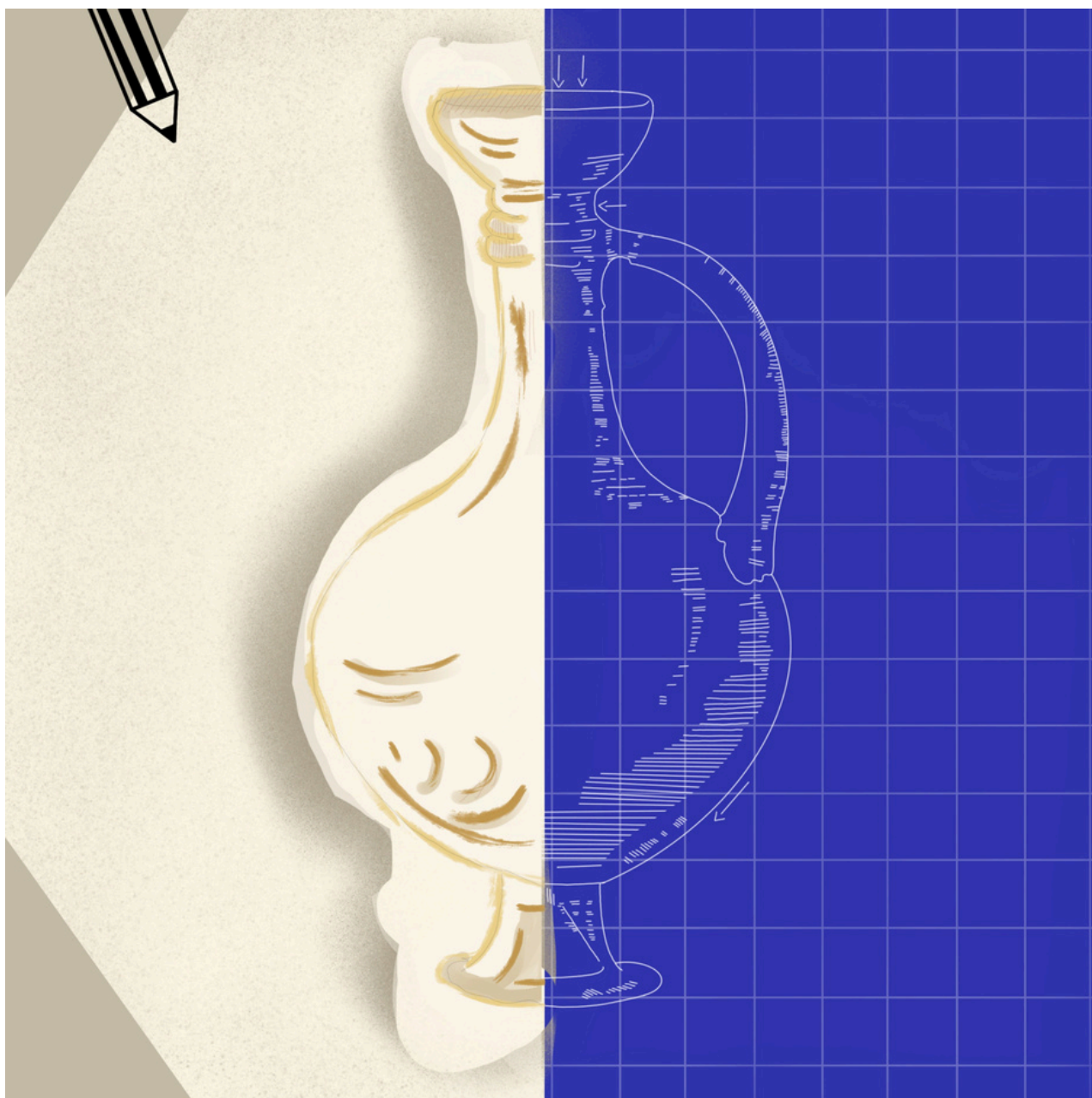


La forma del fare

Design e artigianato si incontrano dove l'innovazione diventa personale: oggetti belli, utili e profondamente umani

Hanno collaborato a questo numero:

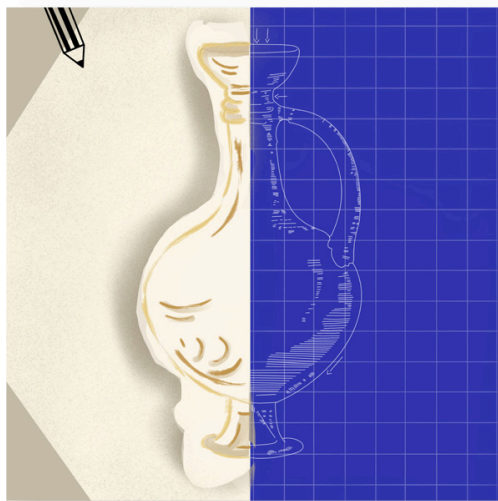
G. Sapelli, A. de Nitto, F. Di Bisceglie, E. Fleischner



Design e Artigianato come creatività soggettiva della persona

Di Giulio Sapelli

15.04.2023

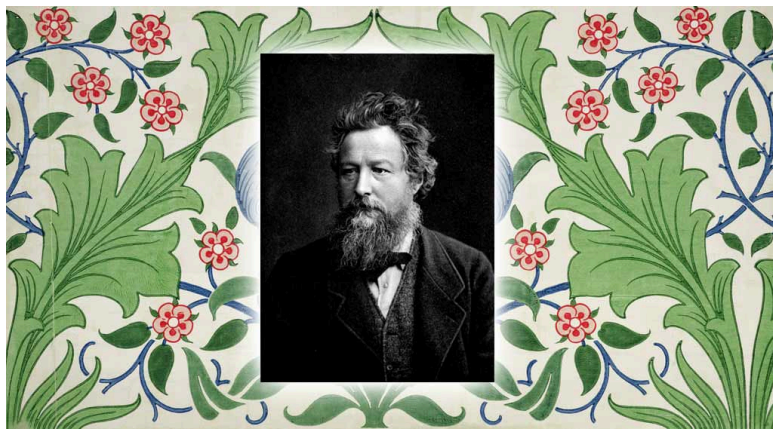


Di questi tempi, quando riprende la stagione delle fiere, riprende la riflessione sul *design* e sulla produzione in grande serie di quegli oggetti che grazie a essa possono essere offerti sul mercato in grande scala.

Forse non è inutile ricordare che la bellezza di oggi è il frutto anche dell'innovazione creativa di un grande pensatore di cui pochi hanno memoria e che invece è straordinariamente attuale, proprio grazie alle sue contraddizioni e alle sue intuizioni che ci parlano ancora oggi.

Mi riferisco a **William Morris**: intellettuale socialista inglese che visse in Gran Bretagna tra l'inizio e la fine dell'Ottocento e che è considerato il pioniere dell'architettura moderna e del "disegno industriale".

“Disegno” così chiamato per le potenzialità che le macchine offrivano – con la produzione in serie – di poter coniugare l’arte e quella ch’io definirei la “riproducibilità democratica della bellezza”. Ciò era reso ed è possibile, tanto più oggi, grazie alla produzione di massa di opere belle, educatrici, creatrici di cultura e di amore per il bello



“Disegno” così chiamato per le potenzialità che le macchine offrivano – con la produzione in serie – di poter coniugare l’arte e quella ch’io definirei la “riproducibilità democratica della bellezza”. Ciò era reso ed è possibile, tanto più oggi, grazie alla produzione di massa di opere belle, educatrici, creatrici di cultura e di amore per il bello. Morris guardava alla riattualizzazione e non alla distruzione delle forme classiche dell’arte e dell’accreazione poetica e pittorica. L’avvento dell’industria solo apparentemente distruggeva il passato: consentiva, invece, una sua “riattualizzazione in grande massa” in forme e tipologie dettate dai nuovi materiali e dal nuovo macchinismo.

Dinanzi alla nascente rivoluzione industriale Morris e i suoi seguaci – prima di Oxford e poi in tutto il mondo – affrontavano la nuova dimensione che si poneva dinanzi alla creazione artistica, nel cuore dell’avvento del capitalismo industriale, con fiducia: fiducia nelle capacità umane di ricreare – nella produzione di serie – la bellezza. Quella bellezza raggiungibile un tempo solo nel pezzo unico dell’artigiano medievale e rinascimentale, e ora invece disponibile a tutti grazie al macchinismo e alla “riproducibilità tecnica”, come la chiamò – in altro contesto – Walter Benjamin. Per questo Morris è il padre del disegno industriale: fu uno dei primi artisti a creare prototipi che artigiani e professionisti potevano riattualizzare usando i più diversi materiali.

Un'innovazione creativa che giunge sino alla lavorazione attraverso il *laser* e la meccanica non più per estrusione ma per aggiunta, come accade oggi con la cosiddetta *industria 4.0*.

Di qui, in Morris, una dimensione teorica paradossale: amava il passato e la natura e teorizzava che entrambi fossero in netta contrapposizione con la rivoluzione industriale, mentre, in pratica, offriva a tale rivoluzione l'occasione di dare al lavoro artigianale ***con le macchine, nelle macchine e per le macchine***, la guida della bellezza: erano proprio le macchine ed il loro uso, guidato dalla creazione artistica, ad offrire una nuova prospettiva di bellezza al mondo moderno

Una lezione che sempre si rinnova se, sempre, all'inizio del processo si pone la creatività soggettiva della persona: è quello che chiamiamo, appunto, **Spirito artigiano**.

Il made in Italy che ibrida design, innovazione e tradizione manifatturiera

Di Enrico Quintavalle

15.04.2023



La percezione sensoriale è cruciale nella decisione di acquisto di un bene, in particolare quella visiva, che mette in gioco la geometria e la collocazione nello spazio del prodotto: in altre parole, il suo design. Questa caratteristica intreccia la materialità del prodotto con elementi immateriali sui cui si declina la sua differenziazione, uno dei presupposti per la creazione di valore.

L'intreccio di questi elementi si interseca in una ampia gamma di oggetti dell'artigianato artistico[1], concorrendo *"a creare l'identità di un popolo, intesa come l'insieme delle tradizioni, delle conoscenze e dei tratti distintivi che ne sanciscono la riconoscibilità e unicità"* come indicato dalla Carta Internazionale dell'Artigianato Artistico.

Il design e il made in Italy

Sulla base di queste premesse, il disegno del prodotto diventa un fattore competitivo strategico e l'analisi di alcuni dati ci consente di delineare la sua diffusione nella produzione del made in Italy. A tal scopo abbiamo calcolato la propensione settoriale all'innovazione mediante il design utilizzando i dati dell'ultimo censimento permanente delle imprese dell'Istat, delineando una **moltitudine di beni** il cui design ne caratterizza il percorso innovativo e lo standard qualitativo: si tratta di prodotti della tessitura, tappeti e capi di abbigliamento, carta, lavorazione del vetro, realizzazioni in ceramica, prodotti in gesso per l'edilizia, metalli preziosi, contenitori in metallo per caldaie, armi sportive, coltelleria e posateria, serrature, prodotti di elettronica di consumo audio e video, strumenti e apparecchi di misurazione, prova e navigazione, orologi, lampade e apparecchi di illuminazione, elettrodomestici e apparecchi per uso domestico, macchine per l'industria alimentare e delle bevande, macchine per le imprese della moda, autoveicoli, navi e imbarcazioni da diporto, aeromobili, motocicli, biciclette, gioielleria e oreficeria, bigiotteria, strumenti musicali, articoli sportivi, giochi e giocattoli e mobili. E martedì prossimo apre a Milano il Salone Internazionale del Mobile, evento che celebra la contaminazione di design, progettazione e produzione del made in Italy.

Sulla base dell'indicatore utilizzato, nelle **filiere con una elevata contaminazione del design** – moda, bevande, legno e mobili, gomma e materie plastiche, vetro, ceramica, computer, elettronica e apparecchiature elettriche, macchinari, autoveicoli, altri mezzi trasporto e altre manifatturiere tra cui gioielleria e occhialeria – si contano 187mila **imprese**, con una elevata vocazione artigiana, misurata da 114mila **imprese artigiane** che rappresentano il 61% del totale. Tra i 2,1 milioni di addetti nei settori ad elevata intensità di design, quasi la metà dell'occupazione, pari a 984mila addetti, lavora in **micro e piccole imprese a valore artigiano**. La maggiore presenza dell'artigianato e delle micro e piccole imprese si riscontra in settori del made in Italy che hanno connotato la storia e il patrimonio culturale dell'Italia: prodotti in legno, i mobili, la moda – tessile, abbigliamento e pelle – il vetro e la ceramica, la gioielleria e l'occhialeria.

In queste filiere si concentra più di metà (56%) delle **esportazioni** del made in Italy, che nel 2022 è salito a circa 350 miliardi di euro, il 18,3% del PIL. Su alcuni segmenti di produzione caratterizzata dal design l'Italia è **leader europeo**, essendo il primo esportatore tra i 27 paesi dell'Unione europea di gioielleria, navi e imbarcazioni da diporto, macchine per l'alimentazione, apparecchi per uso domestico non elettrici, piastrelle in ceramica per pavimenti e rivestimenti e i prodotti della moda come le calzature e i prodotti in pelle, quelli di abbigliamento, le pellicce, la maglieria e i prodotti della tessitura.

Il design rappresenta uno dei catalizzatori della **crescita qualitativa dell'export** dei prodotti del made in Italy. Se valutiamo l'evoluzione nell'ultimo triennio del differenziale tra la dinamica del valore medio unitario delle esportazioni – calcolato come rapporto tra valore delle merci vendute e la quantità delle stesse – e la dinamica dei prezzi alla produzione, si evidenzia una crescente qualità dei prodotti del made in Italy. Il fenomeno, che conferma un trend di lungo periodo[2] è diffuso settorialmente, ma è più marcato nei beni di consumo non durevoli, raggruppamento che comprende i prodotti della moda, così evidenziando un maggiore valore qualitativo intrinseco del prodotto determinato, oltre che dai miglioramenti nel design, da una più alta qualità delle materie prime e da nuove funzionalità, ricadute dei processi di innovazione.

L'offerta di design ma i disegnatori sono difficili da reperire

La vasta domanda di design determinata dalla considerevole produzione, venduta in tutto il mondo, stimola l'offerta di 8.119 imprese specializzate nell'attività di design, che danno lavoro a 17.183 addetti. Le regioni che risultano più specializzate nell'attività di design sono territori *export lead*, come il Piemonte, le Marche, l'Emilia-Romagna, la Lombardia e il Veneto. Aumentando il dettaglio territoriale, la maggiore vocazione al design si evidenzia in alcuni dei distretti del mobile e moda, con una maggiore incidenza nelle province di Fermo, Novara, Modena, Como, Torino, Milano, Macerata, Bologna e Treviso.

Le competenze del capitale umano rappresentano un fattore chiave di successo per un'attività professionale che, come indicato da un recente rapporto di ricerca pubblicato dal Massachusetts Institute of Technology[3], coglie le sfide dell'applicazione dell'intelligenza artificiale generativa alla creazione di modelli di design industriale.

L'analisi dei dati rilevati da Unioncamere-Anpal evidenzia che nel 2022 le imprese italiane indicano 22.280 entrate di **disegnatori industriali**. Per tutte le assunzioni hanno una elevata importanza le competenze digitali e nel 59,1% dei casi, pari a 13.160 unità, sono di difficile reperimento: per l'inserimento di un potenziale designer servono mediamente 4,9 mesi di ricerca.

[1] *Confartigianato (2019), Laboratorio Artigianato artistico: imprese artigiane e addetti. Una prima perimetrazione di Confartigianato, Elaborazione Flash, 12 giugno*

[2] *G. Sapelli E. Quintavalle (2019), Nulla è come prima, Milano, Guerini e Associati*

[3] *MIT Technology Review (2023), Generative AI, Industrial Design – Consumer product*

Foto di Cottonbro studio

Tarta Design, innovazione e design per la disabilità

Di La redazione
15.04.2023



La storia della **Tarta Design** di **Udine** è il risultato di più di trenta anni di esperienza nel campo dell'**ortopedia sanitaria per disabilità fisiche gravi**. Da più di due lustri ormai, questa piccola impresa friulana d'eccellenza ha deciso di stravolgere completamente le proprie produzioni, sfruttando l'evoluzione dei materiali e l'innovazione tecnologica, aprendo il settore al design e alle soluzioni ortopediche per i più piccoli.

Siamo a *Pasian di Prato*, alle porte di Udine. La sede della Tarta Design è uno spazio ampio, curato e ben allestito, più simile a un museo che al laboratorio di una piccola impresa italiana di successo. Le pareti vetrate permettono alla luce esterna di illuminarne le sale, ma è il sorriso accogliente di Riccardo Mazzetti e Tommaso Di Bert a portare luce in ogni angolo. Loro sono due dei protagonisti di questa storia, progettista ed esperto di stampa 3d il primo, responsabile marketing e comunicazione il secondo. Il terzo è Marco Galante, tecnico ortopedico, artigiano e titolare di una delle più belle realtà imprenditoriali di tutto il Nord Est italiano.

Dopo anni di esperienza professionale tra soluzioni standardizzate e poco pratiche, esteticamente inguardabili, Galante ha avuto l'intuizione e il coraggio di rivedere la produzione, di presentare al mercato un sistema modulare di postura ad alto tasso di personalizzazione, innovativo e bello, funzionale dal punto di vista ortopedico e capace di migliorare la qualità della vita dei disabili

Dopo anni di esperienza professionale tra soluzioni standardizzate e poco pratiche, esteticamente inguardabili, Galante ha avuto l'intuizione e il coraggio di rivedere la produzione, di presentare al mercato un sistema modulare di postura ad alto tasso di personalizzazione, innovativo e bello, funzionale dal punto di vista ortopedico e capace di migliorare la qualità della vita dei disabili.

"I nostri schienali sono completamente innovativi, ergonomici e flessibili a differenza degli altri sistemi, quasi tutti monoscocca. Una soluzione che agevola il lavoro dei tecnici e dei terapeuti per le modifiche strutturali necessarie, ma anche bella, funzionale e completamente customizzata", ci spiega questo imprenditore friulano, visionario e coraggioso, quasi timido nel raccontare la grandezza dei propri prodotti, come ogni bravo artigiano che si rispetti.

Gli schienali della Tarta Design sono dei veri e propri capolavori ortopedici, tanto da essere esposti tra cornici e pedane museali

Gli schienali della Tarta Design sono dei veri e propri capolavori ortopedici, tanto da essere esposti tra cornici e pedane museali.

Nel 2010, Marco Galante ha presentato il prototipo di questo nuovo sistema posturale alla più grande fiera del settore, quella di Dusseldorf in Germania, conquistando immediatamente gli addetti ai lavori. Oggi, **i prodotti della Tarta Design sono esportati in più di 30 paesi del mondo, dalla Nuova Zelanda al Canada, dall'Australia agli Stati Uniti, passando per il Giappone, la Corea e tutta l'Europa.**

Dopo aver applicato la stampa 3d alla prototipazione dei nuovi prodotti, aver investito nel design e nella comunicazione, la Tarta Design, da un anno a questa parte, ha *“deciso di applicare gli stessi principi progettuali alle soluzioni per bambini con disabilità fisica, dai 7 mesi ai 4 anni di età. Anche in questo caso – aggiunge Marco Galante – proponiamo prodotti pratici e funzionali dal punto di vista ortopedico, simili alle soluzioni che si possono trovare in un qualsiasi negozio per l'infanzia. Questo perché, a livello psicologico, l'accettazione della disabilità del proprio figlio è uno dei principali problemi che una famiglia deve affrontare. Vogliamo aiutarli a superare questo momento, con soluzioni ergonomiche efficaci ma che siano anche belle e pratiche da utilizzare”.*

Innovazione continua di prodotto e di produzione, materiali sempre più leggeri e resistenti, soluzioni ortopediche ergonomiche e modulari, capaci di assecondare le esigenze di ogni singola persona. Il tutto, con tanta attenzione al design di prodotto.

La sfida della Tarta Design, però, non finisce qui. *“Vogliamo diventare un centro di stile e progettazione, un laboratorio di idee e soluzioni per tutti. Stiamo sviluppando i nostri sistemi posturali anche per chi, oggi, passa molte ore della giornata seduto su una sedia da ufficio. Soluzioni ortopediche per tutti, non soltanto per chi ha disabilità fisiche”.* E a provarle, anche solo per il tempo di un'intervista, si percepisce immediatamente la differenza.

Foto di I Ritratti del lavoro/Confartigianato.it ©

I 'Dialoghi di Spirito artigiano' fanno tappa a Firenze

Di La redazione
15.04.2023

I DIALOGHI di Spirito Artigiano

FIRENZE

ore 16.30

Costruttori di Futuro: la modernità delle imprese a "valore artigiano" di fronte alle crisi attuali.

Presentazione del quaderno della Fondazione Germozzi sulla Crisi Demografica.

...
Idee, spunti, dati e scenari per affrontare positivamente gli squilibri che rischiano di compromettere lo sviluppo economico e la sostenibilità sociale del Paese.

21 aprile 2023
Piazzale Michelangelo, 1

SEGUI L'EVENTO
IN DIRETTA
STREAMING



www.spiritoartigiano.it

Con il patrocinio di

REGIONE TOSCANA

COMUNE DI FIRENZE

Con sostegno di

me MULTENERGIE

FONDAZIONE GERMOZZI onlus

Venerdì 21 aprile, dalle ore 16:30, presso la *Sala Poggi de La Loggia* nella splendida cornice di **Piazzale Michelangelo a Firenze** si terrà il secondo appuntamento con i Dialoghi di Spirito Artigiano, gli eventi territoriali della Fondazione Germozzi promossi da *Confartigianato Imprese* per approfondire idee, spunti e scenari per lo sviluppo economico e la sostenibilità sociale del Paese.

L'evento dal titolo *"Costruttori di Futuro: la modernità delle imprese a valore artigiano di fronte alle crisi attuali"*, che sarà trasmesso anche in diretta Facebook, si propone come un qualificato momento di scambio di idee, spunti, dati e scenari per affrontare positivamente gli squilibri che rischiano di compromettere lo sviluppo economico e la sostenibilità sociale del Paese.

Nel corso dell'appuntamento toscano sarà presentato il quaderno **La crisi demografica italiana: giovani e qualità del lavoro**, scritto per la Fondazione Germozzi da **Alessandro Rosina**, professore ordinario di Demografia e Statistica sociale alla facoltà di Economia dell'università Cattolica di Milano.

Nel corso dell'evento interverranno:

Marco Granelli, Presidente Confartigianato Imprese

Nicola Sciclone, Direttore IRPET, Istituto Regionale Programmazione Economica Toscana

Giulio Sapelli, Presidente Fondazione Germozzi e già professore ordinario di Storia Economica all'Università degli Studi di Milano

Mauro Magatti, Professore ordinario di Sociologia alla facoltà di Scienze politiche e sociali dell'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano

Alessandro Rosina, Professore ordinario di Demografia e Statistica sociale alla facoltà di Economia dell'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano

Massimiliano Valerii, Direttore generale Censis

Modera: **Erika Pontini**, giornalista La Nazione

Leggi il programma



Segui la diretta Facebook



Il grande tema della “doppia firma”: design ed eccellenza artigiana

Di Alessandra de Nitto

15.04.2023



Uno dei temi cardine di chi pone il tema della eccellenza artigiana come elemento vitale e irrinunciabile di modernità, è la necessità di avvicinare l'alto artigianato alla cultura progettuale contemporanea, per garantire alle nostre attività di eccellenza la possibilità di rinnovarsi e sopravvivere, anche in contesti difficili quali quelli attuali.

Le logiche del globalismo imperante, la crisi economica, la pandemia, gli attuali scenari di conflitto, hanno reso ancor più fragile la realtà del tessuto produttivo artigiano. Per fortuna, i nostri maestri dimostrano un'ammirevole capacità di resilienza: una capacità connaturata alla natura stessa dell'"uomo artigiano".

Per sostenere le attività tradizionali, spesso ferme, soprattutto in mancanza di una nuova generazione in bottega, nella ripetizione di forme e stili della tradizione con grande maestria ma senza sufficiente capacità di rinnovamento, con il **progetto Doppia Firma**, ormai giunto alla settima edizione, abbiamo creato un format basato sul dialogo tra la consapevolezza del progettista contemporaneo e il savoir faire inimitabile del maestro, che

si confrontano su un terreno di assoluto rispetto e riconoscimento reciproco, per “costruire” insieme opere significative e portatrici di valori, fra tradizione e innovazione.

La finalità del progetto è dare vita a opere che siano frutto dello scambio creativo tra un designer e un artigiano dal savoir-faire pressoché unico: opere nuove, che nascono dalla fertilizzazione reciproca tra una cultura del progetto aperta alla contemporaneità e un saper fare che sia espressione autentica del territorio. Si mira a estendere le possibilità espressive dell’artigiano, aiutandolo a comprendere quali nuove dimensioni possano essere esplorate; e al contempo si offre ai designer la possibilità di lavorare con tecniche, materiali e pratiche suggestive, ricche di spunti narrativi.

Il tema della “doppia firma”, che comporta pari dignità e riconoscimento del ruolo e dell’importanza dell’artigiano e del designer nella creazione, è posto e praticato già negli anni Ottanta da **Ugo La Pietra**, architetto, designer e ricercatore, figura di riferimento per la storia delle nostre arti applicate e dell’artigianato, che per decenni ha frequentato le maggiori aree artigiane italiane portando nelle botteghe la cultura del progetto e realizzando collezioni straordinarie.

Da La Pietra, nostro maestro e storico collaboratore, abbiamo raccolto il testimone e con il progetto Doppia Firma ne abbiamo sviluppato l’illuminata visione. Perché da questi sodalizi creativi di eccellenza il nostro artigianato artistico possa trarre nuova linfa, portando avanti gli antichi saperi ma anche accogliendo la sfida dell’innovazione: una sfida in cui è riposto il futuro stesso di queste attività di eccellenza, che il mondo intero ammira e che sono un patrimonio d’arte, cultura e imprenditorialità senza pari.

25 anni di passione per i maestri del bello ben fatto

Fondazione Cologni dei Mestieri d’Arte è un’istituzione privata non profit, nata a Milano nel 1995 per volontà di Franco Cologni, che ne è il Presidente. Da oltre 25 anni promuoviamo una serie di iniziative culturali, editoriali, scientifiche e divulgative per la tutela e diffusione dei mestieri d’arte.

Con le collane editoriali «**Mestieri d’Arte**» e «**Ricerche**» (Marsilio Editori), ci proponiamo di ricostruire storicamente la realtà di queste attività di eccellenza fino ai giorni nostri, guardando alla grande tradizione del saper fare italiano. Con Carthusia pubblichiamo la collana «**Storietalentuose**», nata per far conoscere e amare ai giovanissimi le professioni della grande tradizione artigiana italiana. Realizziamo inoltre il magazine semestrale

«**Mestieri d'Arte & Design. Crafts Culture**», dedicato all'eccellenza del saper fare e del design.

Con i tirocini formativi del progetto «**Una Scuola, un Lavoro. Percorsi di Eccellenza**» abbiamo sostenuto fattivamente la formazione di oltre 300 giovani nell'alto artigianato e il loro inserimento nel mondo del lavoro negli ultimi 10 anni.

Promuoviamo in favore delle nostre eccellenze il riconoscimento biennale **MAM-Maestro'Arte e Mestiere**: 'iniziativa gode del prezioso patrocinio di Confartigianato e ha ottenuto la Medaglia del Presidente della Repubblica, oltre al Patrocinio del Ministero della Cultura.

La Fondazione ha inoltre ideato e gestisce vari portali dedicati agli artigiani e alla formazione dei giovani (well-made.it, scuolemestieridart.it, unascuolaunlavoro.it), consapevole dell'importanza strategica di una comunicazione di alto livello.

Svolge un'intensa attività scientifica e didattica collaborando con istituzioni culturali pubbliche e private di prestigio: tra queste in particolare la Michelangelo Foundation for Creativity and Craftsmanship, di cui la Fondazione Cologni è partner per Homo Faber Event, l'importante manifestazione biennale che si svolge a Venezia, dedicata all'alto artigianato internazionale.

Foto di Confalonieri© Laila Pozzo (Doppia firma-Abate Zanetti)

Valore Artigiano e arte del Restauro: il Salone Internazionale dei Beni Culturali e Ambientali, dei Musei e delle Imprese

Di Federico Di Bisceglie
15.04.2023



E' un appuntamento che da 27 anni a questa parte cresce e si rinnova, pur mantenendosi sempre uguale nel mettere in mostra la bellezza. Forse non è un caso che sia proprio una delle città del Rinascimento, Ferrara, a ospitare da quasi tre decenni il Salone Internazionale del Restauro. Anche quest'anno, grazie allo sforzo di **Ferrara Expo** (la nuova società fieristica estense), dal 10 al 12 maggio il Salone ospiterà oltre 130 espositori, anche grazie all'apporto del **Ministero della Cultura**, il **Ministero degli Affari Esteri**, la **Regione Emilia-Romagna** e la **fondazione Ferrara Arte**. Il cuore pulsante resta la Fiera, ed è proprio in quello spazio fisico che prenderà vita il Salone. "Un momento unico nel suo genere, per celebrare l'eccellenza italiana nel restauro, una disciplina, un mestiere, dall'altissimo valore artigiano". Così, **Andrea Moretti**, **presidente di Ferrara Expo** riassume il senso di uno degli eventi che rappresenta "un punto cardine della nostra attività".

Moretti, che cosa rende il Salone Internazionale del Restauro un appuntamento così attrattivo?

«Si tratta di un evento davvero unico nel suo genere, per lo meno sul piano nazionale. Per noi è un orgoglio che il Salone venga organizzato da 27 anni a Ferrara e che nel tempo si sia consolidato sempre di più. D'altra parte, l'Italia è storicamente il Paese dell'eccellenza sotto il profilo del restauro dei beni architettonici e monumentali. Ma il Salone del Restauro è molto altro: è incontro, è studio, è scambio anche con altri Paesi. Basti pensare che l'anno scorso abbiamo posto le basi per un restauro di un intero borgo in Albania, vicino a Tirana».

Prima ha fatto riferimento al valore artigiano che caratterizza questa manifestazione. A cosa si riferisce in particolare?

«Il Salone è la migliore vetrina dell'artigianato italiano. Il restauro di per sé è un settore nel quale, nonostante si siano fatti enormi progressi anche dal punto di vista dell'impiego di nuove tecnologie, la componente dell'artigianato è assolutamente preponderante. Non solo. Nel corso della kermesse vengono organizzati specifici momenti di approfondimento, anche di carattere tecnico-scientifico, durante i quali gli operatori si confrontano e dibattono. Ovviamente il tema dell'artigianato e del valore che esso assume nell'ambito del restauro è piuttosto ricorrente».

Oltre all'aspetto più strettamente tecnico, il programma del Salone prevede anche degli appuntamenti di carattere divulgativo sul versante del restauro. A chi immaginate di rivolgervi?

«Come ho detto in premessa il Salone rappresenta senz'altro un appuntamento importante per tutti gli addetti ai lavori del settore. Ma sarebbe riduttivo pensare che fosse solo questo. Gli appuntamenti divulgativi nascono con l'obiettivo di trasmettere il valore di un'eccellenza italiana ai giovani. Immaginiamo questa rassegna come una sorta di 'accademia' per coloro che vogliono approcciare al restauro e alla conservazione dei beni monumentali e architettonici».

Un modo per incrociare anche domanda e offerta?

«C'è sicuramente anche questa componente. D'altra parte, non è frequente mettere attorno a un tavolo dei player di primo piano che rappresentano il top level anche dal punto di vista imprenditoriale. Per i giovani, così come per le famiglie, il Salone è un appuntamento davvero ricco di stimoli e di opportunità. Tra l'altro penso che il vero valore aggiunto sia, per i giovani, poter vedere e toccare con mano l'evoluzione o la realizzazione di progetti presentati anni prima – sempre al Salone – che ora, appunto, sono conclusi».

Foto di Salone del restauro

“Nulla sarà più come prima”

Di Edoardo Fleischner

15.04.2023



Gli umani, fra i tanti confronti possibili, sembrano differenziarsi dal regno animale anche per la loro capacità di trasmettere le proprie idee con mezzi inventati come la scrittura e con strumenti, costruiti ad hoc, per creare manufatti di ogni tipo, per lavoro, svago, divertimento, creazioni artistiche e, ahimè, per farsi la guerra.

Negli ultimi due secoli e mezzo ci sono tappe che marciano con forza il raffinarsi e innovarsi degli strumenti creati da scienziati e tecnici d'ogni area. Se consideriamo l'era più propriamente “elettronica”, dagli anni '70 in poi, i protagonisti delle grandi svolte tecnologiche di consumo, prodotti e servizi di massa, sono i **personal computer** nel 1977, anno affollato dalle uscite sul mercato di pc da parte di marche che diventeranno famose.

Poi arriverà il **telefono cellulare** portatile a preconizzare un'umanità iper connessa, dove ogni individuo può comunicare con qualunque altro in qualunque luogo si trovi. Arriva con la prima telefonata in mobilità da parte di Martin Cooper della Motorola, da una strada centrale di New York, alla Bell, concorrente sbalordito e battuto, da un apparato pesante 1,5 chili (3 aprile 1973).

Poi arriva il **World Wide Web** col suo primo sito, del gigante Tim Berners-Lee (6 agosto 1991), e si ricominciò ad usare l'espressione "nulla sarà più come prima", utilizzata dopo la fissione dell'atomo e lo sbarco sulla luna.

I "nulla-sarà-più-come-prima" si susseguono a ritmo sempre più serrato: la **stampa in 3D** diventa reale (brevetto di Chuck Hull, 1986); la **libreria online** che si trasforma nel magazzino e negozio di ogni bene più grande e monopolista del mondo (Amazon, 1995); il **motore di ricerca** che straccerà tutti i concorrenti in un attimo (Google, nel 1997 il lancio definitivo); l'**enciclopedia universale** scritta dagli abitanti della Rete in 332 lingue diverse (Wikipedia, 2001); il **club-bacheca** dove 2,963 miliardi di abitanti del Pianeta si ritrovano con parenti e amici, in cerchie sempre più larghe, a volte votate a una nobile causa, altre a faide verbali violente e oscene (Facebook, 2004); il **messaggero rapido** che diventa strumento di governanti, giornalisti, star dello sport e delle arti (Twitter 2006); il portale dove tutti possono **caricare i loro video** (YouTube, 2006); il cellulare che diventa **smartphone**, cioè computer, video-fotocamera e localizzatore (iPhone, 9 gennaio 2007); la nuova televisione che non è più non-stop da un broadcaster, ma è **video-on-demand** (Netflix, 2007); la prima **criptovaluta**, che si basa sul sistema della Blockchain (Bitcoin 2009). Questi sono tutti gli odierni oligarchi della rete, i "Tech Giant". Molti di loro fanno parte del club dei trilionari: hanno raggiunto la capitalizzazione di un trilione di dollari (alcuni i 3 trilioni, superando il valore del PIL del Regno Unito).

Intanto, negli ultimi vent'anni, i giganti tecnologici e della ricerca, silenziosi ed accorti, investono e si preparano a un nuovo, spettacolare, straordinario "nulla-sarà-più-come-prima". **Arriva l'intelligenza artificiale (IA)**, che ha diversi padri, primo fra tutti, il genio matematico inglese **Alan Turing**, il cui test (teorizzato ma mai eseguito da lui, suicida nel 1954) rimane un caposaldo nelle teorie sull'IA (vedi il film "The Imitation Game", 2014).

Quasi tutti non se ne accorgono, ma la usano. C'è da tempo nei motori di ricerca, nei dialoghi con gli "assistenti digitali" (Alexa, Siri, Google Assistant), nei social network, nei "sistemi di raccomandazione" che ci propongono nuove serie tv, nuovi acquisti online. Poi i media cominciano a parlarne con titoli in prima pagina. "**Deep Blue** batte con l'intelligenza artificiale il campione mondiale di scacchi Garry Kasparov" (1997). Tutto vero, ma non proprio tutto. I programmatori di Deep Blue, manipolarono il software dietro le quinte, nel corso delle partite, durante la lunga storia delle battaglie del campione contro l'IA. Poi Polaris (2008), la cui IA arrancò contro i campioni di poker, gestendo male quella faccenda molto umana che è il bluff. Intanto la fama dell'IA cresce giorno dopo giorno, confronto dopo confronto con la mente dell'Homo sapiens sapiens. **Google DeepMind** sviluppa AlphaGo la cui IA straccia il campione europeo di dama cinese Go (2016).

Altri titoli strillati incalzano sull'avvento dei robot, formidabili in pace (per esempio nelle fabbriche e nella medicina e sanità) e terribili in guerra. Arriva ogni possibile studio che racconta distopicamente come saremo tutti disoccupati. Pochi spiegano che il sistema nervoso e il cervello dei robot si chiama intelligenza artificiale.

Siamo al 27 aprile 2016. L'azienda **OpenAI** della Silicon Valley, luogo dalla consolidata fama di grandi svolte nell'innovazione digitale, rilascia la versione pubblica di "OpenGym". OpenAI era stata fondata da uno degli uomini più ricchi del mondo, il ben noto e vulcanico Elon Musk e da un informatico giovane e meno sognatore, Sam Altman.

E ancora una volta, nulla fu più come prima. Ma questa è un'altra storia, la prossima (1 – *continua*).

Foto di Anna Tarazevich