

Presentazione

“Processi e metodi di progettazione dell’oggetto d’uso” è uno degli insegnamenti di base per la formazione del designer laureato. Questa disciplina mette al centro dell’attenzione il lavoro del designer non tanto rispetto alla critica della qualità e della forma del prodotto da questi ottenuto, quanto rispetto alle pratiche e ai saperi che caratterizzano il metodo con il quale il designer lavora.

Per tratteggiare i confini dell’ambito disciplinare di cui ci occupiamo, come docenti, come consulenti e come studiosi, utilizziamo il termine “meta-progetto” conferendogli il valore di un articolato e complesso sistema di conoscenze ed esperienze che riguardano la forma del processo di progettazione più che la natura del risultato.

All’interno del variegato mondo del design ci occupiamo entrambi di processi, siamo affascinati dai modi, innumerevoli quanto raffinati, attraverso i quali la cultura di progetto può interferire con la vita di un consumatore, di un’impresa o di un prodotto. Il nostro lavoro ci ha portato in questi ultimi anni a concentrare l’attenzione sull’innovazione di progetto ovvero sulle pratiche e sulle conoscenze che permettono a un’organizzazione industriale di comprendere il cambiamento, assumendone le istanze e trasferendone le conseguenze sul mercato in forma di valore, sapere che ascriviamo al ruolo di un’altra disciplina di cui ci occupiamo che si chiama “Gestione dell’innovazione di progetto”.

Abbiamo cercato di dare a questo saggio un carattere di autonomia e praticità di utilizzo come strumento di organizzazione dei processi di innovazione reale, ma molti dei discorsi che oggi dobbiamo dare per scontati sono frutto del nostro comune e personale lavoro di studiosi, che ha trovato in alcuni saggi precedenti le tappe significative che intendiamo richiamare all’attenzione del lettore interessato ad approfondire i passaggi e le definizioni di base da cui muoviamo.

Nel saggio *Eyewear Design*¹ si ricostruiva la dimensione di un’impresa che aveva fatto dell’innovazione continua il suo principale valore e attraverso l’a-

1. F. Celaschi, P. Ciuccarelli, A. Seassarò, *Eyewear Design*, Il Sole 24 ore edizioni, Milano 1988.

nalisi di un rilevante caso studio si mettevano in evidenza alcuni meccanismi di innovazione di processo, allora piuttosto sperimentali per una piccola-media impresa italiana.

Nel saggio *Furniture e textile design*² si trattava il tema della relazione tra design e sistemi produttivi locali mettendo in relazione modelli di analisi settoriale, sistemica e merceologica, facendo particolare riferimento al caso della Brianza milanese e comasca, con la finalità di istruire lo sviluppo di un sistema formativo locale nell'area del design.

In *Il design della forma merce*³ si approfondiva la letteratura extradisciplinare al design per decodificare i meccanismi che stanno alla base dei bisogni e delle varie forme di valore con le quali le merci hanno a che vedere.

In *Il sistema progetto*⁴ si cercava di rendere conto della natura sistemica dell'atto progettuale, impostando le basi di un approccio caratterizzato dalla combinazione di diversi strumenti di analisi e di azione, che il design reinterpreta facendo riferimento a molteplici ambiti disciplinari.

*Design & Beni Culturali*⁵ proponeva la cultura del progetto come strumento di valorizzazione dei beni culturali, citando casi, tecnologie e pratiche, in uso a livello internazionale.

In *Lusso versus design*⁶ l'analisi si concentrava sul made in Italy e sui beni cosiddetti di alto di gamma (o di lusso) nel tentativo di comprendere i meccanismi secondo i quali questi particolari tipi di merci possono essere studiati e progettati in quanto merci capaci di produrre cultura, ossia come "beni culturali".

Nell'attuale contesto di mercato la comprensione delle tendenze in atto, l'organizzazione di processi d'impresa efficaci e reattivi, l'innovazione sistematica dell'offerta, la capacità di relazionarsi in continuo con un vasto numero di operatori di innovazione e di fornitori di progetto sono tutte sfide importanti, rispetto alle quali riteniamo che la cultura del design abbia molto di nuovo da dire, da aggiungere e affiancare a quello che dicono altre discipline. I fermenti di innovazione derivano infatti spesso dalla contaminazione e dalla fusione dei saperi.

Questo vale in particolare per il design, sia perché si tratta di una disciplina relativamente giovane che ha necessità di esplorare per trovare una propria identità, sia perché il design si è formato attorno a un pensiero aperto che si è nutrito di conoscenze che arrivano da altre aree disciplinari: dalle

2. F. Celaschi, R. De Paolis, A. Deserti, *Furniture e textile design*, Poli.design, Milano 2000.

3. F. Celaschi, *Il design della forma merce*, Il Sole 24 ore edizioni, Milano 2000.

4. A. Deserti, *Il sistema progetto. Contributi per una prassi del design*, Poli.design, Milano 2001.

5. F. Celaschi, R. Trocchianesi, *Design & Beni Culturali*, Poli.design, Milano 2004.

6. F. Celaschi, A. Cappellieri, A. Vasile, *Lusso versus design*, Franco Angeli, Milano 2005.

scienze sociali a quelle linguistiche; dalla storia alle arti; dalle scienze economiche a quelle ingegneristiche.

Un approccio aperto, che è elemento di ricchezza, ma rappresenta allo stesso tempo la principale ragione per cui il design non è stato ancora in grado di definire una sua autonomia operativa. Si tratta di un fenomeno particolarmente evidente nei territori di confine, che appaiono essere i terreni di più fertile sviluppo ma che sembrano spesso già colonizzati, laddove non è ancora del tutto chiaro quale sia il differenziale che il design propone o, meglio, quali siano le possibilità di collaborazione e integrazione tra design e altre discipline.

Tuttavia, visto che ci si può spingere fuori dai confini senza perdersi solo quando si sa bene quale sia il punto a cui tornare e si posseggono gli strumenti necessari per tracciare la rotta da seguire, questo libro si focalizza in primo luogo sul centro della disciplina, cercando di fotografarne lo “stato dell’arte” in relazione ad alcune tematiche ritenute particolarmente significative nella fase contemporanea e di definire alcuni strumenti propri di interpretazione e azione.

Solo successivamente esplora i confini, ma restando all’interno di un’ottica disciplinare, ovvero a partire da un modello di processo che il designer può seguire per costruire il sistema di informazioni di base e le traiettorie che gli consentano di guidare lo sviluppo dell’innovazione. Questo modello di processo rappresenta una sorta di “rotta da seguire” ed è – per tornare alla metafora – la bussola che consente di non perdersi lontano dal cuore del problema e di riportare le conoscenze, gli strumenti e i metodi all’interno delle esigenze dettate dalla prassi professionale e aziendale.

L’esplorazione dei confini disciplinari non si propone quindi solamente di rendere fruibili modelli di approccio “esterni”, ma di derivarne strumenti e modi di azione autonomi in grado di supportare un approccio originale e funzionale alle esigenze di innovazione espresse dalle imprese.

Siamo consapevoli di avere due target molto diversi ma non incompatibili: gli operatori delle imprese che desiderano confrontarsi con le nostre esperienze e osservazioni sull’innovazione delle merci da una parte, e gli studenti dei corsi di design dall’altra.

Ci sono tuttavia diversi elementi che accomunano questi due target. Per esempio entrambi hanno l’esigenza di confrontarsi il più presto possibile con la materia cruda del prodotto; entrambi possiedono prevalentemente un bagaglio di letture che derivano dalle tradizionali bibliografie scolastiche; entrambi tendono a comportarsi come se nel fare quotidiano teoria e prassi fossero cose distinte e inconfondibili, a volte incompatibili.

Gli studenti sono spesso attratti dalla visione dei prodotti e dalla prepotenza della marca così come gli operatori di impresa sono spesso attratti dal linguaggio o dalle promesse del management e tendono a interpretare ogni fattore in gioco in termini di conseguenza prevalentemente economica.

Le esperienze di ricerca qui tracciate chiudono un intervallo di lavoro co-

mune praticato fino al 2004. Siamo partiti con l'intenzione di raccogliere e sintetizzare conoscenze ed esperienze frutto del lavoro di studio, di contatto con gli studenti e con le imprese, di consulenza e di lavoro didattico universitario che in parte abbiamo svolto insieme, al Politecnico di Milano e al Consorzio di ricerca e formazione permanente Poli.design, e che in parte è frutto tutt'oggi del lavoro autonomo di ciascuno degli autori nei rispettivi Politecnici di Torino e Milano.

Nel primo capitolo, curato da Flaviano Celaschi, ci occupiamo in particolare delle conoscenze e dei modelli teorici utili al lavoro del designer contemporaneo, a partire da alcune definizioni di chiarimento terminologico per arrivare a contestualizzare un modello unitario di metodologia di ricerca. Conclude questa parte l'esplorazione di alcuni esempi di contributo che le varie discipline scientifiche possono offrire alla cultura del progetto contemporaneo.

Nel secondo capitolo, curato da Alessandro Deserti, approfondiamo le pratiche del progetto e le attività destinate all'innovazione continua dei processi e dei prodotti, attraverso l'esplorazione dei confini disciplinari e la trattazione di una serie di strumenti e modelli di approccio che possono di volta in volta essere ricombinati in funzione delle caratteristiche del contesto in cui il designer si trova a operare, la cui capacità di lettura e interpretazione sono le finalità principali di questo libro.

Conclude il saggio un repertorio di casi aziendali e di scenari di cambiamento, curato da entrambi gli autori, utili sia per verificare l'applicazione dei modelli proposti sia per avere una base su cui sviluppare nuove occasioni di forma-merce.

In questi anni sono tante le imprese con le quali ci siamo misurati applicando le teorie di seguito spiegate: la maggioranza delle affermazioni che facciamo non sarebbe proponibile se non in quanto verificata insieme a queste imprese e al loro management sul campo, anche se ovviamente ci assumiamo le responsabilità scientifiche di quanto riportato.

In particolare abbiamo avuto la fortuna di produrre consulenza e ricerca per: Panasonic Building Materials, Divisione electric works, Giappone; Richemont Group, Svizzera; Kerastase, Gruppo L'Oréal, Italia; Istituto Italiano di Imballaggio e CONAI, Italia; Aprica Kassai, Giappone; Gardesa Spa, Italia; PL Laminati Spa, Abet Group, Italia; Madesa sa, Rio Grande do Sul, Brasile; CCIAA di Mantova, Italia; ELVECA Spa, Italia; ABMOVE, associazione brasiliana produttori di mobili, Brasile; Prefettura di San Leopoldo, RS, Brasile; Regione Lombardia, Italia; APRI, Associazione Italiana produttori di maniglie per porte, Italia; Lumetel Scrl, Italia; Assocomunicazione, Italia; Università Unisinos, RS, Brasile; Killer Loop Eyewear, Italia; Università Nazionale di Cordoba, Argentina; Gouvèa e Souza consulting, San Paolo, Brasile; Framesi Spa, Italia; Fantoni spa, Osoppo UD, Italia; BE-MA editrice, Milano, Italia.

Desideriamo ringraziare tutti i colleghi dell'università che in questi anni hanno contribuito, con consigli, pareri, spunti e stimoli, a trasformare il no-

stro lavoro teorico e didattico in passione. Così come vogliamo ringraziare le donne e gli uomini “d’impresa” che ci hanno affiancato nella difficile sfida dell’innovazione continua: a loro desideriamo dedicare l’esposizione dei risultati dei processi di successo sviluppati insieme.

Un particolare ringraziamento va agli studenti “brillanti” perché a ogni semestre, con il loro acume e interesse, ci ricordano le ragioni che ci fanno pensare che l’insegnamento e lo scambio culturale siano i mestieri più belli del mondo, e lo stimolo intelligente e interessato che da loro riceviamo è il grande compenso a quello che offriamo loro.

FLAVIANO CELASCHI
ALESSANDRO DESERTI

