

**L'esperienza del capoluogo lombardo**

# La manifattura rilancia l'esperimento Milano

di **Stefano Micelli**

«Non mi limito a produrre tessuti, porto all'attenzione del mondo frammenti del Dna culturale italiano». Giovanni Bonotto, direttore creativo di Bonotto (gruppo Zegna) ripete spesso questa frase a coloro che gli chiedono conto del suo modo di gestire l'innovazione. All'interno della sua fabbrica-laboratorio di Molvena un'opera di Yoko Ono riporta a caratteri cubitali la scritta "Dream". «Voglio che i miei maestri sognino sempre qualcosa di nuovo. Non si vende semplicemente la tradizione. Siamo qui per creare e sperimentare continuamente».

Che le imprese italiane producano e vendano con successo oggetti ad alta intensità culturale la teoria economica lo ha colto da tempo.

Uno dei principali economisti impegnati su questo fronte, Walter Santagata, ha contribuito a mettere a fuoco il legame fra creatività, cultura materiale e Made in Italy. «Moda, design industriale, artigianato e industria del gusto sono i principali settori espressione della cultura materiale in Italia».

Oggi questo percorso di ricerca ha anche un importante riscontro numerico. Unioncamere e Fondazione **Symbola** hanno calcolato il contributo economico sistema culturale e creativo in 90 miliardi di euro di Pil. La metà (più di 45 miliardi) è rappresentata da manifattura "culturale" e servizi nei settori del Made in Italy. Tenuto conto che il volano economico indotto da questo comparto innesca un'ulteriore produzione di valore aggiunto grazie a un moltiplicatore 1,8, il legame fra cultura e manifattura è all'origine di quasi un decimo del Pil italiano.

Come promuovere questa manifattura ad alta intensità di cultura?

L'azione di singoli imprenditori capaci di sviluppare progetti ad hoc è cruciale. Un ruolo importante lo hanno scuole e istituzioni museali che promuovono la funzione di ponte fra cultura e impresa. L'azione su singoli nodi della filiera delle industrie culturali creative è certamente utile.

L'importanza di queste filiere, tuttavia, suggerisce un salto di qualità rispetto alla scala delle politiche da intraprendere. Più che parlare di singoli nodi della rete, è importante ragionare in termini di spazi urbani e di territori in grado di diventare veri e propri eco-sistemi in grado di favorire connessioni e cortocircuiti alla base di una idea originale di valore economico e sociale.

Per anni la manifattura è stata espulsa dal perimetro urbano con l'accusa di nuo-

cere alla qualità della vita dei residenti.

L'innovazione tecnologica rende oggi possibile una sua ricollocazione perché le tecnologie utilizzate per innovare e per produrre, dalle stampanti 3D ai robot di ultima generazione, sono compatibili con gli spazi che la città mette a disposizione. La possibilità di riportare in città attività manifatturiere ad alta intensità culturale passa attraverso un'ibridazione con la tecnologia attraverso forme ancora in buona parte da inventare.

Il progetto Manifattura Milano promosso dall'amministrazione del capoluogo lombardo muove precisamente in questa direzione. Punta a creare le premesse per favorire l'insediamento in zone semi-centrali e in tante periferie urbane di una nuova generazione di imprese manifatturiere in grado di mettere in moto sviluppo economico fondato

**IL MODELLO**

**L'esperienza di via Tortona è emblematica e può essere ripresa da altre amministrazioni decise a favorire lo sviluppo sociale di centri storici e periferie**

su prodotti ad alta intensità culturale e, più in generale, processi di rigenerazione urbana.

L'esempio di via Tortona a Milano è emblematico. In una delle vie simbolo del Fuorisalone, a pochi metri dal Mudec, il museo delle culture, è stato riqualificato Base, uno spazio capace di ospitare eventi e imprese che parlano di una idea di crescita. Manifattura artigianale, cultura, tecnologia e start up concorrono a mettere in moto una nuova diffusione di quei frammenti di Dna culturale di cui parla Giovanni Bonotto.

L'esperimento di Manifattura Milano può rappresentare il laboratorio per altre amministrazioni decise a favorire lo sviluppo economico e sociale di centri storici in difficoltà e di periferie in cerca di rilancio. I fattori su cui l'amministrazione di Milano fa leva (edifici e quartieri rigenerati dal basso, coordinamento e sostegno a festival e attività culturali e capaci di incrociare la nuova manifattura, incentivi alle piattaforme comuni di innovazione come Fab Lab e Makerspace) sono ampiamente disponibili anche in città di media dimensione e in molti centri minori. Non occorre essere metropoli per immaginare e promuovere una nuova stagione di crescita basata su cultura e saper fare.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

