

Il Design come **fattore** di successo



I partecipanti alla tavola rotonda e il pubblico del convegno.

Design e innovazione tecnologica sono stati i temi al centro del seminario svoltosi recentemente a Bolzano, che ha visto la grande partecipazione di imprenditori e responsabili dello sviluppo prodotto di aziende altoatesine

Sono stati oltre 200 i partecipanti al convegno sul tema: "Innovazione tecnologica al servizio della creatività" che si è svolto presso la sede del TIS (Techno Innovation South Tyrol), che assieme a think3, ADI (Associazione per il Disegno Industriale) e Assoimprenditori Alto Adige lo ha promosso e organizzato.

Nella sua introduzione Hubert Hofer, Direttore del TIS, ha ricordato l'importanza che il Design è andato sempre più acquisendo in tutti i beni di consumo. «Il design italiano è universalmente riconosciuto e gli imprenditori dovrebbero puntare sempre più su questo importante fattore di diffe-

renziamento e di successo – ha affermato Hofer -. Il TIS si propone di accompagnare le imprese nella loro crescita, aiutandole ad accelerare le tecnologie e le innovazioni. Oggi ci proponiamo appunto di spiegare come la tecnologia permetta la trasposizione della creatività in prodotti innovativi».

Massimo Trevisan, Direttore Commerciale di think3, azienda produttrice di soluzioni informatiche per la progettazione (CAID) in grado di supportare l'industrial designer durante l'intero ciclo di vita del prodotto, ha descritto l'antagonismo che tipicamente si viene ad instaurare tra il designer che vuole dare libero sfogo alla propria creatività e



L'ultraleggero telaio di bicicletta creato da Bianchi per Ducati.

il progettista che ha invece il compito di industrializzare il prodotto.

Gli obiettivi e i punti di vista sono spesso talmente diversi da risultare inconciliabili; questo inevitabilmente porta quasi sempre a un allungamento dei tempi di rilascio del pro-

logie di avanguardia - ha affermato Trevisan - e ciò ha portato alla realizzazione di thinkiD DesignXpressions, con tecnologia Gsm, che introduce un approccio radicalmente nuovo al Design Industriale. Il designer viene liberato dalle limitazioni imposte dalle tecnolo-

Kentaro Matsumoto, manager dello Style Center di Honda.



dotto e a volte anche all'impossibilità stessa della sua realizzazione.

Oggi tuttavia esistono nuove tecnologie che superano questo antagonismo, accompagnando il designer in tutte le fasi di realizzazione del progetto, dalla definizione della forma e dello stile alla sua ingegnerizzazione.

«think3 ha investito molto in queste tecno-

logie tradizionali, e può focalizzarsi dapprima sullo stile e sulle forme, per poi trasformare automaticamente il progetto in un modello che consideri gli aspetti tecnici ed ingegneristici».

La filosofia "kodawari"

Appositamente per il seminario è giunto a Bolzano dal Giappone Kentaro Matsumoto,

manager dello Style Center di Honda, che vanta prestigiosi riconoscimenti internazionali per il Design di auto e moto. Matsumoto ha spiegato come essi siano frutto della "filosofia" di Honda, che ha addirittura un nome: kodawari.

In sintesi: dapprima grande creatività e in seguito assoluta fedeltà al "concetto" in fase di ingegnerizzazione del prodotto, pur prestando la massima attenzione ai costi e ai tempi di produzione.

«È grazie a soluzioni tecnologiche come il GSM3 di think3 che in Honda riusciamo a tradurre i nostri "sogni" in prodotti» - ha dichiarato Matsumoto, felice della sua partecipazione ad un seminario sul Design, proprio in quella che anche in Giappone viene considerata una delle sue culle.

L'arch. Paolo Favaretto, presidente di ADI Nord-Est, nella sua relazione ha spiegato che il Design deriva dal connubio dell'Arte con la Scienza.

L'obiettivo primario di un designer industriale deve essere sempre la realizzazione di un prodotto che migliora la qualità della vita. «L'impiego di nuovi strumenti e tecnologie è fondamentale - ha dichiarato Favaretto - e convegni come questo organizzato dal TIS sono molto importanti, perché forniscono l'occasione agli imprenditori del settore di approfondire le loro conoscenze al riguardo. Oggi abbiamo potuto vedere come grazie a thinkiD DesignXpressions alcune aziende leader di mercato riescano a coniugare l'utile al bello. Obiettivo dell'ADI è appunto quello di far crescere la consapevolezza che il Design è sempre di più un determinante fattore di successo per tutti i beni di consumo».

Per avvalorare quanto presentato durante i diversi interventi, in margine al seminario è stata allestita una galleria di prodotti ad alto contenuto di design, realizzati da alcuni tra i più noti clienti think3: Jacuzzi, Alessi, StS di Bertoni, Sil Lux, Inglesina. Tra gli oggetti esposti la sedia Venezia dell'arch. Favaretto; la sella in magnesio Magma "disegnata" da Carlo Favaro per Selle San Marco; gli ergonomici bastoncini da sci Skirmony di Nature Inside Concept; l'ultraleggero telaio di bicicletta che Bianchi ha creato per Ducati.

readerservice.it n. 58