

041

DESIGNFORTERRITORIES

TEORIA / PRATICA

DIALOGHI SUL DESIGN PER I TERRITORI

A CURA DI
MARINA PARENTE, ELEONORA LUPO, CARLA SEDINI

CON
VINCENZO CRISTALLO
UNIV. LA SAPIENZA ROMA
ARES KALANDIDES
INPOLIS BERLINO
FEDERICA OLIVARES
CITY INNOVATION LAB

RAIMONDA RICCINI
UNIV. IUAV VENEZIA
BEATRICE VILLARI
POLITECNICO DI MILANO

01

TEORIA/PRATICA

DIALOGHI SUL DESIGN PER I TERRITORI | 01

INDICE

1. INTRODUZIONE PAG.03
2. DEFINIRE IL “DESIGN PER I TERRITORI” PAG.05
3. QUALE POSSIBILE FUTURO DEL RAPPORTO TEORIA/PRATICA? PAG.20
4. IN SINTESI PAG.23
5. BOX N.1: PROGETTO DI RICERCA ME.DESIGN PAG.09
6. BOX N.2: PROGETTO SOCIAL FOOD CLUB PAG.14
7. BOX N.3: PROGETTO COBRA PAG.17
8. NOTE PAG.27
9. REFERENCES PAG.28
10. NOTE BIOGRAFICHE PAG.30



A cura di:
Marina Parente, Eleonora Lupo, Carla Sedini

Progetto grafico:
Rachele Amadori

Impaginazione e grafica:
Simona Cosentino

Fotografie:
Carla Sedini

ISBN: 978-88-942591-0-0
Prima edizione: giugno 2017

Copyright © 2017 - D4T Design for Territories - Dipartimento di Design, Politecnico di Milano.
Via Durando 38/A - 20158 Milano
www.dipartimentodesign.polimi.it
www.d4t.polimi.it



D4T ha condotto un ciclo di focus group con l'obiettivo di attivare la discussione e il confronto sulla tematica del Design per i Territori. I focus group sono concepiti come momenti informali di impostazione critico-problematica, con l'obiettivo che diventino attivatori di un successivo dibattito allargato e condiviso.

Il primo focus group, tenutosi presso il Dipartimento di Design del Politecnico di Milano il 23 settembre 2016, ha affrontato il tema del rapporto tra Teoria e Pratica cercando di rispondere ai seguenti interrogativi: il progetto di design per il territorio ha un fondamento teorico o è un ambito di applicazione di una prassi progettuale? È il risultato di una riflessione critica (pratica riflessiva o *practice-based theory*)?

L'obiettivo è stato quello di ragionare sulle basi teoriche della disciplina, facendo riferimento anche ad esperienze di ricerca e di didattica.

1. INTRODUZIONE

L'ambito del Design per i Territori nella comunità accademica italiana del design è oramai prossimo a storicizzarsi, in quanto terreno di sperimentazione da tempo battuto attraverso processi consolidati di pratiche di progetto. Il primo ad avere coniato il termine design territoriale è Ugo La Pietra che, in controtendenza

rispetto ai tempi (è del 1988 la mostra “Genius Loci” ad Abitare il tempo a Verona), riscopri-va il valore dei saperi e dei materiali locali e di quell'artigianato che si faceva colto interprete dei territori italiani. Scriveva nel 1992: “C'è qualcosa che è ancora tutto da recuperare: il grande patrimonio produttivo e quindi economico – commerciale che fa riferimento alla moltitudine di oggetti per “rappresentare”, “celebrare”, opere fatte per esprimere i caratteri della cultura materiale legata ad usi, costumi, riti di un territorio, e per questo spesso realizzate con tecniche più genuinamente locali e artigianali.” (Rui, 2014, p. 183). Un approccio tutto orientato al legame tra cultura locale e cultura materiale, tra prodotto e territorio; negli ultimi anni questa visione si è ampliata, con l'estensione generale dei confini disciplinari verso il design strategico e dei servizi. Si sono infatti susseguiti progetti, ricerche, esperienze formative a vari livelli, che hanno avuto come oggetto di sperimentazione di design i valori e le filiere che insistono su un contesto specifico e che hanno indagato e proposto soluzioni per visioni strategiche e processi comunicativi, produttivi e di servizio localizzati (Piccinno, Triunveri 2004; Marano, 2004; Trapani, 2004; Castelli, Vignati, Villari, 2005; Cristallo, Guida, Morone, Parente, 2006; De Giorgi, Germak, 2006; Campagnaro, Lupo, 2009; Villari, 2012, 2013).

Tuttavia sembra mancare, sia al di fuori della comunità scientifica, ovvero nel mondo delle professioni e delle istituzioni, sia a livello internazionale, un quadro di riferimento teorico ed operativo in grado di restituire in maniera sistematica e puntuale l'ampia fenomenologia

di questi interventi e quindi di perimetrare, riconoscere e valorizzare le specificità, competenze e impatti del design rispetto ai contenuti generali del “progetto territoriale”.

Il focus group “Teoria/Pratica” indaga, in questo quadro problematico, uno dei nodi chiave della disciplina del design, ovvero la circolarità virtuosa tra pensare e fare che caratterizza il design in molti dei suoi ambiti di applicazione e che è paradigmatica nel caso dell'intervento sul territorio: una pratica riflessiva, ovvero l'esperienza concreta sul campo seguita dalla sistematizzazione teorica, che è stata una delle modalità privilegiate di approccio e consolidamento disciplinare; dunque attraverso il dialogo con alcuni esperti provenienti dall'*urban planning* e da diverse aree disciplinari del design si è voluti ripartire proprio dal rapporto teoria/pratica, per fare il punto dello stato dell'arte e operare un processo di valutazione e rinnovamento di cosa significhi oggi parlare di design per il territorio.

Appare evidente, anche dagli esiti di questo focus group, la necessità di un approccio transdisciplinare come *conditio sine qua non* per riuscire a considerare in modo complementare i momenti della teoria e della pratica. Questo tema, infatti, è stato ampiamente affrontato anche da altre discipline che concorrono e contribuiscono agli approfondimenti e alle azioni che anche il design mette in atto. Basti pensare alle riflessioni condotte nel 2016 alla Biennale di Architettura di Venezia. Progettare per il territorio apre un dibattito complesso, legato a stretto giro con i temi della politica e con le urgenze sociali che diversi paesi si trovano oggi ad affrontare. Anche

il termine “territorio” è declinato sotto svariati punti di vista e, ad esempio, il Padiglione francese, curato da Frédéric Bonnet, parlando di *territoires*, si è focalizzato in primo luogo sulle persone e sui vecchi e nuovi abitanti.

L'approccio da cui partiamo, ma che evidentemente è in via di revisione, grazie anche ai contributi di discipline altre, si basa fortemente sul concetto di *milieu*. Questo concetto, che ha origine dalla geografia, definisce il territorio come l'insieme di condizioni naturali e socio-culturali sedimentate nel corso della storia e che diventano patrimonio collettivo e caratteristiche fondative dell'identità di un luogo. Un *milieu* però è anche potenzialità inespressa del territorio da cui, evidentemente, il progetto di design può recepire istanze trasformative e di sviluppo (Governa, 1999; Magnaghi, 2000).

Durante il focus group è apparso come necessario affrontare e aggiornare la questione delle diverse interpretazioni del design per il territorio e molte criticità sono emerse relativamente alla necessità di ridefinire, riposizionare e comunicare le sue potenzialità al di fuori della comunità scientifico-accademica del design².

2. DEFINIRE IL “DESIGN PER I TERRITORI”

Definire il Design per i Territori non è un'azione di pura retorica, ma un posizionamento culturale oggi più che mai necessario, in relazione al ruolo che il progetto occupa nell'attività culturale complessiva. Nel processo che definiamo di “socializzazione” del *design thinking*, assistiamo ad un fenomeno di estrapolazione degli strumenti del progetto dai contesti progettuali, produttivi e dell'informazione per permeare i più ampi scenari politici e socio-economici di produzione culturale e scientifica. In questa nuova configurazione dai confini sfrangiati - una sorta di “*blur effect*” (Rodgers, Smyth, 2010) - il design deve consolidarsi addensando nuclei di senso, “baricentri di significato” (Anceschi, Botta, 2009), basati su una rinnovata *design culture*. La prima necessità, per gli esperti, è comprendere cosa si intenda per territorio.

Ritengo che oggi si assista ad una certa ‘retorica’ del territorio, per cui la cornice concettuale vada ridiscussa. Il termine “territorio” ha perso mordente e c'è necessità di pensare questa parola in modo diverso. Ci siamo trovati di fronte a dei fenomeni di apertura, chiusura, sovrapposizione di territori. Il rapporto tra Reale e Virtuale, ad esempio, scompagina le esperienze che si fanno del territorio e le sensazioni ad esso collegate. [Raimonda Riccini](#)

Mi sembra utile puntualizzare che la geografia ci parla del territorio fin dalla fine degli anni '80 vedendo il territorio non solo come un'entità chiusa, caratterizzata solo da fattori endogeni, ma sempre relazionale. Ogni spazio è fatto dagli elementi che si trovano nello spazio, sono i corpi nello spazio che costituiscono lo spazio (Einstein). Lo stesso territorio cambia in base alla sua “popolazione”. Dal punto di vista metodologico ci sono quattro livelli: quello fisico, quello relazionale e sociale, quello rappresentativo (parole, immagini) e quello delle associazioni mentali. In questo senso il territorio è un'entità in senso ontologico. Sono le relazioni sociali che definiscono il territorio e la sua analisi deve sempre includere i concetti di spazio assoluto, relativo o relazionale: solo questo processo ci aiuta a capire l'identità e l'autenticità di un territorio come mutevoli. L'identità di un territorio non è mai assodata, ma sempre in evoluzione e ogni territorio è sempre sia locale che globale contemporaneamente.

[Ares Kalandides](#)

Per riavviare su nuovi modelli interpretativi la relazione fra “design e territorio”, è necessario identificare un nuovo glossario: inedite parole per superare la “sindrome del territorio” che come disciplina ci portiamo dietro. Ci vuole però un'essenziale e acuta analisi retrospettiva per dare vita a questo nuovo linguaggio.

[Vincenzo Cristallo](#)



1. Raimonda Riccini e Ares Kalandides
Milano, 23 settembre, 2016

Che il territorio costituisca un sistema complesso³ è un assunto emerso in molte ricerche ministeriali svolte da diverse università di design, come ad esempio la ricerca Me.Design (Zurlo, 2003) che ha fatto proprio il concetto di Capitale Territoriale, introdotto nel 1991 dai programmi europei LEADER per lo sviluppo economico rurale. Ispirandosi chiaramente agli studi di Pierre Bourdieu, il concetto di Capitale Territoriale è stato definito dall'OECD come “riserva di beni che formano la base per lo sviluppo endogeno di ogni città e regione, così come le istituzioni, le modalità decisionali e le capacità professionali che fanno il miglior uso di tali beni” (2001) e poi approfondito da diversi studiosi, tra cui l'economista Roberto Camagni (2009), che lo ha articolato in diverse macro-classi: capitale produttivo; capitale cognitivo; capitale relazionale; capitale sociale e umano; capitale ambientale; capitale insediativo e capitale infrastrutturale. Ma se si considera il territorio una dimensione di progetto, come può il design intervenire

su queste leve? Manzini (2005) distingue due componenti fondamentali: “una dotazione, corrispondente ad uno o più valori territoriali, ed una capacità delle comunità residenti: la capacità di riconoscere delle risorse potenziali, di trasformarle in risorse effettive, e di coltivarle nella prospettiva della loro sostenibilità”, sottolineando così la componente progettuale del concetto di risorsa, che richiede di essere scoperta, valorizzata ed opportunamente coltivata attraverso il design.

In risposta a questo quesito, un punto chiave emerso nel dibattito è la riconferma di una progressiva evoluzione del design in relazione al territorio.

Penso sia utile, nel tracciare il percorso attraverso il quale il design si è avvicinato al tema del territorio, introdurre alcune definizioni che si sono succedute, quali il “design nel/del/per il territorio”. In questo excursus sono racchiusi tre approcci che progressivamente ampliano

l'osservazione dal territorio come contesto del progetto, al territorio come oggetto di intervento, fino al territorio come sistema relazionale.

Il concetto iniziale di “design nel territorio” vedeva appunto il territorio come contesto di progetto, (così come per tutte le discipline progettuali) al cui interno il design - prevalentemente di prodotto - operava con le sue logiche, interpretando in modo originale e innovativo materiali e know-how locali, fino a contribuire a definire quei distretti industriali caratteristici della situazione italiana. Poi siamo passati, talvolta con un po' di presunzione, a un “design del territorio” enfatizzando il ruolo del design nel progettare prodotti e sistemi-prodotto che fossero degli amplificatori dei valori di un luogo e ne rafforzassero la loro identità e visibilità. Qui possiamo trovare dei prodotti di frontiera come ad esempio il Limoncello, rivisitazione di un prodotto artigianale prima non presente nella grande

distribuzione, dove è evidente il prevalere di valori immateriali, sensoriali e comunicativi, legati ad un immaginario del luogo d'origine. Sono prodotti che interferiscono con l'idea consolidata o sopita di alcuni territori, danno un loro apporto nell'evidenziare valori positivi o rinnovando usi o culture locali, ma anche il modo di relazionarsi con esso: in alcuni casi, quasi come dei “prodotti-testimonial”. Parallelemente nel campo del design della comunicazione si specializza il *place branding* e i progetti di comunicazione strategica orientati soprattutto alla promozione turistica. Oggi parliamo di design per il territorio che da una parte è una forma inclusiva dei due approcci, dall'altra evidenzia un ruolo proattivo e generativo di nuove pratiche, nuove forme per esperire i luoghi, per attivare nuove economie, per avviare processi sostenibili dal punto di vista ambientale e sociale, oltre che economico. Una visione più ampia, inclusiva e strategica, che riguarda i vari aspetti della valorizzazione



2. Eleonora Iupo, Marina Parente, Mariana Fonseca Braga e Bogdan Stojanovic
Milano, 23 settembre, 2016



3. Vincenzo Cristallo
Milano, 23 settembre, 2016

ne dell'identità dei territori come leva per lo sviluppo locale, la valorizzazione delle risorse tangibili e intangibili, l'empowerment delle comunità locali. Marina Parente

Nel tempo si è sviluppata l'idea di ritenere la progettualità diffusa presente nel "design per il territorio" un'area di intervento piuttosto che uno specifico ambito disciplinare.

Vincenzo Cristallo

Anche nel caso del *place branding* si tratta di un'aggregazione di discipline rispetto a un obiettivo, ma non è una disciplina in sé. Il sottotitolo del libro di Beatrice Villari ("Design per

il Territorio. Un approccio community-centered") sembra condurre in questa direzione. Questa consapevolezza deve diventare un punto di forza, ad esempio nel facilitare l'aggregazione rispetto all'obiettivo nell'interagire con istituzioni che ti chiedono di agire sul territorio o con altre discipline. Federica Olivares

Un secondo punto emerso tuttavia è la necessità di collocare meglio il design nel progetto territoriale, in relazione alla natura intrinsecamente eteronoma e multiversa del progetto.

Come urbanista, il nostro lavoro si concentra esclusivamente sullo sviluppo territoriale.

Collaborando con la scuola di Design Thinking di Postdam non ho individuato un metodo spe-



4. Ares Kalandides
Milano, 23 settembre, 2016

ME.DESIGN

STRATEGIE, STRUMENTI E OPERATIVITÀ DEL DISEGNO INDUSTRIALE PER VALORIZZARE E POTENZIARE LE RISORSE DELL'AREA MEDITERRANEA TRA LOCALE E GLOBALE



Me.design è una ricerca cofinanziata dal Ministero dell'Università e della Ricerca scientifica e tecnologica (MIUR) nel biennio 2002/04, coordinata dal Dipartimento Indaco (oggi Dipartimento di Design) del Politecnico di Milano, che ha coinvolto un numeroso team di ricercatori, afferenti a sette sedi universitarie, da Milano a Palermo.

“La ricerca si è focalizzata su quelle realtà produttive e sociali localizzate in territori che hanno una relazione storica, culturale, ideale con il mare Mediterraneo.

L'obiettivo della ricerca è quello di mettere in atto pratiche e modalità che siano un grado di generare localmente, e in modo autopropulsivo, capacità di progetto e visione strategica per promuovere sviluppo e creare valore.

Una possibilità - creare valore - legata alle particolari risorse del territorio: competenze e capacità artigianali, bellezze naturalistico-ambientali, giacimenti del gusto, risorse architettoniche e monumentali. Risorse che appartengono ad una dimensione del consumo vicina alle esigenze basiche dell'individuo: il piacere e lo svago, la cura del sé, la crescita psicologica e culturale. Dimensione che coincide talvolta con l'immagine del Made in Italy, ciò che specializza l'Italia nello scenario mondiale verso prodotti-servizi lifeware, legati cioè alla dimensione del benessere psicologico e al soddisfacimento di bisogni superiori, legati ad

un'espressione ampia ed articolata della qualità della vita.

Me.Design ha scelto di affrontare questo tema (e la dimensione progettuale che ne potrebbe conseguire) rendendo centrale il ruolo del territorio e le attività, progettuali ed operative, in grado di attivarvi sviluppo.

Le premesse della ricerca:

(...) si è scelto di interpretare il territorio come il processo/risultato corrispondente ad un vero e proprio capitale (territoriale appunto) con ciò intendendo l'insieme articolato e complesso di diverse componenti, materiali e immateriali: risorse fisiche (impianti e infrastrutture, patrimonio architettonico e storico, patrimonio ambientale), risorse umane, attività (imprese e relativi settori), know how e competenze, cultura e identità (mentalità, valori condivisi, usi e costumi), forme e caratteristiche della governance, percezione dell'immagine (dentro e all'esterno), relazioni con l'esterno (forme e modalità dello scambio).

Un termine, capitale territoriale, che abbiamo accolto dalle esperienze dei progetti di sviluppo rurale promossi dalla comunità europea con il programma Leader.”

Da: Simonelli G., Zurlo F. (2004), “La ricerca Me.design. Valorizzare le risorse dell'area del mediterraneo: quale ruolo per il design?”, in AA.VV., Designing Designers, POLI.design.

cifico proprio del design, mentre mi è stato utile in forma strumentale, come *tool* per l'analisi, anche se in maniera piuttosto limitata e alle volte semplificando eccessivamente aspetti maggiormente complessi. Mi chiedo come il design possa essere uno strumento per dei processi di innovazione nel territorio, se solo nella fase di analisi o anche in step successivi e soprattutto per stabilire una relazione e lavorare assieme fra enti pubblici, design e aziende.

Ares Kalandides

Forse è opportuno ricordare che al di là di definizioni totalizzanti e omni-compresive di design, il design è prima di tutto una azione progettuale e quindi un modo di intervenire nel mondo attraverso il progetto, anche in un contesto in cui l'idea del progetto è molto dilatata (ad es. il *design thinking*). È certo che il design è una disciplina eteronoma: è tuttavia necessario fare l'operazione di tornare al cuore della disciplina, che è ancorata all'idea della progettazione, ma dipende in maniera molto consistente dal contesto in cui opera (azienda, musei, ecc.), per capire dove collocare il design in un processo di intervento sul territorio.

Il territorio, fermo restando l'idea che ne abbiamo tutti, è una di queste realtà nelle quali a mio parere il design opera in una maniera specifica e con degli strumenti propri (ad es. progettare oggetti, sistemi, comunicazione, eccetera) che non occorre rimettere in discussione. Questi strumenti tuttavia cambiano e si adattano continuamente e allo stesso tempo cambiano il contesto in cui si trovano: in questo senso il design può essere conside-



6. Eleonora Lupo e Marina Parente
Milano, 23 settembre, 2016

rata una disciplina "parassitaria", intesa in una accezione assolutamente dinamica, per cui la collocazione del design nella catena del lavoro sul territorio, non può essere predefinita. Anche il problema della stabilità e l'instabilità nei territori (in termini di governo e non solo) per il design è importantissimo. Quello che è successo negli ultimi 15 anni sui territori, anche fisicamente, da questo punto di vista è impressionante: ci sono stabilità relative (pensiamo al sistema dell'Heritage, su cui si opera per conservare, conoscere, etc) e sistemi

che sono necessariamente instabili, come ad esempio il sistema imprenditoriale. Pensare al design come azione pragmatica che genera teoria del progetto è forse una strada: in questa accezione design per il territorio vuol dire "la pragmatica come teoria del progetto".

Raimonda Riccini

In questo dibattito non è stato ancora citato un elemento chiave per la disciplina del design e cioè l'innovazione. Il rapporto tra innovazione e design è, ed è stato, ampiamente esplorato all'interno della disciplina. Che cosa significa dunque "portare innovazione" nei territori secondo una prospettiva disciplinare?



7. Raimonda Riccini
Milano, 23 settembre, 2016



8. Beatrice Villari
Milano, 23 settembre, 2016

Il contesto socio-economico è mutato rispetto a quando abbiamo iniziato a lavorare su questi temi, pertanto è anche necessaria una riflessione ulteriore che riguarda l'evoluzione della disciplina e la connessione con altri ambiti di ricerca che insistono su aree d'indagine simili. Un esempio è la grande attenzione ai temi dell'innovazione sociale che, in alcuni casi, bene si connette ai temi della valorizzazione territoriale con particolare attenzione a quelle situazioni in cui il cambiamento è strettamente legato all'imprenditoria o alle attività con ricaduta sociale.

Beatrice Villari

Dalle esperienze passate, il design nella sua “versione territoriale” ha sempre fatto emergere il suo metaforico valore eteronomo in linea con una dimensione pluridisciplinare che interviene simultaneamente attraverso prodotti, servizi, strategie e comunicazione in nome dell’innovazione come valore assoluto. Oggi credo sia più complessa la risposta all’eventuale domanda su dove si collochi e cosa faccia il design per il territorio. Non è pertanto esauribile nell’affermazione sibillina: “capacità di attivare innovazione”. Possiamo forse, in maniera opportuna, riconnetterci alla parola “progetto”. Un termine che riesce ad evitare sterili declinazioni se connesso regolarmente ai valori della ricerca e della sperimentazione e al loro grado esperienziale. La parola progetto restituisce sempre una forte responsabilità sociale e morale a chiunque ne sia suo artefice. Vale a dire capacità di trovare soluzioni opportune e non l’esatta soluzione. Questo è quello che cerchiamo di

insegnare ai nostri studenti: ascolto, consapevolezza e sintesi. **Vincenzo Cristallo**

L’approccio del design può essere interpretato come un’amplificazione della capacità del “vedere” (Zurlo, 2012) che, applicata al territorio, si traduce nel rilevare l’identità territoriale (con una sensibilità e una capacità di analisi non solo quantitativa ma anche qualitativa) e nella capacità di sentire il territorio in maniera più ampia, anche da un punto di vista emozionale, combinando dati assoluti con una perlustrazione sul campo. Essenzialmente, infatti, operiamo in tre momenti:

- “vedere” e interpretare, ovvero fare esperienza del territorio attraverso una ricerca desk e field, con attività di lettura, di conoscenza, di ascolto e l’uso di tecniche etnografiche;
- “far vedere”, ovvero rendere visibile alle comunità locali e agli stakeholder opportunità e potenzialità, sia nel momento della ricerca (per attivare forme di condivisione e di pro-

gettazione partecipata), che nella fase finale (per comunicare ma anche per dare forma agli esiti del progetto). Per attivare queste forme di dialogo tra interlocutori diversi è necessario utilizzare un linguaggio comune e qui entrano in campo le capacità di visualizzazione e di storytelling del designer;

- infine “prevedere” che è la fase di costruzione di uno scenario progettuale complessivo in cui identificare le azioni specifiche da fare (un servizio di fruizione, una campagna di comunicazione, un sistema di merchandising, un palinsesto di eventi, un nuovo sistema di prodotti, ecc.). **Marina Parente**

Forse non è una questione di differenza di strumenti ma una questione di punti di vista e obiettivi. Nel marketing territoriale ad esempio si parla di sviluppo in termini economici, ma per il design, che ha sempre l’uomo al centro dei suoi interessi, è una questione di valori basati sul benessere della comunità, qualità della vita, sostenibilità ambientale, sociale e anche economica ma non solo. Questa differenza di punto di vista iniziale, seppur utilizzando gli stessi strumenti, porta a dei risultati diversi, perché l’obiettivo è diverso.

Marina Parente

A me interessa capire la specificità. Mi resta infatti il dubbio sui metodi del design, che sembrano essere comuni ad altre discipline: l’etnografia ad esempio la utilizzano anche l’urbanista, il sociologo... Il design può essere una disciplina se ha la propria metodologia, i propri strumenti, ecc. Il mio lavoro da urbanista non è una disciplina, poiché usiamo metodi di altri, è una sintesi, e infatti occupandomi di sviluppo territoriale collaboro con altre discipline: con gli antropologi lavoro sui metodi etnografici, con i designer sulla visualizzazione, con i sociologi su un’altra cosa ancora... La visualizzazione per me non è solo capacità di sintesi, è il progetto di una sintesi ed è un metodo proprio. Per questo mi chiedo quali altri strumenti siano propri del design e non provengano da altre discipline; cerco anche di capire se con il design c’è una possibilità di lavoro più ampia oltre l’ambito della visualizzazione. **Ares Kalandides**

Il design ha competenze che vanno ben oltre la mera visualizzazione di idee o artefatti. La capacità di visualizzazione è una della capacità del designer che sottende ad aspetti sia teorici che metodologici propri della disciplina.

Condivido un esempio di cui il tema della visualizzazione è stato affrontato su livelli diversi. Cito il progetto Social Food Club - cofinanziato all’interno del programma Poli.Social del Politecnico di Milano - mirato a creare un’impresa sociale in un quartiere milanese attorno al tema della ristorazione. Abbiamo lavorato con i colleghi del Dipartimento DASTU e ci siamo focalizzati sul quartiere Dergano. Insieme abbiamo condotto un’analisi delle caratteristiche del quartiere (noi attraverso la progettazione di *cultural probes*, i pianificatori attraverso un’analisi dei luoghi utilizzati, delle imprese collegate al consumo di cibo, ricostruendo in qualche modo le vocazioni alimentari del quartiere attraverso mappe

design capabilities



2. Grafico Design Capabilities per il Territorio
M. Parente, C. Sedini

SOCIALFOODCLUB

PROGETTO DEL DIPARTIMENTO DI DESIGN IN COLLABORAZIONE
CON IL DIPARTIMENTO DI ARCHITETTURA E STUDI URBANI DEL
POLITECNICO DI MILANO.



BEATRICE VILLARI

SocialFoodClub è un progetto di coesione e sviluppo sociale sul tema del cibo multietnico nei quartieri di Dergano e Bovisa a Milano (Zona 9).

L'obiettivo è stato quello di abilitare un'azione concreta sulle comunità del quartiere attraverso fasi di indagine contestuale e definizione di un concept di servizio di uno spazio polifunzionale legato al food.

Durante la prima fase del progetto è stata eseguita un'attenta ricognizione della Zona 9 analizzandone il contesto urbanistico e territoriale oltre che la presenza di potenziali stakeholder del progetto, sperimentando una serie di tecniche etnografiche per confrontare idee, caratteristiche e comportamenti degli abitanti. Ciò ha permesso di individuare e conoscere sia i luoghi che le persone-comunità multietniche, oltre ad alcune importanti realtà già attive sul territorio, selezionandone alcune che potevano avere un potenziale d'azione rilevante, come ad esempio l'associazione Onlus L'amico Charly, che si occupa di prevenzione e supporto al disagio giovanile attraverso progetti educativi e formativi. L'Associazione si è resa disponibile a supportare concretamente il progetto, mettendo a disposizione sia la propria conoscenza del contesto sociale e territoriale sia, soprattutto, alcuni spazi come sede reale del nuovo servizio.

Ne è nato quindi un progetto finale comune, PIATTONESTO, ovvero l'idea di un nuovo

spazio di quartiere dedicato alla ristorazione collettiva capace di essere allo stesso tempo luogo di formazione, strumento di abilitazione e innovazione sociale, punto di incontro e di condivisione.

PIATTONESTO rappresenta quindi il tentativo di agire concretamente sul territorio, innescando un processo di crescita sociale, economica e culturale per i quartieri di Dergano e Bovisa, per la Zona 9 che li ospita, per l'intera città.

PIATTONESTO infatti si propone come luogo dove il cibo non sia solo trattato come un bisogno primario, ma anche come strumento di abilitazione culturale e sociale, capace di accrescere la consapevolezza individuale e collettiva di chi partecipa - a livelli diversi - al progetto, e proponendosi come modello di attività economica ed esperienza di formazione professionale innovativa (Comune di Milano, 2015).

Esso si è configurato come progetto complesso e articolato, caratterizzato da differenti risultati possibili connessi alla valorizzazione locale.

PIATTONESTO è:

- elemento di connessione con il quartiere e la città
- luogo di apprendimento e formazione
- di supporto ad un welfare inclusivo
- un possibile progetto pilota per la food policy milanese

quantitative). Abbiamo quindi individuato dei potenziali utenti per l'impresa che si sarebbe insediata, attivando le associazioni locali e gli stakeholder da coinvolgere nella fase successiva, raccontando l'idea e raccogliendo le diverse opinioni. Abbiamo fatto inoltre un'indagine ulteriore svolta attraverso brevi interviste sul campo (*guerrilla ethnography*) per capire i comportamenti d'uso delle persone. Parallelamente i colleghi del DASTU hanno lavorato sul modello di retail, sul modello di luoghi trasformativi della città, cioè su come questa attività sarebbe andata a impattare sul territorio, mentre con il team del Dipartimento di Design abbiamo sviluppato il modello di servizio dell'impresa. Questo si basava un'idea di sviluppo locale: $\text{Cibo} + \text{lavoro} = \text{laboratorio di formazione, produzione e consumo}$. Una delle associazioni locali occupava uno degli spazi potenzialmente utilizzabili e fortunatamente ha sposato il nostro progetto. Questa esperienza racconta un esempio di come due discipline hanno lavorato assieme per trasfor-

mare un territorio grazie al lavoro di ricerca dei pianificatori e al lavoro dei designer di ricerca-progettuale, e di come la visualizzazione sia stato uno strumento sia di indagine che di restituzione dei dati. La trasformazione fisica è stata minima: da designer non ci occupiamo di trasformazione fisica di un territorio, l'infrastruttura non è cambiata, ma sono cambiate le attività, l'offerta e le modalità di ingaggio delle persone e delle associazioni sul territorio.

Beatrice Villari

Bisogna provare a capire, attraverso queste esperienze, dove collochiamo il design, accettando anche un eventuale ruolo "micro", ma un micro che è formidabile. Il lavoro appena presentato non è solo un lavoro di visualizzazione, ma di progettazione di dispositivi che hanno una valenza molto diversa rispetto a una semplice indagine etnografica. È un progetto micro, ma di ottima qualità.

Raimonda Riccini



9. D4T Focus Group Teoria/Pratica
Milano, 23 settembre, 2016

Per quanto riguarda le differenze fra design e altre discipline, rispetto anche alle esperienze di ricerca che ho avuto, posso parlare della sociologia: mi sembra che il sociologo parli con le persone, mentre il designer spesso parla alle persone. Una delle grandi frustrazioni per me nelle ricerche condotte nell'ambito della sociologia era questa posizione distaccata che a volte si aveva nei confronti delle persone e il fatto che la ricerca avesse raramente un ritorno nei loro confronti. Il design mutua degli strumenti, dei metodi e li reinterpreta e li rende anche più intelleggibili e piacevoli per le persone a cui si sta rivolgendo, rendendoli più democratici, senza necessariamente perdere valenza scientifica. **Carla Sedini**

Qualche anno fa, a partire da un modello operativo che allora risultava nuovo - quella del design strategico - affermavamo che il design progetta le connessioni nei sistemi nei quali opera con ricadute dirette sul design dei servizi e di prodotto. Il nostro avvicinamento al territorio è stato per lungo tempo proprio tale: strategico e sistemico. Abbiamo imparato attraverso i nostri errori che più che definire le abilità specifiche del design e operare solo attraverso queste, quando abbiamo di fronte un tema vasto ed eterogeneo, il design ha il compito di interagire come materia di mediazione e integrazione di competenze affinché tutte queste diventino un progetto. L'obiettivo è quello di saper sempre mutuare, rispetto a un mondo che cambia, la formazione scientifica e trarvi gli strumenti per interpretare il

cambiamento, indipendentemente da quale disciplina provengono. Operare di conseguenza in modo visibile e plausibile rispetto agli obiettivi finali, quindi in modo scientifico, pur essendo eteronomi. Tutto questo equivale a dire che bisogna assumersi la responsabilità di confrontarsi con un mondo che cambia sperimentando soprattutto in campo formativo. Ci occupiamo - che ci piaccia o meno - di interpretare i bisogni chiari o meno che siano, avendo la capacità di riprogrammare gli strumenti del nostro fare didattica allo scopo di sperimentare - almeno tentare - la formazione universitaria. **Vincenzo Cristallo**

Penso che l'autonomia del progetto di design risieda in quella che è la cultura del design, che è propria e si differenzia notevolmente dal *design thinking*, ovvero un mondo dove tutti progettano (design diffuso). **Eleonora Lupo**

Il concetto di *design culture* costituisce un possibile baricentro verso cui far convergere le specificità del design per il territorio: si tratta di una dimensione 'umanistica' del design che non è più intesa semplicemente come ordine di grandezza di riferimento per la sua azione, ma elemento capace di informare con sensibilità e responsabilità un sistema di connessioni che coinvolge luoghi, comunità, pratiche, processi, in una prospettiva sostenibile, in grado di esprimere identità e peculiarità, in una società sempre più interconnessa e interdipendente globalmente, in modo necessariamente inclusivo e democratico.

COBRA COLLABORATIVE LABOUR OPPORTUNITIES IN BRANDENBURG. INPOLIS

ARES KALANDIDES

COBRA è stato un progetto pilota, durato un anno e mezzo, che aveva l'obiettivo di investigare nuove possibilità di cooperazione sul mercato del lavoro locale nell'area rurale di Brandeburgo per un approccio innovativo allo sviluppo regionale. Al centro del progetto c'era il collegamento di giovani designer, che si laureano nelle università del Brandeburgo, con aziende della regione Niederlausitz. Per tutta la durata del progetto piccoli team misti (studenti, giovani professionisti e imprese) hanno lavorato insieme, alla ricerca di risposte ad alcune sfide concrete che queste imprese regionali devono affrontare.

Il primo passo è stato quello di individuare le aziende interessate a partecipare al processo. Abbiamo lavorato con quattro aziende molto diverse fra loro: un produttore di filati internazionale alla ricerca di nuovi modi per migliorare i processi di innovazione; una ONG locale che operava nel settore agricolo interessata a trovare il modo di reclutare i giovani; una società di lavorazione del metallo e un falegname entrambi interessati a soluzioni innovative per i loro materiali di scarto.

Una open call lanciata all'Università di Brandeburgo ha permesso di identificare 15 laureati e giovani professionisti provenienti da discipline di design.

Il progetto è iniziato con un workshop sulla creazione di un'idea, la collaborazione e lo sviluppo del prodotto, in cui i nostri designer

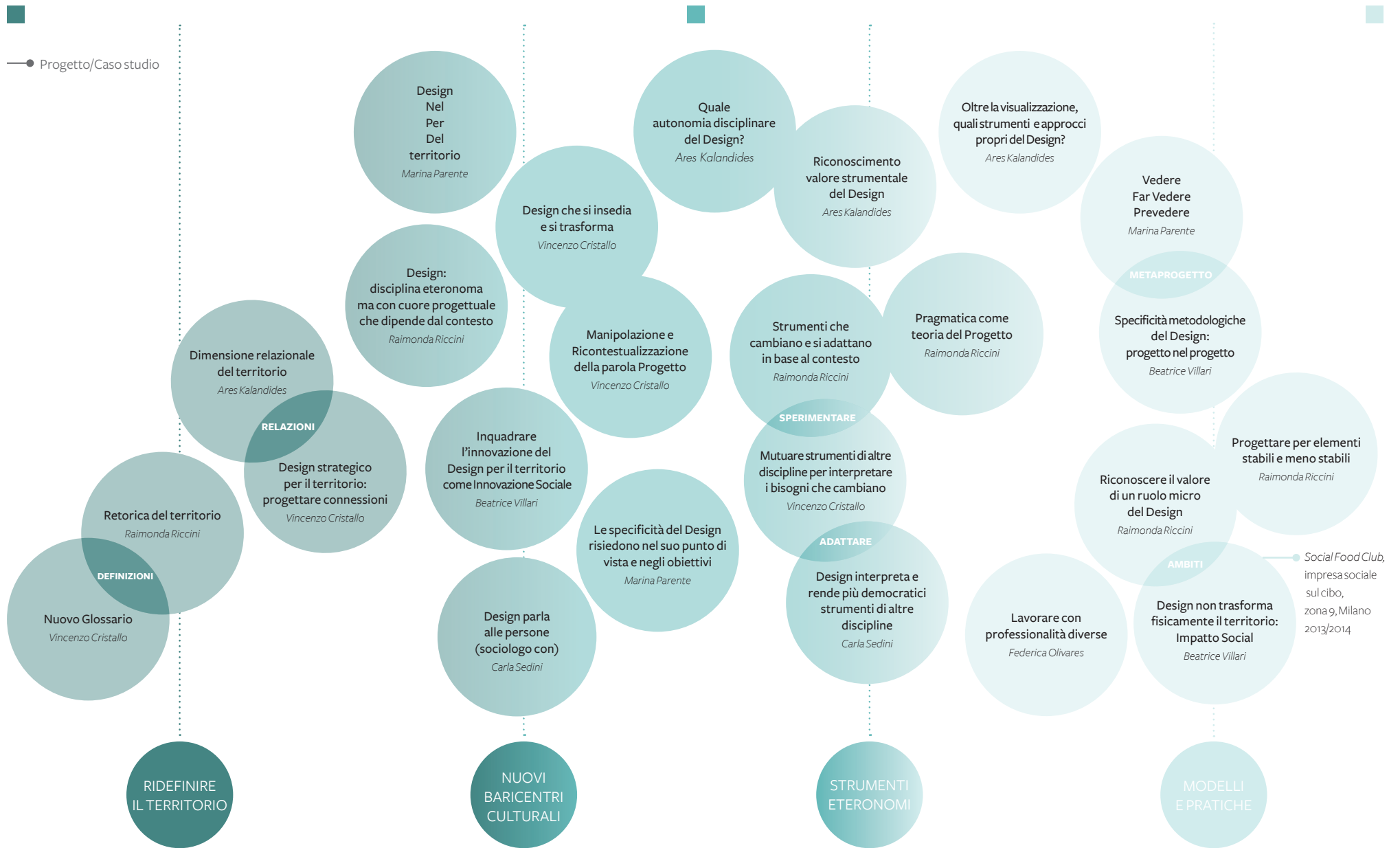


hanno collaborato con le aziende regionali. Questo particolare scambio di conoscenze ha aiutato i partecipanti al workshop nello sviluppo di competenze di autoimprenditorialità, project management, lavoro di squadra e creazione del network. Alla fine della settimana di workshop i gruppi hanno presentato le loro idee preliminari per le aziende locali e hanno ricevuto un feedback molto positivo. Tutti i risultati sono stati discussi e migliorati con il supporto delle aziende. Un secondo workshop ha avuto luogo più tardi nello stesso anno, al termine del quale i prototipi sono stati presentati alle aziende partner.

Alla fine del progetto sono state attivate tre collaborazioni a lungo termine.

Abbiamo identificato una serie di fattori che a nostro avviso sono stati centrali per il risultato del progetto:

- Scoprire nuove potenzialità e le sfide nella regione
- Stabilire nuove reti e relazioni
- Definire le sfide
- Sviluppare i giusti format e strumenti
- L'importanza della localizzazione
- Lo sviluppo di prototipi
- I moderatori



3. QUALE POSSIBILE FUTURO DEL RAPPORTO TEORIA/PRATICA?

Il design, storicamente intreccia teoria e prassi: ciò è stato teorizzato, da una parte attraverso il modello bricoleur-artigiano del “pensare con le mani” (Sennet, 2008) che elabora conoscenze (spesso implicite) procedurali e operative, dall'altra in un processo di scientificizzazione della disciplina, elaborando conoscenze esplicite di tipo dichiarativo ed astratto (Shon, 1982). Non essendo “disciplina esatta” il design fonda la sua ricerca scientifica e la produzione di nuova conoscenza non su modelli esplicativi, finalizzati a spiegare e definire la realtà, ma su modelli esplorativi atti a indagare le possibilità di trasformazione della realtà, attraverso il metodo euristico della *research by design*: questo metodo caratterizza quelle occasioni in cui la pratica progettuale è centrale nella generazione di nuova conoscenza.

Il risultato connesso a questo approccio è una “*practice-based theory*” (Grand, 2008; Fouquet 2010), o una “*problem based knowledge*” (Boud, Feletti, 1997), pragmatica, dinamica e contestuale.

Nell'ambito del design per il territorio è particolarmente evidente che spesso il momento teorico è stato posticipato alla ricerca sul campo, ma nel corso del dibattito è emerso come

un nodo problematico la mancanza di una vera circolarità e bi-direzionalità del rapporto tra teoria e pratica attraverso una vera capacità critica.

E' utile inquadrare la relazione che insiste tra teoria e pratica abbinata al design per il territorio nella connessione che intercorre tra ricerca di base e applicata. Su quest'ultima, com'è noto, possediamo una notevole esperienza. Se volessimo tuttavia esaminare in termini scientifici cos'è la ricerca di base nel design per il territorio, ho difficoltà a tratteggiarla poiché non siamo stati capaci di farla evolvere parallelamente alla ricerca applicata. Abbiamo spesso agito sul campo per poi teorizzare modelli operativi, ma non il contrario, a partire dalla teoria. Come si sono emancipati i fattori tecnici, politici e formativi quando ci riferiamo alla ricerca teorica sui temi del territorio? A mio avviso non c'è stata in questi anni un'analisi critica retrospettiva per indicare le ricadute di quanto è stato già fatto e orientare il lavoro futuro. Poiché progettiamo “atti critici”, i risultati andrebbero valutati ex post e, al di là, del metodo che abbiamo sviluppato, usati poi per avviare nuovi processi, anche misurando i fallimenti, cosa che come disciplina non facciamo. Il mio interesse oggi è quello di occuparmi di territorio comprendendo quali siano gli strumenti teorici e critici da utilizzare in chiave disciplinare.

Vincenzo Cristallo



10. D4T Focus Group Teoria/Pratica
Milano, 23 settembre, 2016

Abbiamo sempre detto che la nostra è una disciplina che testa la teoria attraverso la pratica e la pratica ha bisogno di tempi lunghi. È spesso mancata la possibilità di valutare processi e risultati. Marina Parente

Nei casi di sviluppo e attrattività territoriale nei quali siamo stati chiamati a intervenire, la richiesta ci è sempre giunta dallo stakeholder politico (sindaco, assessori, etc) e l'obiettivo richiesto è stato quello di “elevare” il territorio non solo per assicurare maggiore attrattività turistica ma anzitutto per una ricostruzione di memoria e di ruolo di quel territorio nella storia (così è stato, per esempio, per Bergamo Candidata a Capitale della Cultura Europea o per la creazione del Design District per i Comuni della Brianza consorziati in “Brianza Experience”).

Da tutte queste esperienze ho compreso che la teoria ci ‘conforta’ soprattutto nel delineare

il senso di un primo progetto strategico e che è altrettanto importante far confluire sul progetto le teorie che nascono dalle pratiche di professionalità diverse ma confluenti. Così abbiamo lavorato in team con storici dell'arte, ingegneri informatici, urbanisti e designer della comunicazione: nessuno è l'unico *magister* ma il team di progetto lo diventa nel momento in cui consolida questa complementarità. Per quanto riguarda la possibilità di valutare processi e risultati degli interventi sul territorio, purtroppo nella totalità dei casi di committenza di progetto vengono richiesti (e finanziati) solo i primi segmenti progettuali e non quelli di verifica ex post. A ciò si aggiunge che occorrerebbe sempre prevedere anche una parte dedicata alla formazione e all'aggiornamento in itinere di chi resta sul territorio (una sorta di *capacity building*), che è poi la *condicio sine qua non* per dare sostenibilità nel tempo ai progetti.

Federica Olivares

La teoria del design (del territorio) oggi si deve focalizzare su costruire i propri metodi e le proprie strategie per lavorare sul territorio: uno dei retaggi del design, soprattutto in Italia, è quello di aver mutuato gli strumenti di altre discipline invece di concentrarsi sulla propria natura.

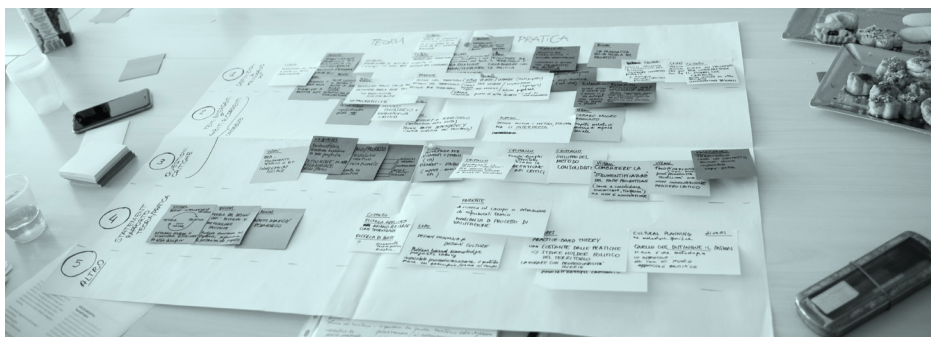
C'è necessità di definire teoricamente la disciplina e credo che ciò si debba e si possa fare producendo conoscenza sul lato progettuale, migliorando le prestazioni del progetto (processo iterativo, circolare) e contribuendo alla teoria generale del progetto. E in questo la prassi è essenziale. Il tema del design per il territorio è quindi un'occasione eccezionale di definire questa circolarità tra la teoria e la pratica, e riflettere teoricamente sulle attività svolte. **Raimonda Riccini**

design e territorio. L'impatto di questa evoluzione è stato ad esempio iniziare a lavorare in collaborazione con i *policy-makers*, con lo scopo di proporre azioni e iniziative che abbiano ricadute misurabili, efficaci, efficienti ed eventualmente riproducibili. Allo stesso tempo, avverto un rischio possibile nell'estrema omologazione delle soluzioni e dei processi dovuta ad una sorta di copia e incolla di iniziative esistenti e di una proliferazione di tool-kit a disposizione dei progettisti che portano ad appiattire processi e soluzioni (seppur bene visualizzati e comunicati) a discapito dell'innovazione. **Beatrice Villari**

Credo che proceduralizzare le pratiche del design per il territorio in una metodologia codificata non sia una cosa fattibile. **Eleonora Lupo**

Sicuramente c'è stata una evoluzione disciplinare e l'esplorazione di nuovi ambiti di ricerca e di approcci metodologici sulla relazione

Il territorio crea un contesto e ci aiuta a evitare il copia-incolla. **Ares Kalandides**



11. D4T Focus Group Teoria/Pratica
Milano, 23 settembre, 2016

È chiaro che c'è anche un livello di routine del progetto, che è auspicabile sia di buona qualità: non sempre infatti il design è un elemento di innovazione. La cosa importante è che i professionisti del design facciamo crescere continuamente anche il livello della routine. E qui interviene la questione politica, nel senso vero del termine. Perché il design è un atto politico, di intervento nel mondo e nelle relazioni con le persone. Il lavoro del designer è un lavoro di dialettica, un ruolo progettuale. Proviamo a capire questo anche in un sistema come quello territoriale. Se lo facciamo ne avremo gran beneficio. **Raimonda Riccini**

sede sono state inerenti a:

- l'approccio sistemico del design e il suo ruolo di regia;
- la capacità del design di immaginare soluzioni innovative;
- il ruolo centrale della persona nel progetto di design;
- la capacità del design di mediare, visualizzare e veicolare il messaggio.

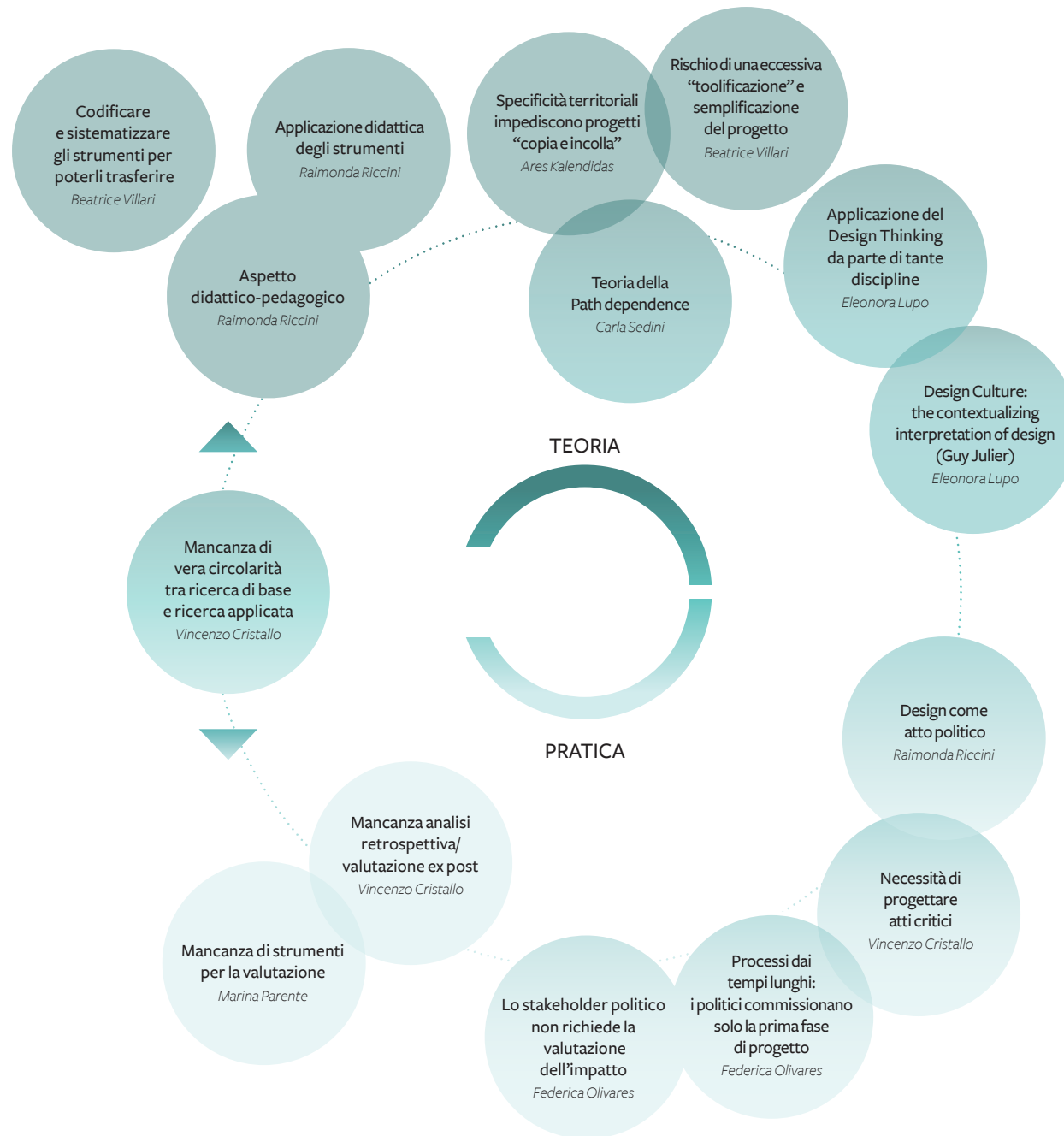
Il design, quindi, possiede e fa uso anche di competenze, approcci e strumenti propri, sviluppati grazie all'approfondimento e al perseguimento di una cosiddetta *Design Culture*. Perseguire una "Cultura di Design" all'interno della comunità scientifica e professionale consentirebbe di evitare processi che semplificano e sviliscono l'approccio del design, come ad esempio la *toolification* (strumentalizzazione) o come quelli già menzionati da Manzini (2016) di *solution-ism* e *participation-ism*.

Dal confronto scaturito durante questo focus group sono emerse alcune questioni ancora aperte, inerenti prevalentemente alla necessità di approfondire la fase ex-post dei progetti; è particolarmente importante, soprattutto quando si parla di design per i territori, tener conto e prevedere una fase di valutazione dell'impatto del progetto e l'attivazione di un processo circolare che faccia seguire alla fase di ricerca-azione una fase di verifica e di concettualizzazione teorica.

4. IN SINTESI

Questo primo incontro di discussione e confronto fra designer ed esperti provenienti da altre discipline è stato particolarmente importante per identificare peculiarità, opportunità e criticità dell'ambito disciplinare del design per i territori, con un'attenzione specifica alla relazione fra teoria e pratica disciplinare.

Questo incontro è stato utile per delineare e affermare alcune definizioni di massima; tra queste, particolarmente rilevante è la definizione del design come disciplina eteronoma che muta metodi e strumenti da altre discipline reinterpretandoli, facendoli propri e raggiungendo così un'autonomia e riconoscibilità disciplinare. Le peculiarità identificate e ribadite in questa



NOTE

¹“*The Virtuos circle. Design Culture and Experimentation*” è stato il titolo della Conferenza Cumulus 2015 svoltasi a Milano per indagare le interazioni tra sperimentazione e riflessione tipiche della disciplina del design.

² Il testo che segue, pur riportando fedelmente quanto esposto dagli esperti, non rispecchia cronologicamente lo svolgersi del dibattito, che si è strutturato intorno a tre domande che fungevano da stimolo per i vari interlocutori. I temi sono stati qui ripresi e ri-articolati intorno a delle aree tematiche significative.

³“Il territorio è uno spazio in cui la significazione è istituita dall'uomo a partire dalla nascita della sua stanzialità. Come costruito simbolico, la concezione di territorio si sostituisce a quella di terra, spazio indistinto e fluido, definendo e delimitando uno spazio antropologico dove si sviluppano, tramite relazioni, la cultura e l'identità di un gruppo sociale (Levy,1995). Il territorio costituisce l'ambito primario cui apparteniamo e che ci definisce, dandoci il nome, il linguaggio, le regole alimentari e vestimentarie, il sistema di parentela, lo sfondo religioso, la collocazione politica. Inoltre ci rende leggibile e sensata, dunque dotata di valore, ogni singola porzione di mondo, definendo in essa rapporti, orientamenti, funzioni (Vulli, 2004). Il territorio è dunque anche un sistema cognitivo: la società locale usa il contesto territoriale per sedimentare linguaggi, esperienze comuni ed identità, per facilitare la condivisione delle conoscenze tra tutti coloro che partecipano alla costruzione di un territorio e del suo significato (Rullani, 2004).” (Lupo, 2008).

REFERENCES

- Aneschi, G., Botta, M. (2009). "Hypermodern? Perspectives for the Design Education, Research and practice". In Swiss Design Network/et al, *Multiple ways to design research*, Proceedings of the Fifth Symposium of Swiss Design Network. Edizioni, Geneva/Milano, pp. 18-33.
- Boud, D., Feletti, G. (1997). *The Challenge of Problem-based Learning*. New York/Abingdon: Routledge.
- Camagni, R. (2009). "Per un concetto di capitale territoriale." In Borri, D., Ferlaino, F. (a cura di), *Crescita e sviluppo regionale: strumenti, sistemi, azioni* (pp. 66-90). Milano: Franco Angeli.
- Campagnaro, C., Lupo, E. (a cura di). (2009). *International Summer School. Designing Connected Places*. Milano: Editrice Compositori.
- Castelli, A., Vignati, A., Villari, B. (a cura di). (2005). *SDI Design Review 02: ME.Design. Il contributo del design allo sviluppo locale*. Milano: POLI.design.
- Cristallo, V., Guida, E., Morone, A., Parente, M. (a cura di). (2006). *Design, territorio e patrimonio culturale*. Napoli: CLEAN.
- De Giorgi, C., Germak, C. (2006). *Piemonte Torino Design*. Milano: Mondadori Electa.
- Foqué, R. (2010). *Building knowledge in architecture*. Antwerp: University Press Antwerp.
- Governa, F. (1999). "Il milieu come insieme di beni culturali e ambientali." *Rivista geografica italiana*, 106(4), 85-94.
- Grand, S. (2008). "Theory". In Erlhoff M. e Marshall T. (a cura di), *Design Dictionary*. Basel: Birkhäuser.
- Levy, J. (1995). "Intercultural training design." *Intercultural sourcebook: Cross-cultural training methods*, 1, 1-15.
- Lupo, E. (2008). "Progettare luoghi, territori, contesti. Una esperienza formativa e progettuale di meta-brand del territorio." *Tafer Journal. Esperienze e strumenti per la cultura e per il territorio*, 7.
- Magnaghi, A. (2000). *Il progetto locale. Verso la coscienza di luogo*. Torino: Bollati Boringhieri.
- Manzini, E. (2005). "Enabling solutions for creative communities." *Designmatters*, 10, 64-68.
- Manzini, E. (2016). "Design Culture and Dialogic Design." *Design Issues*, 32(1), 52-59.

- Marano, A. (2004). *Design e ambiente. La valorizzazione del territorio tra storia umana e natura*. Milano: POLI.design.
- OECD (2001), *Territorial Outlook*.
- Parente, M., Sedini, C. (in stampa). "Design for Territories as Practice and Theoretical Field of Study." in *Proceedings 12th EAD Conference "Design for Next"*, Roma 12-14 aprile, 2017.
- Piccinno, G., Triunveri, E. (2004). *Design e territorio*. Milano: Editrice Abitare Segesta.
- Rodgers, P., Smyth, M. (a cura di). (2010). *Digital Blur: Creative Practice at the Boundaries of Architecture, Design and Art*. Faringdon: Libri Publishing.
- Rui, A. (a cura di) (2014). *Ugo La Pietra, Progetto Disequilibrante*. Milano: Corraini edizioni.
- Rullani, E. (2004). *La fabbrica dell'immateriale. Produrre valore con la conoscenza*. Roma: Carocci.
- Schön, D. A. (1982). *The Reflective Practitioner*. London: Basic Books.
- Sennett, R. (2008). *Luomo artigiano*. Milano: Feltrinelli.
- Trapani, V. (a cura di). (2004). *Strategie del design per il mediterraneo/sicilia: risorse e territorio*. Palermo: Flaccovio.
- Villari, B. (2012). *Design per il territorio. Un approccio community centred*. Milano: Franco Angeli.
- Villari, B. (2013). *Design, comunità, territori. Un approccio community centred per progettare relazioni, strategie e servizi*. Milano: Libraccio Editore.
- Volli, U. (2004). "La schiuma metropolitana o il senso dell'indistinzione". In Bonomi, A., Abruzzese, A. (a cura di), *La città infinita* (pp. 94-101). Milano: Bruno Mondadori.
- Zurlo, F. (2003). "Voce del glossario ME.Design: Capitale territoriale". In Castelli, A., Villari, B. (a cura di), *STAR. Sistema Topologico Argomentativo della Ricerca Me.design*, Cdrom, Milano: POLI.design.
- Zurlo, F. (2012). *Le strategie del design. Disegnare il valore oltre il prodotto*. Milano: Libraccio Editore.

NOTE BIOGRAFICHE

Vincenzo Cristallo



Università
La Sapienza di Roma

Ricercatore e PhD. Ha insegnato design in diverse università italiane. La sua attività di ricerca è orientata allo studio della contemporaneità della fenomenologia delle scienze del design e all'analisi del rapporto tra design e territorio nella relazione prodotto e sistema-prodotto. È direttore della rivista Diid.

Ares Kalandides



INPOLIS
Berlino

Fondatore e direttore di INPOLIS, direttore dell'Institute of Place Management di Manchester e Professore in Place Management alla Faculty of Business and Law della Manchester Metropolitan University. Ha condotto diversi progetti internazionali di sviluppo urbano e regionale.

Federica Olivares



City Innovation Lab
Milano

Fondatrice e direttrice della Casa Editrice "Edizioni Olivares", membro del Consiglio di Amministrazione del Piccolo Teatro di Milano e del Council for the Arts del MIT di Boston. Insegna presso l'Università Cattolica di Milano dove è anche Direttore del Master Progettare Cultura.

Raimonda Riccini



Università
IUAV di Venezia

Professore Associato e PhD. Coordinatrice del Dottorato in Scienze del design e responsabile dell'unità di ricerca "Museologia del design". Attiva nella ricerca teorica e storica sul design, si occupa anche della divulgazione della disciplina. È Direttrice della Rivista "A/I/S/Design. Studi e Ricerche".

Beatrice Villari



Politecnico di Milano

Ricercatore e PhD. Co-direttore del Master in Service Design e project manager del corso di alta formazione Service Design for Business del Politecnico di Milano. La sua attività di ricerca si focalizza sulla progettazione di servizi, design strategico e progettazione per lo sviluppo territoriale.

Marina Parente



Politecnico di Milano

Professore Associato e PhD. Coordinatrice di D4T, svolge attività di ricerca, didattica e progettazione nel campo del design per lo sviluppo locale e la valorizzazione territoriale. Direttrice del Corso di Alta Formazione in Brand dei Sistemi Territoriali di Poli.design e coordinatrice del Master Progettare Cultura, congiunto con l'Università Cattolica.

Eleonora Lupo



Politecnico di Milano

Professore Associato e PhD. Svolge attività di ricerca, didattica e progettazione nell'ambito di Culture di design, di prodotto e di processo; Humanities e Culture Driven Innovation; attivazione di beni e sistemi culturali, artigianali, territoriali e immateriali; Smart Heritage e tecnologie per musei e istituzioni culturali.

Carla Sadini



Politecnico di Milano

Sociologa e PhD. Assegnista di ricerca. Il suo lavoro si focalizza sulle dinamiche che influenzano l'attrattività e lo sviluppo dei territori e in particolare sulle Industrie Culturali e Creative. Cofondatrice del Research Network D4T. Insegna in diversi Master ed è professore di Sociologia presso lo IED di Milano.

Simona Cosentino



Politecnico di Milano

Dottoranda in Design del Prodotto per l'Innovazione. Collabora con il Research Network D4T ed è assistente universitario presso il corso di Elementi Visivi del Progetto al Politecnico di Milano. I suoi interessi di ricerca riguardano l'ambito del Design e Culture.

D4T

DESIGNFORTERRITORIES

VIA DURANDO 38/A
20158 MILANO
WWW.D4T.POLIMI.IT
D4T@POLIMI.IT

TEORIA/PRATICA

DIALOGHI SUL DESIGN PER I TERRITORI | 01

A CURA DI:

MARINA PARENTE, ELEONORA LUPO, CARLA SEDINI

CON:

VINCENZO CRISTALLO

UNIVERSITÀ LA SAPIENZA ROMA

ARES KALANDIDES

INPOLIS BERLINO

FEDERICA OLIVARES

CITY INNOVATION LAB

RAIMONDA RICCINI

UNIVERSITÀ IUAV VENEZIA

BEATRICE VILLARI

POLITECNICO DI MILANO

IL BOOKLET SINTETIZZA GLI ESITI DEL PRIMO FOCUS GROUP DI D4T, DEDICATO AL RAPPORTO TRA TEORIA E PRATICA NELLE ESPERIENZE DI RICERCA, DI PROGETTO E DI DIDATTICA DI DESIGN PER IL TERRITORIO

D4T – DESIGN FOR TERRITORIES È UN NETWORK DI RICERCA DEL DIPARTIMENTO DI DESIGN DEL POLITECNICO DI MILANO DEDICATO ALLO STUDIO, ALL'INSEGNAMENTO E ALL'APPLICAZIONE DELLE METODOLOGIE DI DESIGN PER L'EMPOWERMENT, LA RIGENERAZIONE E LA VALORIZZAZIONE DEI TERRITORI.

D4T HA CONDOTTO UN CICLO DI FOCUS GROUP CON L'OBIETTIVO DI ATTIVARE LA DISCUSSIONE E IL CONFRONTO SULLA TEMATICA DEL DESIGN PER IL TERRITORIO, INVITANDO ESPERTI NAZIONALI E INTERNAZIONALI. I FOCUS GROUP SONO CONCEPITI COME MOMENTI INFORMALI DI DISCUSSIONE CRITICO-PROBLEMATICA, CON L'OBIETTIVO DI CONSOLIDARE E DI ARRICCHIRE LA CONOSCENZA NEL CAMPO ATTRAVERSO IL CONFRONTO INTER E INTRADISCIPLINARE.

ELENCO DEL PRIMO CICLO DI INCONTRI TEMATICI:

FOCUS GROUP #1 – TEORIA/PRATICA

MILANO, 23 SETTEMBRE 2016

FOCUS GROUP #2 – TANGIBILE/INTANGIBILE

MILANO, 10 OTTOBRE 2016

FOCUS GROUP #3 – COMPETIZIONE/COLLABORAZIONE

MILANO, 22 NOVEMBRE 2016



POLITECNICO
MILANO 1863

DIPARTIMENTO DI DESIGN

ISBN: 978-88-942591-0-0