

CONFERENZA SID. 2023

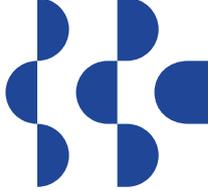


DESIGN
DIVERSITÀ

PESCARA 12.13 GIUGNO

SID Società Italiana di Design
Italian Design Society

CONFERENZA SID. 2023



DESIGN
DIVERSITÀ

PESCARA 12.13 GIUGNO

**ATTI DELLA CONFERENZA ANNUALE
DELLA SOCIETÀ ITALIANA DI DESIGN**

PESCARA 12-13 GIUGNO 2023

Università degli Studi G. d'Annunzio di Chieti-Pescara
Dipartimento di Architettura

DESIGN PER LA DIVERSITÀ

COORDINAMENTO E CURA

Giuseppe di Bucchianico
Antonio Marano

PROGETTO GRAFICO

Rossana Gaddi
Raffaella Massacesi
Giulia Panadisi

IMPAGINAZIONE ED EDITING

Sara Jane Cipressi
Simone Giancaspero
Letizia Michelucci
Lara Pulcina

ANALISI DATI E MAPPE

Alessio D'Onofrio
Raffaella Massacesi

COPYRIGHTS

CC BY-NC-ND 4.0 IT

È possibile scaricare e condividere i contenuti originali a condizione che non vengano modificati né utilizzati a scopi commerciali, attribuendo sempre la paternità dell'opera all'autore.

Gli autori dei contributi si rendono disponibili a riconoscere eventuali diritti per le immagini pubblicate.

Ottobre 2024

Società Italiana di Design

societaitalianadesign.it

ISBN 978-88-943380-1-0

- pag. 12** **PREFAZIONE**
Raimonda Riccini
- pag. 18** **INTRODUZIONE**
Antonio Marano, Giuseppe di Bucchianico
- pag. 22** **LE AREE TEMATICHE**
- pag. 23 **Design | Diversità | Persone**
Pete Kercher
- pag. 29 **Design | Diversità | Contesti**
Simone D'Alessandro
- pag. 35 **Design | Diversità | Discipline**
Gabriele Giacomini
- pag. 40** **PROGETTI DI RICERCA**
- PROGETTI DI RICERCA. DESIGN / DIVERSITÀ / PERSONE**
- pag. 42 **Introduzione**
Emilio Rossi
- pag. 44 **Prodotti, ambienti domestici, malattia di Parkinson**
Una ricerca-azione
Mattia Pistolesi
- pag. 55 **Il museo fuori dal museo**
Il co-design di nuovi servizi museali accessibili e inclusi
Annamaria Recupero, Patrizia Marti
- pag. 66 **I confini delle nostre storie**
Co-progettare narrazioni in contesti marginali per lo sviluppo di immaginari condivisi e inclusivi
Mariana Ciancia, Francesca Piredda, Chiara Ligi
- pag. 78 **Design for Drag**
Il design come strumento di esplorazione dell'individualità e di espressione condivisa delle molteplici forme del sé
Giovanni Maria Conti, Martina Motta, Beatrice Zagatto
- pag. 88 **Il packaging per l'utenza diversificata**
Metodologie e strumenti per il design dell'accessibilità
Marco Bozzola, Irene Caputo, Monica Oddone, Anna Volkova
- pag. 99 **Sostenere le comunità nelle pratiche di innovazione place-based**
Nuovi paradigmi per le pratiche di homemaking in un villaggio urbano integrato per la cura della demenza
Silvia Maria Gramegna, Sara Mariazzi
- pag. 110 **Design, povertà alimentare e persone in condizione di senza dimora**
Strategie co-progettate di contrasto al fenomeno
Raffaele Passaro, Cristian Campagnaro, Martina Leo
- pag. 121 **Valorizzare la diversità nei percorsi di terapia compressiva attraverso la progettazione di un'esperienza di cura intelligente**
Il caso studio del progetto IKE
Giulia Teverini, Anna Caponi, Sebastiano Mastrodonato

- pag. 133 **Progettare oltre la marginalità sociale**
Evoluzione di un laboratorio per il design sociale partecipativo
Nicolò Di Prima
- pag. 144 **Diversità, inclusione e sostenibilità: l'evoluzione del comfort e del benessere nel prodotto imbottito**
Piera Losciale
- pag. 154 **Active Ageing: progettare traiettorie di vita attiva per un'utenza anziana**
Interaction e Service Design per lo sviluppo di un servizio digitale per l'empowerment degli anziani
Alessandro Pollini, Luana Gilio
- pag. 165 **Collaborative Design for o with?**
Come suggerire modelli di design partecipativo per la tutela dell'inclusione e diversità umana
Giuseppe Mincoelli, Silvia Imbesi, Gian Andrea Giacobone
- pag. 176 **Dati e Persona/ggi**
La narrazione come strumento strategico per esplorare unicità e complessità del territorio
Andrea Di Salvo, Cristina Marino, Paolo Tamborrini
- pag. 186 **Il concetto di diversità e di accessibilità comunicativa nel contesto museale**
Problemi, casi, proposte
Dina Riccò, Francesco E. Guida
- pag. 195 PROGETTI DI RICERCA. DESIGN / DIVERSITÀ / CONTESTI**
- pag. 196 **Introduzione**
Alessio D'Onofrio
- pag. 198 **Pratiche digitali nei distretti manifatturieri del tessile: il progetto Prato Phygital**
Elisabetta Cianfanelli, Maria Claudia Coppola, Filippo Maria Disperati, Leonardo Giliberti, Elena Pucci, Maria Antonia Salomè
- pag. 208 **Urban Material Gardens**
Materiali che parlano del territorio
Flavia Papile, Romina Santi, Barbara Del Curto
- pag. 218 **Protocollo Ad'agio**
Valutazione e adeguamento di ambienti domestici per l'invecchiamento dell'utenza fragile
Isabel Leggiero, Isabella Nevoso, Elena Polleri
- pag. 227 **Shared knowledge**
La sperimentazione di un Cyber-physical system per una ricerca inclusiva e condivisa
Pietro Salvatore Pantano, Patrizia Ranzo, Salvatore Carleo, Arrigo Bertacchini
- pag. 241 **Progetto RAISE. Urban technologies for inclusive engagement**
Strategie design-driven per l'adozione di tecnologie nei contesti urbani della regione Liguria
Francesco Burlando, Claudia Porfirione, Federica Maria Lorusso
- pag. 250 **Zone di resistenza al design per il territorio**
Opportunità e limiti dei comuni in aree marginali interne
Mario Ciaramitaro, Emanuela Bonini Lessing, Alessandra Bosco

- pag. 261 **Ridefinire le priorità nel progetto degli spazi per l'ospitalità**
Strategie di interior design per una progettazione contract sostenibile
Elena Elgani
- pag. 270 **XALL - Tutta un'altra guida**
Design per l'inclusione: strategie e strumenti per musei inclusivi
Francesca Tosi, Alessia Brischetto, Ester Iacono, Claudia Becchimanzi
- pag. 281 **Il progetto di ecosistemi comunicativi fisico-digitali per l'accesso e la condivisione dei dati del patrimonio storico artistico e culturale**
Il caso del Complesso dei Crociferi a Venezia
Fiorella Bulegato, Lucilla Calogero, Davide Giorgetta
- pag. 291 **L'esperienza dell'indossare**
Dalla prova virtuale dell'indumento al progetto dei contenuti culturali associati alla moda digitale
Annalisa Di Roma, Alessandra Scarcelli
- pag. 302 **Design 4 Diversity**
Il progetto come interprete e agente traduttore di contesti altri
Margherita Vacca, Fabio Ballerini, Giulia Pistoresi, Elisa Matteucci
- pag. 313 **Identità, comunità e produzioni**
Strategie design-oriented per il centro storico di Napoli
Michela Carlomagno, Rosanna Veneziano, Francesca Castanò, Salvatore Cozzolino
- pag. 324 **Comunità sportive come aggregatori della diversità nel contesto urbano**
Indagine etnografica e sviluppo di un modello di coinvolgimento
Viktor Malakuczi, Angela Giambattista, Andrea Gentile, Mariia Ershova
- pag. 335 PROGETTI DI RICERCA. DESIGN / DIVERSITÀ / DISCIPLINE**
- pag. 336 **Introduzione**
Stefania Camplone
- pag. 338 **Design per la salute e la cura degli animali domestici (PHEDE)**
Progettazione e sperimentazione clinica di dispositivi ortopedici innovativi ed ecocompatibili stampati in 3D per stabilizzare il tarso e il carpo del cane
Lucia Pietroni, Jacopo Mascitti, Davide Paciotti, Daniele Galloppo, Alessandro Di Stefano
- pag. 348 **Progettare con le domande**
Il diverso concettuale tra design, arte e filosofia
Isabella Patti
- pag. 356 **I camici bianchi e l'oro nero**
Le immagini coordinate di Unimark International e quelle "scoordinate" del mondo reale
Michele Galluzzo
- pag. 369 **Ubiquity**
Il design della comunicazione nel progetto ITSERR
Fabrizio D'Avenia, Cinzia Ferrara, Marcello Costa, Chiara Palillo
- pag. 378 **Design innovation and traditional craft**
Approcci multidisciplinari per l'innovazione tecnologica di frontiera dei saperi locali
Ludovica Rosato, Simona Colitti, Andrea Cattabriga, Valentina Gianfrate

- pag. 392 **L'empowerment dei cittadini come co-ricercatori**
La diversità nelle esperienze di walkability
Carla Sedini, Silvia D'Ambrosio, Xue Pei
- pag. 401 **Evoluzione della ricerca scientifica nel design attraverso lo studio delle collaborazioni accademiche**
Uno studio basato sull'evoluzione delle collaborazioni accademiche e dei temi di ricerca nel campo del design
Gianluca Carella, Andrea Vian, Annalisa Barla, Emilia Kunst, Daniele Pretolesi, Francesco Zurlo
- pag. 412 **Supportare la biodiversità culturale della conoscenza, ricerca e pubblicazione in design**
Elena Maria Formia, Eleonora Lupo, Lorela Mehmeti
- pag. 424 **Multidisciplinarietà e percorsi didattici esperienziali**
Design "pedagogico" e animazione per lo sviluppo di competenze trasversali
Vincenzo Maselli, Anna Florian
- pag. 434 **Il toolkit "Inclusive Signs"**
Generare concetti inclusivi per il progetto di design attraverso interpolazioni semiotiche
Emilio Rossi
- pag. 445 **Memorie, storie e paramnesie**
La questione del digitale tra cultura di progetto e indagine storica
Letizia Bollini, Francesco E. Guida
- pag. 454 **Pietra viva**
Processi trasformativi per una progettualità more-than-human
Chiara Scarpitti, Enza Migliore
- pag. 464 **Co-progettare oltre il concetto di limite**
Sperimentazione del tool "Inclusive multimodal personas" in workshop partecipativi
Federica Delprino

pag. 475 IDEE DI RICERCA

IDEE DI RICERCA. DESIGN / DIVERSITÀ / PERSONE

- pag. 477 **Introduzione**
Raffaella Massacesi
- pag. 479 **Future Wireframes**
Visioni condivise attraverso lo Speculative Design
Xavier Ferrari Tumay
- pag. 487 **La città Queer**
Come il design può intervenire nella progettazione di spazi pubblici queer attraverso pratiche partecipative e di innovazione sociale
Valentina Ferreri, Laura Galluzzo
- pag. 495 **Progettare l'interattività**
Design partecipativo per il benessere psico-sociale negli spazi urbani quotidiani
Marco Manfra, Giorgia Curtabbi, Chiara De Angelis, Ilaria Fabbri

- pag. 503 **Basic [Gender] Design**
Modelli e format di insegnamento al design, inclusivi e non normativi, per la preservazione e valorizzazione delle unicità
Alessio Caccamo, Carlotta Belluzzi Mus
- pag. 510 **Visualizzazione inclusiva**
Design della comunicazione per un accesso democratico all'informazione
Michela Rossi
- pag. 517 **Digital Custom Design**
Il design digitale al servizio della diversità umana e sociale
Roberta Angari, Gabriele Pontillo
- pag. 526 **Dalla cura del sé alla cura del pianeta**
Processi multidisciplinari per un design somaestetico e rigenerativo
Annarita Bianco
- pag. 534 **Disability led design. Un cambiamento di paradigma nel campo della progettazione protesica**
Trasferire il potere progettuale per valorizzare l'individualità delle persone con disabilità attraverso il design di protesi
Paride Duello, Camilla Gironi
- pag. 541 IDEE DI RICERCA. DESIGN / DIVERSITÀ / CONTESTI**
- pag. 542 **Introduzione**
Rossana Gaddi
- pag. 545 **Design per e con i sistemi territoriali**
Nuove strategie di networking e sharing del sapere
Irene Fiesoli, Manfredi Sottani, Alessio Tanzini
- pag. 555 **Il rituale come strumento di ricerca progettuale per esplorare la dimensione culturale e simbolica dell'entomofagia**
Cecilia Padula, Arianna Cattaneo, Laura Pirrone
- pag. 565 **Scenari sostenibili per ecosistemi digitali**
Annapaola Vacanti, Michele De Chirico, Carmelo Leonardi
- pag. 571 **Design per l'interazione tra uomo e natura**
Strategie per la connessione tra sistemi naturali e artificiali attraverso il rewilding e la sensoristica IoT
Mariarita Gagliardi, Silvana Donatiello
- pag. 578 **CHOURMO**
Il ruolo del design strategico per la rivitalizzazione delle aree interne italiane attraverso un progetto di valorizzazione territoriale delle zone di "Cintura"
Denise de Spirito
- pag. 585 **Valorizzazione dei rifiuti tessili attraverso il design circolare**
Sperimentazione di pratiche di riciclo per altre possibilità applicative
Carmen Digiorio Giannitto
- pag. 592 **Nuovi contesti lavorativi digitali per favorire la rivitalizzazione dei borghi d'Italia**
Il design come strumento per l'implementazione dell'innovazione sociale
Asja Aulisio, Martina Spinelli

- pag. 600 **Interventi progettuali discreti in spazi museali**
Utilizzo di tecnologie digitali per la fruizione di esperienze interattive naturali
Giorgio Dall'Osso, Silvia Gasparotto
- pag. 607 **Design per la riconnessione con la natura**
La luce nelle coltivazioni idroponiche indoor
Giovanni Inglese
- pag. 614 **Territori accessibili**
Forme di comunicazione per una narrazione inclusiva dei territori attraverso metodologie di co-design
Rosanna Cianniello, Antonella Rosmino, Sarah Jane Cipressi, Michela Musto
- pag. 622 **Design per il territorio materiale e immateriale**
La diversità dei settori produttivi del Made in Italy come modello di filiera co-partecipata
Stefano Salzillo
- pag. 629 **Il design come forma di dialogo tra produzione, carcere e società**
Il caso studio Officine27
Maria Manfroni, Calogero Mattia Priola
- pag. 637 **Peculiarità industriali. Persone, tecnologie e contesti**
Enrica Cunico, Giovanna Nichilò, Elena Cavallin
- pag. 644 **Distretti conciarci**
Nuove pratiche e territori del progetto di moda Made in Italy
Edoardo Brunello
- pag. 651 **Paesaggi della moda sostenibile**
La dimensione progettuale incontra persone, luoghi e culture
Carmela Ilenia Amato, Martina Orlacchio
- pag. 659 **Integrare tecnologie e apprendimento esperienziale nel design degli spazi di lavoro**
Un approccio per lo sviluppo di competenze strategiche in contesti di lavoro ibrido
Sofia Cretaio, Leonardo Moiso
- pag. 667 **Oceano, distanze da accorciare con riti di comunità**
Giovanna Tagliasco, Chiara Garofalo, Omar Tonella
- pag. 674 **XYZ**
Nuove generazioni e stereotipi di genere
Sara lebole
- pag. 681 **Interazione lenta per i Next Billion Users in Italia**
Il design dei servizi pubblici per le prossime comunità digitali
Niccolò Colafemmina
- pag. 690** **IDEE DI RICERCA. DESIGN / DIVERSITÀ / DISCIPLINE**
- pag. 691 **Introduzione**
Massimo Di Nicolantonio
- pag. 694 **Tendenza dissidente**
Sulla pratica del designer di moda Massimo Osti
Edoardo Ferrari

- pag. 701 **Cyborg Fashion**
Progettare la moda con l'Intelligenza Artificiale
Paolo Franzo, Margherita Tufarelli
- pag. 710 **Strumenti e metodi per progettare servizi pubblici digitali equi e sostenibili**
Verso un approccio More-Than-Human Centered
Domenico Schillaci, Mauro Filippi
- pag. 717 **Un modello esplorativo per definire contesti e confini della creatività quale meta-disciplina**
Sergio Degiacomi, Chiara Lorenza Remondino
- pag. 723 **Advanced design e video gioco**
Strumento di indagine e spazio di progetto
Alberto Calleo
- pag. 730 **Verso una percezione "pseudo-aptica" dei materiali per il design**
Metodologia di progettazione sinestesica per la trasmissione delle qualità tattili attraverso media digitali
Marina Ricci
- pag. 738 **Design biomimetico e design biofilico**
Progettare l'incontro delle discipline bio-ispirate per riconnettere l'uomo al sistema naturale
Mariangela Francesca Balsamo, Matilde Molari

pag. 745 SEZIONE MULTIMEDIALE

- pag. 746 **Narrazioni multimediali per il design**
Giulia Panadisi, Ivo Spitilli

pag. 766 PROGETTI E IDEE DI RICERCA

- pag. 767 **Progetti e idee di ricerca, matrici, analisi e confronti**
Alessio D'Onofrio
- pag. 782 **Progetti e idee di ricerca, visualizzazione dei dati**
Raffaella Massacesi

pag. 803 SID RESEARCH AWARD

Distretti conciari

Nuove pratiche e territori del progetto di moda Made in Italy

Tanning districts

New practices and territories of Made-in-Italy fashion design

Edoardo Brunello¹

La ricerca si concentra sul rapporto tra progetto e produzione conciaria all'interno dei distretti italiani, intesi come particolare manifestazione del sistema moda made in Italy. Questo contesto produttivo viene analizzato come ambito di verifica delle azioni finalizzate allo sviluppo sostenibile sia dal punto di vista ambientale sia sociale. L'analisi svolta sul campo ha l'obiettivo di comprendere quale sia oggi il ruolo del progetto all'interno del processo produttivo. Orientando la scelta delle materie prime, il progetto di moda ha la capacità di intervenire sull'impatto ambientale. L'adozione di pratiche etiche, l'innovazione tecnologica e la gestione consapevole dei rifiuti sono priorità irrinunciabili nelle attività dei brand e devono essere comunicati in maniera trasparente e responsabile dalle industrie che producono moda made in Italy.

The research focuses on the relationship between project and tanning factory within the Italian districts, recognized as a particular manifestation of the made-in-Italy fashion system. This production framework is analysed as an area for verifying actions aimed at sustainable development both from an environmental and social point of view. The analysis carried out in the field aims to understand what the role of design is today as part of the production process. By directing the choice of raw materials, fashion design has the ability to intervene on environmental impact. The adoption of ethical practices, technological innovation and conscious waste management are top priorities in brands' activities and be communicated in a transparent and responsible manner by the fashion industry.

¹Dipartimento di Culture del progetto,
Università Iuav di Venezia.
ORCID: 0000-0003-1273-0660
ebrunello@iuav.it



Che rapporto esiste tra il progetto di moda e la produzione di materie prime in Italia? I distretti produttivi italiani sono il contesto adatto per uno sviluppo sostenibile del sistema moda?

Queste sono le domande che guidano la ricerca in corso, incentrata su un momento specifico della filiera degli accessori di pelletteria: la conca. Si tratta di un settore produttivo poco indagato negli studi dedicati alla moda italiana, ma tutt'altro che marginale nella costruzione dell'immagine di prodotto made in Italy.

Negli ultimi anni la dimensione produttiva del progetto di moda è al centro del dibattito teorico, sia per le questioni etiche connesse alla qualità del lavoro, sia per la consapevolezza sempre maggiore dell'impatto ambientale della produzione e dello smaltimento dei capi di abbigliamento (Burns, 2019). Trasparenza, innovazione e responsabilità sono infatti alcune delle parole chiave alla base delle azioni e delle iniziative promosse dai brand di moda. Gli aspetti etici nella gestione delle attività produttive sono cruciali, specialmente nelle aziende che si occupano di prodotti di lusso. La desiderabilità di un prodotto oggi non è determinata unicamente da estetica e funzionalità: la credibilità del marchio si fonda anche sulla capacità di ridurre l'impatto ambientale delle attività produttive, di garantire il rispetto dei diritti umani nei processi di produzione e di controllare la fornitura dei materiali (Fletcher, 2019).

La necessità di comunicare gli impegni in ottica di sostenibilità sociale e ambientale con maggiore chiarezza avviene in tutti i momenti della filiera. In questo contesto, sempre più marchi specificano nelle informazioni di vendita on line sia il luogo di confezione dei prodotti, sia la composizione dei materiali usati, e a volte il loro luogo di origine; rimangono invece celati i nomi dei produttori di materie prime. Soprattutto per gli articoli che hanno un alto valore comunicativo ed economico queste informazioni sono un valore aggiunto. Si tratta soprattutto di scarpe e borse, oggetti che hanno assunto un peso sempre maggiore nei look presentati nelle collezioni di prêt-à-porter e che in alcuni casi arrivano a coprire anche il 91% del fatturato dei marchi (Chitrakorn, 2018). Molti brand che operano globalmente e che fanno parte dei più importanti gruppi del lusso precisano nei loro siti di vendita on line che borse e scarpe sono confezionate in Italia e, in alcuni casi, sono realizzate con pelli prodotte nel nostro Paese. Sono informazioni che assumono valore indipendentemente dal fatto che gli oggetti siano progettati altrove.

È noto che la locuzione made in Italy esprime un concetto sintetico che risulta dalla combinazione della produzione materiale e immateriale delle imprese che operano nel territorio italiano (Barile, 2007; Fortis, 1998).

Nei casi appena descritti però l'etichetta Made in Italy non è associata all'idea di progetto o all'identità del brand, ma è sinonimo di alti stan-



dard di qualità garantiti dal sistema produttivo italiano. Non è un caso che proprio gli accessori siano i capi di abbigliamento che internazionalmente vengono associati all'idea di made in Italy. La concezione allargata del progetto di abbigliamento è infatti alla base della diffusione e del consolidamento della moda italiana a livello internazionale e la produzione di pelletteria ha svolto un ruolo significativo nella fortuna economica e comunicativa di molti marchi italiani (Brunello, 2022).

La scelta di realizzare queste categorie di oggetti in pelle è dettata dal fatto che ancora oggi questo materiale è associato a valori quali qualità e durata e a un'idea di lusso. È interessante sottolineare però che nel caso della pelle il luogo di produzione non attesta la provenienza della materia prima grezza, ma precisa il luogo di concia. Il valore aggiunto dell'articolo finito va ricercato dunque nella capacità di trasformazione e lavorazione delle aziende italiane che, secondo dati raccolti da Unic (Unione delle Concerie Italiane), nel 2022 hanno prodotto il 66% del valore delle pelli lavorate in Europa e il 23% del valore mondiale.

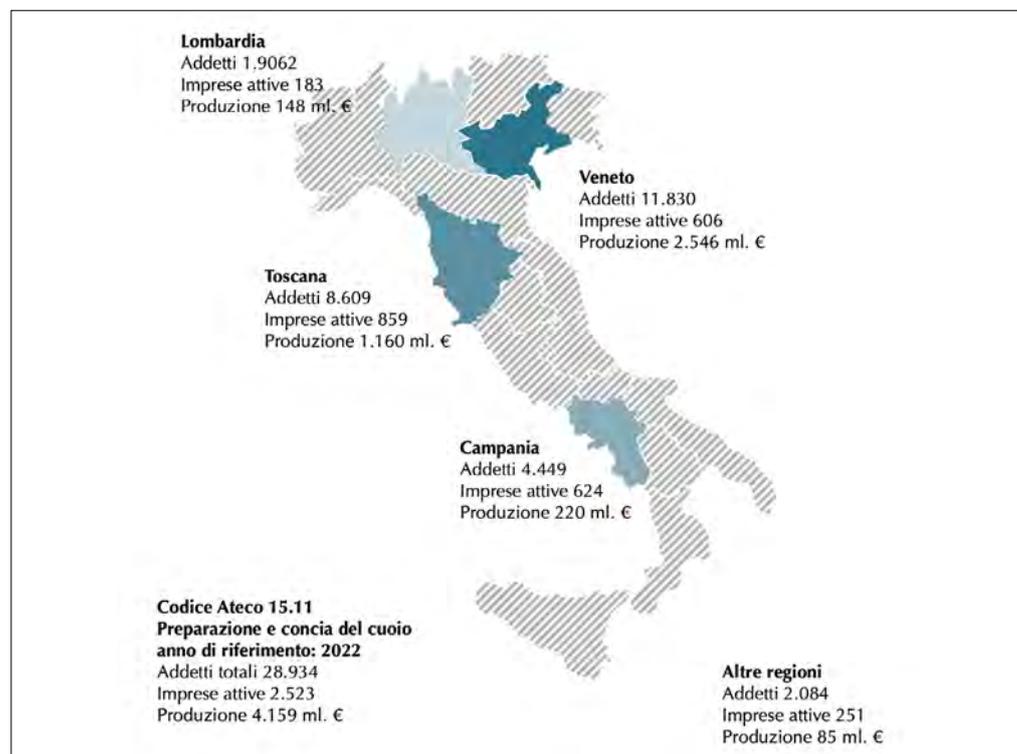


FIG. 1.

Mappatura delle aziende conciari in Italia. Numeri addetti e imprese attive da dati elaborati da Unioncamere Veneto su dati Infocamere, Codice Ateco 15.11, (2021). Valore produzione da UNIC, Risultati economici 2021, Unione Nazionale Industria Conciaria

Quali sono le caratteristiche di questo settore e quali i contesti produttivi? I dati forniti da Unic e i dati Istat riferiti al Codice Ateco 15.11 (preparazione e concia del cuoio) sono fondamentali per una mappatura delle imprese e degli addetti nel territorio italiano. Nel 2022 il settore conciario ha occupato 28 mila addetti in oltre 2.500 aziende, attive principalmente in Toscana, Veneto, Campania, confermando la presenza di distretti storicamente riconosciuti e radicati in specifici



contesti geografici (Unic, 2022 A). (Fig. 1) I singoli distretti si contraddistinguono per la specializzazione in tipologie di prodotto differente: quello veneto per la produzione di vitelli di grandi dimensioni destinati principalmente al design di interni o alla calzatura; il distretto toscano per la concia di pelli bovine destinate alla pelletteria e calzatura; quello campano per la lavorazione di pelli ovine di piccole dimensioni, destinate ad abbigliamento e accessori.

Il processo di stabilizzazione della pelle è molto articolato ed è costituito da una serie di operazioni chimiche e meccaniche: desalinazione, rinverdimento, calcinazione, spaccatura, concia, riconcia, tintura, ingrasso, asciugatura, rifinitura. In Italia tutte queste operazioni difficilmente vengono svolte all'interno di una sola conceria, ma sono realizzate da diverse aziende specializzate presenti all'interno del distretto. L'esistenza di una filiera completa concentrata in zone territoriali circoscritte permette la trasformazione della pelle grezza, acquistata come scarto dell'industria alimentare su mercati internazionali, in un articolo finito che veicola ancora oggi qualità come esclusività, durabilità e ricerca estetica.

La struttura distrettuale, come ampiamente sottolineato da studi economici a partire dagli anni Novanta, incentiva l'innovazione competitiva e mantiene in vita competenze e saperi specifici (Porter, 1990, Becattini, 1998, Curzio, Fortis 2002); permette inoltre una gestione condivisa dei rifiuti e dei prodotti inquinanti che le singole aziende non potrebbero gestire in autonomia per costi e volumi. Le concerie producono principalmente due tipi di rifiuti: gli sfridi della pelle e l'acqua di scarico dei bottali. L'acqua è l'elemento fondamentale per la concia in quanto è il veicolo necessario perché avvengano le operazioni chimiche di stabilizzazione e fissaggio delle tinture. All'interno dei bottali l'acqua trattiene materiali sia organici sia chimici, pertanto deve essere depurata prima di essere reimpressa in ambiente. Nei distretti italiani questo avviene ad opera di impianti consortili. Il carniccio e i rifili delle pelli prodotti durante le lavorazioni intermedie sono destinati invece ad aziende chimiche che, attraverso dei processi di idrolisi, trasformano questi scarti in collagene, utilizzato poi dall'industria alimentare e farmaceutica, e in proteine, convertite in fertilizzanti destinati all'agricoltura.

Va evidenziato che a causa della frammentazione delle attività economiche tra un gran numero di attori, la sostenibilità ambientale non può essere raggiunta da una singola impresa, ma occorre tenere conto dell'interdipendenza tra le diverse fasi del processo produttivo e della relazione tra le diverse imprese (De Marchi, Di Maria, 2019). È dunque indispensabile condurre un'indagine diretta sul campo per mappare gli attori che agiscono in questi contesti, data l'esigua letteratura sull'argomento, incentrata prevalentemente sugli aspetti economici.



Alla locuzione *made in Italy* viene riconosciuto a livello internazionale un valore connesso a capacità artigiane applicate industrialmente. Dal punto di vista ambientale però, le normative italiane ed europee applicate dalle aziende non sono stringenti quanto gli standard richiesti dai brand del lusso, certificati invece da enti internazionali che operano globalmente, come Leather Working Group (LWG).

Queste premesse sono necessarie per comprendere come il progetto di moda possa influire nei contesti produttivi locali. In fase di progettazione, infatti, viene determinata l'immagine del prodotto in considerazione degli elementi che lo rendono desiderabile al consumatore: la forma, il materiale, la durabilità e le tecniche di costruzione. Se i brand hanno la capacità di orientare la vendita, e dunque la produzione di oggetti finiti, i singoli produttori di materie prime possono intervenire per minimizzare il loro impatto e mettere a punto soluzioni innovative in grado di alimentare anche nuovi processi progettuali.

L'analisi diretta di buone pratiche messe in atto da aziende attive in diversi distretti produttivi è utile per verificare quali siano i cambiamenti in atto. Per questa indagine, sono state selezionate due concerie che hanno partecipato alla definizione del Report di Sostenibilità 2022 redatto da Unic (UNIC, 2022 B). Si tratta di Bonaudo e Bcn Concerie, due aziende che producono pelli di alta e media qualità per i brand del lusso internazionale.



FIG. 2.
Conceria Bonaudo, sede di Montebello Vicentino (Vi), Impianto realizzato nel 2008 per le operazioni di tintura delle pelli.



FIG. 3.
BCN Concerie, sede di Santa Croce sull'Arno (Pi) reparto di asciugatura interno.

Bonaudo (Fig. 2), fondata nel 1913 nel distretto di Chivasso in Piemonte – oggi quasi completamente inattivo – possiede sedi in Veneto, Lombardia e Toscana. Questa dislocazione permette di usufruire della specializzazione dei singoli distretti, e di produrre articoli molto differenti. Dai primi anni 2000 la progettazione di nuove sedi ha permesso all'azienda di ottimizzare il processo produttivo e di migliorare



l'ambiente lavorativo. I consumi energetici sono ridotti al minimo grazie all'isolamento termico dei fabbricati, all'illuminazione e all'aerazione naturali, ai sistemi di controllo delle performance dei macchinari. L'installazione di impianti di recupero interno che filtrano parte delle acque reflue ha permesso di abbattere la quantità di inquinanti trasmessi al depuratore.

Bcn Concerie (Fig. 3) ha sede nel distretto toscano di Santa Croce sull'Arno, produce principalmente vitelli di piccola taglia e segue l'intero processo produttivo internamente fino alla rifinitura delle pelli più complesse, come le vernici. Negli ultimi anni, grazie alla partecipazione a progetti europei e ai progetti promossi dalla regione Toscana, la conceria ha attuato programmi di innovazione tecnica che stanno portando a significativi risultati di abbattimento delle risorse utilizzate e dei prodotti di scarto. Un esempio è il programma Goback, finalizzato nel 2022, che permette di recuperare dall'incenerimento le pelli scartate protette da copyright. Si tratta di un macchinario che rimuove lo strato superficiale della pelle finita per riportarla allo stato di semi-terminato che può essere rifinito ulteriormente mantenendo le caratteristiche di qualità e performance.

Bonaudo e Bcn Concerie dimostrano come siano necessari forti investimenti per innovare gli impianti di produzione e per abbattere l'impatto ambientale a scala locale e rispondere alle necessità del mercato globale.

La ricerca si pone l'obiettivo di verificare quanto la presenza di fitte reti di attività specializzate possa consentire che innovazione e creatività si attivino a livello comunitario. Monitorare l'evoluzione degli standard produttivi e le buone pratiche messe in atto nei distretti conciari italiani permette così di immaginare nuovi modelli di sviluppo. Per realizzare un prodotto sostenibile, occorre pianificare già in fase di progettazione un'accurata selezione dei materiali – innanzitutto che le pelli provengano da allevamenti che rispettino criteri etici di allevamento e macellazione – e che il prodotto finito sia realizzato con materiali compatibili con uno smaltimento sostenibile. Su queste basi è necessario che i brand stessi siano promotori di una nuova immagine del prodotto di pregio, strettamente connessa all'applicazione di pratiche di economia responsabile, consapevole dei problemi ambientali e sociali connessi alla produzione industriale. Mantere un approccio olistico al progetto di moda risulta dunque necessario e permette di comprendere al meglio il valore culturale della produzione Made in Italy.



BIBLIOGRAFIA

- Barile, N. (2007). *Made in Italy: da country of origin a metabrand*. In Colaiacomo, P. (Eds.), *Fatto in Italia: la cultura del made in Italy (1960-2000)*. Meltemi.
- Becattini, G. (1998). *Distretti industriali e made in Italy. Le basi socioculturali del nostro sviluppo economico*. Bollati e Boringhieri.
- Burns, L.D. (2019). *Sustainability and social change in fashion*. Fairchild Books.
- Brunello, E. (2022). *Pelletteria e made in Italy. Analisi di un settore tra aspetti progettuali, strategie comunicative, traiettorie di cambiamento*. Tesi di dottorato
- K. Chitrakorn, *The Handbag Battlefield: Louis Vuitton, Gucci and Prada*, in BOF, 02 February 2018. Url: <https://www.businessoffashion.com/articles/luxury/the-handbag-battle-field/>
- Quadrio Curzio, A., Fortis, M. (2002). *Complessità e distretti industriali. Dinamiche, modelli, casi reali*. Il Mulino
- De Marchi, V., Di Maria, E. (2019). *Environmental Upgrading and Suppliers' Agency in the Leather Global Value Chain*. In "Sustainability", 11 (23): 6530
- Fletcher, K. (2018). *Moda, design e sostenibilità*. Postmedia.
- Fortis, M. (1998). *Il made in Italy*. Il mulino.
- Porter, M. (1990). *The Competitive Advantage of Nation*. Macmillan.
- UNIC (2022 A). *Risultati economici 2021*. Unione Nazionale Industria Conciaria, from <http://lederpiel.com/wp-content/uploads/2022/08/UNIC-Concierie-Italiane-Risultati-Industria-Conciaria-2021.pdf>
- UNIC (2022 B). *Report sostenibilità*. Unione Nazionale Industria Conciaria, from https://unic.it/storage/2021-Report_Sostenibilita_UNIC.pdf.

