'innovazione formale all'approccio sostenibile, in equilibrio tra economicità, equità sociale, ecologia, rispetto per l'ambiente e diversità culturale, accessibili dal punto di vista economico, usabili da tutti, uomini, donne, bambini, anziani, con disabilità temporanee o permanenti motorie o sensoriali, secondo i principi dell'Universal design (5).

**Erminia Sciacchitano**

*Responsabile progetto merchandising*

*Direzione generale per la valorizzazione del patrimonio culturale*

1 - *Libro bianco sulla creatività - Per un modello italiano di sviluppo*, a cura di W. Santagata, Università Bocconi, Milano 2009

2 - Da un'analisi condotta per il MIBAC nel 2005, risulta che circa il 50 % degli articoli commercializzati nel MoMA Store, non si riferisce a oggetti esposti all'interno del museo.

3 - L. Solima, A. Bollo, *I musei e le imprese. Indagine sui servizi di accoglienza nei musei statali italiani*, Electa, Napoli 2002 p. 106

4 - Sul sito web del MoMA lo slogan che invita ad acquistare oggetti nel negozio del museo è: *Shop MoMA! Every purchase supports The Museum of Modern Art.*

5 - Vedi <http://www.design.ncsu.edu/cud/index.htm>

## Dalla forma al gesto

(autoproduzione e design fragile)

I progetti selezionati in questa pubblicazione presentano due elementi di interesse che già erano contenuti nell'oggetto e finalità del concorso stesso; il *brief* di concorso prevedeva infatti che i designer si occupassero di quella galassia di oggetti che fa da interfaccia tra noi e il mondo e diventa il vero sistema d'uso e di relazione che ci circonda, ponendo l'accento sulla autoproduzione come una delle frontiere del design contemporaneo.

Una delle caratteristiche della cultura contemporanea e dello scenario postindustriale è la presenza di una semiosfera generata dagli oggetti nei quali siamo immersi e che si fanno carico della nostra relazione con il mondo. Negli ultimi anni la cultura di progetto si è occupata con maggiore intensità delle cose piuttosto che delle case: mentre la complessità della filiera produttiva e delle strutture che riguardano gli edifici, le strade, i parchi, cioè la struttura urbana e la gestione del rapporto tra pubblico e privato, rendono faticosa e lenta ogni innovazione che riguarda i luoghi del nostro abitare (tranne isolate e felici eccezioni), il mondo degli oggetti è diventato il centro attrattore delle energie progettuali, innovative, affettive. Affidiamo sempre più spesso la qualità del nostro quotidiano alle cose che ci circondano: accessori, telefoni, borse, palmari, creme, ipad, penne, scarpe, orologi; ma anche segnaposti, gioielli, vassoi, post-it, tazzine, sciarpe: sono piccoli oggetti che contengono uno scenario di riferimento, un modello di comportamento, ricchi di ricerca, professionalità, progetto e valore affettivo in un mondo di case mediocri, edifici pubblici brutti e poco curati, marciapiedi desolati, parchi depressi. Mentre l'architettura e l'urbanistica provano a ripensare le qualità e le regole del vivere quotidiano, risalta alla nostra attenzione quella specie di seconda pelle fatta di informazioni, servizi, oggetti, sapori e gesti che in questo momento contribuisce a costruire in modo significativo il nostro spazio relazionale.

La ricerca progettuale su oggetti da acquistare negli *Artshop* e *Bookshop* dei musei, una categoria apparentemente 'vecchia' e satura, diventa interessante nel momento in cui si contestualizza in uno scenario abitativo dove gli oggetti 'deboli' pervadono il nostro vissuto come e più di quelli 'forti' (auto, arredi, case).

I progetti presentati alla terza edizione del Concorso DAB da giovani designer e artisti italiani risultano una preziosa polaroid di un approccio delicato, fragile alla progettazione: non prevedono forti investimenti industriali, tecnologie di produzione in grande serie, operazioni complesse, ma sono fatti di gesti semplici, quasi delicati, spesso utilizzando materiali di recupero o comunque diffusi, miscelando tecnologia e artigianato o mettendo in relazione tecniche produttive e *media* generalmente lontani tra loro, privilegiando la ibridazione creativa ai processi produttivi articolati. Prevedono semmai lavorazioni manuali o comunque tipiche della serie variata, quasi timide e comunque delicate.

Questo introduce un secondo tema di interesse del concorso e di questa selezione, che riguarda la autoproduzione, dato che uno dei requisiti richiesti era la possibilità di autoprodurre ed eventualmente autocommercializzare gli oggetti.

Le nuove tecnologie ICT favoriscono la possibilità di autoprodurre le merci: il designer può elaborare e inviare esecutivi, gestire assemblaggi in remoto e lavorare con l'assistenza di software specifici (reverse modelling, sectioning) o con l'ausilio di *media* consueti (videoconferenze, VPN, Cloudsourcing). La tendenza del sistema capitalista maturo ad accogliere al suo interno ogni variante di produzione delle merci, includendola "nel sistema iperindustriale" - come scrive Stefano Maffei (1) - rende l'autoproduzione non solo possibile ma la pone potenzialmente all'interno del sistema *mainstream* del design. Del resto storicamente, nel Sistema Design Italia, la ricerca e la innovazione si sono spesso sviluppate nelle scuole, nei laboratori, nelle produzioni di serie minori, dove si sperimentano nuove tecnologie, nuovi progettisti e nuovi mercati, per poi fertilizzare il sistema industriale più tradizionale e consolidato.

Questo concorso e relativa selezione è una occasione di indagine nel mondo della cultura di progetto della autoproduzione e di come questa possa contribuire a cambiare il design. In questo caso specifico si assume come dato progettuale la ibridazione tra artigianato e industria; ibridazione che ha sempre sostenuto la ricerca diffusa nel sistema del design italiano, con la produzione in piccola serie, in serie speciali, personalizzate, numerate, *on demand*, e che viene rafforzata dalla stessa pertinenza con i musei e il mondo dell'arte. I progetti ci invitano a considerare l'autoproduzione come un approccio alternativo, dotato non solo di una sua identità nella filiera produttiva ma anche di una cifra stilistica, di un linguaggio. Un concorso spesso rivela una serie di segnali, spesso contraddittori, nei quali è interessante cercare quelli che sembrano fertili e promettenti per il futuro. I progetti che qui mi sembrano interessanti son quelli che provano a dissolvere il design nel comportamento, che "trovano i nodi nel flusso delle attività", come scrive Naoto Fukasawa (2), che propongono segni fragili, deboli, comportamenti più che forme. La natura di confine del tema del progetto (oggetti per artshop e bookshop) e del sistema produttivo e di commercializzazione (autoproduzione) ha forse aiutato a fare emergere un approccio di *design thinking* piuttosto che la produzione di merce, che connette questa selezione al dibattito sul design contemporaneo.

**Michele Zini**  
*ZPZ Partners*

DAB, Design per Artshop e Bookshop è un concorso multiforme e aperto, entusiasmante e innovativo, un'occasione utile per far crescere le molteplici dinamiche legate al design. L'anello di congiunzione naturale fra il nuovo in divenire e la sua concreta attuazione è rappresentato dalle piccole aziende di produzione.

Per l'edizione 2011 DAB ha incontrato sul suo cammino Raggio Verde che promuove, dal 1990 nel rispetto della natura, un recupero di utilità ambientale, coniugando contenuto e materia in una proposizione attualissima e coerente, dove dire è anche fare. Operando in Italia e con l'Italia, ha fatto del fenomeno ottico *raggio verde* il simbolo del suo pensiero aziendale, teso a saldare, in un progetto di vita migliore, forza di lavoro e territorialità. Raggio Verde crede nello stimolo e nel recupero di condizioni capaci di operare affinché sempre più giovani possano affiancare alla loro passione per il design nuove opportunità professionali e sempre più imprese possano crescere nello sviluppo del fatto e pensato in Italia.

*"Se il progetto vale per un anno, pianta del riso;*

*se vale per 10 anni, pianta degli alberi;*

*se vale per cent'anni, istruisci degli uomini"*

*(Kuan Tze, IV-III sec. a.c.)*

L'occasione, che abbiamo molto apprezzato, di essere invitati a far parte della giuria per la terza edizione del Concorso Nazionale DAB, ci ha dato modo di comprendere sul campo il potenziale di questa iniziativa, senza dubbio un'offerta contemporanea e innovativa per il territorio, la sua cultura, la sua economia.

Ancora una volta la forza della cultura creativa come traino d'identità e di valori.

**Arturo Malagoli**

*Raggio Verde*