

# Milano 4.0

MODELLI URBANI

È TEMPO DI RINASCITA.  
CON LE FONDAZIONI  
PRIVATE, I PARCHI E  
I GRATTACIELI, CERTO.  
MA IL SENSO DI MILANO  
PER IL FUTURO È FORSE  
PIÙ SOTTILE: PICCOLE  
IMPRESE CHE VOGLIONO  
CRESCERE E PERIFERIE  
ORGOGGIOSE

di Laura Traldi

Foto di Luca Rotondo



Il BASE, l'ex spazio industriale  
in zona Tortona che il Comune ha  
affidato a diverse associazioni.

MODELLI URBANI



A sinistra, Alessia Bossi e Lucia Serafini, titolari dell'agenzia *We are lovers*, che si occupa di social media strategy; qui, la Samsung Smart Arena a Porta Nuova. Sotto, DotDotDot, studio di progettazione con fablab. In basso a sinistra, Alessandro Longhin e Davide Martelli della distilleria The Botanical Club, in via Pastrengo.





**L**A TENTAZIONE DI limitarsi a sottolineare il nuovo look è forte: Milano la città degli edifici di tendenza, degli spazi verdi, dei musei firmatissimi. Del resto è pur vero che ha cambiato aspetto in pochi anni: con il Bosco Verticale di Stefano Boeri, le torri di CityLife (di Zaha Hadid, Daniel Libeskind e Arata Isozaki), l'enigmatico Giardino dei Pensieri di Charles Jencks al Portello e la Biblioteca degli Alberi di Petra Blaisse in Porta Nuova, il rinnovamento della Darsena sui Navigli e i nuovi luoghi di cultura, da Fondazione Prada di Rem Koolhaas, alla Fondazione Feltrinelli di Herzog & De Meuron e il Mudec di Chipperfield. **Ma il vero elemento inedito non è lo skyline.** E non lo è neppure l'esplosione di quello che dà a Milano un'aria da capitale europea: il bike e car sharing, i centri di co-working, la miriade di botteghe e locali dal sapore hipster, l'arrivo in Porta Nuova dei giganti mondiali (Amazon, Microsoft, Google, Samsung). Semmai la vera novità è che oggi il capoluogo lombardo vuole dare un'interpretazione personale del futuro, dicendo la sua su tematiche di sviluppo che possono parere più grandi della sua dimensione: intelligenza artificiale, globalizzazione, gentrificazione. Per farlo, è partita dalla sua identità - quello che è sempre stata e quello che vorrebbe essere - mettendo in gioco tutte le forze (amministrazione, imprese private, istituti di ricerca e formazione, cittadini e

associazioni). Scommettendo, insomma, sulla collettività. Per esempio. Arrivano i robot? E davvero la cosiddetta Industria 4.0, che produce beni e servizi controllati in toto dai computer, sta rivoluzionando le aziende? La verità è che funziona per chi fa i grandissimi numeri. Un po' meno per le 36mila piccole e medie imprese, le pmi, che privilegiano la qualità rispetto alla quantità (e rappresentano un quarto dell'economia della città). La risposta si chiama Manifattura Milano: sistema di networking per aiutare le pmi a innovarsi lavorando con i tanti artigiani digitali già presenti sul territorio. Altro esempio. La gig economy, quella dei lavoretti, quella del giovane che ti porta la pizza a casa attraverso un'app, è davvero esplosa? Sì. Ma crea un sacco di problemi. Milano, dunque, risponde con il suo saper fare: progetti culturali, sociali e produttivi in cui la creatività diventa professione. I social network hanno definitivamente sostituito la piazza? Milano la rilancia come luogo di cultura, scambio e dibattito, lavorando anche con istituzioni private, in centro come in periferia. **«La città, a partire da ciò che già possiede, sta proponendo contemporaneamente una difesa intelligente e un'operazione di attacco»,** dice Stefano Maffei, professore associato alla Scuola di Design del Politecnico e grande sostenitore del legame tra produzione industriale tradizionale e mondo digitale. «La nuova Milano è ambiziosa per

In questa pagina dall'alto, Hiro - La Barberia di Milano, in zona Ticinese, e la Balera dell'Ortica. Nella pagina accanto, Talent Garden, il più grande coworking italiano.





Alberto Nespoli e Domenico Rocca di Ellgostudio, nel cuore di Brera.

## Manifattura Milano è un sistema di networking per aiutare le piccole e medie aziende a rinnovarsi

ché vuole cambiare punto di vista partendo da domande di sapore filosofico-sociale: siamo sicuri che non esistano alternative ai modelli che vanno per la maggiore? Che i grandi volumi di merce siano virtuosi? Che solo attraverso una certa economia di scala si possa generare reddito?». A queste questioni, il capoluogo sta dando risposte concrete. Manifattura Milano, spiega il presidente del suo advisory board Stefano Micelli, prevede un cambio di prospettiva: far tornare la città un'officina. Un luogo del fare destinato a «prodotti di nicchia e di qualità, ad alto valore aggiunto, realizzati attraverso la collaborazione tra pmi, studi di consulenza (dalla ricerca e sviluppo al software) e fablab».

**Fablab è una parola che ricorre spesso** nelle conversazioni milanesi. Che cos'è esattamente? «È un laboratorio in cui si utilizzano macchine a controllo numerico (che seguono cioè le istruzioni fornite da file digitali) per realizzare oggetti», spiega Giovanna Gardi di DotDotDot, studio di progettazione con fablab (OpenDot). Lo strumento principe, che ha lanciato il fablab nel mondo, è la stampante 3d: fa le stesse cose di una stampante tradizionale ma, invece di costruire immagini o testi depositando inchiostro su un foglio bidimensionale, realizza oggetti veri spostando la testina, che rilascia il materiale (spesso una polvere unita a un collante) su tre assi. «In realtà nei fablab ci sono tante altre macchine: quella per il taglio laser, il plotter da taglio, le frese a 3 o 4 assi (per realizzare i circuiti stampati). E il vero valore aggiunto è integrarle, lavorando anche sull'elettronica». Gardi mostra qualche esempio: una panchina stampata in 3d che prevede la metà del materiale solitamente previsto, perché la macchina crea spessori rinforzati sulle linee di forza; una lampada con circuiti elettronici incorporati; una rampa per l'accessibilità delle carrozzine che evita ai negozianti costosi rifacimenti architettonici. E una miriade di oggetti personalizzati per bambini con difficoltà motorie o cognitive. «Vorrei che chi fa produzione digitale smettesse di mettere in mostra oggettini insignificanti» conclude Gardi. «Il nostro valore aggiunto per le aziende non è saper fare collanine e vasetti, ma accompagnarle nell'innovazione digitale».

Il fablab inteso come centro di ricerca e sviluppo digitale ha

quindi un ruolo importantissimo nel programma Manifattura Milano: per il quale il Comune ha già stanziato 10 milioni di euro, definito un protocollo con il Miur (Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca) per inserire i luoghi della manifattura nei programmi scuola-lavoro, e lanciato bandi per la gestione di laboratori e incubatori per le piccole imprese. Facilitando, allo stesso tempo, l'insediamento di manifatture digitali e pmi in periferia.

«È una scommessa interessante anche se non facile», dice Matteo Ondanini di TheFabLab in via Calabiana, alla periferia sud-est della città. «Perché c'è un grande lavoro da fare sulla mentalità di chi gestisce le piccole imprese. Non a caso, a noi si rivolgono soprattutto i giganti, che hanno ben chiaro che cosa sia la produzione digitale. Come la farmaceutica Roche, per cui abbiamo realizzato un dispositivo che emette suoni quando al fumo passivo s'avvicina un bambino; e Samsung, che ci ha commissionato un parabrezza per motocicletta che riproduce le informazioni sul navigatore satellitare dello smartphone».

«È vero, non sarà facile», conferma Micelli. «Milano sta proponendo un modello di innovazione aperta, locale ma opposto a protezionismo e confini. Il suo sogno è un'economia che abbia una dimensione sociale e un significato umano: è ovvio che ci vogliono tempo e determinazione». La visione va di pari passo con quella dello sviluppo delle periferie, dove l'amministrazione ha dato in gestione spazi e fondi ad associazioni e fondazioni attive su progetti di innovazione sociale e culturale. Per esempio MareMilano, la startup dell'innovazione sociale alla Cascina Torrette, nella periferia ovest: locali e cortile sempre aperti dove seguire corsi, vedere film in compagnia, ascoltare letture di libri, registrare musica nello studio e produrre opere d'arte. O il Fabriq, l'acceleratore per startup nato nella vecchia biblioteca di Quarto Oggiaro: oltre a ospitare, finanziare e formare ogni anno una decina di giovani imprenditori, selezionati attraverso un bando comunale, lavora a tempo pieno con le scuole, per infondere nei giovanissimi il desiderio di impresa e convincere che scegliere la legalità è possibile. Il quartiere intorno a corso Lodi ha cambiato volto negli ultimi 2 anni

grazie a due realtà private: Fondazione Prada, che attira centinaia di stranieri in questa periferia un tempo dimenticata, e Talent Garden, il più grande co-working italiano, che accoglie una miriade di piccole imprese del digitale e propone un ricco palinsesto di corsi, workshop e laboratori aperti a tutti (oltre a eventi pop in cui si fanno volare i droni, si costruiscono robot e si prova la realtà virtuale).

«Milano è da sempre un luogo pragmatico e curioso verso il mondo», dice Massimiliano Tarantini, segretario generale della Fondazione Feltrinelli. «Ma allo stesso tempo era incapace di ascoltarlo e di importarne idee e risorse, traducendole in chiave italiana. La città ha in principio subito Expo, ma poi l'ha metabolizzato, e il suo successo le ha dato il coraggio di slegarsi da una politica nazionale introflessa e di tentare qualcosa di diverso. Il fermento c'è sempre stato, ma non trovava sbocchi. Il merito dell'amministrazione è stato di ascoltare, monitorare risorse e umanità e dare loro spazio. E all'improvviso chi guardava oltreconfine per poi piangersi addosso ha fatto risorgere l'utopia, e la voglia di fare è esplosa: i cittadini stanno cambiando la città tanto quanto istituzioni, centri di ricerca e fondazioni, perché è rinato il senso di comunità».

**Anche in questo recupero del vivere insieme**, Milano sta dicendo la sua. Riproponendo la piazza di paese all'italiana, ma in versione contemporanea. I nuovi luoghi nascono soprattutto per accogliere la gente e farla discutere, utilizzando i social network solo come cassa di risonanza. Alla Fondazione Feltrinelli di via Pasubio ci sono spettacoli teatrali e performance continue e gratuite, eventi a entrata libera su tematiche di attualità e un bar dove leggere o lavorare per ore senza essere disturbati. Al BASE in zona Tortona, l'ex spazio industriale che il Comune ha dato in gestione a varie associazioni per la creazione di palinsesti culturali, si alternano eventi gratuiti (in una sola settimana, lo scorso luglio, ci sono stati il workshop che insegnava a trasformare gli errori in opportunità creative, le proiezioni delle scene di sesso che hanno fatto la storia del cinema,

la serata dedicata ai giochi da tavolo) e corsi a prezzi popolari (skateboard e balanceboard, utilizzo di software open source, vinyl cutter per personalizzare le pareti di casa).

Davanti a tante attività pensate per intrattenere ma anche insegnare e far pensare, ci si chiede: ma chi paga? E che cosa ci guadagna chi organizza? Lo spiega Cristian Confalonieri di Studiolo, che insieme a Paolo Casati è stato l'inventore del Brera Design District nel 2008 e che dall'anno scorso organizza i Brera Design Days in ottobre: 10 giorni di corsi, workshop e talk, con esperti da tutto il mondo su tematiche relative al design e al digitale. Nell'edizione 2017 si parlerà di gaming, empatia, smart living. E sarà tutto gratis. «Raccogliamo fondi da sponsor, lavoriamo in partnership con il Comune, le aziende ci prestano gli spazi», spiega Confalonieri. «Ma chi fa queste cose non pensa a un ritorno economico, perché vede nel cambio di passo un guadagno collettivo in qualità della vita: che a sua volta impatta sul business. La generosità di un'intera generazione non è da sottovalutare nella rinascita di Milano». Conferma Cristina Rota, che è titolare di uno studio di pubbliche relazioni nella blasonata zona Brera ma che è rimasta ad abitare con la figlia a Quarto Oggiaro, dov'è nata e cresciuta. «È una zona di frontiera, oserci dire di trincea, ma sono in movimento grandi forze di cambiamento e io voglio esserne parte». Infatti nel tempo libero lavora su Uncomfort Zone, la mappatura di tutte le attività che sono nate «dal basso» nelle periferie per favorire lo scambio di informazioni e best practice tra quartieri.

«Il "modello Milano" nasce dalla convinzione di poter abbracciare il futuro senza rinnegare il passato. Ma anche senza cadere nelle nostalgie», conclude Tarantini. «È una storia in cui non c'è un solo protagonista. Proceede per piccoli ma significativi passi, superando l'idea che il mega progetto fatto partire dall'alto possa cambiare le cose. Coralità, lungimiranza e coraggio di credere di poterla fare: mi auguro che Milano possa esportare questi valori verso altre città d'Italia. Il messaggio che deve passare è che l'ineluttabilità non esiste».



Cristina Rota, di Uncomfort Zone, nella storica officina Giannini di Quarto Oggiaro.

All'improvviso chi guardava oltreconfine per piangersi addosso ha fatto rinascere l'utopia. E la voglia di fare è esplosa