

[MILANO]

Il design non è legato solo all'estetica, ma anche alla capacità di risolvere problemi complessi: dall'ideazione di nuovi prodotti all'individuazione di nuovi mercati, fino alla ricerca di nuovi significati. [...] Ieri come oggi la creatività è l'infrastruttura immateriale del made in Italy, non è un caso se la cultura del design è più forte dove ci sono imprese protagoniste del made in Italy. Come dimostrano autorevolmente il Salone del Mobile, la più importante fiera del settore a livello internazionale, e la Triennale, modello e punto di riferimento insieme alla Biennale di Venezia per le oltre 250 biennali e triennali sparse nel mondo. Il design è strategico anche per sviluppare una nuova generazione di prodotti che nel segno della bellezza rispondano ai dettami dell'economia circolare: efficienza, minore impiego di materia ed energia, riciclabilità, riutilizzabilità. Un passaggio fondamentale per una economia in grado di affrontare la grande sfida dei mutamenti climatici.

Ermete Realacci, presidente di Fondazione Symbola

Il design, dunque. Il design contro la crisi. Il marchio di fabbrica del *made in Italy* sembra una strategia efficace per risalire la china dell'economia italiana. Lo afferma, quasi per dare il benvenuto alla Settimana del Salone del Mobile (9-15 aprile a Milano), il rapporto "Design economy" di Fondazione Symbola e Deloitte che ha rilevato la mappa del settore 2017.

Un po' di dati: il numero di imprese supera quota trentamila - per la prima volta - dando impiego a oltre cinquantamila lavoratori. Rispetto all'anno precedente crescono imprese, +5,6 per cento, occupati +1,9 per cento, fatturato, +0,9 per cento.

L'Italia resta al terzo posto in Europa, dopo Germania e Regno Unito.

Ecco un numero per fare una riflessione: le imprese di design con meno di due addetti rappresentano ancora il 45 per cento.

Domenico Sturabotti, direttore di Fondazione Symbola, spiega che:

Quest'anno riportiamo anche i risultati di un'indagine dedicata ad analizzare la relazione tra investimenti in design e competitività; su un campione di tremila unità manifatturiere da cinque a 499 addetti, un universo di 54mila imprese, possiamo dire che quelle che puntano sul design, impiegando designer direttamente o attraverso rapporti di sub fornitura, mostrano performance nettamente superiori alle imprese che non investono nel design (32,3 per cento degli addetti contro il 23,9) e con un ulteriore incremento nel fatturato e nelle esportazioni. Ancora più accentuato è il ruolo del design come strumento di traino nella competitività e nel connubio con la green economy: sono il 42 per cento le imprese che investono in tecnologie green - e sul design - che dichiarano un aumento dell'occupazione, contro il 21 per cento delle imprese inattive sui due

fronti. L'aumento sul fatturato lo dichiara il 46 per cento contro il 24, e maggiore esportazione lo afferma il 44 per cento contro il 27.

Insiste così Pierluigi Brienza, amministratore delegato di Deloitte:

Il concetto di design s'amplia, possiamo rilevare tutto il processo, dal modello operativo fino alla relazione finale, l'esperienza che arriva dal disegno al prodotto. Un esempio? La Piaggio, con uno scooter identico dal punto di vista del design ma con una tecnologia avanzata, che dimostra una forte capacità innovativa. La contaminazione tra business tradizionali porta opportunità di crescita incredibili. Evoluzione e competitività passano attraverso investimenti importanti e le imprese, da sole e magari minuscole, non ci riescono. È importante che operino insieme.



Rincara Claudio Feltrin, presidente di Assarredo:

Il problema delle certificazioni è che se da una parte assicurano la validità del prodotto dall'altra possono essere un muro per le esportazioni. Per ottenerle un'azienda può arrivare a un investimento fino a 600mila euro l'anno, se vuole esportare.

A questo risponde in diretta il ministro per i beni e le attività culturali (MiBACT), Alberto Bonisoli:

le azioni di governo nel passato non erano su questo settore e il tessuto imprenditoriale italiano è abituato a muoversi, da sempre, senza sostegno. Ma abbiamo l'esempio dei vicini che su alcuni mercati si sono mossi per tempo: per esempio la Germania con la Cina, la cui presenza risale a vent'anni fa, e a quel tempo l'export tedesco non era quello di oggi. E noi? Abbiamo firmato un accordo per la seta con la doppia imposizione che, sorprendentemente, non avevamo... I nostri vicini lo avevano da anni.

Bisogna mettere l'attenzione in alcune aree definite: certificazioni, normative, e tutta la burocrazia che l'imprenditore si trova a dover gestire da singolo, mentre il compito è del governo. Lo stesso sul fronte della protezione della proprietà intellettuale o contraffazione: chi se non il governo si deve interfacciare con l'altro governo?

Sottolineo che queste cose richiedono tempo, ma una volta fatte l'imprenditore trova un percorso più diretto, più semplice.

Per Ermete Realacci, presidente Fondazione Symbola:

“Semplicità” è la caratteristica della capacità italiana. E la semplicità è il massimo della sofisticatezza. L'attività principe di Symbola non è di nascondere gli enormi problemi di questo paese, ma trovare i talenti per affrontarli. L'incrocio tra bellezza e utilità è nei cromosomi dell'Italia: spiegarne le ragioni è difficile ma di certo c'è la volontà di mantenerlo e persino incrementarlo. In particolare, nel settore del mobile siamo i secondi esportatori al mondo, come nella moda. E pochi, troppo pochi, sanno che il mobile italiano consuma meno energia, recupera più legno, abbatte di più gli additivi pericolosi rispetto ai concorrenti. L'Italia è leader mondiale nel truciolati senza formaldeide, ma chi lo sa? Come sfruttiamo in termini di competitività queste innovazioni? Non siamo in grado di tradurle in un progetto di competizione organico. E se l'incrocio fra bellezza e innovazione rafforza l'Italia, si nutre pure di cose strane e immateriali, come di ridurre in semplicità le cose massimamente complesse.



Un altro esempio?

La Nuova Simonelli esporta il novanta per cento del prodotto in tutto il mondo e fa mille - 1000 - tipi di macchine da caffè. E dove sta? Belforte del Chienti, ossia nell'area del cratere Marche. Qualche altro dato firmato design: tre miliardi di fatturato, 40 miliardi dell'arredamento, moda, accessori, e complementi barche.

Per questi numeri vale la pena riflettere sul fatto che ancora oggi non c'è nessun tipo di dichiarazione ufficiale sulla professione design - dice il responsabile del MiBACT. E in questo settore operai specializzati, artigiani, professionisti si avviano alla pensione. Il problema di affiancamento è presente ed è da risolvere adesso. Un altro fronte è la formazione professionale: che le regioni si parlino e attuino il cosiddetto *cross fertilisation*. Non sono da meno politiche di incentivazione sia nel digitale che nei servizi. Se lo Stato toglie qualche vincolo, mettendo visibilità su certe cose, e puntando anche sulla promozione culturale credo che possa far bene per lo sviluppo di tutto il nostro paese. Per finire, l'Europa deve seguire una via unitaria; più semplice e più significativa se c'è una via comune.

Il ministro Bonisoli ha tanti progetti quanto lavoro da portare avanti.

Intanto, la prossima settimana si inaugura alla Triennale il Museo del Design, e da martedì Milano si trasforma ancora una volta nella capitale mondiale del design: a dimostrazione che tutti questi numeri continuano a girare.