

La nuova
intelligenza
DEL **MADE
IN ITALY** | ni
MI

MAKIN' ITALY.



Finanziato
dall'Unione europea
NextGenerationEU



Ministero
dell'Università
e della Ricerca



Italiadomani
DIVERSITÀ E INNOVAZIONE

La nuova
intelligenza
DEL **MADE
IN ITALY**

ni
MI

MANIFESTO PER UN NUOVO MADE IN ITALY

Un'opera aperta al futuro

Questo Manifesto non è un testo da firmare, ma un **processo da nutrire**.

Chiunque condivida i suoi principi, designer, imprese, scuole, artigiani, ricercatori, cittadini, può contribuire a scrivere i prossimi capitoli del Make in Italy.

Invitiamo a **raccontare e condividere esperienze, progetti**, pratiche e visioni che incarnano i valori di questa nuova cultura del fare:

- una scuola che innova la didattica unendo arti, scienze e tecnologie;
- un'impresa che trasforma la sostenibilità in linguaggio di progetto;
- un laboratorio, un borgo, una comunità che sperimentano nuovi modi di produrre e cooperare.

Ogni contributo, un caso, una storia, un gesto, può diventare parte del racconto collettivo.

Perché il Make in Italy è **un verbo che si coniuga insieme**: nel tempo, nei luoghi, tra le persone.

PERCHÉ

UN

NUOVO

MADE

IN

ITALY

Il Made in Italy non è mai stato una semplice etichetta doganale. È sempre stato, prima di tutto, un progetto culturale: la capacità unica di dare forma a un immaginario collettivo attraverso prodotti che fondono qualità, bellezza e ingegno. Una lingua universale parlata con gli oggetti, con gli spazi, con i gesti.

Oggi, però, questa lingua rischia di diventare afona. Stretta tra la retorica autocelebrativa dell'eccellenza e le sfide epocali della contemporaneità, il Made in Italy rischia l'immobilità: un mito da custodire gelosamente, piuttosto che un sistema vivente da reinventare.

Viviamo in un'era segnata da accelerazioni tecnologiche senza precedenti e da crisi globali interconnesse. L'intelligenza artificiale non solo ottimizza, ma ridefinisce il modo in cui progettiamo e produciamo. Le emergenze ambientali e sociali ridisegnano radicalmente i criteri di valore. I nuovi consumatori, più consapevoli e connessi, non chiedono solo prodotti belli, ma esigono esperienze giuste, filiere trasparenti, pratiche sostenibili.

Come ci ricorda il **World Economic Forum** nel suo Future of Jobs Report, le competenze più richieste non sono più soltanto tecniche, ma combinazioni ibride di creatività, pensiero critico, intelligenza emotiva ed etica digitale.

Questo Manifesto nasce da un'urgenza: non difendere un marchio, ma progettare un nuovo patto culturale. Non si tratta di salvare un brand, ma di riscrivere un metodo. Il Made in Italy non è un sigillo da apporre, ma un laboratorio vivo. Non una formula statica, ma una pratica in continuo divenire.

Come ha scritto con chiarezza **Ezio Manzini**, "quando tutti progettano, il design deve diventare una pratica sociale diffusa." In questo scenario, il Made in Italy non può limitarsi a celebrare le proprie icone storiche: deve trasformarsi in un metodo condiviso per progettare il futuro.

MAKIN' ITALY

- DAL MARCHIO ALL'AZIONE

Il "Made in Italy" è nato come garanzia di provenienza, un sigillo che certificava la qualità. Ma oggi il rischio è che resti un timbro sul passato, un marchio da museo. Perché se i musei del Novecento custodivano, quelli del XXI secolo devono **dialogare, contaminare, aprirsi**.

Allo stesso modo, il Made in Italy non può limitarsi a conservare: deve diventare **spazio poroso di ricerca, sperimentazione e incontro**.

Per questo proponiamo un cambio di prospettiva radicale:
MAKIN' ITALY.

"Made" racconta ciò che è stato fatto. È statico, concluso, spesso celebrativo.

"Make" invece è un verbo vivo:

significa agire, creare, immaginare, rischiare. È processo, non prodotto. È futuro, non nostalgia.

Il Make in Italy non è un oggetto da custodire, ma un'opera aperta, che si fa nel tempo, che cresce insieme alle persone, alle tecnologie, alle comunità.

MAKIN' ITALY significa trasformare l'Italia in un **laboratorio collettivo**, dove imprese, scuole, artigiani, designer e cittadini non si limitano a produrre merci, ma generano cultura, relazioni, visioni.

A Biella, le manifatture tessili storiche stanno aprendo i propri archivi e macchinari agli studenti dei nuovi corsi di sustainable design, per co-progettare insieme collezioni rigenerative. Qui, il "Made" diventa Make: la tradizione non è più un museo, ma un motore di futuro condiviso.

A Mirandola, nel distretto biomedicale, artigiani, start-up e università stanno sperimentando con l'intelligenza artificiale e la stampa 3D per creare dispositivi medicali personalizzati. Un esempio concreto di *Make in Italy*: tecnologia che nasce dal territorio, per migliorare la vita reale delle persone.

Significa dire che il valore non sta solo nell'origine geografica, ma nel metodo: nel modo in cui sappiamo intrecciare tradizione e innovazione, manualità e intelligenza artificiale, locale e globale.

Adriano Olivetti lo aveva intuito:
"Il lavoro non può avere come unico scopo il profitto. Deve avere un senso più alto, deve contribuire a cambiare la società."

Oggi MAKE IN ITALY è esattamente questo: un invito a fare impresa e design come atti politici, culturali, sociali.

MAKIN' ITALY non è un marchio, è un verbo.

Un impegno quotidiano a reinventare.

Un'opera che non si chiude, ma che continua.

L'EVOLUZIONE

NECESSARIA:

DAGLI

OGGETTI

AGLI

ECOSISTEMI

Non basta più custodire. Dobbiamo avere il coraggio di reinventare.

Il Made in Italy di ieri ha trionfato sul terreno della forma, dello stile, della cura artigianale. Ma il XXI secolo non chiede più solo forme impeccabili. Chiede ecosistemi resilienti. Il valore non risiede più nel singolo oggetto, ma nelle relazioni che esso è in grado di generare.

Ecco perché **MAKIN' ITALY**: perché ciò che conta non è solo l'oggetto finito, ma il processo che lo ha generato, la comunità che lo ha sostenuto, i valori che lo hanno orientato.

Questo significa passare:

- Dalla **moda** a nuove **culture della sostenibilità**: non si tratta più solo di disegnare un abito, ma di orchestrare una filiera trasparente, promuovere il riuso e creare narrazioni che educino al consumo consapevole.
- Dall'**automotive** a nuove **visioni di mobilità**: non solo oggetti del desiderio, ma sistemi integrati, accessibili e a basso impatto che rispondano ai bisogni reali delle persone e delle città.
- Dal **food** a nuove **pratiche di nutrizione**: non solo eccellenza gastronomica, ma modelli di produzione che rispettino la terra, valorizzino la biodiversità e promuovano la salute collettiva.
- Dall'arredo a nuove **forme dell'abitare**: non più solo mobili, ma soluzioni flessibili che integrino lavoro, vita privata e benessere in spazi fluidi e intelligenti.

E oltre: dalla sanità alla formazione, dalla manifattura alla cultura digitale; ogni ambito può diventare terreno di un *Make in Italy* che unisce etica, estetica e innovazione condivisa..

L'EVOLUZIONE

NECESSARIA:

DAGLI

OGGETTI

AGLI

ECOSISTEMI

Come ricorda **Stefano Micelli** in *Futuro Artigiano*, la forza italiana è sempre stata quella di integrare "saper fare" e capacità imprenditoriale, trasformando l'artigianato in innovazione sociale. Oggi, questo modello va rilanciato su scala globale. La manifattura diffusa italiana può e deve diventare il laboratorio più avanzato di un'economia post-industriale, circolare e umanistica.

Questi non sono confini di settore, ma **inviti a esplorare nuovi territori del fare.**

Ogni campo, ogni comunità, ogni impresa può diventare parte dell'opera aperta del *Make in Italy*.

Se non evolve, il Made in Italy rischia due derive opposte e ugualmente pericolose: da un lato, l'**iper-lusso autoreferenziale**, chiuso in una nicchia inaccessibile e scollegata dalla realtà; dall'altro, la **banalizzazione da souvenir**, la riduzione della sua complessità a stereotipo di consumo.

Per evitarlo, serve un salto culturale. Non possiamo più confondere il valore con il marchio. Il Made in Italy del futuro dovrà essere un metodo di progetto aperto e inclusivo, non una semplice firma estetica. E se, invece di un'etichetta di provenienza, diventasse un modello internazionale di co-progettazione?

LE TRE INTELLIGENZE DEL BUON DESIGN

Mani che conoscono. Macchine che immaginano.
Comunità che trasformano.

Il futuro del Made in Italy si gioca nell'intreccio
virtuoso e dinamico di tre intelligenze complementari.
È in questo intreccio che il Made diventa Make.



L'INTELLIGENZA DELLA MANO

È la sapienza incarnata delle mani. Non è mera
esecuzione, ma una forma di capacità cognitiva che
dialoga con la materia, la interroga e la comprende.
Ogni gesto artigiano contiene memoria storica,
sensibilità materica, una cultura tacita che nessuna
macchina può replicare interamente. Non si tratta di
folklore, ma del fondamento stesso della creatività
italiana, la nostra capacità di pensare attraverso il fare.



LE TRE
INTELLIGENZE
DEL BUON
DESIGN

L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE

È la nuova grammatica del progetto. Non un semplice strumento di automazione, ma un partner creativo, un linguaggio che può generare forme inaspettate, simulare scenari complessi e produrre infinite alternative. Come evidenzia l'IAAD Trend Map, l'AI non sostituirà i designer, ma ne aumenterà le capacità, liberandoli dai compiti ripetitivi per concentrarsi sulla visione strategica, sull'empatia e sul giudizio critico.

L'INTELLIGENZA
DELLA MANO

L'INTELLIGENZA
ARTIFICIALE

L'INTELLIGENZA
SOCIALE

L'INTELLIGENZA SOCIALE

È la capacità di connettere, includere e costruire comunità. Senza questa intelligenza connettiva, ogni innovazione, per quanto brillante, rischia di diventare sterile o, peggio, escludente. Con essa, il design diventa una leva etica, uno strumento di inclusione, una piattaforma di trasformazione sociale. È l'intelligenza che pone le domande fondamentali: per chi stiamo progettando? Con quale impatto? A quale scopo?

Queste tre intelligenze non si sommano: si intrecciano, si contaminano, si potenziano a vicenda. È in questa trama che si genera il valore del futuro. Come scrive **Maurizio Ferraris** in *Documanità*, "l'innovazione non è tecnica, è sociale". L'Italia può e deve farsi portavoce di un'innovazione umanistica, capace di tenere insieme, in un equilibrio dinamico, mano, macchina e comunità.

MIXOLOGY:

I COCKTAIL DEL FUTURO

Il nuovo Made in Italy non è aritmetica. È alchimia. Non si basa sulla somma di ingredienti, ma sulla loro mescolanza creativa. Come un bartender, il progettista italiano del futuro lavora di **mixology culturale**: prende elementi apparentemente distanti e li trasforma in qualcosa di inedito e sorprendente.

• AI + Mano → L'Alchimista Digitale

Quando la potenza generativa della macchina immagina e la sensibilità della mano rifinisce, nasce un'artigianalità aumentata. Si aprono scenari di prototipazione rapida, personalizzazione radicale e nuove estetiche che fondono la perfezione del calcolo con l'imperfezione vitale del gesto umano. Pensiamo alla stampa 3D ceramica, dove algoritmi complessi generano forme organiche che solo il tocco finale dell'artigiano può rendere davvero vive. La vera sfida è guidare la macchina non solo a imitare, ma a stupire.

• Mano + Sociale → Il Laboratorio

Comune

Il sapere manuale, quando esce dalla bottega e incontra la comunità, si trasforma in patrimonio collettivo. Nascono così distretti intelligenti, piattaforme di open manufacturing, fablab che diventano l'estensione digitale delle botteghe rinascimentali. L'eredità dei laboratori Olivetti di Ivrea, che seppero coniugare impresa, cultura e territorio, ci insegna che l'innovazione è più forte quando è condivisa. Ma chi custodirà e tramanderà questi saperi in un mondo che cambia così in fretta?

• Sociale + AI → La Rete Empatica

Le comunità possono usare l'intelligenza artificiale non per sostituire l'interazione umana, ma per potenziarla e renderla più inclusiva. Si aprono le porte a piattaforme di co-design che abbattano le barriere geografiche, a un accesso più democratico a dati e strumenti, a un'etica algoritmica che diventi il cuore di un nuovo umanesimo digitale. I progetti di *AI for Accessibility*, che traducono linguaggi visivi e verbali per persone con disabilità, ne sono un esempio potente. La domanda cruciale è: chi scriverà i valori che orientano le macchine?

• Mano + AI + Sociale → Il Futuro

Ibrido È qui, nell'intreccio instabile e vivo di tutte e tre le intelligenze, che si gioca la partita più importante. Si delineano filiere produttive che sono allo stesso tempo intelligenti, trasparenti e radicate nel territorio. Il design diventa uno strumento di diplomazia culturale. I prodotti e le esperienze diventano ponti che connettono locale e globale. L'esempio di **Arduino**, nato in un fablab di Ivrea e oggi piattaforma collaborativa usata in tutto il mondo, dimostra che questo futuro è già tra noi. Quali "botanicals" mancano ancora nel nostro shaker? Forse la cultura classica, lo spirito critico, o l'insostituibile arte italiana di improvvisare?

Ogni cocktail è un invito a sperimentare. Ogni mix è incompiuto.

Il MAKE IN ITALY è un grande shaker culturale.

LE

ARTI

APPLICATE:

L'OFFICINA

DEL

FUTURO

La scuola è la vera fabbrica del futuro. Il nuovo Made in Italy non nascerà nelle aziende, ma nei luoghi della formazione e di cultura. Le arti applicate sono sempre state la nostra forza motrice: dai maestri del Rinascimento ai designer della Triennale, la capacità di tradurre idee in forme concrete è stata un atto politico, oltre che estetico.

Oggi, le scuole devono diventare officine aperte, come sostiene Manzini. Non laboratori chiusi e iperspecializzati, ma hub porosi in cui si mescolano discipline, tecniche e culture. La formazione del futuro dovrà essere:

- **Trasversale:** superare la sterile divisione tra arti e scienze, tra sapere umanistico e competenze tecniche.

- **Critica:** non insegnare solo abilità e strumenti, ma educare a interrogare il senso e le conseguenze del proprio lavoro.

- **Dinamica:** formare persone capaci di imparare continuamente, in un mondo in cui gli strumenti diventano obsoleti in pochi anni.

In questo senso, il futuro progettista è un **barista del sapere**: deve saper riconoscere e miscelare ingredienti diversi, creare nuove ricette e, quando serve, improvvisare con intelligenza. Come possiamo trasformare ogni aula in un laboratorio di futuro condiviso?

Formare è fare. MAKE IN ITALY significa educare generazioni capaci di ibridare arti, scienze, AI e critica sociale.

LE

SEI

REGOLE

APERTE

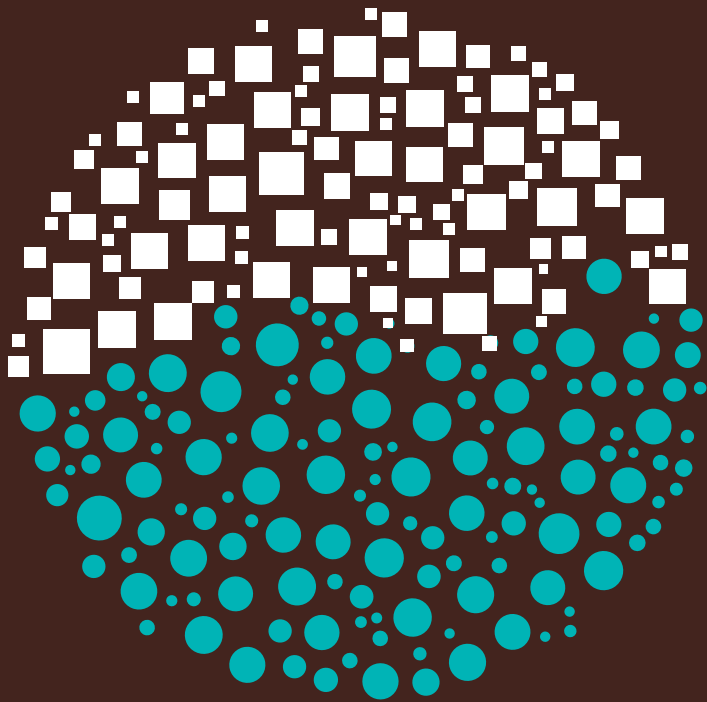
DEL

Non sono linee guida astratte. Sono azioni concrete per imprese, scuole, istituzioni e cittadini.

MAKIN'

ITALY

MADE. ↘



MAKE

1. Dal Made al Make

Claim: “*Da Made a Make.*”

Il “Made” celebra ciò che è stato fatto. È un’etichetta, un timbro sul passato. Ma oggi abbiamo bisogno di un verbo vivo: *Make*. Fare, osare, rimescolare.

Il rischio più grande è ridurre il Made in Italy a una reliquia, un logo da appiccare a bottiglie e souvenir.

MAKER: ogni impresa diventi un **laboratorio aperto**, dove studenti, artigiani e comunità possano co-progettare. Non showroom, ma officine. Non marketing, ma partecipazione.

Come ricordava Bruno Munari: “*Complicare è facile, semplificare è difficile.*” Ecco: semplificare il Made in Italy significa riportarlo al gesto, al fare, all’apertura.



2. Educazione come fabbrica

Claim: *“La scuola è la prima industria italiana.”*

Senza educazione non esiste futuro. Il rischio è chiaro: scuole ferme, con programmi vecchi, insegnano strumenti che domani saranno già obsoleti.

MAKER: ogni percorso formativo deve includere **progetti reali** con imprese, AI e artigiani. Ogni studente deve uscire dall’aula con le mani sporche di materia e con l’immaginazione nutrita dal digitale.

Non basta imparare a usare gli strumenti: bisogna imparare a **mettere in discussione gli strumenti stessi**. La vera scuola non forma solo competenze, ma caratteri.

Adriano Olivetti lo sapeva bene: *“La fabbrica non può guardare solo all’indice dei profitti. Deve distribuire cultura, democrazia, educazione.”*

Il nostro compito è far sì che ogni scuola diventi una **fabbrica di futuro condiviso**, non di diplomi in serie. Ecco: semplificare il Made in Italy significa riportarlo al gesto, al fare, all’apertura.



3. AI con radici umane

Claim: “*Algoritmi con conoscenza.*”

L’AI è la grammatica del XXI secolo. Ma senza etica rischia di ridursi a pura clonazione, standardizzazione algoritmica, un copia-incolla infinito.

MAKER. Ogni progetto *Make in Italy* che integra l’intelligenza artificiale dovrebbe accompagnarsi a una **Carta Etica in divenire**, non un documento prescrittivo, ma un impegno pubblico di trasparenza, inclusione e sostenibilità.

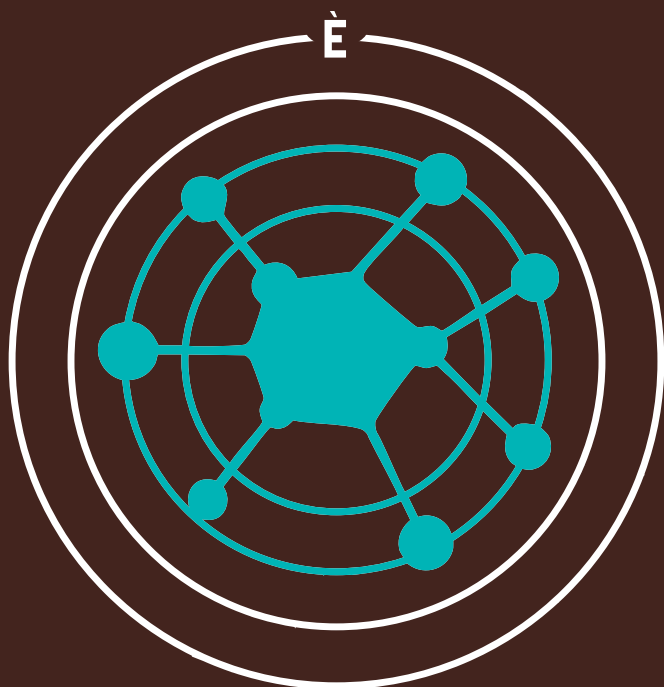
Una “carta viva”, che cresce e si adatta insieme alle tecnologie e alle persone che le usano.

Così come leggiamo le etichette nutrizionali sul cibo, potremmo imparare a leggere anche le “**etichette etiche**” dei prodotti digitali, per capire non solo come funzionano, ma *perché e per chi* funzionano.

Perché, come scriveva Calvino nelle *Lezioni Americane*: “L’uomo deve essere leggero, non superficiale.” L’AI potrà davvero alleggerire il lavoro solo se resterà radicata all’umano, capace di apprendere non solo dai dati, ma dai valori.

GLOBALE

È



LOCALE

4. Territori come piattaforme

Claim: *“Globale è locale”*

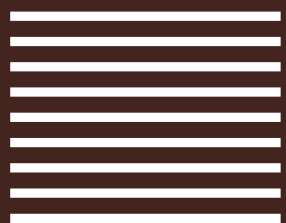
Il rischio è che i distretti italiani si svuotino: o diventano musei viventi, buoni per turisti, o deserti industriali senza futuro.

MAKER: trasformare i distretti in **hub intelligenti**, aperti alle nuove tecnologie (AI, realtà aumentata, manifattura distribuita), ma radicati nel territorio.

Non più solo filiere chiuse, ma piattaforme di innovazione condivisa.

Ogni borgo, ogni laboratorio artigiano, ogni PMI può diventare un nodo della rete globale, senza perdere la sua voce unica.

Perché, come diceva Pasolini, *“l’Italia è fatta di cento, di mille Italie.”* E proprio questa pluralità può diventare la nostra forza nel mondo.



GETTA
ERIUSA.
G

5. Tempo lungo come atto politico

Claim: *“Getta e riusa”*

Il design contemporaneo rischia di diventare prigioniero dell'hype: oggetti effimeri, pensati per essere sostituiti prima ancora di essere vissuti.

MAKER: introdurre il marchio **“Make in Italy”**. Una certificazione che premi solo i prodotti che dimostrano durata, riparabilità, sostenibilità.

Un atto politico, prima ancora che industriale.

Come ricordava Gio Ponti con la sua Superleggera: “La perfezione si raggiunge non quando non c'è più nulla da aggiungere, ma quando non c'è più nulla da togliere.”

La vera bellezza è quella che attraversa il tempo.



6. Bello è ciò che fa bene.

Claim: *“Etica ed Estetica”*

La bellezza non è un lusso, ma una responsabilità. L'estetica deve tornare a essere un atto etico: ogni forma, ogni materiale, ogni scelta produttiva deve rispondere non solo a criteri di gusto, ma di giustizia. L'etica, a sua volta, non può essere solo regolamento o morale: deve farsi linguaggio visivo, gesto, stile di vita.

MAKER: Ogni progetto Make in Italy deve dichiarare apertamente la propria “doppia firma”: una estetica e una etica.

Significa scegliere materiali sostenibili e anche comunicarlo con grazia; garantire filiere giuste e anche renderle desiderabili. Le aziende, i designer e gli artigiani diventano così ambasciatori di un nuovo umanesimo del fare, dove il bello non nasconde il buono, ma lo rivela. Introdurre il principio dell’“etica estetica”: non basta creare un bel prodotto, bisogna creare un prodotto che fa bene alle persone, ai territori, al pianeta.

LE

BUONE

REGOLE:

BINOMI PER UN'ETICA DEL FARE

Non dogmi, ma bussole. Non regole fisse, ma binomi dialettici per navigare la complessità, riconoscendo i rischi e attivando gli antidoti.

• Tecnologia x Creatività

Rischio: L'omologazione, la standardizzazione, l'appiattimento estetico dettato dagli strumenti.

Antidoto: Usare la tecnologia per liberare tempo creativo, non per sostituire il pensiero. Automatizzare il ripetitivo per dedicarsi all'inaspettato.

• Velocità x Tempo

Rischio: La produzione compulsiva, la velocità cieca che confonde l'urgenza con la fretta.

Antidoto: Valorizzare la lentezza come un lusso, il tempo lungo della ricerca e della sedimentazione come un investimento. Progettare per durare.

• Globale x Territori

Rischio: La globalizzazione piatta, che annacqua le identità e sradica le produzioni.

Antidoto: Costruire filiere che siano profondamente radicate e allo stesso tempo globalmente connesse. Pensare i territori non come confini, ma come hub di relazioni.

• Consumo x Esperienza

Rischio: La superficialità, la creazione di oggetti effimeri destinati a diventare presto rifiuti.

Antidoto: Progettare esperienze memorabili, che generino senso, legami e memoria. Passare dal possesso all'accesso, dalla funzione all'emozione.

• Algoritmi x Umanesimo

Rischio: Algoritmi opachi, decisioni automatizzate prese senza un'etica di riferimento.

Antidoto: Progettare un'intelligenza artificiale che sia trasparente, inclusiva e orientata da valori umani e sociali. Mettere l'uomo, e non la macchina, al centro del processo.

• **Tradizione x Innovazione** Non l'una contro l'altra, ma intrecciate come trama e ordito. La tradizione non è ciò che trattiene, ma ciò che guida: un metodo per affrontare il nuovo. Innovare, in Italia, significa ricordare andando avanti.

CONCLUSIONE

- UNA PROMESSA DI FUTURO

Il Made in Italy non è un marchio da proteggere. È una promessa di futuro da costruire.

Non si tratta di difendere un'eredità, ma di avere il coraggio di inventarne una nuova. Il Made in Italy di domani non sarà un prodotto finito, ma un processo incompiuto, aperto, collettivo. Una lingua viva che impara, si adatta ed evolve continuamente.

È questo il nostro compito.
È questo il nostro modo di dire
Made in Italy, oggi.

E continuerà solo se sarà **scritta a più mani**.

Ogni scuola, ogni laboratorio, ogni impresa, ogni cittadino può contribuire: con un gesto, un progetto, un caso concreto, un'idea di futuro.

Invitiamo chi crea, chi insegna, chi produce e chi sperimenta a **portare esempi, storie e pratiche** di *Make in Italy*, dal basso, dal territorio, dalle comunità.

Perché l'opera aperta non si contempla: si compone insieme.

E l'Italia, più che un marchio, è una **rete viva di mani, macchine e persone che fanno futuro**.

MAKIN' ITALY.

Un verbo, non un sostantivo.

Un impegno, non un'etichetta.

Un'incessante opera aperta al futuro.

