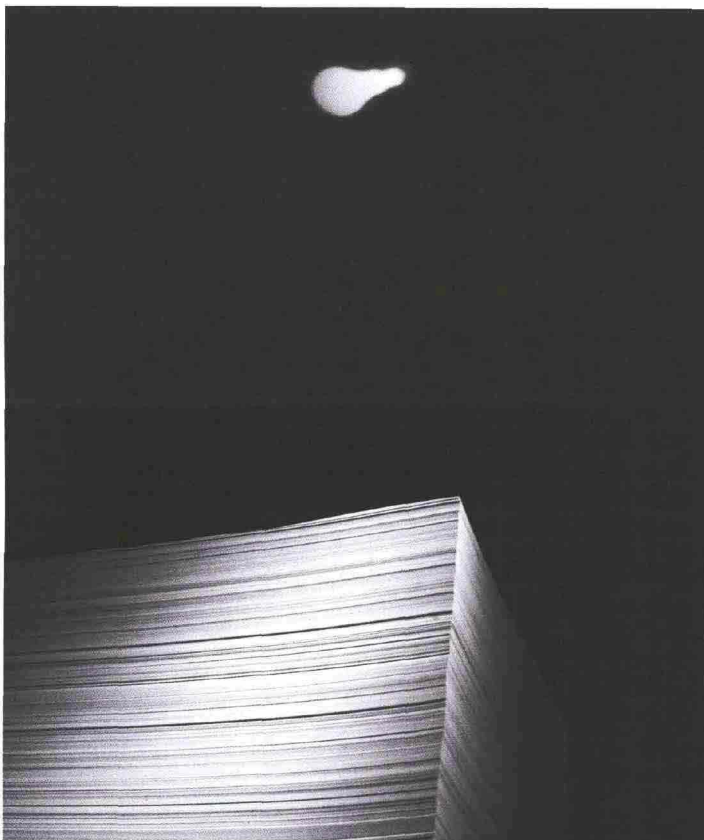
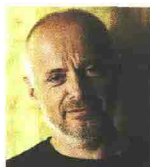


luce d'autore

a cura di **Mario Nanni**

Creatività e non copia nel rispetto delle regole e dei valori. Così il lavoro made in Italy può fare cultura
Creativity and respect for rules and values. This is how Italian-made design can build a culture of knowledge

Io ci metto la faccia. Il coraggio delle proprie azioni: questo è quello che manca agli imprenditori di oggi. L'onestà morale e intellettuale, la forza delle proprie idee, la voglia della condivisione. Tornare ad amare e rispettare il nostro essere italiani, fatto di debolezze e punti di forza, e i valori della terra in cui si è nati penso che sia la ricetta, senza ipocrisie benpensanti, per abbandonare finzioni politiche e perbenismi anacronistici e inconcludenti che spesso soffocano anche il mondo della progettazione. Il lavoro del made in Italy è creatività e non copia, è la nostra storia, quella delle botteghe artigiane che sanno crescere e trasformarsi, che sono capaci di fare impresa implementando l'indotto delle



aziende italiane. Credo nella possibilità di collaborare con i 'vicini di casa', purché tutti si sia capaci di seguire le stesse regole, quali il rispetto delle proprietà intellettuali e pagare le tasse. Non solo battersi per non subire la copia, ma anche avere la coscienza di non usare o rifornirsi di prodotti riconosciuti come tali. Se, invece di lottare tra noi scimmiettando i progetti gli uni degli altri, fossimo in grado di ampliare i nostri orizzonti potremmo fare cultura con il nostro lavoro, non solo mercato, ma anche conoscenza e sapere. Lamentarsi della crisi senza capire. Questo è il problema. Dimenticando che il termine crisi deriva dal greco krino, il verbo che indicava l'azione del separare, del dividere per discernere. Dovremmo usare la crisi per capire, così come i greci indicavano con questo termine un momento di studio, crescita, costruzione. La crisi inizia quando le parti coinvolte non sono più disponibili a trattare tra loro per il bene comune, per rendere compatibili i loro obiettivi. I punti di forza dei progettisti sono sempre state le idee, la passione, le competenze, la capacità di adattarsi e di cogliere le sfide. Dal mestiere nasce il fare artistico, che è pur sempre il fare sporcandosi le mani, ma con la materia, non con le manovre politiche fatte solo a proprio interesse. Ciò che dobbiamo sconfiggere oggi è l'egoismo. Non sono i luoghi a farci paura, nemmeno le tanto infamate imprese cinesi devono impaurirci: le abbiamo usate per anni come capro espiatorio, più intenti ad accusarle di copiarci che a essere concentrati sul nostro lavoro; ma poi i primi imprenditori che si lamentavano di ciò erano quelli che si rifornivano in Cina per fare concorrenza sleale a casa propria o per trarne altri profitti. Chi ci copia veramente è chi ci lavora affianco senza sperimentare, senza mettere impegno e passione nei propri progetti, chi si riduce a scimmiettare, ormai privo di idee e di stimoli. Gli uomini si dividono tra quelli che dicono e quelli che fanno; io voglio fare, vorrei fare, unendomi a colleghi e amici per continuare a produrre in Italia, progettare, pensare, ma anche costruire nel nostro paese perché è solo costruendo in casa che si implementa la sperimentazione, che si custodisce il proprio sapere, che si tiene alta la guardia per affrontare meglio i mercati internazionali. Io voglio continuare a investire in ricerca, sperimentazione,

Nelle immagini, richiami alla riflessione di Mario Nanni. In basso, l'oggetto 'la luce della pagina bianca', progetto di Mario Nanni per viabizzuno rappresenta "il coraggio della pagina bianca". A sinistra in alto, un vecchio francobollo per rimarcare il significato di made in Italy, inteso come volontà di appartenere a un territorio nel rispetto delle sue tradizioni e regole. A sinistra in basso, il dettaglio di un bancale di carta simboleggia, foglio dopo foglio, i valori di crescita e ricostruzione. Pictured, references to Mario Nanni's thoughts. Below, the 'la luce della pagina bianca' (light of the blank page), design by Mario Nanni for viabizzuno, represents "the courage of the blank page." Top left, an old postage stamp represents the meaning of made in Italy, as a desire to belong to a place with respect for its traditions and rules. Bottom left, detail of a sheaf of papers, symbolizes, sheet after sheet, the values of growth and reconstruction.

giovani progettisti, idee... per questo ogni giorno scrivo sulla mia pagina bianca progetti, pensieri e intenzioni mettendoci la mia faccia
I'm behind it all the way. The courage of their actions: this is what is missing in companies today. Moral, intellectual honesty, the power of one's own ideas, the desire to share. Coming back to loving and respecting our Italianness, made up of weaknesses and strengths and the values of the land where we were born. In my opinion, this is the formula, free of conventional hypocrisy, to do away with the political fictions and anachronistic, pointless propriety that often choke the design world. Italian work is about creativity, not copying. This is our history, a history of artisan workshops that can grow and change, able to do business by making use of the resources of Italian companies. I believe that it's possible to cooperate with 'neighbors', as long as everyone is able to follow the same rules, such as respect for intellectual property and paying taxes. Not only fighting against being copied, but also being aware of not using or borrowing from products that are recognized as such. If, instead of fighting amongst ourselves, aping each other's designs, we were able to expand our horizons, we could build a culture of knowledge with our work, rather than a market culture, expanding understanding and skill. Complaining about the crisis without understanding it. This is the problem. We forget that the word 'crisis' comes from the Greek krino, a verb meaning the action of separating, dividing to discern. We should use the crisis to understand, as the Greeks suggested with this term, as a chance to study, grow and build. The crisis

begins when the parties involved are no longer available to negotiate with each other for the common good, to make their goals compatible. The strengths of designers have always been ideas, passion, skills and the ability to adapt and respond to challenges. The craft is the foundation of an artistic approach, which is always an approach of getting one's hand's dirty, dirty with the design subject, not with political maneuvering only for one's own interest. Today, what we need to win out over is selfishness. It's not places that scare us. Nor is the often-decried Chinese companies that should frighten us: we've used them as a scapegoat for years and been busier accusing them of copying us than focusing on our work. Though the first to complain were the businesses who were the same ones who stocked up in China to compete unfairly at home and make extra profits from it. Those who really copy are those who work without experimenting, without putting hard work and passion into their designs. Those who are reduced to aping, having long been drained of ideas and stimuli. People are divided between those who talk and those who do. I want to do, I would like to do, joining colleagues and friends to continue to make things in Italy, to design, to think and to build in our country. For it is only by building at home that experimenting gets done, which protects its own knowledge, and keeps us on our toes to better take on international markets. I want to continue to invest in research, experimentation, young designers, ideas... This is why I write on my blank page every day, designs, thoughts and intentions, putting myself fully behind it.

