

Università degli studi di Camerino

Scuola di Architettura e Design "Eduardo Vittoria" (SAD) Corso di Laurea
DISEGNO INDUSTRIALE E AMBIENTALE



La diffusione dell'innovazione artigianale attraverso tecnologia e design

Laureando:

Alessandro Casmirri

Matricola:061544

Relatore:

Prof.ssa Lucia Pietroni

Coorelatore

Prof. Federico O. Oppedisano

A.A. 2011/2012

*"La prima cosa che si nota nell'atto creativo è che si tratta di un incontro...la creatività
è il confronto dell'essere umano intensivamente conscio con il suo mondo"
(Rollo May)*

Indice:

Introduzione

1. *Nuova visione dell'artigiano nella società attuale*
 - 1.1 *Definizione dell'Artigiano.*
 - 1.2 *I Makers ed i Faber.*
 - 1.3 *Il Made in Italy.*
 - 1.4 *Il ruolo dell'artigianato e il suo metodo di lavoro*
 - 1.5 *Prodotti d'eccellenza e del "saper fare bene".*
 - 1.6 *Il Caso Roland DG Europe - Forum dell'artigiano tecnologico.*
 - 1.7 *Rinascimento Artigiano.*
2. *Rapporto tra Design e l'artigiano .*
 - 2.1 *Tecnologie al servizio dell'artigianato.*
 - 2.2 *Il design visto dall'artigiano.*
 - 2.3 *Incontro ed esperienza tra un artigiano e design.*
 - 2.4 *Relazione Quorra*
 - 2.5 *Relazione Wildlife*
3. *Nuove frontiere della Comunicazione dell'Artigiano e del Prodotto.*
 - 3.1 *Nuove frontiere di comunicazione e Marketing Web 2.0.*
 - 3.2 *Effetto. Wow, ed il WowMeter.*

Conclusioni.

Bibliografia

Sitografia

Referenze fotografiche

Allegati Progetti Quorra e Wildlife

Introduzione

L'esperienza personale svolta presso la Roland DG Europe, come stagista, mi ha permesso di scoprire un mondo che muove parallelamente all'industria un sistema produttivo basato sulle singole realtà, che vanno dai piccoli laboratori artigianali alle community virtuali dove lo scambio di idee e informazioni trasformano una realtà sotto stimata in un universo fatto di opportunità ed innovazione. Il lavoro svolto all'interno dell'azienda mi ha permesso di incentrare la tematica di questo lavoro di tesi sulla nuova visione dell'artigiano in cui la tecnologia diventa parte integrante del suo ambiente e, al tempo stesso, lui ne è padrone e fruitore al fine di realizzare prodotti *ad hoc* per i propri utenti. Un saper fare legato all'amore della tradizione e innovazione, due opposti che si incontrano all'interno di una figura dove l'impossibile può esser possibile. Nel lavoro che ho svolto ho suddiviso il mio percorso in tre parti: sono partito ripercorrendo il concetto di artigiano sia a livello istituzionale che umano cercandolo in una realtà attuale; Ho percorso all'interno di comunità virtuali che hanno portato la mia visione oltre-oceano osservando con stupore la nascita del nuovo artigiano in una terra lontana come l'America. In questo continente possiamo vedere partecipi, come attori principali, personaggi del nostro paese che trasmettono passione, innovazione e un made in Italy che rappresenta la nostra cultura, il sapere, e l'arte del fare: da sempre sinonimo di qualità e garanzia in tutto il mondo. L'analisi svolta all'interno della mia ricerca si è rivolta oltre che alla storia dell'artigiano e all'attuale evoluzione con un riferimento al made in Italy, anche alla metodologia di lavoro che oggi si trova ad affrontare il nuovo artigiano; il sistema di interazione tra oggetti manuali e digitali, dove il mix perfetto tra i due permette di ottenere prodotti di eccellenza. Una parte è stata dedicata al caso Roland DG Europe, a cui possiamo riconoscere un elevato contributo alla diffusione artigianale tecnologica, portando alla nascita di una comunità virtuale in grado

legare informazioni ed esperienze in maniera completamente gratuita; tale metodo è la base della nuova visione di comunicare, creare e condividere dettata dalla legge dei makers. Tutto questo mi ha permesso di constatare e descrivere come un nuovo risorgimento è in atto, quello artigianale, e una nuova rivoluzione è alle porte fatta di bit e community.

Nella seconda parte della mia analisi ho cercato di descrivere il rapporto attuale tra design e artigiano: partendo dalle tecnologie e dall'ambiente che lo circonda mi è stato possibile effettuare una serie d'interviste e recepire opinioni riguardo la visione dell'artigiano sull'attuale scenario del design italiano. Attraverso questo rapporto di scambio è stato interessante creare un rapporto collaborativo per la realizzazione di un prodotto legato all'attività dell'artigiano attraverso le metodologie progettuali del design, oltre al mix di creatività da entrambi i lati di esperienze delle figure in relazione. Il prodotto realizzato (*Quorra*) viene descritto nei paragrafi come un combinazione di metodo e applicazione, condiviso tra sistemi tecnologici a basso costo programmabili con software open source e tecniche artigianali, sperimentando una nuova visione dell'utilizzazione e creazione . Tale lavoro ha fatto sì che potessi realizzare un ulteriore prodotto sulla base delle conoscenze in possesso e delle tecniche: *Wildlife*. Assemblando nuovamente artigianalità e tecnologia si è potuto realizzare un concept a basso costo, con innovazione ed eccellenza nel suo insieme, interamente made in Italy. Nella terza ed ultima parte l'attenzione si è focalizzata sulla nuova comunicazione attuata da internet e, nel suo insieme, dal social network e-commerce permettendo di creare sia un mercato parallelo a quello cui noi siamo abituati a vedere, sia al raggiungimento di una condivisione e un forte rispetto di comunità dove lo scambio di informazioni e idee permette di crescere culturalmente e di giungere ad un'indipendenza grazie alla presenza di

grandi colossi industriali, oltre a fornire gli strumenti necessari per costruire un futuro imprenditoriale diverso e innovativo.

1.1 Definizione dell'Artigiano.

Attingendo alle normative vigenti, viene descritto "artigiano" quell'imprenditore che:

esercita personalmente, professionalmente e in qualità di titolare, l'impresa artigiana, assumendone la piena responsabilità con tutti gli oneri e rischi inerenti alla sua direzione e gestione e svolgendo in misura prevalente il proprio lavoro nel processo produttivo.¹

Aggiungo poi che l'imprenditore artigiano è tale in quanto viene richiesta una specifica preparazione sul tipo di attività svolta. Dato che il contenuto di questa definizione ha una base prettamente burocratica del termine artigiano, e quindi si riporta la descrizione affermata del noto sociologo americano Richard Sennett, secondo cui:

l'uomo artigiano è il perfetto antidoto all'uomo flessibile: la riscoperta della fondamentale pulsione umana all'arte di saper fare e al saper fare con arte contro l'erosione di ogni eccellenza.²

La stessa parola Artigianato, intesa come capacità naturale e attività primaria dell'uomo svolta per il proprio sostentamento materiale ed estetico. È proprio questo che distingue il genere umano dalle altre forme viventi, diritto umano primario per eccellenza al proprio sostentamento. Il vero Artigiano è colui che fa un arte a mano, che esercita un mestiere manuale in proprio, con utensili, attrezzi e macchinari a guida manuale adatti a singole lavorazioni attraverso la trasformazione delle materie prime naturali o loro semilavorati con un organizzazione del lavoro individuale e/o familiare per la produzione (non su commissioni d'impresa) di oggetti d'uso e/o artistici e con la

¹ Legge n. 443 dell'8 agosto 1985 denominata *Legge quadro per l'artigianato*.

² R. Sennet *L'Uomo Artigiano* ed. Feltrinelli Milano, 2009, p.18

vendita diretta dei propri manufatti nel luogo di produzione o in mercati. L'artigiano dispone di attrezzi e mezzi di produzione semplici, esegue tutte le fasi della lavorazione, fino al prodotto finito: ideazione, creazione e vendita, tre lavori in un'unica figura con vendita diretta, nella propria bottega. Un mestiere tradizionale e artistico per la produzione di oggetti d'uso o artistici in modo autonomo, indipendente, è auto-lavoro di chi organizza liberamente i modi e i tempi per l'attività lavorativa, lavoro in proprio che non è certo l'impresa. Sennett descrive tre ragioni fondamentali che distinguono l'uomo artigiano dal lavoro in fabbrica. Prima di tutto assimila un livello di autonomia superiore, che riflette la capacità di orientarsi all'interno di problemi complessi e di trovare a sua volta soluzioni originali. Come detto in precedenza a differenza dell'operaio che si trova lungo catene di montaggio o in celle di reparti, l'artigiano domina l'intero processo produttivo ed è capace di utilizzare con abilità una varietà di strumenti. Il secondo aspetto riguarda il dialogo con il committente; L'artigiano conosce le aspettative e i desideri di colui che è destinatario del suo lavoro ed è in grado di verificare la qualità del risultato finale con il diretto interessato. Questa capacità di ascolto è essenziale per la personalizzazione del prodotto, tipica della dimensione artigiana, una forma di empatia tra esecutore e committente. Per finire, l'aspetto sociale del mestiere: l'attività dell'artigiano si forma in azioni socialmente distinguibili e trasmissibili non solo fermandosi a semplici gesti, ma spingendosi fino ad espressioni e disposizioni dell'animo, dando



Figura 1 Artigiano a lavoro.

un'identità propria³. D'altro canto c'è da aggiungere una visione negativa della figura dell'artigiano dove a volte si associa la sua parola "artigianale" come preconetto di non eseguito alla perfezione. C'è da considerare l'artigianale aggiungendo la definizione del "fatto a mano" come concetto di unico e adatto all'esigenza di chi lo fruisce, come già è stato detto, una flessibilità e capacità di ascoltare il committente creando una forma empatica tra le parti, che spesso non viene instaurata tra il lavoratore di azienda o l'ingegnere. Tornando alla definizione dell'autore Sennett, egli non si limita a descrivere le caratteristiche, ma ne enfatizza il concetto stesso; Per lo studioso,

l'artigiano è colui che ama il lavoro fatto a regola d'arte, che si impegna nella realizzazione di uno standard superiore e che ha la possibilità di ribadire con orgoglio la qualità del suo lavoro.⁴



Figura 2 Realizzazione cassa violino.

³ R. Sennet *L'Uomo Artigiano* ed. Feltrinelli Milano, 2009, pp.278

⁴ R. Sennet *L'Uomo Artigiano* ed. Feltrinelli Milano, 2009, p.268

1.2 I makers ed i Faber .

Attualmente la visione dell'artigiano si distingue in due parti sostanziali, non riconosciute dalla legge: artigiano manuale-creativo e impresa artigiana; Esse si distinguono a seconda delle finalità, della tipologia di produzione, dell'utilizzo di dipendenti e della modalità di vendita.

L'impresa artigiana-industriale impiega dipendenti e utilizza macchinari meccanizzati e automatizzati, per produzioni quasi totalmente in serie, e attua un modello di economia di mercato che non appartiene agli artigiani manuali e creativi. Questi ultimi, infatti, realizzano manufatti, spesso di altissima qualità, in un numero limitato di pezzi, ciò è determinato dal fatto che, la capacità produttiva del lavoro manuale è molto limitata. La produzione avviene individualmente e autonomamente, spesso in casa, eseguendo tutte le fasi della lavorazione, dalle materie prime, sino ad arrivare al prodotto finito, usando semplici attrezzi e macchinari a guida manuale, adatti a singole lavorazioni. Le fasi vanno dall'ideazione alla realizzazione, per finire alla vendita diretta del proprio prodotto, in laboratorio aperto al pubblico, per chi ha la possibilità di averlo, o in mercati specifici (oggi quasi impossibili da ottenere). L'artigiano manuale, specie quello creativo, esegue tre lavori in uno⁵. La legislatura vigente riconosce, invece, solo l'impresa artigiana, e con gli stessi oneri e parametri vorrebbe inquadrare gli artigiani manuali e creativi. Ma chi per noi oggi è l'artigiano e come si muove all'interno di un mercato sempre più saturo e privo di forme nuove nel cambiamento della società attuale?

Andiamo oltre continente per analizzare una forma di nuovo artigianato chiamato *Make*. I *makers*, termine definito da Frauenfelder, indica innanzitutto la capacità di riappropriare una delega che un secolo fa abbiamo concesso alle grandi aziende che si sono imposte sul mercato attraverso tecniche di marketing e di comunicazione. Si evidenzia nel

⁵ E. Sottili *Quale futuro per l'artigianato manuale creativo?* In *Vivere d'Arte*, numero 14, 2007 Cremolino (AL) pag. 2

termine stesso una deprogrammazione nel momento in cui un processo liberatorio consente di reimpossessarsi della propria cultura materiale per non crollare ad un mercato sempre più alla deriva dove la nostra figura è vista come attori passivi incapaci di esprimere progettualità. I *Makers* sono riusciti ad abbandonare l'illusione della felicità riferita all'esigenza del comprare, trasformando il concetto stesso del fabbisogno quotidiano e collettivo. Il movimento stesso condivide le affermazioni di Sennett in cui definisce un nuovo «materialismo culturale»⁶ secondo il quale c'è una forte convinzione per riappropriarci del mondo attorno a noi; Bisogna vivere esperienze attive, poiché siamo noi gli attori principali che interveniamo sul mondo stesso. Basti pensare a livello sociale che “saper fare” è una sorta di rivoluzione culturale che presenta una quantità incalcolabile di vantaggi: permette di recuperare capacità e utilità perdute, di accedere a beni primari, di inquinare meno e risparmiare molto, di sperimentare una nuova dimensione entro la quale rivalutare il tempo e raggiungere la soddisfazione di un lavoro ben fatto da condividere in modo solidale. Possiamo quindi affermare che l'uomo di fronte al “saper fare” ha come riscatto una stima di se stesso per aver compiuto un'opera o un'azione. Ciò produce un'emozione positiva che inequivocabilmente porta ad un benessere personale; Tale energia si riflette attorno al soggetto creando a sua volta positività. Questo sistema rende possibile una società più attiva e oggettiva, guardando il futuro con un aspetto più roseo e innovatore.

Ma cosa distingue il *makers* attuale dall'artigiano? Concettualmente le due figure si confrontano avendo alla base le stesse fondamenta, ciò che spinge avanti il *makers* è una maggior propensione a guardare l'innovazione e la trasformazione attraverso l'uso di nuove tecnologie, mescolando tecniche e attività, sperimentando una nuova visione dell'utilizzazione e creazione di servizi. Nelle fiere dedicate a questi

⁶ R. Sennet *L'Uomo Artigiano* ed. Feltrinelli Milano, 2009, p.11

innovatori Artigiani si può osservare come diversi gruppi di ragazzi che si divertono a reinventare o sostituire modi di fare, quando poi ci si ferma ad analizzare diversi procedimenti di realizzazione e lavoro, dietro ad ogni loro processo, il pensiero è rivolto alla figura tipica dell'artigiano dove, non avendo conoscenza di un determinato modo di fare di un'applicazione specifica o marchingegno, essi studiano e osservano il contenuto per comprenderne la forma e il meccanismo avendo poi la capacità di ricrearne con dovuta maestria la sua natura, trasformandolo in una visione tecnologicamente armonizzata al suo artefice. L'attenzione su questo nuovo modo di osservare e concepire il mondo è presente in chi non ha basi tecnico informatiche, ma che dentro di se vive una forte propensione

al "fai da te", non per questo in diverse riviste o testate giornalistiche si parla a riguardo di questi eventi (*Maker Faire*), si parla di fiere per appassionati del fai da te e modellismo, anche se ciò che si respira è la volontà di un mondo convinto di dire la sua nel campo tecnologico soprattutto nei settori come quello dei microprocessori,

dell'informatica e della sostenibilità ambientale. Gli ospiti che prendono parte a questi incontri sono interpreti dell'innovazione proponendo interfacce o computer per la realizzazione di prodotti di consumo. Uno dei concetti tipici è quello dell'"*open source*", termine inglese che significa sorgente aperta, un software i cui autori (più precisamente i detentori dei diritti) ne permettono anzi, ne favoriscono il libero studio e l'apporto di



Figura 3 Manifesto Make Faire 2008

modifiche da parte di altri programmatori indipendenti. Questo è realizzato mediante l'applicazione di apposite licenze d'uso. La collaborazione di più parti (in genere libera e spontanea) permette al prodotto finale di raggiungere una complessità notevolmente maggiore di quanto potrebbe ottenere un singolo gruppo di lavoro.⁷ *L'open source* ha tratto grande beneficio da internet, perché esso permette a programmatori geograficamente distanti di coordinarsi e lavorare allo stesso progetto. Alla filosofia del movimento open source si ispira alla corrente *open content* (contenuti aperti): in questo caso ad essere liberamente disponibile non è il codice sorgente di un software ma contenuti editoriali quali testi, immagini, video e musica. Wikipedia è un chiaro esempio dei frutti di questo movimento. Attualmente *l'open source* tende ad assumere rilievo filosofico, poiché stabilisce di una nuova concezione della vita, aperta e refrattaria ad ogni oscurantismo che *l'open source* si propone di superare mediante la condivisione della conoscenza. Un personaggio che in America raccoglie grande successo nel mondo *Maker* è l'italiano Massimo Banzi, di cui è noto il suo rivoluzionario progetto *Arduino*, una piattaforma *open source* hardware per il *physical computing* (ovvero un'infrastruttura di sensori flessibili e liberamente programmabili capaci di essere implementati in diversi contesti, rispondendo a tutte le esigenze), sviluppata all'*Interaction Design Institute*



Figura 4 Logo open source

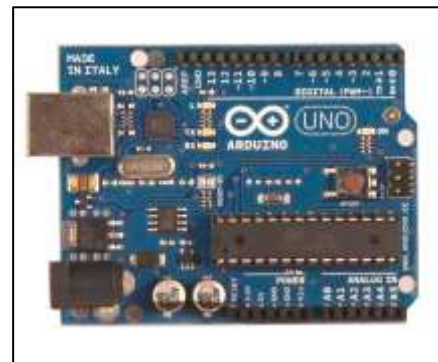


Figura 5 Arduino Uno

⁷ S. Micelli Futuro Artigiano Ed. Marsilio 2011, Venezia pp. 27 - 30

di Ivrea, un istituto fondato dalla Olivetti e da Telecom Italia. *Arduino* è basata su una semplicissima scheda di I/O e su un ambiente di sviluppo che usa una libreria Wiring per semplificare la scrittura di programmi in C e C++ da far girare sulla scheda.⁸ Le caratteristiche principali che distinguono questa scheda sono il suo prezzo contenuto e la semplicità con cui è possibile programmarla, alla portata di tutti, anche di chi non è del settore; Per questo ha conquistato il cuore di tantissimi hobbisti ma anche artisti e raggiunto una grandissima popolarità nel mondo hacker. Chiunque può scaricare i progetti tecnici di *Arduino* da internet, imparare il linguaggio di programmazione per gestirlo e divertirsi in test come in laboratorio con i mattoncini lego. È il successo dell'*open source* hardware: i documenti vengono condivisi online e le community di appassionati mettono alla prova le idee.

Ma chi è Massimo Banzi?

Massimo Banzi si occupa di Design Interattivo sia come consulente che come insegnante. Come già accennato, egli ha fondato il progetto *Arduino*, primo esempio di successo nel campo dell'*hardware open source*. Ha lavorato su progetti per clienti come Prada, Artemide, Persol,



Figura 6 Massimo Banzi

Whirlpool, V&A Museum e Adidas. E' stato per 4 anni professore associato all'*Interaction Design Institute* di Ivrea. Oltre ad Ivrea ha insegnato presso istituzioni come: (CIID – Copenhagen, Architectural Association); London, Central Saint Martin; London, Bartlett; London, Hyperwerk Basel, Hochschule für Gestaltung und Kunst Basel, Hochschule für Gestaltung Schwäbisch Gmünd, FH Potsdam, Domus Academy, Medialab Madrid, Escola Superior de Disseny Barcelona, ARS Electronica Linz, Mediamatic Amsterdam, Doors of

⁸ Giovanni G. Costa Arduino L'elettronica Open Source! LinuxDay 2009 Verona p.15

Perception Amsterdam. Prima di Ivrea è stato CTO dell'incubatore Seat Ventures ed ha lavorato per molti anni come software architect, sia a Milano che Londra, su progetti per clienti come Italia Online, Sapient, Labour Party, BT, MCI WorldCom, SmithKlineBeecham, Storagetek, BSkyB e boo.com.⁹ Da un sondaggio proposto dal Sole24ore, che ha stilato una lista dei dieci innovatori del decennio, vi troviamo proprio lui "il signor Arduino" la cui fama attualmente compete tra quelle della Apple e Google.¹⁰

E in Italia? Abbiamo detto che i *Maker* sono i nuovi artigiani che, sviluppando ed elaborando tecnologia, cambiano radicalmente il modo di vedere il mercato e l'economia attuale attraverso sistemi di *open source* e *open content*; Ma in Italia tutto questo ha ancora una scarsa recettività. Il nostro *artigiano tecnologico* sta avendo quella mutazione come per il maker facendosi spazio in un sistema culturale spesso indietro con l'evoluzione di elementi tecnologici anche se spesso quella stessa tecnologia che sentiamo dall'altra parte del mondo è pensata proprio dal

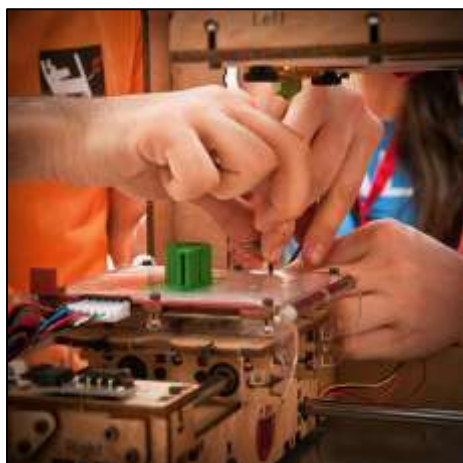


Figura 7 Immagine del FabLAB Torino

nostro paese. In Italia *l'artigiano tecnologico* rinasce in un attuale involuzione dell'uomo che produce beni che hanno valore di scambio, in cui sono mezzi per altri fini (dai privilegi che dà la ricchezza al semplice sostentamento) ad un *homo faber* il quale realizza opere che hanno valore d'uso, che sono fini in sé. Il *faber* come artefice, capace di creare, costruire, trasformare l'ambiente e la realtà in cui

⁹ Bibliografia M. Banzi in <http://www.massimobanzi.com>

¹⁰ Il Sole 24 ore articolo Ecco i dieci innovatori del decennio raccontati dal Sole 24 Ore. Votate il migliore. Dicembre 2010

vive, adattandoli ai suoi bisogni¹¹, questo nuovo termine sigilla l'evoluzione dell'artigiano tecnologico dove la stessa tecnologia sono i nuovi strumenti di lavoro legati alle radici della maestria che li ha distinti nella storia, sviluppando applicazioni per migliorare il rapporto con il prodotto e renderlo qualitativamente più elevato, portando tale arte e manufatto all'eccellenza.



Figura 8 Realizzazione lampada da tavolo in cartone, Vectorealism.

¹¹ Grande Dizionario Italiano di A.GABRIELLI *Dizionario della Lingua Italiana* HOEPLI

1.3 Il Made in Italy.

Le produzioni del Made in Italy rappresentano un punto di forza dell'apparato produttivo nazionale. Sono una fonte importante di occupazione e costituiscono un attivo sulla nostra economia. Si tratta di produzioni ideate e realizzate in distretti artigianali e/o industriali che rappresentano una forza del nostro sistema produttivo e nella coesione sociale e livelli alti di benessere civile. In realtà le produzioni del Made in Italy costituiscono uno dei punti di eccellenza dell'industria manifatturiera europea, che deve essere difesa e valorizzata. La congiuntura interna e l'emergere dei Paesi di nuova industrializzazione (Cina, India e Brasile in primis) pongono nuovi e importanti problemi da affrontare. Premesso che il Made in Italy è una grande opportunità per lo sviluppo delle imprese italiane, un punto di forza da sfruttare in ogni modo e che funge da propellente per tutto il sistema imprenditoriale, ricordiamo che con l'espressione inglese Made In Italy, si

indica il processo di rivalutazione della produzione artigianale e industriale italiana che ha spesso portato i prodotti italiani, soprattutto negli Anni '80, ad eccellere nella competizione commerciale internazionale. Quali sono i fattori che consentono al nostro Paese una performance così eccellente? Non

certo la vastità del nostro territorio: siamo appena un ventottesimo del Brasile, un trentesimo degli Stati Uniti, un sessantesimo della Russia. Non certo la quantità di popolazione, per la quale siamo appena al ventitreesimo posto nel mondo. Neppure la disponibilità di materie prime, di cui siamo scarsissimi. Ciò che ha consentito agli italiani di recuperare la débâcle della seconda guerra mondiale e la scarsità di elementi strutturali è la creatività, lo stile di vita, la capacità di cogliere le preziose opportunità



Figura 9 Ata design by Simone Micheli for Adrenalina

offerte dal recente passaggio epocale da una società industriale, centrata sulla produzione in grandi serie di beni materiali, a una società postindustriale, centrata sulla produzione di beni immateriali come le informazioni, i simboli, i valori, l'estetica. Questa nostra capacità è determinata da una sintesi unica nel mondo dal concetto di tempo e di culto per la memoria, di eleganza e di bellezza, di benessere nel quotidiano e di piacere del gusto, di prodotti tangibili e di valori intangibili. Una stratificazione che non accenna a fermarsi e che affronta, con buona possibilità a vincere la sfida dei nuovi materiali e delle nuove tecnologie, inglobandole nel bagaglio degli attrezzi adottati per tradurre in concretezza la nostra fantasia. Il modello di vita latino assume sempre maggiore importanza, un modello i cui pregi sono messi ancora più in risalto con altri due modelli – quello americano e quello islamico – in cui gli estremismi di un fondamentalismo religioso e consumista alimentano una conflittualità sinistra e insanabile. Tutti questi fattori concorrono a sostenere il Made in Italy, grazie alla capacità creativa, alla propensione imprenditoriale, alla dotazione culturale, al gusto della qualità, alla consapevolezza della propria unicità, alla capacità di cogliere e soddisfare i desideri irrazionali, alla forza della tradizione, alla vocazione estetica, allo stile di vita, alla flessibilità. Ma quali sono i punti di forza di un sistema così ben definito e vitale?

Si può dedurre un elenco per evidenziare questi fattori determinanti:

- una notevole capacità creativa;
- una buona propensione imprenditoriale;
- una dotazione culturale;
- la qualità;
- la capacità di promuovere la propria unicità;
- la capacità soddisfare meglio degli altri i desideri non razionali;
- la tradizione;
- l'estetica;

- l'esistenza di aziende di media grandezza, in grado di essere più innovative rispetto alle grandi imprese;
- il life style;
- l'estro nel design e nella progettazione;
- la flessibilità.¹²

Le marche hanno acquisito sempre maggiore importanza ed influiscono in misura crescente sull'immagine dei prodotti realizzati. Anche il brand globale dell'Italia aumenta il proprio peso rispetto al successo di prodotti e servizi. Il Sistema Italia incentiva la capacità di aggregazione e di condivisione strategica basata sulla conoscenza e sull'esperienza, sviluppando progetti condivisi tra i migliori imprenditori che trainano tutti gli altri nelle direzioni corrette; vengono coinvolte le Università, le Fiere, i musei e tutte le componenti culturali e produttive del Paese. A metà degli anni '80 una delle principali riviste giapponesi sviluppò un'inchiesta approfondita sulle imprese minori operanti in Lombardia, Veneto, Emilia. Fu un'inchiesta condotta molto seriamente con un'equipe sul posto per oltre un mese che visitò decine di aziende, soprattutto attive nei settori che sinteticamente indichiamo con l'espressione *Made in Italy*. La domanda alla quale la rivista cercava una risposta era la seguente: "quale era il segreto che permetteva a queste imprese, apparentemente così piccole e così fragili, di mietere tanti successi?"¹³. La risposta fu che il fattore principale era che queste imprese poggiavano su una cultura di prodotto molto forte che veniva da lontano, su una storia artistica ed artigianale antica che aveva le sue radici nelle botteghe rinascimentali, nei diversi musei e chiese diffuse su tutto il territorio. Risorse che tramandano una diffusa cultura estetica, accompagnata dall'orgoglio tipico dell'artigiano che cerca di realizzare un prodotto perfetto per propria intima

¹² Impresa Mia Quotidiano della piccola e micro impresa - articolo: Che cos'è il Made in Italy? ed. 2011 Roma

¹³ M. Vitale L'economia italiana e le origini del made in Italy -Convegno "Uomini e geni del tessuto industriale italiano Museo Nazionale della Scienza e della Tecnologia Milano 2005

soddisfazione, l'orgoglio del saper fare, di essere artefice, creatore, più ancora che per denaro. Vi sono due modi di considerare il *Made in Italy*; Il primo è quello di considerarlo un fenomeno relativamente recente, degli ultimi cinquant'anni, sviluppatosi per una serie di coincidenze fortuite (dal basso costo del lavoro, all'emergere di un nuovo ceto imprenditoriale, al fiorire di alcuni stilisti e designer, alla voglia di riscatto del popolo italiano dopo le tristezze della guerra). Il secondo modo è quello di inquadrare questo fenomeno in una prospettiva lunga della tradizione e della cultura italiane. Secondo quest'ultima lettura il *Made in Italy* viene da molto lontano; è il frutto di una lunga e fertile cooperazione e *cross fertilisation* tra cultura, arte, artigianato, abilità manifatturiera, territorio, memorie storiche.¹⁴ La conclusione dell'eccellente inchiesta della rivista giapponese si poneva nella linea di questa seconda lettura. La stessa lettura che diede



Figura 10 Copertina di "Design in Italia", scritto da Valentina Croci e Porzia Bergamasco, curato da Aldo Colonetti e pubblicato da Giunti.

Prezzolini nelle sue memorabili lezioni alla Columbia University nel 1948, dal titolo *The legacy of Italy*, nelle quali spiegava agli studenti americani che cosa è l'Italia.¹⁵ Prezzolini poneva una distinzione fondamentale tra lo Stato italiano, creatura recente sofferta e sofferente portatrice di due guerre mondiali, di una dittatura, di tante inflazioni e di molti altri guai, e la civiltà italiana, civiltà millenaria, generosa, universale. La civiltà italiana,

se la spogliamo dalle angustie in cui l'ha costretta la nascita dello stato nazionale, ha mille anni di storia ed è stata, a partire dai comuni italiani dove si collocano le vere radici della nuova Europa, la cultura più universale del mondo. I prodotti che rappresentano lo stile italiano vincente non sono frutto del caso. Essi vengono da lontano: sono frutto di

¹⁴ M. Vitale L'economia italiana e le origini del made in Italy -Convegno "Uomini e geni del tessuto industriale italiano Museo Nazionale della Scienza e della Tecnologia Milano 2005

¹⁵ ibidem

questa civiltà. In questi ultimi anni abbiamo assistito a un ritorno forte e deciso del *Made in Italy* sul mercato non solo nazionale, ma anche internazionale. Sulla base di questa fama viene organizzato nel nostro paese un premio di riconoscimento al prodotto d'eccellenza dove si propone di operare attraverso iniziative finalizzate alla promozione dell'immagine dell'Italia come sistema paese, allo scopo di favorire una ricaduta che premi nel loro insieme tutti i prodotti italiani, facendo leva sull'effetto trainante di quelli di alta qualità. Promuovere l'Italia come sistema paese, vuol dire metterne in rilievo le doti di imprenditorialità, creatività artistica, raffinatezza e cultura che si riflettono nei suoi prodotti e nel suo stile di vita, istituendo un premio da assegnare annualmente alla personalità italiana o straniera che meglio abbia rappresentato l'immagine dell'Italia nel mondo, e tre *Premi Leonardo Qualità Italia* da assegnare a tre leaders d'azienda che abbiano registrato importanti successi sui mercati internazionali¹⁶. I premiati sono definiti dal Capo dello Stato *ambasciatori dell'immagine dell'Italia nel mondo* per il loro ruolo internazionale di particolare valore e per i risultati conseguiti a testimonianza dell'eccellenza del lavoro italiano. Infine il valore peculiare del *Made in Italy* ha origini molto profonde e lontane, anche nella storia. L'Italia è un Paese dove i suoi richiami sono frutto in gran parte delle suggestioni della sua storia, della sua arte, della sua cultura e del fascino della sua geografia. La marchiatura d'origine che contraddistingue un prodotto italiano esula dalle più semplicistiche questioni di *country of origin effect* e dal fenomeno del *Made in Italy*.¹⁷ Il *Made in Italy* condivide con la marca la natura immateriale: i suoi aspetti connotativi e simbolici



Figura 11 Premio Leonardo qualità Italia.

¹⁶ www.comitatoleonardo.it

¹⁷ Kotler, P. and Gertner, D., 2002. Country as brand, product and beyond: a place marketing and brand management perspective. *Brand Management*, pp.249-261.

aggiungono valore all'offerta in toto e ai suoi singoli settori. Il Made in Italy è un "vettore di senso", un "motore semiotico" in grado di dar vita ad un universo evocativo che ruota attorno a un sistema di valori base.



Figura 12 Made in Italy.

1.4 Il ruolo dell'artigianato e il suo metodo di lavoro

La cultura tout court, è la più importante risorsa italiana. Il nostro Paese non è mai stato ricco di altro se non della sua storia e di ciò che i secoli, per un processo di accumulo graduale ma non casuale nel tempo, ci hanno lasciato, sia in termini materiali che immateriali. In effetti, privi di particolari risorse naturali, gli italiani hanno da sempre dato fondo alle loro prerogative, fino a diventare ricchi di inventiva, creatività, capacità tecniche e artistiche, in breve, provvisti di capitale umano più che di patrimoni e risorse fisiche. Persino il paesaggio italiano è il risultato, in fondo, di lente trasformazioni antropiche piuttosto che di caratteristiche naturali lasciate intatte fino ad oggi. A Siena vi è forse tra gli altri uno degli esempi più fulgidi e pregnanti, un , navigato e capace che fin dall'adolescenza ha imparato e fatto propri i segreti di un mestiere antico e senza tempo, passato di generazione in generazione. A Forio vive, opera e si diletta l'ultimo dei ferracavalli Giuan per gli amici, lacono Giovanni all'anagrafe.¹⁸ Non solo un antico mestiere, ma un bene culturale in tutti i sensi che rappresenta il lascito di un lungo cammino ma che oggi vanno concepiti come il punto di partenza obbligato per una serie di attività sociali ed economiche che pongono il nostro paese in una posizione di grande prospettiva e di indubbia eccellenza. Quindi, la cultura ed i suoi beni come risorsa, e non come eredità scomoda di cui occuparci per puro senso di responsabilità e della quale faremmo volentieri a meno poiché è proprio vero che “nella storia è scritto il nostro futuro”. Proprio per



Figura 13 Maniscalco a lavoro

¹⁸ P. D'Ambra Il ruolo dell'artigianato per la valorizzazione degli antichi mestieri
Forio News Cultura Napoli 2007 p. 4

questo una società più accorta a tutte le sue sfaccettature dovrebbe avere un occhio particolare per questi soggetti. L'artigianato contiene l'esemplificazione di una tecnica, di uno stile, di un periodo storico, di materiali e processi utilizzati e in molti casi ancora utilizzabili da artisti, professionisti, tecnici e da artigiani e senza dubbio il ferracavallo foriano¹⁹ ne è la materializzazione e la riprova. In effetti migliaia sono le imprese che contribuiscono con la manutenzione, con il restauro, con l'installazione di apparati tecnologici, alla conservazione del bene, alla sua valorizzazione, alla fruizione in modo ottimale. Il ferracavallo nel suo caso contribuisce a preservare un mondo, uno stile di vita e una cultura che gradualmente sulla nostra isola va scomparendo. Un mondo bisognoso di interventi della massima delicatezza, di grande specializzazione e manualità, di altissima professionalità e soprattutto di responsabilità, perché soggetti malaccorti o improvvisati possono arrecare danni irreparabili agli animali. Un modo di lavorare ed operare che evidenzia l'importanza della qualificazione, della formazione e, direi, anche del sostegno, poiché intervenire con tecniche e strumenti raffinati su manufatti rari implica una dedizione, una preparazione attenta che appunto il nostro maniscalco in anni ed anni di pratica ed ancor prima di gavetta ha saputo raccogliere ovviamente l'evoluzione dell'arte di bottega ed il suo sviluppo richiede anche condizioni di mercato stabili; in breve implica un contesto favorevole che possa assicurare, accanto alla specializzazione dell'operatore, anche una continuità di lavoro, in particolare in termini di accesso alle opportunità che si presentano. Ovviamente è stata la recente



Figura 14 Maniscalco a lavoro con nuove tecnologie

¹⁹ P. D'Ambra Il ruolo dell'artigianato per la valorizzazione degli antichi mestieri Forio News Cultura Napoli 2007 p. 4

riscoperta dell'equitazione a dare nuovo vigore e sviluppo, principalmente dal mercato, a questo mestiere atavico e quasi parte di un'altra era e di un'altra cultura. Molti riproducono o reinterpretano forme antiche, continuando l'opera di rappresentazione di simboli e di stili ma altrettanti innovano costantemente attraverso il design, la creatività, l'uso di nuove tecniche, tecnologie e nuovi materiali. Un mondo da tutelare e valorizzare. Un enorme patrimonio storico e sociale rappresentato dalla piccola a volte piccolissima impresa legata al territorio, costituita da quell'insieme di attività, botteghe, macchinari ma anche di borghi, distretti, di storie sociali e familiari che compongono la sedimentazione storica dei luoghi e li rendono davvero unici. Le trasformazioni ambientali che connotano lo spazio odierno, così come gli oggetti e i simboli della modernità si fondono con l'ambiente naturale producendo qualcosa di unico che dà origine alle nostre identità. Il senso di appartenenza comincia dal luogo e il luogo emana una Cultura. Da un estratto dell'artigiano immaginario di Gabriele Devecchi scomparso lo scorso anno, si racchiude il concetto dell'Italia di oggi :

Se la creatività è un carattere realmente integrato all'impresa di artigianato, si inverte la considerazione che esso costituisce una reale risorsa, da spendere per dare all'Italia, un futuro produttivo, e un'identità specifica ritagliata dalla divisione internazionale del lavoro. Se così fosse, il numero delle imprese di artigianato, la loro ricca articolazione di tipologie e tecniche di realizzazione, la diffusa presenza nel territorio, la potenzialità occupazionale, la flessibilità e l'autonomia produttiva dovrebbero rappresentare lo zoccolo duro della nostra potenzialità creativa e farne una forza e una risorsa importante per il Paese. La creatività non scende dal cielo ma è un'appassionata elaborazione per costruire con fantasia e invenzione l'immaginazione, madre di ogni progetto innovativo. Se l'immaginazione fosse dedotta dall'applicazione dei requisiti

che compongono il simulacro artigiano, il processo interrelativo tra fantasia, invenzione e creatività non approderebbe all'immaginazione stessa, disilludendoci sul potenziale di risorsa strategica in cui – al buio – si confiderebbe. Sarebbe assai costoso per il nostro Paese, condannato al ruolo di trasformatore, se il sistema dell'impresa artigiana non fosse sincronico agli odierni comportamenti di produzione e scambio. Per questo mi sembra utile declinare positività e negatività, a partire dall'interno del mio laboratorio di impresa dell'artigianato orafa, esprimendo dubbi sulla lettura, spesso retorica ed entusiastica, del livello creativo di tali imprese e della qualità estetica di gran parte dei prodotti che gli odierni laboratori di artigianato sfornano e presentano al mercato.²⁰

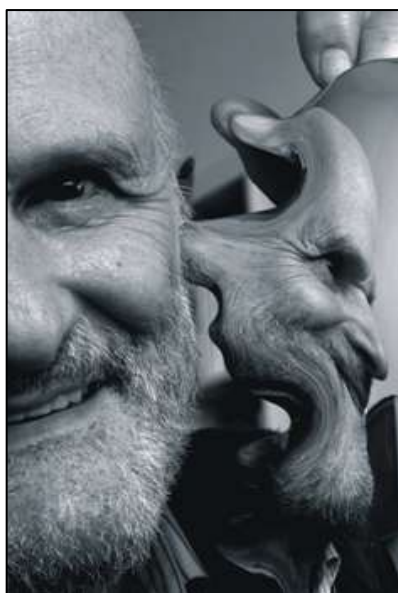


Figura 15 Gabriele Devecchi (Milano 1938-2011)

²⁰ : G. Devecchi Artigiano immaginario Ed. Franco Angeli Milano Maggio 2010 p.32

1.5 Prodotti d'eccellenza e del "saper fare bene".

Dunque "bello e fatto bene" deve essere il prodotto del *Made in Italy* che per comunicare il proprio valore intrinseco non può fare a meno della operatività artigianale. Ma attenzione, l'artigianato non deve restare ancorato alla sua eredità folkloristica, il valore artigiano non deve essere solo eredità del passato ma evoluzione del futuro. La capacità manuale non può oggi prescindere dallo sviluppo delle nuove tecnologie, dal marketing e dalla comunicazione. Spesso sentiamo definire prodotti col termine "artigianale" quasi ad indicare una lavorazione imprecisa o scarsa dovuto alla scarsa conoscenza delle tecnologie sia di applicazione che di lavorazione; questo concetto è un modo sbagliato che fino ad ora ci ha portato ad individuare il lavoro fatto a mano, come un'operazione fatta a

seconda della propria esigenza e conoscenza legata spesso alla risoluzione di un problema ben specifico, che solo l'artigiano in qualità di creatore sa adattare alle proprie esigenze, vedendo in esso la soluzione del problema di base. Pensiamo alla storia del nostro paese: nel tempo ha portato con sé la nascita di grandi imprese con prodotti innovativi e d'eccellenza; Ma chi erano prima queste imprese? Gran parte di loro sono nate in piccoli laboratori, spesso a conduzione

familiare o chi per passaggio da generazione in generazione ha ereditato non un semplice mestiere, ma un'arte fatta di schemi ben precisi avvolte dei veri e propri riti di lavorazione che dava un senso di sacro nella manualità di chi creava. Il senso del padroneggiare il saper fare un determinato prodotto porta il suo creatore a divenire un maestro di esso,



Figura 16 Artigiani vetrai a lavoro

quasi come un concetto sacro in cui il vessare le arti e gli strumenti mette alla luce qualcosa che va la di fuori del prodotto stesso, ed è proprio dietro a questa linea di confine che l'eccellenza mostra le sue doti. Attualmente nella nostra economia assistiamo come diverse industrie artigiane rivalorizzano il proprio prodotto ricomunicandolo sotto una chiave di ritorno alle origini della produzione, la visione di vecchi maestri che lavorano a stretto contatto con il materiale ed il prodotto viene enfatizzato alla qualità innata di un paese che gli ha fatto da padrone. Alcuni esempi di prodotti d'eccellenza come Gucci, Valentino, Ferrari, Frau, queste sono alcune delle aziende *Made in Italy*, che hanno portato per il mondo l'eccellenza italiana nata da maestri d'arte. Gucci costruisce il suo successo è lo straordinario saper fare delle migliaia di artigiani che ancora oggi lavorano per la casa fiorentina. La grandissima parte di coloro che producono le borse e gli accessori Gucci sono artigiani che ripropongono una tradizione tutta proiettata all'innovazione e al cambiamento. Nessun culto dell'artigianato «nostalgico», ma consapevolezza che il valore di un prodotto di qualità ha bisogno di fondarsi su competenze uniche. La visita ai reparti degli stabilimenti di Casellina, dove si producono la pelletteria e le scarpe da donna, è un viaggio fra i mestieri della tradizione italiana. Le storie del «quarto capitalismo» italiano parlano di un'industria che non rinuncia al valore di alcune competenze tipiche della tradizione italiana. Le nostre nuove medie imprese si sviluppano costruendo strategie originali e innovative attorno a un saper fare consolidato. A lungo abbiamo pensato al binomio lavoro artigiano-piccola impresa come a una combinazione scontata, considerando la media e la grande impresa come il contenitore



Figura 17 Azienda Gucci, marchiatura pelle.

del lavoro operaio (e, di conseguenza, della rappresentanza sindacale, delle relazioni industriali, dei conflitti sociali). Il quadro che oggi abbiamo di fronte è più complicato. È ovvio che una quota importante di lavoro artigiano si trova in aziende di piccole dimensioni, ma sarebbe ingenuo pensare che esso trovi espressione e valorizzazione (non solo economica) solo nelle piccole imprese. Ognuna di queste storie racconta come il lavoro artigiano è un ingrediente essenziale della competitività della nuova media impresa, anche se il suo contributo non è quello che avremmo potuto immaginare a priori. Il legame fra lusso e artigianato è certamente importante, ma il peso del lavoro artigiano nell'industria italiana va ben oltre. Nel nostro paese, il lavoro artigiano non rinuncia al dialogo con l'industria a scala internazionale. Molte esperienze di medie imprese



Figura 18 Laboratorio Prototipazione.

italiane di successo ne dimostrano la necessità per poter cogliere le opportunità della globalizzazione. Senza artigiani di qualità (modellisti, specialisti in prototipazione) non saremmo capaci di attivare quelle filiere industriali globali su cui si fonda la diffusione dello stile italiano nel mondo. Il lavoro artigiano non rinuncia nemmeno al dialogo con la tecnologia. Progettare e costruire

impianti unici, verificarne la qualità, assicurare la loro manutenzione in siti geografici spesso lontani dall'Italia sono tutte attività che richiedono un'integrazione costante fra mestieri tradizionali e ingegneria hi-tech. Certo, siamo un po' lontani dall'immagine di Geppetto e della sua bottega di falegname. I nuovi artigiani che lavorano nelle medie imprese sono effettivamente gli eredi di una lunga tradizione italiana, ma reclamano un'identità al passo con i tempi.

Ma come si tutela questa eccellenza? Abbiamo parlato che spesso nelle piccole medie imprese il prodotto artigianale acquisisce una forma unica di qualità, ma d'altro canto la visibilità di tale prodotto non è ben valorizzata e spesso si perde, o nella peggiore dei casi viene copiata. Sul web sono nati diversi portali il cui scopo principale è la valorizzazione dei lavori cosiddetti "nobili" che mirano a porre visibilità le piccole imprese, le quali da sole, non avrebbero la possibilità di avere il giusto canale di comunicazione in un mondo dove i sistemi sia web che "face to face" sono sempre più competitivi e costosi da gestire per un singolo imprenditore di piccola impresa. Canali come *Farestampare*²¹ un portale on line realizzato dalla Roland DG Europe dove l'obiettivo è nel cercare di unire i vantaggi della tecnologia più avanzata con le specifiche esigenze di manualità che contraddistinguono tutte le attività artigianali. Da questo progetto dove la creatività, tecnologia e competenze la Roland ha dato vita all'Artigiano Tecnologico che sul portale fa conoscere la propria abilità creativa, artistica ed imprenditoriale. Un punto d'incontro con un alto valore produttivo dove l'Artigiano Tecnologico è in grado di rispondere ad un mercato sempre più esigente, offrendo prodotti esclusivi e miscelando sapientemente la passione per il proprio lavoro e la propria creatività con i vantaggi dei sistemi di ultima generazione. La maggior parte delle realizzazioni presenti sul portale sono conseguite in stampa digitale. Le aziende presenti nel portale sono dotate di una notevole flessibilità nelle fasi di produzione e assemblaggio e, comunicando con i clienti, ricevono le loro specifiche esigenze ovvero scelgono la configurazione di prodotto desiderato tra le numerose alternative possibili. Sono state descritte quattro tipologie di personalizzazione che differiscono in base alla presenza o meno di cambiamenti nella natura del prodotto e nella comunicazione delle sue caratteristiche:

- *La personalizzazione collaborativa* si definisce insieme a ciascun cliente le specifiche del prodotto o servizio in grado di soddisfare al

²¹ <http://www.farestampare.it/>

meglio i suoi bisogni, e produce il bene personalizzato sulla base delle informazioni ricevute;

- *La personalizzazione adattiva* dove il prodotto è standard, però può essere personalizzato direttamente dai clienti finali, i quali hanno pertanto la possibilità di modificarne le caratteristiche;
- *La personalizzazione trasparente* si fornisce ai clienti prodotti personalizzati ma non mette in evidenza questo aspetto;
- *La personalizzazione cosmetica* quando l'impresa produce un unico prodotto standardizzato e ne personalizza esclusivamente la fase di vendita Il livello delle pagine; è strutturato in maniera chiara e suddivisa in categorie a seconda di ciò che si vuol realizzare, portando l'interessato direttamente sul profilo dell'artigiano visionando l'attività ed il prodotto con tutti i dati sia per contattare, che le indicazioni geografiche sia per individuare l'impresa più vicina all'utente.²²



Figura 19 Homepage del sito farestampare.it

²² <http://www.rolanddg.it/>

Diversi sono i portali che nella rete sono a disposizione. *Farestampare* è una parte di un modo di comunicare e riorganizzare il sistema promuovendo il saper fare ed i prodotti d'eccellenza. Dare una definizione di qualità non è affatto facile, c'è chi lo giudica un prodotto/servizio che ha qualcosa che gli altri prodotti/servizi simili non hanno, e c'è chi in relazione all'economia ed il modo di rapportarsi al consumo attuale, la definisce come garanzia per soddisfare le esigenze esplicite ed implicite dei clienti al costo minimo e confrontandosi di continuo con la concorrenza. Attraverso i contenuti di questa tesi a mio avviso l'eccellenza rispecchia la riflessione di Peter Senge teorico della *Learning Organization* e docente del MIT, *Massachusetts Institute of Technology* dove:

la qualità è una vera e propria trasformazione del modo in cui facciamo le cose, del modo in cui pensiamo, del modo in cui lavoriamo insieme e, dei nostri valori.²³

²³ P. M. Senge La Quinta Disciplina L'arte e la pratica dell'apprendimento organizzativo ed. Sperling & Kupfer Editori Milano 2006 p.23

1.6 Il Caso Roland DG Europe - Forum Dell'artigiano tecnologico.

Nell'attuale condizione concorrenziale è ormai risentita l'importanza di saper attuare meccanismi d'innovazione e cambiamento . Questi processi trovano il loro fondamento attraverso metodi creativi che l'azienda è in grado di realizzare, attraverso la conoscenza e sulla valorizzazione. Coerentemente con l'approccio della Resource-Based View (RBV), la conoscenza può essere interpretata come una risorsa rara, o al più unica, di valore, non facilmente imitabile né sostituibile e, in quanto tale, potenzialmente in grado di portare ad un vantaggio competitivo per chi ne ha il controllo. Partendo dall'idea secondo la quale la creatività è un processo sociale, viene posta l'attenzione a quei fattori di natura prevalentemente sociale che hanno un forte impatto sui processi creativi individuali e organizzativi. Innumerevoli contributi si sono concentrati sulla capacità di promuovere lo sviluppo della creatività individuale e organizzativa, soprattutto sviluppando collaborazioni inter organizzative. In letteratura viene riconosciuto un contributo fondamentale alle ICT *Information and communications technology*²⁴, supportando la creatività sia a livello individuale che di gruppo, ad esempio favorendo la collaborazione fra i soggetti, la condivisione e lo scambio di conoscenza. In questo paragrafo verrà esaminato il caso Roland DG Mid Europe, multinazionale che ha deciso di investire considerevolmente in attività volte a sfruttare pienamente la creatività interattiva dei contenuti generati



Figura 20 Sede Acquaviva Picena Roland DG Mid Europe

²⁴ <http://en.wikipedia.org>

dagli utenti nei principali social media. Differenti autori hanno infatti sostenuto che la comunicazione e lo scambio d'idee e d'informazioni incrementano la creatività aziendale, così come il contatto tra soggetti diversi operanti all'interno e all'esterno dei confini organizzativi. L'incontro delle diversità consente di incrementare la conoscenza scambiata o di accedere a differenti approcci per la risoluzione di un problema. Come sostiene Kanter, "Contact with those who see the world differently is a logical prerequisite to seeing it differently ourselves".²⁵ L'idea d'incrementare la creatività mettendo in contatto persone differenti per conoscenze, culture, competenze, etc., è ormai comunemente riconosciuta in letteratura e nella pratica manageriale. Seguendo tale logica, assumono importanza i vantaggi derivanti anche dall'incontro con attori esterni all'organizzazione. Le Web community possono venir interpretate come particolari tipi di network basati su tecnologie Web-base, sono un'evoluzione della Comunità di pratica (CoP) supportata dagli sviluppi delle ICT. Le CoP si costituiscono per trovare risposte comuni a problemi inerenti l'attività lavorativa dei propri membri, i quali condividono uno stock di risorse rappresentato da esperienze, storie, strumenti, soluzioni a problemi ricorrenti. Si genera così un confronto spontaneo, reciproco e informale tra le persone. Riprendendo la distinzione tra *network for exploration* e *for exploitation*, anche per le Web community è possibile distinguere tra comunità in cui si cerca di favorire l'apprendimento attraverso la valorizzazione della varietà delle conoscenze scambiate oppure attraverso lo sviluppo di comunità virtuali coese in cui rientrano persone con conoscenze similari. Uno dei principali impulsi che spingono allo sviluppo di una community principalmente volta alla valorizzazione della conoscenza posseduta dai nodi della rete è rappresentata dal processo di moderazione adottato nella community. Un esempio di questo processo è stato proposto da Pedersen attraverso

²⁵ Di Francis J. Yammarino, F. Dansereau Multi-level issues in organizational behavior and processes ed. Elsevier B.V. Amsterdam 2004 p. 102

l'analisi di un forum sulla *Restless Legs Syndrome*.²⁶ In esso il moderatore utilizza il suo potere per rimuovere qualunque contributo contrario o discorde con il suo punto di vista, portando in questo modo ad una sostanziale uniformità di giudizio, opinioni e conoscenze scambiate nel forum. In altri casi, invece, l'uniformità di norme e conoscenze è garantita non tanto dal processo di moderazione del forum quanto piuttosto da una forte pressione sociale che talvolta arriva a tramutarsi in un linguaggio molto specifico condiviso dai membri della community. Sono numerosi gli esempi di comunità fortemente coese composte da soggetti altamente specializzati che condividono una base conoscitiva e un linguaggio specifico comuni, quali ad esempio i forum legati al mondo della finanza, dell'ingegneria, dell'informatica, della medicina, etc. Tuttavia le comunità Web possono adottare anche una forma più simile a quella dei *network for exploration* nel momento in cui la community risulta meno coesa; Ovvero i legami tra i membri risultano più deboli e cambiano frequentemente. Inoltre non sono presenti o hanno un minor peso, soggetti che si pongono come leader della rete. La creazione di nuova conoscenza deriva/scaturisce maggiormente dalla numerosità, varietà e dinamicità delle conoscenze scambiate. Ad esempio, proprio la varietà delle conoscenze condivise in Wikipedia o Yahoo Answers è l'elemento chiave del successo di queste comunità di tipo generalista.

La scelta di Roland DG Mid Europe è legittimata dalla sua abilità di leadership di un'ampia Web community, la quale accosta alle caratteristiche proprie delle reti, volte alla valorizzazione della conoscenza posseduta dai rispettivi nodi, alcune caratteristiche legate alle reti volte all'esplorazione della conoscenza. Il risultato della creazione della Web community non è esclusivamente riconducibile a vantaggi di marketing, di visibilità e reputazione ma anche ad un incremento della creatività aziendale. Roland DG Mid Europe srl, appartenente al gruppo Roland DG

²⁶ Pedersen, A.F. (2008), The construction of patient identities in the websites of patient associations, in 24th Egos Colloquium, Amsterdam.

Corporation, leader nel settore della comunicazione visiva, è una azienda di 45 dipendenti con sede ad Acquaviva Picena (AP). La sua offerta va dalla commercializzazione di periferiche per la stampa digitale all'incisoria e alla modellazione 3D (plotter, stampanti, fotoincisor, scanner, modellatori), alla vendita di software sviluppati internamente. Roland DG Mid Europe si rivolge non solo al mercato italiano, ma anche a quello francese e all'area balcanica, ottenendo nel 2009 un fatturato di circa 26 mln di Euro²⁷. Oltre alla qualità dei suoi prodotti, Roland si contraddistingue dagli altri operatori del settore (Mimaki, Mutoh, HP, SummaGraphics, Cielle, Gravograph, Ocè, Agfa) soprattutto per aver creato una forte community attorno a sé. Le strategie adottate da Roland per la creazione e lo sviluppo della community sono sia off-line che on-line. I principali strumenti adottati da Roland, ad eccezione del forum, rappresentano il cuore della community. Per ciascun strumento sono indicati i principali obiettivi perseguiti, ovvero se lo strumento mira prevalentemente alla creazione di una community coesa caratterizzata da legami forti (per conseguire i vantaggi tipici dei *network for exploitation*) o se si perseguono obiettivi di visibilità volti ad un incremento del numero di soggetti appartenenti alla community stessa aumentando così la varietà e l'eterogeneità della conoscenza scambiata in essa e puntando a conseguire, in tal modo, vantaggi tipici dei *network for exploitation*. Con le sue 9,398 discussioni (e oltre 86,000 messaggi) e i suoi 2.996 utenti (di cui 790 attivi)²⁸, il Forum dell'Artigiano Tecnologico rappresenta un importante luogo virtuale d'incontro per operatori ed appassionati del

²⁷ www.rolanddg.it

²⁸ *ibidem*

settore, nonché un diffusore di conoscenze legate al mondo della stampa digitale e della comunicazione visiva. Il forum nasce nel 2004 con l'obiettivo di soddisfare due tipi di esigenze: la prima, coerente con la strategia di Roland mirata a rafforzare la propria community nata da iniziative off-line attraverso la diffusione di conoscenze/esperienze nel web, era quella di consentire alle persone che s'incontravano durante i training (Roland DG Academy) di aumentare il loro potenziale conoscitivo su applicazioni, tecniche, prodotti, consigli ed altro. La seconda esigenza da soddisfare è legata alla necessità di portare all'interno della community conoscenze di fonte esterna, legate alle novità e alle nuove opportunità che nascevano nella comunicazione visiva, a livello di risorse per la grafica, per le immagini e per le font (caratteri) disponibili nel Web. Attualmente, lo scopo principale rimane quello di avere uno spazio comune dove confrontare le proprie esperienze lavorative tra utilizzatori di prodotti Roland e non, intermediari/rivenditori Roland o di altre marche, fornitori (di prodotti Roland e/o concorrenti), come già citato nell'introduzione al forum. La community è principalmente formata dal *Roland Team* (manager, tecnici e commerciali) e dai propri clienti. Inoltre, sono presenti alcuni dealer e fornitori di prodotti concorrenti, nonché alcuni soggetti riconosciuti da Roland come opinion leader del mondo della comunicazione visiva, identificati nel forum come *Roland Partner*. La considerevole apertura verso soggetti esterni, anche se non direttamente collegati ai prodotti Roland ma comunque con un comune interesse professionale verso la comunicazione visiva e la stampa digitale, e la volontà di non sviluppare un processo di moderazione delle discussioni particolarmente selettivo, porta la community di Roland a perseguire vantaggi in termini di varietà ed



Figura 21 Logo Artigiani Tecnologici

eterogeneità della conoscenza scambiata. Il forum è composto da 7 macro aree suddivise in sezioni; ciascuna a sua volta suddivisa in discussioni. Alcune aree del forum sono dedicate al lavoro “per il gruppo”, ovvero volte a facilitare i processi di socializzazione tra i membri:

- area “amministrazione”;
- area “io c’ero (X-Events)”, che raccoglie gli eventi della community Roland;
- area “il salottino”, punto di incontro, di relax e di conversazione degli artigiani tecnologici;

In queste aree si vuole favorire la socializzazione e l’interazione tra i membri della community, rafforzando così i legami presenti tra nodi della rete attraverso lo sviluppo di relazioni basate sulla fiducia e su rapporti interpersonali e amicali. Da questo punto di vista, Roland punta a sviluppare una community coesa con forti legami tra i nodi, mirando ad una riduzione della distanza cognitiva manifestata dai soggetti attraverso un incremento del loro livello di *absorptive capacity*. Altre aree sono invece dedicate maggiormente alla condivisione di conoscenze tecnico-specialistiche:

- area *applicazioni*, nella quale sono consultabili le possibili applicazioni dei prodotti Roland;
- area *laboratorio dell’Artigiano Tecnologico*, una delle aree più ricche e vivaci, rappresenta uno

spazio riservato alla formazione, ai tutorial, ai link dove poter reperire materiale che va dalla gestione del colore al marketing e alla comunicazione;

- area *Rolandyou*, in cui vengono condivise informazioni sulle normative e su fonti esterne in cui è possibile trovare font, loghi, clipart, ecc.;

- area *software e computer*, dove sono visibili i principali software e soluzioni hardware.²⁹



Figura 22 Homepage Forum artigianotecnologico.it

In queste aree Roland punta ad ottenere i maggiori benefici in termini di sviluppo di processi creativi. In esse si mira a diffondere conoscenze e know-how d'interesse per la propria Web community al fine di attivare processi creativi tramite l'interazione sociale tra i suoi membri. La divulgazione di tale conoscenza funge a sua volta da "attrattore" per soggetti operanti nella comunicazione visiva e della stampa digitale, incrementando in tal modo la numerosità e l'eterogeneità delle conoscenze scambiate nella community. Roland, quindi, ha scelto di incrementare la propria creatività ricercando all'esterno il dialogo con molti dei propri stakeholder. Da questo confronto, a beneficiarne è in primo luogo l'area legata a nuove possibili applicazioni dei prodotti Roland ma non mancano anche esempi di modifiche tecniche di alcuni prodotti Roland nate da suggerimenti nel forum. La strategia di Roland, quindi, risulta mirare alla creazione di un network compatto ma ampio, sfruttando vantaggi sia in termini di valorizzazione delle conoscenze possedute dai

²⁹ www.rolanddg.it

singoli nodi della rete sia in termini di creazione di nuova conoscenza derivante dall'incontro e dal confronto delle diversità. Oltre un terzo delle discussioni attivate da Roland hanno come scopo quello dell'identificazione e coesione sociale nella community. Tale sforzo sembra essere premiato dalla ricchezza delle risposte ottenute dalla community a tali sollecitazioni. Il carattere volontaristico della Web community fa sì che sia più complesso prevedere sistemi di incentivazione alla partecipazione attiva nella community. Tali sistemi non si limitano ai dipendenti interni ma si estendono a tutta la costellazione dei membri della community. Comunemente, il sistema più utilizzato è quello del riconoscimento sociale. Esso rappresenta anche l'unico sistema d'incentivazione adottato dall'azienda verso i propri dipendenti, che decidono autonomamente di



Figura 23 Creative center Roland DG Mid Europe

partecipare alla community senza che vi siano specifici sistemi di ricompensa.

In Roland tale riconoscimento è potenziato dal Roland DG Creative Centre, in cui vengono messe in mostra le più originali e creative applicazioni dei prodotti Roland nate dalla community. Nonostante questa attuale difficoltà nel misurare i ritorni economici derivanti dall'attuazione di politiche

volte a creare e gestire una Web community, la Roland DG Corporation ha valutato in modo positivo l'esperienza nel Web fatta da Roland DG Mid Europe, decidendo di replicare il progetto nato in Italia qualche anno fa come progetto pilota anche in Francia. Dalle interviste effettuate è emerso che grazie alla Web community, negli ultimi anni è incrementato il livello di creatività di Roland, misurato in termini di nuove applicazioni per i prodotti Roland e di miglioramenti tecnici degli stessi.³⁰

³⁰ www.rolanddg.it

1.7 Rinascimento Artigiano.

Pensiamo davvero che la flessibilità del lavoro, l'instabilità e la velocità siano gli ingredienti del successo? Che la produzione di massa e standardizzata sia la panacea? Che la conoscenza astratta possa essere disgiunta dai saperi del fare? «L'errore di questo sistema economico è stato il basarsi su una visione a breve termine» tuonava Sennett in un'intervista a *Il Sole 24 Ore* nel gennaio del 2008³¹. Per Sennett il nuovo artigiano non aveva nostalgia di passato: cavalcava la modernità e le nuove tecnologie, magari reinterpretava antiche tradizioni, ma ciò che lo distingueva, sia che lavorasse per la moda che per l'*information technology*, era la passione per il prodotto fatto bene e la capacità di mettere in relazione la conoscenza teorica con quella pratica, la testa con le mani. Venire a conoscenza che i veri innovatori dell'artigianato potrebbero essere gli americani, oltrepassando il nostro orgoglio nella cultura di un popolo che ha saputo cambiare e sollevandosi nei gradini più alti divenendo la patria mondiale dell'artigianato e della piccola media impresa. È Stefano Micelli, professore di Economia e gestione delle imprese all'università Ca' Foscari di Venezia, a spiegare la contraddizione:

Dopo la crisi della piccola e media impresa e dei distretti che avevano trainato l'economia italiana negli anni '80 e '90, si sono cristallizzati alcuni stereotipi. Il primo è che il capitalismo italiano è incapace di superare il suo nanismo atavico e che, quindi, la piccola e media impresa, che costituisce la stragrande maggioranza del nostro sistema economico, è una zavorra per lo sviluppo, un'incompiuta imbarazzante. Il secondo stereo-tipo è concepire l'artigianato come tratto tipico della piccola impresa, ignorando che esso è entrato da tempo nelle filiere dei grandi

³¹ R. Santonocito, Intervista a Richard Sennett: "Puntare sul talento ? Sbagliato: ci salveranno il saper fare e la conoscenza diffusa" *Il Sole 24 ore* gennaio 2008

marchi, da Geox a Gucci, rappresentando gran parte del valore aggiunto.³²

Che la dimensione non sia essenziale al successo dell'impresa lo dimostrano gli ultimi dati elaborati dalla Cna³³, in uscita proprio a novembre. «Concentrandoci sulle industrie manifatturiere esportatrici (che sono 100 mila su un totale di circa 500 mila) Claudio Giovine, responsabile del Dipartimento politiche industriali della Cna spiega:

Si ha un quadro più chiaro delle potenzialità del sistema italiano. Le industrie più grandi sono solo 1.500 ed esportano circa il 35 per cento del loro fatturato; le medie, quelle tra i 50 e i 250 occupati, sono 10 mila, e la gran parte, circa 9 mila, esportano anch'esse in media il 35 per cento del fatturato. L'ultima fascia, quella meno presa in considerazione, riguarda le micro e piccole imprese da 0 a 50 addetti, che sono circa 85-90 mila. Insieme contabilizzano il 20 per cento dell'export nazionale, esportando ciascuna il 25 per cento del fatturato». A prima vista sembra poca cosa, ma se si analizzano i dati dall'interno si scopre che queste imprese, nei settori tipici del made in Italy come l'alimentare, la moda, l'arredo e l'automazione meccanica, rappresentano il 50 per cento dell'export italiano. «Le piccole imprese – continua Giovine – sono state le prime a ricevere nuovi ordini dopo la crisi del 2008, segno di un'elevata reattività, ancora più eccezionale se si pensa che esse non hanno mai avuto alcun aiuto dallo Stato, come invece è previsto per le grandi. Che cosa succederebbe se si investisse su di loro, anche minimamente?».³⁴

Possiamo definirlo un miracolo italiano? Sicuramente è un riparo forte che riesce a fronteggiare le varie crisi che il nostro paese subisce in questi ultimi anni. Ma come queste piccole aziende sono riuscite alla

³² S. Micelli Futuro Artigiano Ed. Marsilio 2011, Venezia pp. 98

³³ Confederazione nazionale dell'artigianato e della piccola e media impresa

³⁴ G.Cananzi, Rinascimento Artigiano dossier Messaggero di Sant'Antonio 2011

sopravvivere alla globalizzazione e alle concorrenze dei paesi orientali come la Cina e l'India ? Micelli spiega:

L'industria italiana ha dovuto sottomettersi a un iter di modernizzazione accelerata, dovuta a una serie di shock. Il primo è stato l'entrata nell'euro, che ha costretto le aziende a non contare più sul vantaggio competitivo derivato dalle svalutazioni della lira; il secondo shock è stata la concorrenza cinese, e il terzo l'entrata di nuovi e potenti strumenti informatici nella gestione delle aziende.³⁵

Dopo questi eventi incisivi nell'evoluzione delle piccole aziende hanno portato ad una riorganizzazione che ancora oggi è in fase di settaggio:

I progressi sono più visibili nella media impresa, che oggi è il soggetto emergente della nostra economia, ma hanno interessato anche un gran numero di piccole aziende, seppur in modo meno strutturato».

I fattori vincenti?

La capacità di affrontare i mercati, valorizzando i propri prodotti e l'uso delle tecnologie sia nell'organizzazione che nel miglioramento del prodotto. C'è poi un terzo punto di forza: queste imprese intercettano le esigenze di un tipo di consumatore emergente, stanco dello standard e dell'usa e getta, che cerca in ogni oggetto anche contenuti, tradizioni ed emozioni.

Il mondo artigiano non è più quello di una volta, ma è un mix complesso di tecnologia e antichi saperi, come mai sono proprio le aziende artigiane ad avere più difficoltà a trovare lavoratori, mentre migliaia di laureati e diplomati allungano le file della disoccupazione? Marco Colombo, presidente dei giovani imprenditori di Confartigianato spiega che oggi si è

³⁵ S. Micelli Futuro Artigiano Ed. Marsilio 2011, Venezia pp. 131

prigionieri di un modello culturale che contrappone la conoscenza teorica alle competenze tecnico-pratiche con il risultato di bloccare le potenzialità di crescita del nostro Paese:

Oggi si pensa ancora che stare seduti dietro alla scrivania di un Ministero sia meglio che restaurare un affresco, costruire uno yacht, occuparsi di domotica, disegnare un abito di alta moda. Ma per svolgere queste attività artigiane servono sia il sapere che il saper fare. E qui, purtroppo, c'è una carenza di percezione, che è aggravata dalla mancanza di istituzioni formative adeguate.³⁶

L'artigianato in Italia ha una storia che parte dal Rinascimento e arriva fino a oggi, un'esperienza consolidata nel tempo, un gusto che si è affinato nel corso dei secoli. I cinesi saranno tanto bravi a copiare, ma di sicuro non riusciranno a farlo con quel valore aggiunto, derivante dalla nostra cultura e dal nostro intelletto, che, ne siamo convinti, non sarà mai replicabile. I pionieri del fare sono giovani: designer, ingegneri, architetti, artigiani, softwaristi, tecno-costruttori, avanguardie di un modo inedito di concepire il *Made in Italy* e il mondo artigiano. All'insegna dello scambio, dell'interazione dei saperi e dell'*open source*. Chi ha detto che tra design e artigianato non scorre buon sangue? Dopo il boom della produzione di massa, ora il futuro del *Made in Italy* passa per la riscoperta di tradizioni e tecniche di una volta. Contro l'avanzata dei Paesi emergenti non bastano più buone idee, occorre mettere in rete le competenze. E così, se in passato il termine



Figura 24 Flap venaria 2011 Francesco Binfarè.

³⁶ S. Micelli Futuro Artigiano Ed. Marsilio 2011, Venezia pp. 148

designer rimandava al visionario incompreso, e l'artigiano non era che un manovale con la fissa delle misure ora, complice la crisi, le due categorie iniziano a dialogare per la visione di un nuovo prodotto creato con eccellenza del sapere e saper fare.



Figura 25 Design ed Artigianato

2. Rapporto tra Design e l'artigiano.

2.1 Tecnologie al servizio dell'artigianato.

Nell'analizzare i vari aspetti di questo mondo straordinario, il più curioso è stato osservare gli strumenti con cui operavano. Ero abituato ad una visione adolescenziale in cui l'artigiano era colui che lavorava con arnesi prettamente manuali spesso realizzati da se per migliorare l'efficienza e adattarla, all'interno di laboratori spesso riempiti di cianfrusaglie di ogni tipo o vecchi scarti. Oggi aver messo dopo tanto tempo gli occhi all'interno di un laboratorio artigianale, ho assistito ad una mutazione degli spazi e delle tecnologie in possesso a dir poco eccezionali. Osservando l'idea degli spazi del nuovo artigiano si concepisce una nuova concezione del laboratorio artigianale dove, al suo interno, si svolge un'attività di creazione e dunque, creatività, talento e passione sono alla base di qualsiasi impresa. Un laboratorio nasce in molti modi: negozio aperto al pubblico, quindi il laboratorio sarà, al tempo stesso, produttore e venditore all'ingrosso o al dettaglio e il web. Quest'ultimo può essere o un proprio sito o, almeno all'inizio, una piattaforma di intermediazione commerciale come Ebay. La prassi burocratica per qualificare il laboratorio artigianale è il percorso previsto per qualsiasi tipo di attività di impresa attraverso la normativa che definisce le caratteristiche per essere considerati imprenditori artigiani, disciplinate dalla *Legge quadro per l'artigianato*³⁷. Che sia un fabbro o un falegname, uno stampista o un tessile, oggi ciò che accomuna questi soggetti è avere buone conoscenze tecnico-scientifiche. L'artigiano tecnologico è fortemente orientato al *problem solving*, ovvero utilizza le proprie tecnologie in maniera specifica per risolvere problemi specifici. E' un sensore sensibile che raccoglie la domanda del committente e progetta soluzioni tecnicamente ed economicamente efficaci. Naturalmente la propensione a cooperare non è

³⁷ Legge 8 agosto 1985 n. 443 che ha sostituito la prima legge di settore la n° 860 del 25 luglio 1956.

disgiunta dallo spirito di competizione e dalla difesa gelosa del proprio *know how*. Per parlare delle tecnologie in possesso è fondamentale osservare le esperienze nel nostro paese come nel caso di giovani che possiamo chiamarli in diversi modi: smanettoni, visionari, creativi, tecno-artigiani. Sono gli ideatori del *Frankenstein Garage*, un nome quanto mai azzeccato per quello che è il primo *FabLab* di Milano, nato quest'anno, a cavallo tra giugno e settembre. Che cos'è un *FabLab*? La sigla sta per *Fabrication Laboratory*, ovvero un piccolo laboratorio dotato di una serie di macchine controllate da computer, tipo taglierine laser, stampanti 3D, frese a tre assi, che permettono di fabbricare quasi tutto. Il movimento dei *FabLab* nasce qualche anno fa al Massachusetts Institute of Technology di Boston, grazie all'intuizione di Neil Gershenfeld e al suo corso dal titolo *Come fare (quasi) qualsiasi cosa*:

L'iniziativa ebbe un successo inatteso, e così fondammo questi laboratori, per mettere in grado chiunque di creare tecnologia piuttosto che limitarsi a consumarla. Non siamo solo recettori di tecnologia, ma sorgenti. La vera opportunità è togliere le briglia al potenziale inventivo del mondo, per produrre soluzioni e progettare invenzioni.³⁸

Si capisce che l'idea di intitolare un laboratorio di questo genere a Frankenstein, è decisamente pertinente. Solo che a essere realizzata non è «la cosa», ovvero il famoso mostro descritto nel libro di Mary Shelley – ma «le cose», e nella fattispecie ogni forma di oggetto riconducibile all'artigianato tecnologico. Lo stile, infatti, è quello artigiano, su misura, secondo il motto *do it yourself*, ovvero “fattelo da te”, in base alle tue esigenze. Ciò poiché, tipicamente, i prodotti sviluppati da un *FabLab* sono personalizzati, realizzati su piccola scala, a uso del singolo o per piccole comunità. L'inventiva è stimolata dal lavorare gomito a gomito tra appassionati di diverse specialità, dall'elettronica al design al software e

³⁸ <http://www.fablabitalia.it/>

via dicendo. I progetti infatti vengono condivisi, secondo la filosofia dell'*open source*. Una simile impostazione tuttavia non impedisce l'attività commerciale perché, per l'appunto, le invenzioni sono reali e possono trovare un loro mercato. A Milano, dopo il primo esempio di *FabLab* italiano che ha sede a Torino, è nata l'esperienza di tre professionisti: Alessandro Graps, Andrea Maietta e Paolo Aliverti, tutti sviluppatori di software, esperti di prototipizzazione rapida e ingegnerizzazione³⁹. Ma questa è solo un piccola parte di un nuovo modo di concepire; Sposare alta artigianalità e alta tecnologia è il traguardo. Il sogno, non proibito. La partita sulla quale si gioca il destino del sistema Italia, orgogliosa delle tradizioni, ma capace anche di progettare il futuro.



Figura 28 logo Fablab Torino



Figura 26 Realizzazione occhiali in cartone FabLab Torino.



Figura 27 Arduino Uno



Figura 29 MakerBot - 3D Printer

³⁹ G. Chiellino, dossier Il paese delle imprese Il Sole 24 ore ottobre 2011

2.2 Il design visto dall'artigiano.

Il pensiero di un artigiano, in un primo approccio al mondo del design, definisce il suo ruolo come il risultato di un'ispirazione e della sua esperienza nel settore; Ciò che pensa è che ogni progetto sia il frutto di una selezione fatta tra i luoghi, gli odori, i colori che ogni designer porta con sé ogni giorno, permettendogli così di poter immaginare e dare inizio al proprio lavoro. Penso che il design vittorioso sia quello che sa interpretare il proprio tempo, perché così facendo risulterà sempre attuale. Il piacere d'interpretare la vita quotidiana attraverso un design "terapeutico" se così lo si può definire: cercare sempre un leitmotiv che simboleggia benessere, non quello con gli zeri in coda, ma benessere interiore. Poter interagire con oggetti semplici e funzionali che ti possano strappare anche un sorriso. La scomparsa dello stile è la prova della diffusa educazione al consumo di oggetti disegnati esclusivamente per soddisfare i cicli produttivi delle fabbriche, la dimostrazione della trasformazione che la civiltà fa subire alla nostra stessa nozione di bellezza, l'effetto della riduzione del ruolo dei "designers" verso un'unica, comune personalità progettuale. Quindi un ritorno alla condivisione non solo teorica ma anche progettuale in cui il rapporto diretto è parte integrante del lavoro. Il design oggi vive un cambiamento come tutti del resto; L'esigenza di autoprodursi un prodotto diventa sempre più parte integrante della propria filosofia, ma alla base ha bisogno di un contesto storico e culturale legato alle maestrie che solo la condivisione con artigiani può permettergli di progredire in una figura più completa.

2.3 Incontro ed esperienza tra un artigiano e design.

Nella mia ricerca del nuovo modello di artigiano la cui figura si rivolge verso un futuro fatto di tecnologia e tecniche di reinventare l'attuale sistema lavorativo e di prodotto, mi ha portato a dialogare con giovani artigiani e non, dove lo spirito imprenditoriale è saldamente ancorato e motivato da forti valori emozionali oltre che da orgoglio verso un'arte e un mestiere che a visto, in determinati periodi della storia, il nostro paese leader nel mondo. Nel mio caso ho voluto sperimentare quello che nei paragrafi precedenti ho descritto come una nuova visione del mercato e del prodotto mettendo certe competenze al servizio e in relazione a quelle di un giovane Artigiano Tecnologico. L'incontro con *My Face Bag* di



Figura 30 Logo Azienda My Facebag

Selene Re, giovane azienda artigiana nel settore tessile e pelletteria, ha messo in moto una collaborazione di percorso tecnico teorico che ha portato alla realizzazione di un prodotto che concentra l'esperienza manuale e la conoscenza tecnologica dell'artigiano, alla tecnica e alla forma del design. Il primo incontro, nel novembre 2011, è stato costruito attorno alla presentazione dell'azienda, ai suoi obiettivi e alla filosofia interna; Un'azienda in fase di avviamento attraverso canali virtuali del web 2.0 con prodotti che vanno da borse in ecopelle a borsellini, custodie, portadocumenti, tutto quello che riguarda il settore del pellame, nella particolarità di una personalizzazione sui singoli prodotti con stampe digitali applicate direttamente sulla superficie della pelle o ecopelle per poi

essere cuciti manualmente. Dopo aver sviluppato una ricerca contestuale e una prima analisi dell'azienda e comprendere il più possibile il mercato, le richieste, le esigenze il contesto e i modi d'uso in cui l'oggetto che si andrà a progettare verrà introdotto. L'obiettivo che si è cercato di ottenere è una panoramica dettagliata di quelle che sono le esigenze dei singoli utenti e gli scenari d'uso con cui approcceranno il prodotto, nonché delle specifiche dettagliate dei contenuti (*content requirement*) e delle funzionalità (*functional specification*) che sono emerse durante la fase di analisi e di ideazione. Il punto più importante è stato quello di avere bene in chiaro quali sono i profili d'utenza a cui si rivolge, le funzionalità/contenuti e quali sono gli obiettivi oltre al contesto d'uso. Quindi un lavoro di ricerca attraverso interviste, focus group, questionari, analisi dei log, benchmarking, ricerche di mercato, ricerche sulle tendenze di mercato, studi sui flussi di comunicazione (e social network analysis), indagini di contesto, osservazioni di campi e studi etnografici completi, il tutto per collaborare ad uno schema di mappa mentale al fine di avere un sistema di parole chiavi, che permettono di trovare un punto di partenza alla fase di *Concept*. Un altro passo svolto è stato quello di definire gli obiettivi di usabilità in rapporto al singolo utilizzatore per la singola funzionalità, sono stati dunque fissati degli obiettivi misurabili di efficienza, efficacia e soddisfazione "accettabili" che hanno rappresentato un metro di misura per tutto il resto del progetto. Dopo una visione si è potuto procedere ad un *brainstorming*⁴⁰ e successivamente sono state visionate e verificate teoricamente con la presenza dell'artigiano. L'approccio alla progettazione non è lineare o a cascata ma, fortemente parallelo e/o iterativo, dunque si tende a creare dei *deliverables* o dei piccoli prototipi il prima possibile, per poterli così testare e rifare/migliorare. Questi prototipi hanno seguito di fatto la linea progettuale seguiti a sua volta dall'artigiano,

⁴⁰ Con questo termine si indica una tecnica di creatività di gruppo per far emergere idee volte alla risoluzione di un problema. Sinteticamente consiste, dato un problema, nel proporre ciascuno liberamente soluzioni di ogni tipo senza che nessuna di esse venga minimamente censurata.

fatta di attività e disciplina progettuale ogni volta a sfaccettare un aspetto progettuale sempre in approccio prototipale e iterativo. Da questo processo iniziale il rapporto tra design e artigiano diventa un relazione uno a uno che semplifica determinati passaggi che, rispetto alle grandi aziende, determina una maggiore ottimizzazione nei tempi in fase progettuale. Le conoscenze tecniche di elementi legati alla materialità e alla lavorazione sono fondamentali: esse sono relazionate con le idee che permettono in tempo reale l'effettiva fattibilità; a questo l'artigiano partecipa attivamente alla fase di briefing⁴¹. Nella componentistica tecnologica si può evidenziare lo scambio d'informazioni che avviene in maniera diretta e immediata testando a sua volta in una serie di verifiche atte a dare risultati per ottimizzare i tempi di lavoro nella parte progettuale. E' da affermare che tale rapporto diverso dai metodi utilizzati all'interno di grandi aziende, permette non solo l'ottimizzazione del tempo ma anche il monitoraggio di tutta la fase realizzativa avendo un unico interlocutore, oltre alla garanzia di qualità legata all'esperienza del settore specifico in cui l'artigiano opera. Quindi l'importanza di questa relazione è aver presente chi realizza il prodotto, che in questo caso è l'artigiano la cui competenza permette di intervenire in ogni punto della produzione potendo intervenire in modo rapido. Il prodotto realizzato con *My Face Bag* ha un target prettamente femminile e il tipo di lavorazione richiede attenzione e passaggi manuali per l'assemblamento dei vari pezzi con elementi elettrici ed elettronici. E' evidente che la maestria gioca un fattore importante a livello di qualità; Le cuciture o i diversi incollaggi vengono curati nei minimi dettagli quasi ad assistere ad un vero e proprio rito nell'assemblare il prodotto. Oltre a questo passaggio fortemente manuale, l'artigiano tecnologico è stato in grado di verificare il grado di qualità e funzionamento delle diverse parti elettriche sapendole collocare all'interno in maniera armonica e non invasiva. Al termine dei lavori l'analisi sia di

⁴¹ Questa prima fase si concreta in una riunione atta a definire le ultime cose da fare prima di mettere in campo il progetto.

qualità che tecnico funzionale viene svolta insieme tra il design e l'artigiano che quest'ultimo a sua volta provvederà alla commercializzazione. Nel mio caso studio i prodotti realizzati sono stati di due tipi; Il primo prodotto è nato da un'esigenza di mercato dell'azienda stessa, che ha portato a sfruttare tecnologie come Arduino per un uso più comunicativo che sociale in un contesto come accessorio borsa.

Le informazioni acquisite, sia a livello tecnologico che artigianale, hanno scaturito una serie di riflessioni: è possibile applicare tali ingredienti in un prodotto con caratteristiche e utilità differenti? La risposta a questo quesito mi ha portato ad elaborare un concept⁴² sulla base di sistemi di sicurezza per escursionisti ed alpinisti. L'idea di realizzare un sistema di protezione e di localizzazione per individui che praticano sport ad alta quota, spesso in situazioni estreme. Dopo una ricerca e analisi della problematica, i risultati che sono scaturiti hanno portato alla luce una mancanza di tutela nei casi di dispersi a causa di cadute o per le variazioni repentine del clima, tipico della montagna. Il prodotto che ne è scaturito è stato studiato con un sistema di protezioni per chi svolge lunghi tratti di cammino con addosso pesi spesso eccessivi legati dagli elementi tecnici in possesso; Tali elementi sono caratterizzati da una serie d'imbottiture in Poliammide tali in grado di trasferire il peso trasportato dalla parte lombare alla parte superiore della schiena (spalle) diminuendo dell'80 % la pressione e la fatica. A questo sistema di ausilio è stato applicato all'interno la tecnologia arduino, sviluppando un sistema di sicurezza per la localizzazione attraverso SMS inviato ad un numero predefinito che individua la posizione effettiva (monitoraggio remoto), oltre alla facoltà in caso di pericolo di inviare un segnale di soccorso.

⁴² Proposta progettuale necessaria a definire gli elementi fondamentali di un progetto e fornisce le basi per la realizzazione dello stesso.

Il risultato di questo ulteriore progetto fa intuire come nel rapporto progettuale tra design ed artigiano sviluppa dei risultati che nel contesto di scambio porta a prodotti con un alto valore tecnico e di ricerca senza tralasciare la qualità sia di realizzazione che di progetto.



Figura 31 Fasi di realizzazione borsa Quorra

2.4 Quorra

Il progetto nasce dalla necessità dell'azienda di intraprendere un cammino verso la tecnologia integrandola nel settore di riferimento: la pelletteria. Il concetto di funzionamento di Quorra è abbastanza semplice e intuitivo. Studiato e ideato sull'analisi delle tecnologia open source, esso mette a disposizione la massima libertà di utilizzo a cui si ispira, con la possibilità di adattarsi alla vita quotidiana della donna mutando al mutare del proprio vestire. Il funzionamento permette di percepire il colore presente davanti al sensore; Questo sensore riesce a determinare il colore presente davanti ad esso grazie alla riflettività delle superfici. In poche parole, emettendo luce rossa contro una superficie rossa, otterremo un forte riflesso, al contrario, utilizzando luce blu o verde, otterremo un riflesso piuttosto esiguo. Di conseguenza, illuminando con i 3 colori la superficie è possibile determinare il suo colore stimando la quantità di luce riflessa ottenuta dalle 3 differenti colorazioni. Per farlo sfruttiamo la capacità dei LED, di produrre elettricità se colpiti da radiazione luminosa. Dunque, grazie alle porte analogiche di Arduino, determiniamo in voltaggio prodotto. Per stabilizzare il dato ottenuto viene filtrata la luce ambientale, la quale viene completamente rimossa grazie all'algoritmo ERER applicato alla soluzione analogica. Grazie a ciò il sensore funziona in qualsiasi situazione di luce. Il circuito è molto semplice:



Figura 32 Quorra - vedi allegato

- una batteria da 9v;

- arduino;
- led emettitore di luce, pilotato dalle porte digitali 8, 9 e 10.

Il led ricevitore viene connesso alle porte analogiche 0, 1 e 2. Se si ha un output virato decisamente verso un colore, per esempio il blu, questo significa che l'emettitore probabilmente è decisamente più potente degli altri due.

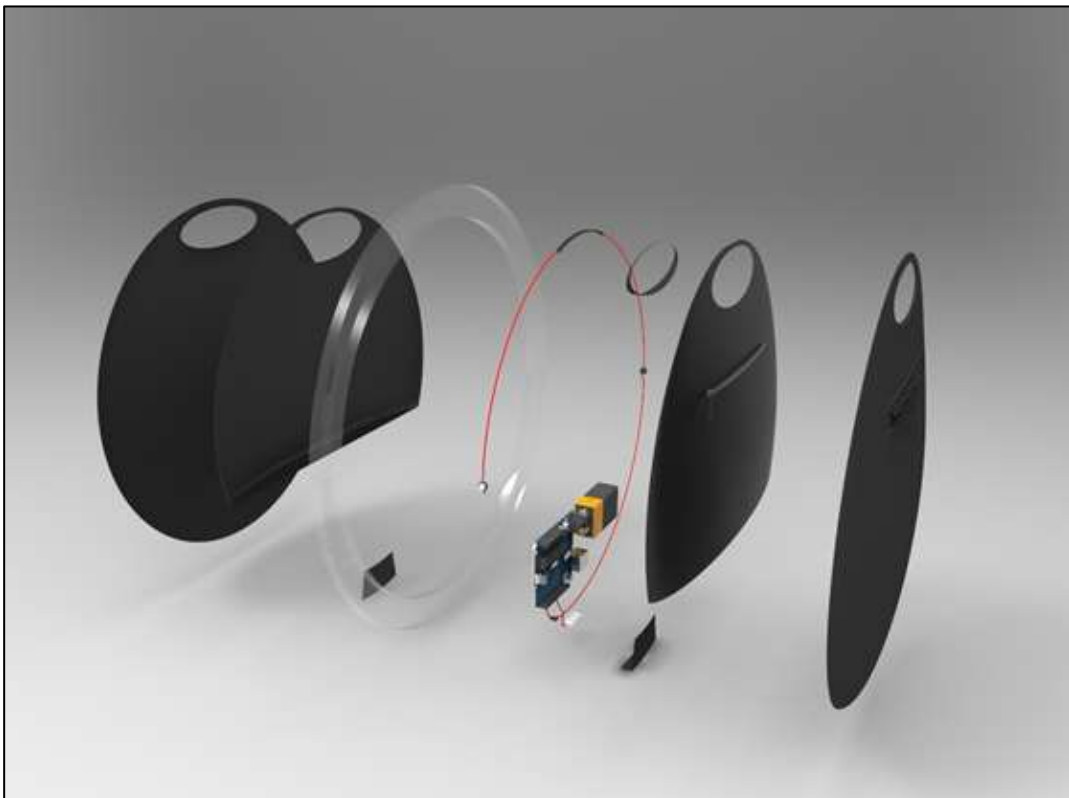


Figura 33 Esploso Quorra - vedi allegato

La scelta della forma circolare è legata ad uno studio di rifrazione della luce che attraversa il materiale, di cui l'angolo di incidenza è maggiore rispetto ad una superficie piana. Questo permette di sfruttare maggiormente la luce emessa da ogni singolo led e distribuirla uniformemente su i vari punti della curva. Il diametro del disco è di

trentadue centimetri; tale dimensione permette di avere sia la possibilità di acquisire uno spazio interno di dimensioni pari ad una borsetta da sera 16 cm x 27 cm con apertura a cerniera di 16 cm, sia il posizionamento su doppia fodera della tecnologia arduino con l'alimentazione di 9v di dimensione 6 cm x 12 cm ; Chiusura a cerniera di centimetri 10 cm per permettere il cambio della batteria. I materiali utilizzati sono il plexiglass per le sue ottime capacità di lavorazione e per la sua trasparenza, permettendo alla luce di entrare all'interno diffondendosi sull'estremità della superficie. Per il materiale interno è stato scelto il neoprene di cui le principali caratteristiche sono l'elasticità, la resistenza al taglio e allo schiacciamento, la resistenza all'invecchiamento atmosferico e al calore. Le tecnologie e la forma rendono il prodotto unico sia artigianalmente, in quanto le parti interne vengono completamente cucite, sia tecnologicamente, dove i componenti rispecchiano la filosofia dell'open innovation a basso costo. I materiali vengono uniti attraverso lavorazione di cucitura per quanto riguarda la cerniera e le fodere interne alla borsa, e con una tecnica di incollaggio siliconico su tutta la parte della curvatura tra il neoprene e il plexiglass.

2.5 Wildlife

Wildlife è stato progettato e sviluppato utilizzando le migliori tecnologie open source e componenti di basso costo, assicurando un design innovativo legato ad un alta affidabilità della produzione artigianale che soddisfano appieno le esigenze tecniche legate al settore escursionismo ed alpinismo come localizzatore e tracciatore di posizione. Questo Gilet, che si indossa sotto giacca, consente di creare un diario di percorso "geo referenziato" in

tempo reale, semplicemente inviando messaggi SMS con il sistema arduino. Nell'SMS vengono inserite le coordinate della posizione in cui ci si trova: la latitudine e la longitudine lette da un GPS. In questo modo, a casa o in una destinazione da noi definita, vedranno comparire all'istante il messaggio, avendo il punto esatto in cui ci si trova nel momento inviato. Tutto questo sarà visualizzato sulle mappe satellitari di Google Maps, con la possibilità di fare degli zoom fino ad un livello di dettaglio. I valori di tempo nell'invio di un sms può essere stabilito permettendo al sistema di navigare in maniera remota risparmiando le batterie fino a 11 ore di autonomia. In particolare, può inviare automaticamente, con frequenza programmabile, un messaggio SMS che riporta la tipologia di segnalazione e le coordinate geografiche espresse in Latitudine, Longitudine oppure inviare manualmente segnalazioni generiche o di allarme.



Figura 34 Vista posteriore Wildlife – vedi allegato

I componenti utilizzati sono:

- arduino uno;
- 6 batterie da 1,5 V ricaricabili;
- un gsm GM862;
- un gps Telit GM862-GPS.

Questi componenti sono posizionati nella parte frontale con un sistema di tasche interno che permette sia il cambio delle batterie che l'eventuale rimozione della tecnologia. Il sistema del gilet permette di avere imbottiture sulle parti sensibili, studiata in maniera ergonomica tale da ridurre dell'80% lo stress causato ai muscoli della schiena da peso eccessivo e porta l'individuo ad assumere una corretta postura, oltre alle singole protezioni di ausilio per eventuali cadute.

I materiali utilizzati sono: il Polartec, tessuto altamente traspirante e che non limita il movimento verso l'esterno dell'umidità sotto forma di vapore. I punti di contatto presenti sulla superficie interna del tessuto allontanano il sudore dalla pelle e lo deviano sulla superficie esterna dove si disperde rapidamente per evaporazione. I tessuti Polartec® Power Dry® rimuovono dalla pelle almeno il 30% di umidità in più rispetto ai tessuti a costruzione singola. La protezione è realizzata in EVAcell cui presenta buone caratteristiche quali, ottima resistenza all'ozono e all'ossigeno, buona resistenza all'abrasione, ottima resistenza all'aria calda e alla luce. È costituita da gomma reticolata, espansa a cellule chiuse con una densità 200Kg/mc ed una durezza di 25/30 Shore A; possiede buona capacità antivibrante e buona resistenza alla lacerazione con ottime caratteristiche antisdrucchiolo e memoria elastica.

Infine, sulla parte laterale sono stati applicati elastici che permettono di aderire al corpo conferendo una sensazione di vestibilità totale con la

regolazione a strappo nella parte frontale. I materiali vengono cuciti tra loro attraverso una procedura sartoriale in laboratorio.

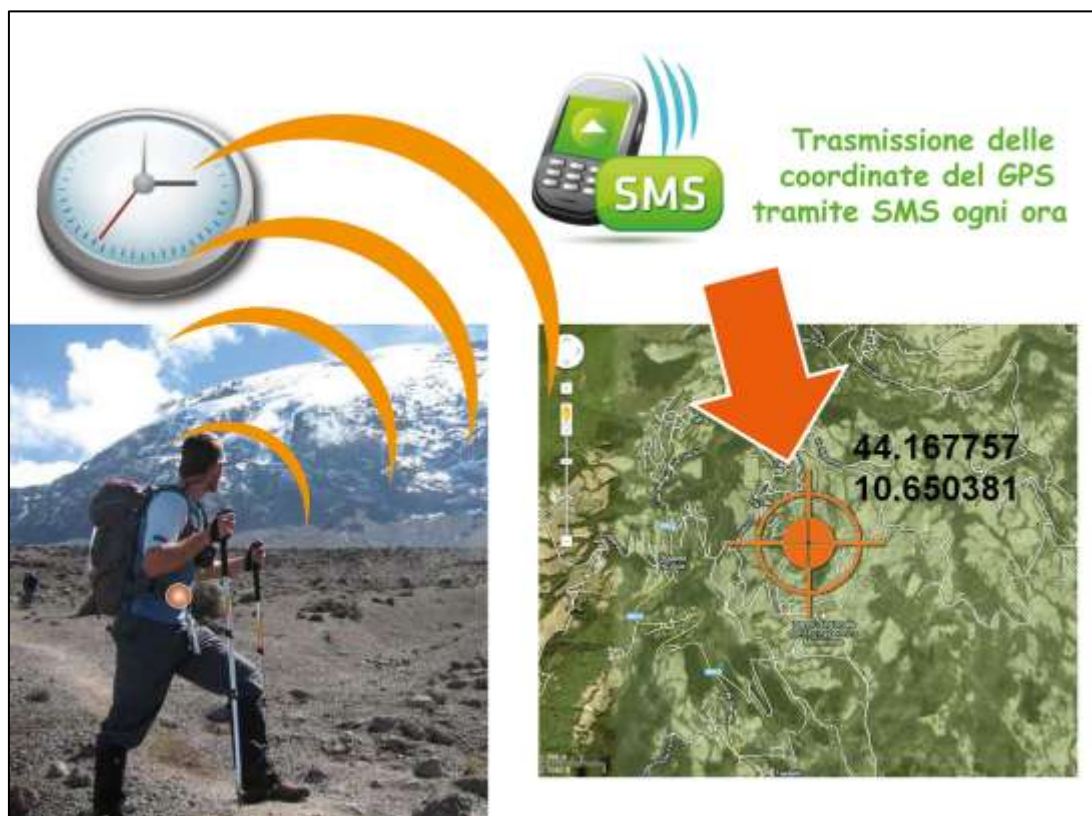


Figura 35 Schematizzazione del funzionamento e dettagli Wildlife – vedi allegato

3. Nuove frontiere della Comunicazione dell'Artigiano e del Prodotto.

3.1 Nuove frontiere di comunicazione e *Marketing*: il Web 2.0.

Uno dei fattori dominanti in quest'era tecnologica è anche la comunicazione e l'informazione, dove il prodotto cerca spazio e dialogo. Internet si sta dimostrando parte integrante ed indispensabile di un sistema globale in cui il connettore della rete è divenuto vitale. Per capire come questo sistema mette a disposizione nuove vetrine interattive per il nuovo artigiano bisogna ripercorrere le definizioni e la storia di internet e alcuni passaggi dove ha maturato il suo contenuto trasformandolo in un sistema economico comunicativo virtuale. Quindi se dobbiamo definire o esprimere un concetto di cosa è internet, la prima affermazione che diamo è un mezzo di comunicazione di massa e questo a grandi linee è vero, (in un gergo più tecnico lo possiamo definire reti Interconnesse, in inglese Interconnected Networks):



Figura 36 Autore anonimo, collegamento Internet.

è una rete di computer mondiale ad accesso pubblico che offre all'utente tutta una vasta serie di possibili contenuti e servizi. In generale Internet è definita «la rete delle reti» o semplicemente «rete». Infatti Internet è costituita da tutta una serie di reti, private, pubbliche, aziendali, universitarie, commerciali, connesse tra di loro. All'interno di questo sistema troviamo il World Wide Web che in sigla WWW, abbreviato in Web; Un servizio di Internet che permette di navigare ed usufruire di un insieme di contenuti multimediali e di ulteriori servizi accessibili a tutti o ad una parte selezionata degli utenti di Internet. La caratteristica principale della rete Web è che i nodi che la compongono sono tra loro collegati tramite i cosiddetti link (collegamenti), formando un enorme ipertesto. I

suoi servizi possono essere resi disponibili dagli stessi utenti di Internet. In riguardo ai contenuti, il Web possiede la straordinaria peculiarità di offrire a chiunque la possibilità di diventare editore e, con una spesa molto modesta, di raggiungere un pubblico potenzialmente vastissimo distribuito in tutto il mondo. Nella sua evoluzione World Wide Web si trasforma in Web 2.0 dove l'insieme di tutte quelle applicazioni online che permettono uno spiccato livello di interazione tra il sito e l'utente, come blog, forum, chat, youtube, facebook, myspace, twitter, ecc. Pertanto Web 2.0 è un prodotto open-source, che permette di condividere le informazioni sulle quali è stato creato Internet e rende i dati più diffusi. Questo permette nuove opportunità di lavoro e di informazioni che possono essere costruite sopra le informazioni precedenti.

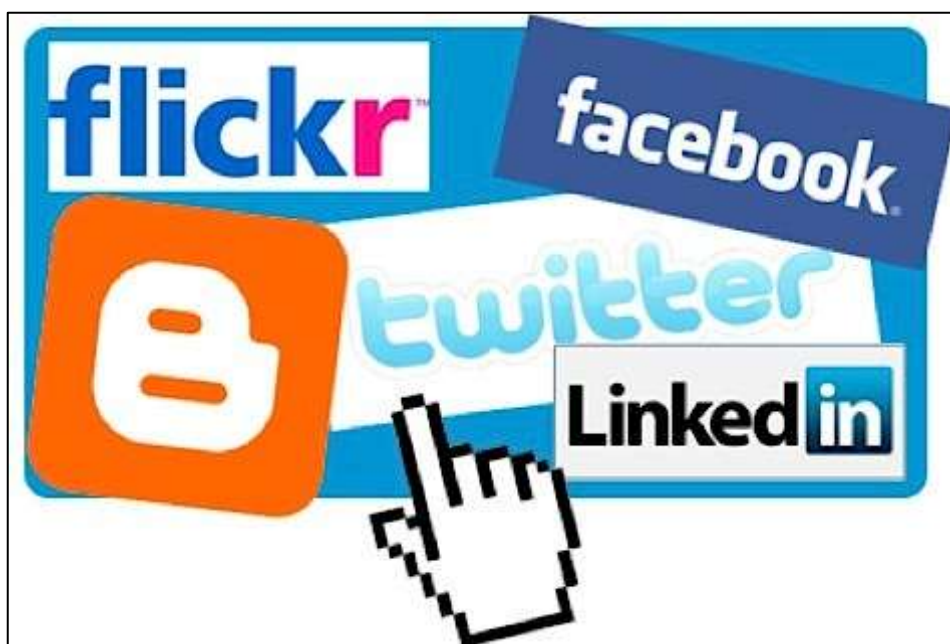


Figura 37 Alcune delle principali aziende del web 2.0

Un caso studio è rivolto al mondo di ebay: contrariamente a quanto si possa pensare, non è un negozio in linea che svolge attività di commercio elettronico; la società non è direttamente interessata alle compravendite

(si parla di decine di migliaia ogni giorno) che avvengono sul suo sito; anzi, sostiene espressamente che:

Nonostante eBay sia spesso identificato come un sito di aste online, è importante comprendere che non svolgiamo alcuna attività di intermediazione né siamo un "banditore d'asta" nel senso tradizionale del termine. Il nostro sito è un luogo che offre ai propri utenti la possibilità di vendere e comprare oggetti, in qualsiasi momento, da qualunque postazione Internet e con diverse modalità, incluse le vendite a prezzo fisso e a prezzo dinamico, comunemente definite come "aste online". eBay non ha nessun controllo o responsabilità in merito alla qualità, sicurezza, liceità dei beni messi in vendita sul sito. Non può inoltre verificare la veridicità e l'accuratezza delle inserzioni o la capacità degli utenti di vendere, acquistare e fare offerte. eBay non ha alcun ruolo nella compravendita che si svolge tra gli utenti a seguito della loro attività sul sito.⁴³



Figura 38 pagina sito ebay.

Ciononostante, milioni di persone ogni giorno scelgono di vendere e comprare beni o servizi su eBay, la quale società dunque fornisce un servizio di hosting (cioè provvede affinché nei propri server vengano

⁴³ www.ebay.it

immagazzinati i dati relativi ad una compravendita), e non di vera e propria casa d'asta. Il guadagno viene conseguito da eBay ponendo una piccola tassa per ogni nuova asta. Quindi possiamo osservare come ebay non è un negozio ma bensì una comunità fatta da utenti che creano mercato. Possiamo definirla e-Community business, dove gli stessi componenti sono sia venditori che acquirenti, dove gli stessi hanno visibilità più o meno alta a seconda del tipo di attività e servizio, e questo permette in fine di poter differenziarsi all'interno attraverso valutazioni (informazioni) che gli stessi utenti attribuiscono a ogni venditore. Tale sistema ha innescato un nuovo concetto di compravendita che sulla base dell'organizzazione ad aste, con la successiva introduzione del servizio compro subito ovvero vendita diretta, il fattore dello scambio di informazioni tra cliente e venditore è il cuore del sistema. I benefici del Web 2.0 non sono percepiti allo stesso modo dagli esperti in rete ed anzi la discussione sui blog relativi al Web 2.0 è assolutamente aperta. Per alcuni critici il Web 2.0 non esiste, è una intelligente operazione di marketing, uno slogan per definire l'esistenza di un nuovo fenomeno o movimento che in realtà non esiste. Per altri ancora è presto per poter parlare di un Web 2.0, l'architettura del Web richiede ancora molto lavoro. Dal mio punto di vista il Web 2.0 è un'ottima scoperta in grado di portare nuova linfa e opportunità alle aziende sia piccole che grandi in cui operano nel settore e alle persone che utilizzano la rete nella sua dimensione sociale e relazionale. Il cambiamento di visione che introduce il Web 2.0 obbliga a ripensare il ruolo delle persone in rete e a favorire maggiore interazione, collaborazione e partecipazione. Un cambiamento non facile ma adeguato a garantire la realizzazione di un sistema che ha bisogno di cambiamenti e che ci rende partecipi di un mondo unico.



Figura 39 logo ebay

3.2 Effetto Wow ed il WowMeter.

Nel contesto artigiano tecnologico mi è parso interessante osservare come la comunicazione oltre quella del web 2.0 che riguarda un mondo non tangibile si stia sviluppando radici che tendono a rafforzare la tipologia comunicativa fondata da pubblicità quotidiana che ci circonda; In questo

caso ci soffermiamo in un progetto che ha visto coinvolto Giovanni Re, un manager community della Roland DG Europe, che attraverso l'analisi sull'aspetto della concentrazione visiva e l'attrazione al diverso, è portato a teorizzare un dato quantitativo di valutazione che determini l'efficacia della comunicazione. Alla base di questi concetti sono stati svolti studi di come il nostro cervello reagisce alle informazioni e le associazioni che si creano nello sviluppo di un'immagine o

una relazione: Esagerazione; Movimento; Associazione inusuale, Coinvolgimento emotivo; Questi riferimenti portano ad innescare nel nostro sistema mnemonico un ricordo stabile, alla base del metodo di Golferà⁴⁴, dove Re inserisce altri due fattori, che sono quelli dell'economicità ed il posizionamento. Da queste nozioni la creazione di un sistema di valutazione è intuitivamente semplice. Nella valutazione di una comunicazione l'esistenza di uno dei sei riferimenti permette l'assegnazione di un punto; I punti hanno una scala da zero a sei, dove zero individua una mancanza totale di tutti i punti che permettono il nostro



Figura 40 Giovanni Re.

⁴⁴ Gianni Golferà è un saggista e mnemonista italiano. Il metodo adottato dallo studioso si fonda sul potere evocativo delle immagini, sul coinvolgimento emotivo, sull'elaborazione di una "decodifica/conversione" di lettere e numeri in aggregazioni testo/immagini in movimento, simili a sequenze di cinema, che - fatte salve alcune indicazioni metodologiche generali - ciascun individuo deve interiorizzare e convertire in appigli emotivo-mnemonici efficienti in relazione al proprio vissuto individuale.

cervello di registrare l'informazione e quindi di scarsa efficacia, fino ad arrivare a sei dove viene inteso il massimo grado a cui il nostro cervello recepisce tali informazioni e le immagazzina realizzando quello che per Giovanni Re è l'effetto Wow. Tale sistema permette di avere tra le mani uno strumento di valutazione efficace ed immediato.

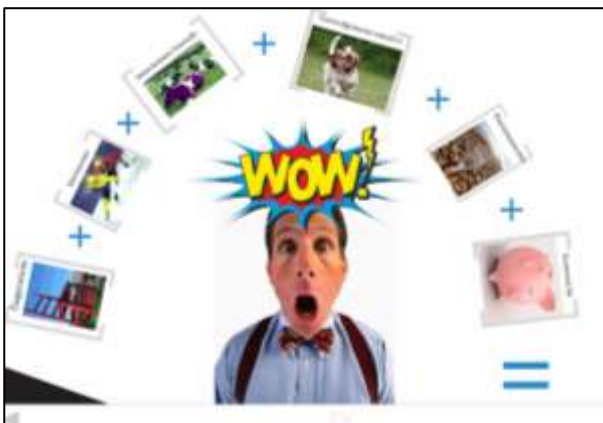


Figura 41 concetti del Wow ed il Wow Meter.

Conclusioni

Il presente lavoro di tesi ha cercato di mettere in luce in cosa consiste la cultura artigiana, e quella dei makers ovvero i nuovi artigiani dove la visione del futuro è concepita con una manualità legata ad una tecnologia democratica e libera, ma soprattutto di indagare come, all'interno di una comunità virtuale, si creino delle pratiche, e come esse vengano trasmesse tramite un sistema sociale di apprendimento legato all'*open-innovation*. Tali obiettivi presuppongono una conoscenza approfondita della comunità oggetto di studio, dei suoi membri e delle situazioni che si sviluppano nella vita che tale comunità svolge nel cibernazio. Per questo motivo è stata scelta una metodologia di ricerca qualitativa, basata sullo studio ed il rapporto diretto con il nuovo artigiano tecnologico tramite collaborazione nella realizzazione di un prodotto legato al settore di competenza oltre che all'osservazione partecipante e le interviste in profondità. Questo nuovo mondo porta in dote un modo diverso e aperto di progettare: l'impresa funziona e ha successo perché punta su collaborazione e condivisione di idee, di risorse e di competenze, dove governa un modello operativo che oltrepassa i confini geografici e culturali, mette in movimento la conoscenza lasciando da parte la cultura imprenditoriale tradizionale, basata sul segreto industriale. La mia idea è che il mercato è abbastanza grande per dare spazio oltre che al mondo industriale anche a quello artigianale; dove quest'ultimo possa essere parte integrante di un nuovo modo per le grandi aziende di rivalutare il prodotto legandolo sempre più ad un concetto di unicità e qualità, parametri importanti in una società ormai consumata da oggetti futili e privi di carattere. Infine da questa esperienza posso affermare che la presenza di una nuova rivoluzione industriale è vicina e il sistema che attualmente ci circonda ha bisogno di una forte iniezione di innovazione e cambiamento. A mio avviso questo cambiamento può partire solo da noi nel modo in cui osserviamo le cose. Gli artigiani hanno con se un grande tesoro che non è

solo tradizione, ma anche una forte maestria nel proprio specifico settore, quasi un amore empatico tra l'uomo e la sua materia; Questo calore empatico unito alla fredda tecnologia ci permette di guardare il sistema di saper fare e di saper condividere in un modo tutto nuovo, in un modo libero ma allo stesso tempo unito.

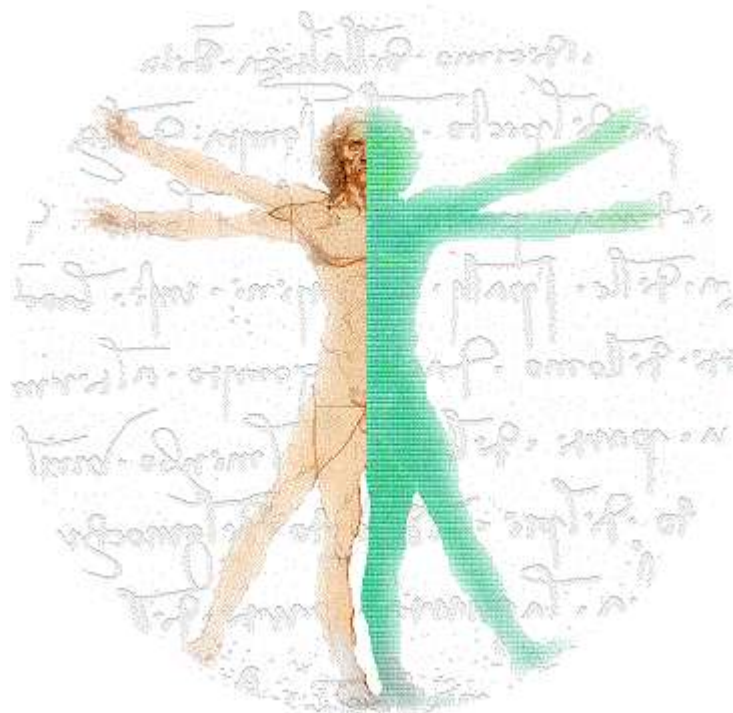


Figura 42 Immagine rivisitata dell'uomo vitruviano di Leonardo Da Vinci.

Ringraziamenti

A conclusione di questo lavoro, desidero ringraziare la prof.ssa Dott.ssa Lucia Pietroni, relatrice di questa tesi, per la disponibilità e cortesia dimostratemi, e per l'aiuto fornito durante la stesura. Alla grande umanità con la quale ha saputo incoraggiarmi in tutti i momenti di difficoltà. Un sentito ringraziamento lo rivolgo alla mia famiglia che mi è stata accanto e supportato con amore e pazienza, un grazie in particolare a Melissa, Ettore, Elisa e Don Marcelo;

Rivolgo ulteriori ringraziamenti a:

Selene Re, artigiano Tecnologico con cui ho collaborato e avuto la possibilità di realizzare prodotti innovativi e di qualità;

Dott. Mario Picchio presidente della Roland DG Europe e a tutto il Team dell'azienda in particolare Giovanni Re, mio guru e guida in questo percorso di ricerca e formazione;

Tutta la comunità del forum Arduino e Artigiani Tecnologici con cui ho condiviso le mie idee ed intuizioni;

Tutti i miei professori, compagni di università e amici con i quali ho potuto condividere esperienze che mi rimarranno nel cuore sia nella sfera professionale che privata.

Ringrazio con la mia fede Dio che mi ha dato la forza e l'umiltà di affrontare questo fantastico percorso culturale e sociale.

"Chi lavora con le sue mani è un lavoratore. Chi lavora con le sue mani e la sua testa è un artigiano. Chi lavora con le sue mani e la sua testa ed il suo cuore è un artista."

(San Francesco D'Assisi)

Bibliografia

- S. Micelli, *Futuro Artigiano* Ed. Marsilio, Ed. Marsiglio, 2011, Venezia.
- R. Sennet, *L'Uomo Artigiano* Ed. Feltrinelli, 2009, Milano.
- Legge n. 443 dell'8 agosto 1985 denominata Legge quadro per l'artigianato.
- E. Sottili, *Quale futuro per l'artigianato manuale creativo?*, in *Vivere d'Arte*, numero 14, 2007, Cremona.
- C. Dossena, A. Francesconi, G. Cioccarelli, *Creatività e web community: quando la creatività risiede all'esterno dell'organizzazione. Un Caso Empirico*, 2010, Alma Mater Studiorum Università di Bologna.
- M. Frauenfelder *Made by Hand* ed. Portfolio 2010
- P. Sorbi, R. Sennett "L'uomo artigiano" di e le domande che pone sul lavoro e la sua società, Maggio 2009, Camera di Commercio Milano.

Sitografia

- <http://www.rolandforum.com>
- <http://makerfaire.com>
- <http://www.madeinitaly.org>
- <http://www.arduino.cc>
- <http://www.ilsole24ore.com>
- www.ebay.it
-

Referenze fotografiche

Alessandro Casmirri

Selene Re

Sito Roland DG Mid Europe - www.rolanddg.it

Sito farestampare - www.farestampare.it

Sito Artigiani Tecnologici - www.rolandforum.com

quorra bag

di che colore sei, oggi?



La tecnologia di Quorra è abbastanza semplice e intuitiva.

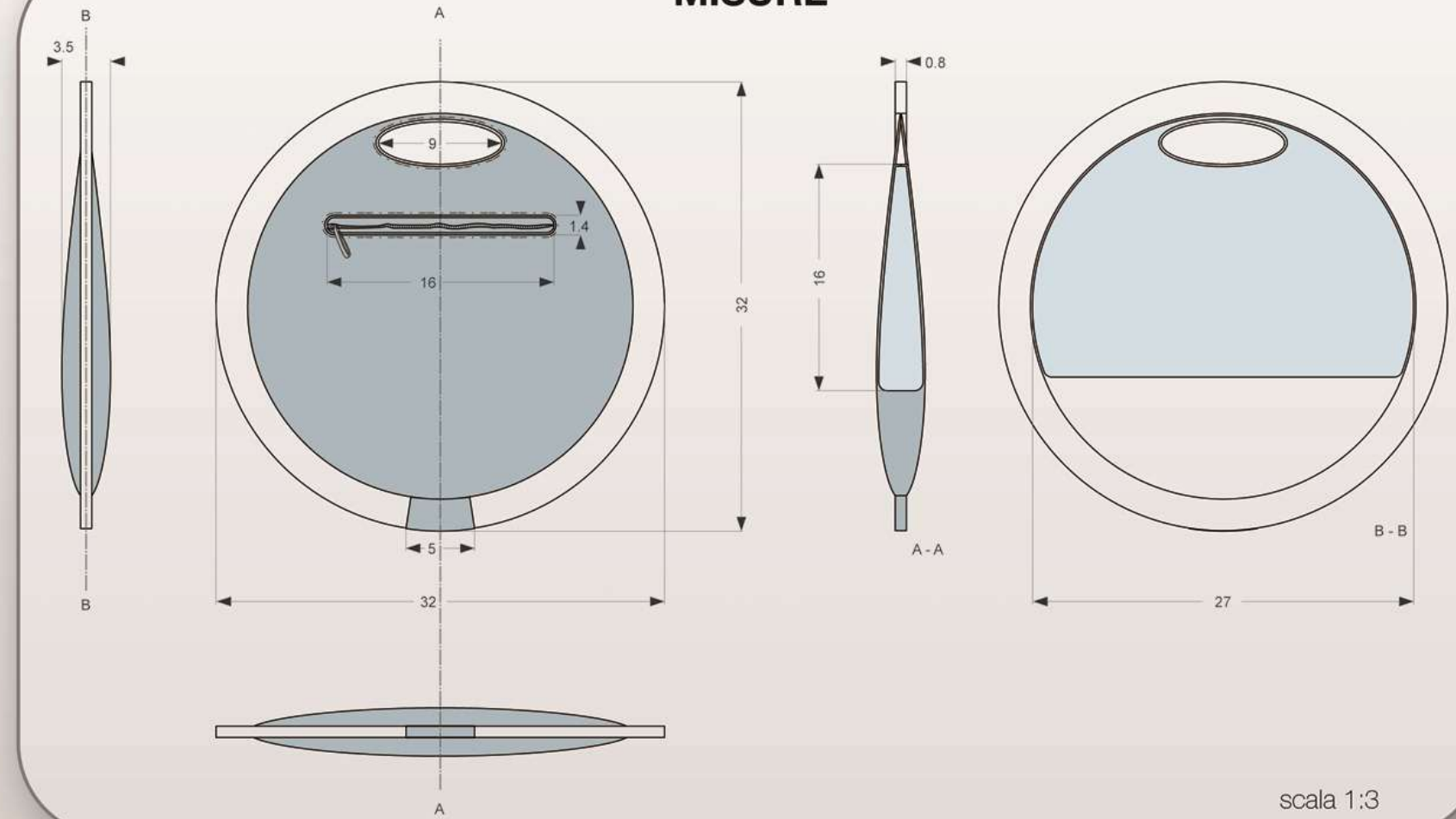
Studiata ed ideata sulla tecnologia open source, essa mette a disposizione la massima libertà di utilizzo con la possibilità di **adattarsi alla vita quotidiana della donna mutando al mutare del proprio vestire.**

Il funzionamento permette di percepire il colore presente davanti al sensore e riprodurlo.

VISTE ORTOGONALI

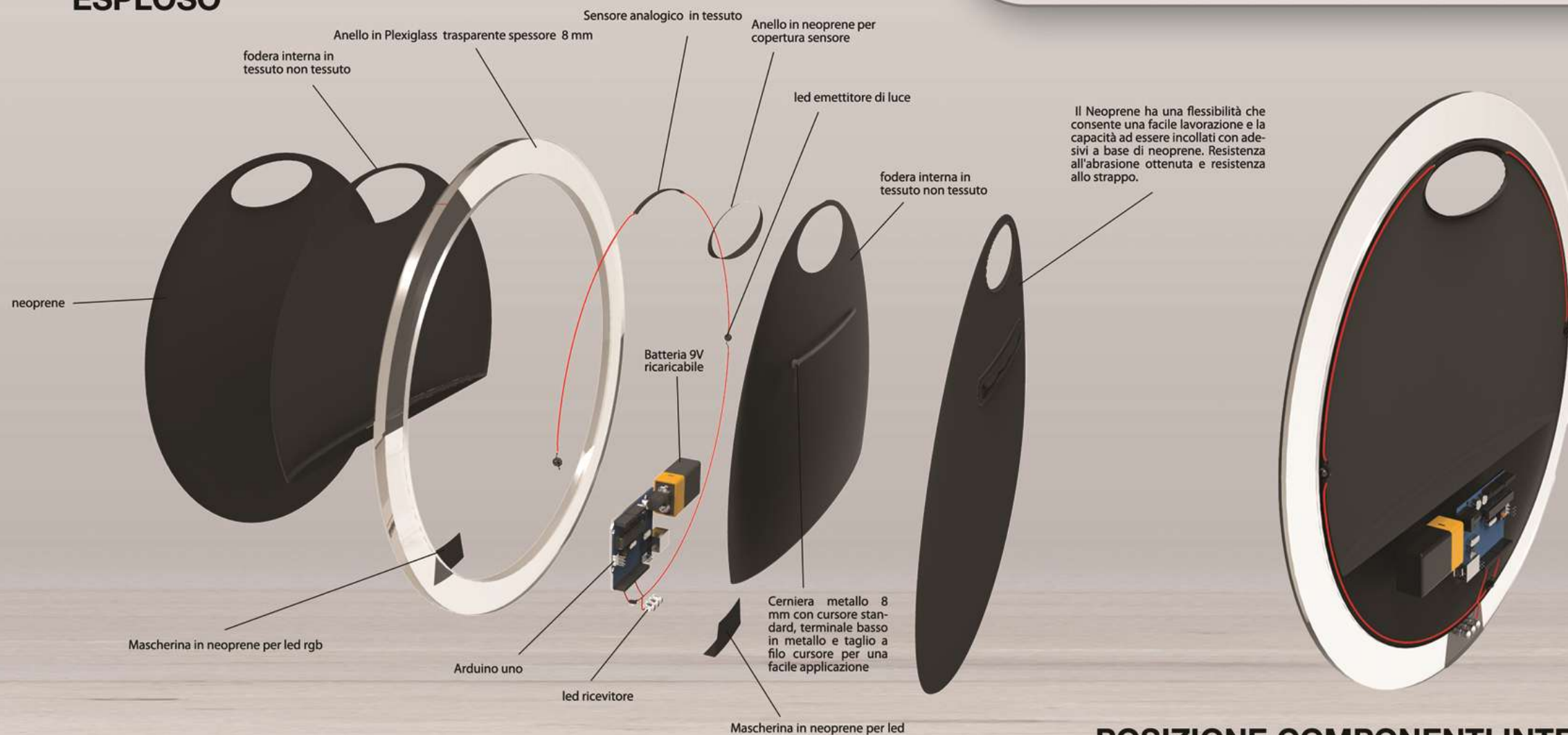


MISURE



scala 1:3

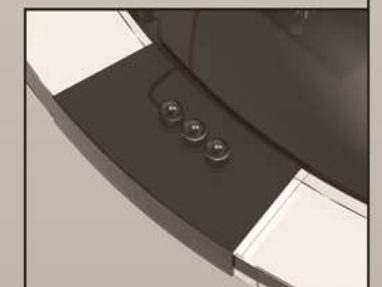
ESPLOSO



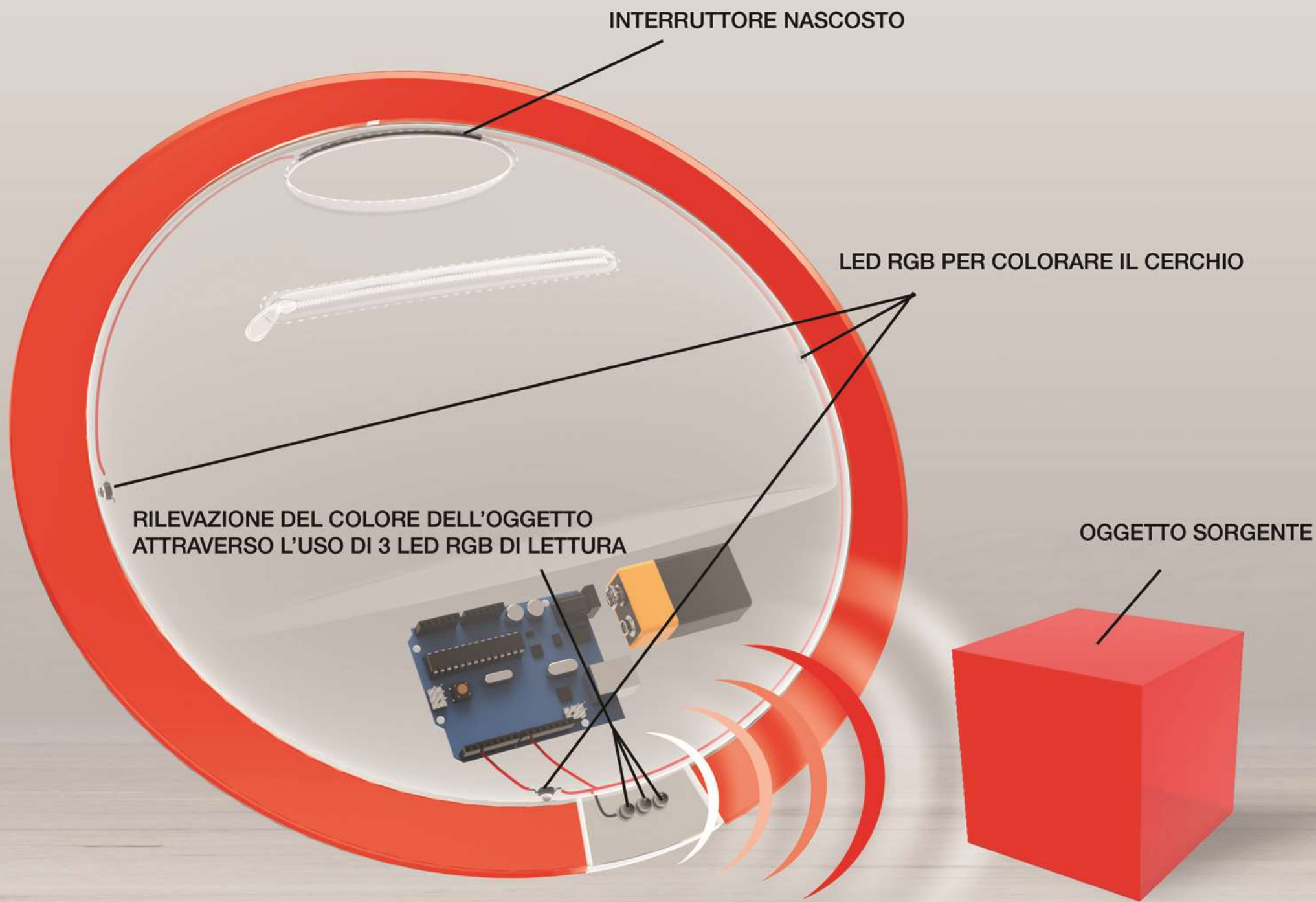
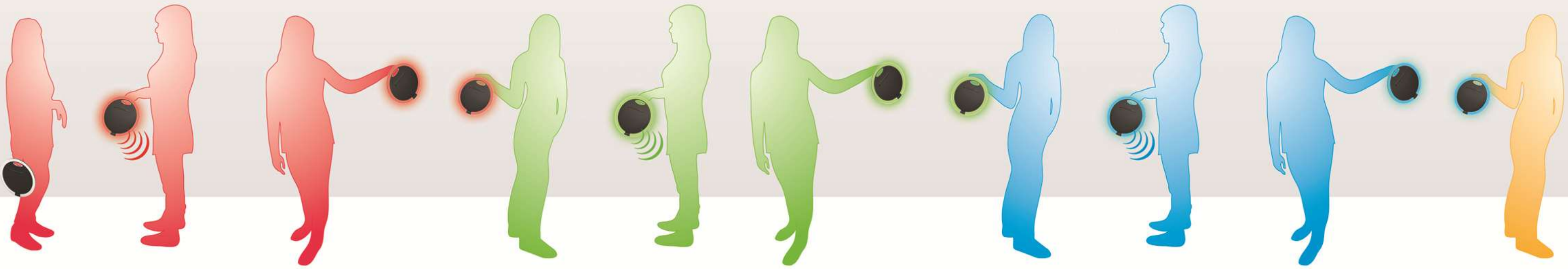
PARTICOLARE CUCITURE



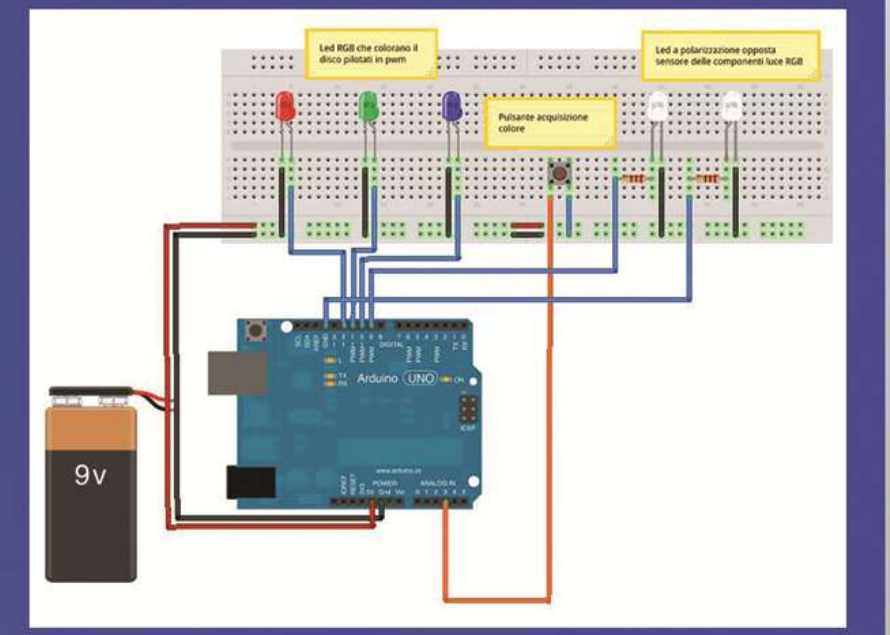
PARTICOLARE LED RGB



POSIZIONE COMPONENTI INTERNI



Il metodo di funzionamento è abbastanza semplice, quando si afferra la borsa un tessuto sensitivo che funziona da pulsante sotto il manico vengono azionati i tre led RGB con tre lampi per l'acquisizione colore tale che questi misurino il colore risultante espresso in percentuale su rosso, verde, blu dando il colore corrispondente.



SCHEMA DI COLLEGAMENTO ARDUINO

WILDLIFE

gilet

per una migliore
postura e
sicurezza nei
percorsi di trekking



La struttura del gilet è studiata in maniera ergonomica tale da ridurre dell'80% lo stress causato ai muscoli della schiena da peso eccessivo e porta l'individuo ad assumere una corretta postura, oltre alle singole protezioni di ausilio per eventuali cadute.

Università degli studi di Camerino
Scuola di Architettura e Design "Eduardo Vittoria" (SAD)
Corso di Laurea DISEGNO INDUSTRIALE E AMBIENTALE
Studente: Alessandro Casmiri - matricola 061544
Relatore: prof.ssa Lucia Pietroni
Correlatore: prof. Federico Orfeo Oppedisano



WILDLIFE gilet

tesi: La diffusione dell'innovazione artigianale attraverso tecnologia e design

1

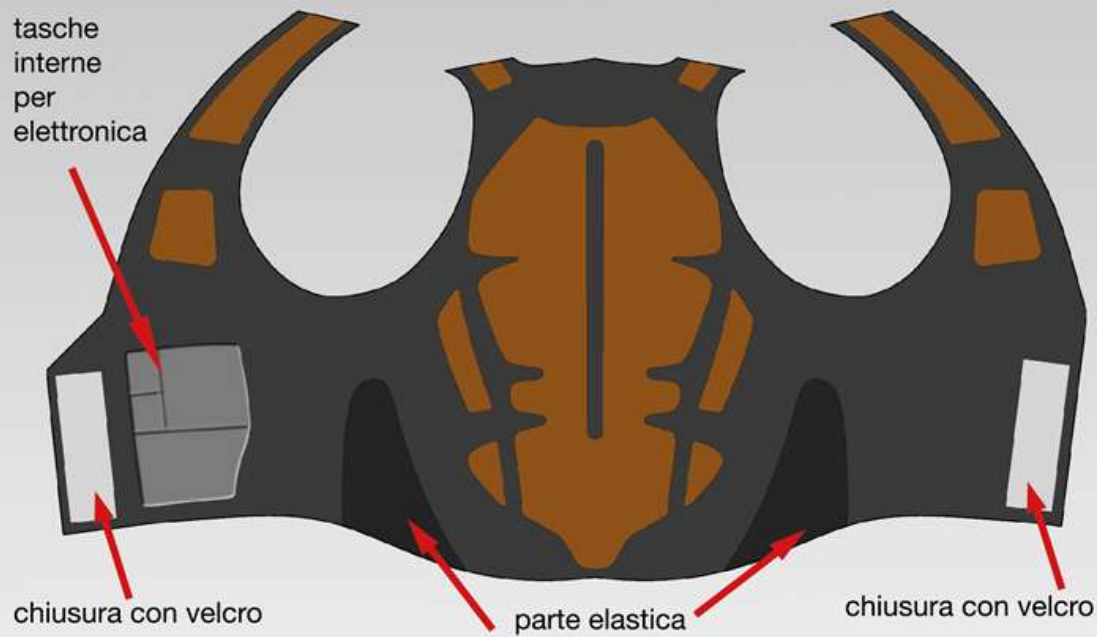
TAVOLA
PRESENTAZIONE

VISTE ORTOGONALI E TABELLE UNISEX

TAGLIE	A	B	C	D
S	53.5	44	40	7
M	57.5	48	45	7
L	59.5	50	47	8

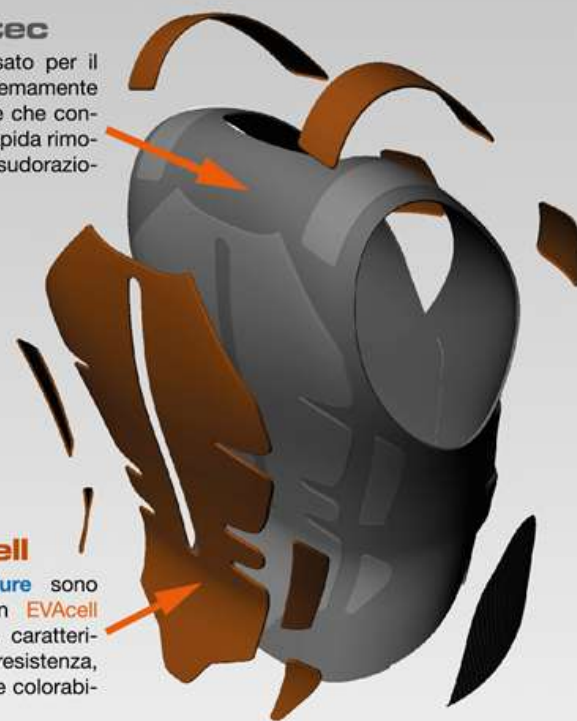


sviluppo indicativo - vista dall'interno



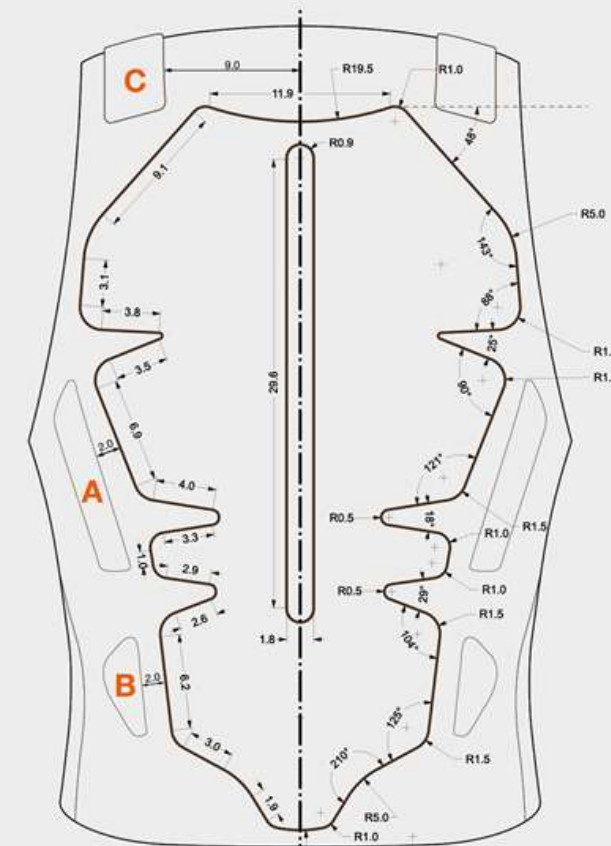
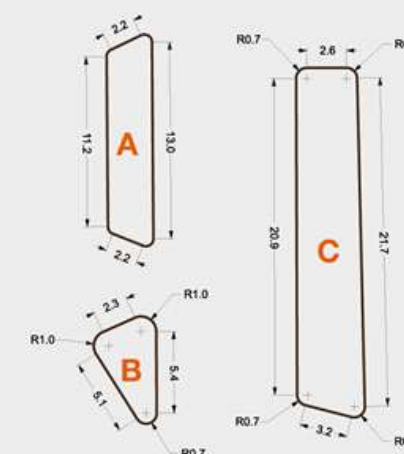
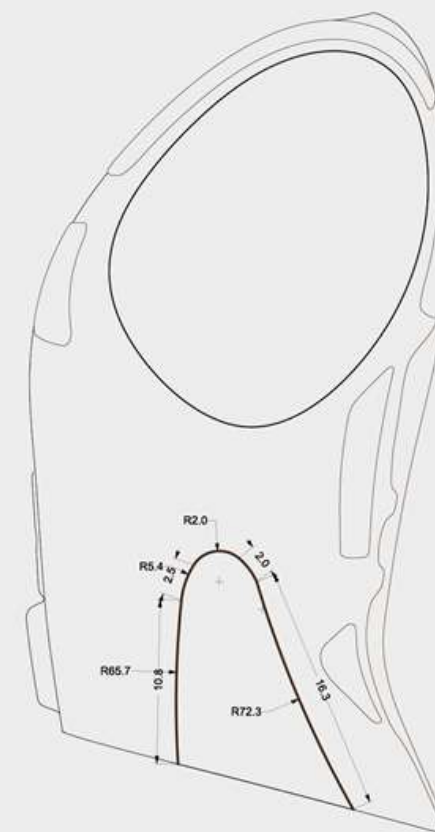
Polartec

materiale usato per il gilet, estremamente traspirante e che consente una rapida rimozione della sudorazione

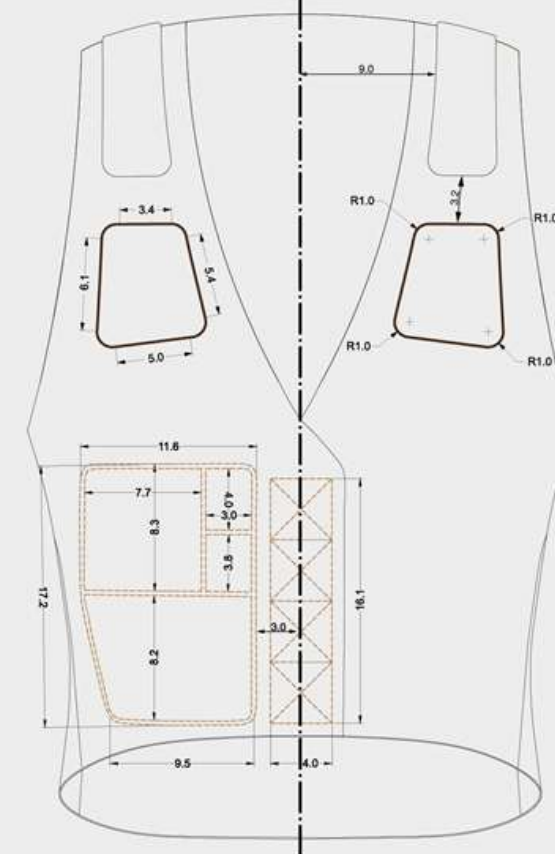


EVAcell

le imbottiture sono realizzate in EVAcell che unisce caratteristiche di resistenza, lavorabilità e colorabilità



scala 1:2,5



Dettaglio cuciture

Università degli studi di Camerino
 Scuola di Architettura e Design "Eduardo Vittoria" (SAD)
 Corso di Laurea DISEGNO INDUSTRIALE E AMBIENTALE
 Studente: Alessandro Casmirri - matricola 061544
 Relatore: prof.ssa Lucia Pietroni
 Correlatore: prof. Federico Orfeo Oppedisano

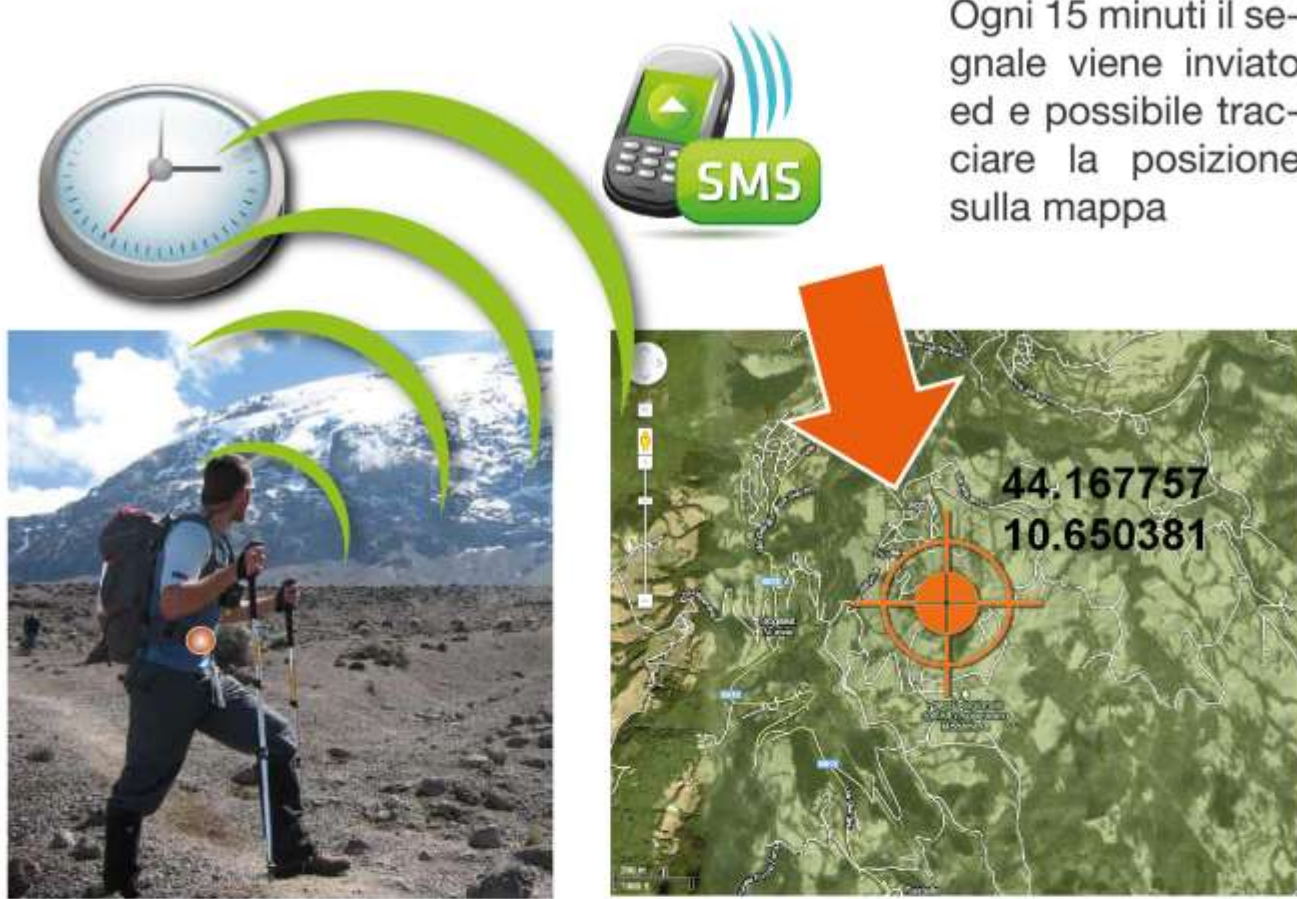


WILDLIFE gilet

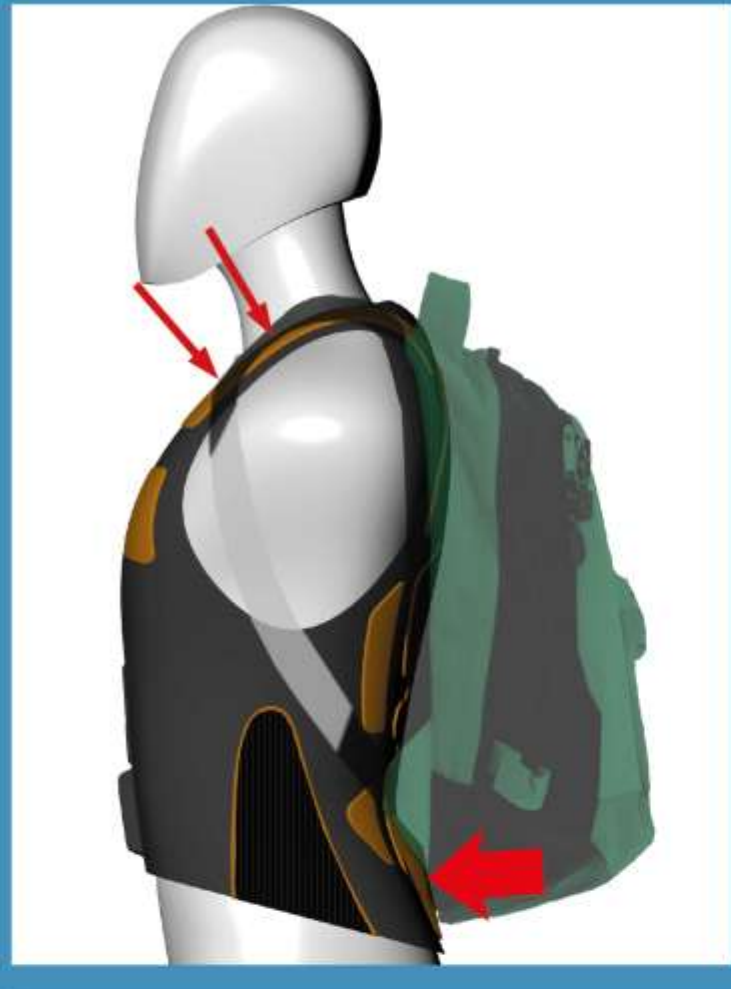
tesi: La diffusione dell'innovazione artigianale attraverso tecnologia e design



TAVOLA TECNICA



Ogni 15 minuti il segnale viene inviato ed è possibile tracciare la posizione sulla mappa



L'imbottitura lombare che ha uno spessore maggiore è utilizzata per ricevere il carico inferiore dello zaino e trasmetterlo correttamente al corpo consentendo una migliore postura della colonna vertebrale

disposizioni anatomiche delle imbottiture



Alcune tasche interne ospitano l'elettronica di supporto



Arduino: sistema hardware opensource completamente programmabile



GPS: consente il tracciamento della posizione geografica

GSM: trasmette le informazioni elaborate tramite il segnale comunemente usato dai telefoni cellulari

Batterie: comuni pile stilo facilmente sostituibili

Schema elettrico

