

Massimiliano Datti, Mario Fois, Efe Kutuk,  
Alessandro Spalletta, Maurizio Vrenna

**Kit Alessi per le nuove generazioni:**  
una collaborazione internazionale tra industria  
e mondo accademico

## Abstract

### Parole chiave

collaborazione  
università-industria/  
workshop formativo/  
internazionalizzazione/  
innovazione sistemica/  
co-design

### Keywords

university-industry  
collaboration/  
training workshops/  
internationalization/  
systemic innovation/  
co-design

Questo articolo descrive la collaborazione internazionale tra tre istituzioni accademiche – la Kean University negli Stati Uniti d’America, la Wenzhou-Kean University in Cina e ISIA Roma Design in Italia – che ha portato allo sviluppo di un *workshop* di design industriale in partnership con uno dei brand più celebri del *Made in Italy*: Alessi. Uno sforzo congiunto nato dalla necessità di affrontare le sfide contemporanee nel campo del *design* attraverso un approccio interdisciplinare e internazionale, favorendo l’incontro fra la visione anglosassone e quella sistemica italiana. Il risultato costituisce un’importante testimonianza di ciò che le nuove generazioni di progettisti immaginano per il futuro del *design* del prodotto e un momento di riflessione sulla didattica per il *design*, che consente di ricollocare il progettista come uno degli attori che agisce all’interno di un sistema complesso e in continua trasformazione.

This article describes the international collaboration among three academic institutions – Kean University in the United States of America, Wenzhou-Kean University in China, and ISIA Roma Design in Italy – which led to the development of an industrial design workshop in partnership with one of the most iconic brands of *Made in Italy*: Alessi.

This joint effort was born from the need to address contemporary challenges in the field of design through an interdisciplinary and international approach, fostering an encounter between the Anglo-Saxon vision and the Italian systemic perspective.

The result represents a relevant testament to what new generations of designers envision for the future of product design, as well as a moment of reflection on design education, allowing designers to be repositioned as key actors operating within a complex and constantly evolving system.

# 1. Introduzione

Il corso, che ha coinvolto ventinove studenti di laurea triennale e magistrale e cinque docenti con background differenti, si è svolto nell'arco di due mesi e ha rappresentato un'opportunità di apprendimento di rilievo per tutti gli attori coinvolti. I partecipanti, appartenenti alla Generazione Z, hanno avuto la possibilità di elaborare le loro proposte per progettare un kit utile alle nuove generazioni, da pensare per rispondere alle esigenze di uno stile di vita dinamico e nomade, orientato più alle esperienze condivise che ai singoli oggetti.

La Generazione Z (1997-2012) rappresenta il primo gruppo demografico cresciuto in un contesto di immersione digitale continua, pur mantenendo un forte interesse per esperienze tattili e analogiche, sviluppando così una *dual consciousness* tra materialità e virtualità (Ganguli, Padhy & Saxena, 2022). Questa condizione ibrida rende gli appartenenti a questa generazione particolarmente predisposti a comprendere e apprezzare l'approccio progettuale di Alessi. Rispetto alla Generazione Alpha, più giovane e caratterizzata da un rapporto quasi esclusivamente digitale con gli oggetti, la Gen Z attribuisce maggiore valore alla sostenibilità, alla durabilità emotiva degli artefatti, alla progettazione circolare, all'espressione personale e alla responsabilità sociale nei consumi (Espejo, Perez, Mendoza & Gagarín, 2024; Rahaman, 2025). Non sorprende quindi che venga prediletto l'acquisto di un numero ridotto di prodotti, ma di qualità elevata, dotati di una narrazione significativa e di un'identità culturale riconoscibile – dimensioni pienamente coerenti con la tradizione progettuale di Alessi. Inoltre, la Gen Z si colloca oggi in una fase cruciale del ciclo di vita del consumatore: sta entrando nelle prime abitazioni, modellando i propri spazi domestici e sviluppando abitudini d'acquisto autonome nel settore casa-cucina. Le generazioni più giovani, al contrario, non dispongono ancora

di indipendenza decisionale, non gestiscono autonomamente il contesto domestico e non possiedono la maturità estetico-culturale necessaria per fornire insight progettuali significativi. A ciò si aggiunge un ulteriore elemento di interesse per il progetto: tutti gli studenti coinvolti appartengono alla Generazione Z. Lavorare con loro ha permesso di esplorare dall'interno le loro pulsioni, i loro immaginari, le loro idee e sensibilità, offrendo una prospettiva autentica e generazionale. Per questi motivi, la Gen Z – già portatrice di valori formati e al tempo stesso orientata al futuro – costituisce la popolazione ideale per immaginare un artefatto capace di coniugare identità, sostenibilità e innovazione di qualità all'interno della visione Alessi.

Anche grazie agli stimoli provenienti da Alessi, gli studenti sono stati chiamati a trasformare elementi della storia dell'arte e del design italiano, ma anche aspetti della propria storia personale e familiare, in oggetti di design potenzialmente iconici, nei quali le nuove generazioni potessero riconoscersi e riflettere le loro identità. Il racconto e l'analisi di questo progetto collaborativo riveste un'importanza particolare per una platea di studiosi di design, in quanto rappresenta un esempio concreto di innovazione didattica mediante la pratica, all'interno del contesto universitario e accademico. Attraverso la collaborazione tra università e l'interazione con il settore privato, il progetto dimostra come istituzioni della formazione possano adattarsi e rispondere alle esigenze emergenti nel campo del design e del mercato del lavoro, preparando gli studenti a diventare nello stesso tempo cittadini globali e professionisti competenti. La rilevanza pedagogica del corso, unito alla sua applicabilità pratica nel mondo reale, lo rende un caso di studio significativo e offre spunti di riflessione e ispirazione per altri formatori e organizzatori che operano nell'istruzione superiore nel campo del design.

## 2. Metodo

È difficile delineare i contorni esatti di ciò che il design sistemico sia realmente. Questo intento non ha ancora trovato unanimità, poiché coesistono diverse definizioni e vari ambiti di applicazione. Alcuni studiosi lo riconoscono e lo collocano in stretta relazione con la ricerca sulle tematiche ambientali, attribuendogli un ruolo chiave nell'analisi e nello sviluppo dei sistemi nei processi produttivi, con particolare attenzione al loro rapporto con gli ecosistemi (Peruccio, Menzardi & Vrenna, 2019, p. 19).

Il workshop, che ha coinvolto studenti americani, cinesi e italiani organizzati in gruppi misti, si è sviluppato in differenti fasi e incontri nel corso di tre mesi, ed è stato condotto applicando metodologie derivanti dal Design dei sistemi e dei Sistemi complessi secondo differenti prospettive (Peruccio, Menzardi & Vrenna, 2019; Minati, 2001; Giordano, 2019; Datti & Rullo, 2021; Fois, 2022). Un approccio, questo, che ha consentito di affrontare il progetto attraverso una visione olistica e interconnessa, risolvendo sia questioni oggettive, legate in particolare alla necessità di realizzare sistemi di prodotti in grado di evolvere verso le richieste future e che riguardano le dinamiche sociali e di mercato, che realizzative, per trovare soluzioni apparentemente semplici a problemi fondamentalmente complessi.

L'obiettivo è stato quello di esplorare soluzioni innovative che potessero far emergere attraverso l'integrazione di diverse prospettive disciplinari, culturali e personali, nonché attraverso lo stimolo, il confronto e la collaborazione tra i partecipanti, idee innovative ed efficaci. Idee progettuali e di vita a cavallo tra la pratica e la ricerca, ridefinite durante il processo progettuale e generate secondo logiche autopoietiche, una rete di processi di tipo creativo, trasformativo e distruttivo di componenti che, interagendo fra loro, rigenerano senza soluzione lo stesso sistema.

La gestione delle dinamiche di gruppo ha rappresentato un aspetto cruciale del processo. L'incontro tra studenti con background accademici e culturali differenti e diverse età ha richiesto un lavoro di preparazione e di guida, anche psicologica e relazionale, da parte dei docenti, in modo da garantire un equilibrio nei contributi e nella partecipazione e disinnescare le potenziali situazioni di conflitto personale. L'uso di strumenti di co-design e pratiche di ascolto attivo ha permesso di valorizzare il contributo di ogni partecipante, trasformando le differenze in un'opportunità, in grado di ampliare, nel corso di tre mesi, una visione progettuale condivisa. La creazione di momenti di condivisione aperta e inclusiva, alternata a momenti di lavoro individuale, ha favorito l'emergere di idee innovative e la costruzione di una solida ma dialettica coesione all'interno dei gruppi. L'atto creativo si è trasformato così in un esercizio di equilibrio, dove ogni scelta progettuale si è riverberata sull'intero sistema progetto.

Elemento centrale del workshop è costituito dalla riflessione di fondo sul valore della pratica, considerata nella sua complessa natura polisemica. La pratica quindi, non intesa solo come un esercizio tecnico o procedurale, ma come un'esperienza sensoriale, corporea e percettiva, capace di generare conoscenza attraverso il fare e di attivare processi di integrazione sociale, per immaginare un mondo in cui le persone possano relazionarsi tra loro anche attraverso le cose.

“La didattica lascia spazio all'autoformazione, il docente predispone ambienti di apprendimento, osserva i segnali, muove silenziosamente le pedine che, come in un percorso ad ostacoli, si legano all'acquisizione di competenze e conoscenze attraverso l'esperienza e l'esercizio. Per innescare questo dispositivo auto-formante, lo spazio della didattica e quello

dell'esperienza devono essere particolarmente seduttivi, devono attirare e invadere il corpo e la mente degli studenti chiamati ad offrire l'intensità del loro pensare e del loro fare. Spazio ed esperienza devono stimolare l'interesse che, come sostiene Pavel Florenskij nel libro *Stupore e dialettica*, alimenta la conoscenza e la pulsione allo scoprire." (Bertini & Porqueddu, 2025, p. 18).

Questa concezione si collega all'etimologia greca di *aisthesis* e vuole sottolineare il legame tra esperienza e percezione trovando anche un suo sviluppo specifico e "pratico" nel pensiero di alcuni grandi Maestri del design italiano che hanno concepito il design di un oggetto non solo come fine a sé stesso ma come progettazione di tutto ciò che sta intorno a esso.

"Volevo soltanto dire che al di là delle 'istruzioni per l'uso', gli strumenti e le cose sono, nella vita degli uomini, i mezzi con i quali essi compiono o cercano di compiere il rito della vita e se c'è una ragione per la quale esiste il design, la ragione – l'unica ragione possibile – è che il design riesca a restituire o a dare agli strumenti e alle cose quella carica di sacralità per la quale gli uomini possano uscire dall'automatismo mortale e rientrare nel rito." (Sottsass, 1962, p. 253).

Attraverso esercizi di simulazione, iterazione e infine prototipazione, gli studenti hanno potuto tradurre concetti astratti in soluzioni tangibili, sperimentando direttamente il valore dell'interazione tra teoria ed esperienza vissuta.

L'approccio concreto del workshop ha permesso agli studenti di comprendere praticamente che il design può essere anche un processo in cui etica ed estetica si intrecciano, dove il significato di un progetto nasce dall'equilibrio tra il vissuto personale, il valore

concettuale e la sua concreta fattibilità e applicazione nel mondo reale. Questo ha portato ad accrescere la consapevolezza dell'importanza della pratica in tutte le sue sfaccettature, come strumento di apprendimento e innovazione e come base per una successiva teorizzazione, consolidando nei partecipanti un atteggiamento critico e proattivo nei confronti della progettazione.



Figura 1. Gloria Barcellini e Alberto Alessi spiegano la 'filosofia Alessi' agli studenti, nella sede dell'azienda



Figura 2. Caterpod, Home Herb System, Andrea Bianchi, Tiziano Pascolini, Frank Townsend

### 3. Sviluppo del progetto

Inizialmente, il brief dell'azienda è stato estremamente sintetico e volto a non condizionare eccessivamente il lavoro degli studenti. La richiesta riguardava infatti la realizzazione di *Proposals for an essential kit desired by the next generation*. È stato quindi necessario delineare gli elementi essenziali della storia e della filosofia dell'azienda. In particolare l'analisi iniziale del brand, basata sulla metodologia sistemica denominata *BIP Brand in Product* (Datti & Rullo, 2016), che concepisce la progettazione di prodotto in maniera completamente integrata al sistema della brand value aziendale, ha sottolineato come la filosofia di Alberto Alessi, principale artefice di questa azienda-simbolo del design italiano, abbia sempre proposto non la semplice creazione di prodotti, ma la progettazione di oggetti iconici e carichi di significato, in grado di entrare nelle case di molti per creare relazioni con le persone e diventare personaggi di piccole storie domestiche.

Sono stati poi proposti alcuni possibili approcci progettuali che derivano dalle esperienze didattiche delle tre istituzioni coinvolte così come alcuni casi studio paradigmatici di un possibile approccio progettuale, mentre un aspetto importante è stato l'approfondimento del concetto di "kit" nel design di prodotto. Questo concetto nell'industrial design è riferito a un insieme di componenti progettate per essere assemblate dall'utente finale, offrendo personalizzazione e flessibilità, ed è strettamente collegato al concetto di modularità e alla creazione di sistemi componibili e trasformabili. È necessario quindi utilizzare un approccio progettuale che preveda di immaginare, fin dalle fasi di sketching, la possibilità di suddividere un sistema-prodotto in parti più piccole che possono essere riconfigurate per usi differenti.

Per lo sviluppo delle forme dei kit sono state proposte suggestioni che spiegassero il rapporto tra lo stile Alessi e tendenze e forme che arrivano dall'arte moderna e contemporanea. Sono stati proposti strumenti critici destinati ad affinare la capacità del designer di decifrare l'origine di forme che derivano da un'ispirazione artistica più o meno dichiarata, proponendo poi, attraverso l'analisi delle caffettiere Alessi, le diverse forme di bello, armonia, imponderabile, semplice, luminoso, erotico, brutto, che Bodei ci propone come approccio per affrontare un tema così complesso e sfumato (Bodei, 1995).

Il workshop si è sviluppato attraverso momenti di progettazione condivisa, con l'elaborazione da parte dei gruppi di lavoro di concetti astratti e lo sketching di suggestioni, idee e ipotesi. Successivamente, una serie di revisioni collegiali ha coinvolto tutti i docenti delle tre istituzioni, consentendo uno scambio continuo di pareri, suggerimenti e riformulazione delle prime ipotesi.

Questo percorso ha consentito un confronto aperto con gli studenti e, attraverso un approccio empatico, ha puntato a far emergere la risposta a domande sul significato del progetto che inizialmente erano spesso ancora implicite e inesprese.

“Progettare è facile quando si sa come si fa. Tutto diventa facile quando si conosce il modo di procedere per giungere alla soluzione di qualche problema e i problemi che si presentano nella vita sono infiniti: problemi semplici che sembrano difficili perché non si conoscono e problemi che sembrano impossibili da risolvere.” (Munari, 1981, pp. 10-11).

Alla luce della filosofia progettuale e d'insegnamento proposta da Bruno Munari, è emerso il ruolo del docente nel guidare lo studente allo sviluppo di idee originali: non semplice frutto di talento innato, ma risultato di un processo che può essere stimolato e coltivato attraverso metodi e strumenti adeguati. I docenti coinvolti nel workshop hanno dunque aiutato gli studenti a sviluppare le proprie intuizioni iniziali attraverso un approccio sperimentale e progressivo, incoraggiandoli a esplorare, osservare e analizzare il problema da diverse angolazioni. L'uso di tecniche implicite come la variazione sistematica, la manipolazione di materiali e il gioco progettuale ha permesso agli studenti di affinare le proprie idee, trasformando intuizioni vaghe e non chiaramente orientate in soluzioni concrete e innovative. Questo processo, basato sull'apprendimento esperienziale e sulla metodologia del fare, è stato essenziale per far emergere una mentalità progettuale aperta e consapevole, in grado di rendere i giovani designer pronti ad affrontare le sfide della progettazione con curiosità e spirito critico.

Ben presto sono emersi due differenti metodi di sintesi visiva e di ricerca: il primo basato specialmente su schizzi che formalizzano fin dalle fasi iniziali l'ispirazione creativa, caratterizzando visivamente l'oggetto-target che si vuole sviluppare in forme tridimensionali e dettagliate; un secondo basato prevalentemente su schizzi sintetici, diagrammi e parole-chiave legati a una fase di ricerca più approfondita, utilizzati con l'obiettivo di perfezionare le idee di partenza dedicando più tempo all'innovazione concettuale. Queste due modalità di lavoro hanno trovato una sintesi nello scambio continuo avvenuto all'interno dei singoli gruppi. Gli schizzi sintetici sono sembrati particolarmente adatti allo sviluppo della fase metaprogettuale, durante la quale era richiesto di gestire la transizione, la raccolta di dati e

l'analisi fino alla fase di formalizzazione dell'oggetto, consentendo poi ai designer di allinearsi durante il processo di sviluppo del progetto. Allo stesso tempo, la capacità di dare forma tridimensionale a oggetti ancora da concretizzare attraverso schizzi più descrittivi, è servita ad anticipare valutazioni e osservazioni rispetto alla loro fattibilità tecnica e alle potenzialità estetiche.

“Quella che ironicamente chiamiamo ‘Formula del successo’ è un modello matematico che usiamo per fare previsioni su come il pubblico accoglierebbe un oggetto se lo mettessimo in produzione. Si basa su quattro parametri, ciascuno dei quali è misurato con un punteggio che va da uno a cinque: i primi due, centralissimi per la nostra attività, sono Sensorialità/Memoria/Immaginario (SMI) e Comunicazione/Linguaggio (CL).

Il parametro SMI misura quanto piacerà un oggetto, se le persone lo troveranno ‘bello’; ossia se colpirà piacevolmente i sensi, se aggancerà memorie positive e stimolerà l’immaginario.

Il parametro C/L misura l’attitudine dell’oggetto nel comunicare agli altri qualcosa di chi lo possiede. La moda, per esempio, lavora moltissimo su questo parametro: gli abiti sono scelti e indossati dalle persone anche per raccontare aspetti di sé. I parametri SMI e CL, che potremmo definire soggettivi, sono completati da altri due di natura più oggettiva: Funzione, che misura quanto l’oggetto risponda adeguatamente all’archetipo della sua tipologia, e Prezzo”. (Barbieri, 2022, pp. 7-9).

La prima fase si è conclusa con la visita all'azienda, dove studenti e docenti hanno potuto incontrare Alberto Alessi e presentare le prime proposte a Gloria Barcellini (Assistant Metaproject Alessi) e allo staff di esperti e tecnici che si occupano dello sviluppo di nuovi prodotti.

Se la prima parte della giornata ha permesso la conoscenza degli aspetti industriali e produttivi dell'azienda ed è culminata con la visita dell'Archivio Alessi, vera memoria storica dell'azienda dove sono custodite migliaia di prototipi realizzati per i progetti dei più importanti designer italiani e del mondo, la conclusione ha permesso agli studenti di confrontarsi realmente con gli esperti che lavorano alla creazione di nuovi prodotti.

Tutti i gruppi hanno presentato i concept progettuali partendo dalle motivazioni iniziali e delineando lo sviluppo dei futuri kit di prodotto. La risposta e il dialogo con gli esperti hanno consentito loro di capire come procedere per la risoluzione di aspetti legati ai materiali, alle tecniche e ai possibili costi di produzione e immaginare anche in quali fasce e tipologie di offerta le singole proposte avessero potenzialità di sviluppo. Lo staff dell'azienda ha poi suggerito la selezione di proposte su cui concentrare la fase di sviluppo successiva, fornendo una vera e propria analisi critica di quanto presentato alla luce della "filosofia Alessi". Il primo aspetto fondamentale è stato incoraggiare gli studenti ad affinare la loro intuizione creativa, invitandoli a partire dalla loro sensibilità e ispirazione personale piuttosto che da vincoli di mercato. L'obiettivo era far emergere progetti che non fossero semplici risposte a esigenze funzionali, ma che riuscissero a toccare l'immaginario e il desiderio del pubblico attraverso un forte valore simbolico ed emozionale. Un altro elemento cruciale è stato quello di osare e accettare il rischio. Gli studenti sono stati invitati a esplorare soluzioni innovative senza

il timore di fallire, comprendendo che il design autentico si posiziona spesso al limite tra il possibile e il non possibile. Questa prospettiva ha permesso loro di non autolimitarsi, ma di sperimentare con coraggio e curiosità, seguendo l'idea che un progetto può trovare la sua forza proprio nel superare i confini tradizionali del design.

Agli studenti è stato chiesto di considerare i loro concept non solo come oggetti funzionali, ma come veri e propri veicoli di espressione e identificazione per chi li utilizza. Questo ha richiesto una riflessione più profonda sulla capacità di un oggetto di evocare emozioni, raccontare storie e creare connessioni con chi lo possiede.

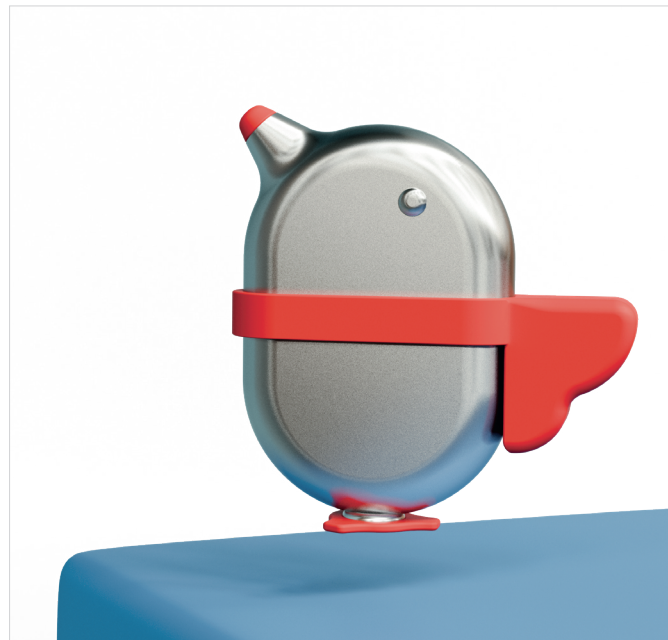


Figura 3. Jaku, Portable Rituals, di Zihao Ye, Lorenzo Peruzzo, Michela Sadnich



Figura 4. Lost, Freshness Never Melts, Federica Rocci, Pasquale De Icco, Brielle Kimler

## 4. Ideazione e prototipazione

Nella parte conclusiva del workshop si è lavorato al bilanciamento tra estetica e funzionalità. I concept sono stati rivisti considerando non solo il valore pratico, ma anche quello estetico e simbolico. Gli studenti sono stati guidati nel rafforzare l'identità visiva dei loro progetti, rendendoli più riconoscibili e capaci di comunicare un significato profondo attraverso forme, materiali e dettagli progettuali e, in definitiva, a immaginarli parte del brand Alessi.

È stata sottolineata l'importanza dell'evoluzione del progetto attraverso il processo iterativo: lavorare su più versioni dello stesso concept, migliorandole, e testarle nel confronto con i colleghi ha permesso agli studenti di affinare idee e proposte attraverso continui aggiustamenti e riflessioni sul loro effetto. L'attenzione ai materiali "identitari" e "valoriali" dell'azienda insieme alla morfologia dell'oggetto ha consentito di sviluppare la convergenza tra linguaggi e uso dei materiali e tecniche legate al brand (acciaio specchiato, lavorazione al taglio, imbutitura e piegatura), sottolineando anche i contrasti dati dall'accostamento dell'acciaio con le plastiche, il vetro e il legno.

È emerso un aspetto interessante che riguarda il modo in cui le nuove generazioni interpretano il concetto di kit e questo tema è stato considerato non solo dal punto di vista funzionale – un insieme di oggetti riconfigurabile che consente di affrontare e risolvere una gamma di problemi – ma anche come insieme di segni in grado di produrre un elevato valore simbolico o comunicare aspetti ironico-provocatori. Sorprendentemente, giovani che sono nativi digitali hanno mostrato un forte interesse per il recupero delle attività artigianali e hanno immaginato un diverso modo di unire, nello stesso prodotto, tradizione e innovazione. I nove team hanno sviluppato e presentato undici proposte di kit molto diversificate tra loro.

Koma, un oggetto che vuole rinnovare la tradizione dell'uncinetto rendendola più vicina alle abitudini di vita dei giovani, favorendo la pratica di questa attività artigianale in diversi contesti e superando il pregiudizio che ancora la relega in un ambito esclusivamente femminile.

Venom, una collana porta-pillole, che unisce la funzione estetica a quella di supporto alla terapia medica segnalando nello stesso tempo aspetti del disagio giovanile e capacità di risolvere un problema con pragmatismo.

Lost, un raffinato oggetto-manifesto che, attraverso degli iceberg raffredda-bevande, realizzati con un involucro di acciaio, ci ricorda il problema del surriscaldamento globale e dello scioglimento dei ghiacci.

CaterPod, un oggetto modulare con accessori per la coltivazione domestica delle piante che, attraverso una divertente forma di bruco, evidenzia quanto sia importante non dimenticare il delicato equilibrio tra uomo e natura.

Portable Rituals, un piccolo porta caffè e liquore digestivo, con la forma dello Jacu, uccello brasiliano da cui si ottiene una varietà di questa bevanda, che consente di portare ovunque con sé il piacere della pausa-caffè tipicamente italiana.

Crane, un porta-bacchette portatile per i cibi orientali, elegantemente disegnato a forma di gru, utilizzabile sia a casa che durante un picnic, che mette insieme praticità e gioia di stare insieme.

Bino, un accessorio per animali reso prezioso come un gioiello, che trasforma e innova, anche tecnicamente, il gesto di agganciare il nostro cane o gatto per portarlo a passeggio.

Ikebana, set da cocktail e da vino proposto come risposta alla necessità di avere eleganza decorativa al centro della tavola e di vivere la degustazione del vino come un momento di tranquillità e convivialità.

Clink, un kit di misurazione degli ingredienti da cucina nonché un pendolo che fa oscillare i suoi personaggi, in un simbolico bump-heads (disaccordo) che si risolve quando ci si mette a tavola.

Lago dei cigni, una diversa formalizzazione della stessa funzione dove i dosatori, come in un lontano ricordo, assumono le fattezze e il valore estetico dei cigni dello stagno del parco.

Trio, che risolve lo stesso tema con forme vicine all'estetica surrealista.

Repairo, un versatile kit di riparazione progettato per affrontare con facilità sia le riparazioni di oggetti morbidi che duri. Con il suo affascinante design ispirato al castoro e alla sua versatilità, è dedicato a coloro che amano fare le cose per bene.

Ba-Bowl, un progetto che nasce dalla cultura d'origine di uno studente trasformando la memoria familiare di un casco di banane in un vassoio multifunzionale in grado di portare nelle nostre case emozioni e spontaneità.

Una volta presentate ad Alessi le proposte, queste sono state prototipate per essere esposte al Salone Satellite durante la Fiera del mobile di Milano 2024. Tutto ciò ha rappresentato il culmine del workshop, un traguardo significativo, che ha offerto agli studenti una visibilità importante con la possibilità di mostrare il proprio lavoro a un pubblico di professionisti del settore e appassionati di design provenienti da tutto il mondo. Un'occasione di rafforzare la fiducia nelle proprie capacità personali che ha offerto preziose opportunità di networking, contribuendo così alla crescita professionale. Nell'allestimento, dove ogni

oggetto fisico era accompagnato da una breve spiegazione, la stilizzazione grafica in silhouette ha consentito di verificare come il processo creativo sviluppato durante tre mesi abbia consentito di raggiungere l'elevato grado di iconicità che è caratteristica peculiare del family feeling del brand Alessi.

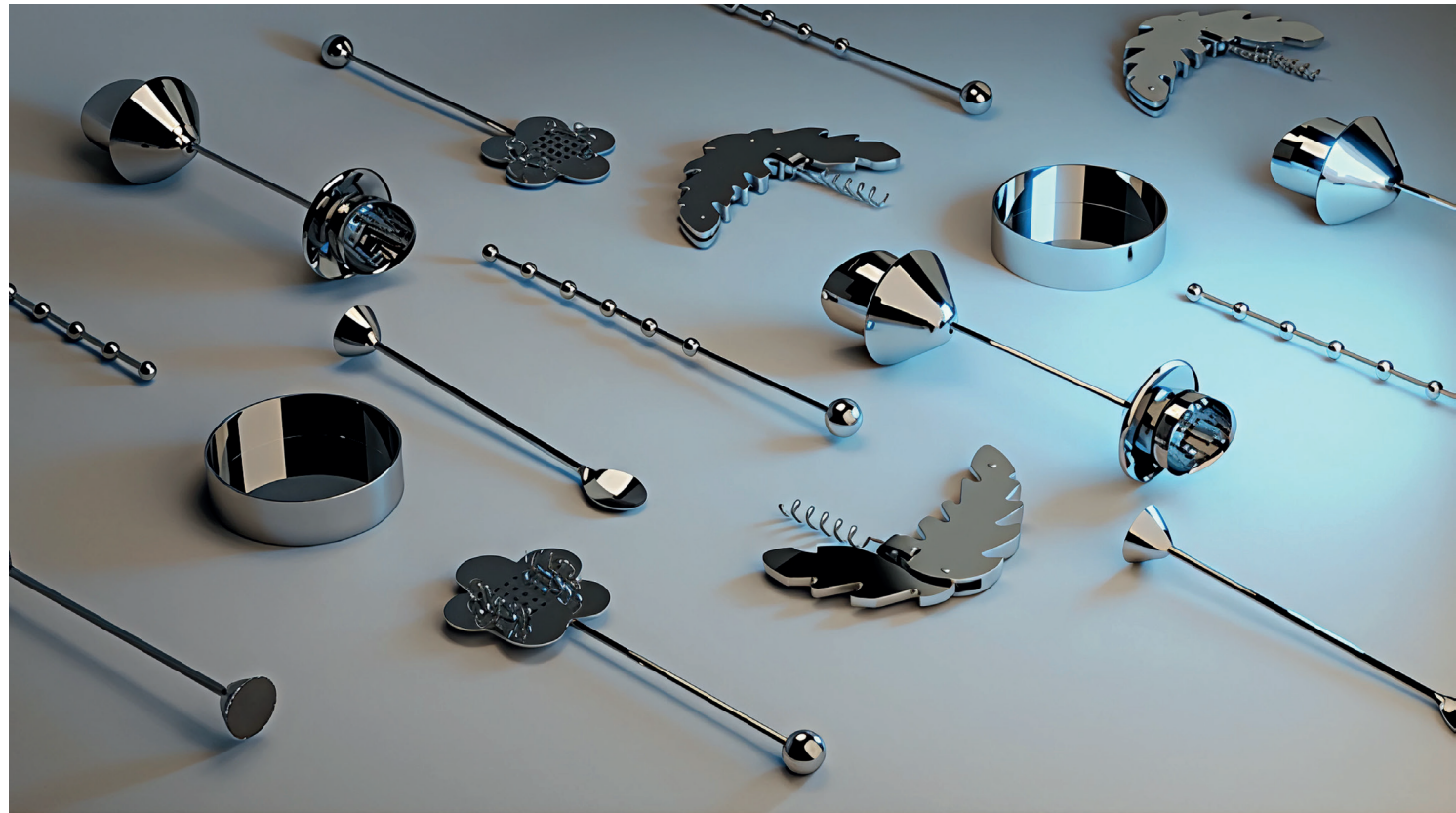


Figura 5. Jaku, Portable Rituals, di Zihao Ye, Lorenzo Peruzzo, Michela Sadnich

## 5. Risultati e impatti

“The super normal object is the result of a long tradition of evolutionary advancement in the shape of everyday things, not attempting to break with the history of form but rather trying to summarise it, knowing it’s place in the society of things. Super normal is the artificial replacement for normal, which with time and understanding may become grafted to everyday life.” (Fukasawa & Morrison, 2006).

In generale, i legami tra università e industria e il loro impatto sui processi di innovazione sono stati ampiamente riconosciuti e studiati e hanno esaminato principalmente le attività di trasferimento di conoscenze dall’università verso l’industria dal punto di vista della ricerca e della missione del terzo settore. Più raramente si è parlato di come i casi delle industrie leader del Made in Italy costituiscano esperienze in grado di arricchire e informare la didattica per il design, dimostrando la possibilità che pratiche virtuose, dove vengono messe insieme arte e cultura, industria e tecnologia, arricchiscano in definitiva la cultura del progetto e il valore del prodotto. Questi casi rappresentano l’occasione per approfondire e integrare i modelli formativi più diffusi, come quello degli ISIA in Italia, che deriva dal Bauhaus e dalla Scuola di Ulm, e quelli che negli Stati Uniti sono influenzati dalle esperienze della New Bauhaus di Chicago e del MIT di Boston, obbligando docenti e studenti a rimettere in discussione i loro paradigmi formativi e progettuali, attraverso un approccio sistemico che prevede un continuo scambio tra ambiente, società e industria e l’evoluzione della cultura design.

## 6. Conclusioni

Autori come Maldonado (1970) e Papanek (1971) già decenni fa hanno mostrato una visione molto critica sul ruolo del designer come creatore di merci dalla vita effimera, che velocemente si trasformano in grandi masse di rifiuti inquinanti mentre, più recentemente, Fukusawa e Morrison ci hanno indicato il valore dell'oggetto Super Normal, qualcosa di apparentemente anonimo che interessa un'area di utilizzo ed esperienza efficace e condivisa, destinata a durare nel tempo, fino a diventare quasi invisibile. L'esperienza con Alessi ci ha aiutato a capire che esiste un'altra possibilità concreta su cui lavorare: la distinzione tra semplici oggetti, la cui vita è legata a un uso limitato nel tempo, e cose, dove le cose sono ciò verso cui si ha un investimento affettivo duraturo derivante dalla capacità di favorire relazioni, memoria ed empatia attraverso l'emotività delle persone (Bodei, 2009). Ed è per questo che progettare cose che sembrano possedere una propria personalità e una propria anima, che siano in grado di accompagnarci nel corso delle nostre vite acquisendo una familiarità che deriva dalla loro capacità di suscitare emozioni, è diventato forse uno dei compiti più impegnativi per i designer del futuro.

## References

- Alessi, A.** (1998). *The dream factory: Alessi since 1921*. Konemann.
- Barbieri, V.** (2022). *Intervista: Alberto Alessi*. In *Lune elettriche* (1). Rubbettino Editore.
- Berbegal-Mirabent, J., Gil-Doménech, D., & Ribeiro-Soriano, D.** (2020). Fostering university–industry collaborations through university teaching. *Knowledge Management Research & Practice*, 18(3), 263-275.
- Bertini, V., & Porqueddu, L.** (2025). *L'architettura dell'apprendimento*. In *A design toolkit for design teaching* (Vol. 3). Politecnico di Milano.
- Bodei, R.** (1995). *Le forme del bello*. Il Mulino.
- Bodei, R.** (2009). *La vita delle cose*. Laterza.
- Bruno, G.** (2019). *Systemics of incompleteness and quasi-systems*. Springer.
- Camacho, B., & Alexandre, R.** (2019). Design education: University–industry collaboration, a case study. *The Design Journal*, 22(sup1), 1317-1332.
- Capozzi, M. M., & Simpson, J.** (2009, February 1). *Cultivating innovation: An interview with the CEO of a leading Italian design firm* [Interview]. McKinsey & Company; <https://www.mckinsey.com/capabilities/strategy-and-corporate-finance/our-insights/cultivating-innovation-an-interview-with-the-ceo-of-a-leading-italian-design-firm#/>
- Dalpiaz, E., Rindova, V., & Ravasi, D.** (2016). Combining logics to transform organizational agency: Blending industry and art at Alessi. *Administrative Science Quarterly*, 61(3), 347-392.
- Datti, M., & Rullo, M.** (2021). Brand in product: The language of the brand to govern complexity. In L. Di Lucchio, L. Imbesi, A. Giambattista, & V. Malakuczi (Eds.), *Design Culture(s): Cumulus Conference Proceedings Roma 2021* (Vol. 2). Cumulus Association.

- Espejo, L., Perez, N., Mendoza, C., & Gagarín, Y.** (2024). A systematic review on unique characteristics of Generation Z and their impact on purchasing decisions. *Journal of Ecohumanism*, 4(1), 12-25.
- Fois, M.** (2022a). Metodologia e didattica per un design dei sistemi complessi: L'approccio dell'ISIA Roma Design. *Culture Digitali*, 7(2), 40-51.
- Fois, M.** (2022b). Riflessioni per una nuova didattica per il design. *Culture Digitali*, 6(2), 28-35.
- Fukasawa, N., & Morrison, J.** (2006). *Super normal: Sensations of the ordinary*. Lars Müller Publishers.
- Ganguli, R., Padhy, S. C., & Saxena, T.** (2022). The characteristics and preferences of Gen Z: A review of multi-geography findings. *The IUP Journal of Organizational Behavior*, 21(2).
- McCullagh, J. F., & McFadyen, J. C.** (2015). Design collaborations: The good, the bad, and the unthinkable. *Design Principles and Practices: An International Journal*, 8, 177-192.
- McPeck, K., & Morthland, L.** (2010). Collaborative design pedagogy: An examination of the four levels of collaboration. In D. Durling et al. (Eds.), *Proceedings of Design and Complexity – DRS International Conference 2010*. Design Research Society.
- Maldonado, T.** (1970). *La speranza progettuale: Ambiente e società*. Einaudi.
- Minati, G.** (2001). *Esseri collettivi: Sistemica, fenomeni collettivi ed emergenza*. Apogeo.
- Munari, B.** (1981, giugno). *Progettare è facile*. Minuti, 216. Grafiche Senatori.
- Munari, B.** (1981). *Da cosa nasce cosa: Appunti per una metodologia progettuale*. Laterza.

- Papanek, V.** (1971). Design for the real world: Human ecology and social change. Pantheon Books.
- Peruccio, P. P., Menzardi, P., & Vrenna, M.** (2019). Transdisciplinary knowledge: A systemic approach to design education. In N. A. G. Z. Börekçi et al. (Eds.), Proceedings of DRS Learn X Design 2019: Insider Knowledge (pp. 17-23). METU Department of Industrial Design.
- Rahaman, M. T.** (2025). Eco-innovations in sustainable fashion: Purchasing behavior, apparel merchandising, and emerging trends among Generation Z consumers. Next Research, 2, 1-12.
- Skelly, M., Bruce, F., Banks, R., & Steiner, H.** (2017). Designing collaborations at the intersection of academia and industry. DS 88: Proceedings of the 19th International Conference on Engineering and Product Design Education (E&PDE17). Oslo and Akerhus University College of Applied Sciences.
- Sottsass, E.** (1962). Design. Domus, 386, gennaio.
- Sottsass, E.** (2002). Scritti 1946-2001. Neri Pozza.
- Thomas, V.** (2017). Practice makes perfect: Product design and external collaborations. In A. Berg et al. (Eds.), DS 88: Proceedings of the 19th International Conference on Engineering and Product Design Education (E&PDE17) (pp. 140-145). The University of Northampton / Vicki Thomas Associates.