

C a m p i c o n t i g u i d e l s a p e r e

l'innovazione del prodotto

designing *know-how*

***L'incontro con Emilio S. Leo,
architetto e art director
del Lanificio Leo, ci mostra
come è possibile investire
le capacità e le qualità
di un architetto in un campo
non sperimentato
dagli studi universitari.***

Ho conosciuto Emilio lo scorso anno a Riace, in occasione del secondo appuntamento con Woz, e l'ho visto all'opera in un campo diverso dal suo. A Woz è prevalsa la capacità metodologica e lo spirito innovativo di prodotti "tradizionali" della cultura locale, su cui andava innestato un appeal differente. A lui si deve l'invenzione del laboratorio "Alimentari Woz(on)", crogiolo e fucina delle idee espresse dal laboratorio, che quest'anno tornerà al Woz di Ustica. La breve intervista che segue è stata realizzata via email, inseguendo Emilio tra Soveria Mannelli, Firenze e Milano.

Domenico Cogliandro - Il Lanificio Leo ha una indiscutibile tradizione e di conseguenza un know-how che, di volta in volta, nel tempo viene rimesso in gioco. Esiste certamente una tradizione che unisce le generazioni, ma anche una passione che fino a qui vi ha condotti senza dover chiudere o trasformare definitivamente l'attività. Quali sono i nodi essenziali di questa "cultura" imprenditoriale e come si sono coniugati, nel tempo, con l'idea di una Regione arretrata e poco avvezza alla sperimentazione?

Emilio S. Leo - Si sente un gran parlare ormai di questa dualità che tu introduci: tradizione ed innovazione. Per una azienda come la nostra con il primato di più antica fabbrica tessile in attività in Calabria e con un processo di produzione legato ad una tecnologia ottocentesca è stato gioco forza inventarsi un modello coerente e significativo all'interno della dualità predetta.

Il problema di fondo sulla questione è ancora una volta di modalità e di risultati. Affrontare il tema della tradizione ed innovarlo significa doversi confrontare con una molteplicità di aspetti, dal significato e dall'appeal del prodotto al modo in cui si comunica, dal significato del brand alle strategie di posizionamento nel mercato. Tutti sono alla ricerca delle nicchie in cui questo è possibile. Pochi riescono a trovarle. Questo grazie ad un mix di know-how, fascinazione di marchio e innovazione di prodotto. Noi, nel nostro piccolo, cerchiamo di lavorare sul





nostro primato storico e sul valore che la nostra azienda rappresenta per il territorio calabrese usando i nostri risultati come continui nuovi punti di partenza.

D.C. - *Occuparsi di design significa vivere la "contemporaneità": tenersi informati ed aggiornati sui materiali, tecnologie e mezzi di lavoro. Ma non solo. Per conoscere i nuovi modi di vivere e per anticipare le tendenze, il confronto con i giovani diventa fondamentale: quali attività promuove Lanificio Leo in tal senso e quale rapporto c'è con le scuole di formazione dei designers?*

E.S.L. - Il mio sogno è quello che in un giorno non troppo lontano intorno alla nostra fabbrica-museo si possa concretizzare l'idea della factory creativa, un luogo dove produzione e progetto si incontrano quotidianamente. È vero che anche oggi questa formula è già una piccola realtà che sperimentiamo per brevi periodi e per progetti spot, ma quello a cui accenno è uno stato permanente e strutturato in cui il concetto di formazione corre al pari di quello di produzione.

D.C. - *Il progetto di design oggi è un mondo complesso ed in continua trasformazione. Lavorare in team, coniugare le esigenze del mercato con la qualità del prodotto, promuovere la cultura dell'imprenditoria, sono passaggi fondamentali: la selezione al*

premio Guggenheim è certamente stata una promozione sul campo, adesso cosa sta preparando l'azienda di cui sei art director?

E.S.L. - In questo momento siamo impegnati nella creazione di una collezione prodotta molto spinta sull'interazione con il consumatore finale e in questa direzione stiamo mettendo giù una ipotesi di collaborazione con il Dipartimento di Matematica dell'Unical per l'implementazione di una interfaccia di gestione di un prodotto "generativo", stiamo lavorando ad un allargamento ad altre imprese di Dinamismi Museali (www.dinamismimuseali.it) il nostro festival di pensiero contemporaneo che indaga il rapporto tra luoghi del lavoro e nuovi linguaggi espressivi - sicuri che l'investimento in cultura e il sostegno dell'arte e del pensiero contemporaneo siano molto importanti per la creazione di una mentalità collettiva più aperta alle novità e alle innovazioni -, ed infine stiamo lavorando alla creazione di una reale filiera della produzione tessile calabrese, in cui mondo del tessile tradizionale, e quindi della produzione handmade, incontra il mondo industriale in una interessante complementarità.

D.C. - *La tua formazione personale nasce sul campo o deriva da specializzazioni, master, corsi di formazione nel campo del design?*

E.S.L. - L'essere architetto l'ho imparato all'università. L'essere designer l'ho

imparato (e continuo ad impararlo sul campo. In un certo senso ho traslato in un campo (il tessile), le cui competenze specifiche hanno poco a che fare con l'architettura, quella strumentazione di base che serve a gestire il concetto di progetto nella sua più ampia accezione.

Probabilmente l'esperienza che più di tutte mi ha aiutato a comprendere il potenziale del design è stato un viaggio a Milano qualche anno fa, durante il salone del mobile.

Una settimana di full immersion nel mondo reale del design, in cui si potevano toccare gli oggetti, capirne i materiali, le connessioni e soprattutto osservare come gli stessi erano comunicati ed esibiti attraverso forme complesse ed accattivanti, mi ha insegnato più di quanto avessi potuto fare con un corso universitario. In sintesi, ho cercato, e cerco sempre, di affiancare la mia capacità di decifrare la contemporaneità ad una costante informazione e un costante aggiornamento.

