



L'INDUSTRIA DELLO STILE

L'Italia resta la capitale del design
Un affare da 4 miliardi di euro

Siamo la seconda economia
del settore in Unione Europea
Ogni addetto produce
90mila euro di ricchezza

Italia, regno del design Un'industria da 4 miliardi Crescono profitti e occupati «La creatività batte la crisi»

Non solo il gusto di creare oggetti belli e funzionali, la creatività made in Italy è una parte importante dell'industria del nostro Paese, con un giro d'affari di 4,3 miliardi di euro e quasi 30mila imprese coinvolte. Lo conferma la ricerca della Fondazione **Symbola**: negli ultimi 5 anni la crescita non è stata fermata nemmeno dalla crisi.

Cosimo Firenzani
MILANO

IN EUROPA un addetto su sei che si occupa di design è italiano. Non solo: l'Italia in questo ambito è seconda solo al Regno Unito in termini di fatturato. Sono solo due dati della cosiddetta *design economy*: quella prodotta da designer, artigiani e imprenditori italiani. L'espressione «design italiano» fa pensare all'innato senso estetico che contraddistingue il *made in Italy* nel mondo, alla storia gloriosa del disegno industriale e al Compasso d'oro, non tanto a freddi numeri. Però, dalla fotografia scattata dal Rapporto Design Economy della Fondazione **Symbola** emerge un settore molto vivace sul piano economico e capace di reggere l'urto della crisi con una crescita del 3,6%

nel fatturato e dell'1,5% nell'occupazione negli ultimi 5 anni.

IN ALTRE PAROLE: le imprese del design hanno sofferto meno delle altre e si dimostrano in crescita, oltre ad essere molto attive sui mercati esteri. In Italia, invece, ogni addetto riesce a produrre 90mila euro di fatturato in un anno: meglio del valore medio comunitario, meno di Spagna (oltre 100mila euro per addetto) e del Regno Unito (oltre 137mila euro). E ancora: le imprese in Italia sono 29mila, più delle 26mila tedesche e francesi, delle oltre 21mila inglesi, delle 5mila spagnole. Con 4,3 miliardi di euro di fatturato del design, pari allo 0,3% del Pil, l'Italia è seconda tra le grandi economie europee dopo il Regno Unito e davanti a Germania. «Il design – spiega il presidente di

Symbola, Ermete Realacci – non è legato solo all'estetica ma anche alla capacità di risolvere problemi complicati, che vale oro nella complessità contemporanea. La creatività è l'infrastruttura immateriale 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».

Symbola, in sostanza, ha provato a raccontare con i numeri un fenomeno, quello della manifattura ad alto contenuto di creatività, che in Italia ha sempre trovato terreno fertile. In alcune zone, però, tutto ciò ha una concentrazione più alta che altrove. Ecco, quindi, la mappa della *design economy*: Milano e la sua area giocano un ruolo importante, ma

in prima posizione per incidenza delle imprese del design sul totale delle attività provinciali c'è la provincia di Fermo con un valore pari all'1,32%.

Nella classifica delle province italiane per incidenza del valore aggiunto e dell'occupazione delle imprese del design sul totale nazionale Milano è prima sia per incidenza del valore aggiunto (il 20,6% della ricchezza prodotta dalle attività del design), che per incidenza di occupati (pari al 16,4%).

«IL NOSTRO è un tessuto di imprese molto piccole e questa è stata ed è la nostra forza perché siamo più flessibili di tanti altri – spiega Stefano Bordone, vice presidente di FederlegnoArredo –. I designer stranieri si rivolgono alle nostre aziende perché noi abbiamo più capacità di risolvere situazioni complesse rispetto ad altri Paesi. Però non dobbiamo addormentarci e pensare che gli altri non ci raggiungeranno

mai». L'innovazione non manca, come dimostra in ruolo di primo piano nella registrazione dei brevetti. Il *Registered community design*, lo strumento comunitario di registrazione dei progetti e disegni in ambito industriale, vede l'Italia seconda dopo la Germania. Il Paese si colloca tra i primi tre per numero di brevetti di design in ben 22 delle 32 categorie aggregate previste nella classificazione ufficiale Locarno.

L'Italia, inoltre, è prima per numero di brevetti in quattro categorie: cibo e alimenti, articoli di ornamento, strumenti musicali e loghi. «Siamo riusciti a mantenere un primato sostanziale in tutti i comparti produttivi perché il nostro è un design diffuso sul territorio – afferma l'architetto e urbanista Stefano Boeri, presidente della Fondazione Triennale -: può raggiungere questi livelli per la quantità di cultura che contiene e per la grande dimensione affettiva. Mi spiego meglio: i

grandi nomi del nostro design hanno saputo trasformare i loro successi, nei luoghi in cui hanno vissuto, in capitale sociale fondamentale per i decenni successivi. Ereditiamo un grande connubio di passione e comunità».

PARLANDO di design economy, però, la Fondazione **Symbola** non poteva tralasciare la formazione: nel 2016, i professionisti del design diplomati negli 89 istituti di formazione riconosciuti dal Miur sono stati 7.094. Un dato in crescita del 9% rispetto al 2014. Nel dettaglio gli istituti di formazione specifica sono: 29 Università, 20 Accademie di Belle Arti, 20 Accademie legalmente riconosciute, 14 Istituti autorizzati al rilascio di titoli Afam e 6 Istituti superiori per le industrie artistiche (Isia). Le regioni più attive nella formazione di designer sono Lombardia, Lazio e Piemonte, le prime due entrambe con 10 e il Piemonte con 6 istituti di formazione.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

«Non è facile insegnare la fantasia Bisogna imitare le botteghe artigiane»

Riccardo Balbo, direttore dell'Istituto europeo di design, legge l'economia creativa come una grande occasione. «Abbiamo tanto da esprimere, ma il nostro sistema manca di efficienza»

MILANO

«L'ITALIA della design economy è il Paese con il più alto potenziale ancora da sviluppare. Abbiamo tanto da dire e un margine di crescita pazzesco». Riccardo Balbo è il direttore accademico dell'Istituto europeo di design e questa è la sua lettura del Rapporto della Fondazione **Symbola** che scatta una fotografia dell'economia del design in Italia. Ied è presente in Italia, Spagna e Brasile con 11 sedi, organizza 185 corsi e ha visto una crescita del 24% negli iscritti dal 2015 a oggi. Dal 1966 si sono diplomati oltre 120.000 studenti.

Quello di Riccardo Balbo, quindi, è un osservatorio di primo piano su un ambito che si fa racchiudere con difficoltà in dei confini precisi.

Come sta la design economy dal vostro osservatorio?

«Abbiamo tantissimo da esprimere, ma ci manca efficienza. Basta un da-

to: siamo al primo posto come imprese attive nel design, ma il tasso di variazione del valore aggiunto è il più basso tra i Paesi presi in considerazione. Penso, però, che gli altri Paesi siano arrivati in questo ambito alla loro soglia massima. Noi, invece, abbiamo una capacità di crescita clamorosa. È necessaria, però, un'altra premessa».

Quale?

«Mentre ne parliamo il design cambia. Partiamo da una definizione minima: design è il progettare soluzioni strategiche che migliorano uno status quo. Si capisce, quindi, che non è ascrivibile a dei codici professionali: è difficile definire i bordi. E a seconda del perimetro che tracciamo anche le valutazioni economiche possono essere molto diverse».

Cosa vi chiedono le aziende? Cosa cercano nei ragazzi?

«Ied da sempre e per primo ha affrontato il tema del design entrando-

ci in modo molto verticale, proprio per questa sfocatura dei bordi. Siamo stati i primi a dire che ci sono delle professioni che non sono considerate design, ma lo sono. Oggi, però, le professioni si stanno smaterializzando. Faccio un esempio: Uber ha influenzato tantissimo il panorama della mobilità, ma non c'entra niente con la mobilità».

Ha proposto una soluzione che fonde grafica e marketing in un'app.

«Ecco, come lo formo un ragazzo per lavorare in un contesto come questo? Secondo noi la soluzione è fornire uno zainetto di strumenti, di approcci, che potranno essere utili a chi si troverà inevitabilmente a interagire con cose che pensava fossero fuori dal suo bordo dopo 3 settimane di lavoro».

Si può parlare di modello Ied?

«La filosofia dell'imparare facendo, quella della bottega artigiana, è tor-

nata viva dopo la Seconda Guerra Mondiale negli Usa e in Italia. Negli Usa il design è entrato nelle università, mentre in Italia questo spirito è stato raccolto dall'Istituto Europeo di Design fondato da Francesco Morelli nel 1966.

Ied oggi mette insieme le migliori aziende e i migliori studenti costruendo relazioni ad alto contenuto culturale. Siamo il più grande studio professionale italiano e il

più grande club di creativi. E' una rete di cui non conosciamo i bordi, una rete alternativa all'università, ma non nel senso di contrapposizione».

Secondo i dati del Rapporto Design Economy le iscrizioni agli istituti di formazione sono in crescita. Perché il design dovrebbe interessare ad un millennial?

«Dallo studio emerge che c'è un incremento notevole delle iscrizioni

negli istituti come lo Ied. Istituti che garantiscono quella capacità di reagire rispetto alla multidisciplinarietà flessibile che l'università non ha. La nostra filosofia, quindi, viene riconosciuta come valida sia dai ragazzi sia a livello istituzionale. Oggi c'è una società che si avvicina al design con bisogni e domande che non riguardano tanto il consumo ma problemi da risolvere».

Cosimo Firenzani

© RIPRODUZIONE RISERVATA



«Oggi le professioni si stanno smaterializzando. Per gli studenti serve uno zainetto di strumenti»

RICCARDO BALBO
 Direttore Ied



«I nostri grandi designer hanno trasformato i loro successi, il loro vissuto in capitale sociale fondamentale per il futuro»

STEFANO BOERI
 Fond. Triennale

PRODOTTI DEL 'GENIO' ITALICO

In alto, alcuni simboli del design italiano. Da sinistra: le sedie di Kartell, lo spremiagrumi Alessi, la moka Bialetti, la lampada Arco di Flos, e una supercar di Pininfarina



29 MILA
 IMPRESE
 della Design Economy in Italia

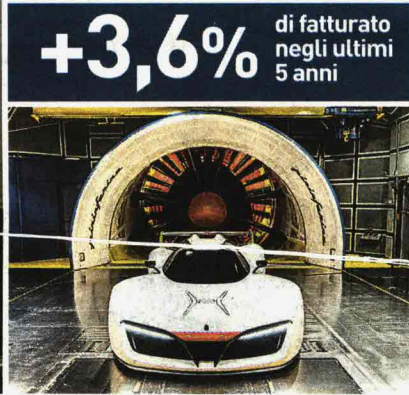
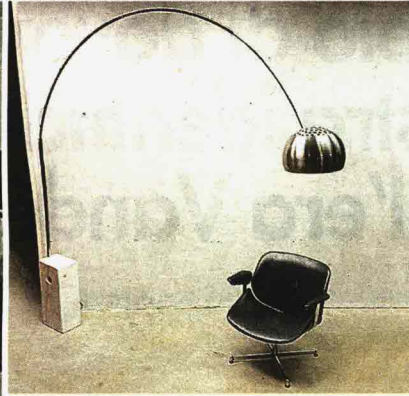
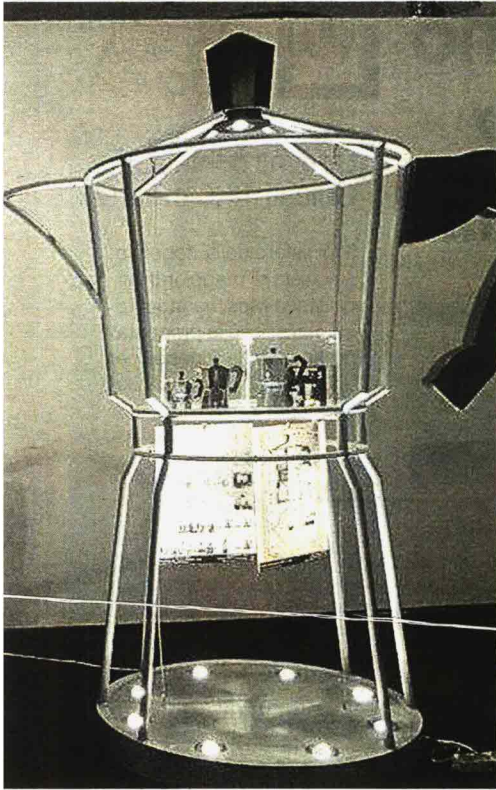


4,3
 MILIARDI
 di fatturato generato nel nostro Paese



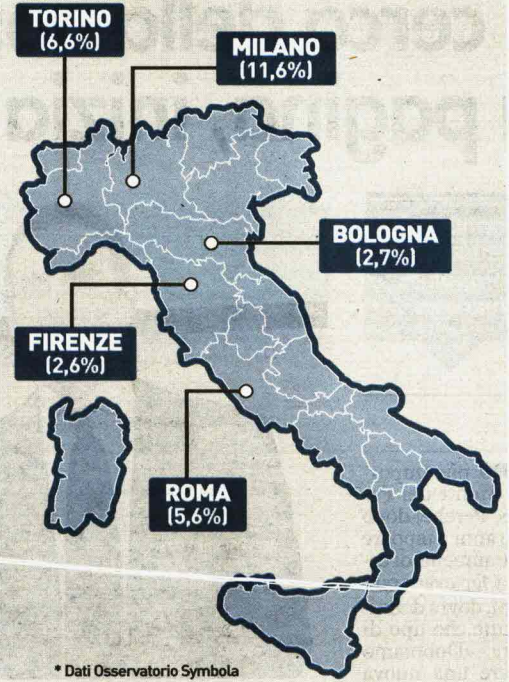
0,3%
 €
 di PIL prodotto

8.000
 LAVORATORI coinvolti



+3,6% di fatturato negli ultimi 5 anni

I POLI D'ATTRAZIONE
 (percentuale di imprese del settore)*



ON economiaelavoro

«PARMALAT FA CRESCERE L'ITALIA»

JEAN-MARIE BERNIER

PRIMO PIANO
 LO STILE È UN AFFARE

Italia, regno del design
 Un'industria da 4 miliardi
 Crescono profitti e occupati
 «La creatività batte la crisi»

IN CIFRE: 4,3% (design), 8.000 (occupati), 29 MILA (imprese), 0,3% (export)

«Non è facile insegnare la fantasia
 Bisogna imitare le botteghe artigiane»

+3,6%