il giornale dell'ARCHITETTURA.com
MAGAZINE LIBERO E INDIPENDENTE SULLE CULTURE DEL PROGETTO E DELLA CITTÀ



Quanto vale il design in Piemonte?

Torino. Investire nel design premia. Questo è ciò che dimostra la ricerca sul sistema design in Piemonte recentemente commissionata da Camera di commercio di Torino al Dad (Dipartimento di Architettura e Design del Politecnico di Torino). Le aziende produttrici di beni, gli studi di progettazione e di servizi al progetto sul territorio piemontese, che hanno nel design il proprio core business, reggono pur nel difficile contesto generale del momento. Ciò è confermato anche a livello nazionale dai dati forniti da una ricerca sulle 155 imprese piemontesi produttrici di beni iscritte all'Adi. La loro quota di export è di 11 miliardi, cioè il 2% circa del fatturato totale nazionale di 548 miliardi di euro. Per le stesse aziende, il fatturato dell'export nazionale equivale al 31%, mentre quello delle imprese Adi equivale al 68%.
Dai dati emersi dalla ricerca sul sistema design presentata a fine marzo dal Politecnico di Torino, il Piemonte, rispetto ai numeri estratti dallo studio del 2007, dimostra la presenza di un tessuto ricco di attività legate al design (concentrate in particolare a Torino e dintorni, per i 2/3 del totale di 850), composto soprattutto da medio-piccole imprese di progetto e di prodotto (per il 49% da 1 a 5 addetti, per il 22% da 6 a 15, per cui il 71% delle realtà non va oltre i 15 addetti) dotate di forte propensione per l'innovazione, elemento da sempre distintivo del territorio piemontese. Rispetto al 2007, si rileva una riduzione del numero di addetti del 15% e un aumento del fatturato del 6%. Il valore complessivo del design, stimato (per la prima volta) in

1.194.500.000 di euro, corrisponde al 10% del fatturato globale del sistema design related in Piemonte, che vale circa 13 miliardi di euro.
Questi numeri dimostrano le potenzialità della regione e come il design sia una leva per la crescita economica. Esistono anche dei limiti? Il principale problema è individuabile nelle esigue risorse economiche a disposizione per la ricerca e la promozione, proprio per queste realtà di piccola e media grandezza. La Camera di commercio di Torino ha attivato alcuni progetti di promozione, come «To Design in The Word», che certamente daranno risultati e prestigio al territorio, e che per questa ragione mi auguro possano essere sempre più sostenuti. È necessario ricordare che il design non dev essere solo venduto ma anche comprato, ossia bisogna generare il desiderio promuovendolo con strumenti adeguati.
Il brevetto è uno strumento strategico, ma spesso mancano le risorse finalizzate alla protezione brevettuale e alla diffusione di questa cultura. Bisogna dunque maturare la consapevolezza che proteggere un idea è un importante valore che crea ricchezza e ne impedisce la dispersione (basti citare che il 44% delle realtà incluse nell indagine non ha mai prodotto brevetti/modelli). La Camera di commercio di Torino si sta impegnando su questo tema con il servizio Patlib e altre attività di divulgazione. Anche gli enti di formazione dovrebbero fare di più per valorizzare questo fondamentale strumento.
Altri temi potenzialmente importanti per il territorio riguardano le dinamiche per avvicinare designer e aziende piemontesi e, più in generale, l implementazione delle reti del sistema design: si tratta di un argomento ricorrente ma strategico per la comunicazione e la promozione del design piemontese. Può nascere a Torino un luogo fisico deputato? Il Comune di Milano, ad esempio, ha concesso in gestione all Adi nazionale, per 35 anni circa, 5.000 mq per queste attività.

Autore

marco_miscioscia