



Daniele Lago: davanti a noi ci sono “praterie” da progettare

Incontro con il designer-imprenditore che ha trasformato l'impresa di famiglia in un riferimento del settore

Nel 2019, la rubrica “Professione designer” si apre con Daniele Lago, AD & Head of Design di LAGO SpA. Nato ad Asiago (Vicenza) nel 1972, ultimo di dieci fratelli, dopo gli studi tecnici frequenta la Scuola italiana design a Padova per entrare, dall'inizio anni Duemila, nell'azienda familiare, valorizzando gli aspetti culturali della produzione. Un percorso che vede oggi l'azienda veneta contare 200 dipendenti e vantare un fatturato superiore ai 30 milioni, confermandosi punto di riferimento nel mondo del design. Le parole di Lago confermano la capacità di un designer-imprenditore di moltiplicare i punti di vista, qualità tipica di chi deve conciliare quotidianamente la fisiologica dipendenza dal processo creativo con la realtà del produrre, posizionarsi e vendere. Consiglio per i nostri lettori occupati nelle industrie creative? Vi aspetta uno spazio enorme per progettare servizi ed esperienze. Consigli per il sistema formativo? Valorizzare l'attitudine piuttosto che imbottire di competenze.

Adolf Loos, analizzando gli sbandamenti del suo tempo in *Parole nel vuoto*, scriveva: “Quelli di voi però che, solo perché hanno il magazzino pieno di mobili fuori moda,

affrontano il Movimento moderno con timore, non hanno il diritto di opporvisi". Che cos'è il timore per un designer?

Non so che cosa possa essere il timore per un designer, so però che quando progetto cerco di produrre pensieri significativi che, riversati negli oggetti, siano in grado di dare un senso al tutto. Quello che mi impaurisce di più è che quello stesso oggetto possa essere il numero uno della mediocrità, anche se potrebbe essere carico di una buona ambizione ed entrare in risonanza in maniera originale e rilevante con chi lo vivrà.

Il designer nell'era della digitalizzazione: secondo lei, quale evoluzione potrà evitare l'estinzione del product designer? Basterà sensorizzare gli oggetti per salvare la professione?

La digitalizzazione ci pone di fronte a un cambio di paradigma e non può che essere colta come un'opportunità per migliorare gli spazi vitali. Ho sempre pensato che il design debba alimentare la vitalità negli spazi vuoti: non è mai il tavolo lo spazio vitale, ma quello che gli succede intorno. Credo, quindi, che qualsiasi integrazione digitale di un'idea significativa potrà fare leva sull'incorporare o meno la tecnologia negli oggetti. Sicuramente potrà essere usata per aumentare le possibilità di vivere un oggetto ancora più pienamente. A questo proposito, qualche anno fa in LAGO abbiamo scommesso sull'Internet of Things e abbiamo lanciato "Talking Furniture": un tag applicato a tutti i prodotti che, attraverso l'app LAGO, permette il dialogo tra il fruitore e l'oggetto, amplificando le possibilità del design. Attivando il tag di una cucina, ad esempio, si potranno condividere ricette di tutto il mondo, generate direttamente dalla community. Nelle camerette dei bambini, invece, si potranno ascoltare le favole della buonanotte o ricevere direttamente informazioni sui lettini. E così via per tutte le aree della casa con contenuti creati ad hoc per ogni stanza e prodotto.

Per un designer-imprenditore come lei, ritiene sia più propulsiva la vena creativa o la vena del business potenziale che la creatività potrebbe generare?

Non ho risposta. La vita e la società sono fatte di tante componenti diverse, e sempre di più questi elementi sono "liquidi" ed intrecciati. La creatività per me è soprattutto una leva per vivere con pienezza la vita. Progettare un viaggio ha a che fare con la creatività e molte altre cose. Se si pensa bene, si viaggerà sicuramente bene. Tornando alla domanda, ho sempre pensato al brand come a una persona: il suo impatto sarà tanto significativo quanto più le sue

idee saranno interessanti ed empatiche. Se guardo alla sterzata stilistica di Gucci degli ultimi anni, ad esempio, osservo una crescita impressionante anche del business. Ma non saprei dire se lo stimolo è venuto prima dall'uno o dall'altro. Sicuramente il designer in questione ha fatto una scelta interessante ed originale e, vedendo i risultati, anche molto empatica.

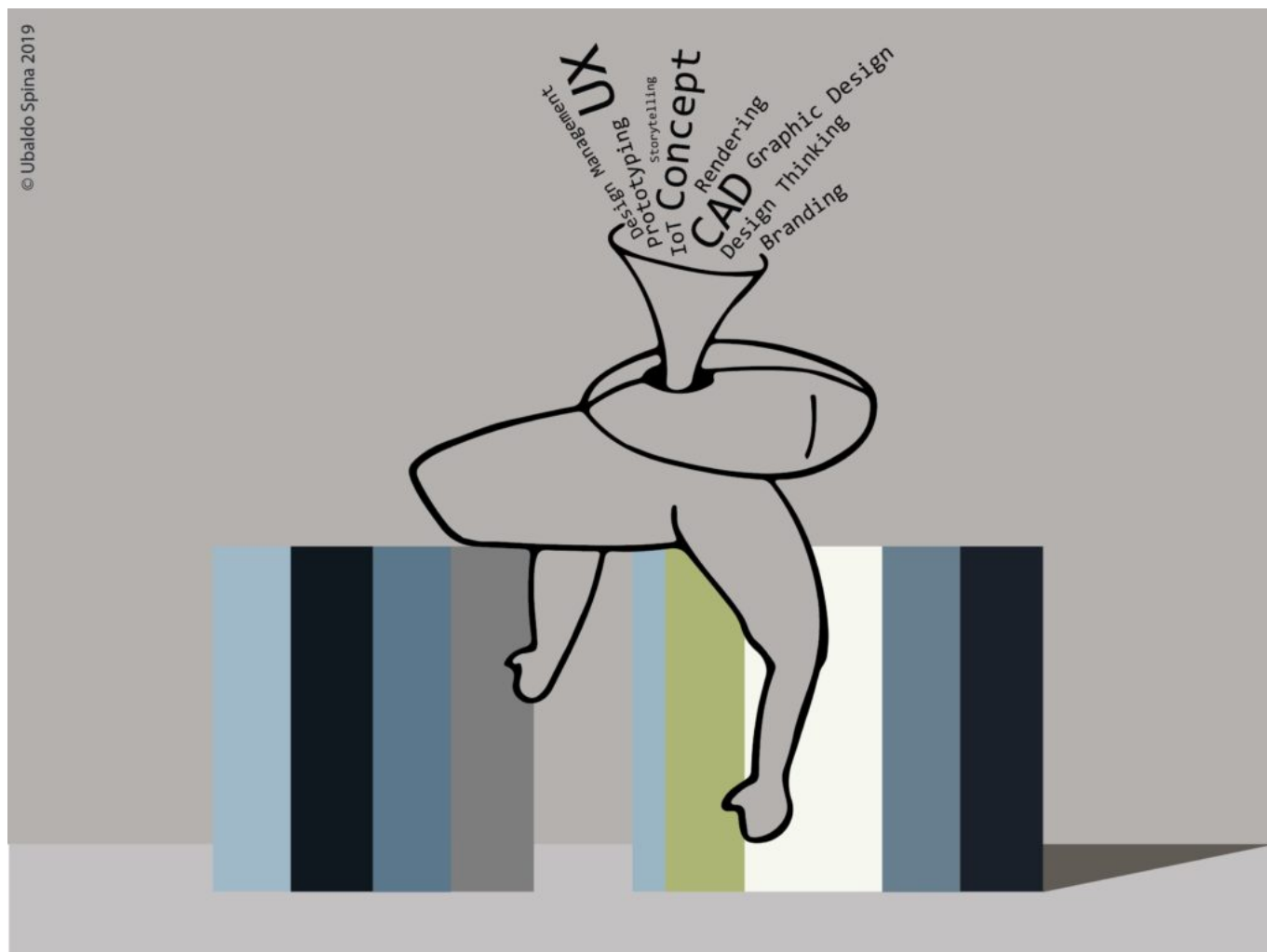
Se dovesse elencare tre elementi chiave che ritiene lacunosi, sfocati o del tutto assenti nella formazione attuale dei designer, a quali penserebbe?

Più che sulla formazione dei designer, ho un'idea su come cambiare radicalmente l'approccio alla formazione in generale. Credo, infatti, sia più interessante sviluppare una formazione che lavori sull'esaltazione dei talenti e del potenziale originale di ogni persona, piuttosto che continuare ad imbottire le persone di competenze o saperi che non coincidono poi con le attitudini personali. Solo facendo così a mio avviso potremmo ambire ad avere una società che potrà accelerare il progresso. Addentrandoci più nello specifico, credo sia davvero difficile formare un pensatore: si può insegnare un metodo, il *design thinking* ad esempio, ma la vera leva che permette di progettare prodotti rilevanti è, a mio avviso, soprattutto legata al fare quello che piace e stimola davvero. In quel caso, si mettono in moto una serie di energie sovranaturali che fanno fare cose incredibili.

Il Governo ha approvato una manovra economica che incentiverà con un voucher l'assunzione da parte delle imprese di manager per l'innovazione. A suo avviso, secondo la definizione di Federmanager, i designer avranno spazio e ruoli riconosciuti nei processi d'innovazione delle imprese? O resteranno degli esecutori/visionari cui attingere ma pur sempre da controllare?

Credo profondamente che il ruolo dei designer possa e debba avere sempre maggiore voce in capitolo in tanti ambiti. Il design è una disciplina aperta che, se ben sfruttata, ha una capacità d'imprimere visioni innovative in ogni settore. A questo proposito, credo che in Italia ci sia uno spazio enorme per sviluppare design al di fuori dei prodotti. Probabilmente è per questa vocazione manifatturiera che ci caratterizza e ci permette di avere praterie metaforiche da progettare, che siano servizi o più in generale esperienze. Mi viene in mente, ad esempio, come l'esperienza di un turista o di un cittadino potrebbe migliorare grazie all'approccio di un designer. Non dimentichiamo poi l'importanza della sostenibilità del pianeta e degli umani che lo vivono: il design ha il potere di sapersi aprire a tante possibilità per migliorare la società e

diventare di fatto uno strumento di miglioramento sociale.



La formazione del designer secondo Daniele Lago: evitare di imbottire di competenze, ma esaltare il talento e il potenziale originale di ogni persona (illustrazione © Ubaldo Spina, 2019)

About Author



[Ubaldo Spina](#)

Ricercatore, Industrial Designer e BDM presso CETMA (www.cetma.it), si occupa di design research e servizi di design e innovation management. Consulente di startup, PMI e Grandi Imprese, con focus sulla gestione dei processi di sviluppo di nuovi prodotti e fornitura di servizi avanzati di progettazione concettuale e strategica, ingegneria, prototipazione e protezione IP. Esperto europeo nella ricerca di “Tecnologie emergenti per il design” e membro dello Steering Board del progetto WORTH, il più grande incubatore europeo finanziato all’interno del programma COSME per la creazione e il supporto di collaborazioni transnazionali tra designer, PMI e technology provider, è membro della Commissione “Ricerca per l’impresa” dell’ADI - Associazione per il Disegno Industriale. Per conto del Joint Research Center della Commissione Europea, ha co-curato il rapporto “Innovation Ecosystems in the Creative Sector: The Case of Additive Manufacturing and Advanced Materials for Design”. Il suo gruppo di lavoro ha ricevuto diverse segnalazioni ADI Design Index, due Menzioni d’Onore e il Compasso d’Oro ADI per il veicolo a guida autonoma OMNIAGV. Docente nell’ambito delle attività didattiche magistrali della “24ORE Business School, coordina la pagina Design de “Il Giornale dell’Architettura” e le rubriche giornalistiche “SOS Design” (Design for Emergencies), “Design&Startup” e “Professione Designer”.

[See author's posts](#)

[+](#) Condividi