

NUOVI TERRITORI DEL DESIGN TRA ARTIGIANATO E LUOGHI STORICI DELLA CITTÀ *NEW TERRITORIES OF DESIGN BETWEEN ARTISAN HERITAGE AND HISTORICAL SITES OF THE CITY*

Benedetto Inzerillo*

ABSTRACT - La riscoperta del lavoro artigiano supera i confini dell'economia e ci invita a riflettere su cosa può essere oggi la creatività. Nel prossimo decennio, gli innovatori più brillanti non dovranno più affidare ad altri la realizzazione delle loro idee, ma potranno produrre e distribuire da soli, sfruttando web e nuove tecnologie. Il progetto CREZI FOOD KIT si muove all'interno di questo sistema. Coinvolge il Centro Storico di Palermo partendo dal cibo e prova a creare una filiera i cui prodotti si sostengono a vicenda alla ricerca di una nuova via in cui tradizione e innovazione camminano fianco a fianco.

The rediscovery of craftsmanship transcends the boundaries of economy and invites us to reflect on what may be today creativity. Over the next decade, the most brilliant innovators, who have visions of new products with the potential to change the future, will no longer have to entrust to others the realization of their ideas, but may produce and distribute themselves, taking advantage of the web and new technologies. The project CREZI FOOD KIT moves within this system. It involves the historical centre of Palermo starting from food and it tries to create a supply chain whose products, support each other in search of a new way where tradition and innovation walk side by side.

KEYWORDS - Artigianato, centro storico, nuove tecnologie
Arts and crafts, historical centre, new technologies.

Nel nostro Paese esistono ancora tante realtà in cui il saper fare continua a rappresentare un ingrediente essenziale di qualità e di innovazione. La riscoperta del lavoro artigiano, non solo in Italia, supera i confini dell'economia e ci invita a riflettere su cosa può essere oggi la creatività e sulle opportunità di crescita che si offrono alle nuove generazioni del nostro Paese. Da almeno una decina d'anni a questa parte assistiamo a una profonda rivalutazione del lavoro artigiano. In Europa così come negli Stati Uniti giovani brillanti decidono di dedicare le proprie energie a progetti imprenditoriali che ripropongono e sviluppano in chiave contemporanea mestieri fino a pochi anni fa considerati obsoleti. In modo analogo si moltiplicano le fiere e i siti Web che presentano prodotti che hanno il merito di rinnovare, in forme molto diverse tra loro, una tradizione artigianale spesso dimenticata. Nella comunicazione l'espressione *artigianale* ha ripreso una connotazione positiva che da tempo era scomparsa, diventando l'elemento distintivo di un'idea di qualità e di personalizzazione del prodotto tutt'altro che scontata.

Dal lavoro artigiano ai Makers - Come osserva Stefano Micelli «il lavoro artigiano costituisce da sempre la struttura dei nostri processi produttivi. È presente in una varietà di contesti sorprendente: nel mondo del *design*, in quello della moda, nella produzione di macchine utensili, persino nel campo dell'*hi-tech*. È l'ingrediente essenziale nel *modus operandi* delle grandi imprese del lusso così come delle piccole imprese a conduzione familiare».¹

La cultura d'impresa italiana, ma anche quella economica e politica hanno sempre giocato su di un paradosso: l'Italia è storicamente la patria della creatività, dell'ingegno, dell'innovazione ma (come afflitta da un'inguaribile senso di inadeguatezza o da un'ancora più grave forma di esterofilia) ha lungamente guardato verso l'altra parte del mondo, agli Stati Uniti in particolare, alla ricerca di modelli considerati vincenti. L'America ha costituito l'esempio per la riforma dell'Università, del mercato del lavoro, per il rilancio delle imprese nazionali. Sull'altra sponda, invece, quegli esempi attrattivi per l'Italia erano da tempo considerati obsoleti, ed emergevano piuttosto valori che la cultura italiana aveva posto in liquidazione, soprattutto quelli del lavoro manuale e dell'arti-

giano. Notava qualche anno addietro Richard Florida² che la classe dei creativi all'interno della società dovrebbe essere ripensata come uno dei fattori propulsivi alla crescita della società post-industriale. Il concetto di creatività non è un equivalente del *problem solving*: semmai potremmo dire che chi crea è capace di inventare nuovi orizzonti problematici e di osservare i vecchi con una lente nuova. Questa riflessione ha spinto esperti e studiosi nel campo delle scienze sociali a ripensare il tema del lavoro, avviando una rivalutazione di attività e di modi di lavorare oggi divenuti economicamente e socialmente sostenibili grazie anche al contributo delle nuove tecnologie.

Ciò ha contribuito a rilegittimare il lavoro artigiano, mettendo in evidenza i legami con la tradizione così come le discontinuità rispetto a un contesto sociale e tecnologico profondamente rinnovato. L'attualità del lavoro artigiano assume una rilevanza crescente, grazie anche alla rapida evoluzione delle nuove tecnologie dell'informazione e della comunicazione. Il Web e la diffusione di nuovi strumenti per la produzione digitale hanno un ruolo importante nella comunicazione e nella promozione del lavoro artigiano. Inoltre, la nuova generazione di tecnologie per la manifattura digitale come le stampanti 3D, contribuiscono a una cosiddetta *democratizzazione* dei processi produttivi, i cui principali beneficiari sono gli artigiani capaci di rinnovarsi. Il successo di questa nuova generazione di produttori dipenderà dalla capacità di vecchi e nuovi artigiani di far evolvere una cultura e un modo di fare impresa consolidati verso nuovi scenari. La crisi dell'ultimo decennio ha determinato un cambiamento delle abitudini relativamente ai consumi e ci ha costretto a riflettere su cosa e come compriamo; ciò ha stimolato una maggiore attenzione alla qualità, sostenibilità e provenienza dei prodotti.

Questo nuovo atteggiamento, più attento verso le pratiche del consumo, ha premiato quei produttori che si sono dimostrati capaci di promuovere una nuova cultura del lavoro legata al saper fare artigiano. Il sociologo Richard Sennett è stato il primo a riproporre in chiave contemporanea un'idea di lavoro che appariva superata. Le ricerche di Sennett hanno avuto il merito di porre il tema dell'artigianato non solo come soluzione ai limiti di un sistema economico insoddisfacente, ma anche come parte di una riflessione di carattere più generale sulla società del futuro che dell'uomo



Fig. 1 - COOBO (Greta Carullo, 2016).

artigiano e delle sue capacità ha un enorme bisogno. Il movimento dei *Makers*, ribattezzati in Italia «artigiani digitali», unisce alla passione del costruire la determinazione nell'inventare, scommettendo sulla rete per creare nuove connessioni sociali e nuove dinamiche di condivisione del sapere. Chris Anderson, autore del volume *Makers: il ritorno dei produttori*, ha messo a fuoco non solo le caratteristiche sociali e culturali del nuovo artigiano digitale, ma anche un modello economico che dovrebbe garantire la sostenibilità di un modo nuovo di organizzare la divisione del lavoro a scala internazionale. La passione del fare, nell'accezione di Anderson, diventa motore di trasformazione sociale e di innovazione sostenibile. Ritornare all'artigianato però non vuol dire cancellare il progresso industriale o rifarsi all'artigianato di una volta, ma significa recuperare invece la passione per la qualità del lavoro. «Bisogna trascorrere più tempo con le persone che sanno fare le cose», afferma Richard Sennett.³

Tra lavoro artigiano e produzione industriale, al di là dello scarto di natura quantitativa che risponde alla necessità di serialità e massificazione tipica della seconda e che è assente nel lavoro artigianale, stanno alcune importanti distinzioni. La prima: l'artigiano opera entro un livello di autonomia che gli permette di sovrintendere a tutto il processo produttivo e di individuare, eventualmente, le soluzioni più efficaci ai problemi che possono sorgere nel corso della realizzazione, anche grazie all'esperienza nell'uso degli strumenti di lavoro. Il secondo aspetto distintivo riguarda il confronto con chi commissiona il lavoro. Nel campo della produzione industriale l'istituzione di un rapporto diretto tra utente e realizzatore è naturalmente impossibile, tranne in quei casi abbastanza sporadici ed esclusivi che riguardano la cosiddetta *customizzazione*, la personalizzazione dell'oggetto secondo i *desiderata* del compratore. Tra artigiano e cliente, invece, l'azzeramento della filiera produttiva consente non solo di predeterminare con esattezza ciò che si attende il destinatario del lavoro, ma anche di verificare se il prodotto finito corrisponde al grado di qualità che il diretto interessato si attendeva. Nel lavoro artigianale, infine, c'è una importante componente 'ereditaria' che rappresenta probabilmente l'essenza stessa del saper fare manuale: la trasmissibilità del sapere è in effetti il sigillo identitario del suo lavoro.

L'artigiano inoltre, nota Richard Sennett, «è colui che ama il lavoro fatto a regola d'arte, che si impegna nella realizzazione di uno standard superiore e che ha la possibilità di ribadire con orgoglio la qualità del suo lavoro»⁴. La dialettica incessante fra teoria ed esperienza rappresenta il suo più evidente approccio col mondo. Inoltre, ciò che caratterizza la figura dell'artigiano è la capacità di governare le tecniche alla ricerca di un miglioramento continuo del proprio lavoro; le definizioni di 'maestro d'arte' o 'maestria artigiana' descrivono con efficacia tale attitudine.

CreziFood Kit - Il progetto *CreziFood Kit* si muove all'interno di questo sistema. Il campo operativo di questo piano corrisponde al Centro Storico di Palermo a partire da uno degli elementi identitari che maggiormente lo caratterizzano: il cibo. Se il cibo rappresenta veramente la marca culturale più duratura di una civiltà, nel cuore della parte più antica del capoluogo esso è quasi

un culto, tant'è che l'enogastronomia è oggi uno dei pochi settori in crescita, in grado di trainare la produzione artigianale ad essa connessa. Su questo sfondo economico e produttivo, è possibile osservare un fenomeno che sembra foriero di significativi sviluppi: da una parte esiste ancora una generazione di artigiani che non trova continuatori e che teme che il patrimonio di competenze accumulato di generazione in generazione vada perduto; dall'altra, una schiera di giovani dotati di creatività e talento che però non ha una collocazione lavorativa. Se si coniugasse l'esperienza dell'artigianato storico alle tecnologie contemporanee della manifattura digitale si giungerebbe verosimilmente a una sinergia in grado di costituire un'argine importante all'emorragia di talenti verso altre realtà. *CreziFood Kit* ripartendo dal cibo prova a creare una filiera i cui prodotti, nati dall'incontro tra vecchi e nuovi artigiani, si sostengono a vicenda alla ricerca di una nuova via in cui tradizione e innovazione camminano fianco a fianco. *CreziFood Kit* è il nome di uno degli otto progetti italiani vincitori del Bando di Fondazione Telecom Italia *Beni Invisibili, Luoghi e Maestria delle tradizioni artigianali*; è stato presentato dall'associazione palermitana *CLAC (Centro Laboratorio Arti Contemporanee)* in collaborazione con il *Consorzio Arca e Next*, unico in tutta la Sicilia ad essere stato selezionato.

L'idea di base consiste nel ridare visibilità e valore ai luoghi e ai saperi artigiani che sono oggi a rischio di estinzione in un Centro Storico, quello di Palermo, in piena trasformazione e nel fare della tradizione enogastronomica siciliana il settore trainante di altre forme di produzione artigianale, che rischiano di diventare definitivamente invisibili, così da creare una filiera i cui prodotti si sostengano a vicenda. Il progetto si è sviluppato a partire da una mappatura partecipata delle realtà artigiane e dei luoghi storici del "saper fare" a Palermo. Conclusa la fase di mappatura, sono stati condivisi con alcuni artigiani percorsi di consulenza, sviluppo di modelli di *business*, creazione di *start-up*, prototipazione di nuovi prodotti.

Parallelemente alla mappatura degli artigiani è stata avviata una selezione di un certo numero di operatori del settore *food* con i quali sono stati creati dei *focus group* per immaginare quali nuovi prodotti potessero facilitare e innovare il sistema produttivo nel campo alimentare; è stata fatta anche una mappa dei *Makers*, designers e innovatori coinvolti nel progetto. Questo gruppo di creativi ha elaborato delle proposte di innovazione, scaturite dal confronto con il settore *food* e successivamente le hanno trasformate in progetti. Il progetto, ha avuto come principale obiettivo quello di ripartire dal *food design*, unico settore, in questo momento, capace di reagire alla crisi e inventare nuovi mercati, ma anche efficace strumento per ridefinire un nuovo equilibrio tra produzione e consumo degli alimenti.

Le discipline coinvolte nella progettazione sono state tra le più varie, così come i campi d'azione e i materiali; questi ultimi, nella maggior parte dei casi, sono stati materiali ecologici, riciclati, riciclabili e sostenibili, volti ad educare nella lotta contro lo spreco. Lo scopo è stato certamente quello di valorizzare la cultura materiale (del saper fare) attraverso la realizzazione di prodotti innovativi, ma è stato anche, e soprattutto, quello di dar voce al nuovo movimento nascente dei *Makers*, i



Fig. 2 - *PLAY&FOOD* (Uma Damico, 2016).

nuovi designer della modernità, capaci di fondere in un unico processo sia progettazione che realizzazione materiale. Il *Food Design* è lo strumento che definisce un nuovo equilibrio tra cliente, ristoratore e servizio. Nel suo sviluppo, si è andato consolidando come un ambito di studi interdisciplinari che, nel rispetto della diversa natura culturale dei contesti, ha individuato appropriate linee di ricerca. La transizione verso una società di massa ha fornito un ambiente fertile per far interagire il mondo del cibo e quello del design. Il ruolo del *Food Designer* è quello di progettare sia gli oggetti che le regole che determinano il loro modo di relazionarsi. La velocità con cui tutto viene consumato e la mancanza di tempo ci impediscono oggi di assaporare le cose come avveniva in passato; ciò si potrebbe definire quasi come una regressione nella sfera dei sensi.

È necessario, dunque, recuperare un atteggiamento consapevole durante i pasti, attribuendo la giusta importanza, anche, alla cultura materiale. Le ricerche sul *Food Design* si rinnovano di continuo sia per rispondere alle nuove tendenze che per soddisfare i desideri dei consumatori sempre alla ricerca di nuovi prodotti. Il mercato della ristorazione è in continua evoluzione, sia nell'innovazione di prodotto che nei servizi. Il consumo del cibo è diventato, non solo un'esperienza di gusto, ma anche un'esperienza totale, dove tutto convive e trova equilibrio: il bisogno di tradizione e genuinità si confronta con l'innovazione e la sperimentazione. Sarebbe auspicabile poter progettare nei prossimi anni dei veri e propri 'sistemi alimentari', sintesi di un insieme integrato di prodotti, servizi e conoscenze, assumendo sempre nuove forme e contenuti, proponendo nuovi valori in tema di consapevolezza, consumo, sostenibilità e ricerca di nuove forme d'uso.

Conclusioni - Il fenomeno dei *Makers* determinerà, molto probabilmente, un aumento del numero di persone che realizzeranno con le proprie mani ciò di cui hanno bisogno⁵. Gli artigiani/designers devono affrontare un contesto in cui non esistono più o si sono fortemente modificate le categorie dell'ideare e del realizzare: le forme e i modelli della creatività che hanno caratterizzato il nostro passato e che richiedono una riddiscussione e un allargamento⁶. Il recupero della cultura materiale, inoltre, deve passare per una diversa relazione con i materiali, non solo di tipo ingegneristico, cioè finalizzata allo studio delle proprietà chimiche e meccaniche, ma anche nella relazione tra materia e forma⁷. Lo scenario dell'evoluzione della relazione tra design e artigianato è quindi legato a una dimensione di creatività che si esercita localmente e in maniera pragmatica, vicina

alla sperimentazione e alle esigenze dei singoli e delle comunità⁸. Gran parte del design italiano è ricorso negli anni a modalità di autoproduzione per poter portare avanti sperimentazioni più libere⁹. Non necessariamente quanto sopra descritto dovrà essere compiuto in prima persona da un unico individuo; l'esperienza di *CreziFood Kit* ci suggerisce quale potrà essere la genesi di un prodotto/servizio¹⁰. Attorno a questa visione stanno già nascendo nuove figure di progettisti volenterosi di riprendersi l'anima e affermare che il design moderno è una scienza con un'estetica, un'arte all'interno dell'industria¹¹. Di seguito alcuni progetti di giovani ricercatori.

COOBO di Greta Carullo - *Coobo* è un utensile da cucina in legno, semplice, funzionale e a basso impatto ambientale (Fig. 1). Rappresenta un valido aiuto in cucina per velocizzare i tempi di preparazione di piatti a base di polpette. Si compone di due parti quasi speculari, caratterizzate da scanalature a profilo circolare sulle facce interne. La forma di *coobo* è strettamente legata alla funzione che deve svolgere; i due pezzi che lo compongono fungono da stampo e da modellatore. Il suo funzionamento è semplice e può essere schematizzato in poche fasi: il tritato viene inserito tra i due pezzi e pressato per ottenere dei cilindri di carne; i cilindri così ottenuti vengono estratti e riposizionati perpendicolarmente ai 'canali' e modellati, con un movimento avanti e indietro del pezzo superiore, ottenendo palline di carne di forma regolare e dimensioni uguali.

PLAY&FOOD di Uma Damico - *Play & Food* è una tovaglietta gioco in grado di coinvolgere sia i bambini che gli adulti nell'intento di recuperare il valore del mangiare insieme, creando un momento di gioco, crescita, relazione e comunicazione (Fig. 2). La tovaglietta è stata realizzata totalmente a mano, da un artigiano di *Ciati*, una bottega situata in via *Alloro*, nel cuore del Centro Storico di Palermo. *Play & Food* è costituita da una tovaglietta realizzata in PVC espanso a cellule chiuse, un tavoliere composto da due strati cuciti insieme, sette elementi che compongono il gioco, una tasca laterale e infine una chiusura, composta da una striscia di PVC di 25 cm, che avvolge la tovaglietta e si aggancia attraverso uno strato di velcro.

KEEP IT, sostenibilità e packaging di Francesca Lo Coco - Il progetto *Keep It* è quello di un packaging d'asporto per streetfood, che permette di avere tutto a portata di mano in un unico contenitore (Fig. 3).



Fig. 3 - KEEP IT, sostenibilità e packaging (Francesca Lo Coco, 2016).

tore (Fig. 3). Gli obiettivi del progetto sono: l'utilizzo di materiali riciclabili per minimizzare l'impatto ambientale; la realizzazione di un packaging facile e veloce da assemblare. I materiali per il packaging sono stati scelti in base alla tipologia di imballaggio. Il contenitore principale è realizzato in polipropilene mentre i contenitori per il cibo sono in polpa di cellulosa, che si ricava da scarti di lavorazione di piante a ricrescita veloce, ed è biodegradabile e compostabile.

PIANU' & PIANJOUR di Serena Russo - *Pianù* è un "libro per la tavola", ovvero un piatto con le caratteristiche di un libro pop-up: apparentemente sembra essere un comune foglio di cartoncino piegato, ma aprendolo si trasforma in un piatto in cartone politenato per cibi caldi, freddi, solidi e liquidi (Fig. 4). Il piatto include un supporto di cartoncino che funge anche da tovaglietta, dove è anche possibile far stampare il proprio menù. Aprendo il libro-supporto troviamo una serie di tagli che permettono il perfetto incastro del piatto. Dopo aver consumato il pasto, si potrà collezionare i piatti per trasformarli nelle due versioni di *Pianjour*, la lampada origami. Il valore di *Pianù* si concretizza, attraverso l'autoproduzione, nella creazione di un nuovo oggetto, di "seconda vita", *Pianjour*.

ORANGRAIS di Valeria Foti - *Orangrais* è una piccola macchina manuale che permette di realizzare palle di riso ripiene al suo interno, note in Sicilia come *arancine* (Fig. 5). Il progetto nasce dal caso studio dell'*Arancinotto*, anche questa finalizzata alla realizzazione di arancine. Lo scopo è quello di migliorare la macchina già esistente proponendone dunque una rivisitazione che potesse con un unico prodotto realizzare più arancine contemporaneamente ma con grammature differenti. *Orangrais* è costituita da 3 stampi in acciaio, da un tappo e da un contenitore in legno di faggio; la lavorazione dell'acciaio e del legno è stata effettuata esclusivamente al tornio.

KILOS di Giuseppe Avanzato - *Kilos* nasce come soluzione per fornire ai soggetti che intendono seguire una dieta, uno strumento in grado di monitorare sia il peso dei cibi che mangiano che i principi nutritivi che introducono nel proprio corpo (Fig. 6). La forma è stata scelta per ottenere dei contenitori con la maggior capienza possibile. La parte centrale del piatto è costituita da un display oled monocromatico, che visualizza il peso dei quattro alimenti all'interno dei contenitori. Il materiale utilizzato per le vaschette è il polipropilene stampato a iniezione. Per la base è stato utilizzato il faggio che oltre ad essere un legno facile da lavorare, abbondante in natura ed economico, è particolarmente indicato per l'uso alimentare.

TI, progetto di tavolo di Iolanda Lucia - L'idea è quella di un tavolo alto, per due persone, adibito al consumo di un pasto veloce. Il tavolo è costituito da due elementi smontabili, il ripiano e i piedi (Fig. 7). Il ripiano è formato da una lastra che viene piegata, in modo da ottenere due superfici: quella superiore presenta dei fori per poter inserire calici, coppi o ciotole; quella inferiore consente l'incastro dei piedi, attraverso dei fori rinforzati. Nella superficie superiore è applicata un'incisione, che rimanda all'idea del centro tavola. Il tavolo

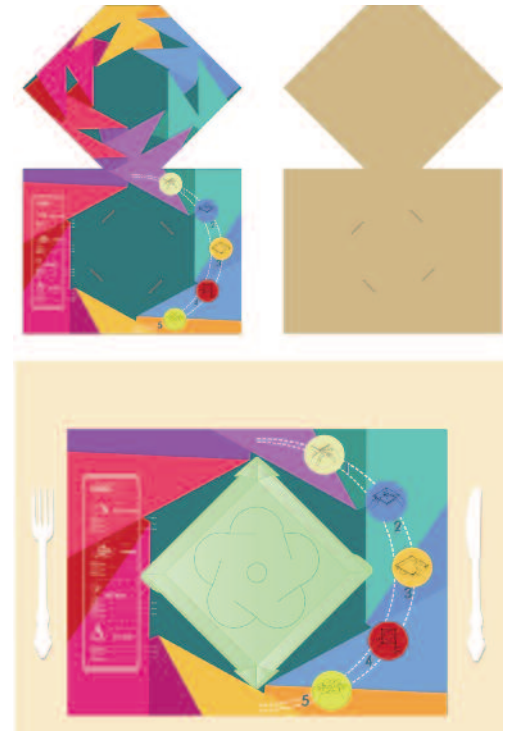


Fig. 4 - PIANU' E PIANJOUR (Serena Russo, 2016).

lo, smontabile, occupa poco spazio quando non viene utilizzato. Inoltre, il ripiano senza il sostegno dei piedi può essere utilizzato anche come vassoio. I materiali utilizzati sono il legno di faggio per la struttura e il plexiglass per il ripiano.

ECO-STREET FOOD, costumizzazione di Ape Car di Cristiana Grasso - *L'Ape Eco-Street Food* è pensata come mezzo ecologico, sia per la realizzazione che per le finalità imprenditoriali (Fig. 8). È una proposta che nasce per sensibilizzare il pubblico sui temi dell'inquinamento atmosferico e alimentare. *L'Ape Eco-Streetfood* è pensata per una clientela, interessata a conoscere nuovi mondi e curiosa di provare del buon cibo salutare. Il progetto si sofferma in particolare modo sulla cucina vegana e vegetariana. Come già accennato è possibile cucinare a bordo dell'Ape, come in un grande ristorante di lusso, solo con dimensioni molto più ridotte. Lo scopo di questo mezzo è quello di provare a far cambiare alla gente le proprie idee alimentari con l'obiettivo di promuovere uno stile di vita più salutare.

ENGLISH

In our country there are still many situations in which the ability of creating continues to be an essential ingredient of quality and innovation. The rediscovery of craftsmanship, not only in Italy, transcends the boundaries of economy and invites us to reflect on what may be today creativity and growth opportunities that are offered to new generations of our country. For at least ten years now we are witnessing a profound appreciation of craftsmanship. In Europe as well as in the United States brilliant young people decide to devote their energies to business projects that propose and develop contemporary crafts just a few years ago considered obsolete. Likewise fairs increase and websites that offer products that have the merit to introduce renovation, in very different forms, a tradition often forgotten. In this communication the term 'artisan' has regained a



Fig. 5 - ORANGRAIS (Valeria Foti, 2016).

positive connotation that has long disappeared, becoming the distinctive element of an idea of quality and product customization that is anything but obvious. From craftsmanship to Makers, as noted by Micelli, «Craftsmanship has always been the structure of our production processes. It is present in a variety of contexts: in the world of design, fashion, in the production of machine tools, even in the field of hi-tech. It is the essential ingredient in the modus operandi of the largest enterprises of luxury as well as small family businesses».¹

The Italian business culture, but also the economic and political have always played on a paradox: Italy is historically the home of creativity, brilliance, innovation but seems afflicted with an incurable feeling of inadequacy or from an even more severe form of xenophilia - it has long looked to the other side of the world, to the United States in particular, looking for models considered winners. America has been the example for University reform, the labour market, for the revival of domestic enterprises. On the other side, however, those attracting examples for Italy had long been regarded as obsolete, and instead values that Italian culture had placed aside, especially those of manual labor and craftsmanship were starting to emerge. Richard Florida noted a few years ago that in our society the class of creators should be considered as one of the factors driving the growth of post industrial society. The concept of creativity is not an equivalent of problem solving: or better we could say that those who create are able to invent new complicated horizons and to observe the old problems with new lens. This reflection has led experts and researchers working in social sciences to reconsider the topic of work, triggering a reassessment of activities and ways of working that today have become economically and socially sustainable thanks to the contribution of new technologies.

This has helped to relegitimise craftsmanship, highlighting the relations with tradition as well as discontinuity compared to a social and technological context deeply renewed. Recent craftsmanship assumes a growing importance thanks to the rapid development of new information and communication technologies. The Web and the spreading of

new digital production tools play an important role in communication and promotion of craftsmanship. In addition, the new generation of digital manufacturing technologies such as 3D printers, contribute to a so-called «democratisation» of production processes, whose main beneficiaries are artisans able to reinvent themselves. The success of this new generation of producers will depend on the ability of old and new artisans to develop a culture and a way of doing business consolidated towards new scenarios. The crisis of the last decade has brought a change of habits in relation to the consumption and it has forced us to think about what and how we should buy; This has stimulated an increased focus on quality, sustainability and provenance of products. This new attitude more attentive towards the practices of consumption has rewarded those manufacturers that have proven themselves able to promote a new culture of work related to the ability of being artisan. The sociologist Richard Sennett was the first to propose the idea of a contemporary work that seemed outdated. Sennett's researches have had the merit of placing the subject of craft not only as a solution to the limits of an unsatisfactory economic system, but also as part of a more general reflection on the future society where craftsman's ability will be needed. The movement of Makers, re-baptized in Italy «digital artisans», combines the passion of building as well as the determination to invent, betting on the web to create new social connections and new dynamics of knowledge sharing. Chris Anderson, author of the book Makers, the return of producers, has focused not only on social and cultural characteristics of the new digital craftsman, but also on an economic model that should ensure the sustainability of a new way to organize the work division on an international scale.

The passion of making, according to Anderson, becomes a social transformation engine and sustainable innovation. Returning to craftsmanship doesn't mean deleting the industrial progress or referring to past crafts, but means instead, retrieve the passion for quality of work. "You have to spend more time with people who know how to do things," says Richard Sennett². Between craftsmanship and industrial production, beyond the quantitative waste that is present and

typical in mass production and mass consumption but absent in manual work, there are some important distinctions. First: craftsmen operate within a level of autonomy that allows them to oversee the entire production process and to identify, where possible, the most effective solutions to the problems that may arise during the implementation thanks to the experience in the use of machinery. The second distinctive aspect concerns the comparison with who has commissioned the work. In the field of industrial production, the establishment of a direct relationship between user and creator is of course impossible, except in those cases quite sporadic and exclusive concerning the so-called customization, the personalized object according to the desired request of the buyer.

Between craftsman and client, instead, the absence of the supply chain manufacturing allows not only to accurately predetermine what to expect, but also to check whether the product corresponds to the level of quality that the person concerned was expecting. In craft work, finally, there is one important component "hereditary" that probably represents the true essence of knowing how to do manual: the transmissibility of knowledge is indeed the seal of identity of work. The craftsman also notes Richard Sennett, «is one who loves a job done professionally, who is committed in the construction of a higher standard and that has a chance to restate with pride the quality of his work». The incessant dialectic between theory and experience represents its most obvious approach to the world. Besides, what characterizes the figure of craftsman is the ability to govern the techniques in search of continuous improvement of its own work; the definitions of master or craftsmanship effectively describe this attitude.

CreziFood Kit -The CreziFood Kit project moves within this system. The operating range of this plan corresponds to the historical centre of Palermo, starting with one of the elements of identity that best characterize it: food. If food is truly the most enduring cultural brand of a civilisation, in the heart of the oldest part of the capital it is almost a cult, so much that food and wine is today one of the few growing sectors, able to tow craft production related to it. On this economic and productive backdrop, you can observe a phenomenon that seems a harbinger of significant developments: on one hand, there is still a generation of artisans who can't find successors and fears that the heritage accumulated from generation to generation will be lost; on the other hand, a group of young people with creativity and talent but do not have a work placement. If you combined the experience of historical handicrafts to the contemporary technologies of digital manufacturing you would likely reach a synergy able to build an important embankment for the flowing talents toward other realities.

CreziFood Kit spreading from food tries to create an industry whose products, born from the encounter between old and new artisans, support each other in search of a new method where tradition and innovation walk side by side. CreziFood Kit is the name of one of the eight Italian winning projects of Telecom Italia invisible assets, places and mastery of craft traditions competition announcement. It was presented by the Association of Palermo CLAC,

laboratory centre of contemporary art associated with Arca and Next Consortium.

The basic idea is to give visibility and value to the places and to knowledgeable artisans who are now at risk of extinction in a town, Palermo, in a time of transformation and making the Sicilian culinary tradition the leading sector of other handcrafted productive sectors that risk becoming permanently invisible, thus creating a supplying chain whose products support each other. The project has developed starting from a participatory mapping of artisans and historical places of know how to in Palermo. Once the mapping phase was done, some artisans have shared consulting pathways, development of business models, creating start-ups, prototyping new products. In parallel with the mapping of craftsmen a selection of a number of food business operators has been introduced with whom focus groups have been created in order to imagine what new products could facilitate and innovate the production system in the food industry. A map of Makers, designers and innovators that are involved in the project has been done as well. This creative group has drawn up proposals for innovation that derive from the comparison with food sector and later have been turned into projects. The main goal of the project was to start up again from food design, the only sector, at the moment, able to react to crisis and inventing new markets, but also an effective tool to redefine a new balance between production and consumption of foods.

The disciplines involved in the design were among the most varied, as well as the fields of action and materials; the latter, in most cases, were ecological, recycled, recyclable and sustainable in order to educate and fight against waste. The purpose was to enhance the material culture (savoir faire) through the development of innovative products, but also, and above all, to give voice to the new rising Makers movement, the new designers of modernity, able to blend into a single process both design and material construction. Food Design is the tool that defines a new balance between customer, restaurant owner and service. In its development, it has consolidated as a field of interdisciplinary studies that, respecting the diverse cultural context, it has identified appropriate lines of research. The transition to a mass soci-



Fig. 7 - TI, progetto di un tavolo alto (Iolanda Lucia, 2016).

ety has provided a fertile environment to interact with the world of food and design. The role of Food Designer is to design both the objects and the rules that determine the way they relate to. The speed with which everything is consumed and the lack of time prevents us today to enjoy things as it happened in the past. This could be almost described as a regression of the sphere of senses.

You must therefore retrieve a conscious attitude during meals, attributing importance, also, to material culture. Researches on Food Design are renewed continuously both to respond to new trends and to satisfy the desires of consumers always looking for new products. The restaurant market is constantly changing, both in product innovation and in services. The consumption of food has become, not only a taste experience, but also a total experience, where everything lives and finds balance: the need for tradition and authenticity confronts with innovation and experimentation. A future wish would be to design in the coming years real food systems, synthesis of an integrated set of products, services and knowledge, taking on new forms and contents, proposing new values in terms of awareness, consumption, sustainability and search for new forms of use.

Conclusions - The phenomenon of Makers will determine, most likely, an increase in the number of people who will carry out with their own hands what they need. The artisans/designers have to face a context in which they no longer exist or the categories of design have been strongly modified: shapes and patterns of creativity that characterized our past require a redefinition and a growth. The recovery of material culture also must pass through a different relationship with materials, not only as an engineering type, that is only focused on the study of chemical and mechanical properties, but also considering the relationship between matter and form⁷. The scenario of the evolution of the relationship between design and craftsmanship is so linked to a dimension of creativity that it is exercised locally and pragmatically, close to experimentation and to the needs of individuals and of the communities. Most of the Italian design has recurred over the years to carry out self-handling production in order to carry out autonomous experiments. Not necessarily what above described must be done by a single individual; CreziFood Kit experience suggests us what could be the genesis of a product/service. Around this vision new designers are emerging willing to reclaim soul and confirm that modern design is a science with an aesthetic, an art within the industry. Here are some projects of young scientists.



Fig. 6 - KILOS (Giuseppe Avanzato, 2016).

COOBO is a wooden kitchen utensil, simple, functional and with low environmental impact (Fig. 1). It represents a valuable help in the kitchen for speeding up the preparation of meatball dishes. It consists of two parts almost specular, with round grooves on the inner faces. The shape of coobo is closely linked to its function; the two pieces that comprise it act as a mold and moldeler. The way it works is simple and it can be described into a few stages: the chopped meat is inserted between the two pieces and pressed to get meat rolls; the cylinders obtained are extracted and repositioned perpendicular to "channels" and modeled, with a back and forth movement of the top piece, getting meat balls of regular shape and equal size.

PLAY&FOOD of Uma Damico-Play & Food is a play mat that involves children and adults in order

to retrieve the value of eating together, creating a moment of play, growth, relationship and communication (Fig. 2). The tablecloth was made entirely by hand by an artisan in Ciatu, a shop located in via Alloro, in the heart of the historical centre of Palermo. Play & Food consists of a PVC placemat made of cell foam, a board composed of two layers sewn together, seven elements of the game, a side pocket and finally a closure consisting of a 25 cm PVC strip that wraps the placemat and it is stopped with a layer of velcro.

KEEP IT, sustainability and packaging of Francesca Lo Coco - The project Keep It is a take away packaging/streetfood, which allows you to have everything at your fingertips in a single container (Fig. 3). The aims of the project are: the use of recyclable materials to minimise environmental impact; an easy and quick assembling packaging. The packaging materials have been chosen according to the type of packaging. The main container is made of polypropylene while the food containers are in paper pulp, obtained from scraps of fast growing plants, and it is biodegradable and it is possible to turn into compost.

PIANU' & PIANJOUR of Serena Russo - Pianù is a table book, it's a plate with the features of a pop-up book: it appears as being an ordinary sheet of cardboard flap, but as you open it, it turns into a plate of cardboard pulp for hot food, cold food, solids and liquids (Fig. 4). The dish includes a cardboard support that doubles as a placemat, where you can also print your own menu. As soon as the book/support is open there are a series of cuts that allow the perfect fit of the dish. After consuming the meal, you will be able to collect the plates to turn them into two versions of Pianjour, the origami lamp. The value of Pianù is realized through self-handling, in creating a new object, and giving a second life, Pianjour.

ORANGRAIS of Valeria Foti - Orangrais is a small manual machine that allows you to make rice balls stuffed inside, well known in Sicily as arancine (Fig. 5). The project comes from the case study of Arancinotto, aimed as well in arancine making. The aim is to improve the existing

machine proposing a reinterpretation that with just one product would be able to produce more arancine with different weights. Orangrais consists of 3 steel molds, a cap and a beechwood box; the steel and the wood were made with a lathe.

KILOS of Giuseppe Avanzato - Kilos was born as a solution to provide to individuals who wish to follow a diet, a tool that can monitor both the weight of food eaten and nutrients introduced into the body (Fig. 6). The shape was chosen to obtain spacious containers. The central part of the dish has got a monochromatic oled display, which displays the weight of four foods within the containers. The material used for the trays is injection-molded polypropylene. The base is made of beech which besides being an easy to work wood, abundant and cheap, it is particularly suitable for food use.

TI, progetto di tavolo of Iolanda Lucia - The idea is a high table, for two people, for the consumption of a quick meal. The table consists of two elements, a shelf and removable bases (Fig. 7). The shelf is formed from a sheet that is folded, in order to obtain two surfaces: the upper one has holes to accommodate stemware or bowls; the lower one allows the joint of the base, through reinforced holes. The top surface has an incision, which refers to the idea of a table center. The table, removable, takes up little space when not in use. In addition, the shelf without the support of the base can also be used as a tray. The materials used are beech wood for the structure and plexiglass for the shelf.

ECO-STREET FOOD, customization of Aper Car of Cristiana Grasso - The Eco-Street Food Ape Car is intended as an ecological means of transport, both for the realization and for business purposes (Fig. 8). It is a proposal that was created to raise public awareness on issues of air and food industries pollution. The eco-street food ape car is intended for clients, interested in meeting new worlds and curious to try some good healthy food. The project focuses especially on vegan and vegetarian food. As already mentioned you can cook on board the ape car, as in a great upscale restaurant, just in smaller spaces. The

purpose of this means of transport is to try to change people's point of view and with the aim of promoting a healthier lifestyle.

NOTES

- 1) Micelli, S. (2011), *Futuro artigiano*, Marsilio, Venezia, p.14.
- 2) Florida, R. L. (2003), *L'ascesa della nuova classe creativa. Stile di vita, valori e professioni*, Mondadori, Milano.
- 3) Sennett, R. (2009), *L'uomo artigiano*, Feltrinelli, Milano, p. 250.
- 4) Sennett, R. (2009), *op. cit.*, p. 268.
- 5) Micelli, S. (2016), *Fare è innovare. Il nuovo lavoro artigiano*, Il Mulino, Bologna.
- 6) Sennett, R. (2009), *L'uomo artigiano*, Feltrinelli, Milano.
- 7) Maffei, S. (2011), *Artigiano oggi. Comprendere i processi innovativi contemporanei tra design, nuove forme di progetto e creatività e evoluzione dei modelli di produzione*, in V. Arquilla, *Intenzioni creative. Design e artigianato per il Trentino*, Maggioli, Rimini.
- 8) De Fusco, R. (2012), *Op.cit. rivista quadrimestrale di selezione della critica d'arte contemporanea*, numero 143, Electa Napoli.
- 9) Maffei, S. (2011), *Artigiano oggi. Comprendere i processi innovativi contemporanei tra design, nuove forme di progetto e creatività e evoluzione dei modelli di produzione*, in V. Arquilla, *Intenzioni creative. Design e artigianato per il Trentino*, Maggioli, Rimini.
- 10) De Fusco, R. (2012), *op.cit.*
- 11) De Fusco, R. (2012), *op.cit.*

REFERENCES

- De Fusco, R. (1998), *Storia del Design*, La Terza, Bari.
- Fuad-Luke, A. (2003), *Eco-Design. Progetti per un futuro sostenibile*, Logos, Modena.
- Florida, R. L. (2003), *L'ascesa della nuova classe creativa. Stile di vita, valori e professioni*, Mondadori, Milano.
- Ashby, M. and Johnson, K. (2005), *Materiali e Design*, Casa Editrice Ambrosiana, Milano.
- Sennett, R. (2009), *L'uomo artigiano*, Feltrinelli, Milano.
- Micelli, S. (2011) *Futuro artigiano L'Innovazione nelle mani degli italiani*, Marsilio Editori, Venezia.
- Maffei, S. (2011), *op. cit.*
- De Fusco, R. (2012), *Op.cit. rivista quadrimestrale di selezione della critica d'arte contemporanea*, numero 143, Electa, Napoli.
- Anderson, C. (2013), *Makers Il ritorno dei produttori Per una nuova rivoluzione industriale*, Rizzoli, Milano.
- Claser, A., Fazioli, R. e Vecchia, P. (2014), *Progettare la sostenibilità. La riflessione, la sfida, la progettazione*, Libreriauniversitaria.it ed. Webstersrl, Padova.
- Grossi, F. (2015), *Master & Maker. Artigianato e Turismo assieme nel web*, GTC Editrice, Udine.
- Micelli, S. (2016) *Fare è innovare. Il nuovo lavoro artigiano*, Il Mulino, Bologna.



Fig. 8 - ECO-STREET FOOD: customizzazione di un'APE Car (Cristiana Grasso, 2016).

* BENEDETTO INZERILLO, architetto e PhD in Disegno Industriale, è stato Docente di 'Disegno Industriale per la Nautica' e di 'Metodi e sistemi della produzione in Sicilia'. Dal 2013 è Docente del 'Laboratorio di Disegno Industriale II' all'Università di Palermo. Cell. +39 340/19.76.188. Mail: benedetto.inzerillo@unipa.it.