

 a cura di
Francesco Samorè

La Fondazione
Giannino Bassetti
per il progetto
Design

Milano
Aprile 2011

Fondazione Giannino Bassetti



**La Fondazione Giannino Bassetti
per il progetto Design**

A cura di Francesco Samoré

- Aprile 2011 -

Indice.

- I. Oltre lo *statu quo*: condividere i prossimi passi del progetto
“Milano-Design, Realizzare l'improbabile”
- II. Le istituzioni che animano il progetto, quelle che si avvicinano
e i giovani, beneficiari attesi di un atto responsabile
- III. La città definita dalla rete del design
- IV. Dal design «privato» al design della polis
- V. Business design

I.

Oltre lo *statu quo*: condividere i prossimi passi del progetto Milano-Design, Realizzare l'improbabile

Il successo di *Mani grandi, senza fine*, lo spettacolo che Laura Curino ha portato in scena al Piccolo Teatro (in anteprima, nella cornice dei cinquant'anni del Salone del Mobile; poi nelle serate dell'11 e 12 febbraio 2011) ha confermato, una volta di più, che nel *medium* è il messaggio; e che, come è stato affermato, nell'epoca dei tagli alla cultura sono premiati gli sforzi di chi, perseguendo una strategia di dialogo *con* e *per* la città, assume su di sé i rischi della committenza. La prossima stagione lo spettacolo entrerà stabilmente nel cartellone del

Piccolo Teatro, e molte sono le richieste di replicarlo dentro e fuori l'Italia.

Nel *Libretto di sala* distribuito agli spettatori durante quelle sere di febbraio (e scaricabile dal web attraverso il nostro sito) abbiamo voluto ricordare che la missione della Fondazione Giannino Bassetti – promuovere la responsabilità dell'innovazione – comporta lo sforzo di guardare al design, e alla città che nell'immaginario internazionale ancora oggi ne rappresenta il cuore, assumendo un punto di vista situato: **non abbiamo inteso descrivere lo *statu quo*, bensì intravedere uno scenario che trascenda il contingente, un *improbabile da realizzare*** (scriveva Achille Castiglioni: «Se *design* è creare ciò che non esiste, bisogna essere capaci di prevedere ciò che non è visibile»¹).

Siamo ora impegnati a compiere altri passi in questa direzione. Riteniamo che il progetto domandi di essere narrato mentre cresce, per **fissare quanto si è appreso e invitare nuovi interlocutori a prendervi parte**. Abituati a indagare la categoria della responsabilità, sappiamo che essa si colloca nel rapporto tra sapere e dovere. Implica quindi volontà. Ecco perché, **in queste pagine, non ci limitiamo a «fare il punto» ma sollecitiamo nuove azioni**.

¹ Citato da G. Lanzone, *Teaching methodology. A long term research framework*, marzo 2011

II.

Le istituzioni che animano il progetto, quelle che si avvicinano e i giovani, beneficiari attesi di un atto responsabile

Stiamo mettendo a fuoco una consapevolezza più nitida di quella che ci spinse solo pochi mesi fa, che si concretizza anzitutto nell'individuazione dei beneficiari attesi di un atto responsabile: **i giovani** alla ricerca del proprio posto **entro una scena che propone problemi nuovi**, ma nella quale convivono tradizione e innovazione; **imprese del *design network*** nell'area che trascende – e di molto – i confini amministrativi di Milano, ***craftmanship*** sfidata dalla glocalizzazione², **istituti di alta formazione** sempre più chiamati, a loro volta, a imparare sintetizzando saperi elaborati nell'impresa e nella società.

In altri termini, assumersi la responsabilità dell'innovazione significa porre al tessuto vivo della città una domanda semplice sulle nuove generazioni: **quale sarà per loro, tra dieci o quindici anni, l'attrattività della scena milanese del design, delle sue istituzioni formative, della sua architettura funzionale?**

² Scrive Edmund de Waal, artigiano i cui lavori sono esposti al Victoria and Albert Museum di Londra: «*I wanted someone to write a description of Homo Faber, the maker of things. I wanted a story of making told without the penumbra of romanticising how hard it is, without nostalgia. Then, in 1988, (...) I read Primo Levi's The Wrench (1978). (...) Here, at last, was a book structured round structure. It was a conversation about how you took one part of learning and took it another job. This made sense of how deeply connected the hand and the head really are*». Edmund de Waal, *With these hands*, «Financial Times», March 12/13, 2011

Ci sapremo attrezzare alla gestione della complessità? Come recepiremo le spinte della *design driven innovation* e l'estensione del campo semantico del design a livello internazionale? Oggi le opportunità gravitano intorno al «disegno» non solo di prodotti, ma anche di servizi per elevare la qualità della vita di anziani, detenuti, obesi... o per ripensare la fruizione dei beni culturali. E la sostenibilità ambientale (non solo cosa, ma *come* si progetta) ha profondamente permeato la mentalità dei protagonisti di questo mondo; essi si occupano anche di ciò che viene *prima* e *dopo* il prodotto finito: i materiali da utilizzare, il percorso di smaltimento... Insomma, **l'intero ciclo vitale dell'oggetto, non solo il binomio fruizione-consumo**. Temi che dovrebbero sollecitare una città che si dispone all'Expo 2015 sul canovaccio *Nutrire il pianeta, energia per la vita*.

Le istituzioni, a cominciare da quelle che per prime si sono unite a noi (Camera di Commercio di Milano, Camera di Commercio di Monza e Brianza, Cosmit, Federlegno, Domus Academy e Pdma Southern Europe) percepiscono l'urgenza di mettere a valore la «nuvola» di competenze che siamo andati addensando attraverso un lavoro rigorosamente in rete. Colgono cioè la potenzialità di un ambito ideato per alimentare progressi collettivi, su più fronti.

Altri si avvicinano, come il Politecnico di Milano: la Fondazione Bassetti ha accettato l'invito a partecipare, a metà aprile, a *Societ-Abile, il progetto come processo sociale*, un ciclo di seminari organizzato dalla Scuola del Design del Politecnico di Milano col patrocinio della rivista «Tecnoscienza. Italian Journal of Science &

Technology Studies». L'interrogativo di partenza cui proveremo a rispondere insieme a designers, sociologi ed economisti muove dalla dimensione sociale dell'attività di progettazione nella cornice produttiva: imprese, filiere, distretti. Le innovazioni fioriscono dall'interazione di figure professionali non tutte codificate nell'«almanacco ufficiale» del design: dai creativi agli addetti ai macchinari. Questo modifica il ruolo del designer «professionista» nella creazione di oggetti, immagini, servizi.

E poi abbiamo incontrato i protagonisti «di frontiera» del design internazionale, gli *interaction designers*, che sfidano la struttura produttiva e d'impresa nostrana a rinnovarsi, colmando lacune tecnologiche, perseguendo nuove scale dimensionali e incontrando – ma su questo torneremo in conclusione – il *business design*.

Insieme ai partner del progetto, intendiamo discuterne a luglio 2011, quando Milano, da poco attraversata dalla cinquantesima edizione dei Saloni, ospiterà il secondo momento pubblico del nostro progetto in itinere: una *call for ideas* rivolta a giovani designers durante la quale rifletteremo sul passaggio *dal design «privato» al design della polis*, nello sforzo di porre la cultura materiale a servizio di un nuovo spazio pubblico³. Una sorta di *roadshow* per immaginare la città futura e rispondere al *caveat* portato dal sistema produttivo distrettuale (la Brianza e oltre) attraverso il megafono del sistema camerale: come si

³ A. Bonomi, *Vie italiane al post-fordismo: dal capitalismo molecolare al capitalismo personale*, in G. Berta (a cura di), *La questione settentrionale. Economia e società in trasformazione*, pp. 55-142

affronta il ricambio generazionale, essendo sempre meno la manodopera disposta a confrontarsi con la «reputazione» di un lavoro artigiano e operaio tradizionale che va in crisi?

Una rappresentazione della complessità di questa scena ci è intanto offerta dai progressi dei giovani designers vincitori di ***Italian Design Talents***, due borse di studio conferite da Domus Academy e Fondazione Bassetti ad Avner Shacked e Manuel Garzoron. Insieme, lavorano a una **mappa interattiva sulla morfologia del sistema design milanese**, pensata per l'utilizzo su diverse piattaforme digitali. La mappa ha struttura diacronica: mostra il cambiamento della scena dal 1950 al 2010, in termini qualitativi e nelle relazioni tra attori; dai «maestri» al panorama editoriale; dal network tra designers e artigianato alle conseguenze determinate dall'ITC e dai nuovi stili di fruizione collettiva.

Per mettere a punto e arricchire la ricerca, il prodotto è al vaglio di interlocutori istituzionali (Camera di commercio di Milano, Camera di commercio Monza e Brianza, Cosmit, Fondazione Giannino Bassetti), docenti (Politecnico – design e informatica – IED), istituti di ricerca e progettazione (Crea International, FCL), designer *junior* e *senior*, imprenditori.

III.

La città definita dalla rete del design

Nel 2007, introducendo il volume *La fabbrica del design* (voluto negli anni novanta da Giulio Castelli e pubblicato da Skira dopo la sua morte) Paola Antonelli lo proponeva come «ispirazione ai visionari dei nostri giorni»: «*Il design italiano – scriveva – è diventato esso stesso un'icona, quasi indipendentemente dai suoi prodotti e malgrado il disinteressamento del governo. È arrivato il momento però di rivedere e di aggiornare il modello industriale che ci ha dato tanto successo.*».

Si è infatti conclusa da tempo l'epoca della *modernizzazione spuria*, quando il paese, uscito dalla guerra e proteso verso il boom, osservò crescere i suoi designer alla stregua di fili d'erba nel cemento, come echi del «*nonostante tutto*» di Camus, intenti a proporre ad artigiani e imprenditori (lombardi, poi italiani, poi mondiali) nuovi modi di produrre cui sarebbero corrisposte inedite trasformazioni del gusto.

Le trasformazioni nei modi di produzione (con immissione di tecnologia in dosi non ipotizzabili solo pochi decenni fa, come ci ricordano le tecniche di *fast prototyping*⁴) e la massificazione culturale hanno sparigliato le carte, dando luogo a una nuova «atmosfera» che sollecita inedite responsabilità. Dimentichi del passato e intimoriti dal futuro – mentre guardiamo Pechino, Singapore e Seul candidarsi a diventare le nuove capitali del design – rischiamo di restare schiacciati dal presente.

⁴ *The solid future of rapid prototyping*, «The Economist», 22 marzo 2001

Nulla si dà più per effetto dell'inventore-innovatore isolato (che pure ha sempre avuto bisogno di un «potere», un imprenditore, un capitale per dare corpo alla propria intelligenza). Già negli anni novanta appariva esaurita l'ondata storica legata ai grandi maestri del disegno industriale italiano; ciò era chiaro per le piccole e medie imprese dei distretti e metadistretti industriali, alle prese, da un lato, con l'inadeguatezza degli strumenti finanziari a loro disposizione e, dall'altro, con il tentativo di assorbire innovazione da un *côté* manageriale rivoltosi alle controverse «star» internazionali del progetto, assai poco calate nel contesto. Invece, proprio dalla comprensione del contesto sarebbero dipese le possibilità *in primis* di innovare, e poi di tentare una *governance* dell'innovazione.

Oggi la ricerca dello spazio di redditività per il design di qualità si compie nella forchetta tra produzione seriale a basso costo e «tiratura limitata». E ciò implica che l'innovazione sortisca da un sistema dotato – direbbero i sociologi economici – di *beni collettivi per la competitività*. Il design avanzato si dà quando la comunità dispone di una coscienza collettiva alimentata dalla tradizione⁵: un'intersezione disciplinare e culturale, un incontro tra arte e politica, il ricombinarsi di idee esistenti a formare idee nuove⁶.

Anche in ragione di questo, **il centro del nostro progetto è la città definita a partire dalla rete del design, più che il design stesso.**

⁵ G. Lanzone, *Rinascimento e impresa: un'analisi comparata tra passato e presente*, in *Il Talento dell'impresa*, (...), p.195

⁶ F. Johansson citato da G. Lanzone, Op. cit., 195

IV.

Dal design «privato» al design della polis

È diffusa una *domanda di bello* tanto pressante quanto latente, un istinto di sopravvivenza collettivo alla ricerca di canali per esprimersi. La rappresentazione teatrale sul design (ma anche il Salone del mobile e quanto di effervescente accade a Milano in quei giorni) ha avuto il merito di rendere pronunciabile tale domanda, aiutando a precisarla: la bellezza è una responsabilità soggettiva, privata o collettiva? Rispondendo implicitamente alla domanda, **la Polis, come società civile altra e diversa dalla semplice somma degli interessi**, è stata fin da subito la bussola dell'itinerario promosso dalla Fondazione Giannino Bassetti.

Del resto, se non sono più le sole imprese a doversi fare carico di innovare il lascito dei Castiglioni, Magistretti, Menghi, Sottsass, Viganò e Zanuso (ammesso che mai sia stato così) esse restano un osservatorio privilegiato per leggere i segnali provenienti dalla comunità e dalla struttura sociale. Ciò che può spiegarci senza esitazione un *interaction designer* («il mio settore è solido a Londra o in California perché in Italia le *software house* sono troppo piccole, e senza di loro non si sviluppano piattaforme per l'interazione digitale») non è altro che la traduzione di un sentire percepito diffusamente: in questo caso, la nostra debolezza nell'ITC.

Insieme ai partners del progetto, abbiamo voluto spronare Milano alla ricerca di una responsabilità collettiva, rifuggendo le

reificazioni che, quando non tentano di ricalcare pedissequamente le orme dei grandi, ottengono comunque il magro risultato di ossificarne la memoria. Al tempo del *glocal*, sarebbe irrealistico vagheggiare intorno a un ipotetico Lorenzo il Magnifico che si faccia garante della conciliazione tra «bello» e «utile»: perché il potere, la cultura, la tecnologia e la comunicazione non sono, oggi, organizzabili in modo rinascimentale. Piuttosto, da quella suggestione dobbiamo distillare «**la capacità di integrazione dei saperi, di sviluppo e irradiazione**»⁷.

Ed è realistico pensarlo **in una città popolata dall'eccezionale addensarsi di imprese editoriali** (in Italia, un libro su due è stampato in questa città) e riviste del settore: Domus e Casabella, Ottagono, Modo, Rassegna, L'Arca, Stile Industria, Lineagrafica, Casa Vogue, Interni, Abitare. Non dobbiamo sottovalutare la portata di ciò che è ancora nella nostra disponibilità, come ci ricordano due testimoni avveduti della scena milanese quali Michele De Lucchi e Mendini:

«[Siamo ancora competitivi] per merito soprattutto degli artigiani di piccole e piccolissime aziende, più che dei designer. Artigiani contemporanei, che fanno ancora le cose con le mani e si appassionano ma usano laser, stampanti tridimensionali, macchine a controllo numerico, e riescono a sperimentare senza timore di sbagliare. I loro prototipi, che magari non andranno mai in produzione, diventano elementi di attrazione. Sono gli stimolatori dell'innovazione»⁸.

«[Milano] è ancora una città *acchiappamosche*. Qui arrivano tutti, italiani e stranieri. Ma gli stranieri sono migliori degli italiani. Anche se, va detto, senza

⁷ Renaissance Link, *Manifesto*

⁸ *De Lucchi superstar, Il design è giovane e abita ancora qui*, «La Repubblica», 13 ottobre 2010, pagina 15, intervista di Anna Cirillo.

le aziende italiane gli stranieri non sarebbero quello che sono. Le nostre aziende oggi sono migliori dei nostri designer».⁹

Coltivare il design come un'innovazione sociale orientata alla qualità e aperta al mondo (senza cioè eludere la domanda su come parlare a un miliardo e duecento milioni di cinesi) richiede però, a ciascuno, un ulteriore adeguamento culturale. **Il design avrà futuro se saprà leggersi come messa in forma delle trasformazioni in atto nelle società complesse.**

Inutile attendere il demiurgo: la responsabilità, oggi, ha il volto dell'azione congiunta di quanti, per storia o per missione, intendono attrezzarsi e raccogliere la sfida di abbandonare i porti sicuri del «design domestico, portatile o edibile»¹⁰; le geografie inesplorate sono «l'energia, le infrastrutture, le sfide primarie della meccanica fine, della chimica, delle biotecnologie, dell'agricoltura e poi il territorio e i servizi. I luoghi strategici dove i prodotti erogano – spesso in modo inelegante, faticoso e artificioso – la loro funzionalità primaria: le scuole, gli ospedali, gli uffici pubblici, gli spazi delle relazioni interculturali» e la sfera collettiva.¹¹

Per la Fondazione Bassetti questo sfocia in una provocazione culturale: **guardiamo al design come alla nuova forma del lavoro.**

⁹ Così abbiamo perso lo stile. Un design senz'anima che insegue la moda. Intervista a Alessandro Mendini,

«la Repubblica» 29 dicembre 2010, pagina 52, Armando Besio.

¹⁰ G. Lanzone, *Rinascimento e impresa: un'analisi comparata tra passato e presente*, in *Il Talento dell'impresa*, (...), pp. 203-204

¹¹ Ibid

Abbiamo accettato l'invito a discuterne al Politecnico (si vedano le pagine precedenti), uno dei luoghi più esposti a venti che non sempre spirano nella medesima direzione, quali la responsabilità di un progetto formativo ambizioso e internazionale (che comprende l'educazione dei formatori e non solo il confezionamento di una dottrina per i destinatari finali) e il ridefinirsi incessante del *limes* tecnologico¹².

Siamo su un terreno caro all'elaborazione della Fondazione Gianni Bassetti: tra le *questiones* che informano l'attività da oltre dieci anni vi è infatti la ricerca dei soggetti responsabili dell'innovazione, nella consapevolezza che quest'ultima, nelle società contemporanee, **non è un fenomeno individuale, bensì l'esito di complesse relazioni intersoggettive e intraistituzionali**.¹³ **E l'impresa, «istituzione immersa nel design»¹⁴ è il crocevia di un processo che sorge spesso fuori e intorno ad essa:**

«Se andiamo a studiare management a Boston, scienze dell'informazione a San Francisco, design a Milano (...) riconosciamo a città e territori patrimoni cognitivi creati in decenni di eccellenza mondiale nei rispettivi campi (...): una "scuola" e una "cultura" che non sono copiabili con semplicità»¹⁵.

¹² Tra i materiali del Politecnico ai quali dedicare grande attenzione vi è *La mappa della ricerca di design*. Si tratta di un progetto cui corrisponde anche il sito: <http://www.sistemadesignitalia.it/drm/> (2008)

¹³ Fondazione Gianni Bassetti, Documento di lavoro frutto del dialogo con Mauro Magatti, Gilberto Seravalli, Salvatore Veca, Gianpaolo Azzoni, ottobre 2010

¹⁴ P. Zanenga, *Le reti di Diotima*

¹⁵ Intervento di A. Seassaro in *Oggetto industriale, soggetto di memoria* (...), p. 57

V.

Business design

Da quanto esposto finora appare chiaro che, anche grazie agli impulsi provenienti dalla Fondazione Bassetti, **diversi stakeholders si stanno interrogando su come riposizionare Milano nel ruolo di centro d'eccellenza del nuovo design**¹⁶.

Questa metropoli non si lascia ridurre alla sua espressione amministrativa, il Comune: il *sistema design* conferma, per il capoluogo, la funzione di plesso di un sistema di reti a raggio variabile del quale costituisce la polarità aggregante. In questo *humus* attecchisce il ragionamento sul ***Business Design come applicazione del Design Thinking a un universo produttivo in cerca di opportunità***¹⁷: utilizzare metodi e sensibilità dei designer per far convergere ciò che è tecnologicamente fattibile con strategie di business che li traducano in opportunità di mercato.

Non stiamo parlando di un segmento marginale o circoscritto a nicchie accademiche: *Idéo*, una delle imprese internazionali più affermate nel novero delle «Design consultancy»¹⁸ (insieme a *Frog Design*, *Design Continuum* e alla milanese *Design Group Italia*¹⁹)

¹⁶ Larga parte di questo paragrafo è mutuata da F. Simeoni, *Riflessioni sul progetto design della Fondazione Giannino Bassetti*, documento interno, marzo 2011

¹⁷ F. Simeoni, *Cit.*

¹⁸ www.ideo.com/

¹⁹ <http://www.designgroupitalia.com/>: «We are an innovation consultancy that has been successfully delivering consumer-centered

introduce il proprio sito con una sorta di manifesto intitolato, appunto, *Our Approach: Design Thinking*.

Richiamiamo gli obiettivi già enunciati sopra, cerchiamo le «leve» da azionare e indichiamo, come traccia, alcuni strumenti. Abbiamo messo a fuoco il tema dei giovani, dei nuovi *lavori* cui realisticamente corrispondono inediti formati di business.

Sulla scorta delle sollecitazioni provenienti dal sistema camerale e dalle aree distrettuali, abbiamo poi evocato la *craftmanship* come valorizzazione del «fare ad arte». Anche questo mondo cerca nuovi modelli di business, consapevole di quanto insufficiente sia l'appello rivolto alle giovani generazioni perché intraprendano i medesimi passi dei loro padri.

Quanto alle **leve**, difficilmente coincideranno con le istituzioni politiche, vittime - a diversi livelli - di una diffusa anomia. Bisogna perciò rivolgersi ai portatori di interessi: associazioni di imprese e di artigiani, istituzioni funzionali intermedie (in primis le Camere di commercio, ma anche i centri di alta formazione tuttora largamente coincidenti con poli universitari e parchi tecnologici) e la finanza «illuminata».

A cosa alludiamo scrivendo di *business design*? Proviamo a spiegarlo attraverso un esempio «per differenza»: ci è stato raccontato che a Milano, non molto tempo fa, aveva sede la miglior vetreria

solutions to our international client's brands for over 40 years. We have an eclectic team of creative professionals from different parts of the world, which gives us a strong global perspective. Based in the design hub of Milan since the 1960's, we have gained a lot of experience and

artistica artigianale al mondo. Il titolare, anziano, non riusciva a trovare giovani collaboratori per dare continuità all'impresa, e le autorità territoriali si dimostravano distanti o comunque non proattive. Ecco l'artigiano rivolgersi al Consolato giapponese, che in tempi brevi seleziona e trasferisce alcuni studenti per imparare il mestiere, rilevare l'attività, trasferirla in Giappone; lì nasce una nuova attività di vetreria artistica, rapidamente espansa fino ad assumere scala industriale.²⁰

In questo caso – reale ma dal sapore di *exemplum* – torna l'ammonimento che nelle prime fasi del progetto ci ha rivolto la Camera di commercio di Monza e Brianza (da tempo promotrice di uno Sportello design e del Festival del design): il territorio brianzolo è stretto nella tenaglia tra passaggio generazionale e globalizzazione.²¹ Certo, siamo al riparo da ogni illusione passatista o nostalgica, consapevoli che «il lavoro di alto artigianato è anche l'intimo e fluido nesso tra soluzione dei problemi e individuazione di nuove tecniche per risolverli: la maestria tecnologica»²². Ma cosa occorre per rompere l'isolamento di casi analoghi a quello evocato? Certamente non facili ricette, bensì una chiamata in causa di soggetti abituati a ragionare e agire ad un livello non meramente difensivo, nè ostentatamente individualistico.

knowledge in understanding emerging consumer trends and styles across diverse market sectors»

²⁰ F. Simeoni, *Cit.*

²¹ Ambra Redaelli

²² G. Lanzone, *Rinascimento e impresa: un'analisi comparata tra passato e presente*, in *Il Talento dell'impresa*, (...), p. 202

C'è un territorio fisico, rappresentabile sulle carte geografiche, e uno intangibile – la rete – in cui Fondazione Bassetti e Pdma Southern Europe stanno costruendo il *Design Thinking Café*²³, luogo dove sedimentare contributi internazionali e locali e porli in dialogo con i saperi legati alla complessità e all'innovazione.

Per ricordarsi che non conviene richiudere l'uscio di casa spaventati da quanto accade nel mondo, basterebbe forse tenere a mente l'esempio degli *interaction designers* italiani che abbiamo incontrato nello svilupparsi del progetto. Il loro evento annuale nato nel 2005, *Frontiers of Interaction*, è ormai un ponte tra Europa e Silicon Valley, proponendosi come interfaccia italiana per le manifestazioni che stanno mutando la concezione della tecnologia e della sua comunicazione: le *TED Conferences (Technology, Entertainment and Design)*²⁴ statunitensi, quelle della *Royal Science Academy*, quelle della *Singularity University*.²⁵

La Fondazione Giannino Bassetti, che si è assunta la responsabilità di suscitare interesse e convocare intorno a un'idea del design, della città e del suo futuro le migliori istituzioni, intende continuare a condividere con quanti ci hanno creduto le acquisizioni di

²³ Scrivono P. Zanenga e F. Della Bella nella presentazione del progetto: «The website d-thinking café cultivates the ambition to rethink the Design tradition of Milan, easing the convergence of multidisciplinary contents, in order to build a rich, diversified and committed community around this issue. Milan, the capital of Industrial Design since the 60's, can now be the protagonist of the design thinking, which is seen in an extensive and partially redefined way, capable to move beyond usual circles and “small worlds”».

²⁴ <http://www.ted.com/tedx>

²⁵ <http://singularityu.org/>

un percorso appena cominciato, ma che ha già convogliato energie inattese solo pochi mesi fa. Si avvicinano attori capaci di allargare ulteriormente gli orizzonti di lavoro, con i piedi nel territorio e le braccia intorno al mondo. Ci pare questo il migliore sprone a intraprendere i prossimi passi.

Milano, Aprile 2011