

# INTERNI

THE MAGAZINE OF INTERIORS  
AND CONTEMPORARY DESIGN

N° 8 LUGLIO-AGOSTO  
JULY-AUGUST 2017

MENSILE ITALIA / MONTHLY ITALY € 8  
AT € 16,90 - BE € 18,90 - CH/FR € 27 - C/US/UK  
DE € 20 - DK/KR 195 - E € 15 - F € 15  
SGZ C/CO/PAZ/AR € 15,00 - US € 12,00 - PT € 15  
C/CA € 15,00 - IN € 15,00 - AU € 15,00 - NZ € 15,00

Poste Italiane SpA - Sped. in A.P.D.L. 355/05  
ab73 - Comma1 - DCB Verona

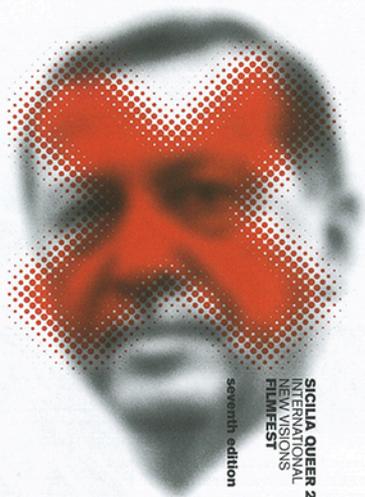
GRUPPO A MONDADORI



**SICILIAN  
MOOD**

71708 >





SICILIA QUEER 2017  
INTERNATIONAL  
NEW VISIONS  
FILMFEST  
seventh edition



S I C I A  
I L I  
A Q U  
E E R  
2 0 1 5

## SICILIA FELIX

Nel campo della **grafica**, l'isola ha dato vita a **episodi di eccellenza** rimasti però sporadici. Una vocazione che, sistematizzata, può giocare un ruolo fondamentale nello **sviluppo dei valori** del territorio

testo di Vanni Pasca

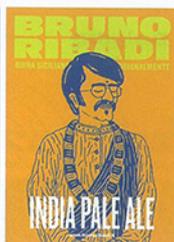
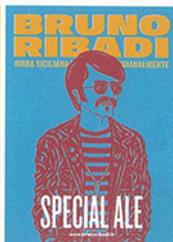
### SICILIA QUEER 2014 INTERNATIONAL LGBT & NEW VISIONS FILMFEST



Palermo  
5 - 11 giugno 2014  
/ June 5 - 11, 2014

quarta edizione  
/ fourth edition

[ PHOTOS / PASCAL ]



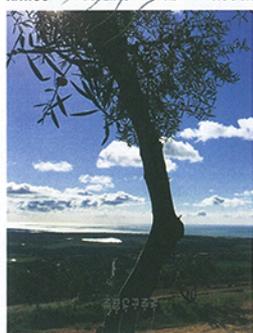
Studio Atelier790 si è aggiudicato il terzo premio al concorso Sicilia Felicissima per il sistema di identità visiva del birrifico artigianale Bruno Ribadi.

"Sicilia Queer International Filmfest. Edizioni IV, V, VI, VII" è il progetto di Donato Faruolo vincitore della prima edizione del concorso Sicilia Felicissima, rivolto a designer e aziende che hanno sviluppato progetti di comunicazione visiva legati al territorio siciliano.

La Sicilia è terra di esperienze culturali straordinarie, panorami incantevoli, prodotti alimentari e vini eccellenti. Anche il design può vantare episodi significativi: si pensi al rapporto tra l'azienda del giovane Vittorio Ducrot con l'architetto Ernesto Basile agli inizi del secolo XX, primo esempio di quella collaborazione tra imprenditore e designer che caratterizzerà in anni molto successivi il design italiano. E per la comunicazione visiva ci sono stati esempi importanti, come "Sicilia" del giovane editore Flaccovio, nata nel 1953 come rivista ufficiale dell'Assessorato Turismo e Spettacolo della

Regione Siciliana (altri tempi?), su progetto iniziale dell'artista Bruno Caruso con il contributo essenziale di due giovani donne attente all'arte e alla grafica, Santuzza Cali e Gabriella Saladino. Ma ogni meridionale, come chi scrive, sa che il Sud ha sempre vissuto di episodi: la difficoltà è farli "stingere" sui territori, diventare continuità nel tempo. Eppure da qualche anno, in particolare per il progetto della comunicazione visiva, la corporate image e il design degli eventi, qualcosa sembra essere avvenuto. Si osservano le aziende vitivinicole siciliane, oggi presenti nelle classifiche italiane e internazionali. Fino a una trentina d'anni fa i vini siciliani venivano spediti con navi-cisterna in Paesi come la Francia, dove erano usati come vini da taglio. Molte aziende siciliane hanno imparato a migliorare la qualità dei vini con la collaborazione di enologi, ma anche a definire la propria identità usando grafici e designer per le bottiglie, le etichette, i cataloghi, il packaging, gli stand alle fiere, fino a sviluppare uno specifico design degli eventi, con iniziative di grande fascino (come la Vendemmia Notturna di Donnafugata o Viaggio in Sicilia di Planetà). E la progettazione di eventi è in crescita. Un altro esempio è quello dell'azienda Pianta Faro, la cui sede comprende vecchie cantine restaurate e modernissime serre promuoove Radicepura Garden Festival, dedicato al design dei giardini e all'architettura del paesaggio nel Mediterraneo. Spiccano inoltre particolari situazioni. A Palermo, per esempio, sono presenti professionisti come Cinzia Ferrara, attuale presidente dell'AIAP (Associazione Italiana Design della Comunicazione Visiva), Paolo Di Vita (docente all'Accademia di Brera) e Antonio Giancontieri: questi ultimi due hanno collaborato nel 1998 alla progettazione e realizzazione dell'identità visiva del Comune di Palermo. Antonio Giancontieri ha costituito Atelier 790 con un gruppo di giovani (tra cui Francesco Gioia, laureatosi in design a Palermo) e cura la corporate image di un'altra azienda vinicola, Cusumano a Partinico (Pa). Ma esistono altre realtà, come Catania, dove operano, tra gli altri, un

F A R I N A  
SICILIANI  
ANTICO MULINO AD ACQUA



Il secondo premio del concorso "Sicilia Felicissima" è stato conferito al progetto di Go Marketing e Comunicazione per "La Timpa, Tempo e Natura", un'azienda agricola che fa del rispetto per l'ambiente, del recupero della tradizione, della ricerca dell'eccellenza il suo manifesto ideologico oltre che produttivo

grafico come Gianni Latino, progettista di identità visiva per enti pubblici e privati. Si potrebbe continuare citando altri episodi: ma, come si diceva all'inizio, occorre evitare che rimangano episodi. Ed è importante sottolineare che la presenza di piccole/medie aziende in diversi settori, anche con capacità tecnologiche avanzate, è cresciuta in questi anni. È necessario che si estenda, nel privato e nel pubblico, la capacità di affermare, con la collaborazione dei designer, la propria comunicazione visiva, la propria corporate image

"Sicilia felicissima" è il titolo che Cinzia Ferrara ha proposto per un concorso rivolto a enti siciliani, pubblici o privati, e ai loro grafici. È stato promosso da Abadir - Accademia di Design e Arti Visive (Catania) insieme a Moak, azienda siciliana produttrice di caffè (con esportazioni in tutto il mondo) e all'AIAP. Il concorso è stato affiancato da un convegno con lo stesso titolo che si è tenuto presso l'Università degli studi di Catania e al quale, oltre a numerosi relatori (non solo siciliani),

hanno partecipato con le loro case history Moak, Planeta, le Officine Culturali di Catania (promotrici di iniziative ed eventi) e il Museo Civico di Castelbuono (Palermo). In realtà "Sicilia felicissima" è il titolo di un libro con testi e fotografie (ed. Il Punto, Palermo 1978) introdotto da una nota di Leonardo Sciascia che, riflettendo sulle bellezze e le difficoltà della sua terra, conio, dichiarando "amara ironia", questo titolo (certo memore dell'Austria felix degli inizi del secolo XX). L'obiettivo di "Sicilia felicissima" è che enti pubblici, aziende e associazioni affrontino il problema di dare risalto ai valori - culturali, imprenditoriali, turistici - dell'isola con le qualità comunicative e grafiche adeguate. Mira quindi a promuovere la collaborazione degli enti e delle aziende con designer e grafici, professionisti portatori di una specifica cultura progettuale. Assieme a Cinzia Ferrara, Paolo Di Vita, Leonardo Sonnoli, erano presenti nella giuria imprenditori come Annalisa Spadola e Rodrigo Rodriguez. A questa prima edizione del concorso hanno

partecipato con le loro case history Moak, Planeta, le Officine Culturali di Catania (promotrici di iniziative ed eventi) e il Museo Civico di Castelbuono (Palermo). In realtà "Sicilia felicissima" è il titolo di un libro con testi e fotografie (ed. Il Punto, Palermo 1978) introdotto da una nota di Leonardo Sciascia che, riflettendo sulle bellezze e le difficoltà della sua terra, conio, dichiarando "amara ironia", questo titolo (certo memore dell'Austria felix degli inizi del secolo XX). L'obiettivo di "Sicilia felicissima" è che enti pubblici, aziende e associazioni affrontino il problema di dare risalto ai valori - culturali, imprenditoriali, turistici - dell'isola con le qualità comunicative e grafiche adeguate. Mira quindi a promuovere la collaborazione degli enti e delle aziende con designer e grafici, professionisti portatori di una specifica cultura progettuale. Assieme a Cinzia Ferrara, Paolo Di Vita, Leonardo Sonnoli, erano presenti nella giuria imprenditori come Annalisa Spadola e Rodrigo Rodriguez. A questa prima edizione del concorso hanno



Sopra, Carlo Scribano, progetto di comunicazione visiva per Ciccio Sultano, noto chef del ristorante Duomo di Ragusa Ibla



Sopra e accanto, Gaetano Licata e Michele Cammarata, progetto di corporate identity per Santabarbara Hospital di Gela (Caltanissetta).



Accanto, Fausto Grisina, progetto grafico per il Comitato Addiopizzo, un movimento antimafia italiano, nato e sviluppatosi in Sicilia, impegnato principalmente sul fronte della lotta al racket delle estorsioni mafiose.



Accanto, Gianni Sinri, progetto del logo e dell'identità coordinata di GAL Hassin, il Centro Internazionale per le Scienze Astronomiche del Parco delle Madonie (Palermo)



Sopra, Marco Lentini, progetto di restyling dell'identità aziendale dell'Antica Dolceria Bonajuto di Modica (Ragusa).

partecipato 62 progetti, inviati da aziende con i loro grafici. I premi sono stati conferiti a Donato Faruolo per l'Associazione Culturale Sicilia Queer promotrice del Sicilia Queer International Filmfest, a GO Marketing e Comunicazione per La Timpa Picitto-Di Benedetto, azienda agricola impegnata nel rispetto dell'ambiente e nel recupero della tradizione, ad Atelier 790 per BM srl, progetto di identità visiva del birrifico artigianale Bruno Ribadi. Sono state conferite anche sei menzioni speciali e una selezione di progetti darà vita a una mostra e a una pubblicazione. Convegno e concorso, messi a punto anche sulla base di questa prima esperienza, si ripeteranno ogni due anni. ■

## QUANDO LA SCUOLA È UN PROGETTO

In virtù della suo **isolamento**, la Sicilia presenta un **potenziale creativo** ancora tutto da esplorare. Il territorio ideale dove **formare designer** capaci di generare **nuovi sensi ed economie**

di Domitilla Dardi

A destra, la sede di Abadir, Accademia di Design e Arti Visive, a Sant'Agata Li Battiati, Catania (foto di Kim Ohrling).

A sinistra, laboratorio del corso di Exhibition Design, con Giuseppe Pulvirenti, per il progetto "Migra-n-ti. Esperienze pratiche e simbolici nel design" (foto di Emanuele Torrisi). Sotto, laboratorio di ceramica del corso di Design 3, con Vittorio Venezia (foto Mauro Maugeri).



Quando il territorio non è quello del design classico, allora la scuola diventa un vero progetto. È una sfida. Questo in sostanza il leitmotiv che anima la formazione in Sicilia, dove sulla costa orientale sono, da relativamente poco, nate due delle scuole più interessanti presenti oggi in Italia: l'Accademia Abadir di Sant'Agata Li Battiati (Catania) e il MADE Program di Siracusa. Ma andiamo con ordine. Pioniere del nuovo corso di educazione è stato Vanni Pasca che arriva in Sicilia nei primi anni '90 alla facoltà di architettura di Palermo e trova un'idea di design identificata con l'oggetto di piccolo artigianato. Pasca sceglie di analizzare questa via e rileva che il problema non risiede tanto nel prodotto in sé, quanto nelle fragilità del sistema sul fronte

produttivo e comunicativo. La risposta alla nuova via del design in Sicilia diviene allora quella di puntare sul rafforzamento delle strategie, soprattutto comunicative, e sulla divulgazione della cultura del design diretta alle piccole e medie aziende di settori diversi rispetto a quello del mobile e dell'oggetto. L'esempio più calzante in tal senso arriva dalle aziende vinicole, che hanno già investito in sviluppo del prodotto coinvolgendo da un lato tecnici (gli enologi) e grafici (per il progetto dell'etichetta e di tutta la comunicazione correlata al vino). Parallelamente la popolazione palermitana viene alfabetizzata sui capisaldi della cultura progettuale attraverso conferenze e mostre, come quella su Achille Castiglioni.

Nel 2011 Pasca viene chiamato a Catania come direttore scientifico di Abadir, un'accademia che nasce da una scuola di restauro e, grazie alla neo-direttrice Lucia Giuliano, inaugura un nuovo corso con il design. "Non siamo la Brianza", sostiene quest'ultima sottolineando in questo un potenziale tutto da scoprire. Laddove mancano gli sbocchi tradizionali del mestiere, ecco che la condizione da deficitaria si rivela ottimale per una rivoluzione copernicana delle aspettative, oltre

Da sinistra: Progetto di tesi "From zucca to buffa" sullo Luffa Cylindrica, A.A. 2015-16 (foto di Marcontonio D'Antoni); progetto di tesi "The green fridge", dispositivo in terracotta per il raffreddamento di vivande, A.A. 2015-16 (foto Maria Luisa Cavallo).





che delle premesse "Il designer contemporaneo deve costruire ponti e relazioni tra committenti di origine diversa, territori vari, necessità multiple. Per questo la scuola deve allenare su tanti fronti": così la direttrice di Abadir riconfigura ogni mese, insieme ai docenti, temi e progetti per gli allievi del triennio e del Master. Qui si passa dal dialogo con le aziende locali per lo sviluppo di strategie comunicative - vedi il caso dell'osservatorio Sicilia Felicissima - a workshop che ripensano il ruolo della tecnologia, come quello con l'azienda elettronica Punkt che, in piena controtendenza, sollecita i giovani studenti a recuperare un senso della connessione meno compulsivo con cellulari "non smart". Ma è anche il caso dell'esperienza - di cui sono personalmente testimone come curatrice - di un corso pluridisciplinare dedicato al complesso tema della migrazione in cui, insieme a cinque docenti della scuola (Vincenzo Castellana, Francesca Lanzavecchia, Francesco Librizzi, Aldo Presta, Giuseppe Pulvirenti), gli studenti hanno scandagliando i molteplici risvolti di quello che sulle loro coste è cronaca quotidiana (il progetto è stato presentato a fine maggio alla Biennale di Design di Lubiana nella sede dell'Istituto Italiano di Cultura).

Punto condiviso con il neonato MADE Program dell'Accademia di Belle Arti Rosario Gagliardi di

Siracusa, fondato da Alessandro Montel nel 2016 e inaugurato con il corso Man MADE diretto da Studio Formafantasma, è senz'altro quello della divulgazione della cultura progettuale e della doppia messa a fuoco di ciò che è vicino e di quello che è lontano. Ospitare visiting professor provenienti dal mondo diventa un modo per generare scambi virtuosi tra chi ospita e chi è ospitato. Ad Abadir sono intervenuti negli anni Giulio Iacchetti, Francisco Gomez Paz, Lagranja, Denis Santachiara, Paolo Rizzato, Ferruccio Lavani e Alessandro Mendini. A fine luglio i

Dall'alto a sinistra, in senso orario: Isola di Ortigia, Siracusa, dove si trova l'Accademia di Belle Arti Rosario Gagliardi che ha attivato il MADE Program focalizzato sul design; una lezione sul colaggio della ceramica tenuta da Antonio Arco all'interno del corso di Design Studio 1; campioni di ceramica prodotti con terre locali, un progetto sviluppato dal corso di Stefania Pennacchio; gli studenti all'esame finale del corso Study of Matter tenuto da Francesco Faccin.

Immagini del workshop "Sedersi a Magni, arredi migranti" tenuto da Zeno Franchini e Francesca Gattello nel borgo di Magni. Situato nelle campagne di Rogusa e gestito da Architetti Senza Frontiere, il borgo ospita 12 migranti che lavorano in una falegnameria sociale appositamente allestita.



MADE Labs vengono animati, tra gli altri, da Francesco Faccin, Max Lamb, Bethan Laura Wood e Sabine Marcelis. "La Sicilia è il posto ideale dove fondare una scuola" spiega Simone Farresin dei Formafantasma, "perché ha una posizione geografica strategica: si affaccia sul Mediterraneo, ma è vicinissima anche al resto d'Europa. Al tempo stesso, in un mondo in cui gli stimoli visivi e l'informazione sono continui, la sua posizione di "isolamento" dalle rotte tradizionali del design è quella che crea la condizione ideale per coltivare la creatività". D'altra parte Farresin, insieme ad Andrea Trimarchi, siciliano di nascita, sa bene che cosa voglia dire avere un terreno giusto dove sviluppare il proprio progetto. "Noi abbiamo vissuto a Eindhoven, al centro dell'Europa, ma sostanzialmente anche in una posizione protetta che ha aiutato il nostro bisogno di serenità e silenzio, lontano dall'eccesso di stimoli". E questa è la direzione che vogliono perseguire, mantenendo il luogo della scuola ricco di punte di connettività, come quella dei talk estivi internazionali, alternati a momenti di concentrazione sul territorio.

All'analisi di quest'ultimo sono dedicati specifici workshop, come quello propedeutico sulla falegnameria o quello sulla terra cruda, che diventano occasioni per una ricerca scientifica e intuitiva, capace di interrogarsi in maniera olistica sulla "comprensione delle dinamiche totali legate alla produzione, non solo sull'impatto che il prodotto ha sull'utente, ma anche e soprattutto su quello che il reperimento del materiale ha sull'ambiente. Fino ad arrivare al ruolo che "in design può avere in questo". La prospettiva per un nuovo approccio c'è "In altri Paesi" conclude Farresin, "l'industria creativa muove masse di denaro non marginali e quindi pensiamo che possa essere anche policentrica. Questo decentramento potrebbe generare un'economia che al momento non c'è". Al tempo stesso non va dimenticato, come afferma Lucia Giuliano, che questo "è un progetto a lungo termine, che ha bisogno di tempo per consolidarsi e insediarsi nel territorio. Perché la scuola è di per sé un luogo magico e speciale che ti consente di creare sinergie tra le persone". ■