

# Ideaperta

Progettazione di un sistema componibile open source per l'ordine domestico

Studente  
Carmelo Zocco

Relatore  
Flaviano Celaschi







# Indice

## Introduzione

Introduzione .....	3
Keywords .....	4

## Overview

Quadro di ricerca .....	5
Risultati attesi .....	6

## Perchè

Il consumo attivo. Oltre il guado .....	9
Autoproduzione e autoprogettazione .....	11
L'arte materializzatrice di concetti. Una dimensione storica .....	15
Dal corpo chiuso al corpo diffuso .....	15
Verso l'elaborazione collettiva del senso .....	17

## Come

La comunità e il suo ruolo .....	21
Intelligenza individuale e intelligenza collettiva .....	22
Threadless.com. Caso studio .....	28

## Cosa

Il comparto della ferramenta .....	31
Leroy Merlin. In caso di casa .....	33
Il bricolage tra recessione, riuso e design .....	35
Cosa sta diventando il bricolage? .....	38
Nuovi linguaggi compositivi nella casa contemporanea .....	42
Metamorfosi passive. La poetica dell'opera aperta .....	43



## **Progetto**

Brief materiale .....	50
Brief immateriale .....	51
L'iter progettuale .....	53
Sperimentazione .....	50

## **Ideaperta**

Stroyboard .....	57
La geometria .....	59
Alcune forme possibili .....	60
La tecnologia .....	61
I corridoi di scelta .....	63
Composizioni suggerite .....	65
Nuove composizioni .....	69
L'ipertesto .....	71
Verso un sistema autopoietico .....	73

## **Appendice**

Bibliografia .....	77
Sitografia .....	79
Ringraziamenti .....	80

# Introduzione

Il senso della ricerca qui proposta è di indagare i metodi e le motivazioni che spingono gli individui all'autoproduzione e all'autoprogettazione, identificare la nascita e l'evoluzione di questi comportamenti e il ruolo che occupano e occuperanno nella società. L'ipotesi che si avanza in questo testo è infatti, l'analisi dell'inarrestabile spostamento della società verso un nuovo modello economico.

Un'economia dove i consumatori assumono un ruolo sempre più influente nel processo di creazione di un bene e del suo valore economico e culturale.

Legando quindi, il tema dell'autoproduzione, così carico di significati ideologici e di massima libertà espressiva, alle nuove economie emergenti e ai nuovi modelli di business si giungerà alla cultura del consumo attivo e partecipativo. Definito in questo testo anche come economia *pre-virtuale*.

Lo sdoganamento del confine tra produzione e consumo, il progressivo affrancamento dal mercato del consumatore e il tramonto di molti precetti del marketing, inevitabilmente sta stravolgendo tutte le relazioni tra gli attori che finora avevano operato nel così detto modello economico fordista.

Il percorso di ricerca svolto analizzerà sistematicamente tutti gli attori che danno vita a queste relazioni, divisi in tre differenti ambiti di ricerca:

## Perchè

Le radici storico-culturali che sono alla base di questo nuovo modello economico; dai precursori del consumo attivo nell'arte contemporanea, ai primi tentativi di contestazione della società dei consumi di massa, passando per i moti di abrogazione della proprietà intellettuale fino alla creazione comunitaria di beni e opere da parte d'individui, antecedente la nascita del web.

## Come

L'intelligenza collettiva che, attraverso gli strumenti del comunitarismo elettronico o neocomunitarismo, può sviluppare nuove forme di creatività e quindi influenzare la produzione che diventa da culturale a industriale.

Analizzare quindi gli aspetti dell'*ipermodernità*, il rapporto tra comunità e new-media e i nuovi modelli di business emergenti che vedono le comunità come l'unico soggetto progettante possibile.

## Cosa

Il comparto del bricolage e della ferramenta, un mercato oggi in fermento sia dal punto di vista economico che culturale.

Il bricolage quindi come avanguardia tra decrescita consapevole, recessione e ri-uso,

luogo d'incontro privilegiato tra progettazione "dall'alto" e sperimentazione amatoriale "dal basso". Un modello che in futuro potrebbe investire tutti i settori della produzione.

## Keywords

### **Consumatore attivo,**

Il consumatore consapevole è anche un cittadino responsabile che diventa un cittadino attivo nel momento stesso in cui decide di informarsi; di controllare quello che acquista, di aprire gli occhi sulla realtà; di capire se quel prodotto gli è davvero necessario, se è salutare o no e in quale misura può non esserlo o rischia di diventarlo.

### **Autoproduzione,**

è un metodo per riscoprire l'indipendenza nel creare ciò di cui abbiamo bisogno per vivere, staccandoci dall'attuale sistema produttivo, riducendone la dipendenza e aumentando il piacere nell'utilizzare ciò che viene prodotto.

### **Open source,**

In informatica, open source (termine inglese che significa sorgente aperto) indica un software i cui autori ne permettono, anzi ne favoriscono il libero studio e l'apporto di modifiche da parte di altri programmatori indipendenti. Questo è realizzato mediante l'applicazione di apposite licenze d'uso.

La collaborazione di più parti (in genere libera e spontanea) permette al prodotto finale di raggiungere una complessità maggiore di quanto potrebbe ottenere un singolo gruppo di lavoro.

### **Fai da te**

Il fare da sé lavori di manutenzione, di riparazione, di produzione di oggetti di uso domestico, senza ricorrere ad operai o tecnici specializzati

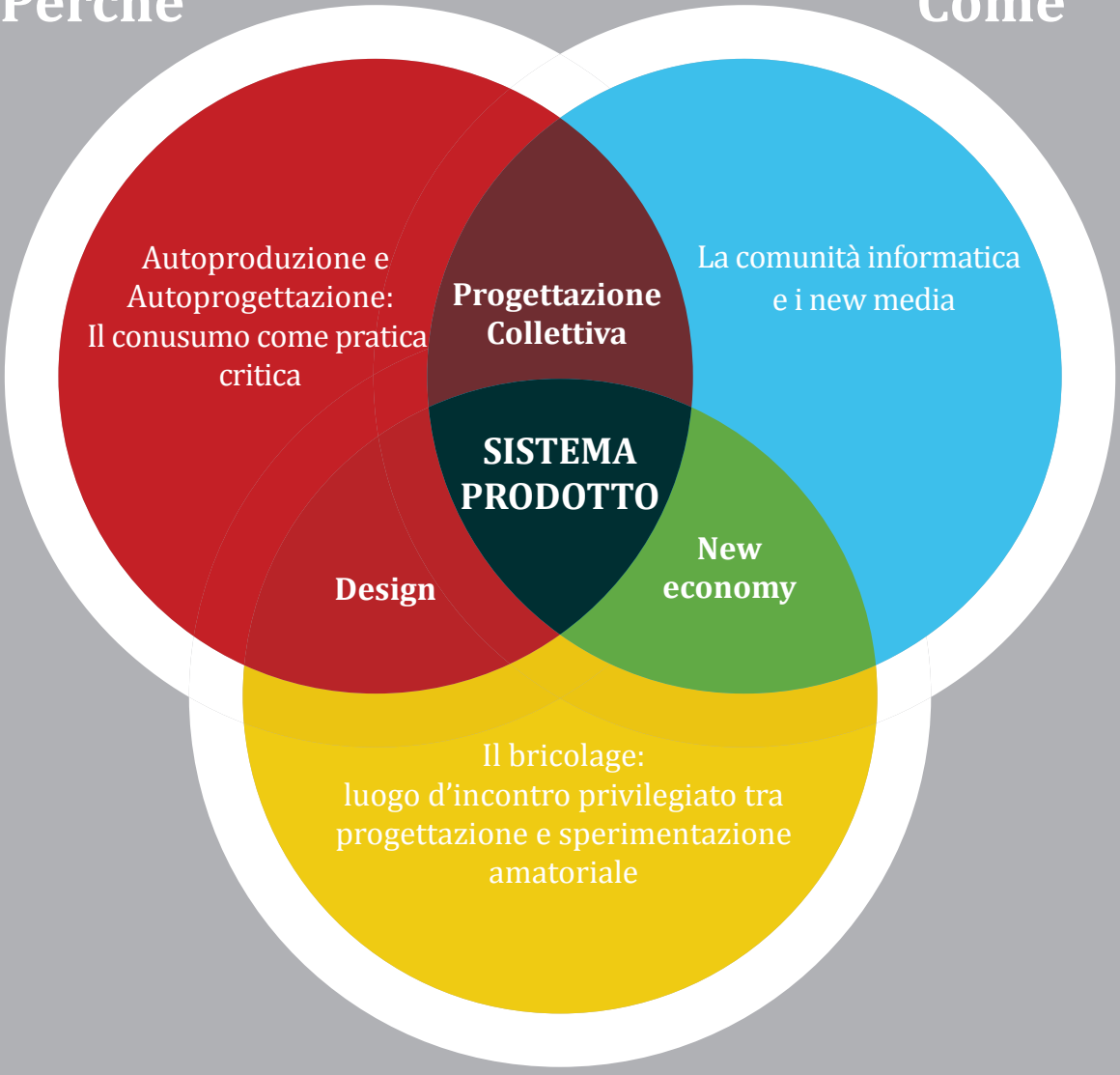
### **Crowdsourcing,**

Il termine crowdsourcing (da crowd, gente comune, e outsourcing, esternalizzare una parte delle proprie attività) è un neologismo che definisce un modello di business nel quale un'azienda o un'istituzione richiede lo sviluppo di un progetto, di un servizio o di un prodotto ad un insieme distribuito di persone non già organizzate in una comunità virtuale. Questo processo avviene attraverso degli strumenti web o comunque dei portali su internet.

# Quadro di ricerca

Perchè

Come



Cosa





## Perchè

“Il rapporto qualità-quantità è centrale in tutta la produzione industriale: la qualità si determina quando la forma di un prodotto non “sembra”, ma “è”.

Questa affermazione tutt'altro che paradossale, non è però sentita dalla maggior parte della gente. E questo rende particolarmente problematica la realizzazione di progetti di una qualche dignità. Per tale motivo, tutte le volte che mi è possibile, cerco di coinvolgere la gente non solo con parole ma con operazioni “*altre*”.

Enzo Mari

Estratto dalla premessa alla seconda edizione di Enzo Mari *Autoprogettazione?*, Mantova: Edizioni Corraini, 200

# Il consumo attivo

Oltre il guado

Siamo oggi in una situazione storica e sociale caratterizzata, apparentemente, dall'inversione delle teorie dell'economia politica tradizionale, una situazione nella quale è il prezzo che determina il valore di un bene e non viceversa.

Le componenti "simboliche" sono oggi diventate un elemento centrale nei processi di valorizzazione dei prodotti materiali e immateriali.

Il valore di scambio delle merci, che si esprime nel prezzo, non deriva più direttamente dalla quantità di lavoro necessario per produrle, come affermava Marx, ma dalla quantità di persuasione comunicativa che il prodotto porta su di sé.

Ne consegue che "il simbolico è una dimensione dell'economico", per cui l'aspetto simbolico è entrato prepotentemente a far parte del marketing e del mercato.

L'*immaginario*<sup>1</sup> è l'istanza collettiva, acentrica e anonima che ci dice come e cosa dobbiamo desiderare.

Mentre le élite globali spingevano per la creazione di nuove barriere materiali o immateriali - che regolano, attraverso l'accesso economico, la definizione di chi è dentro e di chi è fuori - molti soggetti locali hanno lottato per la conservazione di spazi e beni comuni - nuovi *commons* materiali e immateriali accessibili a tutti e coltivati assieme per il bene della comunità intera.

Uno scontro che ha evidenziato i conflitti, tra crescita e sostenibilità, tra passività e autonomia. In termini generali, si sono prodotte nuove tensioni tra le logiche della produzione e quelle della cura, della riproduzione e della rigenerazione. Intorno a queste nuove fratture si stanno definendo nuovi soggetti, identità, valori, forme di organizzazione, pratiche di azione - che oppongono alla competizione individualistica e al primato dell'economia e del consumo i legami di solidarietà e cooperazione, la centralità delle persone e la manutenzione delle ricchezze ambientali, sociali e culturali collettive.

È possibile immaginare una variante critica, ma non utopica, all'economia dell'*immaginario*, attraverso i principi del consumo attivo<sup>2</sup>.

Il documento che segue approfondisce una riflessione attorno ad alcune idee guida del consumo attivo; estratto dal seminario "La crisi globale e la risposta della decrescita. Come e cosa possiamo fare da subito per affrontare la transizione" organizzato a Firenze il 31 maggio 2009 presso Terra Futura dalla Rete per la Decrescita e dalle riviste Altreconomia, Carta, Valori insieme alla Fondazione Banca Etica.

"Perché sia possibile creare uno spazio di azione e relazione libero, poroso, facilmente accessibile a progetti o azioni interessanti, dobbiamo tutti accettare di impegnarci in una comunicazione che sia «orientata a persuadere l'altro» piuttosto che a sottomet-

1. Per immaginario collettivo, o immaginario generale, si intende un insieme di simboli e concetti presenti nella memoria e nell'immaginazione di una molteplicità di individui facenti parte di una certa comunità, ciò che dà forma alla memoria collettiva. l'immaginario collettivo trova un suo punto di appoggio materiale, un suo luogo di riferimento, una sua dimostrazione nei modi stessi di esprimersi dell'industria culturale. Ne è divenuto infatti il sinonimo più in uso, per certi aspetti subentrando al termine più autorevolmente filosofico e mitteleuropeo di "spirito del tempo".



terlo in un rapporto di gerarchia, accrescere la capacità di lavorare assieme con la condivisione, lo scambio e la valorizzazione reciproca e promuovere l'abitudine a federarsi tra gruppi ed esperienze senza obbligo di associarsi e senza bisogno di tessere. Ci auguriamo che questi testi possano favorire l'incontro e lo scambio in questa direzione.

- La possibilità e l'urgenza di costruire un nuovo spazio pubblico socio ambientale in cui rendere possibile la sperimentazione di nuove pratiche democratiche di autoformazione, autoeducazione e autogoverno.
- La scommessa della possibile creazione di uno luogo di aggregazione e innovazione politica nella forma di un soggetto politico non elettorale che agisca come promotore di campagne e iniziative originali in uno spirito di coinvolgimento, elaborazione e servizio.
- La convinzione che occorra ripensare la cultura politica a partire da un fondamento relazionale alla base della vita e della sua rigenerazione, che riguardi in particolare le relazioni tra luoghi, le relazioni tra generazioni e le relazioni tra specie.
- La consapevolezza che l'era della crescita continua e dello sviluppo illimitato è finita e che occorra lavorare in una prospettiva di decrescita non solamente da un punto di vista economico ma come invenzione di una civiltà più sobria, equa, sostenibile senza con questo rinunciare a coltivare la gioia di vivere.”

Il design in quest'ottica assume un ruolo fondamentale fra gli attori in questo nuovo paradigma economico e sociale, più precisamente esso deve essere considerato come mediatore tra le parti: azienda, media e mercato.

La creazione di valore può diventare oggi una pratica identificabile e praticabile dal consumatore, più precisamente: una pratica di gioco con la merce e con gli individui. I consumatori devono vedere se stessi, nel rapporto con la merce, non più come fruitori passivi ma come generatori di contenuti, attori attivi, che hanno la possibilità e la volontà d'inserirsi negli spazi della creazione. Il tema dell'autoproduzione, così carico di significati ideologici e di massima libertà espressiva incarna a pieno i principi del consumo attivo.

2. COMMONS Decrescita e transizione verso modelli equi e sostenibili di proprietà, gestione, tutela, condivisione e fruizione dei beni e delle risorse. WORK Decrescita e transizione verso modelli equi e creativi di produzione, lavoro, cura, sicurezza sociale e previdenza oltre il post-fordismo, la logica del precariato e la crisi del welfare. DEMOCRACY Decrescita e transizione delle istituzioni democratiche verso modelli partecipati, decentrati e di responsabilità ecologica e intergenerazionale.

# Autoproduzione e autoprogettazione

L'autoproduzione è un metodo per riscoprire l'indipendenza nel creare ciò di cui abbiamo bisogno per vivere, staccandoci dall'attuale sistema produttivo, riducendone la dipendenza e aumentando il piacere nell'utilizzare ciò che viene prodotto.

Autoprodurre ha dato vita ad una collezione di pezzi unici e rari nel loro genere: prototipi, oggetti numerati, da collezione, sperimentazione, eco-design e ready-made.

Ciò che lega tra loro questi prodotti è la conoscenza profonda dell'esistente e la consapevolezza della necessità di andare oltre, di non poter accettare mai i luoghi comuni, i limiti imposti, le visioni risapute. Trasgredire ogni tipo di confine.

Il pezzo "autoprodotto" si avvicina per certi aspetti al pezzo artistico, in quanto unico, ed espressione prima del suo artista. In alcuni casi è provocazione, gioco, in altri è ricerca sulle forme e sui materiali, in altri ancora è risposta ai bisogni della società e del mercato.

In questa pratica sono due le qualità fondamentali:

La volontà di trasgressione che porta all'allontanamento dal gusto comune, inteso come massificazione, gregarismo, conformismo, moda.. La volontà di esprimere se stessi esplorando attivamente la realtà.

## Perchè autoprodurre :

E' un metodo concreto ed efficace di lotta al sistema Econocratico e consumistico.

E' economico: spesso il risultato ha un costo notevolmente inferiore rispetto allo stesso prodotto acquistato.

E' ecologico: il risultato di per se ha un impatto ambientale inferiore rispetto al prodotto acquistato, riducendo i vari passaggi produttivi e di spedizione; scegliendo con maggior cura le materie prime e' poi possibile ridurne ulteriormente l'impatto riciclando o riutilizzando strumenti e ingredienti.

Da soddisfazione: la capacità di produrre ciò di cui abbiamo bisogno appaga lo spirito e l'istinto di sopravvivenza.

Dà piacere sia produrre sia consumare.

E' motivo di discussione; lo scambio di consigli ed esperienze è fondamentale per perfezionare le tecniche.

Nella pagina a fianco:

1. Ben Ner, Treehouse, 51 biennale d'arte contemporanea di Venezia, 2005
2. Lorenzo Damiani, Tuttitubi, 2009
3. Alcuni manufatti realizzati dagli utenti di etsy.com



1



2



3





4

5

Con il Termine autoprogettazione Mari intende un esercizio individuale da realizzare per migliorare la propria consapevolezza delle ragioni oneste di progetto.

Non è semplice tradurre in inglese la parola italiana "Autoprogettazione"; letteralmente corrisponde ad auto = *self* e progettazione = *design*.

Ma *self-design* è un termine equivoco perchè la parola design ormai corrisponde ad un orizzonte di oggetti superficialmente decorati.

Mari, afflitto per la l'ingenuità dell'approccio dell'oggetto di buon disegno a prezzi bassi e dagli esiti fallimentari con il pubblico, si interroga su come sia possibile decondizionare la forma in quanto valore e non in quanto strettamente corrispondente ai contenuti. La soluzione sterrebbe nella riflessione critica basata escusivamente sulla pratica del lavoro. Bisogna quindi coinvolgere l'utilizzatore di un bene di consumo nella sua progettazione e nella realizzazione dell'oggetto progettato.

"Solo toccando materialmente le diverse contraddizioni di questo lavoro è ipotizzabile pensare la propria liberazione da condizionamenti così profondi"

Proposta per l'autoprogettazione che nasce nel 1974 ed ha come obiettivo quello di coinvolgere le persone nella costruzione e anche nella progettazione di elementi di arredo di uso comune composti da assi in legno e chiodi o viti, nessun incastro o lavorazioni particolari.

In origine veniva fornito il catalogo con le tavole descrittive necessarie alla realizzazione degli oggetti, per i più pigri era prevista la possibilità di farsi spedire un kit di montaggio con gli assi già tagliati e finiti e con le istruzioni dettagliate per il montaggio. Mari inoltre invitava chiunque realizzasse uno dei suoi progetti, o una variante, a inviargli le foto presso il suo studio di Milano. Era quindi un'iniziativa destinata ad evolversi il cui significato in parte provocatorio in parte didattico trovo sia tuttora attuale. Un tempo, non troppo lontano, era normale costruirsi un banco da lavoro (ad esempio) assemblando qualche asse tagliata della giusta misura, oggi ci si aspetta di trovare oggetti adatti a noi ed alle nostre esigenze, quando in realtà siamo noi ad adattarci a loro, a farceli piacere, gli spazi dove viviamo o lavoriamo si piegano ad ospitare elementi che rimarranno sempre estranei. La situazione dovrebbe capovolgersi e dovremmo essere noi ad adattare alle nostre esigenze gli oggetti e quando non è possibile a crearne di nuovi. Sarebbe quindi una piccola rivoluzione incredibilmente creativa quella di ritornare a soddisfare le nostre esigenze creando con le nostre mani ciò che ci serve.

Nella pagina a fianco:

4. Alcuni mobili realizzati partendo dalle tavole tratte da Proposta per un'autoprogettazione, Corraini, Milano 1974

5. Enzo Mari costruisce la Sedia1, Artek, 2010

# L'arte materializzatrice di concetti

Una dimensione storica

In questa forma di *cultura d'uso*<sup>3</sup> o dell'attività, la creazione artistica contemporanea si allontana sempre più dalla mitologia classica dell'impresa solitaria dell'artista e si avvicina alla collettività, il senso nasce dalla negoziazione tra l'artista e chi viene a vedere l'opera.

L'opera d'arte funziona come terminazione temporanea di una rete di elementi interconnessi, come narrativa che si estende fino a reinterpretare le narrative che l'hanno preceduta; ogni mostra racchiude la storia di un'altra mostra, ogni opera può servire scenari multipli ed essere inserita in programmi diversi.

“L'arte è un gioco tra tutti gli uomini di tutte le epoche”<sup>4</sup>

Non è più un punto terminale, dunque, ma un momento in una catena infinita di contributi. L'arte contraddice la cultura passiva, quella composta di merci e mercanti, diventando generatrice di comportamenti e riutilizzi potenziali.

Non più il significato di un'opera ma l'uso che se ne fa di questa.

Buona parte dell'arte del XX secolo si sviluppa proprio intorno al tentativo di rompere la barriera tra produzione e consumo, tentando di incrinare o stravolgere l'osmosi esistente nella società consumistica tra industria, media e consumatore.

## Dal corpo chiuso al corpo diffuso

Nel 1914 Marcel Duchamp associa il ruolo dell'artista al mondo dello scambio usando come “strumento di produzione” uno scolabottiglie, un oggetto di serie, mettendo così in stretta relazione la figura dell'artista a quella del mercante, felice di spostare un prodotto da un posto all'altro.

Secondo Duchamp un prodotto non diviene tale se non all'atto della scelta e del consumo, e afferma: “Un vestito è tale quando lo indossiamo e una casa disabitata, di fatto, non è una vera casa”.

Duchamp attua una grande rivoluzione, non si tratta più di fabbricare un oggetto ma di selezionarne uno tra quelli esistenti. Questa è la caratteristica principale del ready-made: stabilire un'equivalenza tra scegliere e fabbricare, consumare e produrre.

Nel clima del dopoguerra, i giovani artisti si mostreranno intenzionati a condurre l'arte alla riconquista della vita reale, contestando i valori dell'astrazione e del tardo surrealismo (carattere elitario e gusto per il sublime), questa conquista sarà il grande progetto di questa nuova fase dell'arte che con loro si inaugura.

I primi paesaggisti di questa controcultura sono i sostenitori di un vasto movimento instauratosi in Europa e negli Stati Uniti negli anni in cui emergeva la prima cultura di

3. Nicolas Bourriaud contrappone la cultura del consumo alla cultura dell'attività di cui fanno parte: boicottaggio, manipolazione dell'esistente e pirateria.  
Postproduction - Come l'arte riprogramma il mondo Nicolas Borriaud, Postmedia, Milano 2002

4. Marcel Duchamp, “Il processo creativo” conferenza, Houston, 1954

massa, quello dei nuovi realisti. Gli artisti propongono un'arte impegnata nel reale: il collage, l'assemblage, il *déplacement*<sup>5</sup> e la performance sono le pratiche che permettono loro di porre al centro dell'arte l'oggetto reale, preso a prestito dall'universo del quotidiano e del triviale; l'interesse per la strada, i rotocalchi, l'automobile, gli oggetti domestici, i rifiuti direttamente prelevati dal vivo della vita quotidiana sono i loro soggetti. Se i nuovi realisti si erano manifestati rifiutando il patos egocentrico e l'interiorità alimentati dalle correnti astratte del dopoguerra, gli artisti della pop art spingeranno questa posizione fino ad assumere un atteggiamento antisentimentale, adottando un'indifferenza che si distingue soprattutto per l'uso di un'iconografia di recupero, prelevata o ancor meglio, impostata. La rappresentazione fedele e l'annullamento della soggettività costituiscono i caratteri essenziali della pop art.

Si assiste a uno spostamento, dell'artista dall'interno verso l'esterno, dalla soggettività all'immagine "popolare". L'oggetto del desiderio che descrive, è tanto desiderio voyeurista quanto di consumo: la star, gli oggetti del benessere domestico, l'automobile, il cibo, la bellezza....

Demolendo sia l'immagine del genio ispirato sia quella dell'artista che intercede e che guida, la pop art riduce l'artista a una condizione comune e il gesto artistico a una dimensione industriale, questo movimento proietterà l'arte in una nuova era.

L'arte è ormai al centro di una catena di relazioni che vanno al di là dell'arte stessa, la sua natura ludica e la sua funzione collettiva sono riattivate, il suo principio attivo è la vita quotidiana.

"L'arte contemporanea crea esperienze volutamente incomplete, interrotte al fine di attirare la nostra tendenza al completamento"<sup>6</sup>

Con la pubblicazione di *Opera Aperta*, nel 1962, Umberto Eco, si assume il compito di restituire dignità ai linguaggi delle arti, nel momento in cui l'osabile, in arte, sembrava essere in via di esaurimento.

L'opera d'arte per Eco è un farsi aleatorio e sempre rinnovato, non più epifania, apparizione, ma una macchina da guidare. Il rapporto tra opera e fruitore è un sistema fisico di relazioni, e la risposta del consumatore è una libera inserzione e un'attiva ricapitolazione di quello stesso sistema, articolandosi dà vita a forme nuove diverse dalla forma iniziale, l'oggetto estetico assume qui lo statuto di "enunciatore parziale" la cui autonomizzazione permette di "secernere nuovi campi di referenza"<sup>7</sup>.

L'aura dell'arte, da questo momento storico in poi, non si trova più nel retro-mondo rappresentato dall'opera, né nella forma stessa, ma davanti a essa, entro la forma collettiva temporanea che produce espandendosi.

5. con l'espressione *déplacement* s'intende lo spostamento d'immagini e oggetti dalla loro collocazione abituale inseriti in un diverso contesto semantico dove il loro significato risulta mutato, se non capovolto. Internazionale Situazionista Guy Debord, manifesto, Parigi, 1958

6. *Opera Aperta - Forma e indeterminazione nelle poetiche contemporanee* Umberto Eco, Bompiani, Milano, 1962

## Verso l'elaborazione collettiva del senso

“La sfera del relazionale sta all'arte di oggi come la produzione di massa stava alla pop art e alla minimal art”<sup>7</sup>

L'opera d'arte degli anni Novanta trasforma l'osservatore in vicino, in interlocutore diretto. Queste pratiche si sviluppano ereditando dagli anni settanta una doppia attitudine: l'importanza data più al processo di realizzazione che al prodotto finito, e il desiderio di creare microcosmi di convivenza ed esperimenti pratici di utopia; pertanto, lo scandalo visivo e il desiderio di stupire persero progressivamente spazio.

Quest'arte, che Nicolas Bourriaud ha definito, sulla scorta del filosofo Maffessoli, “estetica relazionale”<sup>8</sup> è facilmente associabile all'estetica del mercato delle pulci, inteso come forma collettiva ed aggregazione caotica.

Un mercato è formato da contributi singoli e individuali, la sua “forma” non dipende da un singolo autore ma da un raggruppamento auto-generativo e auto-organizzativo. In questo senso, il visitatore utilizza strumenti messi a disposizione dall'artista e diventa attore dell'informazione.

Cito qualche esempio di queste attività estrapolando un passo tratto da Estetica relazionale di Nicolas Bourriaud:

“Rirkrit Tiravanija organizza una cena presso un collezionista, e gli lascia il necessario per la preparazione di una zuppa thai. Philippe Parreno invita delle persone a praticare i loro hobby preferiti il primo maggio, sulla catena di montaggio di una fabbrica. Jes Brinch e Henrik Plenge Jacobsen ribaltano un autobus in una piazza di Copenhagen e, per emulazione, provocano una sommossa in città.

...

Felix Gonzalez-Torres crea un cubo di carta di dimensioni ridotte, composto da una pila di manifesti identici lasciando la possibilità allo spettatore di portare via un manifesto, non si tratta di una “performance” né di una distribuzione di manifesti, né di un'opera che espone il proprio processo di produzione, ma la forma della sua presenza in mezzo a un pubblico.”

Le relazioni fra gli artisti e la loro produzione si flettono dunque verso la zona del feedback: da qualche anno si moltiplicano i progetti artistici conviviali, festivi, collettivi, partecipativi, che esplorano multiple potenzialità della relazione con l'altro.

Nella pagina a fianco:

6. Felix Gonzalez-Torres, Untitled, 1991, Collezione privata.

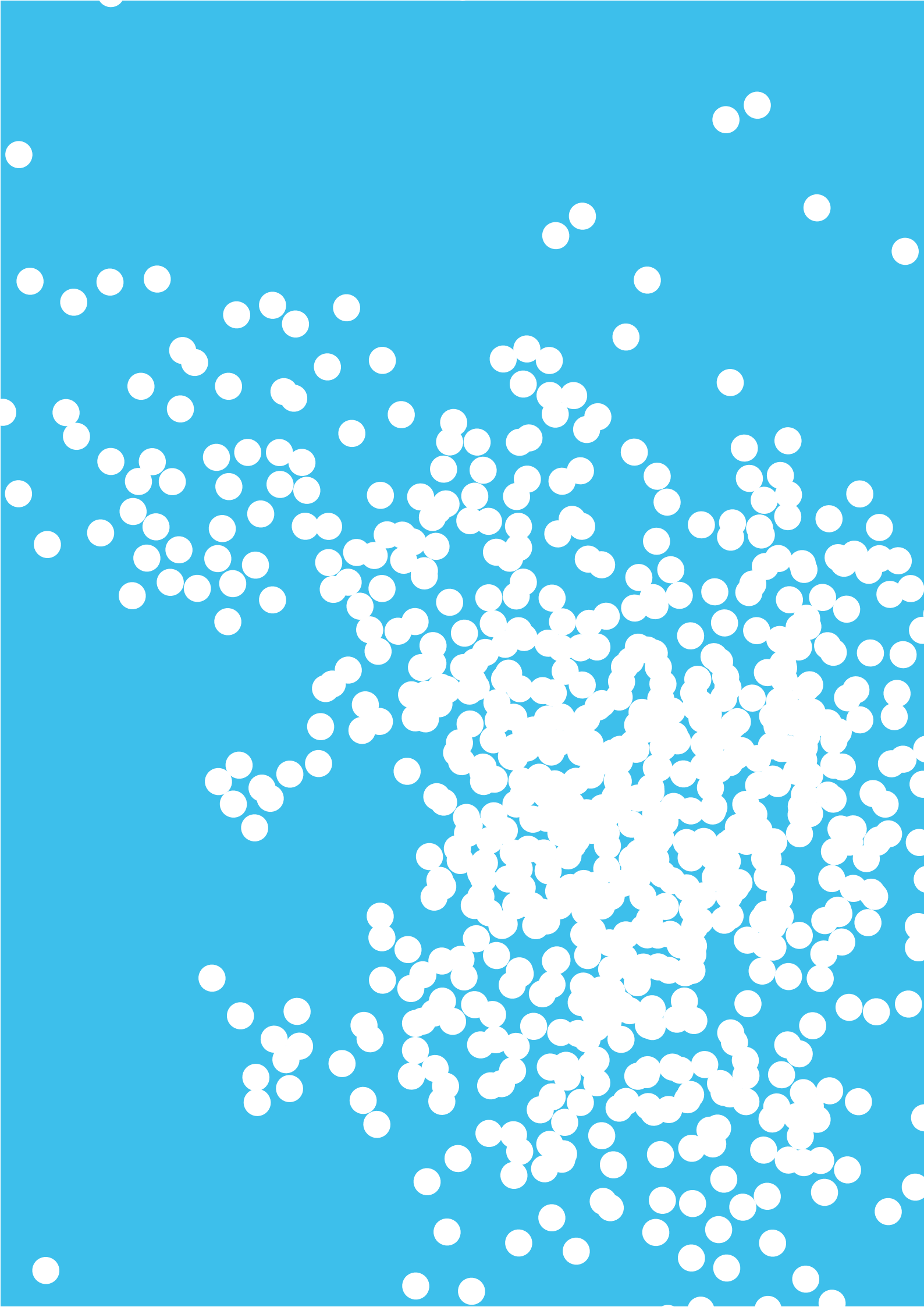
7. Rirkrit Tiravanija, Untitled, 1994, Los Angeles Goers Gallery.

7. Estetica relazionale, Nicolas Bourriaud, Postmedia, Milano 2010

8. Bourriaud specifica che il suo intento non è indirizzato alla creazione di possibili cornici da utilizzare come strumenti di un processo di riconoscimento iconografico, piuttosto, gli artisti dell'estetica relazionale condividono il “medesimo orizzonte pratico e teorico: la sfera dei rapporti umani”.







## Come

“L'integrità della sua campata era rigorosa quanto il programma moderno stesso, ma intorno ad esso era cresciuta un'altra realtà, che seguiva una sua logica. Questo era accaduto un pezzo per volta, senza seguire alcun piano, utilizzando ogni tecnica e ogni materiale possibile. Il risultato era qualcosa di amorfo e di sorprendentemente organico.”

William Gibson

Estratto dal romanzo di William Gibson, *Luce Virtuale*, Mondadori, Milano, 1994

## La comunità e il suo ruolo

Ciò che è stato affermato fin'ora è come nella *visione ipermodernista*<sup>1</sup> la simulazione vince sulla realtà e il gioco vince sulla serietà. Cardine della società postmoderna sarebbe quindi lo sdoganamento tra la cultura elevata e la cultura di massa.

La visione che assume la cultura postmoderna della comunità è un'organismo senza una via maestra che differisce dalla corrente modernista che invece ad essa attribuiva un unico senso ultimo.

Le comunità come modello di nuova società, dove i concetti cardine diventano la precarietà, il carattere effimero, la transitorietà e la mancanza di uno statuto autologico definito: libere associazioni di singoli che si aggregano per perseguire un fine limitato.

Questa cultura ipermoderna, indubbiamente trae le sue forze dall'escalation tecnologica che il mondo, occidentale e non, ha subito negli ultimi vent'anni; in particolare non si può fare a meno di parlare dell'incredibile potere che ha acquisito internet sull'intera società.

Ci troviamo di fronte al tentativo di costruire, sulla base delle teorie di McLuhan, un media trasformativo, un media che sulla base della struttura tecnologica concorra alla realizzazione di un nuovo standard, di una nova "protesi comunicativa", in grado di estendere lo spazio della socialità umana.

La convergenza multimediale non è solo legata all'aspetto comunicativo ma entra nella sfera della produzione di valore dell'economia. L'industria si adatta alla multimedialità. I prodotti tendono sempre di più a collocarsi in un sistema che contiene anche comunicazione e servizi, per la prima volta il mondo della produzione e del sapere sembrano convergere integralmente: ogni individuo è in grado di influenzare "la scelta".

La corretta remunerazione di un progetto o un'idea prodotte dalla folla considera un mix di componenti, non solamente economici ma anche motivazionali, legati alla visibilità, alla carriera, al riconoscimento sociale e al senso stesso di creazione di qualcosa di migliore.

Chi vi partecipa infatti non è spinto principalmente dai soldi ma dona volentieri alla causa le sue ore libere, operando nell'ottica del gioco piuttosto che del lavoro fine a se stesso.

Inoltre, coloro che supportano questo tipo di attività sentono spesso la necessità di trovare una via per esprimersi, per scambiare informazioni con chi ha le stesse passioni e per cercare un tipo di appagamento personale e democratico.

Il compito dell'innovazione sta passando velocemente dal produttore alla comunità, la tecnologia è ormai parte della vita di tutti e il partecipante possiede sia un maggiore bisogno di miglioramento sia una maggiore capacità di ri-pensare ad un prodotto che

1. Le caratteristiche della società iper-moderna sono da attribuirsi principalmente a quattro fonti: l'espansione dell'area non-mercantile e il declino della capitalistica anche nel settore for-profit; l'emergenza e lo sviluppo del "terzo settore" non-profit nell'economia; la crescita qualitativa e il declino quantitativo dello Stato. L'economia associativa - Sguardi oltre il Welfare State e nel post-capitalismo Franco Archibugi, Edizioni di Comunità, Roma, 2002

sia veramente nuovo e rispondente alle sue necessità.

Le comunità sono, infatti, migliori sia nell'identificare persone di talento sia nel valutare ciò che producono in quanto viene sfruttata in esse la forza della diversità.

Quest'insieme di pratiche eterogenee, definite in un unico termine *crowdsourcing*<sup>2</sup>, indica dunque una nuova traiettoria dell'evoluzione nella diffusione del sapere; non è più un'oligarchia di scienziati che scopre, crea, costruisce, ma una moltitudine di vivaci, intelligenti, dinamici, illustri sconosciuti.

La vera rivoluzione nella pratica del *crowdsourcing* però risiede nella creazione, nella condivisione e nell'organizzazione virtuale di contenuti da parte degli utenti.

Se nella precedente cultura consumistica la discussione è rinviata al *dopo la scelta*, nella cultura *pre-virtuale* si stabilisce la possibilità di una discussione, tra una moltitudine eterogenea di persone, immediata e *parallela alla scelta*.

Lo spettatore oscilla allora fra lo statuto di consumatore passivo a quello di testimone, di associato, di co-produttore, di protagonista..

## **Intelligenza individuale e intelligenza collettiva, un continuo feedback positivo**

Il *Crowdsourcing* definisce un modello di business nel quale un'azienda (o una società) richiede lo sviluppo di un progetto, di un servizio, di un prodotto o di una soluzione ad un problema ad un insieme distribuito di persone che generalmente non si conoscono tra loro e non sono legate all'azienda da vincoli organizzativi.

Questo metodo si differenzia dal più conosciuto outsourcing (caratterizzante i modelli aziendali degli anni ottanta), secondo il quale l'attività è affidata a un singolo e identificato contractor esterno piuttosto che ad un'insieme indistinto di persone.

Il crowdsourcing è emerso in modo organico e diffuso per capitalizzare il valore economico della categoria degli amatori: il suo nucleo infatti è la comunità, le dinamiche di relazione tra coloro che la formano e le loro caratteristiche.

Un ruolo di fondamentale importanza nella sua crescita e sviluppo è stato giocato dallo sviluppo della tecnologia, che ha svolto la funzione di grande livellatore: tutti i flussi di informazioni che animano questa pratica, infatti, passano attraverso strumenti web o piattaforme presenti in rete che si sono rivelate i veri mediatori fra le aziende e la folla.

Internet ha permesso la fusione tra i professionisti e gli amatori.

Attraverso internet gli amatori possono scoprire i "segreti" dei professionisti, e arricchire altrettanto il loro sapere riguardo un determinato argomento.

2. Crowdsourcing è un neologismo nato dall'unione dei termini crowd, "folla", e outsourcing, "esternalizzare" usato in gergo economico per indicare la delocalizzazione delle attività di un'azienda.



Il dilagare della tecnologia a prezzi accessibili e il piacere di dedicarsi a passatempi e hobbyes all'interno di un gruppo che condivide una passione comune, ha animato lo spirito dei dilettanti, degli amatori appunto, che in alcuni casi stanno addirittura mettendo a rischio alcuni settori dell'economia. Il caso iStock photo è emblematico: il maggior sito di raccolta di immagini amatoriali è riuscito a mettere alle strette il mondo della fotografia tradizionale, dando la possibilità di condividere non solo i propri lavori, ma anche la propria conoscenza, partecipando alle discussioni sui forum. Le foto di iStock vengono vendute a cifre molto inferiori rispetto ai lavori di fotografi professionisti, e questo costituisce una grandissima risorsa per riviste, studi di grafica e design, che possono acquistare grandi stock di immagini a cifre molto più accessibili.

Un'altra manifestazione molto efficace di partecipazione della folla riguarda i pareri espressi da essa, quello che pensa. Secondo questa formula la folla è chiamata ed esprimere un giudizio, tramite votazioni o recensioni, su elementi di una determinata categoria, per esempio foto, siti internet, video. Questo principio apparentemente banale nasconde delle più interessanti finalità, prima fra tutte la selezione del materiale: il crowdsourcing creativo infatti ha generato una tale quantità di materiale da selezionare che individuare quello veramente valido richiederebbe tempistiche notevoli. In questo modo invece è la comunità a mettere in atto il meccanismo di selezione, riconoscendo e premiando i contenuti veramente interessanti, facendo declassare e sparire quelli peggiori.

Ma esistono altri grandi contributi che la folla può dare e sono ancora tante le grandi domande a cui si deve trovare una risposta: gestire la sapienza comune e far sì che possa trovare la strada giusta per esprimersi è la via da seguire.

Questo fenomeno risulta largamente efficace anche in quei settori scientifici che per istinto vengono associati al sapere di competenti studiosi. Molti ambiti dell'astronomia, ad esempio, si avvalgono del supporto degli amatori per portare avanti numerose ricerche e per ottimizzare i tempi degli scienziati nello sviluppo di programmi e database.

Nel campo della zoologia, la passione degli amatori ha portato più volte a risultati fondamentali per la ricerca scientifica come la scoperta di nuove specie o la verifica della sopravvivenza di alcuni uccelli fuori dal loro habitat naturale.

Il crowdsourcing si può considerare una nuova modalità di sfruttamento capitalistico, o meglio un superamento meritocratico dei sistemi di produzione basati su principi del fordismo.

È importante capire però che attirare una folla è facile quanto perderla. La comunità deve essere stimolata in continuazione, perché è questo che vuole.



La corretta remunerazione di un progetto o un'idea prodotte dalla folla considera un mix di componenti, non solamente economici ma anche motivazionali, legati alla visibilità, alla carriera, al riconoscimento sociale e al senso stesso di creazione di qualcosa di migliore.

Chi vi partecipa infatti non è spinto principalmente dai soldi ma dona volentieri alla causa le sue ore libere, operando nell'ottica del gioco piuttosto che del lavoro fine a se stesso. Inoltre coloro che supportano questo tipo di attività sentono spesso la necessità di trovare una via per esprimersi, per scambiare informazioni con chi ha le stesse passioni e per cercare un tipo di appagamento personale e democratico.

Il compito dell'innovazione sta passando velocemente dal produttore alla comunità, la tecnologia è parte della vita di tutti e il partecipante possiede sia un maggiore bisogno di miglioramento sia una maggiore capacità di ri-pensare ad un prodotto che sia veramente nuovo e rispondente alle sue necessità. Le comunità sono, infatti, migliori sia nell'identificare persone di talento sia nel valutare ciò che producono in quanto viene sfruttata la forza della diversità.

Il crowdsourcing indica dunque una nuova traiettoria dell'evoluzione nella diffusione del sapere; non è più un'oligarchia di scienziati che scopre, crea, costruisce, ma una moltitudine di vivaci, intelligenti, dinamici, illustri sconosciuti.

Più schematicamente il crowdsourcing può essere diviso in tre gruppi:

1. Crowdcasting: si basa su un network di risoluzione ai problemi, come Innocentive: in genere si lanciano sfide di progetto, la comunità risponde e il premio viene assegnato alla soluzione più semplice, innovativa e rispondente alla richiesta. Il cliente, colui che pone il problema, non sa chi è stato a risolverlo fino a quando non viene accettata la soluzione proposta. In questo modo si chiudono le porte alla discriminazione, più o meno intenzionale, tra esperti del settore e "semplici" amatori.

2. Idea Jams: un'enorme sessione on-line di brainstorming il cui scopo è quello di proporre un elevato numero di idee, provenienti da tutto il mondo e da tutti i tipi di persone.

3. Il mercato delle previsioni: grandi piattaforme in cui il giudizio della folla contribuisce a costruire delle previsioni: ad esempio in ambito politico (specialmente in fase pre-elettorale) la previsione della folla influenza in modo drastico la fase di pianificazione della campagna elettorale.

La vera rivoluzione di tutti questi diversi metodi di crowdsourcing però risiede nella creazione, nella condivisione e nell'organizzazione virtuale di contenuti da parte degli



utenti.

Il crowdsourcing non può identificarsi quindi in una singola strategia. È un termine generico per un gruppo estremamente vario di appocci che condividono un ovvio tratto in comune: dipendono tutti da qualche contributo della folla.

Come evidenziato nei paragrafi precedenti, i consumatori sentono il loro rapporto con le merci non più come fruitori passivi ma come generatori di contenuti. Attori attivi, che hanno la possibilità e la confidenza d'inserirsi negli spazi della creazione.

Questo cambiamento della cultura del consumo nell'attuale società, definita tardo-capitalistica, pre-virtuale<sup>2</sup>, vede come protagonista internet: inarrestabile piattaforma per la produzione di conoscenza e immaginario.

Se nella precedente cultura consumistica la discussione è rinviata al "dopo la scelta", nella cultura pre-virtuale si stabilisce la possibilità di una discussione, tra una moltitudine eterogenea di persone, immediata e parallela alla scelta.

Lo spettatore oscilla allora fra lo statuto di consumatore passivo a quello di testimone, di associato, di co-produttore, di protagonista.

Il crowdsourcing apre la strada ad un nuovo modo di pensare, un modo collettivo, decentralizzato e libero dallo spazio e dai tradizionali meccanismi che regolano la progettazione e la fruizione di un artefatto, tangibile o intangibile, che storicamente proveniva dall'alto, dai pochi detentori del sapere progettuale, unici in grado di progettare forme nuove per l'informe massa di compratori.

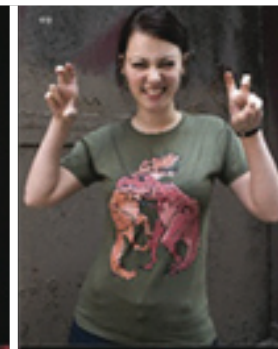
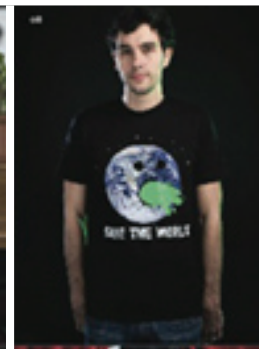
Come si può organizzare il pensiero della informe massa di compratori-fruitori? Quali meccanismi sono necessari per rendere l'informe e estremamente differenziata folla, attore di una stessa opera?

L'affermazione e il contributo del pensiero della folla ha sicuramente risvolti efficaci nell'implementazione di servizi, nel completamento di saperi condivisibili e aggiornabili; la folla è chiamata a contribuire, sotto regolamentazione di un "dittatore benevolo", alla condivisione di specificità e unicità tipiche dei singoli individui che la compongono, le esperienze personali, le proprie capacità, i propri interessi, sono le sorgenti da cui attingere per implementare e accrescere la conoscenza di tutti semplicemente condividendo tramite i mezzi informatici che ormai sempre più lo consentono.

Il dato fondamentale emerso è sperimentato che la diversità della folla può fornire il massimo dello spirito creativo tanto più eterogenei i suoi componenti.

# THIS IS NOT ABOUT T-SHIRTS

HEY, IT'S NOT EVEN ABOUT CROWDSOURCING, OR NEW BUSINESS MODELS, OR THE INTERNET.





# Threadless.com

caso studio

Nel mondo della progettazione del design esistono numerosi esempi di crowdsourcing vero e proprio: il più pertinente tra questi è senza dubbio quello di *threadless*.

*Threadless.com* è una famosa società di t-shirt che si basa sul contributo della comunità, vanta più di un milione di utenti registrati al suo sito e oltre quattro milioni di magliette prodotte e commercializzate dall'anno 2000.

Dalla nascita del sito più di 225.000 progetti sono stati inviati e più di quattro milioni sono state le magliette vendute.

Funziona così: i membri del sito propongono il loro design grafico alla comunità di utenti registrati e non, che vota le preferite tramite un punteggio. Raggiunto un alto livello di punteggio, e conseguente popolarità, la piattaforma seleziona, produce e mette in vendita online la maglietta pagando l'utente/designer 2500 dollari per ogni singolo prodotto.

*Threadless* è molto più di un semplice negozio di magliette dalla grafica sorprendente ed accattivante, è un pioniere di un nuovo modello di business che attinge all'immensa potenza creativa della comunità.

La piattaforma produce una dozzina di nuove magliette al mese senza utilizzare pubblicità, senza assumere nessun designer professionista, e senza l'uso di distributori al dettaglio. In dieci anni di attività non ha mai prodotto un flop.

Questo modello di economia va contro il principio fondamentale insito nella produzione di massa: il dipendente produce il prodotto, il cliente lo acquista.

Questo concetto diviene anacronistico in un mercato sempre più competitivo, dove le scelte dei consumatori sono pressoché illimitate.

Sempre più società definite *Web 2.0*<sup>3</sup> sono riuscite ad incoraggiare i clienti a contribuire, e, in alcuni casi, creare i prodotti poi venduti, sempre e solo nel nome del sottovalutato dilettantismo.

Tanti altri autorevoli esempi possono essere adatti: Wikipedia, Etsy, Instructables, InnoCentive ...

Nella pagina a fianco:

Alcune immagini tratte dal libro di Jack Nickel, *Threadless Ten Years Anniversary*, 2010

1. Il Web 2.0 è un termine utilizzato per indicare uno stato dell'evoluzione di Internet (e in particolare del World Wide Web), rispetto alla condizione precedente. Si tende a indicare come Web 2.0 l'insieme di tutte quelle applicazioni online che permettono uno spiccato livello di interazione tra il sito e l'utente (blog, forum, chat, sistemi quali Wikipedia, Youtube, Facebook, Myspace, Twitter, Gmail, Wordpress, Trip advisor ecc.).  
Dario de Judicibus. World 2.0: una definizione di web 2.0. 2008





## Il comparto della ferramenta

Nel corso del 2010 si è assistito ad un risveglio importante delle realtà di riferimento del mercato della ferramenta: i grandi nomi del settore, concordano momenti di aggregazione, ponendosi come obiettivo quello di trasformarsi in avanguardie propositive e cominciare a lavorare insieme alla crescita del comparto.

I primi sentori di questa volontà di aggregazione risalgono ai primi anni 2000, con la nascita e l'immediato successo del BricoDay, che ha visto la presenza di oltre 800 operatori, in questa occasione si intravedeva già la voglia e la necessità di stare insieme e discutere dei problemi comuni.

Poi nel 2010 le grandi aziende del comparto colori e vernici hanno dato vita ad Assovernici, con propositi estremamente seri e importanti.

Nel novembre 2010 la rivista Ferramenta 2000 e Assofermet, l'associazione dei grossisti di ferramenta, hanno organizzato il Ferramenta Day, evento anch'esso di grande successo, durante il quale già si intravedeva la volontà di creare una più ampia aggregazione in funzione dello stimolo e dello sviluppo delle ferramenta tradizionali verso logiche di approccio al mercato più moderne e in linea con le nuove esigenze dei consumatori.

Il Ferramenta Day ha avuto il merito di creare un primo momento di aggregazione tra le grandi realtà del mondo dei grossisti italiani di ferramenta, un'aggregazione che ben presto ha portato ad una svolta in Assofermet, associazione che da anni risultava piuttosto statica.

Le aziende più importanti del settore si sono riunite attorno ad un tavolo organizzativo con un grande obiettivo: tracciare il nuovo corso sia di Assofermet, associazione di riferimento della ferramenta italiana, sia dell'intero comparto.

Come sottolineano le parole del presidente di Assofermet, Giovanni Bonadonna, in occasione dell'apertura del ferramenta day 2010:

“Sull'onda del successo di Ferramenta Day i maggiori distributori hanno sentito la necessità di condividere un percorso associativo comune che porti allo sviluppo dell'intero comparto, tutti insieme vogliamo allargare il tavolo ai nostri partner fornitori ed è per questo che il 21 gennaio 2010 ci ritroveremo con le aziende più importanti del settore a livello produttivo per cominciare a scrivere a due mani questo nuovo cammino; personalmente sono orgoglioso del lavoro svolto, dopo una carriera piena in questo settore, vedere un'accelerazione di questo tipo mi dà ancora energia e futuro”.

Con questa svolta il mondo dei grossisti di ferramenta ha ritrovato una forte unità che consente di immaginare sviluppi e opportunità importanti.

I mercati delle vernici e della ferramenta hanno trovato modo, il primo tra gli industriali (Assovernici) e il secondo tra i grossisti (Assofermet), di creare dei tavoli continuativi di confronto e di lavoro.

Lo stesso per il momento non è successo nel bricolage, che trova nel Brico Day della rivista BricoMagazine, l'occasione annuale dell'incontro e dell'approfondimento, ma che ancora non è riuscito ad esprimere un'aggregazione associativa organica e strutturata. Se ciò non è ancora avvenuto è perché l'impresa è più difficile e complessa nel mondo del bricolage, in esso infatti convergono mercati che vivono nella condivisione del consumatore privato solo una parte dei loro interessi commerciali, riponendo l'attenzione principale al mercato dei grossisti.

Nel bricolage non esiste ancora la volontà di porsi all'avanguardia in un movimento aggregativo che consenta di partorire una realtà strutturata con progetti e obiettivi precisi.

Forse perché ancora non è chiaro che i mercati del bricolage e del professionale sono sempre più distinti, con dinamiche e capacità di sviluppo proprie. Certamente esistono degli ambiti di sovrapposizione, tant'è che molti grossisti di Assofermet servono anche la grande distribuzione, come le grandi aziende di Assovernici sono impegnate fortemente nel mercato professionale ma anche nel bricolage.

Per questo sarebbe necessario che a fronte di strutture associative forti e dinamiche in ogni singolo comparto merceologico (ferramenta, vernici, utensili, giardinaggio, ecc.), corrispondesse anche un'aggregazione orizzontale, che comprendesse tutti i settori, mirata alla crescita, allo studio e allo sviluppo del bricolage in Italia: i prodotti sono gli stessi ma gli utilizzatori finali sono profondamente diversi (professionisti e privati).

C'è un altro elemento da non sottovalutare nei processi aggregativi che stanno caratterizzando il comparto: la stampa di settore.

Gli editori, i direttori e i giornalisti della stampa tecnica dei comparti sono probabilmente gli unici nel mercato ad avere una visione generale delle dinamiche che lo stanno caratterizzando. Sono gli unici che s'incontrano, discutono e si confrontano con le diverse aziende dei diversi comparti merceologici, avendo così la possibilità di sintetizzare problematiche ed esigenze comuni ai diversi mercati che hanno nel bricolage un punto di contatto importante.

# Leroy Merlin

in caso di casa

Leroy Merlin è una delle più importanti catene della grande distribuzione specializzata in Europa. In Italia è una realtà ben consolidata ed estremamente dinamica con una crescita costante, del fatturato e dei punti vendita.

Nasce in Francia nel 1923 dall'intuito commerciale di Adolph Leroy e Rose Merlin, in un paese che è stato la culla della grande distribuzione in Europa: la Francia.

Leroy Merlin Groupe è n°2 in Europa e n°6 nel mondo, ed è leader di settore in Francia, Spagna e Italia.

Nel mondo il gruppo Leroy Merlin è una realtà con solide basi e un know how unico, con 30.000 dipendenti e un fatturato di 4,8 miliardi di euro.

Oltre ai negozi Leroy Merlin e Bricocenter sono entrati nel gruppo le insegne AKI (Spagna e Portogallo) e i 400 punti vendita di WELDOM e si stanno diffondendo anche i punti vendita hard discount del bricolage con il nome BRICOMAN (Francia e Spagna).

Leroy Merlin, continuando il suo cammino di espansione in Italia, nel 1998 ha realizzato un ambizioso progetto: l'unione con la catena Bricocenter, con la quale ha costituito la Società Italiana Bricolage, n° 1 in Italia.

In ogni punto vendita è possibile trovare articoli per il bricolage, edilizia, decorazione e giardinaggio, per la costruzione, ristrutturazione, decorazione di casa e giardino.

Esperienza, professionalità e competenza è questa la filosofia di lavoro Leroy Merlin, per soddisfare a pieno tutti i clienti.

Assortimento, comodità, consulenza e servizio ne fanno la catena della distribuzione specializzata più apprezzata da professionisti e privati.

I valori di questa grande superficie di vendita, pongono il cliente al centro dell'attenzione, dando particolare importanza a tutto il working team dei punti vendita.

Senso della condivisione, passione per le persone e per il progresso, volontà di trasparenza e dovere dell'esemplarità. Sono queste le qualità richieste all'interno di Leroy Merlin.



# CULTO DEL CLIENTE

DO IT  
YOUR  
SELF

Funzionalismo  
Estetica  
Sostenibilità

Qualità prodotti

DO IT  
TO ME

Servizio assistenza  
Videocorsi  
Blog e forum  
Contest creativi

Artigianato specializzato  
Pregettazione virtuale  
Finanziamento

## IMPLEMENTAZIONE DEL SERVIZIO

### PRODOTTI

Edilizia  
Piastrelle  
Idraulica  
Laminati PVC  
Elettricità  
Utensileria  
Vernici  
Ferramenta  
Bagno  
Arredo sistemazione  
Falegnameria  
Tappeti  
Cornici  
Illuminazione  
Giardino

### SERVIZI

Rapporto con il cliente  
Taglio legno e vetro  
Realizzazioni cornici  
Confezionamento tende  
Consegna a domicilio  
Noleggio furgoni  
Posa a domicilio  
Reso merce  
Finanziamento  
Progettazione on line  
Video progetti  
Corsi di bricolage  
Giochi on line  
Concorsi Sondaggi  
Forum

|FR

## Il bricolage tra recessione, riuso e design

Nel mondo del bricolage stiamo assistendo ad una graduale rivoluzione culturale. Il manufatto costruito dal *bricoleur* non soddisfa più solamente una necessità funzionale, vuole sempre di più essere un prodotto bello da vedere, da esporre in casa e non più relegare in cantina o in garage.

I punti forti del bricolage, nonostante l'evoluzione culturale in atto, sono sempre gli stessi: prezzo, convenienza, semplicità e soprattutto, nei settori del legno e del giardinaggio, si mette in evidenza una vocazione biologica e ambientalista.

Produrre da soli un prodotto, realizzare da se i propri oggetti del quotidiano, sembra oggi una pratica quanto mai opportuna e conveniente.

Se da un lato è possibile immaginare una riduzione del costo finale dell'oggetto, per la chiara assenza dell'onere della manodopera, dall'altra è invece possibile immaginare il bricolage come un'attività capace di sfruttare appieno le potenzialità creative di ognuno di noi, come già teorizzarono le esperienze dell'architettura radicale e numerosi altri movimenti intellettuali del XX secolo.

Il momento storico e sociale in cui ci troviamo ha dato l'impulso all'elaborazione di tendenze intellettuali che vedono nella decrescita<sup>1</sup>, nel riuso, riutilizzo, riciclo e nell'auto-produzione concetti imprescindibili per la società di domani.

Fuori dal movimento della decrescita, ma altrettanto importante e in rapida diffusione troviamo la teorizzazione del riuso e riutilizzo dei vecchi oggetti, spesso considerati a fine vita.

Guido Viale<sup>2</sup> esprime nel suo libro "La civiltà del riuso – riparare, riutilizzare, ridurre" un concetto che è interessante, quanto già conosciuto, per gli appassionati del bricolage.

"... la cultura del riuso sembra pertanto imprescindibile dalla cultura della manutenzione, al punto che le due cose possono essere trattate come un'unica modalità di rapportarci alle cose del mondo. ...

La cultura della manutenzione e le competenze tecniche e manuali per sostenerla impregnano e consentono il ricorso all'usato in tutti quei casi che rappresentano la forma più tradizionale di prolungamento o duplicazione della vita di un oggetto: cioè quando per garantirne la funzione occorre ripararlo."

Il problema che emerge chiaramente da più fonti è che questo fermento intellettuale, sul tema dell'autoproduzione, non si interessi alle attività di bricolage in quanto pratica operativa.

Si parla di autoproduzione, di autocostruzione ma mai di bricolage o di fai da te.

1. Quando si parla di decrescita si intende una scuola di pensiero che fa capo a Serge Latouche, docente dell'Università di Paris Sud e studioso di antropologia economica, che con la sua "scommessa della decrescita" sostiene due concetti di base: il primo riguarda la consapevolezza che una crescita infinita in un pianeta dalle risorse limitate è una contraddizione nei termini; il secondo invece mette in evidenza come il Pil (Prodotto Interno Lordo) non possa essere adottato, come invece spesso accade, come strumento di misura del benessere di un Paese, ma eventualmente del ben-avere. In Italia sul tema è nato il movimento della "Decrescita Felice" che trova negli scritti di Maurizio Pallante un punto di riferimento. Cavallo di battaglia del movimento italiano, è lo stimolo all'autoproduzione, alimentare, ma non solo.

Questa assenza sollecita due riflessioni diverse: da un lato l'immagine e il vissuto della pratica del bricolage sono evidentemente ancora o sconosciuti o, peggio, snobbati dal mondo intellettuale, che dibatte sul tema.

Dall'altro si deve riscontrare una indiscutibile disattenzione di gran parte dei manager del settore alle elaborazioni delle nuove tendenze sociali: nuove tendenze in cui il bricolage e le sue espressioni produttive e distributive potrebbero e dovrebbero avere un ruolo centrale.

E' attraverso la pratica del bricolage che autocostruzione e riutilizzo possono trasformarsi da parole e concetti astratti in proposta concreta e operativa per i consumatori, portando il settore del bricolage ad affrontare la trasformazione dei mercati, con un progetto culturale e imprenditoriale di lungo termine.

Una soluzione estremamente interessante per risolvere il problema dell'aspetto estetico del manufatto bricolage è rappresentata da una nuova tendenza elaborata dall'architettura e del design per questo mondo: si tratta di proporre progetti studiati nella funzionalità e nel gusto da designer e affidati alla produzione fai da te.

Non si parla, in questo caso, di riuso e di riutilizzo, bensì di costruzione di un manufatto, sulla base dei disegni e delle indicazioni di un designer, utilizzando prodotti e semilavorati che si possono trovare facilmente in commercio nei centri per il bricolage.

Lo stimolo culturale del prodotto di design autocostruibile ha avuto da subito riscontri importanti, un progetto interessante lo si è visto durante il BricoDay 2009, quando gli architetti di Pop Solid presentarono il loro progetto "*Recession Design*".

Progetto successivamente esposto all'interno della mostra sull'autocostruzione al MAK Museum di Vienna.

Nel 2010 poi, questa nuova tendenza ha avuto una consacrazione ancora più importante con la Factory Sapienza Design dell'Università La Sapienza di Roma che ha presentato al SUN 2010 di Rimini, un analogo progetto, chiamato "*Design It Yourself*".

"La scelta, secondo noi intelligente di non percorrere la strada del riutilizzo, probabilmente più di moda in questo periodo, consente di serializzare i prodotti e mettere tutti nelle condizioni di realizzare i progetti proposti. In questo modo viene introdotto nel mondo del bricolage ciò che mancava e che non si poteva comprare: il buon gusto."<sup>3</sup>

Bisogna però rilevare come questa tendenza, ebbe una sua prima manifestazione già nel 1974, quando Enzo Mari, in aperto conflitto con il concetto di merce e di mercificazione, realizzò un volume sulla "Autoprogettazione" in cui presentava progetti di manu-

2. Guido Viale è stato un leader della protesta studentesca nel '68 e in seguito dirigente di Lotta Continua. Impiegato a Milano in una società di ricerche economiche e sociali, si occupa di politiche attive del lavoro in campo ambientale. È membro del Comitato tecnico-scientifico dell'Agenzia nazionale per la protezione dell'ambiente (ex Anpa, ora ISPRA).

3. Carlo Martino, designer e docente in disegno industriale presso l'Università La Sapienza di Roma. Estratto da un'intervista rilasciata per [designdiffusion.tv](http://designdiffusion.tv) presso SUN 2010.



fatti da realizzare da sé ma disegnati con le logiche e il gusto del design del tempo. Il fatto ininteressante è che durante l'edizione del Salone del Mobile di Milano 2010, la Artek, in occasione dei suoi 75 anni di attività, ha annunciato la messa in commercio della Sedia1 di Enzo Mari, rigorosamente in "scatola di montaggio".

Anche questo è un segnale inequivocabile di come il bricolage stia cambiando e si stia trasformando da pura manualità in progetto culturale, che regala immagine e prestigio a chi lo pratica: l'esatto contrario di quanto accadeva solo dieci anni fa.

## **Cosa sta diventando il bricolage?**

Occorre una ridefinizione e una reinterpretazione dei vecchi concetti che costituivano la base del marketing nel settore del bricolage. Occorre, infatti, tenere conto dell'enorme frammentazione dei consumatori e delle tante diverse esigenze che essi manifestano e dei mezzi che utilizzano per manifestarle, primo tra tutti internet.

I bricoleur - non professionisti che esegue per proprio conto e propria soddisfazione piccoli lavori manuali- possono essere identificati in due macrogruppi: il primo considera il bricolage un'attività gratificante, che a volte si trasforma in passione e in certi casi addirittura in una professione; il secondo considera questa attività una mera seccatura, necessaria nell'economia domestica, ma pur sempre una seccatura.

Il primo gruppo, quello dei "preparatissimi", comprende persone spesso in grado di risolvere molti dei problemi legati alla riparazione e alla manutenzione della casa ma che guardano prevalentemente alla qualità e ad un gusto funzionalista. Il secondo gruppo è composto principalmente da persone piuttosto improvvisate dal punto di vista tecnico, con risultati, in termini di manufatto finale, non sempre soddisfacenti e quindi demotivanti.

Siamo davvero in grado di fare del bricolage? E soprattutto ne abbiamo davvero voglia? In molti casi la risposta è no.

Il sondaggio proposto ai lettori di Bricoliamo.it definisce, nel 37% dei casi, il bricolage una seccatura. Il 36% ha dichiarato che il bricolage è risparmio e solo il 16% relax e l'8% soddisfazione.

Il denominatore comune tra i due gruppi lo troviamo nella mancanza, per motivi diversi, di gusto dell'estetica.

Nella pagina a fianco:

1. Pop Solid, Recession Design, 2010

La risposta del settore a queste necessità contrastanti tra loro, è un duplice approccio che può essere sintetizzato in due traiettorie: “*do it for me*” e “*do it myself*”.

Il *do it for me* è una nuova tendenza il cui è protagonista la famiglia. Essa, decide e acquista i prodotti necessari per un determinato intervento per la ristrutturazione o l’abbellimento della propria casa e affida in seguito il lavoro ad un artigiano specializzato. Questo fenomeno cresce sempre più velocemente (basti vedere il numero sempre maggiore di catene del bricolage che offrono anche il servizio di installazione e di montaggio con artigiani da loro selezionati).

Il *do it myself*, come visto nei paragrafi precedenti, proviene dal mondo del design, dalla quale arrivano nuove proposte che risolvono l’annoso problema della mancanza di gusto estetico nelle costruzioni casalinghe dei bricoleur.

In questo contesto finalmente dinamico, il marketing del settore, risponde con contenuti vecchi e sulla cui efficacia si potrebbe discutere, considerando le potenzialità ritenute da tutti inesprese del mercato del bricolage nazionale.

Oggi i consumatori, grazie a internet hanno orizzonti e fonti di informazione estremamente più ampi e articolati. Non a caso Philip Kotler<sup>4</sup> ha elaborato la teoria del “marketing della conversazione”, indispensabile per capire e comunicare con i propri clienti. Nel bricolage occorre un passo in più, parafrasando Kotler potremmo parlare di “marketing della consapevolezza”, nel senso che occorre mettere nelle condizioni il consumatore di fare le proprie scelte consapevolmente. Bisogna che il consumatore abbia la possibilità di sapere con grande chiarezza, trasparenza e immediatezza con chi ha a che fare, sia quando si trova davanti all’insegna di un negozio come al marchio di un prodotto.

Bisogna mettere nelle condizioni i consumatori di fare una scelta consapevole e orientata al miglioramento della propria qualità della vita.

Occorre lavorare su una nuova proposta culturale, in linea con le tendenze che stanno attraversando la nostra società: la didattica non è più un problema, sono gli stessi consumatori a rendersi conto se sono all’altezza di un lavoro o se preferisco affidarsi a artigiani specializzati per farlo. Occorre ascoltare la gente e fare tesoro dei loro pensieri e delle loro esperienze. Occorre costruire un’immagine positiva e gratificante dell’essere bricoleur.

4. Considerato uno dei pionieri del marketing sociale, è stato indicato come il quarto “guru del management” di tutti i tempi dal Financial Times (dopo Jack Welch, Bill Gates e Peter Drucker) e acclamato come “il maggior esperto al mondo nelle strategie di marketing” dal Management Centre Europe.



## **IL PREPARATISSIMO**

**Privilegia funzionalismo**

**Ottimizza spazio e tempo**

**Ricerca efficienza e qualità**

**Conosce gli strumenti e i  
metodi**

## **IL CIMENTATORE**

**Privilegia estetica**

**Sfruttare a pieno il suo  
potenziale creativo**

**Personalizza il progetto**

**Non conosce gli strumenti**

## **ATTIVITA'**

**Creazione ogettistica**

**Decorazione domestica**

**Posa**

**Tinteggiatura**

**Manutenzione**

**Impiantistica**

**Posa impianti**

**Lavori muratura**

**Falegnameria**

**Giardinaggio**

**Bigiotteria**

**Craquellè**

## **COSA C'è DI NUOVO**

**Volontà del bricoleur di realizzare un'esperienza  
psicologicamente gratificante**

**L'attività evolve da pura manualità a progetto crea-  
tivo e dona prestigio e soddisfazione in chi lo pratica**



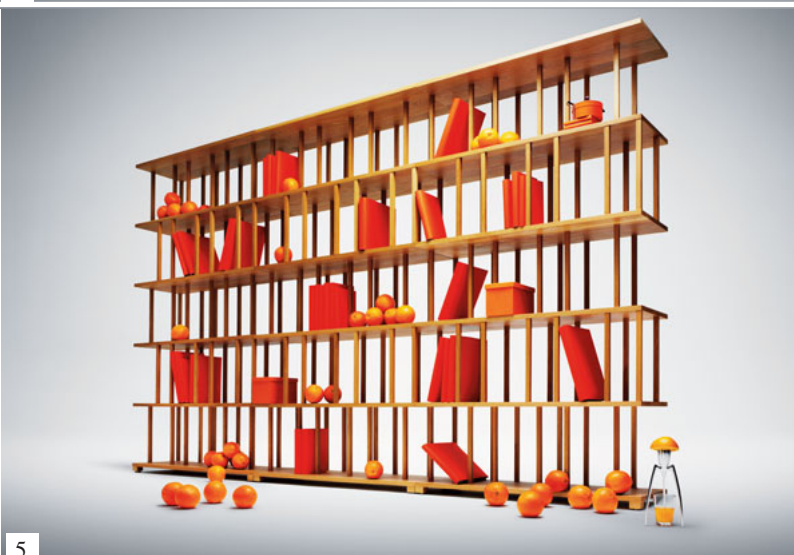
2



3



4



5



6

# I linguaggi compositivi nella casa contemporanea

Microarchitetture in salotto

L'arredo che più di altri sta trasformando la propria destinazione, adattandosi ai cambiamenti, sono le librerie moderne.

La libreria è un componente essenziale per almeno due motivi: quello di fungere come contenitore di libri, portafotografie, oggetti vari, etc.; e quello più estetico o di rappresentanza.

Una libreria non serve solamente per contenere libri e oggetti, ma può risultare essere un importante componente che può servire in vari modi a volte non inizialmente pensati: ad esempio per ottimizzare lo spazio, fungere da divisorio di alcune zone della casa.

Esistono inoltre librerie pieghevoli dallo stile innovativo che possono essere utilizzate sia nel senso orizzontale che in quello verticale. Una libreria tra le più originali sembra più un'opera d'arte.

Quando invece si parla di sistemi, si indicano tutti quei mobili che è possibile scomporre e comporre a piacere, che di conseguenza non hanno misure definite ma che possono essere realizzati in moltissime varianti, diverse per misura e posizionamento dei singoli elementi. Sono sistemi le librerie, i guardaroba e le pareti organizzate.

I sistemi d'arredo possono dunque svolgere diverse funzioni all'interno di una casa.

Oltre a contenere svariati oggetti di diversa tipologia e dimensione, in generale questi sistemi possono essere usati come elementi divisorii, per separare lo spazio senza la necessità di costruire pareti in muratura o cartongesso.

Oggi le librerie non solo semplicemente librerie, ma vere e proprie mini-architetture, fatte con i materiali più disparati e con le forme più inimmaginabili e artistiche, oltre che funzionali.

Con un sistema componibile, si può arrivare ad un buon compromesso separando lo spazio in modo leggero e non invadente e allo stesso tempo ricavare superfici di appoggio dove riporre libri, abiti e oggetti, sfruttando angoli, anfratti e corridoi.

I sistemi modulari componibili permettono in ogni momento l'adattamento agli spazi o alle diverse esigenze, ampliando o accorciando la composizione anche svariato volte dopo la prima "messa in opera".

Analizzando lo stato dell'arte è possibile differenziare i sistemi modulari componibili in due macro-aree: quella dell'elemento unico e quella della famiglia eterogenea di elementi.

Nel primo caso i moduli, visti singolarmente, appaiono elementi disordinati, scomposti, indeterminati, frammentati. Solo al momento della loro composizione questa frammentazione rivela la loro continuità nell'insieme, una continuità differente: leggera e

Nella pagina a fianco:

2. Angelo Mangiarotti, Sistema Cavalletto, Agapecasa, 2010 su brevetto 1960
3. Naoto Fukasawa, Shelf, B&B Italia, 2005
4. Charlotte Perriand, Plurima, Cassina, 1983
5. Autoban, Reedy Bookcase-247, De La Espada, 2010
6. Patricia Urquiola, Sequence, Molteni&C, 2011

veloce che ha il fascino e la qualità del “non finito”.

La seconda area di elementi, quella della famiglia eterogenea, indubbiamente aumenta la complessità del montaggio da parte degli utenti ma allo stesso tempo aumenta le potenzialità della composizione finale.

I singoli componenti sono ampiamente variegati per lasciare agli individui più spazio per la creatività soggettiva e ridotti all'essenziale in modo da ridurre al minimo le procedure di montaggio del sistema.

Il vantaggio di questi sistemi componibili sta proprio nella modulazione degli spazi che sono in grado di adeguarsi ad ogni sorta di esigenza e dimensione.

Analizzando questi prodotti nei materiali si deduce come la scelta di questi ultimi sia tendente al materiale povero e tradizionale (legno e acciaio), l'interesse infatti, si sposta nelle forme complesse e nell' “eccitazione” che riescono a generare nello spazio a partire da elementi intimamente semplici. con l'obbiettivo di cogliere il progetto della bellezza in chiave cosmopolita e globale.

La trasversalità viene qui riconosciuta come uno dei veri momenti di sviluppo, in cui il design opera nuove sintesi tra tecnologie, linguaggi e comportamenti.

La condizione di fluidità e la dissoluzione di una visione progettuale unilaterale spinge il designer a riconoscere il carattere a-centrato dei nuovi assetti ambientali e abitativi. La frattalità merceologica dei nostri giorni, fra l'altro, induce l'utente a una contaminazione culturale, a una profonda rivisitazione dei suoi schemi comportamentali e cognitivi.

## **Metamorfosi passive**

La poetica dell'opera aperta

Nella nostra cultura, che è inafferrabile, nomade, metamorfica e flessibile è comunque evidente che in generale un prodotto è un'entità inanimata le cui proprietà sensoriali e funzionali si esplicitano solo per volontà dell'utente: una lampada si vitalizza attraverso l'accensione e un divano si adatta a una stanza in base all'aggregazione dei moduli disponibili da catalogo.

Quello del prodotto conformato mediante l'intervento dell'utente è un universo, che anche se ha trovato in quest'ultimo decennio un discreto successo commerciale, è comunque frutto di ricerche e riflessioni maturate nel campo dell'arredo negli anni 60, perfino precedenti al design radicale.

In ogni caso possiamo ammettere che quella linea progettuale codifica una fase embrionale e predittiva, un'idea di prodotto aperto, metaforico, ripetibile  $n$  volte ed esten-

Nella pagina a fianco:

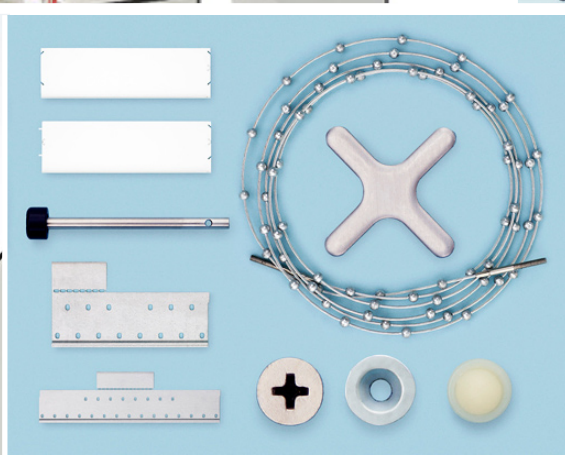
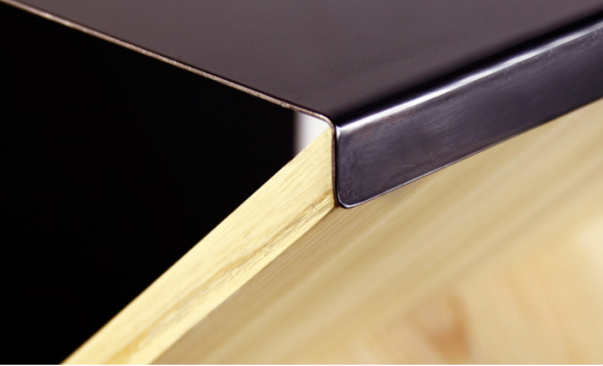
7. Noon Studio, Steel Too, 2009

8. Peter Marigold, Epp, Tilt, 2009

9. Florian Gross, Konnex, Muller Monelwerstatten, 2008

10. Peter Cohen, Cell, String, 2008

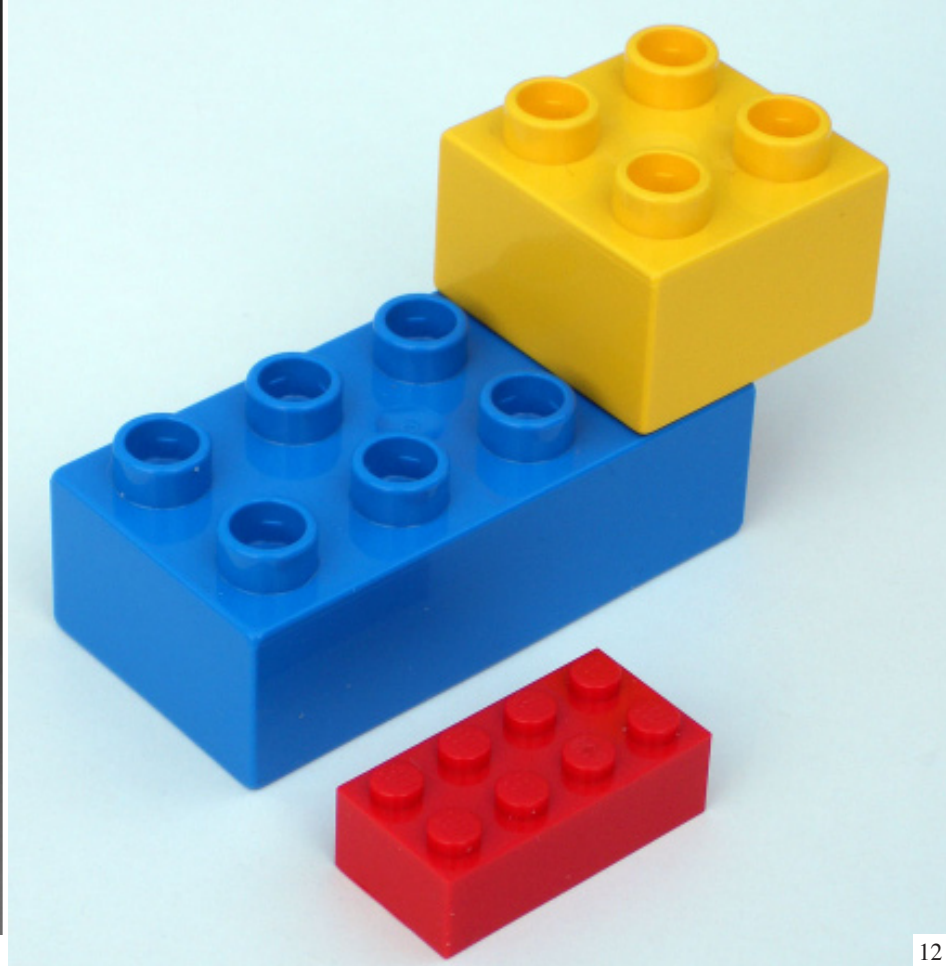








11



12



13



14



dibile all'infinito.

In apparente contraddizione con gli studi sui monoblocchi e sui sistemi integrati, si sviluppa all'epoca il filone dell'abitare componibile, modulare, dove era possibile rintracciare, anche nello stile domestico, un approccio democratico, partecipativo, basato su una relazione comunicativa e personalizzata con il fruitore.

Il prodotto d'arredo segue lo stesso destino dell'edilizia industrializzata.

L'elemento di base non trova significato né ragione di esistere se non nella fase applicativa. Sono prodotti intermedi, di transizione, identificati da un vero e proprio loro iter esistenziale. Sono mutevoli, non intenzionati a fissare una volta per tutte uno stile di vita. Per questo sono dotati di un'identità volutamente debole.

Talvolta l'aggragabilità diviene un valore aggiunto rispetto la funzione base: la sedia per bambini inventata da Marco Zanuso per Kartell diventa un castello da un "gioco" di incastri. Le strutture micro ambientali sono quanto mai fluide, l'utente interviene nella metamorfosi del prodotto medesimo, che può essere il frutto di un gesto creativo-reinterpretativo oppure di una necessità tecnica.

Dopo l'era del prodotto feticcio, che ha caratterizzato tanti paesaggi concettuali e domestici dell'ultimo secolo, il fattore metamorfico del design si sta riattualizzando in modo quasi fondativo.

La vera plasmabilità del design si realizza innanzitutto in termini ambientali, con la capacità di comandare la prestazionalità dello spazio anche in termini impalpabili e sensoriali. Ad esempio il controllo domotico dell'intera casa e il comando digitale di un frigorifero sono gli artefatti della nuova frontiera, grazie ai quali è possibile manipolare aria, suono, e cibo.

Ma ci avviamo ad affrontare l'uso di nuovi prodotti anche in senso comportamentale-processuale. Un alimento che asseconda le esigenze della nuova società fluida è predisposto ad un *work in progress* con un confezionamento che contiene ingredienti e suggerimenti per l'uso. La metamorfosi del prodotto sono di infinite tipologie e gradi. Da citare in questo contesto è anche la trasformazione a monte della produzione, ovvero al rapporto *custom made*, declinabile in base alle esigenze della clientela grazie alla capacità di intervenire nel processo *just in time*.

Nella pagina a fianco:

11. Marco Zanuso e Richard Sapper, K 1340, Kartell, 1967
12. Gotfred Kirk Christiansen, Lego, 1958
13. Victor Vetterlein, Sprig lamps, 2010
14. Jorre van Ast, Clampology, 2009



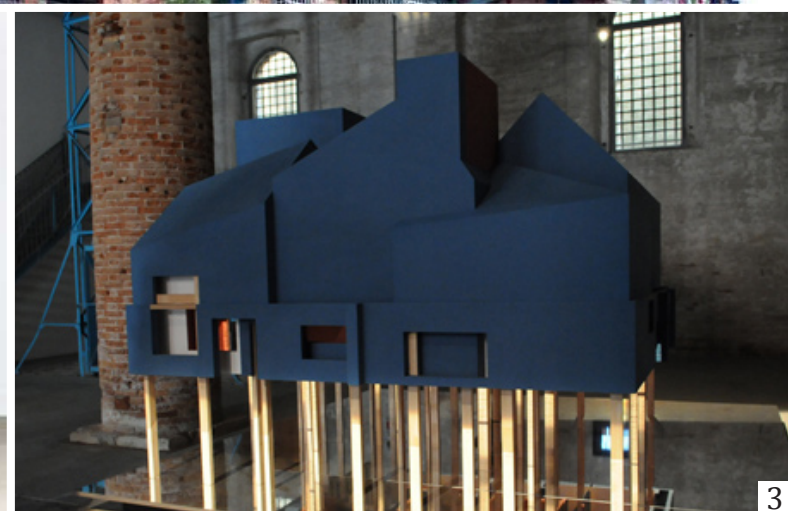
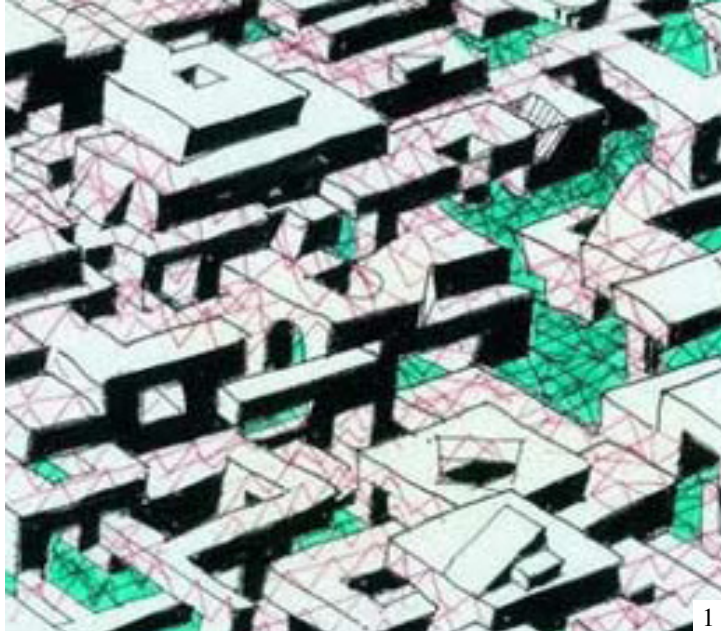
## Progetto

“L’opera d’arte non è più il punto terminale del processo creativo ma è un mezzo, un portale, un generatore di attività (...) L’arte contraddice la cultura del mercato passivo, diventando generatrice di comportamenti e riutilizzi potenziali.”

Nicolas Bourriaud

Estratto dal saggio - *Postproduction - Come l’arte riprogramma il mondo*, Postmedia, Milano, 2002







# Brief

*materiale*

Il brief qui proposto è il risultato delle considerazioni fatte durante la ricerca; ciò che si vuole progettare è un sistema prodotto fortemente integrato. La progettazione quindi di un prodotto tangibile e un ipertesto intangibile. La progettazione delle due aree del sistema è emersa in maniera contemporanea e parallela in un proficuo scambio di informazioni.

La giunzione che si vuole progettare dovrà permettere la creazione di strutture nel settore dell'arredo sistemazione. Progettare uno o più strumenti eterogenei e modulari che si prestino a diverse relazioni reciproche con: legno massello, legno verniciato, legno impiallacciato, componenti di falegnameria sfusa, laminati in metallo.

In linea con la ricerca sulle comunità e gli amatori, l'impronta di progetto dovrà essere creativa, divertente e pedagogica, comunicare conoscenza attraverso l'esperienza. Il progetto stesso dovrà essere considerato come un gioco per gli utenti che lo useranno. L'utente dovrà imparare in maniera divertente, sempre nell'ottica del gioco, a creare progettando arredo domestico.

Attraverso l'uso di questo sistema l'utente potrà effettuare un'esplorazione diretta della realtà scoprendo così l'autoprogettazione.

Il progetto dovrà prestarsi a infinite combinazioni facilitate dalla giunzione stessa. La giunzione necessiterà di un uso ridotto o nullo di attrezzi e sarà facilitata anche la modalità di composizione. Elevato valore estetico al contempo funzionale, comprensibile, facile, pratico e divertente. L'estetica sarà ispirata al mondo cantieristico. La volontà è quella di generare un oggetto volutamente non finito, indeterminato, sempre pronto a mutare col cambiare dei gusti e delle necessità.

Uno strumenti modulare che possa relazionarsi con prodotti già sul mercato

**Utilizzo attrezzi ridotto**  
**Compatibilità tra gli elementi**  
**Semplice**  
**Pratico**  
**Divertente**  
**Pedagogico**

Analogia con il mondo dell'edilizia industrializzata.

**Ripetibile  $n$  volte**  
**Estendibile all'infinito**  
**Aggregazione temporanea**

Nella pagina a fianco:

1. Schizzo progettuale di Yona Friedmann
2. Scorcio in una favelas
3. Mieke Dingen, Gravel plant, 2010
4. Droog, Tejo Remy, Chest of drawers, 1991
5. Doka, leader nel settore delle casseformi per cemento armato

## **Brief** *Immateriale*

E' possibile immaginare la progettazione di una piattaforma sulla base di esperienze già esistenti quali Etsy, Threadless, Innocentive e tante altre piattaforme virtuali che incentrano tutto il loro operato sul crowdsourcing.

Gli utenti in questa piattaforma potranno, innanzi tutto, consultare video corsi, istruzioni o semplicemente discutere con altri utenti più esperti.

Inoltre, all'utente verrà data la possibilità di caricare su questa piattaforma tutto ciò che egli sarà stato in grado di generare avvalorando quest'operazione con una ricompensa, che può essere di riconoscimento sociale ma anche economica.

In questo modo il catalogo di tutte le composizioni possibili sarà largamente composto da manufatti generati dagli utenti.

L'ipertesto che si progetterà avrà il compito principale di gestire tutte le azioni possibili tra gli attori del sistema prodotto, quindi: team progettante, fornitori, utenti, comunità.

Un ipertesto di condivisione contenuti con cui esplorare il mondo del bricolage e del design.

La piattaforma dovrà essere un momento di scambio di pareri, informazioni e conoscenze che avvengano in maniera ludica ma al contempo efficiente.

La comprensibilità e l'accoglienza del sito dovrà essere massima.

L'ipertesto permetterà l'acquisto e la consegna di tutto il materiale necessario per creare l'arredo sistemazione.

Il sito sarà la vetrina stessa del sistema prodotto e in esso saranno esposte tutte le iniziative e le offerte proposte dal brand.

I singoli utenti possederanno una pagina personale, un account, con la quale si relazioneranno con gli altri utenti, l'ipertesto permetterà la visione e la valutazione di combinazioni generate da altri utenti.

Una volta ricevuto un rating di voto concordato, la combinazione sarà acquistabile dalla comunità che l'ha selezionata, entrerà quindi a far parte del catalogo prodotti offerto dal brand.

L'ipertesto dovrà essere accessibile e comprensibile a svariate utenze, come per il progetto materiale, la comprensione dovrà essere chiara fin dalla primo sguardo ma essere anche complessa per chi sarà in grado di sfruttarne a pieno le potenzialità.





## L'iter progettuale

Lo studio del progetto di questa giunzione nasce con la prerogativa di essere estremamente versatile e quindi ottimale nell'utilizzo con differenti materiali, principalmente tavole in legno e laminati metallici.

Sin dalle prime fasi si è dunque resa palese la necessità di tenere in considerazione spessori dei piani anche molto diversi tra loro.

La funzione principale di Ideaperta è quella di legare a sè due o più pannelli, generando così "scatole" poi utilizzabili per stipare oggetti.

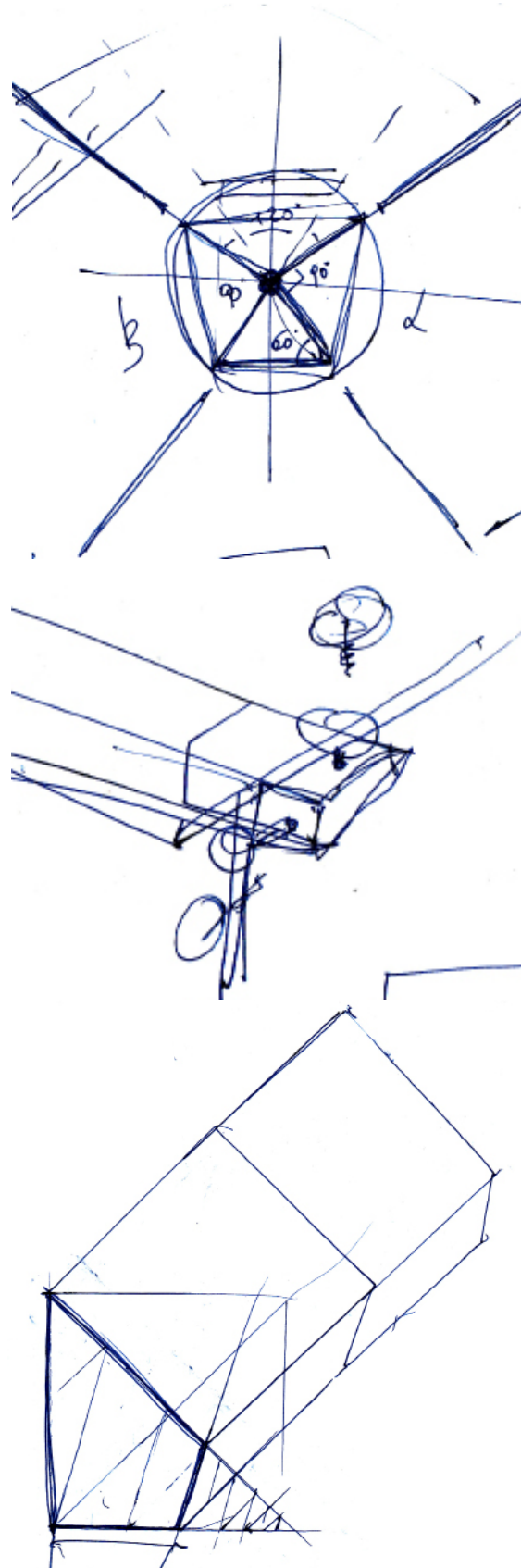
L'idea era quella di lavorare sugli spigoli, permettendo agli utilizzatori di creare sistemi variegati nelle forme, che dovevano essere "ortogonali" e "non ortogonali".

L'evoluzione progettuale è partita con un singolo elemento, particolarmente stretto, che già possedeva quattro differenti angoli, definiti come vincoli di progetto ( $90^\circ$ ,  $120^\circ$ ,  $45^\circ$ ,  $105^\circ$ ).

Parallelamente, è stato sviluppato un sistema che permettesse l'ancoraggio della giunzione ai pannelli, ispirato dagli strumenti di ferramenta quali: pinze a pappagallo e morsetti, clamps.

Questo elemento agisce perpendicolarmente al pannello aderendolo ad ogni singola faccia del giunto.

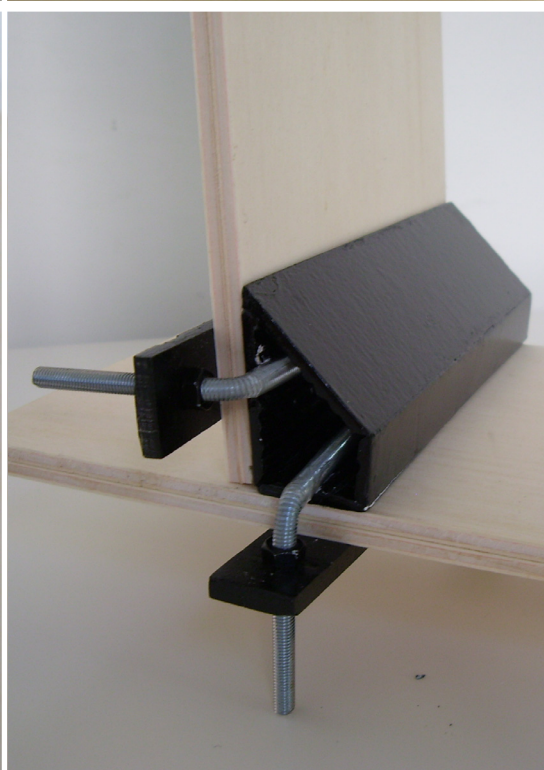
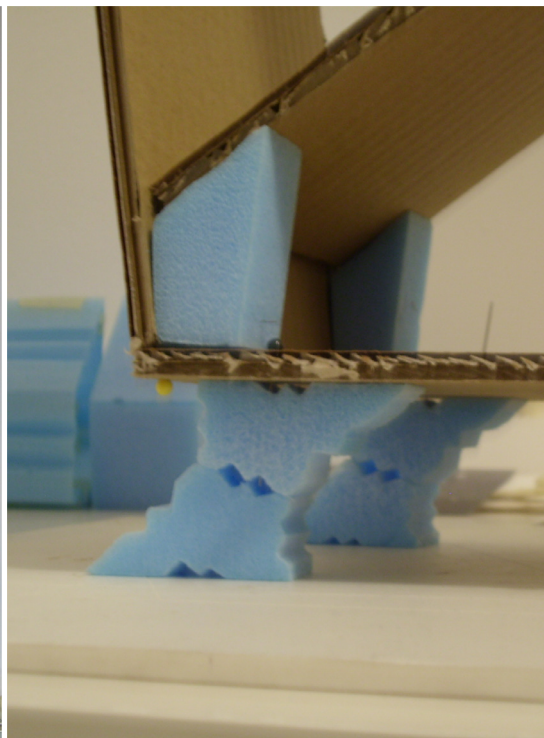
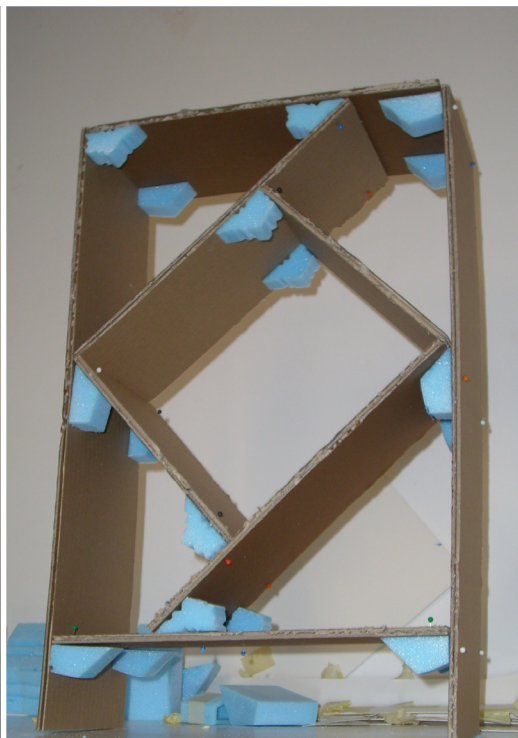
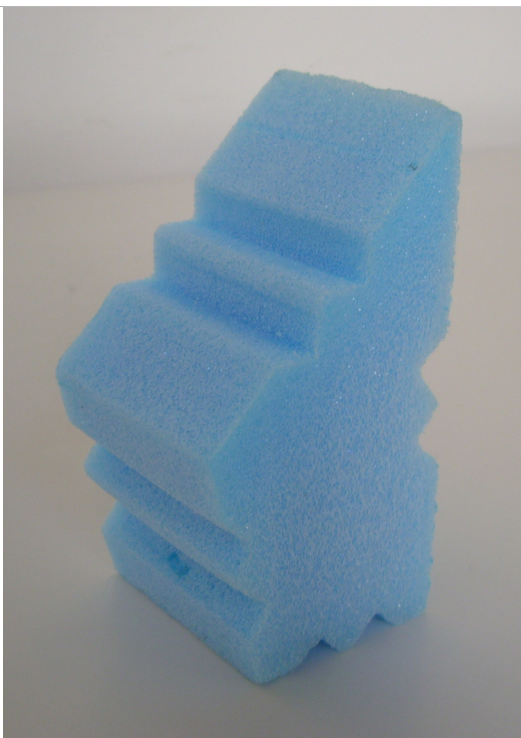
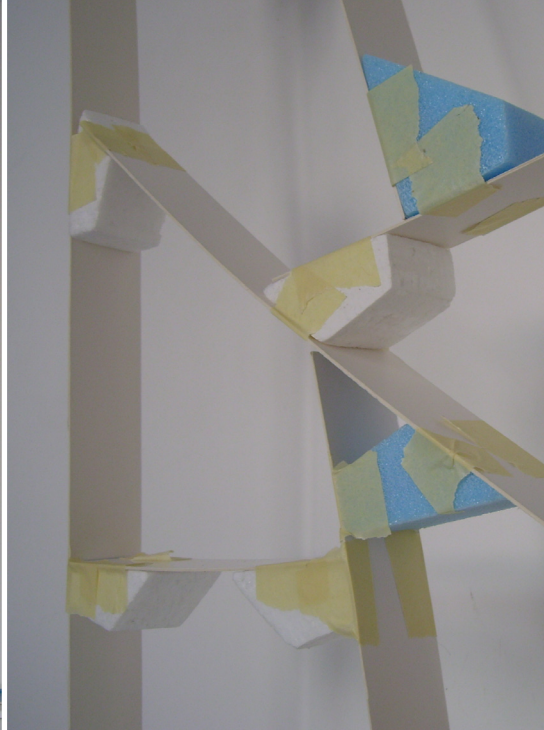
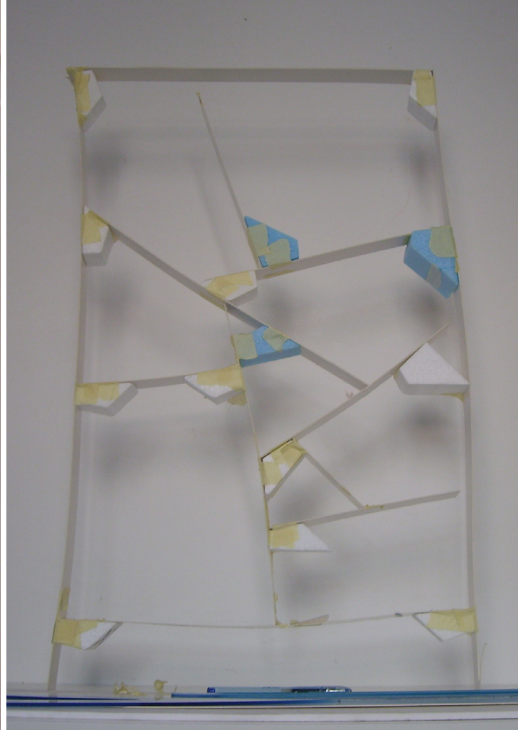
Infine, attraverso delle prove fisiche di montaggio e carico è stata constatata la necessità dell'elemento di aderire ad un'area maggiore nei pannelli per garantire una migliore sicurezza strutturale.



Nella pagina a fianco:

Primi modelli di studio della giunzione, e sperimentazione eseguita in scala 1:10  
Prova di carico su modello di studio scala 1:1.







## Sperimentazione

Il primo disegno di progetto testato su carico e montaggio ha evidenziato diversi problemi, primo tra tutti l'incompatibilità degli angoli che si veniva a creare in certe geometrie.

E' stata fatta quindi una riprogettazione a partire da nuovi angoli, il poligono stesso è stato modificato passando da quattro a cinque lati; gli angoli interessati in questa nuova generazione di progetto passano da quattro a sei. ( $30^\circ, 60^\circ, 90^\circ, 120^\circ, 150^\circ, 180^\circ$ )

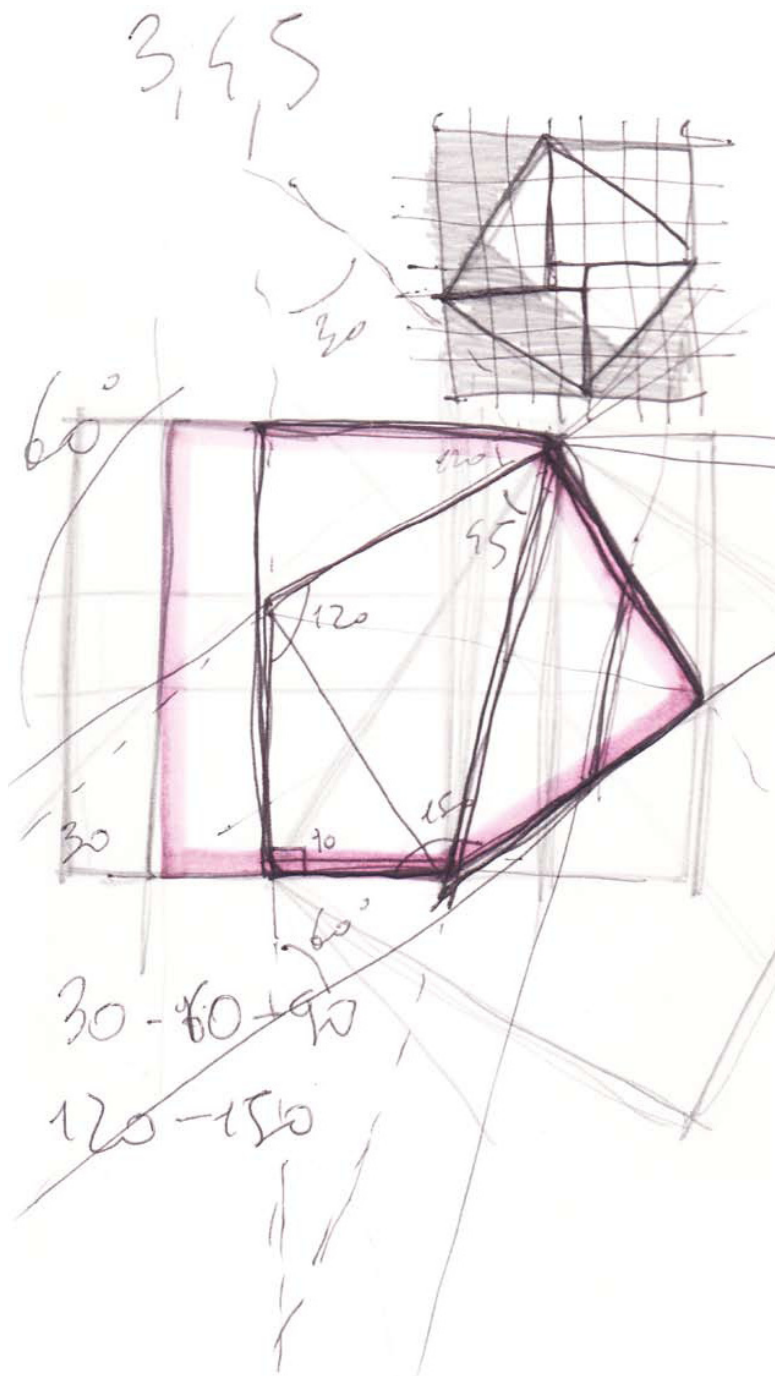
Identificati gli angoli su cui lavorare e identificati gli ingombri di massima, sono stati progettati diversi profili di cui sono stati creati i prototipi.

Il test sui prototipi ha permesso l'identificazione per profilo migliore, scelto perchè permetteva una migliore impilabilità.

Attraverso la creazione di differenti modelli di studio si è potuto effettuare una sperimentazione dei carichi sulle diverse geometrie.

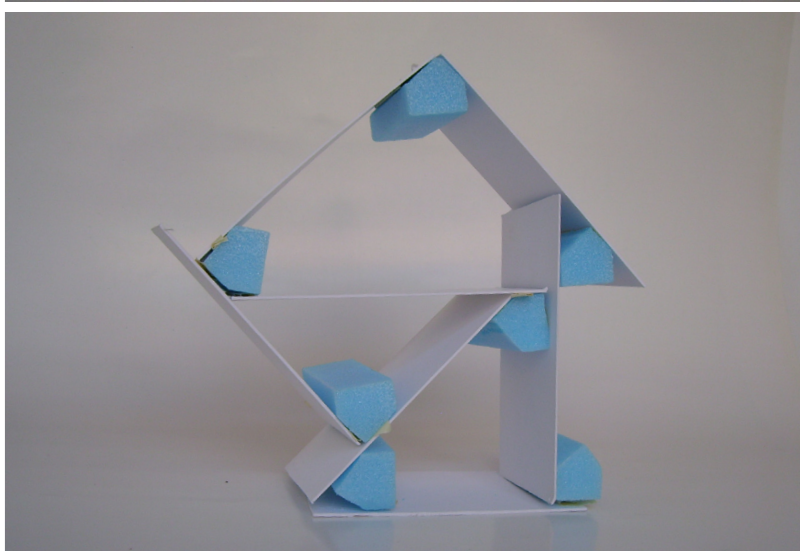
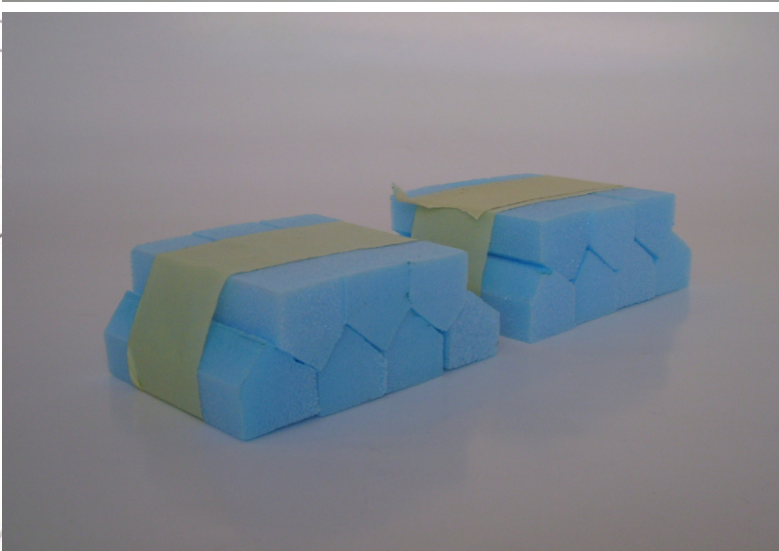
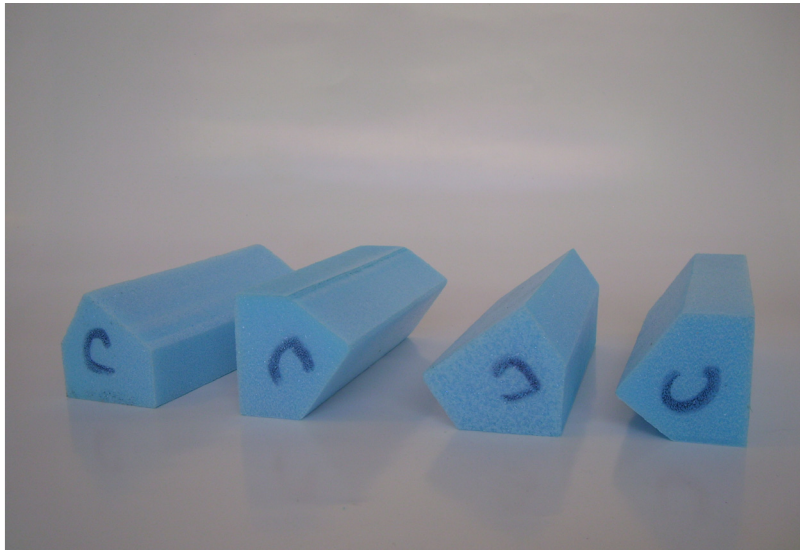
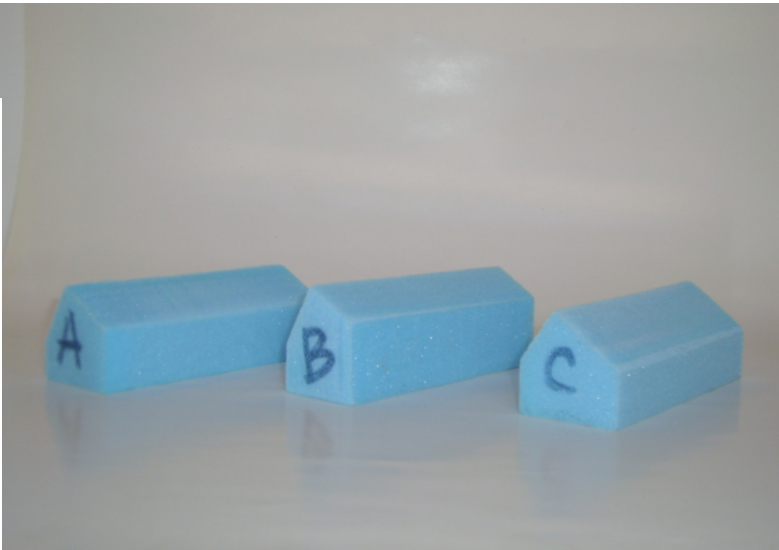
Sono stati analizzati comportamenti e resistenza dei giunti anche in condizione di stress.

La sperimentazione dei limiti della giunzione ha poi suggerito i modelli principali delle composizioni e tracciato le direttive per le prime composizioni suggerite.



Nella pagina a fianco:

Seconda generazione di modelli di studio della giunzione, prove di impilabilità e packaging. Nuove sperimentazioni eseguite sia in scala 1:10 che 1:1





# Ideaperta

Ideaperta è un sistema componibile per l'arredo domestico pensato per il bricoleur "contemporaneo" capace di generare arredo sistemazione per l'ordine domestico.

Il progetto, mira ad un'apertura totale nei confronti dei consumatori che, in maniera ludica ed esplorativa, potranno sperimentare al massimo le potenzialità di questo sistema.

Grazie ai contributi creativi degli utenti l'intero sistema prodotto sarà portato ad un continuo superamento di se stesso.

Il titolo "ideaperta" è stato un riferimento all'open source, un software i cui autori permettono, anzi, favoriscono il libero studio e l'apporto di modifiche da parte di altri programmatori indipendenti.

La giunzione Ideaperta, come accennato precedentemente, possiede la qualità di connettere saldamente tra loro differenti pannelli, anche di materiali differenti, senza la necessità di lavorare sul pannello stesso, quindi liberando il bricoleur dagli oneri che conseguono la lavorazione del legno.

La qualità estetica del prodotto, rende originale la composizione finale che potrà essere esposta fieramente all'interno della casa del consumatore-creatore.

La volontà è quella di generare un oggetto volutamente non finito, indeterminato, sempre pronto a mutare col cambiare dei gusti e delle necessità. L'estetica è ispirata volutamente al mondo cantieristico.

Il sistema viene distribuito e venduto in un pacchetto unico che contiene dieci giunzioni e un set di quaranta clip.

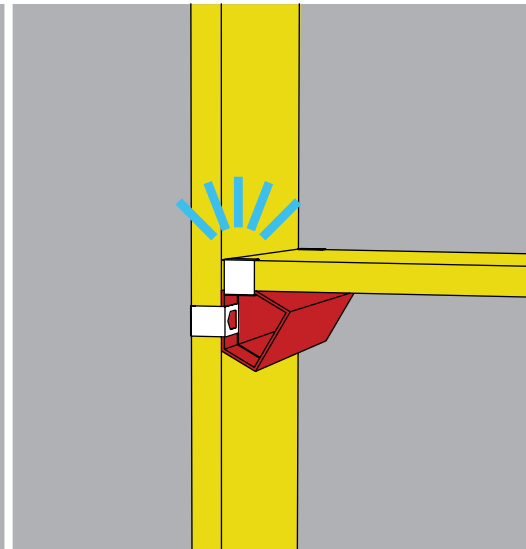
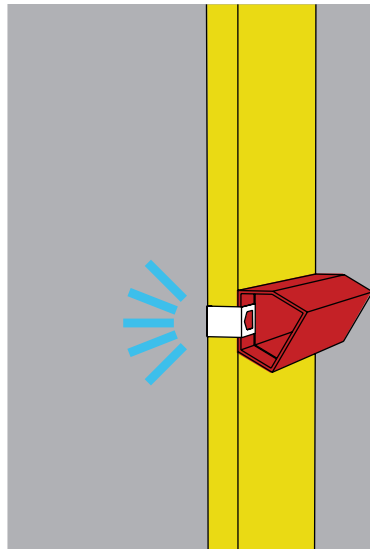
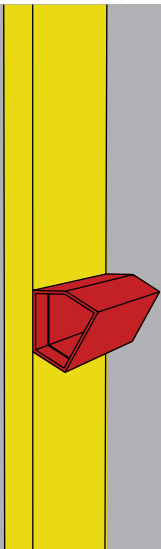
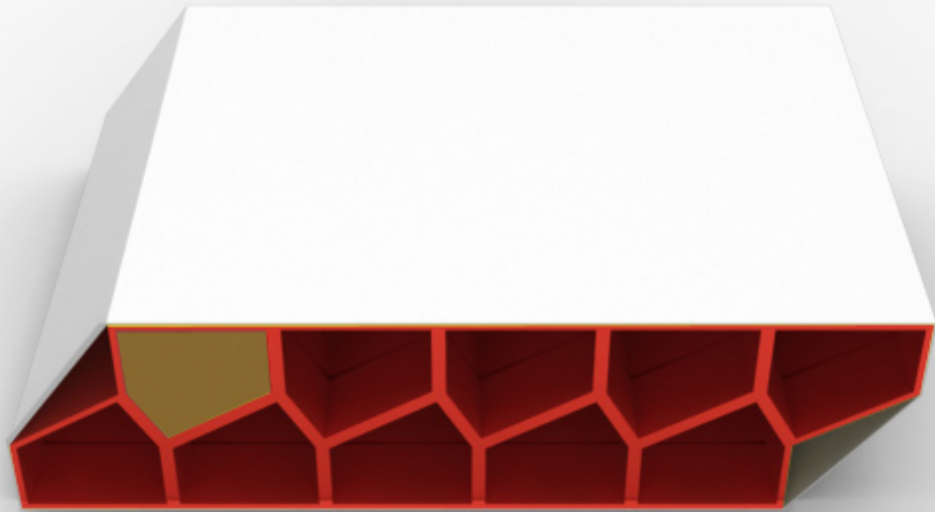
Le giunzioni sono accuratamente impilate in un gruppo compatto che permette l'impilabilità degli elementi tra loro e lo stoccaggio dei pacchetti da dieci.

Le clip sono contenute in una scatola in cartone a sua volta inserita all'interno di una giunzione. La costituzione del packaging permette di identificare immediatamente il colore e la finitura delle giunzioni, e dona anche un carattere unico alla presentazione del prodotto.

## Storyboard

1. Il primo passo per montare uno scatolare è quello di fissare la giunzione ad un singolo pannello. Roteando i vari lati del prisma il consumatore potrà scegliere (progettando prima o semplicemente sperimentando al momento) l'angolo da utilizzare.
2. Fissa le clip a coppie di due, tra la cavità del giunto e il lato opposto del pannello.
3. Fissa un nuovo pannello ad una delle facce libere rimaste con la stessa procedura descritta sopra.
4. Ripeti queste operazioni più volte per creare la tua libreria.





## La geometria

Nello sviluppo del profilo del prodotto è stata approfondita la geometria euclidea e le relazioni esistenti tra gli angoli. L'intento è stato quello di creare un profilo dove la combinazione di angoli scelti permetta una la creazione di forme in maniera nella maniera più semplice possibile. Di seguito il principio base sulla quale è basata la scelta degli angoli.

Nella geometria euclidea la somma degli angoli interni di un triangolo è sempre di 180 gradi. Più in generale, data una qualunque figura geometrica convessa di  $n$  lati, la somma di tutti i suoi angoli interni è uguale a  $(n-2)*180^\circ$  gradi.

Un caso particolare è dato dal quadrato, che ha quattro angoli retti, la cui somma è infatti 360 gradi. Analogamente, la somma di tutti gli angoli interni di un pentagono, regolare o meno, è uguale a 540 gradi.

In altre geometrie, dette Geometrie non euclidee, la somma degli angoli interni di un triangolo può assumere sia valori maggiori che minori di 180 gradi.

Nella nomenclatura degli angoli di ampiezza compresa tra  $0^\circ$  e  $360^\circ$  si è soliti usare aggettivi particolari per gli angoli associati a un angolo dato in quanto suoi "angoli di complemento" rispetto agli angoli fondamentali retto, piatto e giro.

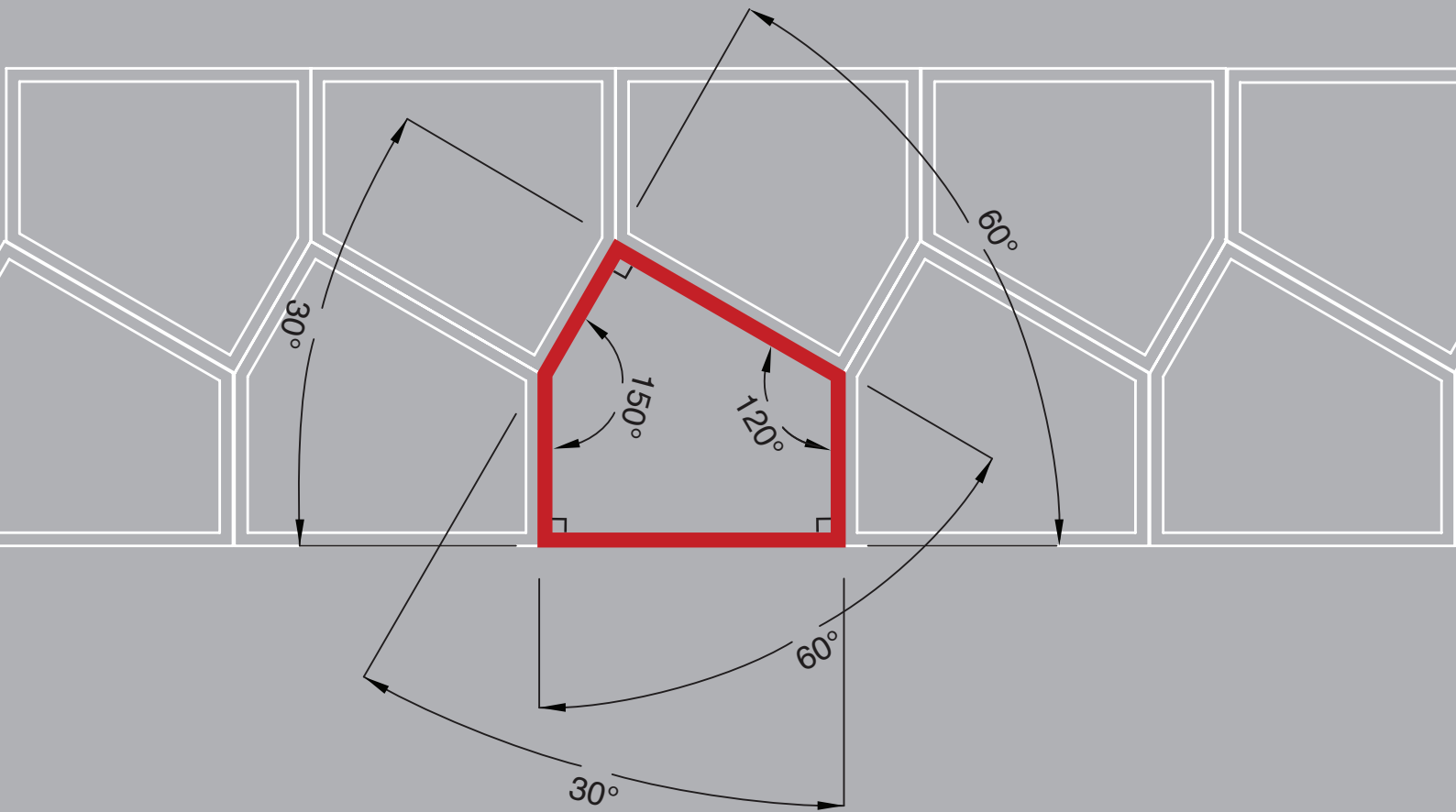
Si dice complementare di un angolo di ampiezza  $\alpha$  ogni angolo avente come ampiezza la  $\beta$  "mancante" per ottenere un angolo retto, cioè tale che sia  $\alpha + \beta = 90^\circ$ . Da questa definizione segue che due angoli complementari devono essere entrambi acuti e che ha senso attribuire un complementare solo ad un angolo acuto.

Si dice supplementare di un angolo di ampiezza  $\alpha$  ogni angolo avente come ampiezza la  $\beta$  "mancante" per ottenere un angolo piatto, cioè tale che sia  $\alpha + \beta = 180^\circ$ . Da questa definizione segue che ogni supplementare di un angolo acuto è un angolo ottuso e viceversa, mentre ogni supplementare di un angolo retto è anch'esso un angolo retto. Quando due angoli supplementari sono anche consecutivi, cioè hanno in comune solo una semiretta, vengono detti anche angoli adiacenti.

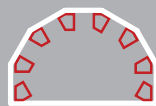
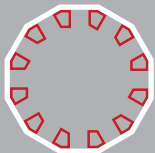
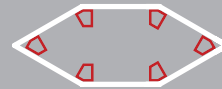
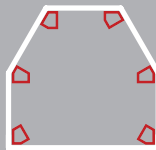
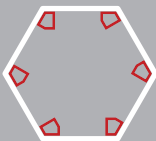
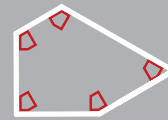
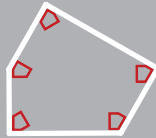
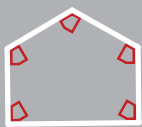
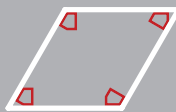
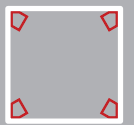
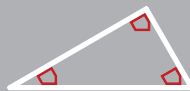
Si dice esplementare di un angolo di ampiezza  $\alpha$  ogni angolo avente come ampiezza la  $\beta$  "mancante" per ottenere un angolo giro, cioè tale che sia  $\alpha + \beta = 360^\circ$ . Ne segue che ogni esplementare un angolo concavo è un angolo convesso e viceversa, mentre ogni esplementare di un angolo piatto è anch'esso piatto.

### Angoli interessati

$30^\circ, 60^\circ, 90^\circ, 120^\circ, 150^\circ, 180^\circ$



### Alcune forme possibili



# La tecnologia

## Giunzione

L'estrusione è un processo di produzione industriale di deformazione plastica che consente di produrre pezzi a sezione costante (ad esempio tubi, barre, profilati, lastre). Essa è utilizzata per i materiali metallici (come l'acciaio, l'alluminio o il rame),

L'estrusione consiste essenzialmente nel forzare per compressione il materiale, allo stato pastoso, a passare attraverso una sagoma ("matrice" o "filiera") che riproduce la forma esterna del pezzo che si vuole ottenere. Se la sezione di questo è cava, sarà presente un'anima che riprodurrà il profilo della cavità interna. All'uscita dalla matrice il materiale viene raffreddato.

La fresatura è una lavorazione meccanica a freddo per asportazione di truciolo, che permette di realizzare un pezzo finito, la cui forma è stata definita a progetto, partendo da un pezzo grezzo di metallo e asportando il materiale in eccesso, che è detto sovra-metallo.

La lavorazione viene effettuata mediante utensili detti frese, montate su macchine utensili quali fresatrici o fresalesatrici.

La fresatura, a differenza di altre lavorazioni più semplici, richiede la rotazione dell'utensile e la traslazione del pezzo: i taglienti della fresa, ruotando, asportano metallo dal pezzo quando questo viene a trovarsi in interferenza con la fresa a causa della traslazione del banco su cui il pezzo è ancorato.

La finitura, che consiste in una asportazione limitata di metallo, consente di rispettare il progetto per quanto riguarda le tolleranze delle dimensioni e il grado di rugosità delle superfici.

## Clip

La tranciatura è un processo di deformazione plastica eseguito su lamiera.

Esso consente, tramite l'utilizzo di un punzone e di una matrice di ottenere sulla lamiera fori o pezzi pieni di forma anche complessa in tempi brevi e con costi molto contenuti.

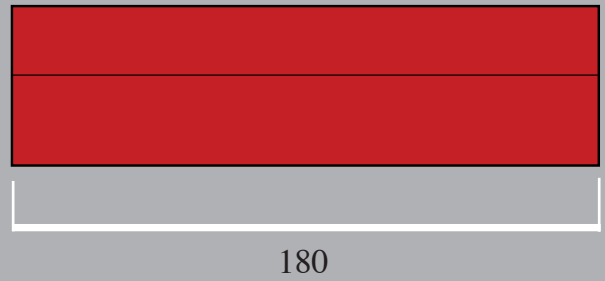
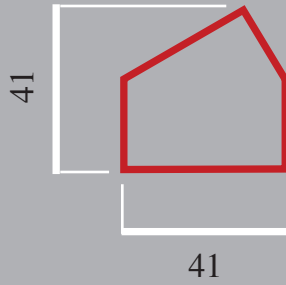
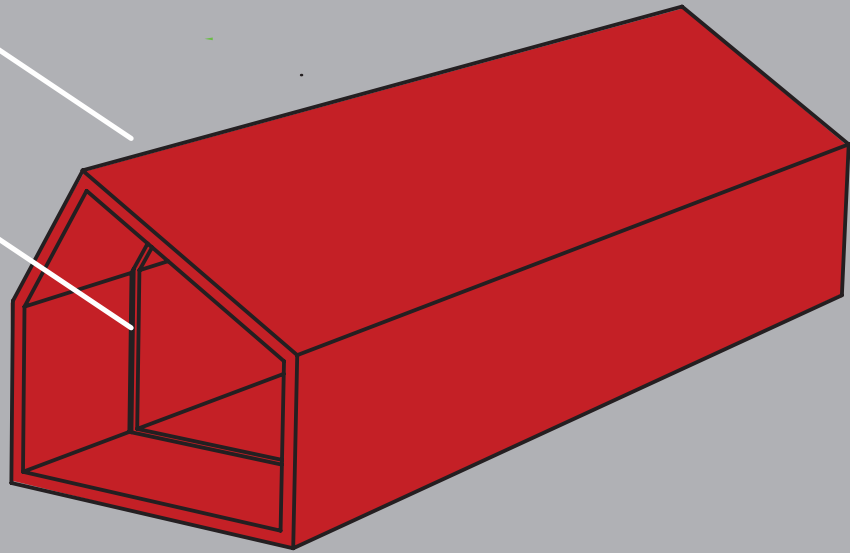
Per ogni lavorazione si produce uno o più pezzi finiti e uno sfrido. Tra matrice e punzone deve sussistere un gioco ben preciso in quanto un gioco troppo alto causerebbe l'inflessione dei bordi della lamiera e presenza di bave in eccesso e un gioco troppo basso fratture secondarie e un aumento della forza di tranciatura.

Analizzando le varie fasi del processo, prima il punzone si abbassa fino al contatto con la lamiera che in una prima fase si deforma e si inflette iniziando a penetrare nella matrice. Al raggiungimento della tensione di rottura a taglio del materiale, si genera una frattura e avviene la separazione del materiale.

L'utilizzo di un premilamiera in questa lavorazione evita che la lamiera si infletta verso l'alto (nella fase di estrazione dei punzoni dal nastro) e previene la formazione di bordi irregolari e taglienti. Infine una volta separato il tranciato, il punzone provvede alla sua espulsione fino alla zona sformata della matrice (angoli di sformo) dopodichè si ha la caduta libera e raccolta del tranciato.

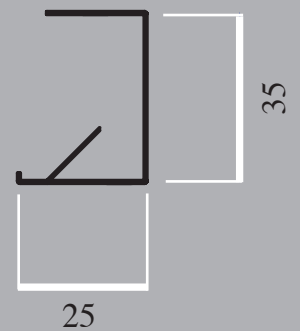
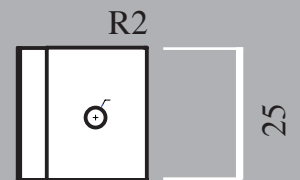
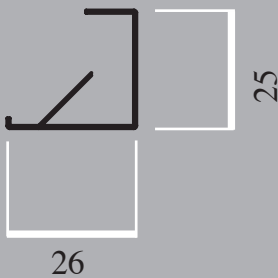
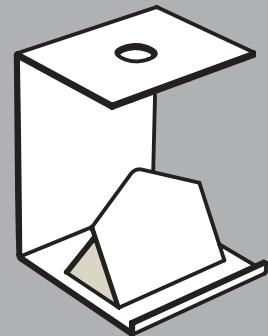
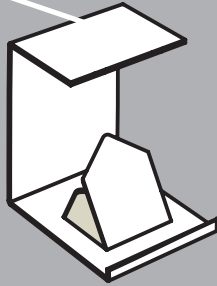
Estruso in alluminio  
Spessore: 1.5mm

Fresatura interna



Tranciatura e  
piegatura lamiera con  
nervature di rinforzo

Spessore: 1mm



## I corridoi di scelta

In negozio sarà possibile effettuare diverse scelte a seconda dell'impiego che si vuole fare del mobile, la progettazione del prodotto è stata pensata per permettere la creazione di corridoi di scelta. L'intento è quello di offrire una varietà di combinazioni possibili ampia ma allo stesso tempo semplificare la scelta attraverso dei canali pre orientati.

Le potenzialità del sistema modulare permette la creazione di arredo sistemazione modificabile in due differenti canali: uno funzionale/dimensionale, l'altro estetico.

### **Profondità dello scaffale**

Dipende dall'uso che si vuole fare del mobile, le tre opzioni vanno da un piccolo mobile porta oggetti a grandi scaffalature per gli ambienti di servizio, rispettivamente 180mm, 280mm, 450mm.

### **Spessore delle tavole**

Sono state pensate due scelte legate ai due tipi di clip progettate.

La prima clip è pensata per un mobile con un carico leggero, le clip sono di tipo snap autobloccante.

La seconda soluzione prevede un mobile con carico appesantito, le clip pur essendo di tipo snap prevedono l'inserimento di viti autofilettanti per aumentare tutta la stabilità strutturale della composizione.

### **Materiale tavole impiegate**

La scelta dei materiali è legata al distributore che li commercializza la previsione è di utilizzare tutte le tipologie di assi: legno massello, nobilitato e multistrato.

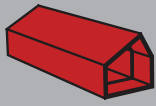
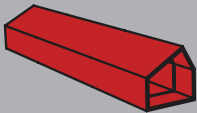
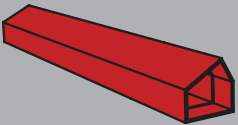


### **Colori**

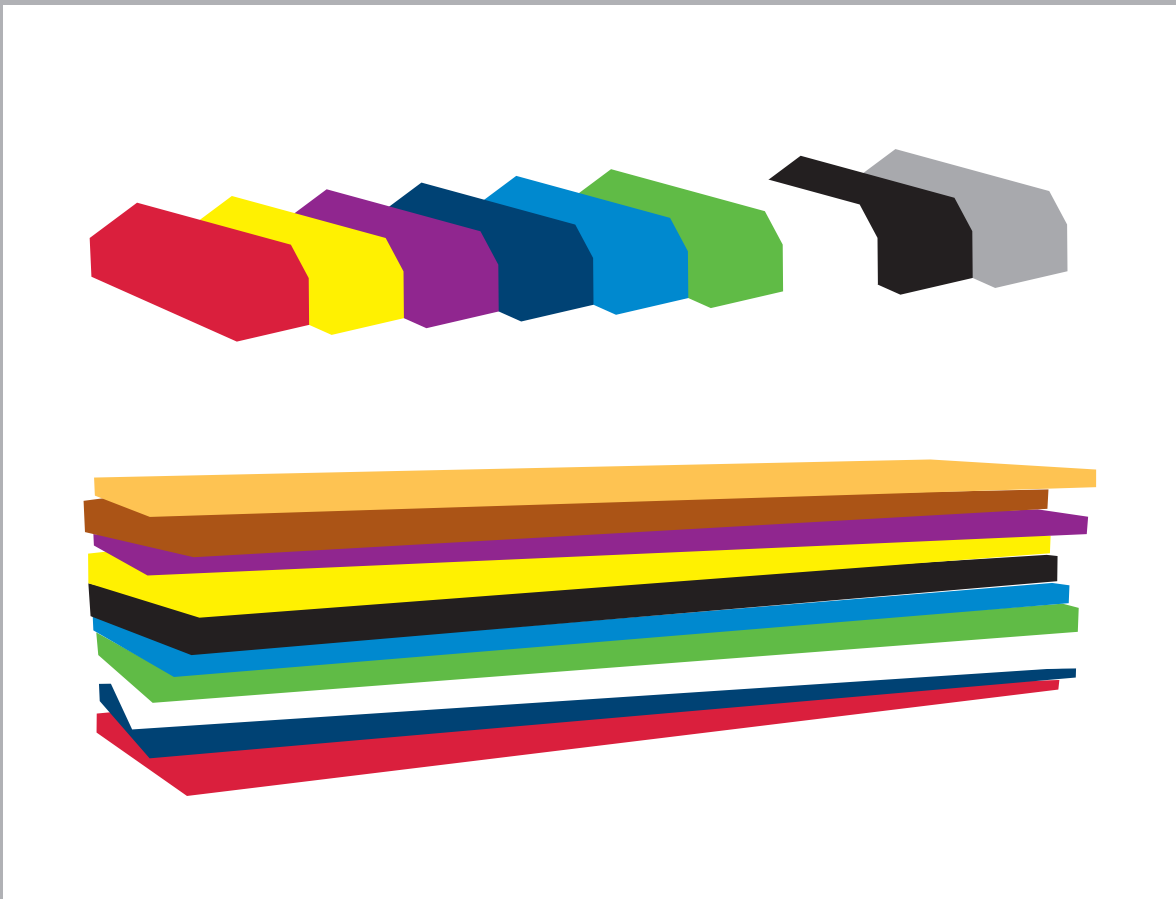
La scelta dei colori interesserà tutti gli elementi del sistema, rispettivamente tavole, giunzioni e clips.

Anche in questo caso esisteranno delle traiettorie di scelta, verranno infatti presentate al mercato abbinamenti di colore pre-assortiti.

L'utente sarà comunque libero di ripensare gli abbinamenti in nuove combinazioni libere.



	 180 mm	 280 mm	 450 mm
 20 mm	Kg	Kg >	—
 30 mm	—	Kg >>	Kg >>



## Composizione suggerite

Insime al sistema verranno presentati degli utilizzi suggeriti, rivolti agli utenti più inesperti, che potranno così o eseguire le istruzioni alla lettera o lavorare sulla base di queste per generare nuove composizioni adattate alle loro esigenze.

Sono stati presentati tre tipologie di mobile: uno scaffale funzionale ed economico, composto da tavole di legno massello; un mobile multiuso pensato per il living in truciolare laminato; una parete attrezzata in legno nobilitato.

Il primo modello, caratterizzato da un'estetica funzionalista e ortogonale, permette di sfruttare gli spazi inutilizzati della casa come sottoscala o garage, adattandosi in maniera versatile ambienti di servizio, spesso irregolari.

Il secondo è un esempio di come il sistema permetta senza nessuna difficoltà di accoppiare tra loro pannelli di diverso materiale, dando così la possibilità agli utenti di integrare al meglio il prodotto con il resto dell'arredo casa.

Scaffale funzionalista ed economico.

Permette di adattarsi agli ambienti di servizio della casa.

**Tavole:** Legno massello 30mm

**Dimensione:** 2500 X 2000mm

**Giunzioni:** 30pz

**Profondità:** 450mm

Libreria multiuso.

Si integra al meglio con il resto dell'arredo casa.

**Tavole:** Legno nobilitato 20mm

**Dimensione:** 2300 X 1900mm

**Giunzioni:** 35pz

**Profondità:** 280mm

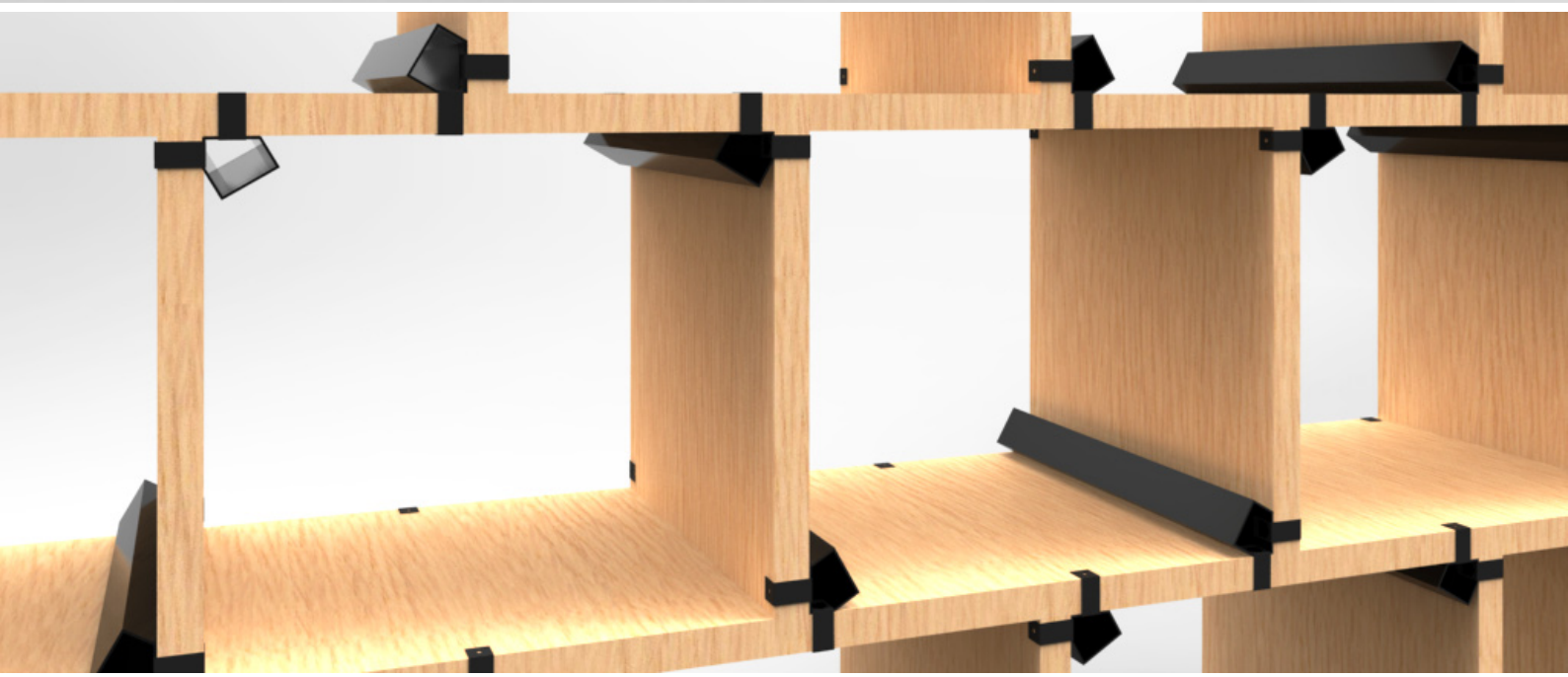
Libreria parete attrezzata.

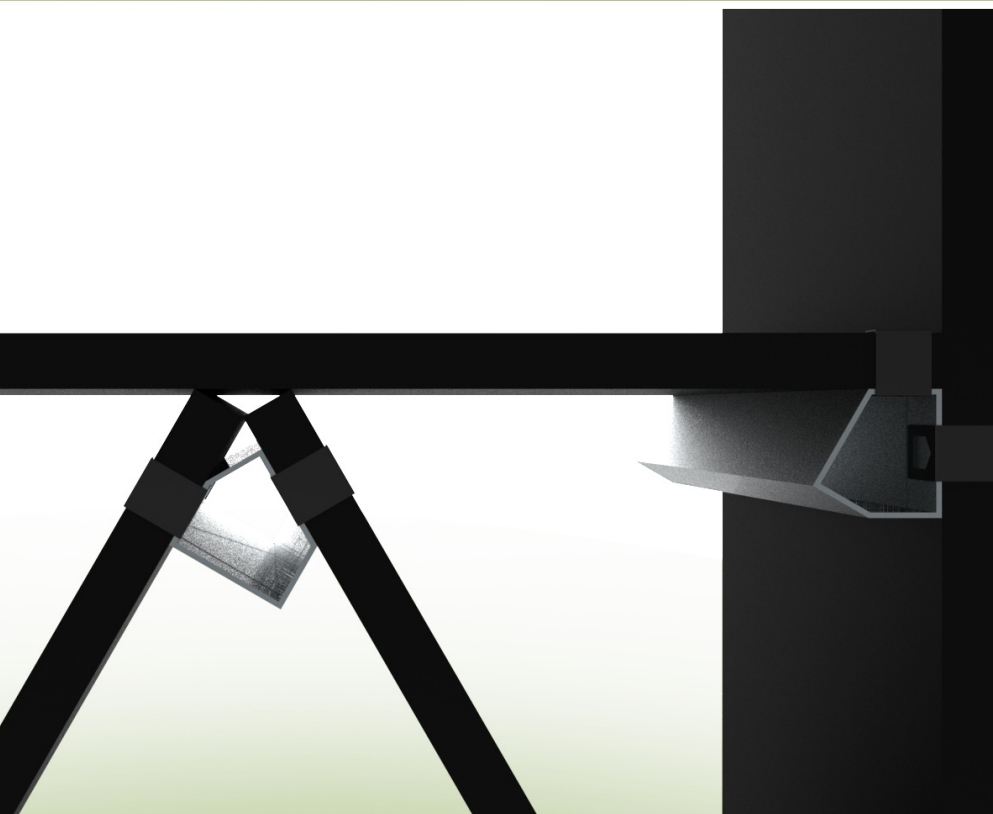
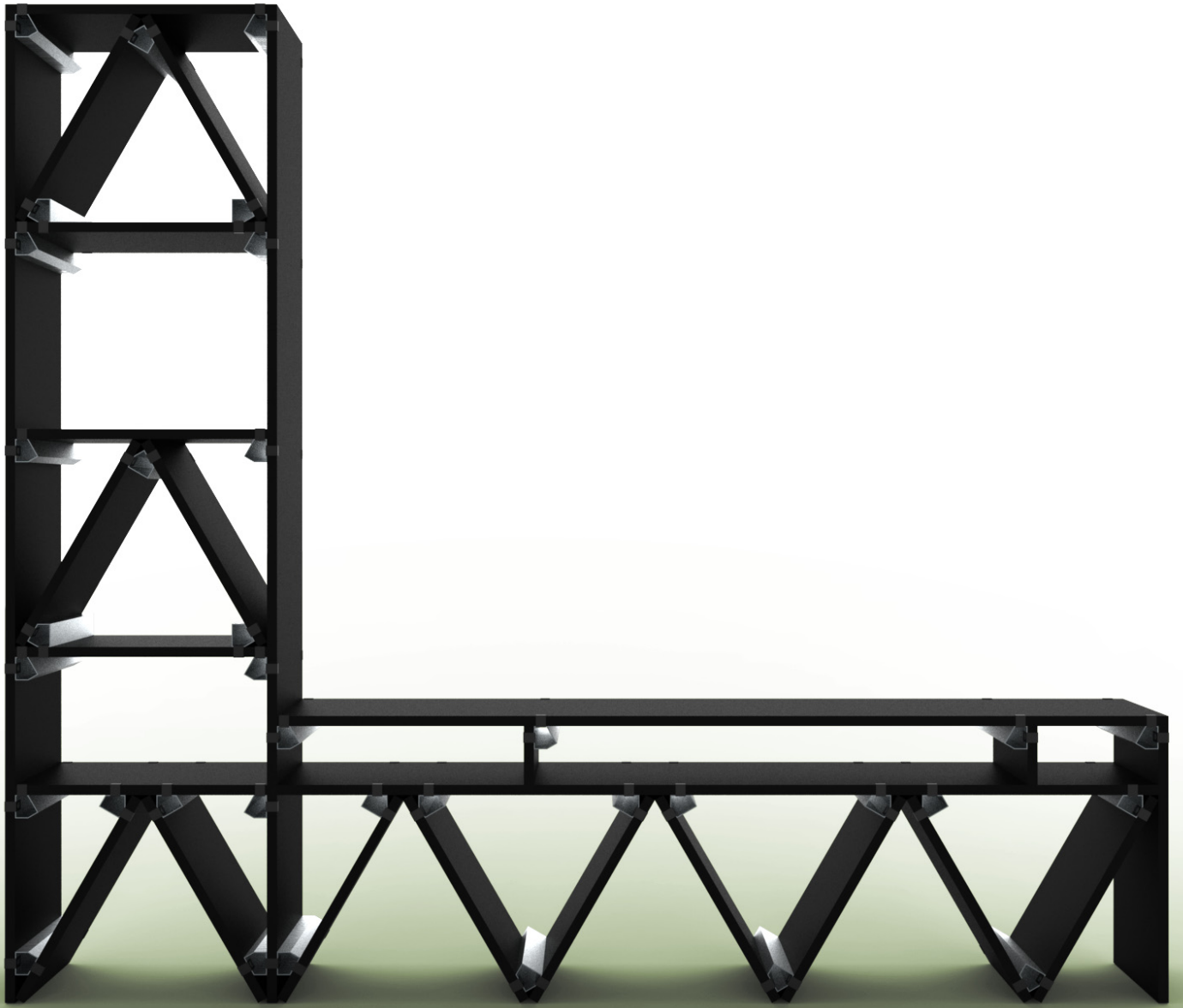
**Tavole:** Legno nobilitato 20mm

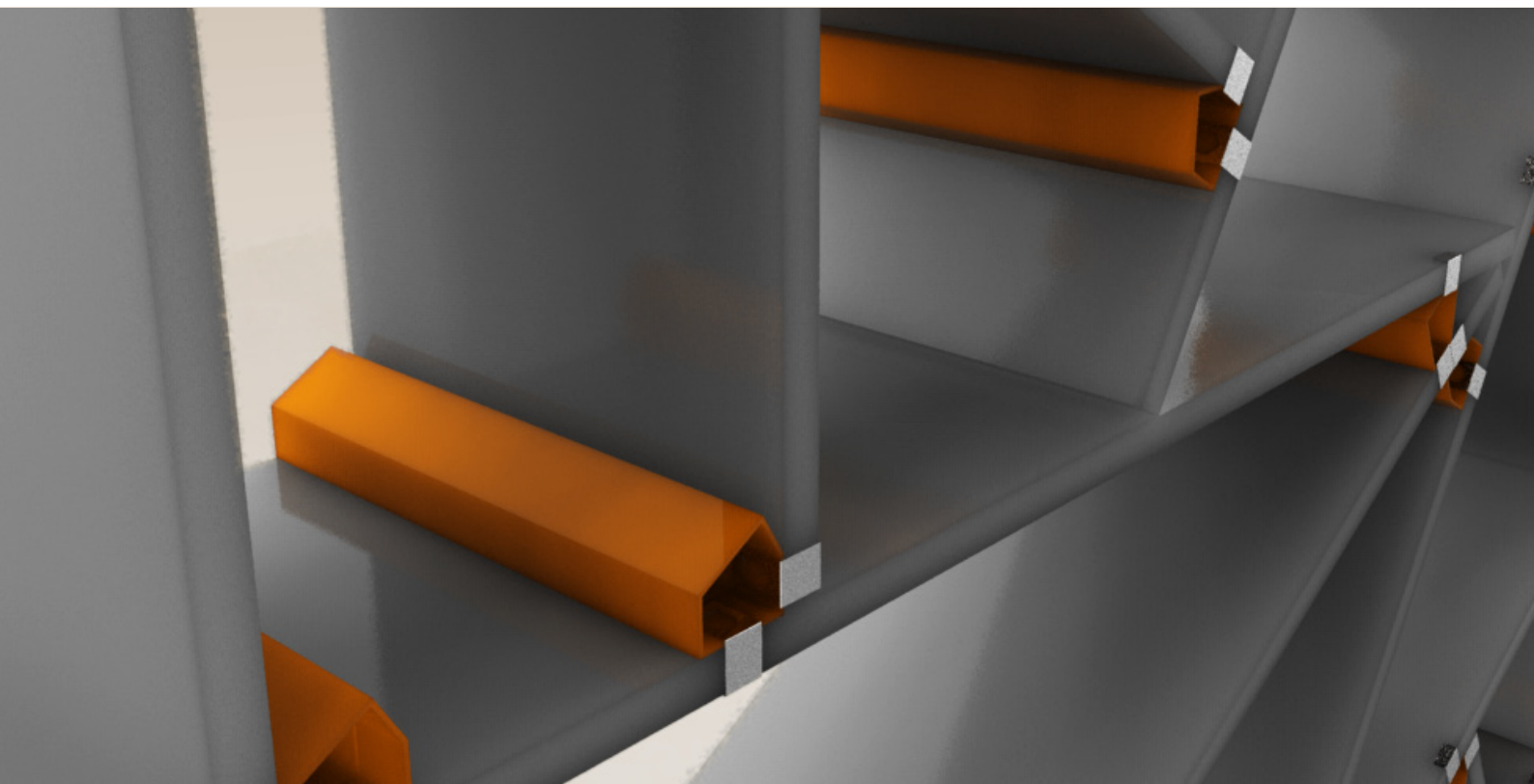
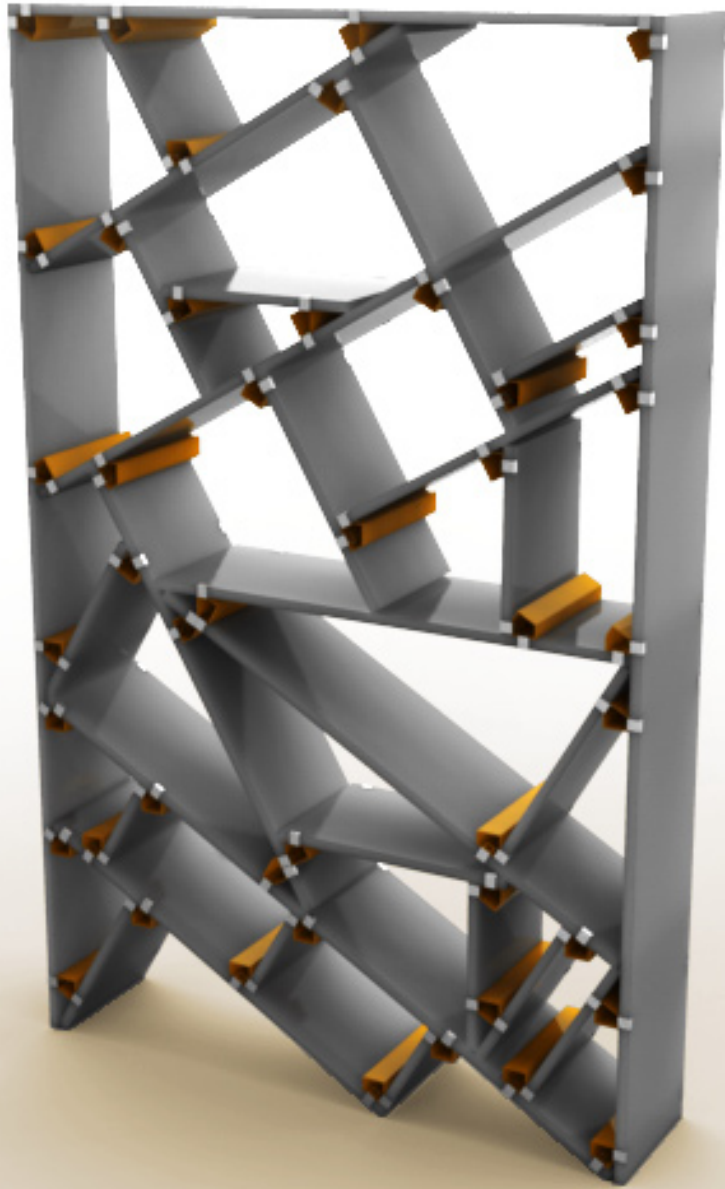
**Dimensione:** 2000 X 1260mm

**Giunzioni:** 45pz

**Profondità:** 280mm









## Nuove composizioni

Lavorando sui pannelli grezzi, con tutte le lavorazioni tipiche del bricolage, è possibile generare infinite combinazioni di librerie.

Gli utenti pur essendo completamente liberi nella progettazione delle composizioni saranno costantemente affiancati dalle istruzioni fornite nel pacchetto di vendita, ma ancor più dall'ipertesto virtuale, con suggerimenti e videocorsi.

Le soluzioni suggerite sono quindi fondamentali per la creazione delle nuove soluzioni da parte degli utenti che potranno poi scambiarsi i risultati.

Per i bricoleus più esperti il sistema permette gli usi più disparati.

I migliori bricoleurs potranno generare nuove forme e composizioni anche molto lontane dalle soluzioni suggerite o dai risultati attenuati dagli altri utenti. Ad esempio degli utenti molto esperti potrebbero travalicare i confini del mobile-libreria per sperimentare le giunzioni nella creazione di altre tipologie di arredo domestico e conseguentemente sollevare nuove necessità.

Questo processo risulta fondamentale per la crescita del progetto e attraverso la comunicazione della comunità di utenti e team progettante sarà possibile, superando i limiti stessi del progetto, creare una nuova giunzione definita propriamente 2.0.

Libreria aperta.

**Tavole:** Legno nobilitato 30mm

**Dimensione:** 2000 X 1230mm

**Giunzioni:** 23pz

**Profondità:** 280mm

Tavolo

**Tavole:** Legno multistrato 20mm

**Dimensione:** 2000 X 1000 X 760mm

**Giunzioni:** 20pz

**Profondità:** 180mm

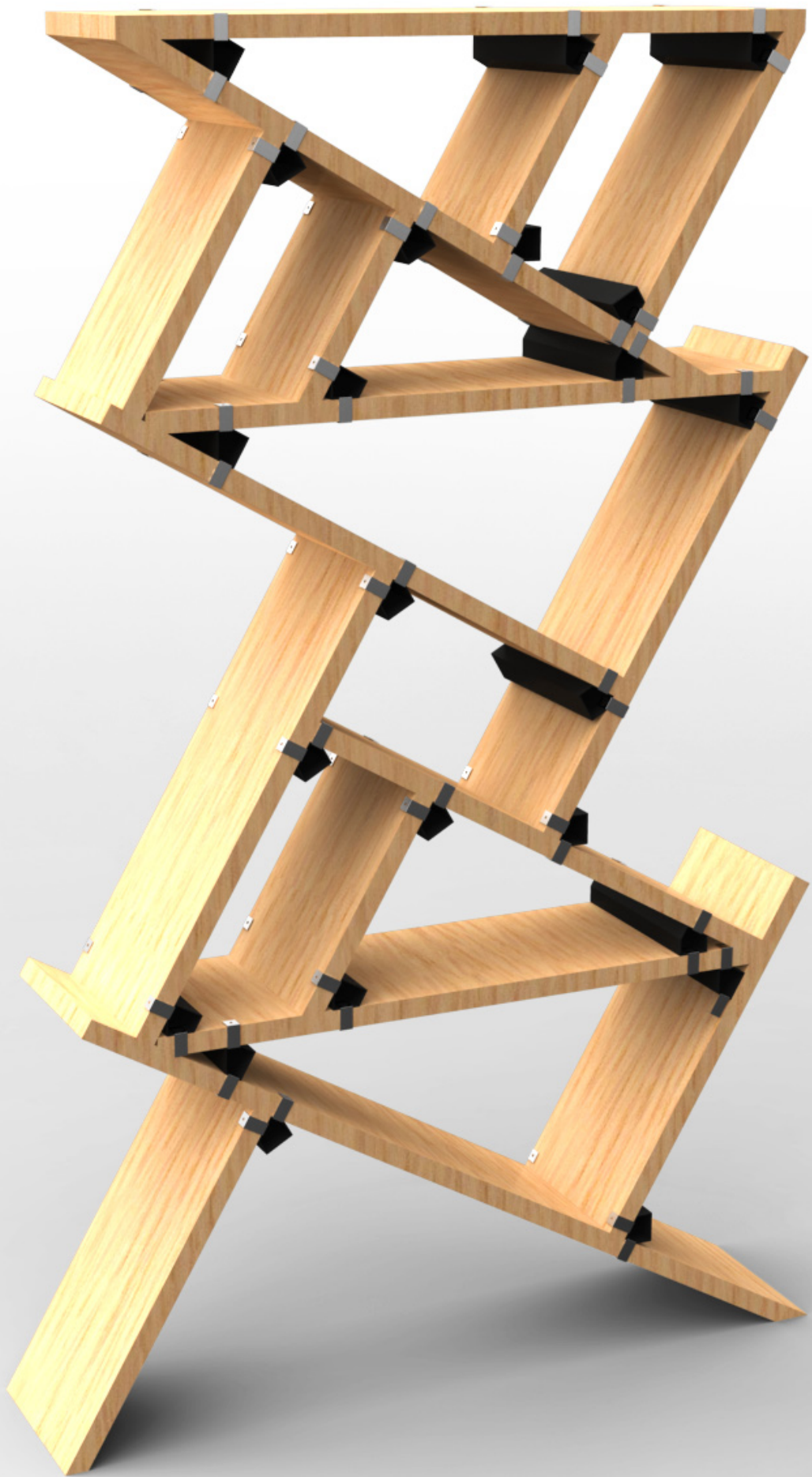
Sgabello

**Tavole:** Legno nobilitato 20mm

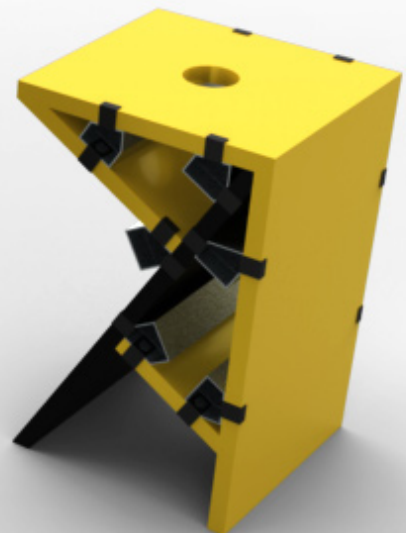
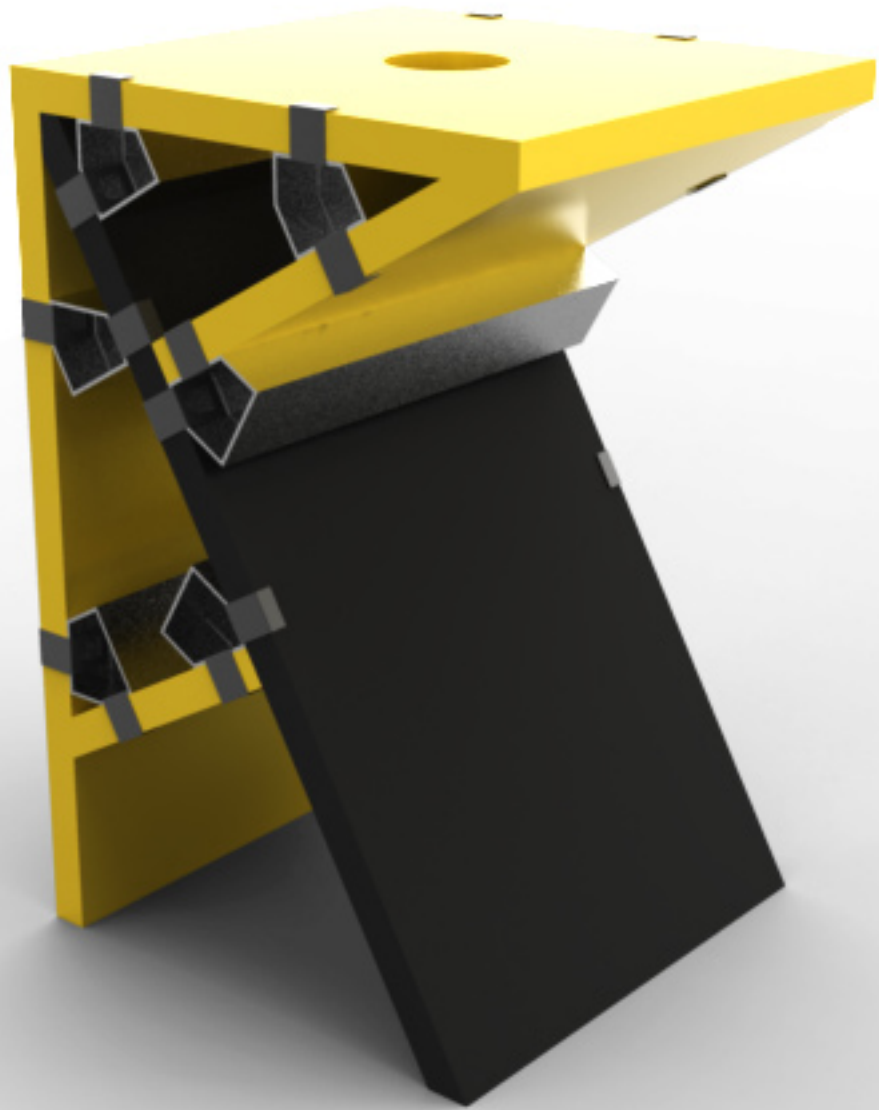
**Dimensione:** 300 X 280 X 450mm

**Giunzioni:** 6pz

**Profondità:** 280mm







# L'ipertesto

L'ipertesto, rappresentato nella pagina a fianco in due possibili frame, ha il compito di gestire le azioni possibili tra gli attori del sistema prodotto, quindi: team progettante, fornitori, utenti, comunità. Un ipertesto di condivisione contenuti con cui esplorare il mondo del bricolage e del design.

La piattaforma dovrà essere un momento di scambio di pareri, informazioni e conoscenze che avvengano in maniera ludica ma al contempo efficiente.

In linea con il brief immateriale già dalla home page è possibile vedere le azioni che gli utenti possono svolgere. In primo piano si notano "shop" e "partecipa" che rappresentano le due azioni principali.

La piattaforma permette l'acquisto e la consegna di tutto il necessario per generare contenuti individualmente; Nella sezione shop sarà possibile visualizzare le offerte, il catalogo prodotto ma soprattutto tutti i corridoi di scelta già elencati per realizzare delle prime composizioni, anche se in maniera del tutto virtuale.

L'altra sezione "partecipa" dà la possibilità agli utenti di partecipare alle discussioni ed agire in merito della scelta. Gli utenti forniti di un account personale potranno caricare le foto delle proprie composizioni e allo stesso tempo votare le composizioni degli altri utenti come è possibile vedere nel frame in basso nella pagina a fianco.

Il sito diventa quindi la vetrina del sistema prodotto, tramite il sito saranno esposte tutte le iniziative e le offerte proposte dal brand, spazio fornito al centro dell'homepage. I singoli utenti possederanno una pagina personale, un account, con la quale si relazioneranno con gli altri utenti, l'ipertesto permetterà la visione e la valutazione di combinazioni generate da altri utenti.

Una volta ricevuto un rating di voto concordato, la combinazione sarà acquistabile dalla comunità che l'ha selezionata, entrerà quindi a far parte del catalogo prodotti offerto dal brand.

La piattaforma permetterà l'acquisto e la consegna di tutto il necessario per generare contenuti individualmente.

Applicazioni, progettate tenendo in considerazione il tema ludico, permetteranno ai consumatori di creare, modificare e interagire con le combinazioni anche virtualmente. Le scelte di materiali e colori saranno del tutto simili alla realtà. Il processo di creazione e rappresentazione delle composizioni potrà invece essere semplificato.





Prodotti

Comunità

La mia pagina

Guide



HOME

PRODOTTI

- Giunzione
- Clips
- Assi
- Catalogo
- L'angolo delle offerte

COMUNITÀ

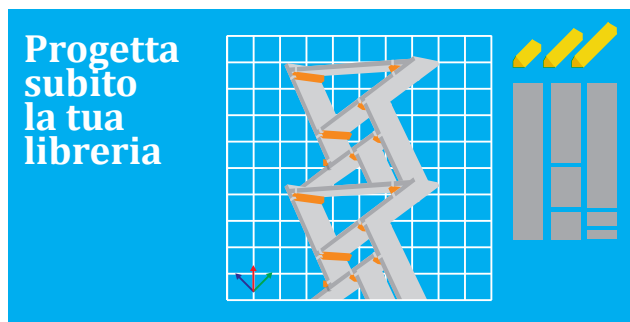
- Album
- Forum
- Concorsi
- Progetto ideaperta

LA MIA PAGINA

- Amici
- Composizioni
- Posta (1)
- Vota
- Carrello



Scopri la nuova Collezione



Progetta subito la tua libreria



Fatti aiutare dai nostri esperti

Colori Legni Misure Strumenti



Partecipa ai nostri concorsi

Ti aspettano tanti premi e offerte



Ideaperta

HOME

PRODOTTI

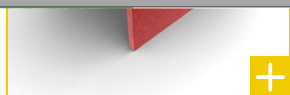
- Giunzione
- Clips
- Assi
- Catalogo
- L'angolo delle offerte

COMUNITÀ

- Album
- Forum
- Concorsi
- Progetto ideaperta

LA MIA PAGINA

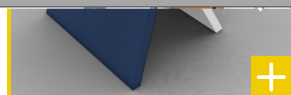
- Amici
- Composizioni
- Posta (1)
- Vota
- Carrello



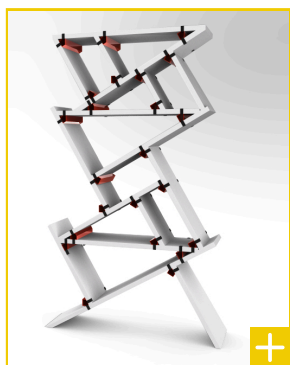
Sgabb By Sererossa



Hopen By Andrea Andreolli



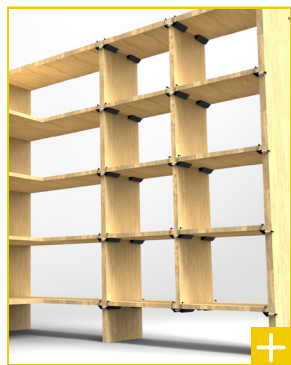
Mondrian By Henry Rollins



Tangram By Saveria



Honeycomb By Tosco415



Sbilly By Ornellina



Casetta



Tavolo Mari



Archiccuccia

- Ordina per:
- Prezzo
  - Data
  - Rating
  - Prezzo
  - Camera

## Verso un sistema autopoietico

Il funzionamento globale del sistema prodotto Ideaperta è stato sintetizzato nello schema rappresentato nella pagina a fianco. Nell'angolo superiore sinistro dello schema è rappresentato il progetto materiale, quindi la giunzione al termine della prima generazione di progetto. Associato al progetto materiale saranno presentate delle soluzioni suggerite che il progettista ha creato in funzione delle sperimentazioni fatte sui carichi e sulle geometrie possibili.

Immerso sul mercato questo sistema viene presentato alla comunità, una comunità eterogenea sperimentatrice e dinamica che avrà una doppia relazione col sistema: nelle composizioni e nel sito.

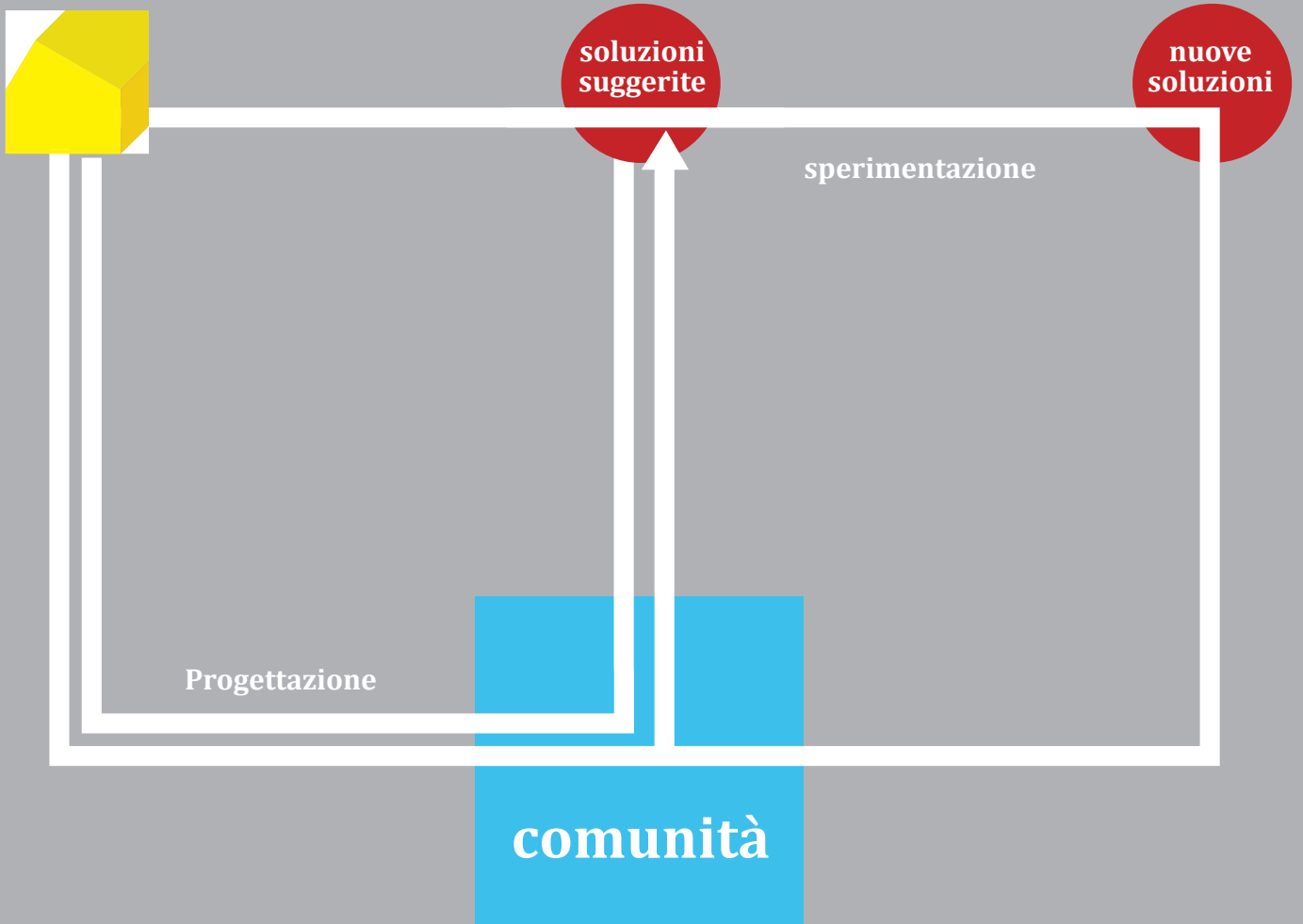
Attraverso l'esperienza e il lavoro della comunità sarà possibile delineare un primo catalogo di composizioni, create e scelte dalla comunità stessa. Queste composizioni scelte entrano di diritto all'interno del catalogo ma restano comunque costantemente soggette a revisione, critiche e modifiche.

Contemporaneamente le soluzioni giudicate più ardite o che travalicano gli ambiti di progetto, come ad esempio la creazione di un tavolo piuttosto che una libreria, apriranno una discussione più ampia sul progetto. Una discussione corale e partecipativa tra comunità di utenti e team progettante, in questo modo soprattutto attraverso la discussione delle aspettative e delle critiche sarà possibile arrivare alla riprogettazione di una nuova giunzione, come rappresentato nel grafico nell'angolo inferiore sinistro. Da queste considerazioni corali nascerà quindi una seconda generazione di progetto nella quale, a differenza della prima, tutti gli attori avranno potuto dire la propria sul progetto.

Facendo un'analisi panoramica del progetto è possibile fare diverse considerazioni. L'idea di lasciare ai consumatori una libertà "totale" sulla scelta delle forme e delle configurazioni possibili, se da un lato libera il consumatore dalla sottomissione al mercato (intento stesso di tutto il percorso di ricerca) dall'altro aumenta notevolmente i suoi oneri. L'utente viene caricato di responsabilità che fin'ora erano invece affidate ai progettisti nel bene e nel male.

A mio parere l'idea di condividere la responsabilità della progettazione del prodotto con intere comunità di persone (sempre ed esclusivamente interessate in questo sforzo) potrebbe essere una via felicemente percorribile dal disegno industriale.

Oggi più che ieri i mezzi che possediamo e le condizioni socio-ambientali in cui ci troviamo, sembra essere la perfetta inquadranza per un nuovo modello di mercato, non più basato sull'economia dell'immaginario. Un modello emergente di mercato che ho tentato di descrivere in questo documento toccandone i temi salienti.



## Bibliografia

- S. Gallo G. Zucconi, Arte del novecento, Mondadori Università, Milano, 2002
- F. Poli, Arte contemporanea - Le ricerche internazionali dalla fine degli anni '50 ad oggi, Electa, Milano, 2007
- N. Bourriaud, Postproduction - Come l'arte riprogramma il mondo, Postmedia, Milano, 2002
- N. Bourriaud, Estetica relazionale, Postmedia, Milano, 2010
- F. Gungui, Nel catalogo c'è tutto - Per chi va o torna a vivere da solo, Feltrinelli, Milano, 2008
- U. Eco, Opera aperta - Forma e indeterminazione nelle poetiche contemporanee, Bompiani, Milano, 1962
- G. Debord, La società dello spettacolo, Baldini&Castoldi, Milano, 1967
- Enzo Mari, Proposta per un'autoprogettazione, Edizioni Corraini, Milano 1974
- J. Howe, Crowdsourcing - Il valore partecipativo come risorsa per il futuro del business, Luca Sossella Editore, Milano 2010
- Paolo Ferri, La rivoluzione digitale. Comunità, individuo e testo nell'era di Internet, Mimesi Eterotopie, Milano, 1999
- Paolo Zanenga, Le reti di Diotima. Società della conoscenza ed economia della bellezza, Carocci, Milano, 2010
- Enzo Mari, Autoprogettazione?, Edizioni Corraini, Milano, 1974
- Enzo Mari, 25 modi per piantare un chido, Mondadori, Milano, 2011
- Diciotto modelli di mobili fai da te, De Vecchi, Roma, 2009
- Recupera e riusa: l'ecobricco del mobile, Franchini Marco, FAG, Milano, 2009
- La civiltà del riuso - riparare, riutilizzare, ridurre, Guido Viale, Laterza, Milano, 2009
- Trans-design, Gianluca Sgalippa e Jacqueline Ceresoli, Tecniche Nuove, Milano, 2010
- Guida Arredamento&Design, Gruppo Editoriale L'Espresso Spa, Milano, 2009

## Sitografia

<http://www.lowneed.net/wikiautoproduzione/index.php/Autoproduzione>

<http://infodedep.wordpress.com>

<http://www.bigbenzine.com/design-de-de-p-torna-in-gioco/>

<http://www.volontariperungiorno.it/aree-di-interesse/impegno-civile-e-relazioni-internazionali/48-dedep-festa-dei-giochi-di-strada-tuplay>

<http://www.volontariperungiorno.it/aree-di-interesse/impegno-civile-e-relazioni-internazionali/48-dedep-festa-dei-giochi-di-strada-tuplay>

[http://www.corraini.com/scheda\\_libro.php?id=446](http://www.corraini.com/scheda_libro.php?id=446)

<http://www.abitare.it/it/design/enzo-mari-for-artek-homage-to-autoprogettazione/>

<http://www.blogg.org/blog-67985-billet-740813.html>

<http://www.wallpaper.com/interiors/enzo-maris-autoprogettazione-revisited-london/3774>

[http://greg.org/archive/2007/11/11/autoprogettazione\\_the\\_making\\_of\\_an\\_enzo\\_mari\\_dining\\_room\\_table.html](http://greg.org/archive/2007/11/11/autoprogettazione_the_making_of_an_enzo_mari_dining_room_table.html)

<http://forum.promiseland.it/viewforum.php?f=35>

<http://www.decrecita.it/joomla/index.php/component/content/article/4/115-per-una-politica-capace-di-futuro>





## **Ringraziamenti**

Un grazie speciale a chi ha creduto in me fin dall'inizio, a chi mi è stato vicino anche da lontano, a chi mi ha pazientemente seguito nei vaneggi del progetto, a chi ha provato a darmi un consiglio, a chi mi ha supportato con passione e a chi mi ha sopportato con pazienza.

Un grazie a tutta la Bovisa che porterò sempre con me nel cuore.

Un grazie ed un augurio a me stesso che c'ho creduto più di tutti, forse anche troppo.





