

Capitolo 2

Torino, una Città Creativa UNESCO per il Design

PAOLA BORRIONE

Fondazione Santagata per l'Economia della Cultura

Corresponding author: paola.borrione@fondazionesantagata.it

ABSTRACT

Piedmont and Turin consistently occupy the top places for economic indicators for the design sector at the Italian level. In this context, high-level productions and effective policies to support and promote design have arisen, as evidenced by the designation of Turin as a UNESCO Creative City of Design. However, today, the players in this area face a series of critical issues. The chapter analyzes the main elements behind these critical issues, highlighting how they can also be a stimulus for identifying actions, tools, and policies to support a key, creative, and rapidly evolving sector such as design.

KEYWORDS: design, economy of culture, UNESCO creative city.

DOI: 10.23760/2499-6661.2023.17.02

ISBN: 978-88-98193-32-5

ISSN (online): 2499-6661

HOW TO CITE

Borrione, P. (2022). Torino, città del design: punti di forza ed elementi di criticità. In Segre, G., & Vitali, G. (a cura di). *Torino creativa. Specializzazioni, impatti e profili di consumo* (Quaderni IRCrES, 17). Torino: CNR-IRCrES, pp. 29-40. Disponibile da <http://dx.doi.org/10.23760/2499-6661.2023.17.02>

1 INTRODUZIONE

Senza soffermarsi sulla storia del design in Piemonte, legata, da una parte, all'industria automobilistica e dall'altra a quella dei distretti industriali della regione, oggi il settore del design piemontese si configura come una struttura complessa, risultato della connessione tra cultura tecnica e ricerca tecnico-scientifica, cultura storico artistica, artigianato tradizionale e produzione industriale.

In tale composito panorama, un primo elemento distintivo a livello regionale risiede nell'attitudine alla ricerca e alla sperimentazione. Si tratta di una caratteristica di grande rilevanza per il settore, che non si limita alla pura ricerca scientifica, ma che si estrinseca anche nella sperimentazione e produzione di nuovi materiali, nella ricerca di soluzioni sostenibili a livello ambientale ed economico, nell'ibridazione tra specializzazioni differenti. Un secondo elemento è la capacità di connotare le produzioni industriali di maggiore rilevanza, legate ai trasporti (automobili, ma anche treni e imbarcazioni), all'aerospazio, alla produzione di oggetti ed elementi per la casa (casalinghi e rubinetterie). Un terzo elemento riguarda la rilevanza storica, culturale e produttiva dell'artigianato tradizionale: in passato questo rapporto si ritrovava nel distretto orafa, nella lavorazione del cioccolato, nelle produzioni dei distretti industriali. Ora si è consolidato anche in altri ambiti della cultura materiale come i prodotti eno-gastronomici design oriented e la moda (dalla produzione tessili alle confezioni).

Il Piemonte è individuato come una delle regioni più importanti per numero di imprese e valore aggiunto del settore a livello nazionale negli studi dedicati all'economia del design (Symbola vari anni): prendendo in considerazione gli anni fra il 2015 e il 2020, la regione si posiziona al terzo posto per numero di imprese (dopo Lombardia e Emilia-Romagna), e al quarto per valore aggiunto (superata dal Veneto). Nel confronto tra province, Torino si colloca fra il secondo e il terzo posto a livello nazionale, nello specifico al terzo posto per numero di imprese, superata da Milano e Roma, e al secondo per quota di occupati e valore aggiunto dopo Milano.

Come riportano i dati di MIRA (Amitrano et al., 2022), dal punto di vista della struttura delle imprese, il paesaggio del design piemontese è costituito principalmente da studi associati e di singoli progettisti, mentre sono meno diffuse le imprese del design, che invece costituiscono la forza del sistema lombardo e milanese in particolare. Oltre alla mobilità e all'automotive, in cui Torino ha un'indubbia posizione da leader anche a livello internazionale (Camera di commercio di Torino, 2017), i sotto-settori che prevalgono a livello regionale sono il design per la comunicazione, il design per l'abitare (arredo, illuminazione, elettrodomestici, casalinghi), il design per la persona (abbigliamento, attrezzature per lo sport, oreficeria, articoli per l'infanzia), il design di eventi, fiere e merchandising. Su questi aspetti viene presentato un approfondimento nel Capitolo 3.

2 IL SISTEMA DI ATTORI ECONOMICI PER IL DESIGN

Per comprendere meglio le caratteristiche del nucleo produttivo del settore del design, di cui è fornita una dettagliata descrizione al Capitolo 3, è utile inquadrare la filiera complessiva, fatta di imprese e di istituzioni, che si addensa intorno a questo settore. I principali servizi di supporto al design possono essere ricondotti a cinque macroclassi, che si rifanno, almeno in parte, all'analisi condotta da Friel (2011) nell'ambito dell'analisi sul modello di sviluppo basato sull'atmosfera creativa (Bertacchini & Santagata, 2011):

1. Supporto ai processi di R&S: si attua attraverso la messa a disposizione di strumenti di facilitazione per la creazione, lo sviluppo, l'utilizzo e il trasferimento di know-how

scientifici verso i professionisti e le imprese che operano nel settore. Nello specifico si tratta di istituzioni che in regione sono di alto livello: sistemi di istruzione e formazione, parchi e poli tecnologici specifici e centri di ricerca e consulenza di materiali, come la Materioteca (biblioteca delle principali famiglie polimeriche e delle maggiori innovazioni esistenti in termini di materiali e processi). L'istruzione nel campo del design in regione ha circa vent'anni – diploma e laurea in disegno industriale al Politecnico di Torino sono stati istituiti rispettivamente del 1996 e nel 1999 – e trova in Torino il principale polo di offerta. Le istituzioni educative principali sono: l'Accademia Albertina delle Belle Arti, lo IAAD - Istituto Arte Applicata e Design, lo IED - Istituto Europeo di Design, il Politecnico di Torino e, limitatamente al food design, l'UNISG di Pollenzo. A completare l'offerta formativa si possono individuare le scuole come il CEFAL - Centro europeo di formazione nell'artigianato ligneo (Saluzzo), il Centro Europeo Modellismo Industriale (Savigliano), l'Istituto Albe Steiner, l'Istituto Gemmologico di Valenza.

2. Supporto al processo produttivo: è il settore più ampio perché comprende imprese, artigiani, stampisti, tornitori, fotografi, modellisti. È un settore che negli ultimi dieci anni si è sviluppato molto, soprattutto grazie all'introduzione nella prototipazione di tecniche di stampa digitale. A Torino in particolare sono nate diverse start-up attive in questo settore, che hanno avuto una crescita importante non solo a livello locale. Si tratta, tuttavia, di un anello della filiera che si sovrappone ad altre filiere ed è quindi più difficile da delimitare, anche ricorrendo ai dati delle Camere di Commercio.
3. Tutela: il settore del design manifesta una necessità importante di tutela, legata non solo ai prodotti, ma anche alle innovazioni di processo o di materiali. Si situano in questo anello della filiera gli studi legali (a Torino ha sede uno dei più importanti a livello europeo, Jacobacci & Partners, mentre nelle zone di produzione vitivinicola ve ne sono diversi specializzati a livello di settore, per quanto riguarda la forma delle bottiglie, le etichette, ...), ma anche i servizi offerti dalle camere di commercio e dalle associazioni di categoria.

Promozione, comunicazione e commercializzazione: nei servizi funzionali alla promozione e commercializzazione rientrano per esempio showroom, fiere, negozi, ma vi sono compresi anche alcuni servizi offerti dalle camere di commercio e dalle associazioni di categoria (come in particolare l'ADI). Vi sono inoltre una serie di servizi legati all'attività editoriale on e off line e alle prestazioni di società e professionisti delle pubbliche relazioni e di agenzie di pubblicità, oltre al "metadesign" della grafica pubblicitaria (campo di eccellenza piemontese).

4. Storicizzazione e istituzionalizzazione: identifichiamo in questa categoria quelle istituzioni ed organizzazioni che facilitano il passaggio degli oggetti di design da prodotto a oggetto d'arte e collezione, come i musei e le gallerie commerciali. In Piemonte, oltre ad alcuni musei come il Museo del Design di None Torinese, il MIAAO - Museo Internazionale delle Arti Applicate Oggi e la Pinacoteca Agnelli, che ha ospitato mostre dedicate al design, è di grande importanza il Museo Nazionale dell'Automobile di Torino. Vi è inoltre un numero elevato di musei e archivi d'impresa, a cui si sono aggiunti Camera - Centro Italiano per la Fotografia, e, più di recente la Fondazione Plart, trasferitasi da Napoli a Torino, con la collezione dedicata agli oggetti in plastica.

3 LE POLITICHE A SOSTEGNO DEL DESIGN A TORINO

Nel corso degli ultimi trent'anni, è cresciuta la consapevolezza dell'importanza del design nell'economia e nella struttura produttiva del Piemonte, sia per quanto riguarda le produzioni storiche (automotive, rubinetterie e casalinghi in primis), sia per quanto riguarda lo sviluppo di nuovi filoni (eco-design). Tale presa di coscienza è stata sostenuta da una serie di studi e ricerche volti a comprendere meglio il settore e ha prodotto una serie di mostre, eventi, e nuove progettualità¹.

Una vera e propria svolta è avvenuta nel 2005, grazie alla nomina di Torino, da parte dell'ICSID, a prima World Design Capital (WDC). Il riconoscimento ha infatti dato il via a una serie di iniziative di promozione e di ricerca che costituisce oggi una delle principali fonti di conoscenza del settore e un caso di best practice a livello internazionale.

A circa dieci anni dalla nomina di Torino a World Design Capital, che ha contribuito a far riflettere sulla potenzialità del design come fattore di crescita economica, sociale e culturale della città, è arrivato per la città un nuovo riconoscimento, ovvero l'attribuzione, nel dicembre 2014, del titolo di Città Creativa del Design UNESCO. Tale designazione è frutto di un investimento importante, che, attraverso un processo di co-progettazione con gli attori del territorio, ha saputo coniugare nella candidatura temi di importanza strategica, sia connessi alla storia della città, sia nuovi ed emergenti. Il progetto proposto si è basato su alcune direttrici strategiche di lavoro. Da una parte la valorizzazione del patrimonio storico materiale e immateriale della filiera automobilistica insieme all'individuazione del design e dell'innovazione creativa, a partire dal car design, quali abilità e capacità caratterizzanti il territorio, dall'altra l'innovazione tecnologica nella mobilità sostenibile. Lo Steering Committee della candidatura era coordinato dal Comune di Torino e comprendeva il Centro per l'UNESCO di Torino, il Politecnico, il Museo Nazionale dell'Automobile (MAUTO), l'Istituto di Arti Applicate e Design, la Camera di Commercio di Torino, l'Automotoclub Storico Italiano (ASI), l'Istituto Europeo di Design, l'Università, SiTI (Istituto Superiore per Sistemi Territoriali per l'Innovazione), Fiat Chrysler Automobiles (FCA), l'Accademia Albertina, Regione Piemonte, MiBACT Piemonte, e Turismo Torino.

A partire dalla nomina la Città ha costituito un tavolo permanente che rappresenta il sistema del design torinese, un gruppo di lavoro per la promozione e il sostegno del mondo del design e ha iniziato a lavorare a una serie di progetti che si collocano sui seguenti assi:

- programmi di scambio culturale, residenze, seminari con altre città creative per promuovere la mobilità degli artisti e dei designer;
- eventi pubblici di condivisione di esperienze e di sensibilizzazione sul valore aggiunto progettuale per il benessere dei cittadini;
- collaborazione con altre città creative del design per sostenere il design indipendente a livello internazionale attraverso mostre e opportunità di business;
- generazione di nuove opportunità di formazione, occupazione e business per i progettisti e le aziende attraverso le nuove tecnologie.

È stato inoltre avviato, nel 2015, il Circolo del Design, ai fini di fungere da piattaforma di scambio e dialogo fra operatori e istituzioni. Il Circolo del Design è stato oggetto, nell'aprile 2019, di un rinnovo sia della sede, sia dei compiti e dei fini istituzionali, con una programmazione culturale più ricca e articolata e una maggiore collaborazione con le istituzioni che siedono al Tavolo del Design.

¹ Per la disamina degli studi e degli eventi di rilievo per il design Torinese si veda Friel, 2011.

4 TORINO, CITTÀ DEL DESIGN?

Nel panorama regionale, Torino si distingue per il peso economico delle attività legate al design, per la presenza degli attori più importanti nella formazione e in campo culturale e per le designazioni ottenute a livello internazionale.

Ma quale posizione ha Torino nel sistema del design nazionale e internazionale e quale ruolo viene riconosciuto alla città? Sulla base di un processo di ascolto dei protagonisti del settore che ha avuto luogo nel 2020, intervistando imprese, professionisti, responsabili della formazione, è possibile elaborare quattro diverse immagini di Torino.

La prima è quella istituzionale: Torino è stata World Design Capital ed è Città Creativa per il design UNESCO; i docenti di Design sono inseriti nei board delle più importanti associazioni di design a livello italiano e mondiale (quali ADI e WDO); vi sono importanti scuole pubbliche e private e imprese leader di settore. La città, in sintesi, è un punto di riferimento a livello nazionale e internazionale.

La seconda è quella storica: Torino è importante perché ha fatto la storia del design dell'automotive e della mobilità più in generale, settore in cui continua ad essere leader.

La terza immagine che si può costruire è quella ottimista: dopo aver avuto un ruolo da leader per l'automotive, ora la città sta coltivando – per alcuni ancora cercando – un'idea di design alternativo, legato ai temi della sostenibilità, del social innovation design, del mondo digitale. È un luogo dove sperimentare metodologie, processi, collaborazioni.

L'ultima è la visione pessimista: Torino ha perso molto della sua importanza progettuale negli ultimi anni. È diventata un fornitore di design per altre aree geografiche, ma non ne fissa l'agenda. Pur essendo un polo di sperimentazione, le idee innovative che qui nascono poi non trovano terreno fertile e quindi necessitano di altri luoghi per poter crescere. È alla periferia del sistema del design mondiale, subalterna a Milano a livello internazionale, molto inferiore rispetto all'effettivo potenziale e incapace di incrociare le esigenze e le aspettative del mercato, molto ridotto a livello locale e in grande sofferenza dopo la crisi iniziata nel 2009.

Le visioni della città non sono equamente suddivise fra soggetti istituzionali e imprese e professionisti: quelle riportate dai soggetti istituzionali si suddividono quasi equamente tra le quattro immagini di Torino sinteticamente delineate in precedenza, mentre la maggior parte dei professionisti abbraccia la visione pessimista.

Per comporre tale differenza di vedute si proverà di seguito ad esplorare, in relazione alla città, le principali dimensioni che in letteratura caratterizzano le città più importanti per il design a livello globale (Peyricot, Franc & Van Hasselt, 2018).

A livello internazionale le imprese più importanti nel campo del design si situano in quelle metropoli capaci di offrire loro una serie di esternalità positive, di vantaggi di co-localizzazione e di visibilità, e di contenimento dei costi di transazione: Londra, New York, Milano, Hong Kong sono in questo senso le capitali globali del design. Queste metropoli ospitano un numero importante di aziende che operano nel settore, cui assicurano grande visibilità a livello nazionale e internazionale grazie alla presenza di fiere, eventi e showroom e di un pubblico internazionale, sia perché si tratta di città cosmopolite, sia perché attirano grandi flussi di turisti.

A tali opportunità si affiancano un mercato del lavoro molto qualificato, in cui è più semplice trovare le professionalità di cui si ha bisogno un milieu creativo che favorisce gli incontri, gli scambi, le relazioni, la velocità nell'intercettare le nuove tendenze. Sono sempre tali città a ospitare le istituzioni che favoriscono le esperienze culturali e le occasioni di incontro e di business e anche le istituzioni della formazione più consolidate e di prestigio.

Allo stesso tempo i grandi poli del design a livello mondiale presentano una serie di svantaggi, individuabili nelle elevate barriere di ingresso per giovani e start-up, nei costi elevati degli spazi e nella competizione su mercati internazionali, caratteristiche che impongono una buona disponibilità di capitali per avviare e condurre un'impresa.

Sulla base di elementi oggettivi e soggettivi, derivanti dalla fase di ascolto di imprese, professionisti e istituzioni effettuata a cavallo fra il 2019 e i primi mesi del 2020, si delinea di seguito un ritratto di Torino Città del Design che prova ad esplorare quali dimensioni della città

si allineano con le grandi capitali del design, quali mancano e quali sono invece i vantaggi competitivi che la città può offrire. Tale operazione di analisi, oltre a trovare il proprio fondamento nella letteratura relativa al design e al suo sviluppo, trova la sua ragion d'essere anche nella lapidaria affermazione di uno degli intervistati, cui è stato richiesto di identificare un pregio e un difetto dell'essere localizzati a Torino, che ha indicato "La vicinanza con Milano, la vicinanza con Milano".

La visione di chi opera nell'ambito produttivo del design riconosce nella maggior parte dei casi alla città scarse capacità di posizionarsi quale capitale del design: "Nel mondo, Torino non è riconosciuta come città di design", "(...) scarsa rilevanza all'interno del sistema design internazionale". Tale visione è differente da chi opera nelle istituzioni, che invece ritiene, in buona misura, che Torino sia da annoverarsi tra le capitali del design a livello internazionale, cosa che viene affermata in maniera implicita ed esplicita: "(...) Torino, da sempre, è uno dei poli del design riconosciuti a livello non soltanto italiano".

In questa distanza di visioni, che verrà ulteriormente esplorata per ognuna delle caratteristiche che qualificano una capitale del design illustrate nella Figura 1, risiede la possibilità di ideare azioni e politiche volte a colmare i gap, reali o percepiti come tali.

Figura 1. Mappa delle criticità emerse dall'indagine



4.1 Specializzazione

Torino e il suo hinterland hanno una chiara specializzazione nel settore industriale dell'automotive e nel design ad esso legato. Non si può invece affermare che la città abbia una specializzazione nel design più in generale, considerando che sul totale delle imprese registrate in provincia, le imprese del design rappresentano lo 0,58%, mentre le province che mostrano una maggiore specializzazione produttiva, come Fermo, arrivano a più del doppio (Symbola, 2017) Si tratta, inoltre, di un tessuto imprenditoriale costituito in buona parte dagli studi professionali

dei designer e dagli artigiani, in cui mancano le imprese della produzione. Delle 1.490 imprese circa, registrate nel 2016 fra i codici Ateco attinenti al settore, il 66% è una ditta individuale, e il 25% del totale sono studi grafici, cui seguono le imprese specializzate nel design per la moda.

Dal punto di vista della distribuzione in città, rispetto ad altri settori delle industrie creative, le imprese del design si addensano con meno intensità nei quartieri centrali e caratterizzano, invece quartieri che hanno una lunga storia legata alle produzioni artigianali, come ad esempio Vanchiglia, come evidenziato anche nel Capitolo 1.

Questa relativa concentrazione ha un riscontro anche nelle pratiche: in anni recenti vi è stata la creazione dal basso di una rete di creativi – Vanchiglia Open Lab – che ha organizzato per circa 8 anni un evento in cui il quartiere ha aperto le porte dei suoi studi, laboratori e negozi (circa 16 realtà) perché tutti potessero esplorarli e viverne il fermento creativo, artistico e culturale.

La mancata presenza di un settore produttivo forte, di un sistema di aziende florido, che sappia interpretare correttamente il ruolo del design (non come esercizio di stile, ma come caratteristica fondante dei prodotti e dei servizi) e quindi utilizzarlo, è una delle mancanze che è stata riscontrata da tutti gli interlocutori coinvolti nella fase di ascolto, se si eccettuano coloro che operano nell'ambito dell'automotive.

4.2 Visibilità

Da una parte c'è l'oggettività di essere stata World Design Capital, prima città al mondo, nel 2008, e di aver costruito, anche grazie a tale designazione, una narrativa di Torino a livello internazionale, tramite una serie di eventi, mostre, conferenze, workshop, congressi, fiere, e una serie di relazioni con istituzioni e designer che durano nel tempo (dal Center de Disseny di Barcellona al Design Council di Londra, al Design Center di Singapore, al Norwegian Design Council). In seguito, nel 2014, la città è stata insignita del titolo di Creative City UNESCO per il Design, unica città italiana all'interno di questa categoria, insieme a città come Berlino, Bilbao, Brasilia, Detroit, Dubai, Kobe, Montreal, Shangai.

Dall'altra c'è la percezione, diffusa tra chi non lavora in ambito automotive, che Torino sia fuori dai centri nevralgici del design e occupi una posizione periferica a livello internazionale. Tale dato è, almeno in parte, suffragato dalla mancanza di grandi eventi fieristici e culturali dedicati al design, che in Italia si concentrano a Milano, così come a Milano si concentra anche il pubblico internazionale del settore. I buoni progetti presenti sul territorio, nelle parole di uno degli intervistati, come "(...) Graphic Days, Digital Days, ma soprattutto TorinoStratosferica, capace di coinvolgere players di indubbio valore non riescono ad attirare pubblico internazionale (...), soprattutto da quando è venuta a mancare l'unica fiera riconosciuta (Operae)".

Alla percezione di essere periferica rispetto al mercato nazionale e internazionale, si accompagna un'ulteriore notazione negativa, ovvero il fatto che la città tende ad essere scarsamente inclusiva nei confronti delle realtà ubicate al di fuori dei suoi confini territoriali urbani, o alle altre realtà del territorio regionale, per le quali sarebbe invece interessante porsi come polo attrattivo. In assenza di questa funzione, infatti, gli operatori del design che hanno sede in altri territori guardano a Milano.

Costruire eventi come il Salone del Mobile o Homi non è una strategia facile da percorrere: servono investimenti importanti di tipo finanziario e relazionale e servirebbe ad alimentare una competizione con la città di Milano che, in questo settore in particolare, non darebbe certo buoni frutti. Più interessante, invece, una strategia che, riconoscendo a Milano il ruolo di leadership in questo settore, sappia mettere a frutto la vicinanza con essa.

4.3 Lavoro

L'idea che Torino possa offrire un mercato del lavoro particolarmente qualificato nell'ambito del design, sulla base delle interviste compiute con gli attori locali, è in larga misura assente. Tale

affermazione va tuttavia specificata. Le aziende che operano nei settori del design di più lunga tradizione in città, automotive, ad esempio, o anche nel settore della produzione di penne, riconoscono nel territorio la presenza di personale molto qualificato, cui attingono per le proprie imprese. Chi opera invece in settori meno tradizionali, più innovativi, lamenta tra gli aspetti negativi della città la scarsità di talenti formati da inserire in organico, la mancanza di una rete locale di freelance con cui lavorare e la difficoltà nell'attrarre o nel reperire localmente personale straniero o con esperienze all'estero che possa contribuire alla qualificazione dell'azienda.

Se, infatti, alcuni riconoscono il ruolo importante del sistema educativo e formativo della città, la capacità che dimostra di interagire con le aziende e di formare professionisti competenti, molti altri lamentano la necessità di appoggiarsi all'esterno per garantire la crescita numerica e qualitativa della struttura, anche rivolgendosi a reti straniere. Tale situazione è pienamente confermata anche dalle informazioni riportate rispetto allo staff. Accanto ad alcuni studi e aziende in cui la maggior parte del personale si è formato nei diversi istituti e università torinesi, ve ne sono un numero maggiore in cui la proporzione tra chi si è formato a Torino e altrove è inferiore al 50% e si abbassa ulteriormente per i designer.

La visione delle istituzioni formative e educative non collima perfettamente con quella delle imprese. I responsabili intervistati, infatti, ritengono in buona parte che le istituzioni e i corsi di laurea torinese abbiano un'ottima reputazione, dimostrata anche dal ranking dei risultati scientifici conseguiti a livello nazionale e internazionale (50° posto in Art e Design nel 2020 per il QS World University Rankings by Subject, uno dei più accreditati ranking internazionali) e siano più professionalizzanti rispetto a corsi di laurea omologhi presenti nel resto d'Italia.

Le due visioni, non completamente opposte, ma distanti, necessitano di essere poste in dialogo. Vi è, evidentemente, un sistema di formazione e educazione di alto livello e riconosciuto come tale nei settori tradizionali del design torinese. I corsi di laurea specifici per il car design vengono scelti per la loro reputazione, per l'ottima preparazione che offrono e per la capacità di dialogare in maniera costruttiva con il sistema produttivo. Queste caratteristiche non vengono ritrovate, da tutti coloro che operano nel settore, per gli altri corsi di formazione presenti a Torino.

4.4 Milieu creativo

Possiamo attribuire la caratteristica di territorio, milieu creativo nel campo del design alla città di Torino? Secondo gli attori del settore la risposta è negativa ed è legata a due fattori principali. Il primo è il fatto che "Milano è tornata ad essere centro nevralgico sia a livello mediatico che creativo" nel settore del design, sia a livello nazionale, sia a livello internazionale, ed è quindi il centro di riferimento anche culturale. Questo è tanto più vero per le imprese che operano al di fuori del contesto cittadino, che hanno come piattaforma di riferimento Milano, ma che, allo stesso tempo, riconoscono che, se Torino facesse uno sforzo per proporsi come capofila a livello regionale, potrebbe avere un ruolo positivo per tutto il sistema. L'altro è legato al fatto di riscontrare in città un provincialismo diffuso, sia tra i professionisti, sia tra gli artisti.

Anche in questo caso, l'opinione di chi opera nella formazione è differente: si attribuisce a Torino la presenza di stimoli progettuali provenienti da settori affini a quello del design, il fatto di essere un centro di innovazione e di cultura, la presenza di una buona capacità creativa, strettamente legata allo sviluppo tecnologico dovuto ai successi industriali e capace di connettere ai progetti le nuove tecnologie e la creatività. Probabilmente, anche in questo caso, le visioni non collimano poiché discendono da visioni del design differenti, più legate al design industriale da parte di una quota consistente delle istituzioni, più legate a nuovi ambiti del design da parte dei professionisti designer.

4.5 Cultura e incontri

Ci si riferisce, in questo caso, a quelle attività, quei programmi e quei centri che possono sostenere e far aumentare le occasioni culturali relative al design ma anche quelle di incontro fra operatori e le possibilità di business.

Innanzitutto, è una minoranza, sia tra le imprese, sia tra i professionisti, chi ricorda e cita le manifestazioni culturali torinesi dedicate al design. Un po' di più invece quelli che ritengono che bisognerebbe dare più spazio al design nella programmazione culturale e fra le proposte vi è anche quella di aprire un centro ad esso dedicato. Al di là del fatto che alcuni mostrano di conoscere in maniera superficiale la programmazione delle istituzioni e delle organizzazioni culturali locali, tali osservazioni sono anche un segnale del fatto che la presenza del design, nelle sue varie forme, non viene ancora percepita come parte della scena culturale torinese.

Per quanto riguarda, invece, la capacità delle istituzioni della città di favorire le relazioni in campo lavorativo, occorre segnalare che molti operatori sostengono che uno dei principali difetti dell'aver la propria base operativa a Torino sia la mancanza di occasioni di business a livello territoriale, da attribuire principalmente alla scarsa diffusione della cultura del design. Mancano le aziende che vedono nel design un asset strutturale per la crescita della propria azienda, e che lo identificano solo con il concetto di "stile". Tale percezione è confermata anche dalle istituzioni che rilevano il fatto che Torino sia lontana dai veri mercati del design e che le imprese locali siano più interessate allo "stile". Viene inoltre rilevata l'assenza di filiera specifica di settore, tranne per quanto riguarda l'ambito automotive, che comunque sta sentendo ancora oggi gli effetti della crisi, e poche altre produzioni specifiche.

Situazione ancora più difficile da affrontare, dato che il territorio mostra poca capacità di fare network, come rilevano diversi intervistati.

Allo stesso tempo, le istituzioni pubbliche hanno sicuramente contribuito alla creazione di un clima favorevole e collaborativo tra gli attori del sistema e offrono una serie di servizi e attività che hanno proprio la funzione di favorire la crescita del settore, fra questi:

- Il Tavolo consultivo Torino Design: un tavolo permanente che rappresenta il sistema del design torinese, un gruppo di lavoro consultivo sulla promozione e il sostegno al mondo del design, costituito a seguito del riconoscimento a Torino di Creative City UNESCO. È attualmente composto da istituzioni pubbliche e private, associazioni di categoria, enti di formazione, archivi e musei.
- Il Circolo del Design si configura come una piattaforma di incontro, scambio, per favorire l'incontro tra gli operatori del settore. Nato per alimentare e diffondere la cultura del progetto, a tale scopo produce attività culturali e di formazione, sviluppa opportunità professionali tra aziende e designer e favorisce la collaborazione con le istituzioni per la creazione di sistemi propri del design a servizio del territorio.
- La Torino Design City, settimana del design, evento coordinato dall'Assessorato alla Cultura, in collaborazione con altri Assessorati cittadini e con il Tavolo Consultivo del Design, affianca al programma di incontri pubblici a cura dell'Assemblea generale della World Design Organization momenti di dibattito aperti ai cittadini.
- i progetti speciali della Camera di Commercio hanno una funzione simile. Ci si riferisce in particolare a MARCA, la collezione frutto del connubio fra designer e aziende manifatturiere, promosso e sostenuto dalla Camera di commercio di Torino in collaborazione con il Centro Estero per l'Internazionalizzazione; Ask to Design, realizzato in compartecipazione tra la Camera di commercio di Torino e il Circolo del Design, con la partnership scientifica del Politecnico di Torino, che agevola l'incontro tra la domanda di design delle realtà aziendali e i professionisti del settore; il progetto MATto PID e Impresa 4.0, ovvero il servizio di consulenza erogato dalla

materioteca MATto del Politecnico di Torino alle imprese iscritte alla Camera di Commercio.

Vi sono inoltre in città una serie di eventi culturali, festival e programmi di settore che vengono riconosciuti come di grande importanza a livello culturale dagli intervistati, anche se troppo slegati gli uni dagli altri per riuscire ad avere peso e creare un sistema di offerta coerente e importante. Tra questi vengono citati i Graphic Days, i Digital Days, Torino Stratosferica, IN Residence Design Residency e anche Operae – Independent Art Fair, lamentando il fatto che non vi sia più.

4.6 Formazione

Tra le istituzioni della formazione specifica nel settore del design, hanno espresso la loro opinione nell'ambito dell'indagine su cui si basa questo capitolo i professori del DAD (Dipartimento di Architettura e Design) del Politecnico di Torino, l'Accademia Albertina delle Belle Arti, lo IED - Istituto Europeo di Design e l'Università di Scienza Gastronomiche di Pollenzo, per quanto attiene al food design. È stato in generale sottolineato un valore di rilievo per il design, sia perché centrale rispetto all'offerta formativa, come accade al Politecnico (con circa 1200 studenti, ripartiti su un corso di laurea triennale, Design e Comunicazione e un corso di laurea magistrale, Design sistemico) e in IED (con più di metà dei corsi triennali di specializzazione e Master legati al Design), sia perché legato anche alla ricerca scientifica (il Politecnico ha un Dottorato in Gestione, Produzione, Design in collaborazione con il Dipartimento di Ingegneria Gestionale e Industriale). Sia IED sia Politecnico riconoscono che il polo milanese è il più importante in Italia per la formazione sul design, dopo il quale viene il polo torinese, anche per il fatto di distinguersi per la sua specializzazione in design sistemico.

Il fatto di essere un polo di formazione importante è confermato da una domanda crescente da parte degli studenti, testimoniata dal fatto che le domande in ingresso sono quattro volte superiori rispetto agli studenti che possono accedere ogni anno (al Politecnico). Tutte le istituzioni della formazione stanno studiando un allargamento dell'offerta formativa per poter soddisfare la domanda di formazione degli studenti, allargare la proposta agli ambiti più innovativi del design ed essere più competitivi rispetto ad altre offerte.

Vi sono visioni variegata rispetto alle motivazioni di scelta da parte degli studenti di Torino come città in cui formarsi sul design. Innanzi tutto, il fatto di scegliere esplicitamente Torino è vero solo per parte della popolazione studentesca: chi risiede in regione, pur mostrando gli studenti una certa mobilità per motivi di studio, propende per i poli universitari del proprio territorio, specie se strutturati e con ampia offerta come quello torinese. Per coloro che vogliono specializzarsi in car design, Torino è sicuramente un punto di riferimento, legata ai successi industriali nel campo riconosciuti ancor oggi a livello internazionale. Accanto a chi ritiene che la scelta sia dovuta principalmente al fatto che Torino è uno dei poli del design riconosciuti a livello non soltanto italiano, con un'offerta di qualità e caratterizzato da efficacia nel trovare lavoro successivamente alla laurea, vi è chi riconosce alla città un'alta qualità della vita per gli studenti universitari, che trovano stimoli provenienti da settori affini, come dall'arte contemporanea e, allo stesso tempo, costi ridotti.

Una visione, la seconda, molto vicina a quella espressa dai professionisti e dalle imprese, quando è stato loro richiesto quali sono i vantaggi e gli svantaggi di essere ubicati a Torino. Torino viene inoltre definita "a misura di studente", considerato che gli studenti universitari sono più del 15% della popolazione residente e che la città offre servizi e attività culturali al di sopra della media di altre città universitarie.

Vi è poi una visione più istituzionale e probabilmente distante dai fattori reali che entrano in gioco quando uno studente e una famiglia operano la scelta dell'università da frequentare. Tale posizione riconosce alla città il fatto di aver investito per costruire un sistema per il design che collega iniziative pubbliche e private e per aver posto il design al centro del dibattito collettivo.

Un dato di interesse è il fatto che, a parte l'eccezione rappresentata da IED, i referenti delle altre istituzioni della formazione hanno una conoscenza limitata rispetto agli sbocchi lavorativi degli studenti in uscita dal percorso di design: non nominano, infatti, aziende del design, ma indicano, più genericamente, piccole, grandi e medie aziende del territorio e non.

5 CONCLUSIONE

Da questa prima analisi è chiaro che Torino non può attualmente competere sullo stesso piano con le metropoli del design, ma deve saper trovare una propria cifra di sviluppo e di comunicazione del settore, con la consapevolezza che manca di alcune delle caratteristiche delle grandi metropoli del design, ma anche che, contemporaneamente, non ne soffre i principali svantaggi.

Tale condizione viene chiaramente percepita dagli operatori del settore del design a Torino. Innanzi tutto, vi è un tema di bassi costi di vita e degli spazi che rende Torino molto competitiva rispetto a Milano e ad altre città straniere che presentano invece vantaggi relazionali o di business. Si tratta di un vantaggio importante sia per le start-up, sia per le imprese in via di sviluppo, perché contribuisce a mantenere bassi i costi di gestione, rendendo possibile utilizzare in misura maggiore le risorse disponibili per gli investimenti. I costi bassi, inoltre, si accompagnano a una situazione di oggettiva vicinanza con Milano a livello logistico e quindi a territori più vivaci dal punto di vista dell'investimento in design e con una posizione geografica di centralità in Europa, che facilita le relazioni.

In secondo luogo, tutti gli operatori riconoscono a Torino la presenza di un'alta qualità della vita che compensa almeno in parte gli svantaggi individuati, tanto che c'è chi afferma che è proprio questa caratteristica a impedire di lasciare la città. Un'ulteriore caratteristica che qualifica la città è quello di avere un contesto sensibile alle tematiche sociali e dinamico dal punto di vista dell'innovazione sociale, cosa che permette di interloquire con soggetti sensibili al tema, capaci di intervenire per farlo crescere, come ad esempio le Fondazioni bancarie del territorio, e capaci di comprendere le connessioni tra i due sistemi.

Vi è, infine, il riconoscimento della presenza di un network produttivo, fatto di grandi e piccole realtà, industriali e artigiane, che hanno nella qualità produttiva la cifra principale.

6 BIBLIOGRAFIA

- Amitrano, C.C., Filippini, A., Germak, C., & Segre, G. (2022). *Economia del Design in Piemonte 2022*. Torino: MIRA, Circolo del Design. Disponibile da <https://drive.google.com/file/d/15AZR70Npqq3oHAGj03BGrG48-meFu57A/view>
- Bertacchini, E., & Santagata, W. (2011). *Atmosfera creativa. Un modello di sviluppo sostenibile per il Piemonte fondato su cultura e creatività libro*. Bologna: Il Mulino.
- Camera di commercio di Torino. (2017). *Report: Design. Analisi dell'evoluzione dell'offerta di Design in Piemonte*. Disponibile da <https://www.to.camcom.it/osservatorio-offerta-design-in-piemonte>
- Friel, M. (2011). La creatività nel Design. In Bertacchini, E., & Santagata, W. (a cura di). *Atmosfera creativa. Un modello di sviluppo sostenibile per il Piemonte fondato su cultura e creatività libro* (pp. 105-124). Bologna: Il Mulino.
- Peyricot, O., Franc, J., & Van Hasselt, F. (a cura di). (2018). *Challenging the City Scale, Journeys in People-Centred Design*. Basel: Birkhäuser.
- Symbola. (2022). *Design Economy 2022* (I Quaderni di Symbola). Roma: Symbola. Disponibile da <https://www.symbola.net/ricerca/design-economy-2022/>
- Symbola. (2020). *Design Economy 2020* (I Quaderni di Symbola). Roma: Symbola. Disponibile da <https://www.symbola.net/ricerca/design-economy-2020/>

Symbola. (2019). *Design Economy 2019* (I Quaderni di Symbola). Roma: Symbola. Disponibile da <https://www.symbola.net/ricerca/design-economy-2019/>

Symbola. (2018). *Design Economy 2018* (I Quaderni di Symbola). Roma: Symbola. Disponibile da <https://www.symbola.net/ricerca/design-economy-2018/>

Symbola. (2017). *Design Economy 2017* (I Quaderni di Symbola). Roma: Symbola. Disponibile da <https://www.symbola.net/ricerca/design-economy/>