

Idee design per aziende torna «Young factory»

C'è da ricercare soluzioni inedite e nuove possibilità di integrazione tra materiali e lavorazioni. Ma, soprattutto, c'è da trasformare le idee in concrete opportunità di business, prevedendo una risposta a precise richieste aziendali. Devono puntare a questi obiettivi i progettisti, come architetti, designer, esperti di comunicazione e studenti, che partecipano a Young Factory Design, il contest organizzato dal Gruppo design tessile sistema casa di Confindustria Salerno. La quarta edizione ha già preso il via. E, quest'anno, le call aziendali sono divise in tre categorie: «design per abitare», «graphic design» e «exhibition design». Per il presidente di Confindustria Salerno, Andrea Prete, «in un tempo in cui l'immobilismo sembra farla da padrone, Confindustria ha inteso lanciare un messaggio di prospettiva». E spiega: «Il design, l'architettura, la comunicazione, gli eventi sono fonte di ispirazione e di contaminazione che non possono essere fermati». Progettare, d'altra parte, «viene dal latino proiectare, gettare avanti, che significa guardare al futuro, innovare, ed è l'unica cosa che le aziende, gli imprenditori possono e devono fare in questo momento storico». È possibile candidare i progetti fino al prossimo 15 gennaio 2021 e quattordici sono le aziende partecipanti. «Sostenibilità ambientale ed economica, comfort abitativo ma anche tradizione nella lavorazione e ispirazione all'arte creativa sono i temi trainanti per la nuova progettualità», sottolinea Elisa Prete, presidente del Gruppo design tessile sistema casa di Confindustria Salerno, auspicando che il contest «possa fare da volano per l'incontro tra progettisti ed aziende per soluzioni concrete e durature, indirizzate ad un mercato in forte cambiamento e sempre in evoluzione». «L'obiettivo - rimarca - è quello di rivedere gli spazi, anche quelli più piccoli, per una condivisione che tenga conto della privacy del singolo. La sfida attuale è fare del design un elemento distintivo ed esclusivo in un mondo che ci ha reso in pochissimo tempo indistinti per posizione geografica ed economica». Da qui, la scelta di «inserire la sezione rivolta alla presentazione dei prodotti che richiede una strategia ed una profonda conoscenza del mercato».

Nico Casale

FONTE IL MATTINO 5 DICEMBRE 2020© RIPRODUZIONE RISERVATA