

## ► “Noi, cultori del saper vivere bene”

Alessandro Manetti

Qualità, innovazione e creatività sono la forza del made in Italy

Alessandro Manetti, direttore dell'Istituto Europeo di Design di Barcellona, spiega perché la cultura del progetto italiano ottiene tanto successo in Spagna e nel mondo. Alessandro Manetti dirige la sede di Barcellona dal 2002. Lo IED è presente in Spagna con due sedi: Madrid e Barcellona; recentemente ha vinto il Premio Tiepolo che riconosce la qualità dell'attività imprenditoriale di una realtà italiana sul mercato spagnolo: si può considerare anch'esso a pieno titolo, come realtà formativa applicata al design, le arti visive, la comunicazione e la moda, un esempio di made in Italy di successo presente in Spagna.

Alessandro Manetti spiega perché la cultura del progetto italiano ottiene tanto successo in Spagna e nel mondo

Alessandro Manetti, sociologo di formazione è stato di recente a Malaga per parlare di disegno industriale e delle nuove tendenze del made in Italy in Spagna in una conferenza presso la *Escuela Politécnica* dell'Università di Malaga, organizzata dal professor Giovanni Caprara. L'abbiamo incontrato per meglio approfondire questi temi di grande interesse e attualità.

### ▣ Che cosa è oggi il design?

▣ È molto difficile darne una definizione universale e il dibattito è ancora aperto; personalmente mi piace molto quanto propone Paola Antonelli del MoMA di New York che si ispira al concetto del made in Italy: “un buon design corrisponde ad un'attitudine rinascimentista che combina tecnologia, scienza cognitiva, necessità umane e bellezza con l'obiettivo di produrre qualcosa”.

### ▣ Una definizione di made in Italy?

▣ È un sottile equilibrio tra qualità, eleganza estetica formale, ricerca funzionale, innovazione tecnologica

e creatività; il tutto sotto il segno di una 'cultura del progetto' particolarmente attenta al 'saper vivere bene' dando importanza ai minimi dettagli e agli irrinunciabili piccoli piaceri della quotidianità.

#### **Ad esempio?**

Pensiamo ad un piccolo piacere come quello del caffè, a quanto siamo attenti, esigenti noi italiani quando lo ordiniamo al bar: macchiato, in vetro, in tazza, con polvere di cioccolato, doppio, le scelte sono tantissime ma sempre con gusto. E il piacere che proviamo quando il sapore è quello giusto, la temperatura, la consistenza... Non è un luogo comune!

**made in Italy è un sottile equilibrio tra qualità, eleganza estetica formale, ricerca funzionale, innovazione tecnologica e creatività;**

#### **È ancora possibile oggi, in tempi di globalizzazione, lo sviluppo del made in Italy?**

È possibile ed auspicabile. Ma attraverso altri strumenti e modalità. Made in Italy è oggi sempre più designed in Italy o designed by Italy nel senso che il fenomeno della delocalizzazione dei processi produttivi, in paesi a basso costo della mano d'opera, è oggi ampiamente utilizzato anche dalle imprese italiane come fattore strategico in uno scenario globale sempre più competitivo. In questo contesto, la creatività acquisisce una funzione imprescindibile nello sviluppo di nuovi prodotti e nel restyling di linee già esistenti.

In Europa sempre di più si realizza il controllo di qualità della produzione, e lo sviluppo del prodotto dall'idea al prototipo. In tal senso, il design come processo creativo può anche essere considerato come l'espressione delle radici comuni artistico-creative che uniscono due paesi, culturalmente vicini come Spagna e Italia, in un'unica cornice europea mediterranea.

Esiste poi il fenomeno della esportazione dei nostri talenti ovvero il *designed by Italy* che si traduce nella acquisizione da parte di importanti imprese straniere di grandi designers di firma italiana, come è il caso del gruppo Audi-Volkswagen con il designer Walter de Silva. La migrazione delle conoscenze e delle competenze rappresenta un sottoprodotto della globalizzazione.

#### **Quali sono i prodotti presenti nel mercato spagnolo che meglio rappresentano oggi il concetto del design made in Italy?**

Per fortuna sono ancora moltissimi. Potremmo suddividere i prodotti più rappresentativi in macro aree all'interno delle quali sia il design come valore aggiunto che il made in Italy come concetto sono fortemente presenti: nell'area per esempio del design industriale e dell'arredamento d'interni occupano una posizione di prestigio nel mercato spagnolo marchi come Flos, che recentemente ha organizzato un evento di presentazione del suo catalogo prodotti nel Macba di Barcellona, Artemide, Fratelli Guzzini, Smeg, Saeco che produce le macchine del caffè per Nespresso ma ne esistono molti altri...

#### **Design italiano che si possa veder circolare sulle strade spagnole?**

Tutto il settore quattro e due ruote: dai prodotti stella che rappresentano la coniugazione di lusso, qualità e bellezza come Ferrari, Maserati e sempre di più Alfa Romeo e Lancia, ma anche in un segmento più basso Fiat che sta per lanciare finalmente sul mercato la nuova 500, con un design retro che recupera le sue radici e gli stilemi di un modello che ha fatto la storia dell'automobile.

C'è poi tutto il fenomeno motociclistico molto forte in Spagna che sfrutta la popolarità dei grandi piloti italiani del MotoGP: Ducati, Gilera, Aprilia, Piaggio, Vespa, etc. passando attraverso gli accessori Dainese, Momo Design per i caschi che hanno letteralmente invaso le strade di Madrid e Barcellona. Infine un grande evento mediatico di sapore italiano: la coppa America a Valencia con ben tre imbarcazioni che rappresentano perfettamente il design made in Italy: Luna Rossa,

Mascalzone Latino e +39 e molto talento italiano presente anche nelle altre squadre: una buona immagine per il nostro paese.

### **📦 E la moda italiana in Spagna?**

📦 Ci sono almeno due settori fortemente visibili che rappresentano la moda made in Italy in Spagna: il primo è sicuramente quello dell'alta moda e del *prêt-à-porter* con le realtà oramai da tempo sui principali mercati internazionali: Giorgio Armani, Valentino, D&G, Versace, Ferrè, AF, Cavalli, tanto per citare alcuni dei grandi nomi; l'altro è il nuovo concetto di moda che si sta sviluppando rapidamente grazie anche a macro-eventi come il Bread & Butter di Barcellona e Berlino che si potrebbe definire come urban fashion o moda metropolitana; anche in questo nuovo segmento siamo molto presenti con marchi quali Diesel, Replay, Guru, Fornarina, A-Style, e molti altri ancora.

### **📦 Un futuro positivo dunque per il made in Italy?**

📦 Sicuramente difficile in quanto sempre più competitivo e legato ad uno scenario mutevole, dove esistono sempre meno certezze per quanto riguarda tendenze a medio e lungo periodo e nel quale il consumatore finale si rivela sempre più individualista e infedele, ma anche attento alla qualità, sempre più sensibile al rispetto ecologico ed etico del prodotto. Un futuro nel quale il brand, la marca, giocherà, che piaccia o meno, un ruolo molto importante nella garanzia del rispetto di determinati elementi di qualità del prodotto; in tal senso sono convinto che il design made in Italy può ancora per molti anni rappresentare un fattore di forte successo e qualità poiché non rappresenta un fenomeno di breve durata ma il risultato di una esperienza imprenditoriale solida e di un humus culturale molto difficile da riprodurre nella sua globalità e complessità. ◀

la creatività acquisisce  
una funzione  
imprescindibile nello  
sviluppo di nuovi  
prodotti e nel restyling  
di linee già esistenti.