

Remanufacturing Italy: un'introduzione*

Maria Antonia Barucco, Fiorella Bulegato, Alessandra Vaccari

Maria Antonia Barucco, Fiorella Bulegato, Alessandra Vaccari, Università Iuav di Venezia.

* Le curatrici hanno condiviso i contenuti di questa introduzione e scritto a sei mani la prima parte. La sezione *Un industriale Made in Italy* è stata scritta da Fiorella Bulegato; la sezione *Palingenesi del Made in Italy* è stata scritta da Alessandra Vaccari.

Il volume si propone di analizzare e interpretare la condizione presente e le prospettive future del *remanufacturing Italy*. Nel linguaggio tecnologico, con il termine *remanufacturing* si intende la rigenerazione di un prodotto, ottenuta sostituendo le parti usurate con elementi nuovi o recuperati da prodotti preesistenti. Traslare tale termine nell'ambito della riflessione sul Made in Italy offre la possibilità di vedere in una nuova prospettiva le tensioni esistenti, nel presente, fra la sua storia e il suo futuro. Ossia, fra i caratteri ereditati dal passato e le qualità che stanno guidando la sua trasformazione. La metafora del *remanufacturing* esprime l'epoca attuale della postproduzione, in cui secondo il critico d'arte Nicolas Bourriaud non si tratta più di lavorare a partire da materiali grezzi, ma da "oggetti che sono già in circolazione sul mercato culturale, vale a dire oggetti già *informati* da altri oggetti"¹. Questo permette di concepire il Made in Italy come laboratorio creativo a livello globale², dove la creatività non consiste più solo nella realizzazione di prodotti, sistemi e servizi originali, ma nella progettazione della memoria e del futuro. Come è possibile riciclare e riquilificare i luoghi della produzione? Come la storia diventa ingrediente del prodotto? Quali ambiti stanno offrendo risposte alle richieste di una maggiore attenzione alla sostenibilità e all'innovazione? E soprattutto, quale sarà il Made in Italy del futuro? Queste sono alcune delle domande alle quali il libro cerca di dare una risposta.

Da un lato, infatti, la produzione Made in Italy è caratterizzata da un senso di nostalgia per un modello di sviluppo territoriale ed economico basato sulla piccola-media impresa, dalla tendenza alla mitizzazione di una stagione di successi commerciali e di consumi crescenti, dal conforto della nicchia dei beni di lusso, dalla valorizzazione dell'*heritage* e, in parallelo, dalla preoccupazione per la perdita della grande impresa e per la specializzazione delle maestranze. Dall'altro lato, il Made in Italy si colloca oggi all'incrocio di una rete di connessioni globali, tra modi di produzione e di consumo senza limiti guidati dalla rivoluzione digitale e post-digitale. Molte realtà produttive sono state assorbite, fatte oggetto di integrazione verticale e orizzontale da parte dei grandi gruppi che operano su scala globale, anziché territoriale.

In parallelo, si sta registrando un nuovo approccio all'innovazione della piccola-media impresa e un incremento di nuove forme di artigianato e microimprenditorialità su base locale legate alle tecnologie emergenti. Tra questi due poli di realtà imprenditoriali, si collocano in Italia anche le aziende medie e medio-grandi che svolgono un ruolo importante nel trasformare processi e produzioni, ma soprattutto nel promuovere il cambiamento dell'indotto a esse collegato e l'attenzione alla qualità. Ne deriva una riconfigurazione geografica, creativa ed economica della produzione in cui convivono le filiere produttive corte dei laboratori sotto casa, i tradizionali distretti produttivi territoriali, le forme di delocalizzazione e ritorno (*reshoring*) guidate dalle logiche dei gruppi finanziari. Questa vasta materia è esplorata in modo interdisciplinare, attraversando gli ambiti più consolidati del Made in Italy – quali architettura, arti, design e moda – fino a quelli emergenti della produzione di servizi e dell'innovazione tecnologica.

In questo quadro, il volume si articola in due sezioni, dedicate l'una ai modelli di rigenerazione del Made in Italy e della sua filiera produttiva, l'altra alla trasformazione dei discorsi e delle narrative che circolano intorno ad esso e contribuiscono a rinnovare la definizione. Tale bipartizione è utile per organizzare la materia da un punto di vista analitico, mentre alcuni contenuti attraversano l'intero volume: il rapporto con i territori e i distretti; la questione dell'autenticità in un quadro globale e di inclusione sociale; la rinnovata organizzazione del lavoro tra cambiamenti della scansione del tempo, ridefinizione dei suoi spazi e dimensione etica. Tra i denominatori comuni che emergono tra i vari temi vi sono le proposte formative a livello universitario in relazione alla revisione del ruolo del progettista come “catalizzatore” di innovazione. Si tratta di prefigurare ed elaborare processi di formazione appropriati alle prospettive del Made in Italy, in linea con i cambiamenti necessari al sistema del lavoro e del *welfare*³. “La transizione della conoscenza e la trasformazione dell'esperienza”, come sintetizza Vincenzo Cristallo nel suo saggio, investono non solo la strutturazione istituzionale che generalmente si identifica con la riforma dell'istruzione tecnica superiore e del suo proseguimento post-diploma⁴ o con la formazione continua e partecipata nei luoghi di lavoro e a tutti i livelli, ma anche la necessità di un cambio di mentalità. Non si tratta cioè della progressiva tecnicizzazione degli studi, ma di una ricomposizione fra conoscenze e competenze – perché non esiste un apprendimento senza con-

tenuto⁵ – e fra teorie e pratiche, che ponga al centro la collaborazione fra saperi e formazione di una coscienza critica⁶. Con riferimento alla formazione universitaria, si potrebbe quindi sostenere la necessità di un *remanufacturing* del pensiero. Scrive il filosofo Slavoj Žižek:

la spinta a subordinare l'istruzione universitaria ai bisogni della società a renderla utile in relazione ai problemi concreti che dobbiamo affrontare mira a produrre pareri competenti che devono risolvere i problemi posti dagli agenti sociali. Ciò che qui scompare è il vero compito del pensiero: non solo offrire soluzioni ai problemi posti dalla 'società' [...], ma riflettere sulla forma stessa che questi 'problemi' assumono, riformularli.⁷

Sempre dal punto di vista delle continuità tra le sezioni, va infine ricordata la contingenza dell'epidemia di Covid-19. Il progetto di questo volume è nato nei mesi precedenti il *lockdown*, ma quest'ultimo ha comunque influenzato sia le modalità di ricerca, sia le riflessioni contenute nei testi di molti autori qui presentati. In diversi casi, i ragionamenti sul *remanufacturing* sono stati anche l'occasione per mettere a fuoco una possibile lettura del Made in Italy nel post-pandemia.

I. Un industrioso Made in Italy

La prima sezione offre un quadro di riflessioni che interpretano la condizione contemporanea, probabilmente non solo italiana, di provare a transitare da un modello di filiera produttiva lineare a nuovi modelli rigenerativi, caratterizzati da reti collaborative di “produttori” di oggetti, di sistemi e di servizi ma soprattutto di idee e competenze.

Partendo dal riconoscimento dell'insostenibilità dell'attuale sistema economico e sociale e della corresponsabilità materiale e morale della “cultura della progettazione” nel suo sviluppo, il confronto è aperto da due saggi che riflettono sul “futuring”: un concetto di sostenibilità comprensivo di tutte le iniziative collettive che dalle economie circolari si estendono ai modelli di progettazione partecipativa e aperta. Questa ricerca di “pratiche di redirezione” coinvolge anche i modi di intendere le figure dei progettisti e ha lo scopo di verificare e suggerire le chiavi per favorire a livello nazionale modelli di produzione e consumo sostenibili, efficienti e rigenera-

tivi, ossia un *Made Green in Italy* in linea con gli obiettivi per il 2030 delle Nazioni Unite e con il *Green Deal* promosso dalla Comunità europea nel 2019.

Laura Badalucco e Petra Cristofoli Ghirardello, avvalendosi anche dei risultati di un recente progetto di ricerca, rintracciano questi segnali di cambiamento nell'ambito del design. Sebbene i dati, taluni provvedimenti e i prodotti esaminati confermino l'aumento di sensibilità e di investimenti della politica, delle imprese e dei cittadini, le autrici sottolineano l'importanza di adottare strategie che, appropriandosi dei principi dell'economia circolare – “dall'ottimizzazione nell'uso delle risorse alla simbiosi industriale, dall'*upcycling* alla *life extension*, dalla *sharing economy* al *pay per use*, dalla manutenibilità alla rimanifatturazione” –, permettano alle aziende del Made in Italy di ottimizzare le risorse e di divenire fattori di distinzione competitiva.

La ricerca sul “futuring” della moda di Alessandra Vaccari e Ilaria Vanni parte invece dalla predisposizione di un *framework* teorico che, incrociando filiera corta e lunga, fatto a mano e manifattura digitale, genera quattro quadranti di analisi – fai da te, futuro artigiano, produzione digitale, sperimentazione industriale –, utili per una mappatura delle pratiche sostenibili di progettazione e di manifattura. L'esito dell'applicazione di questa metodologia è la considerazione che la moda italiana per i suoi caratteri peculiari – la coesistenza di marchi globali, aziende industriali di piccole e medie dimensioni, miriade di artigiani e designer emergenti – possa configurarsi come “laboratorio” in grado di svolgere un ruolo positivo nel corso del secolo per reindirizzare “forme di resistenza e resilienza al cambiamento climatico globale” nonché di messa in discussione dell'idea di crescita progressiva del sistema capitalistico. Sulle opportunità che la moda italiana avrebbe nel ripensarsi in questo senso, approfittando in particolare della situazione critica dovuta alla pandemia di Covid-19 esplosa nel 2020, riflette Zoe Romano, co-fondatrice di WeMake, spazio di fabbricazione digitale incluso tra gli esempi di produzione collocati tra filiera corta e tecnologie *open source* e analizzati da Vaccari e Vanni.

Fra le questioni comuni rilevate dai tre saggi spicca il ruolo dei processi di digitalizzazione e di automazione. Su questo tema si focalizzano Luca Casarotto e Pietro Costa che ripercorrono le opportunità offerte nell'ultimo decennio alla struttura produttiva e organizzativa delle piccole e medie imprese italiane dal processo denominato

Industria 4.0 o Quarta rivoluzione industriale. Si tratta di una disamina della *smart factory*, frutto anche degli esiti del lavoro di ricerca coordinato dagli autori, che presenta i cambiamenti in corso derivanti dall'automazione spinta dei processi produttivi e dall'adozione di un modello tecno-organizzativo che utilizza i dati generati da “macchine intelligenti” interconnesse per rendere efficienti i flussi di rinnovati prodotti-servizi. Il saggio considera anche le conseguenze di tali mutamenti, ad esempio sulle figure degli utenti-consumatori e degli utenti-lavoratori, sulla de-spazializzazione del lavoro, sulle competenze degli operatori e sul ruolo dei designer. E rileva, per il panorama italiano, la necessità di una strategia più sistemica e olistica, capace di riaffermare la centralità di un approccio *human-centered*.

Conclude sulla medesima linea anche Margherita Ferrari, dopo aver approfondito l'impiego della robotica nel settore manifatturiero italiano sviluppatosi grazie al salto di scala fra grandi, medie, piccole e microimprese, e con il coinvolgimento delle attività artigianali attraverso la comparsa dei *maker*. Strumenti portatori di nuove metodologie di lavoro, integrativi e non sostitutivi delle attività umane, i robot per l'autrice dovrebbero aiutare a “riappropriarsi del senso di responsabilità e fare del proprio mestiere un valore per la comunità”.

A completamento della sezione, Giovanni Maria Conti e Paolo Franzo affrontano il fenomeno e la questione della trasformazione dei tradizionali distretti produttivi legati dalla prossimità geografica dei soggetti coinvolti – che hanno contraddistinto la storia della moda, ma anche del design italiano – in reti collegate. Gli autori si soffermano sulle piattaforme digitali che consentono alle manifatture artigianali distribuite sull'intero territorio nazionale di promuovere capacità e prodotti su scala globale, stabilendo alleanze trasversali con designer, anche non professionisti, imprese e fruitori.

Immerso nel contesto mondiale di crescente richiesta di un pianeta migliore e di preoccupazione sul futuro delle nuove generazioni, accentuate dalla pandemia, il panorama delineato ci consente allora di immaginare, prendendoci qualche rischio, che il Made in Italy potrà contribuire a far avanzare quell'idea di “modernità industriosa” preconizzata da Adam Arvidsson in *Changemaker*⁸.

II. Palingenesi del Made in Italy

Quali sono gli obiettivi della storiografia del Made in Italy? Come

conservare il patrimonio della produzione italiana di beni materiali e immateriali? Il modello economico del Made in Italy è un sistema rotto e da riparare? E cosa ne è delle sue narrazioni? Sono queste alcune delle questioni che la sezione affronta analizzando il Made in Italy con l'obiettivo di offrire un contributo utile alla comprensione della sua palinogenesi.

La sezione pone a confronto i macrodiscorsi che caratterizzano il Made in Italy nel ventunesimo secolo e, in particolare, la dialettica tra industria e artigianato. Tale confronto si propone di superare le rappresentazioni, entrambe storicamente radicate, dell'Italia come paese dell'artigianato di lusso da un lato e della delocalizzazione produttiva industriale dall'altro. Si tratta di due visioni opposte, ma che inducono a pensare il Made in Italy come un territorio in cui i processi di progettazione e produzione sono drasticamente separati. Per esempio, l'associazione con l'artigianato lo ancora all'esecuzione di idee altrui; quella con la delocalizzazione alla impossibilità di gestire e controllare i passaggi tra fasi creative e produttive. Questa separazione è rivelata anche dallo sforzo, da parte delle strategie di comunicazione dei brand del Made in Italy, di nascondere o semplificare la realtà produttiva, soprattutto nel caso delle delocalizzazioni, restituendo l'immagine dell'Italia come grande bottega artigiana in cui si lavora ancora con tecniche e qualità ferme a un tempo mitico. Nel testo che apre la sezione, Vincenzo Cristallo discute la retorica della cultura dell'artigianato, inteso in Italia come "parola-sistema", proponendolo come "sapere in ogni caso mutante nell'esercizio vitale imposto dal tempo che scorre" e mettendone in luce il carattere di innovazione. La narrativa dell'industria nel racconto del Made in Italy è affrontata da Edoardo Brunello e Elena Fava con riferimento alla moda. Gli autori adottano un taglio storiografico per mostrare come la vicinanza tra moda e industria abbia utilmente contribuito alla costruzione dell'immagine vincente del Made in Italy negli anni Ottanta e Novanta del secolo scorso. Di fronte al largo impiego della narrativa sull'artigianato nel ventunesimo secolo, il saggio pone l'attenzione su quanto il collegamento tra moda e industria sia invece trascurato. Il tema dell'industria è anche al centro del contributo di Emilio Antoniol e Maria Antonia Barucco, che propongono il concetto di "tecnologia risonante" per indagare la complessità delle relazioni tra i soggetti coinvolti nel progetto edilizio contemporaneo. Un altro macrodiscorso al centro di questa sezione è costituito dalle

profonde trasformazioni che hanno investito il concetto di Made in Italy come “luogo originario”. In sintonia con la prospettiva della postproduzione, Roshan Borsato e Mario Volpe si interrogano sulla decostruzione delle idee di origine e originale, proponendo una lettura transnazionale dell’identità del Made in Italy. Alla luce dei processi digitali di “virtualizzazione” dei territori, gli autori ipotizzano che in futuro le connotazioni geografiche implicite nella formula “Made in” saranno superate dal “Made by Italy (o by Italians)”.

Tale riflessione apre a nuove domande su chi siano gli *Italians* oggi. Una risposta è offerta da Antonella Ceccagno e Yujie Ding, che considerano il ruolo dei giovani cinesi nella moda italiana a partire dalla ricerca empirica svolta dalle autrici a Prato, un tempo distretto tessile del Made in Italy e ora “network di produzione sovranazionale” grazie al contributo dei migranti cinesi. Massimiliano Condotta e Valeria Tatano offrono un diverso approccio alla questione del *remanufacturing*, focalizzando il loro contributo sulla reinvenzione del marmo, una risorsa altamente iconica e con forti implicazioni simboliche a livello di identità nazionale.

Infine, la sezione si chiude con la riflessione di Maddalena Dalla Mura e Manuela Soldi sulla conservazione e il rilancio, in chiave museale e anche turistica, del patrimonio della produzione industriale italiana. Il contributo pone a confronto le strategie che l’Emilia-Romagna e il biellese hanno rispettivamente attuato per promuovere la cultura e la storia materiale e immateriale dei rispettivi distretti dell’automotive e del tessile, settori del Made in Italy tra i più celebri e internazionalmente riconosciuti. L’approccio comparativo adottato dalle autrici è paradigmatico del taglio intersettoriale e ampiamente interdisciplinare che questo volume propone.

1. N. Bourriaud, *Postproduction. Come l'arte riprogramma il mondo*, Postmedia Books, Milano 2004, p. 13.

2. A. Vaccari, *Il Made in Italy nell'epoca della postproduzione*, in M. G. Muzzarelli, G. Riello, E. Tosi Brandi (a cura di), *Moda. Storia e storie*, Bruno Mondadori, Milano-Torino 2010, pp. 63-69.

3. Cfr. M. C. Carrozza, *L'istruzione al tempo della Quarta Rivoluzione industriale. Sulla necessità di evocare le competenze trasversali ed il pensiero antidisciplinare negli studenti italiani*, in A. Cipriani, A. Gramolati, G. Mari, *Il lavoro 4.0. La Quarta Rivoluzione industriale e le trasformazioni delle attività lavorative*, Firenze University Press, Firenze 2018, pp. 145-57.

4. Molti insistono, anche a seguito della sperimentazione avviata nel 2010 con gli Istituti tecnici superiori (Its), a proporre il modello delle Fachhochschulen tedesche.

5. B. Giuriato, *Salvatore Settis. La buona scuola non è buona. E le "competenze" non servono a niente*, in "Linkiesta", 7 febbraio 2016, <https://www.linkiesta.it/2016/02/salvatore-settis-la-buona-scuola-non-e-buona-e-le-competenze-non-servono/>, consultato il 16 settembre 2020.

6. Cfr. M. C. Nussbaum, *Non per profitto. Perché le democrazie hanno*

bisogno della cultura umanistica, Il Mulino, Bologna 2014; ed. or., *Not For Profit: Why Democracy Needs the Humanities*, Princeton University Press, Princeton 2010, nuova postfazione 2012.

7. S. Žižek, *Benvenuti in tempi interessanti*, Ponte alla Grazie-Salani, Milano 2012, p. 24.

8. A. Arvidsson, *Changemaker? Il futuro industriale dell'economia digitale*, Luca Sossella, Roma 2020; ed. or. *Changemakers: The Industrious Future of the Digital Economy*, Polity Press, Cambridge 2019.