

Accedere al mercato della casa in Cina attraverso la ricerca sul progetto di architettura. Il programma multidisciplinare Piemonte home design

Original

Accedere al mercato della casa in Cina attraverso la ricerca sul progetto di architettura. Il programma multidisciplinare Piemonte home design / Carota, Francesco; Frassoldati, Francesca; Bonino, Michele; Ling, Xiang. - In: TERRITORIO ITALIA. - ISSN 2240-7707. - ELETTRONICO. - 1:(2021), pp. 145-165. [10.14609/Ti_1_21_6i]

Availability:

This version is available at: 11583/2954620 since: 2022-02-03T19:39:10Z

Publisher:

Agenzia delle Entrate

Published

DOI:10.14609/Ti_1_21_6i

Terms of use:

openAccess

This article is made available under terms and conditions as specified in the corresponding bibliographic description in the repository

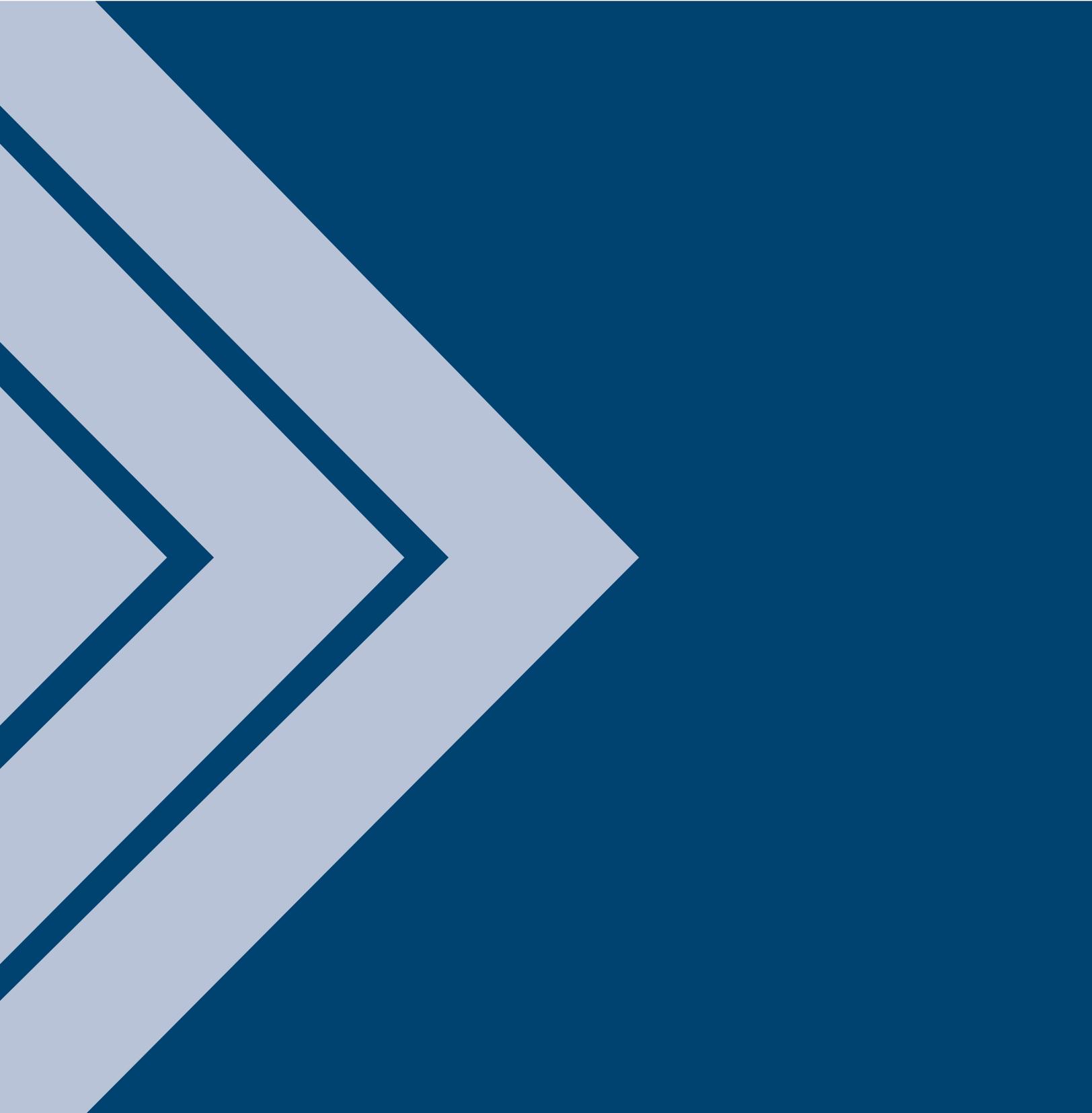
Publisher copyright

(Article begins on next page)

**ACCEDERE AL MERCATO
DELLA CASA IN CINA ATTRAVERSO
LA RICERCA SUL PROGETTO
DI ARCHITETTURA. IL PROGRAMMA
MULTIDISCIPLINARE PIEMONTE
HOME DESIGN**

*Francesco Carota, Francesca Frassoldati,
Michele Bonino, Xiang Ling*





Accedere al mercato della casa in Cina attraverso la ricerca sul progetto di architettura. Il programma multidisciplinare Piemonte home design

DOI: 10.14609/Ti_1_21_6i

Francesco Carota *
Francesca Frassoldati **
Michele Bonino ***
Xiang Ling ****

Parole chiave: Ricerca attraverso il progetto, sistema casa, mercato immobiliare, accademia, Cina, Piemonte

Abstract

Il mercato immobiliare cinese, sviluppatosi attraverso una serie accelerata di passaggi dopo le riforme del 1988, costituisce non solo un sistema in forte sviluppo e trasformazione, ma anche un luogo in cui istituzioni di governo e regolazione, università e attori economici hanno la possibilità di sperimentare approcci ibridi condivisi, che si discostano dalla convenzionale separazione fra i programmi accademici di ricerca sull'architettura e il mondo immobiliare. Con queste premesse, l'articolo illustra l'approccio metodologico e operativo, le ipotesi e gli obiettivi di un progetto di ricerca portato avanti dal gruppo di ricerca China Room – Politecnico di Torino in *partnership* con la Camera di Commercio di Torino, a partire da settembre 2020. Il progetto si colloca all'interno del più ampio programma di internazionalizzazione e *business development* Piemonte Home Design, in supporto delle imprese piemontesi del settore arredo e decorazione.

Illustrando l'approccio metodologico e d'azione distinti e complementari — una ricerca del mercato, la progettazione architettonica e una strategia di trasferimento di queste competenze —, il *paper* vuole mostrare le potenzialità della ricerca, a supporto di strategie progettuali e obiettivi di interesse commerciale per l'Italia.

L'articolo sostiene, quindi, la necessità di unire competenze tecnico-culturali e progettuali proporzionali a ricadute multidimensionali, che si integrano con il socioeconomico all'ambiente costruito.

* Assegnista di ricerca post dottorato, Dipartimento Interateneo di Scienze, Progetto e Politiche del Territorio (DIST), Politecnico di Torino

** Professore associato, Dipartimento di Architettura e Design (DAD), Politecnico di Torino

*** Professore associato, Dipartimento di Architettura e Design (DAD), Politecnico di Torino

**** Studente di Dottorato presso il Dipartimento di Architettura e Design (DAD), Politecnico di Torino

1. INTRODUZIONE

La ricerca architettonica all'interno dell'accademia, la professione e il mercato come mondi isolati, perlomeno in ambito europeo. In particolare, il mondo accademico è un'"isola staccata dalla realtà", all'interno della quale privilegiare la produzione di conoscenza e la produzione dell'edilizia come principale missione accademica, spesso di difficile integrazione con i professionisti e imprese operanti nel settore (Zhang, 2019). La pratica accademica è un sistema di produzione della conoscenza, completamente distinto e differente da quello del mercato (de Weijer *et al.*, 2014), con alcuni momenti critici di sovrapposizione e confronto. In Italia, i professionisti, l'aggiornamento di competenze per i professionisti e, soprattutto, la ricerca tendono a relazionarsi con opportunità e concorrenti internazionali. Si potrebbe afferire che nell'ambito universitario sia stata prevalentemente una ricerca sull'architettura e sul design, e non negli aspetti anche banali della produzione, piuttosto che una ricerca in architettura e design (Heynen, 2006).

Sicuramente, un certo allontanamento della ricerca accademica dal progetto è stato accelerato dal bisogno della disciplina di allinearsi agli *standard* di produzione nazionale e internazionale, così come definiti da altri campi del sapere, in termini di pubblicazione e restituzione dei risultati della ricerca attraverso articoli su riviste scientifiche *peer-reviewed* (de Weijer, 2013). Tale urgenza, non solo in Italia, ha messo in discussione gli stessi obiettivi di conoscenza nel settore della progettazione. In un articolo del 2011, Frank van der Meer, Università Delft, una delle istituzioni europee maggiormente riconosciute in architettura, ha fatto l'accento sulla difficoltà intrinseca di valutare la ricerca in architettura all'interno di un sistema i cui meriti fossero valutati attraverso pubblicazioni in un numero limitato e selezionato di riviste. La revisione fra pari spesso reitera modi e atteggiamenti consolidati. Il tema, in particolare, si avvicina alle intersezioni tra la ricerca come strumento per il progetto e il mercato con un impatto sulla realtà professionale, ovvero agli obiettivi tangibili e misurabili del mercato. Numerosi sono i dibattiti aperti da volumi e riviste di settore, quali il *Journal of Design Studies* negli Stati Uniti e l'*Architectural Research Quarterly* in Gran Bretagna, che vi hanno contribuito sostengano una visione della ricerca e del progetto come attività distinte (de Weijer *et al.*, 2014), non sono mancati atteggiamenti più propositivi che hanno invece privilegiato visioni essenzialmente divergenti, eppure complementari (Kieran, 2007). Nel terreno dell'epistemologia, David Salomon (2011), in un più recente articolo, cerca di riconciliare l'architettura maggiormente pluralistica rispetto ad alcune posizioni precedenti che progetto e ricerca possano essere pensati come "ibridi ben costruiti", orientati verso interpretazioni personali. Ad ogni modo, malgrado questi e molteplici altri approcci, come ad esempio quelli introdotti da istituti di ricerca quali il Research Laboratory

l'Architectural Research Laboratory della University of Michigan, un *link* diretto progettuale e la loro rilevanza in un mercato di riferimento continua ad essere

Come ha fatto notare Zhang (2019), la Cina rappresenta per la progettazione a visioni consolidate e modalità d'azione che hanno occupato un dibattito sull'architettura sviluppatosi durante la seconda metà del XX secolo. Molto spesso, nel contesto del mercato immobiliare si intrecciano dando forma a pratiche e contesti di sviluppo storico, per questo. L'intero sistema universitario cinese è stato riorganizzato in vista di innovazione: rispettivamente l'industria, l'agricoltura e l'organizzazione dei servizi. In questa visione, erano aggregati e finalizzati a formare competenze politecniche: ingegneristiche forestali per l'agricoltura, e medico-sociali a supporto di tutti i cittadini. Le scuole sono state riorganizzate in College of Building Engineering prima del 1990, mantenendo il legame tra tecnica e lo sviluppo industriale del Paese. In primo luogo, questo legame si manifesta nell'università e delle principali istituzioni, detengono i *design institutes*, organismi creati nel quadro del sistema di pianificazione del periodo Maoista, che ancora oggi operano nella produzione di architettura all'interno del Paese, pur essendosi reindirizzati a nuove attività (Zhang, 2019). In seconda istanza, sono i promotori immobiliari stessi, anche per la loro attività statale e privato, a svolgere un ruolo importante nel promuovere attività di ricerca nell'architettura e dello sviluppo urbano, riportando queste ricerche ad operare in stretta relazione con l'industria e sul mercato di riferimento.

La situazione può essere considerata una conseguenza delle modalità peculiari del mercato immobiliare cinese ha preso forma nelle ultime due decadi del Novecento. I promotori immobiliari cinesi aveva urgenza di misurarsi con risposte puntuali soprattutto per rispondere a ciò che si stava sviluppando nel Paese, anche se la professione architettonica, in grado di rispondere. Gli architetti formati durante il periodo precedente, quando la carenza del sistema di *welfare* di stato, mancavano di esperienza nel produrre soluzioni rispondenti a limitate conoscenze dei riferimenti internazionali, sia in termini di innovazione e di mercato. I promotori immobiliari cinesi avviarono così *team* interni alle organizzazioni per rispondere alle sfide imposte da un mercato in forte crescita ed espansione, arruolando architetti organizzando viaggi studio e sponsorizzando programmi di aggiornamento professionale. Il mercato diventava maggiormente competitivo e i potenziali investitori più numerosi. I promotori più grandi e strutturati hanno iniziato a formalizzare strutture di ricerca e sviluppo attraverso le quali condurre collaborazioni con enti universitari e *design institutes*.

In tal senso, la Cina si pone come un luogo in cui istituzioni e realtà accademiche

di sperimentare approcci differenti, caratterizzati da una maggior integrazione tra ricerca e pratica, per produrre conoscenza e anche progetti con ricadute tangibili sui territori a supporto di una cultura e culturale multidimensionale. All'interno di questo quadro di analisi, l'articolo esplora il modello organizzativo, così come i primi risultati, del progetto di *business development* per le imprese piemontesi operanti nel "Sistema Casa" che desiderano sviluppare o accedere ai mercati esteri. All'interno del progetto, coordinato dal gruppo di ricerca China Room, in collaborazione con la Camera di Commercio di Torino², conoscenza del mercato cinese e strategie di commercializzazione delle produzioni territoriali si intrecciano per dare vita a un modello innovativo. Muovendosi a più riprese tra ricerca e proposta, decodificando il mercato cinese, le capacità di risposta sistemica del comparto produttivo "Sistema Casa" capite. La *paper* esplicita le potenzialità di una progettazione strategica basata sul mercato cinese, le azioni promozionali e istituzionali, nel raggiungere obiettivi di interesse commerciale.

L'articolo intende quindi dare enfasi a una pratica di ricerca accademica che può essere definita *'research'*, ovvero uno sforzo orientato a spingere l'architettura e il progetto verso la sperimentazione formale e l'individualismo degli architetti-autori, integrando gli approcci di architettura con le pratiche del mercato e della professione. In altre parole, allinea il ruolo della ricerca in architettura come pratica finalizzata a produrre innovazione nel contesto disciplinare, riconoscendo le potenzialità di un approccio basato sul mercato di riferimento, definito da un lato dalle imprese fornitrici di materiali edili piemontesi nel caso studio qui discusso, e dall'altro dai promotori immobiliari. In questo contesto, un tramite fra soggetti autonomi che possono – attraverso questo – mettere a una diversa competenza nelle decisioni produttive.

Il saggio è strutturato come segue. In primo luogo, verrà esplicitato e descritto il progetto, mostrandone la struttura, gli obiettivi e le fasi di sviluppo. In una seconda parte, verrà descritto il mercato di applicazione, ovvero il mercato della casa nella Cina contemporanea, analizzando le potenzialità e gli ostacoli che presenta rispetto a una strategia di interesse per il comparto piemontese. In seguito verrà poi tracciato un *frame* strategico e operativo del progetto, all'interno del quale l'attività accademica può situarsi in un contesto di pratica accademica, ma anche a quella professionale, culturale e istituzionale, le quali sono complementari e diversificate. Dopo aver tracciato il *frame* strategico verranno

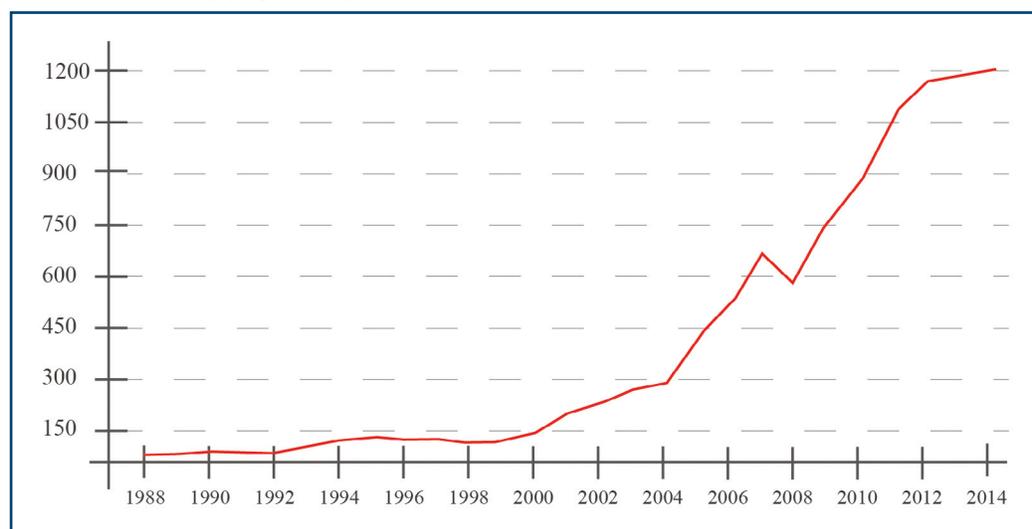
1 La China Room – Politecnico di Torino è un gruppo di ricerca multidisciplinare, composto da docenti e ricercatori afferenti al Politecnico di Torino, che si occupa di ricerca e progettazione urbana e dell'architettura, rinforzando la collaborazione con università cinesi e ricercatori internazionali. Tra le collaborazioni: South China University of Technology, il Massachusetts Institute of Technology (MIT) e l'Ecole Polytechnique Fédérale de Montréal.

2 Particolare riferimento è fatto al comparto Design Cluster Promotion del Settore Sviluppo, Competitività e Internazionalizzazione.

ottenuti, esplicitando la loro corrispondenza con gli obiettivi generali del progetto. Il saggio si chiude con una riflessione critica sul ruolo dell'università in un contesto di potenzialità e criticità di questo approccio, e indicando successivi sviluppi di ricerca.

2. IL CONTESTO DI AZIONE DI PIEMONTE HOME DESIGN. IL MERCATO DELLA CASA NELLA CINA CONTEMPORANEA

Il mercato immobiliare cinese, con specifico riferimento all'ambito residenziale, è istituzionalizzato solo a partire dal 1988, andando a sostituire il precedente mercato di parte del sistema di *welfare* di Stato associato alla condizione lavorativa (Wang, 2015). È considerato un mercato relativamente giovane, che ha però acquisito ormai dimensioni e segmentato. Con uno sguardo d'insieme, lo sviluppo immobiliare a uso residenziale è ad alti profitti e relativamente basso livello di rischio. La domanda di abitazioni è cresciuta sin dalle riforme economiche del 1979 che avviarono la privatizzazione degli *stock* dirette da parte delle famiglie, accelerate sia dal crescente desiderio degli individui di vita nelle principali aree urbane, sia dalla richiesta di residenze accessibili a tutti per trasferirsi nelle grandi città (Wu, 2015). Basti pensare che in trent'anni (dal 1988 al 2018) è molto sostenuta della popolazione urbana, l'area di spazio residenziale *pro-capite* nelle città del Paese, passando dai 6,7 mq ai 28,3 mq (National Bureau of Statistics of China, 2020). Questi fattori hanno portato, prima del nuovo millennio, a una crescita accelerata sul mercato cinese, raggiungendo i 12 miliardi di metri quadri costruiti solo nel 2015 (National Bureau of China, 2020) (Figura 1).



La produzione di abitazioni di mercato ha repentinamente rimpiazzato la precedente produzione statale, raggiungendo, nel 2015, una percentuale superiore al 70% dello *stock* residenziale.

coinvolte nel processo si è progressivamente ampliato (He & Wu, 2009). In parallelo al processo di riforma del settore residenziale si è definito con maggior precisione il ruolo del mercato immobiliare residenziale ha attirato l'interesse di numerose compagnie immobiliari, un fenomeno importante non solo nell'interpretare, ma anche dare forma al mercato residenziale. L'andamento del numero di imprese immobiliari attive dopo l'istituzione delle riforme

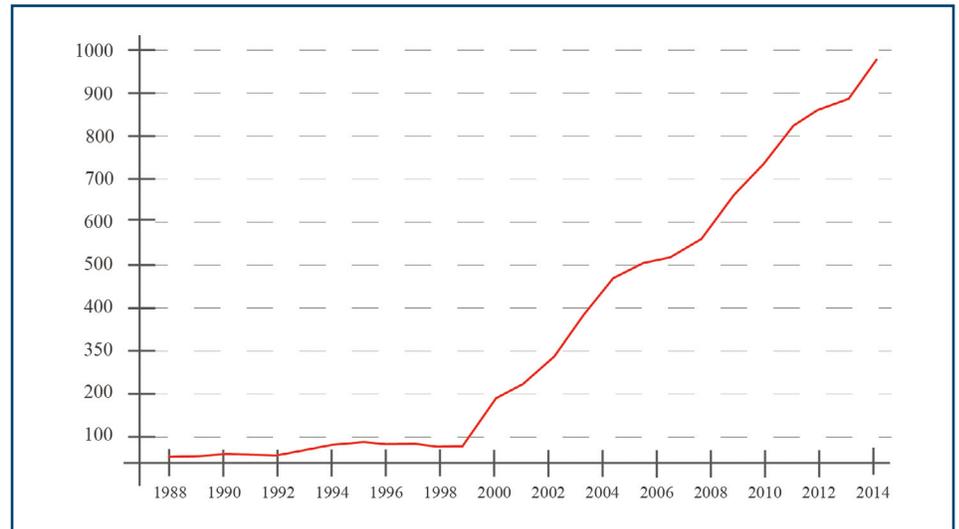


Figura 1988
Fonte

Verso la metà degli anni 2000, l'entrata della Cina nel WTO e il conseguente ingresso del Paese, insieme ad alcune politiche orientate a stimolare il settore residenziale con misure interne, hanno generato una condizione di intensa competizione, all'interno della quale i cinesi hanno cercato di diversificare le produzioni e i segmenti di mercato di riferimento, rapidamente trasformati in grandi gruppi operanti su scala nazionale. Altri non hanno acquisiti. Non sono mancati i fallimenti, i progetti incompiuti e i procedimenti speculativi locali in cui le amministrazioni periferiche, alla ricerca di un immediato edificazione dei suoli ad operazioni finanziarie arrischiate (Wu, 2015). Fra vincoli è quindi registrato un processo di concentrazione delle transazioni nelle mani di pochi attori maggiori del Paese detenevano quasi il 25% del mercato in termini di volume

Anno	Concentrazione del volume di vendite (%)		
	2010	2015	2019
Top 10 developer	10,67	18,25	23,85

Tabella cinesa
Fonte

Lo stesso indice di Herfindal, che nel 2019 si assestava a 0,192, con un mercato moderatamente concentrato, con risvolti positivi in termini di innovazione e apertura anche per i fornitori esteri. Inoltre, molti dei grandi gruppi immobiliari che ancora oggi sono *leader* nell'industria sono gruppi storici nel Paese, che hanno guidato lo sviluppo del settore. Questi si annoverano famosi *brand* quali China Vanke, Wanda Group e Country Garden, che hanno superato a partire dal 2015 i 20 miliardi di euro (Tabella 2).

	Fondazione	Volume di vendite (miliardi di Yuan)
China Vanke	1984	174,06
Greenland Holding	1992	162,53
Wanda Group	1998	130,11
Poly Real Estate Corp	1992	125,10
China Overseas Property	1986	117,00
Country Garden	1996	109,73
Evergrande Group	1996	108,25
China Resources Land	1994	68,10
Shimao Property	2001	67,07
Greentown China	1995	55,38

Tab
Cina
Fon

All'interno del processo di sviluppo immobiliare, i promotori immobiliari accentrano l'operazione: l'acquisizione dei terreni nelle aste pubbliche o da intermediari per il *marketing* e il *branding*, la progettazione del prodotto a partire dall'intervento di architetti, la scelta e il subappalto a tutta la catena di fornitori, e la fase di vendita agli acquirenti. Dalla competizione all'interno del mercato verso la fine degli anni '90, i promotori immobiliari hanno inoltre a occuparsi di tutta la fase di gestione e provvigione degli spazi interni degli appartamenti completamente rifiniti e ammobiliati, principalmente nelle grandi città come Shanghai. I grandi gruppi hanno così cercato di rispondere a un bisogno crescente della classe media cinese. Se tale strategia aumenta i profitti dei gruppi stessi, genera condizioni vantaggiose anche per i consumatori finali. Questi, a fronte dei primi anni 2000, trovano infatti nelle soluzioni *pre-ammobiliate* una risposta alla mancanza di spazi e servizi, ma anche di ambiente domestico *tout court*. La Figura 3 mostra l'evoluzione delle proprietà residenziali negli ultimi 20 anni, avvenuta in particolare nelle gr

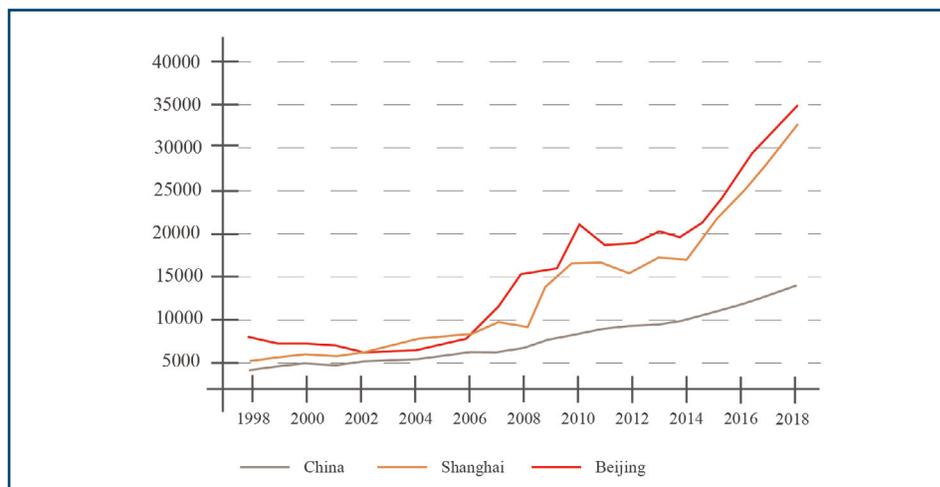


Figura
(Yuan)
Fonte

In questo contesto, molti dei grandi gruppi immobiliari, grazie alle risorse economiche, sono dotati di centri di Ricerca e Sviluppo interni, dove produrre e testare modelli direttamente sul mercato. Il caso più emblematico da questo punto di vista è residenziale, China Vanke, che ha istituito il suo primo centro di ricerca nel 2010. La struttura dedicata di oltre 130.000 mq situata nell'area economica speciale di ricerca comprende diverse unità, predisposte per lo studio di nuovi materiali, test di nuove forme urbane, oltre che spazi dedicati ad ospitare programmi di ricerca con importanti istituzioni accademiche del Paese. Da questo punto di vista China Vanke è un caso anomalo. Nove dei dieci più grandi promotori immobiliari del Paese possiedono centri di ricerca e sviluppo (Zhang, 2019).



Figura
Dong
Fonte

Oggi, nonostante alcune città o quartieri specifici registrino momenti di stagnazione, ipotizzare una sovrapproduzione di unità residenziali, sembra esserci ancora spazio nel comparto residenziale. Il Governo cinese stima, infatti, che ancora 100 milioni di campagne alle città entro il 2025. Questo potrebbe richiedere la costruzione di un uso residenziale, se si considera l'area *pro-capite* media attualmente utilizzata.

Un mercato immobiliare in espansione e trasformazione ha effetti di traino sui fornitori. Infatti, la richiesta di qualità spinge i consumatori, così come i gruppi di finiture, decorazioni e accessori interni. Secondo il National Bureau of Statistics per la casa è cresciuto nel 2019 del 10,8% rispetto l'anno precedente, raggiungendo 6,27 miliardi di Yuan, pari a circa 6,27 miliardi di euro. Gli effetti sono stati positivi anche per quelle afferenti al settore dell'arredo Made in Italy.

2. IL CASO STUDIO. IL PROGETTO DI PIEMONTE HOME DESIGN

Il progetto Piemonte Home Design, promosso dalla Camera di Commercio di Torino e dalla ricerca China Room – Politecnico di Torino, ha l'obiettivo di promuovere le eccellenze del modo integrato, attraverso l'ideazione di soluzioni abitative che raccolgano in modo regionale, valorizzane il contenuto sul mercato internazionale. Ciò permetterà di essere uno strumento efficace nella attività di vendita, aiutandoli a ridurre le perdite del progetto. Attraverso gli strumenti forniti i *developer* proporranno all'acquirente le forniture del territorio piemontese. Il progetto di Piemonte Home Design, come si pone 4 obiettivi principali:

- posizionare le aziende sui mercati esteri attraverso un'attenta analisi delle peculiarità
- sviluppare una strategia commerciale che promuova il territorio piemontese
- sviluppare modelli abitativi che includano le produzioni piemontesi
- promuovere i prodotti piemontesi presso i *developer* stranieri attraverso marketing

All'interno del programma, sono state selezionate, sulla base della capacità di produzione e dell'affidabilità finanziaria, oltre 50 aziende piemontesi afferenti al "Sistema delle forniture" piemontesi scelte per il progetto sono estremamente diversificate e comprendono i principali componenti di arredo, quali sedie, tavoli e divani, e di finitura di tappezzerie/tessuti, rivestimenti e aperture.

È in questo frangente che si colloca la progettualità accademica ad ampio raggio del progetto China Room — Politecnico di Torino, che mira non solo a esaminare il mercato cinese, ma a offrire un supporto in termini di assistenza e formazione alle aziende piemontesi candidate al mercato immobiliare di riferimento e coinvolgerli, attraverso il progetto architettonico, nel

3. APPROCCIO METODOLOGICO. IL RUOLO DELL'ACCADEMIA TRA RICERCA, PROGETTO E MERCATO

La complessità della progettualità di Piemonte Home Design ha richiesto in primo luogo un approccio strategico e operativo all'interno del quale inscrivere il ruolo dei singoli attori, in un'ottica di ricerca empirica. Il progetto è stato strutturato attraverso un complesso processo iterativo tra ricerca, progetto e azioni di penetrazione nel mercato di riferimento.

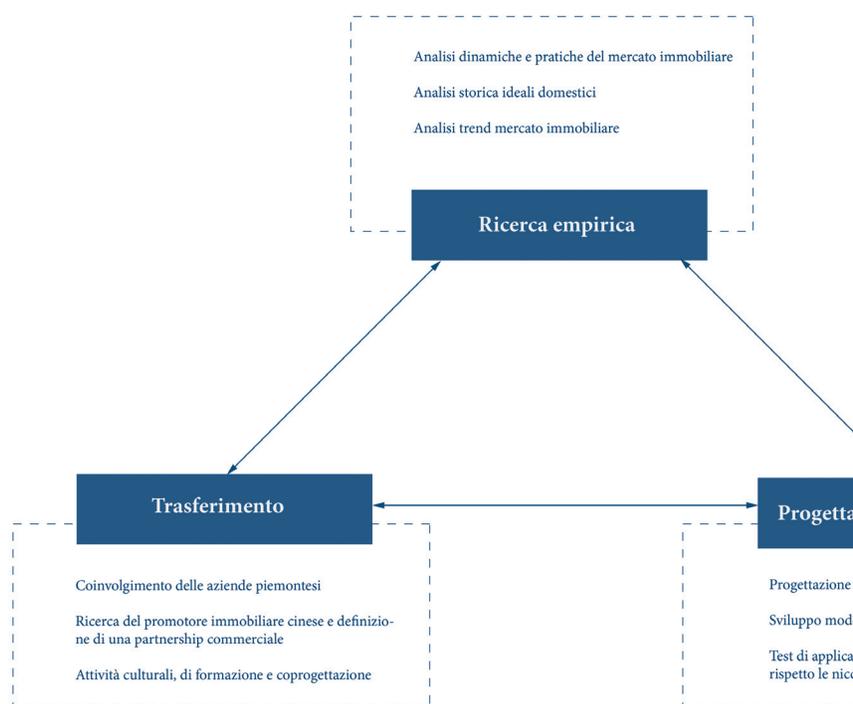


Figura 5 Schema del *frame* di ricerca per il progetto Piemonte Home Design
Fonte: elaborazione degli autori

3.1 Ricerca empirica. Conoscere il mercato, agire nel mercato

Agire all'interno di un contesto di mercato, non nella pura speculazione teorica, è un aspetto che le ricerche italiane nel campo dell'architettura, presuppone *in primis* avere consuetudine con la ricerca empirica, strutturata attraverso un'analisi qualitativa del mercato di riferimento. Il progetto è impostato con il preciso scopo di informare sia lo sviluppo architettonico metodologico che le strategie di entrata delle imprese piemontesi nel mercato cinese. La ricerca è articolata in fasi distinte e complementari.

In primo luogo, è stato predisposto uno studio dei principali attori operanti nel mercato di riferimento.

peculiarità e le loro modalità di azione in termini di progetto, *marketing* e sviluppo che intercorrono tra di essi. La ricerca è stata impostata da un lato attraverso attraverso uno studio del ruolo che detengono nel processo di sviluppo immobiliare mercato” e “le organizzazioni” [Adam & Tiesdell, 2013; Healey, 1992]. Successi attori coinvolti nel processo di sviluppo immobiliare, facendo riferimento a un come definito da Healey (1991) ed in seguito applicato in una prospettiva inter and Heurkens (2015). Il processo di sviluppo immobiliare è, infatti, un processo all'interno del quale i risultati sono orientati dalle relazioni tra persone, imprese. La Camera di Commercio di Torino ha ritenuto fondamentale, per le in comprensione di queste dinamiche e di come esse prendono forma nel contesto strategico che per delineare le fasi di azione della progettualità di Piemonte Ho

In secondo luogo, gli spazi dell'abitare, le idee e i valori attraverso i quali essi si sviluppano, ponendo particolare enfasi al periodo di transizione tra il sistema di accento di *welfare*, in vigore prima delle riforme del 1979, e le soluzioni di mercato, su di concetti fondamentali per il contesto abitativo, come la domesticità, il *community* sono emerse come la cornice essenziale per comprendere il mercato immobili

Infine, il progetto di ricerca identifica, attraverso un'analisi qualitativa, alcuni residenziale cinese. Diversamente dalle tradizionali analisi relative ai *macro-trend* macroeconomici e finalizzate a guidare strategie di investimento (Pirounakis, selezionato, basato sul modello di B. Goodchild e V. Karn (1997), intende evidenzi delle abitazioni e degli stili di vita che identificano specifici segmenti di mercato progettuali e di posizionamento strategico delle aziende piemontesi. La ricerca dettagliata analisi dello spazio fisico e dell'uso di oltre 50 casi studio di progetto contesto di riferimento. I casi studio sono stati selezionati per le loro peculiarità ampio bacino di interventi residenziali realizzati negli ultimi dieci anni e pubblicati internazionali. I casi selezionati sono stati analizzati, secondo un approccio collocazione geografica, la conformazione morfologica e spaziale dell'insediamento spaziale dell'unità abitativa e le caratteristiche materiali degli ambienti interni. Quindi in una prospettiva che vede lo studio degli spazi dell'abitare, attraverso le caratteristiche materiali e architettoniche, come uno strumento per rivelare alcuni cinese che sguardi focalizzati sui *macro-trend* lasciano sullo sfondo. Così facendo rivela vantaggi specifici rispetto gli obiettivi di progetto, in quanto permette di relazione il progetto architettonico e di *marketing*, ma anche di identificare spazi competitivo rispetto alla concorrenza.

3.2 Progettazione della casa modello. Progetto tra pratica e ricerca

Il lavoro di ricerca attraverso il progetto, nel caso di Piemonte Home Design, è stato condotto in soluzioni in contesti specifici. I confini dell'azione sono, infatti, delineati attraverso il rapporto con il contesto di riferimento precedentemente delineato, in cui sperimentare ipotesi progettuali che tenga conto da un lato dell'appetibilità del modello residenziale rispetto al mercato e alle produzioni delle imprese piemontesi. Il progetto è stato impostato secondo tre obiettivi.

Narrativo: un progetto in grado di raccontare e promuovere il territorio regionale attraverso una narrativa delle sue caratteristiche principali, così come attraverso il design.

Rappresentativo: un progetto in grado di esprimere i bisogni e le tendenze emergenti del mercato cinese.

Interculturale: un progetto in grado di promuovere il *design* italiano tenendo in conto le esigenze di consumo nel mercato cinese.

La soluzione progettuale mette a sistema questi aspetti, generando ambienti caratterizzati da un alto grado di potenziale personalizzazione. Il carattere sperimentale dell'operazione è legato all'incertezza e all'indeterminatezza, come la dimensione del promotore immobiliare, la variabilità del mercato di riferimento e della localizzazione geografica, la volatilità dei *trend* del mercato cinese e del mercato abitativa caratterizzata dalla predisposizione di alcuni *plug-in* componibili e riconfigurabili, in linea con soluzioni abitative più flessibili adattabili a una maggiore complessità delle esigenze individuali, a livello globale. In questo senso, si potrebbe asserire che la pratica progettuale all'interno del programma di Piemonte Home Design, sia esemplificativa di un approccio progettuale distinta da una ricerca nel o per il progetto. Una distinzione che è stata già discussa in letteratura (Archer, 1995; Cross, 1995; Downton, 2003; Frayling, 1993; Friedman, 2003; Megahed, 2017), dell'università in un contesto di mercato, non privo di processi iterativi e di apprendimento del ricercatore, che completino la conoscenza disciplinare (Megahed, 2017).

3.3 Trasferimento. Ricerca e progetto nel contesto dell'azione

Il lavoro di ricerca per e attraverso il progetto per un ente accademico, come attivo e promuove iniziative che facilitino l'interazione e lo scambio tra realtà e La ricerca progettuale diventa quindi uno strumento performativo e comunicativo. Il sistema imprenditoriale italiano promuovendone una narrazione coerente e aziende straniere di piccole dimensioni non avrebbero possibilità di accesso, culturali per accedervi.

La ricerca applicata, a carico di un ente accademico, diventa così un elemento attori afferenti alla progettualità, fondamentale nell'attuazione di una strategia di veicolazione diretta di conoscenza verso un *target* specifico, ma anche su vertice fra le parti implicate nel processo.

Il lavoro sul campo presuppone, in questo senso, lo sviluppo delle capacità per applicare forme di trasferimento tecnologico e culturale che aiutino a tradurre il processo. Come spiegato Van de Ven *et al.* (1999), il viaggio dell'innovazione è una conquista collettiva che richiede il ruolo chiave di numerosi operatori sia nel settore frangente che l'istituzione universitaria stessa può esser ripensata come strutture, processi e pratiche sono relazionate a un sistema di mercato a universitaria può quindi rivelarsi come un sistema aperto, dove è possibile s (Deamer, 2017), che non solo prende forma da stimoli reali ma cerca anche di In questo senso, quello di Piemonte Home Design può essere pensato non solo un lavoro di messa a sistema di pratiche che possono alimentare processi di i

4. RISULTATI PRELIMINARI. SPERIMENTAZIONI A DISTANZA

Allo stato attuale di avanzamento del progetto, sono stati raggiunti alcuni risultati identificati. Per cause contingenti, sono state portate avanti, in particolare, quelle che richiedono un lavoro diretto sul campo, viste le difficoltà di viaggio dell'ultimo anno. Le tre fasi metodologiche prima citate sono esposti di seguito singolarmente e nella loro interazione. In primo luogo, il lavoro di ricerca ha permesso di mettere in luce quattro maggiori tendenze dagli autori, attraverso cui i promotori immobiliari rispondono a un mercato molto diversificato.

Abitare la nuova campagna

Grazie alle nuove politiche di sviluppo delle aree rurali, messe in campo dal Piano Nazionale di Sviluppo Territoriale, l'aggiornamento delle principali infrastrutture e allo sviluppo delle risorse naturali, le campagne stanno diventando luoghi sempre più attraenti per i cittadini che risiedono nelle città. Questo ha attirato investitori e sviluppatori immobiliari. All'interno di questa categoria rientrano diverse tipologie di aree rurali, come rigenerazioni di edifici nei villaggi tradizionali, seconde case, case a breve termine dedicate al turismo (*resort*), che cercano di rispondere a una domanda che si muove dai centri urbani verso le campagne.

Vivere sostenibile

A partire dal 2006, il Governo Centrale ha introdotto in Cina una serie di politiche che hanno pubblicato alcuni *standard* di bioedilizia per migliorare gli ambienti residenziali e aumentare l'efficienza energetica degli edifici. Diversi sono i nuovi casi di interventi di riqualificazione. Le nuove direttive governative, così come per differenziarsi sul mercato, sono orientate a progettuali orientate a ridurre i consumi energetici degli edifici, così come a promuovere l'utilizzo di vegetazione integrata.

Reinventare la casa tradizionale

Dopo oltre 30 anni di rapida espansione urbana, il tasso di urbanizzazione in Cina è molto elevato. Pechino, Shenzhen, Shanghai, Guangzhou, risulta estremamente elevato. Questo sta così spostando dall'espansione alla riqualificazione dello spazio interno delle città. La "grande demolizione per nuove costruzioni" ad uno basato su *micro-interventi* è in corso. Questa categoria mette a sistema una serie di interventi di trasformazione e recupero, che da un lato attraverso pratiche di conservazione dell'esistente, di riqualificazione di tipologie, sistemi distributivi e stilistici della tradizione, sperimentano nuovi modelli di intervento. In alcuni centri storici delle grandi città, così come nei villaggi tradizionali sopravvissuti alla rapida urbanizzazione degli ultimi venti anni.

Vivere in comunità (oltre la famiglia)

Nonostante i tentativi di controllo del mercato immobiliare, i prezzi delle abitazioni sono rimasti al primo livello, dove la sproporzione tra prezzo medio degli immobili e stipendio è ancora alta (Wu, 2015). Nelle città di Pechino, Shanghai, Guangzhou e Shenzhen, i prezzi delle abitazioni arrivano a superare i 30.000 euro per metro quadro (National Bureau of Statistics, 2019). Per gli appartamenti a medio o lungo termine, senza vincolarsi a scelte permanenti, si sta sperimentando un modo di vita della popolazione giovane nelle grandi città. Operativamente, lo sviluppo di questo tipo di proprietà privata (contrariamente a quanto succede nei principali sviluppi immobiliari) viene acquisita direttamente tramite il governo locale, lo ristruttura dividendo in unità abitative, mobili ed elettrodomestici, per poi affittarlo a giovani impiegati e professionisti che vogliono in cui soggiornare a tempo determinato. Il modello di gestione si compone di un'attività di intermediazione locativa e si avvale dell'integrazione di diversi operatori per la gestione unitaria. Secondo i dati di Forward The Economist, le più grandi aziende di affitti a lungo termine in Cina, nel 2019, sono state Ziroom, Xiangyu e Daan. Ziroom ha 1,02 milioni, 700 mila e 500 mila stanze. A seguire si posiziona il brand Ehome con un totale di 130 mila stanze. Il pacchetto finale prevede piccoli spazi (circa 35 mq circa) e servizi comunitari integrati per individui singoli o coppie.

Questa categorizzazione delle principali pratiche di progetto ha permesso di indicare un modello di casa modello su cui coinvolgere le aziende partecipanti alla ricerca. Per quanto concerne il rispetto alle finalità del progetto, la componente di ricerca empirica non è sufficiente per l'azienda di Piemonte Home Design se non veicolata attraverso specifiche pratiche culturali. La ricerca può farsi carico. Per questo motivo, una molteplicità di servizi quali *webinar*, *workshop* dedicate, sono stati strutturati all'interno della progettualità con il preciso scopo di renderle partecipi e attive all'interno dell'intero processo progettuale. Le aziende hanno la loro conoscenza del mercato cinese e valutare un loro possibile posizionamento nel mercato consolidato ed emergenti.

Dall'altra parte le tendenze identificate sono state propedeutiche a impostare il tentativo di instaurare il rapporto commerciale con il promotore immobiliare cinese su un modello di finiture industriali, la selezione di aziende parte dell'iniziativa consente di sviluppare un sistema flessibile e adattabile rispetto gli *standard* di mercato, portando allo studio di un sistema di strutturazione e rimodulazione, spazi e rifiniture differenti e più ricercati, rispetto al mercato ammobiliato. È stato quindi studiato un sistema basato sull'idea del *plug-in*, che possa rispondere ai bisogni di molteplici e differenti nicchie di mercato, attraverso un sistema controllabile in tutti i suoi aspetti progettuali, gestionali e costruttivi. Gli spazi di servizio sono concepiti come *plug-in* preconfezionati e intercambiabili che possono essere combinati a un sistema di partizioni flessibili e di decorazioni, per generare una m

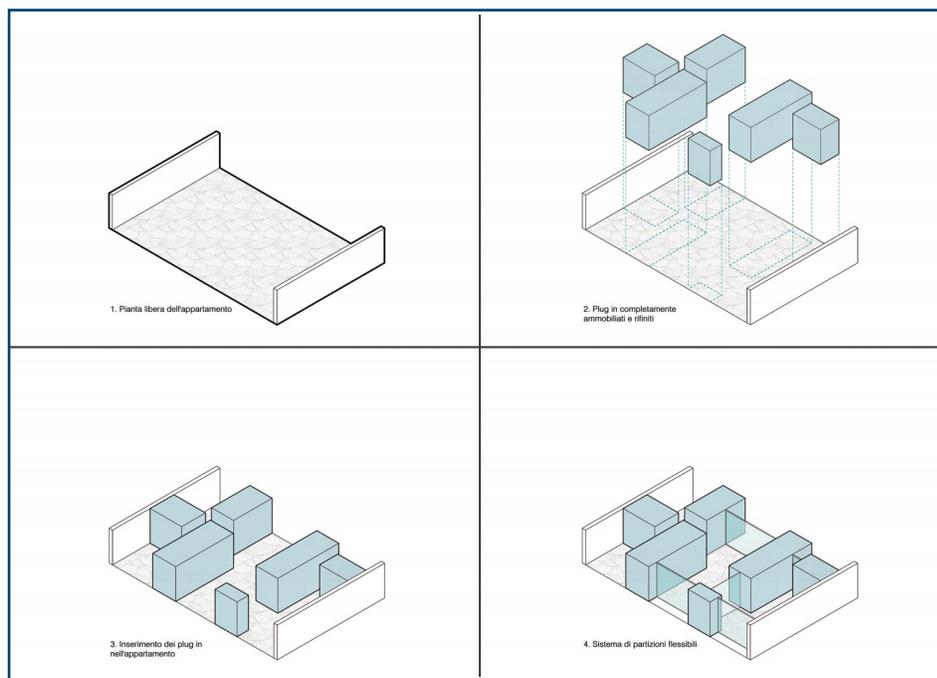


Figura
per pl
Fonte

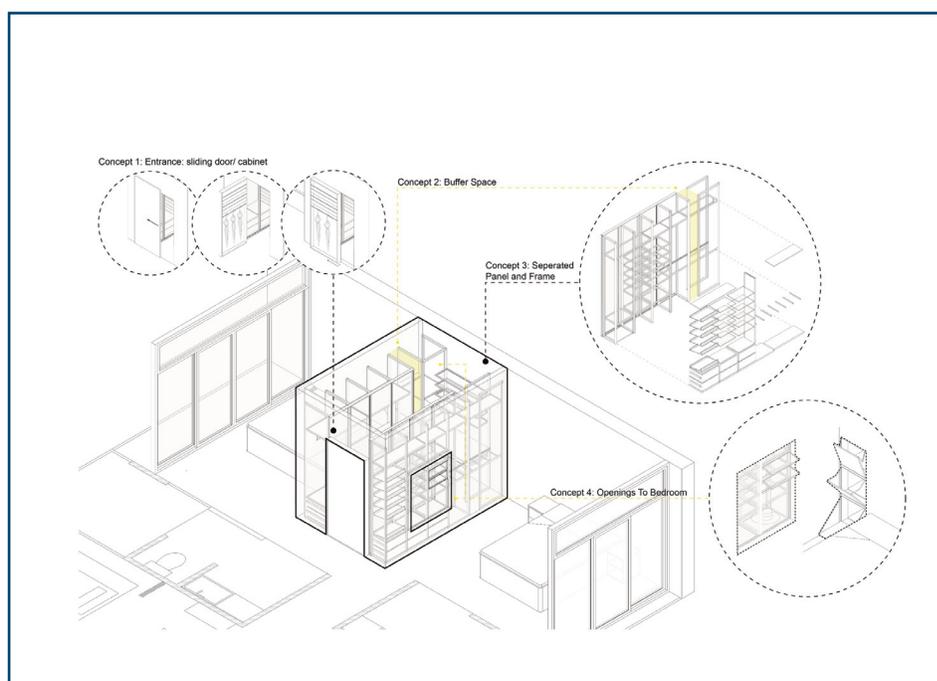
La strategia architettonica si basa sulla ricerca di un sistema che renda possibile la base secondo diversi contesti a partire da una trama comune, così che, qualsiasi sia gli elementi possano funzionare coerentemente. Ogni *plug-in* è inoltre definito e composto dalle produzioni piemontesi che lo compongono, in modo da fornire ad ogni ambiente *in* sono stati così definiti:

Flexible Kitchen

La cucina della casa Piemonte Home Design è pensata come un dispositivo che può agganciarsi a diversi ambienti dell'abitazione generando inconsuete situazioni e usi nello spazio. L'obiettivo è quello di progettare un sistema di cucina flessibile, caratterizzato da un altro grado di flessibilità e che possa adattarsi a diversi ambienti dell'abitazione (*Living, dining, studio, giardino/terrazzo, ecc.*)

Storage

Spesso trascurato, lo spazio in cui riporre e ordinare accessori e abbigliamento è una parte importante dell'abitazione. All'interno del modello di Piemonte Home Design, lo spazio da vivere e da integrare con gli ambienti dell'abitazione, in particolare quello dell'area notte. Flessibilità e adattabilità a diverse metrature sono solo una delle caratteristiche che integrano in maniera simbiotica lo spazio del dormire con quello dove riporre le parti integranti dell'ambiente domestico.

Figura
plug-in

Fonte

Ogni *plug-in* è inoltre rivestito, sul lato esterno, da un sistema decorativo e fun svolge un ruolo essenziale nella caratterizzazione degli ambienti domestici. L'ol uno o più sistemi decorativi che attraverso minime variazioni (di colore, forme, ambienti che i diversi moduli compongono così come adattarsi a diversi modi separazione o, viceversa, integrazione e trasparenza. Le decorazioni dovranno e lo stile della casa Piemonte Home Design, adattandosi di volta in volta agli mercato.

La flessibilità del sistema si esplicita nel fatto che gli elementi siano in grado strutturali, e che i residenti possano scegliere alcune configurazioni individuali componenti spaziali. L'idea di una casa *plug-in* mette in discussione le vecchie co su una distribuzione e un *layout* fissi e impostati a priori, facilitando i promoto modi di abitare più flessibili, sostenibili e adattabili ai loro abitanti. In questo mod Design potrà esser riconfigurata per rispondere alle tendenze di mercato individ Una volta testati sulle diverse configurazioni, i *plug-in* potranno essere modifica iterativa del processo progettuale. Le configurazioni potranno esser molteplici calibrate sulle esigenze del mercato cinese (40-180 mq). La Figura 8 mostra una pianta tipo di 150 mq. L'appartamento, studiato per inserirsi in un conte campagna sotto l'impeto della modernizzazione e dell'urbanizzazione, è rivolto

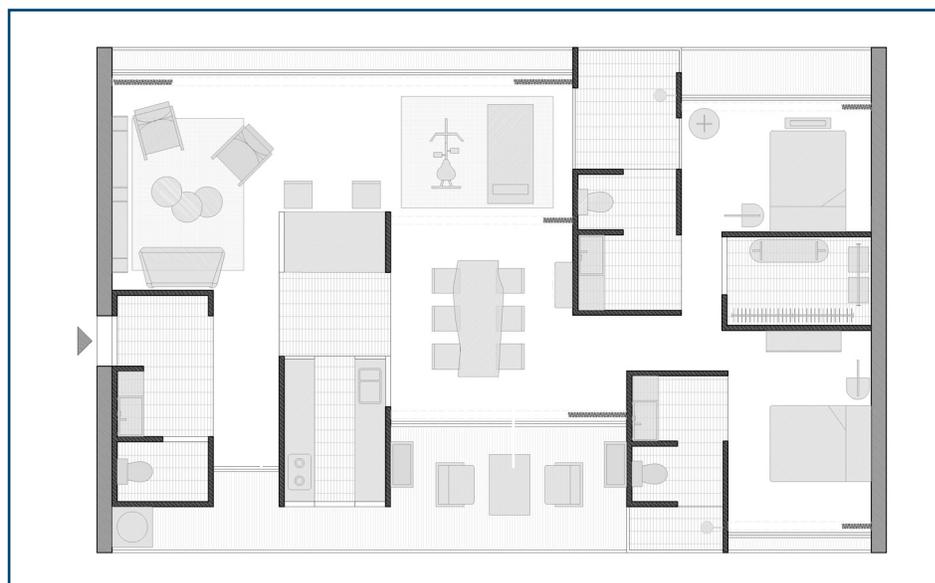


Figura
config
Fonte

Ad ogni modo, lo sviluppo di una tipologia residenziale basata sul progetto di indirizzare la strategia di trasferimento di Piemonte Home Design verso un altro proposito, è stata strutturata una pratica di co-progettazione che coinvolge da un lato come proponenti di soluzioni di produzioni innovative calate nel contesto del mercato, e dall'altra promotori immobiliari cinesi in qualità di mandatarie di un'operazione di design cinese sul fronte del *design*, con finalità commerciali e culturali. All'interno di questo processo sono state identificate nella fase di ricerca, diventando i punti di partenza dell'attività progettuale, le componenti del modello su cui gli elementi sui quali intervenire.

Il ruolo della componente accademica del progetto spazia quindi dall'accompagnamento e di curatela dei suoi contenuti scientifici e culturali. Le competenze istituzionali, attraverso il lavoro di cooperazione internazionale in atto con diversi enti cinesi di categoria, e imprese private, diventano fondamentali in questo contesto di progettualità in atto. Risulta quindi evidente come tutte le strategie e fasi del progetto siano all'altra e propedeutiche agli obiettivi di Piemonte Home Design. Il progetto di Piemonte Home Design, che è stato concepito strategicamente e operativamente, ha rivelato come la pratica possa aver luogo in un terreno di pratiche efficacemente a cavallo tra accademie e mercato scientifico sia sul mercato. In queste sinergie risiedono le potenzialità di competenze interdisciplinari, sia in grado di proporre soluzioni innovative programmatiche ma anche di processo.

5. CONCLUSIONI. UN PROGRAMMA DI LAVORO CONGIUNTO TRA ACCADEMIA E AZIENDE

In primo luogo, un'operazione come quella descritta in questo articolo mette in luce il valore del "design-based knowledge" (Megahed, 2017) rispetto a un sistema produttivo, u

progettisti nello svolgersi giornaliero della professione, e raramente trasm

l'educazione universitaria.

In seconda istanza, operazioni di natura simile a quella descritta in questo arti

cui si riferiscono — in questo caso quello residenziale cinese — non solo in ter

progettuali quanto nella promozione di innovazione, concepita come un siste

hanno infatti mostrato che, in Cina come altrove, alcune caratteristiche peculi

comparti produttivi (l'unicità e la scarsa ripetibilità dei progetti, la complessità d

del mercato, l'ampia segmentazione del settore in appaltatori e subfornitor

particolarmente riluttante a intraprendere processi di innovazione (Ball, 1999

infatti, solitamente inclini a ripetere soluzioni già testate sul mercato, ridu

implementare nuove soluzioni abitative attraverso il progetto. Come suggerit

progetto architettonico — e le possibili azioni di ricerca e sperimentazione ch

tenuto in secondo piano nella produzione di mercato per il comparto resie

complessiva dei processi da parte dei promotori immobiliari. Nell'attuale conte

paragrafi precedenti, il mercato residenziale è diventato sempre più competitivo

di introdurre strategie innovative orientate ad aprire nuovi segmenti di mer

prodotti di maggiore qualità. I promotori immobiliari sono stati così indotti a dive

anche attraverso il progetto di architettura. Questo risulta un presuppost

programma Piemonte Home Design e dell'approccio strategico e operativo

articolarsi all'interno di un contesto di mercato in cui emergono e sono richi

indubbio, infatti, che il vantaggio competitivo delle produzioni Piemontesi nel co

risiedere in una strategia basata sul prezzo. Le aziende selezionate all'interno d

da un'alta qualità del prodotto, e del suo progetto, ma spesso da una produzion

termini numerici, che risulta irrilevante per il complessivo mercato immobiliare

l'innovazione metodologica del progetto Piemonte Home Design potrebbe gioca

un vantaggio competitivo alle aziende piemontesi, attraverso la costruzione di un

comune i prodotti delle diverse aziende e risponda sinergicamente alle specificità

significa posizionarsi in una fascia medio-alta del mercato, e focalizzare la prop

consumatori in cerca di prodotti di alta qualità, tra loro coerentemente organi

non solo uno spazio confortevole e funzionale ma anche in grado di esprimere

In questo contesto di mercato, esistono le potenzialità per un ente accadem

d'azione che coniughino ricerca per e attraverso il progetto, attività azioni di c

sistemi imprenditoriali. Questo fattore può inoltre mettere in discussione rappre

e degli inventori come uniche fonti di novità [Shove *et al.*, 2012], riarticolando tra produttori da una parte e clienti dall'altra. Una progettualità, come quella complessità di pratiche necessarie per penetrare un mercato complesso e in

Bibliografia

- Adams, D. & Tiesdell, S. (2013). *Shaping Places: Urban Planning, Design and Development*. New York (NY): Routledge.
- Archer, B. (1995). "The Nature of Research," *Co-Design. Interdisciplinary Journal of Design* 8, 6–13
- Ball, M. (1999). "Chasing a Snail: Innovation and Housebuilding Firms' Strategies". *Housing Studies* 14, 9–17
- Cross, N. (1995). "Editorial". *Design Studies* 16 (1) 2–3
- Deamer, P. (2017). "Ideas matter". *arq: Architectural Research Quarterly* 21, 344–346
- Ding, G., & Xue, C.Q.L. (2019). "Mediating production, teaching, and research: the role of university-run practice". *Arq* 23, 73–86
- Downton, P. (2003). *Design Research*. Melbourne: RMIT University Press
- Frayling, C. (1993). *Research in Art and Design*. London: Royal College of Art
- Friedman, K. (2008). "Research into, by and for Design". *Journal of Visual Arts Practice* 7(2), 153–60
- Goodchild, B. & Karn, V. (1997). *Directions in Housing Policies: Towards Sustainable Housing Policies for the 21st Century*. London: Routledge
- Groat, L.N., & Wang, D. (2013). *Architectural Research Methods*. Hoboken(NJ): John Wiley & Sons, Ltd
- He, S., & Wu, F. (2009). "China's emerging neoliberal urbanism: Perspectives from urban redevelopment". *Urban Studies* 46(10), 2111–2128
- Healey, P. (1991). "Models of the development process: A review". *Journal of Property Research*, 8(3), 219–230
- Healey, P. (1992). "An institutional model of the development process". *Journal of Property Research*, 9(1), 1–12
- Heynen, H. (2006). "Unthinkable Doctorates? Introduction," *The Journal of Architecture* 11(3), 277–82
- Jenkins, P. & McLachlan, F. (2010). "Is there a rôle for architects in mainstream private sector house building?". *Arq* 14, 323–33
- Kieran, S. (2007). "Research in Design: Planning Doing Monitoring Learning," *Journal of Architectural Education* 61(1), 10–17
- Megahed, Y. (2017). "On research by design". *arq: Architectural Research Quarterly* 21, 338–343
- Pirounakis, N. G. (2013). *Real Estate Economics: A Point to Point Handbook*. London (UK): Routledge
- Rouse, W.B. (2016). *Universities as Complex Enterprises*. Hoboken (NJ): John Wiley & Sons, Ltd
- Salomon, D. (2011). "Experimental Cultures: On the 'End' of the Design Thesis and the Rise of the Research Practice". *Design Studies* 32(1), 33–44
- Shove, E., Pantzar, M., Watson, M. (2012). *The dynamics of social practice: everyday life and how it changes*. London: Routledge

- Squires G. & Heurkens, E. (2015). *International Approaches to Real Estate Development*. New York (NY):
- Van de Ven, A. H., Polley, D. E., Garud, R., & Venkataraman, S. (1999). *The innovation journey*. New York:
- Van de Weijer, M., Van Cleempoel, K., Heynen, H. (2014). "Positioning Research and Design in Academia Debate". *Design Issues* 30, 17–29
- Van Der Hoeven, F. (2011). "Mind the Evaluation Gap: Reviewing the Assessment of Architectural Research". *Research Quarterly* 15(2), 177–87
- Wang, D., & Joplin, A. (2009). "The Design Substrate: The Phenomenological Unity Enabling Howard Gar". *Environmental & Architectural Phenomenology Newsletter*
- Wang, Y. P., & Murie, A. (1999). "Commercial Housing Development in Urban China". *Urban Studies*, 36(1), 1–15
- Wu, F. (2015). "Commodification and housing market cycles in Chinese cities". *International Journal of Housing Policy*, 10(1), 1–15
- Zhang, J. (2019). "Towards a New Normal: The Blurred Landscape of Architectural Research in China". *Journal of Architectural Research*, 18(1), 1–15



Quest'opera è distribuita con

[Licenza Creative Commons Attribuzione - Non commerciale 3.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0/)