



| International Seminar |

## Slow + Design | Manifesto + Abstracts

Slow approach to distributed economy and sustainable sensoriality

A joint activity conducted by:

**Università di Scienze Gastronomiche**  
**Slow Food Italia**  
**Politecnico di Milano, Facoltà del Design, dipartimento INDACO**  
**Istituto Europeo di Design**  
**Domus Academy**

**Scientific Committee:**

\_Alberto Capatti  
\_Giulio Ceppi  
\_Aldo Colonetti  
\_Ezio Manzini  
\_Anna Meroni  
\_Giacomo Mojoli

**Seminar Coordination:**

\_ Francesca Rossi  
\_ Giulia Simeone  
\_ Marianna Recchia

### MANIFESTO:

#### The Slow approach to distributed economy and sustainable sensoriality

**SLOW.** Our departure point is the Slow Food experience. Slow Food has met with great and growing international success which, contrary to dominant trends, has demonstrated the real possibility of linking food quality research to the safeguarding of typical local products and to the sustainable valorisation of the skills, expertise and organisational models from which such products originate. In so doing it has played an important role on two complementary fronts:





firstly, in regenerating such a precious collective good as the *biological and cultural diversity* of local food production and secondly, in proposing and initially setting up *new food networks*.

However, though the specific scope of Slow Food lies in these new food networks, its experience is of more general value and is significant for those working in other fields and addressing other problems. Its experience is encapsulated in the new meanings that, thanks to its activities, have been attributed to the adjective “slow” and that we can refer to as the “*slow approach*”.

Above all, the slow approach means the simple, but in current times revolutionary, affirmation that it is not possible to produce and appreciate quality if we do not allow ourselves the time to do so, in other words, if we do not activate some kind of slowdown. However, slow does not only mean this. It also means a concrete way of actually putting this idea into practice. It means *cultivating quality*: linking products and their producers to their places of production and to their end-users who, by taking part in the production chain in different ways, become themselves *co-producers*.

So, the slow approach outlines a new production and consumption model that is at the same time both subversive and feasible. While clashing head on with the ideas and practices of today’s prevailing globalisation, it can be enacted locally both immediately and, as Slow Food has proved, successfully.

In our opinion, the great potential of the Slow Food experience needs to be understood better, both in terms of its nature as a strategic project for the development of new food networks and, as is of greater interest to us here, in its more general potential as a contribution to the definition of new ideas on quality, well-being and development models.

**DESIGN.** Design is changing. The issues it addresses are changing. Its tools are changing. Whether aware of it or not, the people who design are changing. There is nothing strange or new in this: in a society in transformation, design, by its very nature, cannot but change.

At the same time, the way this change in design is taking place is contradictory: on one hand it is becoming more and more spectacular in its actions and in the media role of its actors, with design becoming an integral part of the communication system and (some) designers taking part in the star system. We are by now familiar with this spectacular evolution in design, but as we said, something else is also happening, something that is very interesting. Briefly, we can observe that a “new design” is emerging: a design that adopts a systemic view, that looks at the complexities of social networks, develops a capacity for listening and interrelates with the creativity and diffuse entrepreneurship that characterise contemporary society. In so doing it becomes an active part of the transformation processes underway and in those that must take place, confronted as we are with the enormous issues at stake.

This second line of evolution is, in our opinion, what lends design a potentially strategic role in the definition of new ideas of well-being and of ways to achieve it. At the same time, it proposes a new idea of a design potential that is as yet scarcely understood. This is not only because it materialises in complex activities that are not exactly easy to photograph, but also because it breaks so deeply with tradition that many of those who successfully “design” in this emerging





mode are neither designers nor see themselves as such. Vice versa, many who are indeed designers, do not recognise these activities as being a true design mode.

Consequently, we need to facilitate a debate that makes the nature and potentiality of this “new design” clearer. This means discussing whether and how design can intervene in the field of systems and steer the transformations underway towards sustainable ways of living and producing.

**SLOW + DESIGN.** For numerous reasons we think it opportune to bring these two themes of slow approach and new design together for the mutual support they can offer each other: the slow approach can open up new opportunities for design while this new design can bring useful conceptual and operational tools to the slow approach.

Before expanding on this statement some preliminary remarks are due. The meeting between design and Slow Food has already taken place. In particular, thanks also to Slow Food, the design community has long recognised the cultural value of food and has become particularly dynamic in this direction and towards associated places, services and products. However, in our opinion, there are certain worrying aspects in the way the phenomenon has been presented so far.

The risk we see is that design interest in food may be limited to its spectacularisation, i.e. to the superficial designing of food experiences as an end in themselves, and to the spectacular consumption of what remains of a precious historical heritage of skills and expertise, flavours, places and social customs. In other words, the risk is that the meeting of design with food may develop in the opposite direction to what the Slow Food experience, if correctly interpreted, is proposing. In so doing we also risk losing the possibility of using the fundamental lessons that Slow food has taught us in other fields of instruction i.e. what we have called the slow approach.

So, the convergence of slow approach and design merits further study. This means that Slow Food must be seen as an extraordinary example of “de facto design” from which the designer (i.e. the “explicit design”) community has much to learn and vice versa, that new design must propose and bring to light skills and abilities able to foster the consolidation and extension of the slow approach.

The **international seminar** we propose seeks to present and discuss these issues. Its aim is to help clarify both the nature of the slow approach and the potential of the new design mode, putting them to the test by confronting problematical issues and real, significant cases.

The seminar is organised in sections where the general theme is introduced and developed along the following three lines of reflection, with the presentation of typical concrete cases: *The valorisation of local resources and the distributed economy*, relevant to local development and its new economy facilitators; *Transparency in production systems and de-intermediation*, relevant to the extended development of new producer and co-producer networks; *Product experience and sustainable sensoriality*, relevant to quality and its social and environmental sustainability.





## 1. The valorisation of local resources and the distributed economy

Slow Food demonstrates that it is possible to put an idea of well-being and economy into practice that is based on the sustainable valorisation of local physical and social resources. It is therefore one of the worthy ventures that in recent years have tried to conjure up and promote an alternative idea of development that runs against the apparently inevitable trend towards standardisation, centralisation, codification and the ubiquity of identical products

This united effort has given rise to the vision of a *multi-local society* and a *distributed economy* where the “global” is made up of a network of “local systems”. This is a “global” that is not the adaptation of central systems to peripheral circumstances, but rather a globe-wide web of alternative initiatives with common characteristics: a condition whereby it is the constituent units that make up the global identity. It is a network system in which whatever is locally available is used to best advantage and whatever cannot be produced locally is exchanged and shared, giving rise to a society and an economy that is at the same time both local and cosmopolitan.

Slow Food is undoubtedly part of this more general movement of ideas, experimentation and concrete experience. However, it is so in a special way and makes a contribution that is, in our opinion, fundamental and largely still to be appreciated.

The most evident peculiarity of Slow Food as experimenter of alternative development models is its success: a success that is at once both local, because its activities have worked well there where they were carried out, and global, in the sense that they have received widespread media coverage and have spread widely, achieving results that no other similar venture has been able to attain.

Behind this evident success lie other characterising aspects that interest us. The first is its capacity to connect what must be done for ethical, social and environmental reasons with what is “good and beautiful”, i.e. with the quality dimension. The success of Slow Food largely derives from the fact that everything it proposes is perceived as an improvement in the quality of life. This is certainly not a characteristic common to all who deal with sustainability (whose proposals are almost always – or are perceived as being – ethically correct but qualitatively modest).

The second characterising aspect is its capacity to make cultural propositions and support them with adequate communicative and organisational structures. It has been possible to realise and propagate Slow Food proposals because at the same time specific organisational models have been imagined and set up (from its Presidia to “Terra Madre”, from Taste masters to the University of Gastronomic Science) that have made it possible to activate and network large numbers of people and to create communities.

The third aspect to interest us is it that Slow Food has been able to enhance local productions by highlighting specific characteristics (both cultural and organoleptic) that are special because they are so extraordinarily unique. Such characteristics are “difficult” to appreciate because they lie outside the parameters of the global taste that “global food” is getting us used to. Not only have these characteristics been enhanced, but they have also been transformed into qualities that are recognised by a growing number of people, creating an ability on the demand front to react competently towards the standardisation of tastes and habits in food consumption.





It seems to us that these characteristics are the result of a design activity (though none of the “designers” has until now called themselves such): of *strategic design* that enables qualities to be identified and adequately communicated, so as to make them effectively recognisable; and of *service design* that leads to the imagination and realisation of the organisational structures necessary to put whatever we wish into practice.

**Discussion questions:** *to what extent can a slow approach to the development of local resources be extended from food networks to other fields of production? To what extent can the new design collaborate in the reinforcement and diffusion of the local development models that Slow Food proposes?*

## 2. Transparency in production systems and de-intermediation.

After focusing attention on *producer communities* for many years, Slow Food has recently started to widen its field of interest to *food communities*: i.e. communities that include and directly connect producers with consumers, or rather “co-producers”.

This happy piece of intuition can be linked to wider phenomena: the emergence of models of diffuse design by which groups of people, *creative communities*, invent new modes of being and doing. We can mention as typical examples: ethical purchasing groups, the new *farmer markets* in cities, or *community based* agricultural ventures. These are certainly widely differing activities, but with significant characteristics in common in terms of the reasons for their existence and the cultural and economic contexts in which they started: the search for new visibility in production, transformation and distribution processes and a growing user-capacity to recognise quality, to demand it in different forms and to intervene in its creation. In this way, to all intents and purposes, they become real co-producers of the quality generated.

In turn, all this can be linked to the diffusion of network systems in which it finds a possible driver and facilitator. The success of the internet, in particular, has boosted the diffusion of new organisational models where the web does not only serve as technical support infrastructure but also as a powerful organisational metaphor: a vision from which organisational models have been imagined and set up that break with the traditional, vertical hierarchies and generate horizontal, de-intermediated solutions based on “peer-to-peer” relationships. In short, organisational models that lead us to radically redesign many consolidated ways of doing things.

On this new ground, the Slow Food idea of building food networks based on new food communities is undoubtedly one of the most mature and solid proposals. However, it implies profound systemic changes that redefine actor roles, change product logistics and transform the economies the systems are based on. Obviously all this has required, and still requires, considerable design capacity: a design capacity that the design community calls *system design and service design*.





**Discussion questions:** *how far can the idea of food networks and food communities be extended to other application fields? To what extent can system and service design positively contribute to their wider realisation?*

### 3. Product experience and sustainable sensoriality

With reference to food, to quote Carlo Petrini founder and president of Slow Food, the slow approach means thinking and producing products that are “good, clean and ethical”. Where the originality of the proposal lies in the close connection created between the “goodness” of a food item and its social and environmental quality: good food must also be clean and ethical. And vice versa, clean and ethical food must also be good. The strength of this approach lies in advancing organisational and communicative solutions that make environmental and social issues integral parts of a proposition that as a whole must be perceived as proposing new qualities.

As we already know, this approach has been a huge success. Now we can ask whether the same approach will be as valid when the “goodness” of food is replaced by the “beauty” of the relative products and services. Where the word “beauty” refers to a mix of functional and aesthetic values, and where these aesthetic and functional product qualities (and more generally of the services and systems) are also inseparably linked to their being “clean” and “ethical”.

The slow approach gives an affirmative answer to this question. It tells us that it is not only necessary but also possible to design beyond the spectacularisation of today’s dominant consumption, to design and promote an identity and generate significant experiences, without them being transformed into empty images for rapid consumption. Rather, by making its activities into an occasion for regenerating traditional heritage, bringing it into contact with the most advanced technological and organisational possibilities and turning it into the seed of a new culture and a new economic model. This is designing that fosters *sustainable sensoriality*, where the sensorial qualities of the products (and the quality of experience derived from their enjoyment and consumption) is inseparably intertwined with the social and environmental quality of the processes and places of production. In other words, to use the language of the design community, designing that links the skills of *experience design* to those of *strategic design*.

**Discussion questions:** *to what extent is it possible to export Slow Food’s sustainable sensoriality proposition from food to other fields of production and consumption? What is the relationship between the slow model and the experience design that has been so much talked about in the design world over recent years? How can design, with its specific tools, promote a new generation of products and services endowed with profound qualities?*





## Topic and aims of the seminar

1. Slow Food has met with great and growing success. In contrast with the dominant trends, it has demonstrated the real possibility of linking the search for quality in food with attempts to safeguard typical local products and revalue the tastes and organisational forms these are rooted in. In so doing it has played an extraordinarily important role, firstly in Italy and now on a worldwide scale, in the regeneration of so precious a common good as the cultural diversity of local food production.

However, it does not stop here. The way of thinking and acting that Slow Food proposes goes well beyond food and food systems, and the idea of “slow” generated by Slow Food has had further, and in many ways unexpected, outcomes. It points to a way of bringing tradition to life; of linking the quality perceived in products with the social and environmental quality of their production and places of origin; of building new forms of sociality and organisation around such issues. In short, it has been able to activate a virtuous process that leads to the creation of a profound and complex quality, where the quality of products combines with the quality of their environment and the social forms that generate them.

Let’s call all that Slow Food has been proposing within and beyond the food system, the Slow Model: a way of thinking and behaving that outlines the character of a new and potentially sustainable economy and idea of well being.

2. Various expressions of design have for some time recognised the potential in Slow Food and its concrete teaching. The outcome of this is its highly dynamic attitude towards food and food associated places, services and products. This is undoubtedly positive. However, the face of design that we see today is in some ways also worrying. Indeed the risk is that design interest in food ends in the superficial planning of nutritional experiences as an end in themselves; in the spectacular consumption of what remains of a precious heritage of awareness, knowledge, flavours, places and social customs. In short, the risk is that we move in the opposite direction, away from what the Slow Food experience, if correctly interpreted, is proposing.

The Slow Model tells us that it is not only necessary, but also possible to put into practice a form of planning that goes beyond the currently dominant spectacularisation of consumption; planning that is able to promote identity and generate noteworthy experiences, without their transformation into empty images and rapid consumption. Instead, such planning becomes an opportunity to regenerate our traditional heritage and bring it into contact with the most advanced technological and organisational possibilities available today, turning it into the seed of a new culture and a new model of economy.

3. The Slow Model therefore deserves deeper examination. In particular, we need a deeper understanding of how it can influence design, i.e. the culture and practice of design actors. Conversely, we need a better understanding of how design can contribute to the Slow Model i.e. to its consolidation and diffusion.





In other words, a deeper understanding of the Slow Model appears to be necessary in answer to two, clear, concrete, complementary questions: what can design learn from the Slow Model? How can design contribute to the success of the Slow Model (both inside and outside the field of food)?

## Seminar content

What we are proposing here is an international seminar on the design potential and implications of the Slow Model. This will be organised along three main lines of reflection:

The enhancement of local resources and a distributed economy. The Slow Model is a cultural model for an economy based on the sustainable enhancement of local resources in conjunction with product, social and environmental quality. What is the relationship between the Slow Model and the proposal for a society based on some form of distributed economy? What can design do to foster these processes?

The transparency of production systems and de-intermediation. The Slow model promotes the identity of food products, the visibility of transformation and distribution, and the enabling of consumer-users to recognise (and demand) quality. What is the relationship between the Slow Model and emerging forms of direct interaction between producers and consumers (e.g. ethical purchasing groups)? What possibility is there of linking these to the new forms of peer-to-peer organisation that internet makes possible?

Product experience and sensoriality. The Slow Model, when applied to food, can be summarised in the following expression: good to eat and good to think. In fact it promotes the sensorial quality of products (and the quality of the experience arising from their use and consumption) inseparably intertwining this with the social and environmental quality of the places and processes of production. To what extent can this way of doing things be exported from food to other fields of production and consumption? What is the relationship between the Slow Model and the issue of design for experience, so much talked about within the design community in the past?

In operational terms, the seminar seeks to offer an opportunity to draw a limited number of qualified actors into a profitable discussion. To this purpose, after a general introduction outlining its aims and reasoning, the programme will be articulated in 3 modules, the topics of which will be the three lines of reflection explained above.

**Ezio Manzini**

Politecnico di Milano

**Giacomo Mojoli**

Slow Food – Università Scienze Gastronomiche







## FIRST SESSION: The valorisation of local resources and distributed economy

**Anna Meroni** | moderator  
Politecnico di Milano

The expression “valorisation of the local resources” covers numerous local planning approaches and visions, and lends itself to an infinite variety of interpretations. In this seminar we do not intend to go into the merits of any of this. We wish here to look at the question “from the Slow angle” and discuss the elements that, in our view, mark it out:

- It carries a recognised idea of well-being and enhanced quality of life;
- It is able to bring together what must be done for ethical, social and environmental reasons with the good and beautiful i.e. the quality dimension;
- It uses innovative but popular forms of communication to support its original cultural proposals;
- It can talk directly to producers on one hand and consumers on the other, spurring their initiative;
- It makes no concessions to “global taste”, instead working on the peculiar and often “difficult” quality of resources.

The expression “distributed economy”, on the other hand, is less familiar than the previous one, but in this case too it is of interest to us for the way in which Slow Food is operating in its favour:

- It fosters a localised, distributed, production system and consumption model;
- It makes the most of whatever is available locally, and obtains globally whatever is missing;
- It facilitates the self-sustainability of local initiatives, helping them to network with similar activities and with the production and consumption systems of reference.

The combination of these two concepts in the Slow way of understanding and working offers an alternative idea of development that to us looks pleasingly distant from the globalisation-standardisation model devastating our country, our cities and our everyday life. It enables us to dream of a “global” made up of a network of “local systems” with souls and identities, which are at the same time economically and productively feasible.

Well: Slow Food has so far been able to invent and put into practice several strategies that seem to be going in the right direction. What about the design community, with its extraordinary array of design tools, creativity, and communication skills that are so influential in orienting lifestyles and production systems? What can this community do, or what might it be able to do, to move the other sectors of production in the same direction? And how could it join Slow Food in such activities?





**Cinzia Scaffidi**

Slow Food – Università Scienze Gastronomiche

**Slowness and complexity**

The issue of time of slowing down must be seen in relation to the question of complexity. Why does the Slow approach requires more time and require you to slowdown? Because it accepts and requires the complexity itself. Slow is a phenomenon/consequence and not an axiom. My reality, the life I lead and the actions I choose to take are composed of many elements. A fast approach must be operated upon a selection and reduction process that will sooner or later take me to a reality faced with consequences in terms of quality that will affect my individual life and also the quality of my work. And now we come to the second key concept: quality.

Starting from this premise and in a way apparently paradoxical, it is difficult to understand Slow Food if we focus too precisely on Food itself. To isolate food, in a way that is normally understood, within in the context of Slow Food is misleading. If instead you consider the idea of quality, health, development and food production, accepting the fact that they are ideas in a complex system, you find definitions for paradigms that can be used as models and guidelines within other sectors.

The idea of complexity brings us immediately back to the concept of community, of networks, of relationships of overlapping and balanced chaos, of constant and partially unpredictable change inevitable because it is essential for survival. The world of design can use the relational and operative models of Slow Food, picking through many similarities and selecting a few basic criteria not only easily applicable but those which are unavoidable. The consequences of not using these models is to risk sterile crystallisation in production and work and no longer in harmony with the sensibilities of the final consumers, those who Slow Food calls co-producers.

**John Thackara**

Doors of Perception

**Dott 07**

Global food systems are becoming unsustainable in terms of environmental impact, health, and social quality. The U.S. food system consumes ten times more energy than it produces in food energy. 127 calories of energy are used to grow and export one calorie of lettuce from the US to the UK. In 'developed' countries, CO2 emissions attributed to producing, processing, packaging and distributing the food is about 8 tonnes a year for a family of four. Producing an unprocessed kilogramme (2.2 pounds) of beef (with bones) leads to the emission of three to four kilogram's (nearly nine pounds) of carbon equivalent. Every cow in the European Union is subsidised by \$2.50 a day. One in five people in the world lives on less than \$1 a day. There are 52 transport and process stages in one bottle of ketchup. This extraordinary waste is made possible by non-renewable fossil fuel stocks.





Yes, it's crazy. But what to do? What design steps might we take to make it easier for city dwellers to have access to - or grow their own - fruit and vegetables?

My talk is about how a project in the UK - Designs of the time (Dott 07) - engages with this challenge. Inspired by the question, 'How do we want to live?', Dott 07 will involve a wide range of citizens in projects that explore, in practice, how design might improve their lives. Dott 07 will take eight core themes - such as energy and environment, school and community, or health wellbeing - and work with local communities within the region to frame specific challenges as design opportunities. These design opportunities will be the basis for projects that draw on the full range of design disciplines - architecture, product, graphic, industrial and service design. At the centre of Dott 07 are real people in a wide variety of communities. Dott 07 is about the co-creation of tangible improvements in the daily lives of these real people in real places.

## DISCUSSION | input

### Peter Kisch

Distributed Economies Laboratories

#### Unleashing the true potential of being local – towards distributed economies

Localisation has (as a response to global economy) been gaining increasing interest.

Therefore ideas such as “Think Local First” and “ 10 Reasons to Think Local” are emerging. This is however not enough. We are not profiting from the true potential of starting small and local. What is missing is “connectedness”, i.e. to link up small local initiatives in a functioning web/ network.

It is about unleashing the true potential of local economies (and individuals) by not only “think global, act local” but also “think locally, act global”. There is need to promote a new mindset of development (in particular industrial development), which is based on diversity, quality and connectivity instead of only more efficiency, homogeneity, centralisation and economies of scale. It is about expanding the mental idea of the World Wide Web into new sectors and domains.

The productive point of focus to catalyse this shift should be on being distributed and connected, where tangible resource flows remain dominantly local and it is design and knowledge that travels. Here, production, global access and connections are driven by, and primarily designed from, the point of view of small-scale local units and not that of large scale global actors. Imagine a world where design travels and production stays local, closer to consumers... where home PCs are also used for production of products and artefacts... a world where the need for global logistics systems is drastically reduced... Welcome to the world of Distributed Economies.

Dr Peter Kisch will in this short speech address some of the technological, social and economical opportunities of adopting a distributed economies development strategy.





## Stefano Maffei

Politecnico di Milano

### E' l'economia politica baby... Alcune domande per Carlo Petrini (e il movimento Slow)

*Leggendo il position paper del convegno Slow+Design mi è venuto in mente subito un delizioso passo che Manuel Vasquez Montalban, scrittore, gastrosofo e critico politico militante ha dedicato a Carlo Petrini e a Slow Food nel primo volume della sua ultima opera Millennio<sup>1</sup>.*

*Montalban inscena un incontro tra il suo eroe e arciconosciuto personaggio Carvalho (accompagnato dal fido aiutante-scudiero e alterego filosofico Biscuter), impegnato in un viaggio ultimo, estremo, esistenziale, picaresco (modellato quasi sull'idea di un Quixote contemporaneo) e Carlo Petrini e l'esperienza di Slow Food in un ristorante romano, Cecchino.*

*"...in fondo, in uno spazio delimitato, qualcosa che somigliava a una celebrazione con applausi e oratori, presieduta da cinque insegne con applausi e oratori, presieduta da cinque insegne — Arcigola, Slow Food, Il lardo di Colonnata, Vacca Chianina e Biodiversità — che gli sembrarono enigmatiche ma suggestive..."<sup>2</sup>*

*Biscuter informa Carvalho sulla natura dell'incontro:*

*"...Si tratta di una setta di gastrosofi, così mi ha detto un cameriere, nata nella sinistra italiana, soprattutto nel Pci, che è diventato un importante movimento riformatore a protezione del gusto delle diversità autoctone di fronte alle normative imperscrutabili del mercato Comune. Si trovano nella fase di difesa di un qualcosa che chiamano biodiversità (i corsivi sono miei; ndr)..."<sup>3</sup>*

*In questo passaggio possiamo da subito individuare alcune parole chiave che evidenziano alcuni nodi critici che ci raccontano quello che Slow (inteso come esperienza, movimento..) è stato:*

- 1. primo una cellula ovvero un piccolo gruppo militante, poi l'aggettivo gastrosofi, ovvero persone che hanno unito una visione sull'arte gastronomica a una weltanschauung filosofica sull'uomo, il suo rapporto con mondo e i prodotti risultato del suo lavoro;*
- 2. secondo, l'aggettivo riformatore ovvero l'idea di un cambiamento che matura a seguito di un approccio politico (nel senso dell'azione) democratico e riformista, dialogico;*
- 3. terzo, si arriva poi a protezione del gusto (ma anche delle pratiche e degli operatori del gusto, ovvero il mondo contadino e le sue tradizioni) di fronte a un astratto, capitalisticamente burocratico (e spesso insensato e prevaricante) concetto di Mercato Comune;*
- 4. quarto, si arriva infine a definire infine uno degli scenari attuali (e mondializzanti) in cui in movimento in evoluzione si sta cimentando ovvero la difesa della biodiversità.*

*Nel libro poi lo stesso Carlo Petrini, personaggio che interpreta se stesso, prende la parola:*

*"...cari amici, soltanto noi possiamo non sorprenderci di aver reso possibile quest'incontro, e compiere così un nuovo passo in difesa del nostro miglior grasso animale storico, il lardo di*

<sup>1</sup> Manuel Vasquez Montalban. Milenio. Carvalho. I. Rumbo a Kabul, trad. it. Millennio. 1. Pepe Carvalho sulla via di Kabul, Feltrinelli, Milano, 2004

<sup>2</sup> Manuel Vasquez Montalban, op. cit., p.24

<sup>3</sup> Ibidem, p.24





*Colonnata, e della varietà della vacca chinina, uno dei molti passi che porteranno al Salone del Gusto di Torino. Evidentemente, le rivendicazioni sono tollerate come movimenti sociali e come fronti di opinione, ma possono prosperare soltanto se spalleggiate da un ampio fronte sociale. Sotto le dittature fasciste, i democratici difesero marenme e piantagioni, abitazioni umane e tane di animali, diritti di quartiere e diritti umani pensando di ricostruire la ragione democratica. Ma anche nella democrazia la battaglia ha un senso, perché esiste una nuova dittatura: quella del mercato come elemento intelligente protetto da una banda di politici somari...”<sup>4</sup>.*

*Montalban coglie attraverso le parole di questo suo romanzo (del 2004) gli aspetti essenziali di Slow Food, fotografando in pieno quella che a mio avviso è stata (ed è tuttora in corso) la transizione culturale di questo movimento.*

*Potremmo infatti dire che la perdita, l'ellissi della parola Food che dà il titolo a questo convegno, era già presente, in nuce, nella prospettiva strategica coerente che legava il primo Slow Food con il movimento complesso, ambizioso e cosmopolita che opera oggi.*

*Questo passaggio delicato è centrale, dal mio punto di vista, sia per i protagonisti di questa storia che per il tema dibattuto in questo convegno: questa perdita del sostantivo Food sottolinea il passaggio concettuale che occorre fare in termini di obiettivi progettuali da una visione che lega il concetto di Slow invece che a una estetica ed a una economia libidinale a una idea che si caratterizza per una dimensione di economia politica<sup>5</sup>.*

*La questione è infatti a mio parere legata alla scelta di operare progettualmente sulla realtà delle visioni, delle strategie dei prodotti e dei servizi che ci circondano: trasferendo qualità e valori dello Slow ad uno schema più generale in grado di impattare i rapporti tra memoria e cultura, immaginario dei desideri e bisogni contemporanei, modi della produzione e del consumo.*

*L'idea di costruire reti, prima di tutto di significato, ma poi anche organizzative e d'azione ovvero collegare produttori, luoghi della produzione, prodotti e consumo rappresenta infatti una tesi forte che travalica la pura e semplice riflessione sul campo del progetto e deve quindi estendersi fino a comprendere in questo grande quadro concettuale un framework, una cornice di senso che appartiene al campo dell'economia politica.*

*La visione Slow infatti comprende (anche se non le dichiara esplicitamente) una serie di condizioni concrete che concorrono a definire un nuovo orizzonte politico (nel senso proprio del termine politica ovvero di azione che mira a realizzare un obiettivo):*

*C'è dietro Slow l'idea di un nuovo umanesimo che è ben testimoniato dalle parole del personaggio-Petrini*

*“...Darwin spiegò la faccenda della selezione della specie e oggi si parla di darwinismo di sinistra e darwinismo di destra, a seconda di come si interpreti l'apporto scientifico di fronte alla versione religiosa della dialettica della vita o in quanto alibi per giustificare la vittoria del forte sul debole ritenendola inevitabile. Sta di fatto che, in quella parte del globo terracqueo che*

<sup>4</sup> *Ibidem*, pp.24-25

<sup>5</sup> Che si può declinare certamente anch'essa in una nuova visione estetica





*solitamente abitiamo noi lettori e scrittori di Slow Food, tale selezione è condizionata dalla logica interna biologica di ciascuna specie e dalla logica di mercato, e soltanto l'intelligenza umana condizionata dalla curiosità o dalla compassione può contrapporsi a tale fatalità. Davanti alla speculazione immobiliare o industriale bisogna salvare un bosco o un fiume, e davanti al gioco di vita o morte della specie bisogna talvolta salvaguardare la sopravvivenza di alcune di esse particolarmente minacciate per via della loro stessa fragilità o del mercato di tutte le vanità, da quella scientifica a quella alimentare.*

*Noi italiani dobbiamo essere gli europei più impegnati ad approfondire il campo della conoscenza alimentare, e al di là della benedetta gastronomia o del sapere meramente erudito sui vini e sui cavolfiori, abbiamo considerato la conoscenza di quanto c'è di commestibile come parte importantissima della cosiddetta cultura materiale. [...] Militanti nel fronte opposto a quello del fast food, noi seguaci di Slow Food ci siamo sviluppati senza interruzioni fino a comporre un fronte interventista a proposito di qualsiasi livello ed elemento potenzialmente alimentare. Senza perdere di vista il fatto che bisogna insegnare a mangiare a chi non sa farlo. Slow Food è una scommessa sul sapere come fattore principale di condizionamento della necessità alimentare. Salvare la specie non è solo un esercizio ludico o un'operazione narcisistica di rispetto nei confronti della propria memoria del palato, ma anche una filosofia di vita, perché conservare la sopravvivenza di una specie contribuisce alla cultura della vita nella sua totalità..."<sup>6</sup>*

*L'idea geniale di collegare cultura alimentare, cultura materiale e cultura politica rappresenta il primo passo per immaginare che il libidinale inteso alla Lyotard divenga anche politico. La questione nasce dal contrasto che esiste tra due anime della società contemporanea: una SLOW e una tendenzialmente Fast, contrapposta, che invece sta progressivamente entrando nella dimensione del consumo.*

*Questa parte Fast è ben analizzata nel provocatorio pamphlet di Massimo Gaggi e Edoardo Narduzzi<sup>7</sup> La fine del ceto medio e la nascita della società low cost, la cui tesi principale è che stiamo assistendo a una rivoluzione democratica dei fenomeni di consumo basata su un'offerta low cost che ha come protagonisti alcuni grandi marchi mondiali.*

*Questa rivoluzione, cambiando la possibilità di accesso ai beni e ai servizi ha di fatto cambiato l'idea della possibilità di confronto tra un sistema governato da regole e modelli slow e l'idea invece di un sistema governato da regole fast, globalizzanti.*

*In questa frizione la scomparsa più dolorosa appunto è quella del ceto medio ovvero di quella classe sociale, economica e culturale che è stata motore di tutti i cambiamenti economico-politico-sociali-culturali del XX° secolo.*

*Questa frizione genera anche la comparsa di quello che i due autori definiscono come neoconsumatore low cost (e questo avviene certamente in Europa, Giappone e negli Stati Uniti ma anche nei nuovi grandi paesi emergenti come Cina, India, Brasile, Turchia... ) che sostituisce, polarizzandone gli estremi (i supericchi e i nuovi poveri), quella che era la classe di*

<sup>6</sup> *Ibidem*, p. 25

<sup>7</sup> Massimo Gaggi e Edoardo Narduzzi *La fine del ceto medio e la nascita della società low cost*, Einaudi, 2006





*mezzo borghese. La vecchia classe media possedeva una sua caratteristica cultura e propensione al consumo ed aveva inoltre sviluppato una modalità di scelta dei beni e dei servizi legata ad un modello culturale condiviso: oggi questo modello deve essere ripensato ed aggiornato per far fronte a questi nuovi scenari dell'offerta di beni/servizi.*

*Al contrario il "...Il cliente <low cost> è nomadico nel senso che è facilmente disponibile a cambiare fornitore se e quando ne può trarre convenienza, interessato soprattutto a ripartire sul maggior numero possibile di beni e servizi il reddito che ha a disposizione per i propri acquisti. E' un consumatore interessato quasi esclusivamente al binomio prezzo-praticità di consumo, cioè un binomio totalmente originale rispetto alle motivazioni che spingevano all'acquisto la classe media: la possibilità di poter utilizzare il bene come elemento di affermazione della propria appartenenza di classe (che è cosa diversa dalle borse <griffate> o dai telefonini di ultimissima generazione usati come <status symbol>, soprattutto tra i ragazzi).*

*Non capire la logica di consumo delle società della massa può significare il rapido declino dei profitti aziendali e anche l'uscita di scena dal mercato. Anche perché l'innovazione tecnologica aggiorna e aumenta continuamente le possibilità di offrire servizi originali ai consumatori <low cost>..."<sup>8</sup>*

*La presenza di questa nuova grande classe di consumatori (che preferiremmo chiamare utenti) di beni e servizi rappresenta quindi allo stesso tempo un'opportunità e una minaccia. Una minaccia perché dal punto di vista dell'equilibrio dei consumi su scala globale non ci pare possibile immaginare di non coinvolgere questi nuovi possibili entranti all'interno di una logica SLOW. Il considerarli non coinvolgibili...significherebbe abdicare all'idea che la visione SLOW possa effettivamente produrre cambiamenti di grande scala.*

*Un'opportunità perché l'idea del "low cost" può essere un'occasione per riflettere su quelle che devono essere le caratteristiche dell'offerta di beni e servizi nei nuovi grandi mercati in espansione. Si tratta di capire se la democratizzazione del binomio bene/prestazione può essere solo usato per allargare la base del consumo o anche per qualificarla: ovvero se LOW può divenire (S)low.*

*Dobbiamo arrivare quindi, per concludere il nostro breve intervento di stimolo, a definire, come se si trattasse di una orizzonte strategico di progetto, il posizionamento (un brutto termine preso dal linguaggio del marketing) dell'azione Slow. Solo una scelta più chiara in questo senso può, a mio parere, aiutare a chiarificare quella che è la proposta di economia politica complessiva che il movimento Slow intende fare ora: un posizionamento che deve riguardare valori, consumo, meccanismi economici, organizzazione, visione, competenze e alla fine si deve tradurre in progetto.*

*Coniugare democrazia dell'accesso ai beni e servizi e qualità Slow: questa a mio parere la sfida da affrontare.*

<sup>8</sup> Op. cit., p. 48





## SECOND SESSION: Process transparency and “de-mediation”

**Aldo Colonetti** | moderator  
Istituto Europeo di Design

### In acknowledgement of Kant

The paths of knowledge and research are increasingly complex, particularly in the design of systems and products destined for a market of ideas and “things” where the protagonists are differing cultures and desires. The histories of food and design run parallel and at times converge, with rare and intermittent discussion; the time has come to make their wisdom and mores available as potential common points of reference, useful in designing the future. I believe this is the fundamental significance of this conference.

With clarity and coherence over the years Slow Food has been indicating a cognitive path that takes account of every step that leads us to the “end-user”, in such a way as to actively involve the consumer in the production process.

Such an intention in designing and production was central to the coming into being of industrial design, which is culturally rooted in strong and above all interdisciplinary traditions, in the interests of designer-to-market awareness and circulating different skills and expertise. Later, mainly due to international economic success and particularly within the media system, this “design” aspiration seems to have weakened: any product, even the simplest, incorporates complex expertise in that “even the simplest object is always more complex than the simplest idea”. Slow Food does not simply mean “slowness”, as if quality should be seen exclusively in terms of timing and procedures that are not always in tune with the timing and procedures of market production.

By coupling the concept of slow, both aesthetic and semantic, with food and design, we are seeking to put “human time” back at the heart of designing, production and consumption, in a context of everyday working activity.

It is here that the thinking and activities of Slow Food operate, and so can industrial design revise and revitalise its traditions and cultural roots, which are the foundations of design history. It should do so without losing sight of the goal of such thinking and activity: as Immanuel Kant wrote, aesthetic judgement must be grounded in teleological judgement. In other words it must always question itself on the ultimate significance of any action that involves human life.

We are not required to give a final answer: it is a rational question to which we must try to reply even though uncertain of the truth.

Slow Food and Slow Design are not, and should not be interpreted as academic or self-referential attitudes, predominantly forward looking and with no care for the present.







If able to go beyond their parallel histories and misunderstandings, food and design have much to say on the matter of design ethics.

## Carlo Bogliotti

Slow Food – Università Scienze Gastronomiche

### Food networks

In the language of Slow Food, de-intermediation and transparency in production systems means “shortening the food chain”.

During the movement’s twenty year long experience there have been many experiments that, though with widely differing aims, have all in some way outlined new possibilities of bringing producers and consumers (or rather, “co-producers) both physically and culturally closer together. They are original Slow Food experiences, such as the Presidia, school vegetable gardens and farmers’ markets, or Terra Madre: an international event that for the first time brings together more than a thousand so-called “food communities”. However, we also talk about the interception of other successful experiments through the Slow Food network, such as, “Farmers’ Markets“, “Community Supported Agriculture” and “Ethical Purchasing Groups”.

The need to rethink production, distribution and consumption systems for food and to return to the multi-localism essential to guaranteeing a “good, clean and ethical” quality to food, has led Slow Food not only to theorise but also to “think and do”.

Such experiences are constantly evolving, being redesigned and created. An excursus through what has already been done and what we intend to do will shed light on new organisational models that valorise local resources, bring about a “different”, distributed, economy and, more than anything else, break down the barriers between people who produce and those who make use of this production, barriers that have grown with the ongoing industrialisation of agro-food production processes.

All these experiences have a “philosophical” lowest common denominator: respect and enhancement of diversity and its networking.

In this idea of a new worldwide food network and new ways of linking different knots in the network, lies a global project that is extendible to other application fields. Since it is by its very nature (and designed after nature) constantly adapting, it needs contributions from various other application fields such as information technology, service design, logistics etc.





## Josephine Green

Philips Design. Royal Philips

### **Systems Design: Transforming Health. Learnings from the Slow model for a new Health delivery and service.**

One of the great social innovations of the 20<sup>th</sup> century was the development of a universal National Health System. This system, however, is under increasing pressure and there is now a need for more radical innovation and structural change in terms of health delivery. Such social innovation will also drive economic growth. Economists predict that the biggest industries of the 21<sup>st</sup> century will be the social industries, health, education, wellbeing etc. These will contribute 30% to the economy. The old industries such as cars, IT, telecoms will contribute 5%.

Based on new social, technological and economic drivers, health and welfare can be envisaged as a much more decentralised and distributed system, with users are at the centre of that system, connected to their different circles of care: family, friends, support professionals, general practitioner, expert patients, the hospital etc. Such a system supposes the full engagement of people in their own healthcare, as active participants along continuum prevention-care. At Philips Design we are developing new thinking, new approaches and new engagements around this theme.

We believe such a vision of health and wellness can, both theoretically and practically, be enriched through the Slow Food Movement and the emerging Slow Model. There are a number of common themes: a systems and service approach, the embodiment of the system and the future in the local context and community, the creation and emergence of different networks, a process of co-production, the democratisation of innovation, the reduction of ecological footprints, and the enhancement of deeper qualities of life based on a deep customisation and experience.

Working towards an alternative sustainable development model has the potential to offer us a more contextualised, creative and meaningful future. Our interest is to explore the essence, the content and the applications of such a model and its far reaching implications for Technology Research and Development, Design and Business with special reference to health and lifestyles.

## **DISCUSSION | input**

### **Giovanni Lanzone**

Domus Academy

*C'è un fascino e un rischio in questo convegno. L'elemento interessante è quello di mettere a confronto due grandi riflessioni teoriche sui processi di produzione, il rischio di inseguire la fin troppo facile attribuzione del prefisso slow a qualsiasi esperienza si possa fare. Qual è, dal punto di vista del design, il centro dell'esperienza di slow food, che cosa mi interessa di questo grande e variegato movimento: non la dimensione della lentezza e neppure il ritorno alla ribalta dei soggetti del territorio agricolo come protagonisti. Li ritengo temi interessanti (la de-congestione*





*del moderno, gli agricoltori come produttori) ma a rischio d'equivoco se messi a confronto con la mia metafora preferita della storia, quella dell'angelo di Klee/Benjamin. L'angelo che ha il vento impigliato nelle ali e che, se pure guarda attonito le distruzioni del presente, viene comunque spinto in avanti verso il futuro.*

*I concetti che più mi affascinano nell'esperienza di slow food sono altri: sono i temi della filiera e delle condotte o dei presidi.*

*La filiera perché impone il tema della tracciabilità ai prodotti industriali, un tema fondamentale non tanto per la qualità (che negli oggetti dovrebbe essere garantita dal progetto e dalla marca) quanto per la loro salute. Lo smantellamento programmato dovrebbe diventare il tema centrale della "salute" degli oggetti e della responsabilità sociale delle imprese. Ma soprattutto mi interessano i presidi e le condotte. Mi piace l'idea dell'economia distribuita come dimostrazione pratica dell'importanza della "varietà significativa" contro l'idea di un'economia della scarsità. Cerco di spiegarmi in poche parole. Non credo che l'economia del mondo sia sostenibile altrimenti che con un'adeguata combinazione di varietà e sobrietà. Non voglio nemmeno immaginare un ritorno alla scarsità. Questa soluzione è il fallimento del mondo, rappresenta il passato (che per molti popoli è ancora il presente), una realtà fatta dall'opulenza di pochi e dalla povertà di molti, rappresenta la realtà della massiccia distruzione di risorse causata dalla pandemia o dall'economia di guerra. Il mondo - com'è evidente - sta rasentando queste soluzioni estreme. Io vedo nella varietà, nel fatto che ogni cosa sia illuminata, l'unica possibilità di uscire da questa rotta delle tempeste. Progettare la bellezza di Gallarate o il meraviglioso di uno spremi agrumi (cosa che, per altro, Philippe Stark ha già fatto in modo eccellente per Alessi) è la condizione per venire fuori dalla magica Venezia e dall'incubo della milionesima sedia. La (bio)diversità degli oggetti, delle occasioni di consumo e dei servizi, progettare la distribuzione del desiderio, mi sembra la breccia che spezza la standardizzazione delle merci fondata sulla Model T (di tutti i colori che volete purché sia nera!), il varco possibile che unisce, profondamente, l'esperienza di slow food e quella di un certo design, non subalterno alle mode, com'è sicuramente quello che qui è convenuto.*





### THIRD SESSION: Product experience and sustainable “sensoriality”

**Giulio Ceppi** | moderator  
Domus Academy

With the expression “sustainable sensoriality” we seek to combine a sensorial dimension of phenomenological richness, filtered by cognitive awareness as well as the physiology of the senses, with a dimension of environmental and cultural sustainability, or rather, of eco-compatibility and the development of biodiversity: a combination that brings the criteria for ethical production together in a systematic, holistic vision.

Sustainable sensoriality endeavours to bring together the concepts of territory and consumption, aware that a product is understood by knowing how it is made, through the traceability of its development from raw material to end product. So, we do not require a design that emphasises only the end stages of this process, that exalts consumption and the experience in itself, if there is no awareness of the whole story, of the relationships and transitional stages that make up its history.

Indeed products are not commercial goods alone, they are not only experience. They are the story of the people and the animal and vegetable species that have made them possible, of the processes and relationships that justify their existence: design is needed to highlight these transitional stages, values and ownership. Design describes processes, enables relationships, creates occasions for meeting and exchange. It develops and produces new cyclicity. Design links micro with macro, local with global, individual with community: it creates exchange platforms, it produces cognitive tools and new rituals that increase our sensorial knowledge and awareness.

Design provides tools for understanding, aids cultural exchange through its capacity to link languages and discrete codes, and turns the original dimension of experience into shareable situations. It facilitates dialogue in diversity, produces diversity and makes for a richer, fuller everyday existence.

With none of the Calvinism and self-punishment often characterising environmentalist culture in the past, the concept of Sustainable sensoriality places enjoyment of the entire system, both natural and artificial, at the centre through the critical awareness and ethical values of the Slow culture. Let’s hope that all this will help us build a better world, because it is not only for fear of self-destruction or an apocalyptic ending that we want to savour, conserve and produce the best parts





## Nicola Perullo

Slow Food – Università Scienze Gastronomiche

### Building sensorial wisdom

Our western, late-modern times are, at least apparently, living in a state of paradox. On the one hand, as has often been said, this is “an aesthetic age”: everything is proposed, filtered and assessed in sensorial, aesthetic terms of emotion and sensitivity, according to a regime of “diffuse aesthetics” that forcefully pervades every ambit of the everyday. On the other hand, ours is also an age of “anaesthetics”, characterised by a systematic and organic attempt to withdraw senses, sentiments and emotions not only from every possible direct, individual fruition, but also from any unpredictability, surprise or friction of reality.

To propose a sustainable sensoriality we must necessarily understand the reasons for this apparent paradox. Our proposal is in fact a far cry from pleading the rights and values of the senses, it rather deprives them of their overriding cognitive, ethical and political force. With reference to theories and authors who structurally connect aesthetics (as the science of sustainability) and ethics (as sustainability), we will attempt to establish a “sustainable sensoriality” that starts by reconsidering what “having an experience” actually means and ends by thematising the concepts of hyperaesthesia, temporality and sensorial wisdom.

## Ampelio Bucci

Mies

### Other Paths

As global markets have long been approaching saturation, “be different or die” seems to be the only plausible strategy to follow. In practice however, we are constantly being offered products and services that are presented as new but are in fact essentially imitative. Companies are under constant pressure from competition, so every apparently successful novelty is immediately imitated (SUVs, design hotels, discount stores, light products, anti-wrinkle creams, fashion and design gimmicks, wines, ...).

In such a situation the only answer from marketing is to force and spectacularise market relations: brand extension, communication, distribution and so on. In theory design is required to solve the problem, but in reality it has to “design” whatever sells best, so business is destroying creativity (and maybe itself at the same time).

One possible alternative has been experimented over the years, with interesting results, in Domus Academy through projects we have called “Design Direction, to broach the theme of “strategy design”. Students are directed to “identify problems” and come up with new visions and then set up solution designs without business implications. So, design like a dream develops and guides these new ideas. The problem of creatively finding the most appropriate marketing tools is tackled only later. The aim is not to design what will sell well, but be capable of selling what has been designed.





Over the years various issues have been explored: the relationship between city and its various categories of citizen (children/parents, elderly people, different cultures); alternative markets; the promotion of craftsmanship in danger of extinction, means of transport, reuse before recycling.

Looking through these projects one could say that “good (and beautiful), clean and ethical” are ever (sometimes involuntarily) present key elements in the most interesting projects, making even those dating back 10 or 15 years currently relevant.

## DISCUSSION | input

### Giulio Ceppi

Domus Academy

#### Sensorialità sostenibile. Un processo esplicitabile solo attraverso l'esperienza

##### 1. Incontro tra Design Primario ed Ecodesign

*L'espressione Sensorialità sostenibile vuole coniugare due mondi e dimensioni concettuali e operative del design, da forse troppo tempo disgiunte e non comunicanti, ma che nell'accidentalità della mia carriera di architetto e designer ho avuto occasione di percorrere e praticare.*

*Non voglio qui farne però oggetto di una dissertazione teorica o concettuale, ma darne semplice racconto tramite esperienze accadute.*

*Da un lato le mie esperienze nel mondo delle qualità sensoriali e della progettazione delle variabili soggettive, allievi di Clino Trini Castelli e Antonio Petrillo, maestri già a metà degli anni 80 nella ricerca del Design Primario. Nel coordinamento del Centro Ricerche di Domus Academy, ho potuto sperimentare la progettazione e valorizzazione di qualità sensoriali per nuovi materiali (progetti Lorica, Abet Laminati), la definizione di qualità percettive di ambienti artificiali come l'auto (Bertrand Faure Automobile) piuttosto che le centrali termiche (Mitsubishi Heavy Industries). Inoltre tramite alcuni progetti pilota, quali NEOLITE<sup>9</sup> per Assoplast sull'identità prestazionale delle plastiche riciclate da raccolta dei rifiuti solidi urbani, furono anticipati ed intuits in nuce alcuni dei ragionamenti sulla tracciabilità che faremo più avanti.*

*Dall'altro lato vi sono invece le mie esperienze tra i principi e le formulazioni pragmatiche dell'EcoDesign o meglio del Design per la Sostenibilità, attraverso i numerosi autori, testi e testimonianze che ci hanno aiutato a comprendere la complessità e il valore ciclico e sistemico del nostro ambiente. Nel 1994, esplosa la questione ambientale in Italia, ebbi incarico di curare la sezione Design della prima mostra sugli aspetti della sostenibilità ambientale presso la Mole*

<sup>9</sup> Si veda la pubblicazione curata da Ezio Manzini ed Antonio Petrillo, *Neolite-Metamorfosi delle plastiche*, Edizioni Domus Academy, Milano, 1991





*Antonelliana di Torino<sup>10</sup>, e conseguentemente di partecipare a numerose iniziative, dalla 18 Triennale di Milano alla fondazione dell'Istituto Nazionale di Bioarchitettura, ragione per cui mi sono spesso trovato coinvolto in progetti di ricerca ed esplorazione del concetto di sostenibilità, come avvenne ad esempio anche in Solid Side<sup>11</sup> con il progetto delle merci minime e infradermiche.*

*Tuttavia questi mondi e ricerche procedevano in parallelo: nella prima dimensione si esploravano le qualità sensoriali e i criteri della godibilità fenomenologica del nostro paesaggio artificiale, mentre nella seconda venivano definiti criteri e attenzioni per garantire, eticamente e pragmaticamente, un mondo migliore, capace di reggere la complessità crescente delle logiche produttive e di consumo.*

*Al centro del processo era sempre collocato l'individuo e la qualità del suo ambiente artificiale, ma nel primo caso l'attenzione era sui processi esperienziali ed individuali, mentre nel secondo su quelli produttivi e sociali.*

*Devo forse ringraziare la mia successiva esperienza dal 1997 al 2000 all'interno del gruppo di progetto di Philips Design e all'atteggiamento di visioning di Stefano Marzano se ho cominciato ad intravedere la stretta connessione tra le due facce della stessa medaglia, a coniugare aspetti percettivi e culturali con la dimensione tecnica e gestionale, sensorialità e politica, fenomenologia e business.*

## **2. Esplorazione delle estensioni del modello Slow**

*Tornando ora alla definizione empirica del concetto di sensorialità sostenibile, non è certo tramite la sommatoria di due vocaboli, piuttosto che con la fusione a tavolino di due mondi disciplinari, oppure elencando l'eterogeneità delle proprie esperienze professionali, che si crea una nuova dimensione progettuale.*

*Racconto allora, per cominciare a produrre una sintesi, quanto accaduto negli ultimi cinque anni, dopo l'incontro con Giacomo Mojoli, vicepresidente di Slow Food.*

*Nel 2001, a seguito delle provocatorie riflessioni comuni utili per Design come Lifestyle<sup>12</sup>, decidemmo di esplorare alcune delle tematiche emerse in una nuova ed inedita attività didattica congiunta, concertando un laboratorio di progetto alla Facoltà del Design del Politecnico di*

<sup>10</sup> L'esposizione ed il relativo catalogo edito da Mazzotta *Architettura & Natura* furono curate e promosse da Serena Omodeo Salè. La sezione design fu curata dal sottoscritto insieme a Paolo Bodega, Marco Giachetti e Raffaella Mangiarotti.

La sezione venne poi replicata all'interno della biennale Interior 94 a Kortrijk in Belgio con *European Qualities* e il digramma indicante i criteri di scelta incluso da Andrea Branzi nel Museo del Design Italiano della Triennale di Milano e in *Il Design Italiano 1964-1990*, Electa, 1996

<sup>11</sup> Si veda il volume a cura di Ezio Manzini e Marco Susani, *Solid Side*, V+K Publishing, 1995. Il progetto *Epidemic Interactions* fu condotto insieme a Luca Gafforio.

<sup>12</sup> L'esposizione Italia Giappone:design come Lifestyle, coordinata da Andrea Branzi ed allestita da Toyo Ito a Yokohama e Kobe nel 2001 mi vede curatore della sezione Tempo Libero: nella sottosezione *Design del Gusto* compare Slow Food, oltre a Campari, Fattorie Scaldasole, Nonino... forse per la prima volta inserito all'interno di un'esposizione sul design e il Made in Italy.





*Milano (anno accademico 2001/2002) denominato SlowLife e condotto anche insieme ad Aristide Barone, responsabile design di Mares). Identificammo come tema la progettazione delle “qualità lente”, ovvero la comprensione sensoriale e cognitiva dei processi esperiti dal consumatore, nel turismo e per parallelo nel mondo virtuale che ne anticipa l’esperienza, definendo un format di agenzie di viaggio dedicate o di corrispondenti “portali di lentezza”. Ancora ricordo questo laboratorio come uno dei più felici e sorprendenti tra quelli svolti inoltre dieci anni di esperienze didattiche al Politecnico di Milano: parecchi dei miei attuali collaboratori, quali Stefano Mandato, emersero da tale irripetibile occasione, tra raffinate degustazioni di Barolo chinato e cioccolato porcellana, carismatiche lezioni del campione del mondo di apnea in assetto variabile.*

*Successivamente, nel 2003/2004, con Giacomo ripetemmo l’esperienza in occasione dei Mondiali di Bormio 2005 e delle Olimpiadi di Torino 2006, lavorando con gli studenti su come un format mediatico e globale, televisivo e differito, quali Mondiali ed Olimpiadi appunto, potesse di fatto servire a scoprire, valorizzare e comunicare dimensioni locali di prodotto ed esperienze sensoriali specifiche.*

*Anche in tale occasione, oltre la degustazione degli Sfurzat della Valtellina o la comprensione delle qualità tattili in un cashmere di Zegna, è emerso quanta identità locale, sommersa e non valorizzata, può esplodere e rendersi tangibile se si riesce a renderla tracciabile, ovvero comunicarne logiche e processi in forma non necessariamente complessa ed ermetica.*

*Ricordo che lo stesso tema fu parte di una serie di interessanti progetti che insieme ad Ampelio Bucci portammo avanti nella metà degli anni 90 nel Master in Design Direction di Domus Academy, facendo lavorare gli studenti, dopo un anno di internazionalizzazione nel design milanese, sulle proprie località di provenienza e sulle loro radici culturali, invitandoli a trovare un’idea di business che valorizzare risorse locali, fossero di tipo paesaggistico, prodotti artigianali o enogastronomici, materiali, specie animali o vegetali.*

*A corollario delle sperimentazioni didattiche con Giacomo Mojoli abbiamo pubblicato alcuni articoli apparsi in LineaGrafica<sup>13</sup>: tema la Comunicazione Slow e le Slow cities, sempre ad indicare e descrivere, con casi ed esempi concreti, l’evidente trasmutazione di valori tipici della filosofia di Slow Food in altri settori merceologici.*

*Tale questione è stata anche affrontata in un seminario (curato dal sottoscritto e Giacomo Mojoli) in Domus Academy nel 2004 all’interno del primo Master in Business Design, con la partecipazione di aziende quali Zegna, Mares, Galbusera Bianca, e poi ulteriormente approfondita e sviluppata in un’interessantissima tesi discussa lo scorso anno al Politecnico di Milano, dal titolo Slow Design - Da preservazione della cultura materiale a paradigma progettuale, condotta da Guido Parlato, che fu nostro studente nel primo laboratorio da noi condotto. Sembrava proprio si dovesse chiudere un ciclo.*

<sup>13</sup> Si fa riferimento a Ceppi G., Mojoli G. *Comunicare Slow*, in LineGrafica n. 343 e il successivo *Città Slow*, LineGrafica n. 345, 2003







### 3. *Nascita di Slow Design*

*Nel mentre a quanto precedentemente raccontato, si assisteva nel mondo del design all'esplosione del connubio cibo+design, alla mediatizzazione totale di quanto chiameremmo oggi Food Design, in assoluto contrasto con ciò che avevamo cercato di fare, evitando appunto la spettacolarizzazione sensoriale e merceologica dell'effimero, ma lavorando invece su elementi cognitivi e culturali invisibili e profondi.*

*Forse inconsapevolmente, ma attraverso laboratori universitari, seminari, pubblicazioni... avevamo cominciato ad abbinare due parole, Slow e Design, proprio in un momento in cui altri soggetti lo facevano con indubbia visibilità mediatica, ma con altrettanta assenza di coscienza critica e volontà di approfondirne cause e processi.*

*Dall'altra parte assistevamo invece alla Slowizzazione dell'esistente, per cui quotidiani, settimanali, convegni e pubblicità sempre più inneggiavano alla lentezza e all'ozio, aggiungendo il prefisso Slow a qualsiasi tema, dal benessere, al turismo, al cinema....Non nego come tale fenomeno ci producesse un certo fastidio.*

*Cercammo quindi di proporre provocatoriamente un tavolo di lavoro e progetto sul tema dello Slow Design proprio in prospettiva della Milano Design Week del 2003, aggregando alcune aziende tramite una ricerca promossa da Total Tool, il cui manifesto programmatico recitava, volutamente ad imitare in forma ironica le regole del marketing, che esistevano Tre Esse di SlowDesign: Sensorialità, Sistematicità, Sostenibilità.*

*In tale documento, denominato, alla latina, DeSlow, si reclamava come fosse necessaria "una piattaforma dove comprendere le nostre grammatiche sensoriali, rimpossessandoci di nozioni percettive che forse abbiamo perduto, gestire e vivere il nostro corpo, esprimere multisensorialità in maniera ricca e normale, nel rispetto di un ambiente inteso come sostenibile".*

*Per la prima volta Sensorialità e Sostenibilità appaiono sincronicamente, anche se ancora in forma non direttamente abbinata, nonostante il ridotto successo del nostro tentativo, dove si voleva dare rilievo a processi e non tanto alle forme, alla ricerca e non alla metodologia.*

*Ma, finalmente (e siamo giunti alla conclusione della nostra annosa vicenda) tramite l'ennesimo reincontro con Ezio Manzini, maestro ed amico, nasce l'idea del convegno Slow+Design, ed emerge, durante una conviviale cena da Giacomo Mojoli in quel di Lecco, in maniera chiara e definitiva, la nozione di sensorialità sostenibile.*

### 4. *Scoperta della Sensorialità sostenibile: narrare le differenze*

*Possiamo definire l'espressione Sensorialità sostenibile come il coniugarsi della dimensione sensoriale e della ricchezza fenomenologica, filtrata dalla consapevolezza cognitiva e non solo dalla fisiologia dei sensi, con la dimensione della sostenibilità ambientale e culturale, ovvero del rispetto e dello sviluppo della biodiversità e dell'ecocompatibilità: un incontro che connette in una visione sistemica ed olistica i criteri di una produzione etica e differenziale con quelli di un consumo ricco e cosciente, nella concertazione rispettosa di valori locali e globali.*





*Sensorialità sostenibile implica il mettere insieme il concetto di territorio a quello di consumo, sapendo che la conoscenza di un prodotto passa attraverso la conoscenza delle fasi della sua lavorazione, avviene per mezzo della tracciabilità del suo divenire da materia prima a merce finale.*

*Quindi non serve un progetto che enfatizzi solo la parte finale di tale processo, che celebri il consumo e l'esperienza in sé stessa, se non vi è coscienza del tutto, delle relazioni, dei passaggi, della Storia insomma.*

*Un prodotto infatti non è solo merce, non è solo esperienza, ma è la storia delle persone e delle specie animali e vegetali che l'hanno resa possibile, i processi e le relazioni che ne giustificano l'esistenza: il design serve a mettere in evidenza ed in vista tali passaggi, valori e proprietà. Il design racconta processi, permette relazioni, crea occasioni di incontro e di scambio, sviluppa e produce nuove ciclicità.*

*Il progetto connette il micro con il macro, il locale con il globale, il singolo con la comunità: non autocelebrazione da Salone del Design, ma creazione di piattaforme di scambio, produzione di strumenti cognitivi, di nuove ritualità che accrescano la nostra coscienza e conoscenza sensoriale.*

*Il design fornisce gli strumenti per la comprensione, aiuta l'interscambio culturale attraverso la sua capacità di connettere linguaggi e codici distinti, traduce esperienze da una dimensione originale ed unica a situazioni condivisibili. Il design favorisce il dialogo nella diversità, produce diversità, alimenta un quotidiano ricco e denso<sup>14</sup>.*

*In tal senso ho già preso più volte le distanze dall'euforica traduzione di quel Design dell'Esperienza di matrice americana che tanto ha spopolato nella cultura del progetto negli ultimi anni<sup>15</sup>.*

*Invece se in tempi passati, insieme ad Ezio Manzini, parlammo di Ecologia dell'Artificiale<sup>16</sup>, la sua controparte è oggi, a distanza di quasi venti anni, la Sensorialità Sostenibile, dove il consumatore, l'individuo, emerge finalmente come protagonista e attore primario, come riferimento centrale ed assoluto della scena ambientale, poiché nel nostro egoismo sociale, non esiste ambiente migliore se non vi è un uomo migliore. La parola "sensorialità", senza alcun calvinismo o autolesionismo che ha in passato connotato spesso la cultura verde e ambientalista, pone invece al centro la godibilità dell'intero sistema, naturale ed artificiale che sia, passando attraverso la coscienza critica e i valori etici della cultura Slow.*

<sup>14</sup> In tal senso mi è apparso evidente il richiamo all'esperienza didattica delle Scuole e dei nidi per l'infanzia di Reggio Children, esplorata con Michele Zini nel libro *Bambini, Spazi, Relazioni*, Edizioni Reggio Children, Modena, 1997

<sup>15</sup> Si veda ad esempio il mio *Design dell'Esperienza* in P. Bertola, E. Manzini *Fenomenologia del design*, Edizioni Polidesign, Milano, 2004

<sup>16</sup> Faccio riferimento al convegno *Ecologia dell'artificiale* da me promosso e organizzato dall'Unione Culturale Lecco nel 1989 e coordinato da Claudio Nardi, con la partecipazione tra gli altri di Gianluca Bocchi, Antonio Petrillo e Francesco Trabucco.





*Speriamo che tutto ciò ci serva a costruire un mondo migliore poiché ne vogliamo assaporare (e quindi preservare e produrre) le parti migliori, e non solo per la paura dell'autodistruzione o di apocalittiche conclusioni: il progetto del futuro, che si materializza poi nella nostra attività quotidiana, guarda alla Storia, non solo alla Tecnica.*

*Come progettista posso solo farmi questo augurio, sapendo che il progetto stesso è un'attitudine Slow, complessa socialmente, policentrica sensorialmente, e alla ricerca continua del suo stesso equilibrio, come per ogni forma di vita del pianeta.*

## **Andrea Granelli**

Domus Academy

*La dimensione prestazionale dei prodotti non è più sufficiente a differenziare: è l'esperienza che il prodotto o servizio consente di vivere che diventa l'aspetto distintivo e il cuore economico, in quanto non solo giustifica il premium price pagato dal consumatore, ma anche perché crea dei potenti meccanismi di fidelizzazione e origina il fondamentale "passa-parola" – base per il nuovo marketing virale. Ciò sta creando una vera e propria "economia dell'esperienza", dove la dimensione intangibile e simbolica diventa fondamentale e dove le tecnologie digitali diventano aspetto chiave della progettazione.*

*Questa nuova economia può inoltre cogliere notevoli opportunità dalla globalizzazione in quanto ogni bene replicabile industrialmente può essere riprodotto a basso costo dai paesi emergenti mentre i beni non replicabili, assumono maggiore valore perché la loro unicità è contesa da un mercato più vasto.*

*La sfida economica dell'Occidente è pertanto quella di "moltiplicare" il valore economico dei beni unici combinando la rendita derivante dall'unicità con la capacità di replicazione del capitalismo postindustriale. Questo dilemma è risolvibile inserendo beni unici in "bundle" di servizi e pacchetti di offerta altamente innovativi e permeati di tecnologie digitali che, come noto, assicurano una replica infinta.*

*Per fare ciò bisogna fare emergere il capitale simbolico presente nei prodotti e valorizzarlo integrando servizi e tecnologie digitali sia nei prodotti sia nei luoghi di consumo, che diventano cornici dove questi prodotti generano esperienze memorabili.*

