

CON IL SOLE ALLO ZENIT

Un **design mediterraneo**, lontano da quello che nell'immaginario collettivo si identifica con l'etnico, sta muovendo i **primi passi**.

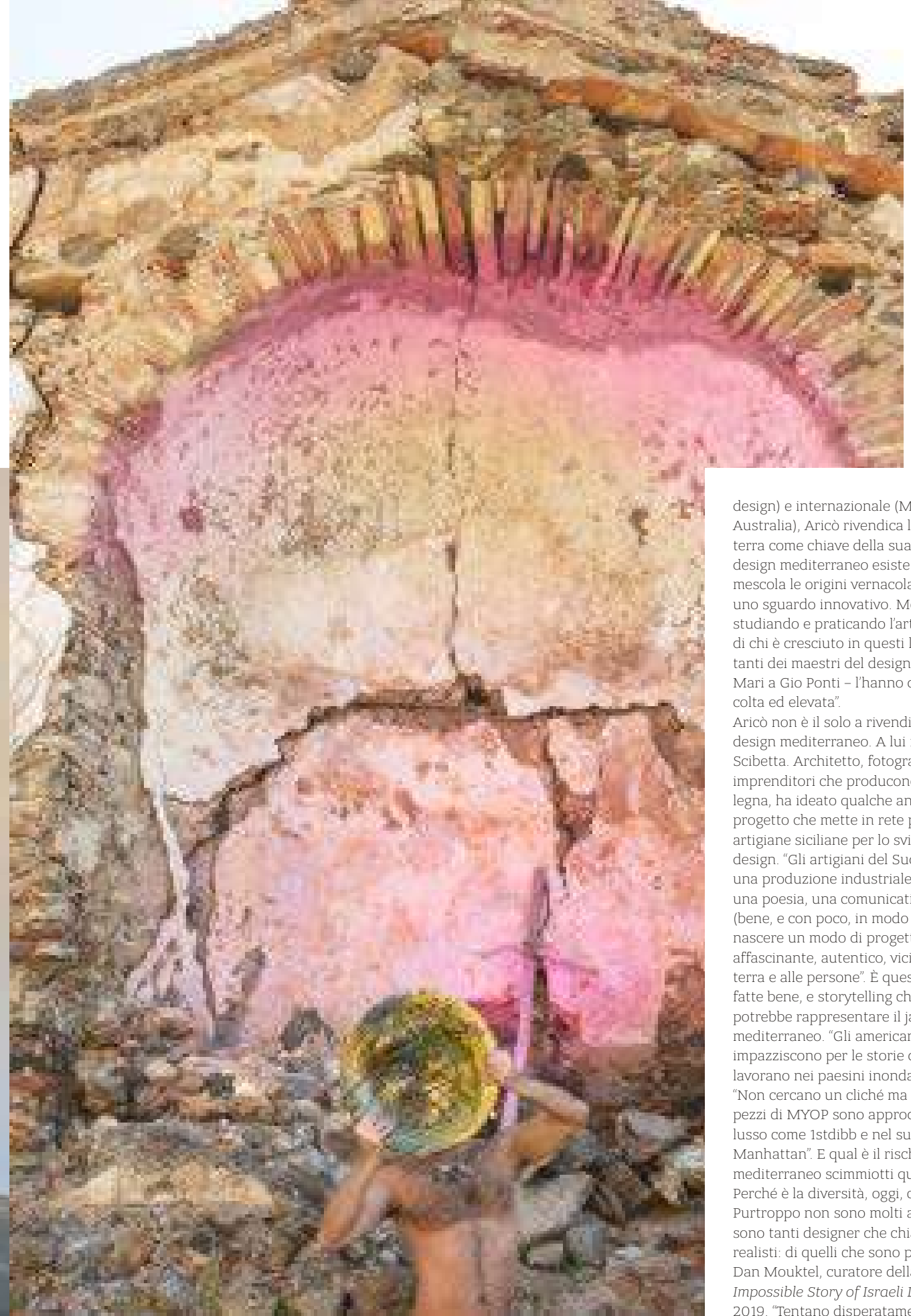
È un design che piace perché dà spazio, nell'era della globalizzazione, al **territorio** e alla sua storia: **senza nostalgia** e agendo su tutti i fronti, dal cucchiaino alla città

di Laura Traldi



L'accostamento tra la parola design e la parola nordico non stupisce nessuno: tutti capiscono immediatamente perché un concetto come *hygge* sia tipicamente scandinavo. Parlare di 'design mediterraneo', invece, lascia un po' perplessi. È una definizione che, seppure accettata in architettura, quando si tratta di design sembra non convincere.

Perché mentre le aree più legate alla cultura mitteleuropea e alla produzione industriale (Milano, per esempio) sono facilmente associate alla sofisticatezza e all'essenzialità che da sempre sono sinonimo di modernità, nei territori bagnati dal mare si dice design e si pensa "etnico". Come sinonimo di "dozzinale" e "di basso livello". "È un cliché che nasce da un errore di base: cercare in questi luoghi un design come quello espresso dalla cultura internazionale. Che in effetti non c'è. Mentre nelle terre che si affacciano sul Mediterraneo c'è ben altro: un saper fare che il mondo ci invidia e da cui la cultura del progetto potrebbe trarre nuova linfa vitale", dice Antonio Aricò. Nato e cresciuto in Calabria ma con un curriculum di formazione multidisciplinare (moda,



Seminara, con **Editamateria** per **Delvis**, un progetto presentato al FuoriSalone 2019 da Antonio Aricò, qui ritratto in veste mitologica con il piatto Malanova nel Castello Ruffo sulla fiumara dell'Amendolea (RC). Nella pagina accanto, un dettaglio del piatto (a sinistra) e tre totem (al centro). Foto di Alfredo Muscatello

design) e internazionale (Milano, Spagna, Scozia e Australia), Aricò rivendica l'appartenenza alla sua terra come chiave della sua ispirazione. "Un design mediterraneo esiste ed è di qualità quando mescola le origini vernacolari del saper fare con uno sguardo innovativo. Molto può nascere studiando e praticando l'arte di arrangiarsi, tipica di chi è cresciuto in questi luoghi: e, non a caso, tanti dei maestri del design italiano - da Enzo Mari a Gio Ponti - l'hanno declinata in una forma colta ed elevata".

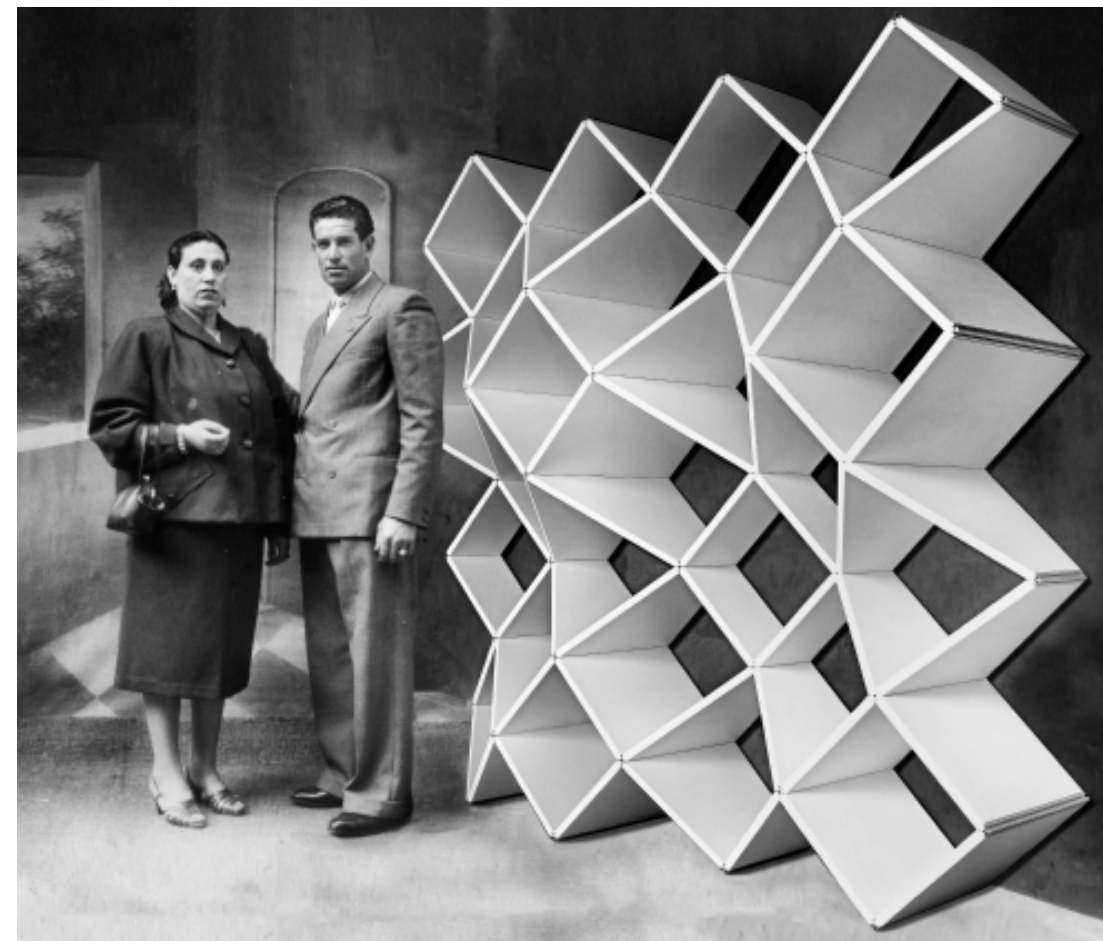
Aricò non è il solo a rivendicare l'esistenza di un design mediterraneo. A lui fa infatti eco Riccardo Scibetta. Architetto, fotografo e figlio di imprenditori che producono in Sicilia forni a legna, ha ideato qualche anno fa MYOP, un progetto che mette in rete piccole botteghe artigiane siciliane per lo sviluppo di progetti di design. "Gli artigiani del Sud non sono pronti per una produzione industriale", afferma. "Ma offrono una poesia, una comunicativa e un saper fare (bene, e con poco, in modo ingegnoso) da cui può nascere un modo di progettare diverso: più affascinante, autentico, vicino alla storia, alla terra e alle persone". È questo mix tra cose belle, fatte bene, e storytelling che, secondo Scibetta, potrebbe rappresentare il jackpot per il design mediterraneo. "Gli americani e i russi impazziscono per le storie degli artigiani che lavorano nei paesini inondati dal sole", afferma. "Non cercano un cliché ma l'autenticità. E ora i pezzi di MYOP sono approdati su un canale di lusso come 1stdibb e nel suo punto vendita di Manhattan". E qual è il rischio? "Che il design mediterraneo scimmiotti qualcosa che non è. Perché è la diversità, oggi, che ripaga". Purtroppo non sono molti a capirlo. "In Israele ci sono tanti designer che chiamo 'gli svedesi'. O realisti: di quelli che sono più realisti del re", dice Dan Moukhtel, curatore della mostra collettiva *The Impossible Story of Israeli Design* al Fuorisalone 2019. "Tentano disperatamente di svincolarsi dalla

Qui sotto, piatto e fondina di ceramica prodotti nel cluster di ceramica di Nabeul, in Tunisia, e ora in vendita da CoinCasa. Nascono nell'ambito del progetto Creative Mediterranean di Unido, diretto da Giulio Vinaccia, che intreccia artigianato e design, etica e scopi umanitari. Ne fanno parte anche i cluster e i centri creativi di Beirut e Marrakesh (in basso).



loro essenza mediterranea, abbracciando estetiche di altri Paesi – soprattutto la Svezia, la Scandinavia, il Giappone. Lo fanno però riesumando versioni polverose, storicizzate, ora francamente irrilevanti. Questa è la gente che, pensando di fare design, distrugge la possibilità di svilupparne una cultura in Israele. C'è poi un altro gruppo, che chiamo 'multiculturale': designer realmente connessi con le loro radici, che cercano di attualizzarne linguaggi e ispirazioni con estetiche e idee contemporanee. Il loro è un approccio più rischioso ma culturalmente rilevante e credo anche, nel lungo termine, economicamente promettente. Perché quando il design nasce da un contatto autentico con le proprie origini, la storia e lo spirito di un Paese, diventa una manifestazione di onestà dal valore impagabile. Che il mondo apprezza, anche perché va oltre la semplice citazione estetica di una certa cultura".

Un design mediterraneo quindi esiste, ma è agli albori. Come un nuovo capitolo che in pochi hanno iniziato a scrivere ma che potrebbe diventare un romanzo collettivo di successo. "Ha un potenziale enorme: creativo, ma anche sociale ed economico", spiega Giulio Vinaccia responsabile del progetto Creative Mediterranean dell'Unido (United Nations Industrial Development Organization) e finanziato dall'Unione Europea insieme all'Agenzia Italiana per la Cooperazione allo Sviluppo. Il compito di Vinaccia, dal 2015, è creare processi e gestire team per diffondere – in modo sistematico e progressivo, coinvolgendo istituzioni, centri di educazione, designer e imprese – la cultura del progetto in sette Paesi del sud del Mediterraneo (Giordania, Marocco, Palestina, Algeria, Libano, Egitto, Tunisia). "Lo scopo del progetto è avvalersi della creatività per superare le criticità di un contesto svantaggiato, mettendo a frutto esperienze artigianali e industriali già presenti sul territorio e iniettando una progettualità contemporanea, ma sempre locale. Il momento storico gioca a nostro favore, perché dopo l'abbuffata della globalizzazione la ricerca di identità è ormai una costante un po' ovunque: i prodotti piacciono, vendono (l'ultima collezione è in vendita da CoinCasa). Grazie a questo progetto, migliaia di donne e giovani hanno trovato un impiego, l'export dei 14 cluster produttivi cooptati è cresciuto dello 0,3% (400 milioni di euro) e sono state create le basi di un ecosistema che coinvolge università e centri di formazione, istituzioni, piccole e medie imprese e il grande pubblico". Fare rete è il passo più importante – e anche il più complesso – quando si tratta di utilizzare il design come strumento di crescita sociale ed economica. "Ci vuole tanta pazienza", dichiara Vinaccia. "Nei Paesi mediterranei le relazioni crescono attraverso il rapporto diretto. Quando c'è la fiducia, tutto procede senza intoppi, ma bisogna mettersi in gioco in modo personale e



Riccardo Scibetta racconta la collezione di **MYOP** attraverso immagini che evocano la cultura mediterranea tradizionale. Sopra, la libreria X.me di Salvator-John Liotta e Fabienne Louyot dello studio LAPS Architecture e le ceramiche Acanto dei Fratelli Bevilacqua. Sotto, il tavolo Filo di Fumo di Riccardo Scibetta, in pietra lavica dell'Etna e acciaio con disegno della trama di Sonia Gamberone.

continuativo. Per questo in tutti i Paesi che partecipano a Creative Mediterranean abbiamo dato vita a dei design hub: luoghi di incontro, formazione e condivisione per chi progetta e chi produce. È, questo, il design che crea resilienza: la creatività diventa aggregatore sociale e mette insieme le persone nello sviluppo del bene comune".

Questo 'approccio mediterraneo', che coniuga tradizione e innovazione sviluppando soluzioni sartoriali, è perfetto, a parere di alcuni, anche quando si parla di sviluppo delle città. Secondo l'architetto Giulio Ceppi, per esempio, che ha

curato alla Design Week milanese l'hub Smart City con Material ConneXion, "è lecito promuovere un modo latino di progettare la smart city. Che parta dal celebrare la specificità e l'unicità dei luoghi, dall'apprezzare le caratteristiche che li rendono speciali". Proprio come accade nel product design

mediterraneo di ultima generazione, si tratta di "un approccio diametralmente opposto a quello *technology-driven* che viene dai Paesi anglosassoni", continua Ceppi, "dove si tende ad avere un set di regole quantificabili da applicare universalmente. Nella smart city latina, tutto si gioca sul rapporto personale, sulla persona inserita in un contesto sociale da considerare di volta in volta come un *unicum*". Non è un caso che sia stata proprio Barcellona – città mediterranea ma anche decisamente avanguardista in tema di progettazione urbanistica – a inventarsi un Master in Design for Emergent Futures. "La tradizione della città mediterranea è quella di uno spazio costruito a misura delle persone", dice Tomás Diez, direttore dello IAAC e del Fab Lab di Barcellona, che è anche capofila del gruppo internazionale delle Fab City, uno dei più attivi nel coinvolgere la popolazione nella co-progettazione della città: attraverso processi educativi, momenti di incontro e di discussione. "Per arrivarci – non in chiave nostalgico-passatista bensì contemporanea – bisogna trasformare il design da disciplina che propone soluzioni a disciplina che progetta interventi in grado di influenzare lo *status quo* e definire scenari di sviluppo preferibili". In chiave Med. ■

