

DOVE TROVARE ITALIC



GIORNALE ANTI-SPAM. I TEMI E LE IDEE CHE CONTANO, IN BREVE, IN PROFONDITÀ

ITALIC NEWS

INIZIA BENE IL 2012, ABBONATI A

ITALIC

UN ANNO A 24 EURO

CITTÀ

CREATIVITÀ

LAVORO

AMBIENTE

MEDIA

CONSUMI

CULTURA

INTERNATIONAL

ECONOMIA

SOCIETÀ

SCIENZA&TECH

ARTE

CERCA



CREATIVITÀ

26 GENNAIO 2012

Progettare il futuro

Ritorno alla *cultura materiale*, qualità e ricerca: nel suo ultimo libro Renato De Fusco immagina l'evoluzione del design italiano da qui al 2029

Invia

Mi piace

5

Tweet

1

Alcune tendenze vanno invertite. Altre, come l'attenzione crescente all'intero ciclo di vita del prodotto, vanno invece assecondate e approfondite. Secondo **Renato De Fusco**, professore di Storia dell'Architettura all'Università di Napoli e autore del recente libro *Design 2029. Ipotesi per il prossimo futuro*, il rilancio del design italiano passa da qui.

In *Design 2029* (Franco Angeli, 2012) De Fusco immagina, fra previsioni e auspici, l'evoluzione della categoria nei prossimi **due decenni**. "Prima di tutto occorre riaffermare la cultura materiale del design", spiega a ITALICnews. "Ci siamo un po' allontanati dalla sua funzione primaria, dalla **funzione d'uso**". Il design, dice il professore, è produrre oggetti che abbiano uno scopo e lo raggiungano badando alla qualità e ai bisogni di chi li acquista.

"Invece oggi – continua De Fusco – si parla e scrive tanto di design ma si fa meno **ricerca** e, soprattutto, si produce con meno attenzione". Un ritorno alla "cultura materiale" significherebbe anche allontanarsi dai rischi di un eccesso di teorizzazione e concentrarsi sul **prodotto** e sul cliente.

ARTICOLI CORRELATI

[Il design italiano va oltre la crisi](#)
[Il secolo della grafica](#)
[Design italo-cinese](#)
[La mostra del design autoprodotta](#)

I PIÙ LETTI

1. Architetti giovani, italiani e di successo
2. Sfoglia ITALIC n.8
3. Due sorelle per due ristoranti
4. Progettare il futuro
5. Dove crescono le idee

Architettura comunicazione
 design energia facebook
 Francia Germania grafica
 innovazione Internet
 istruzione libri Londra marketing

“E magari smetteremo anche di parlare di **design dei servizi**, quello che dovrebbe progettare anche eventi, relazioni o programmi per il pubblico”, qui il professore, un po’ in controtendenza, è categorico: ad esempio nel **turismo**, spiega, il ruolo del design è quello di far trovare a chi arriva in un albergo un letto comodo, stanze ben arredate, tazze del caffè funzionali. “Tutto il resto sono scelte politiche e amministrative che non spettano ai **progettisti**”.

Oltre a questi, apparenti, abbandoni della pura idea del design, ci sono anche campi in cui nel **prossimo futuro** bisognerà continuare a lavorare, e altri che invece sono ancora il larga parte da sperimentare.

“Un tema che tratto nel libro e che mi sta molto a cuore – spiega De Fusco – è quello dell’usa e getta. Non credo che la questione ambientale debba significare una riduzione dei **consumi**, ma è chiaro che la gente ha bisogno di liberarsi delle cose che non utilizza più: proprio per questo i **designer** devono sempre più abituarsi a progettare pensando a tutte le fasi di un prodotto, anche quando viene gettato via, anche del suo smaltimento e del suo possibile **riutilizzo**”. Di tutto questo, in un momento in cui le risorse, anche economiche, sono più scarse, bisogna tener conto.

Stesso discorso vale per il **packaging**: “Qui possiamo migliorare molto. Anche il packaging deve valutare l’esito del consumo, deve essere pensato in funzione di chi acquisterà il **prodotto** e di come lo utilizzerà e, in seguito, se ne sbarazzerà”.

Ritorno alla “cultura materiale” e progettazione lungimirante da sole non bastano. De Fusco auspica un ritorno all’età dell’oro del design in **stile italiano**, quello che negli anni Cinquanta e Sessanta ci ha resi famosi in tutto il mondo. E che, come ci ha raccontato Luisa Bocchietto, presidente dell’Associazione per il Disegno Industriale (Adi), ci assicura ancora grande credito all’estero.

Per raggiungerlo “bisogna puntare ancora di più sulla **qualità** di quanto produciamo – dice De Fusco – Che significa anche capire, reinterpretare e accontentare le esigenze del mercato e del pubblico”. Ma nemmeno la qualità può assicurare il successo. Come ha detto Luisa Bocchietto di **Adi**, bisogna riuscire a organizzarsi per battere la concorrenza degli altri Paesi. “Il coordinamento fra produzione e promozione del design italiano, soprattutto quando si va all’estero, è fondamentale”, conclude De Fusco. “Ma in questo, grazie al lavoro di Adi, siamo sulla strada giusta”.

Possiamo lavorare con **ottimismo**. Da qui al 2029.

Matteo Acme

© Riproduzione riservata

Per approfondire:
[Design 2029. La scheda del libro](#)

mobilità musica New York petrolio
stati uniti twitter

 twitter

Trieste, una città che guarda all'Europa. Da oggi gli incontri di TS7+ <http://t.co/SOnriAo>
14 hours ago

L'uomo che ha disegnato ogni cosa. Chi è Marc Newson e per quali ragioni ha successo
<http://t.co/lwg6oPh2>
18 hours ago

NewsHour ha sottotitolato Obama grazie all'aiuto del pubblico. Come funziona una traduzione in crowdsourcing <http://t.co/lBA1A4H7>
1 day ago