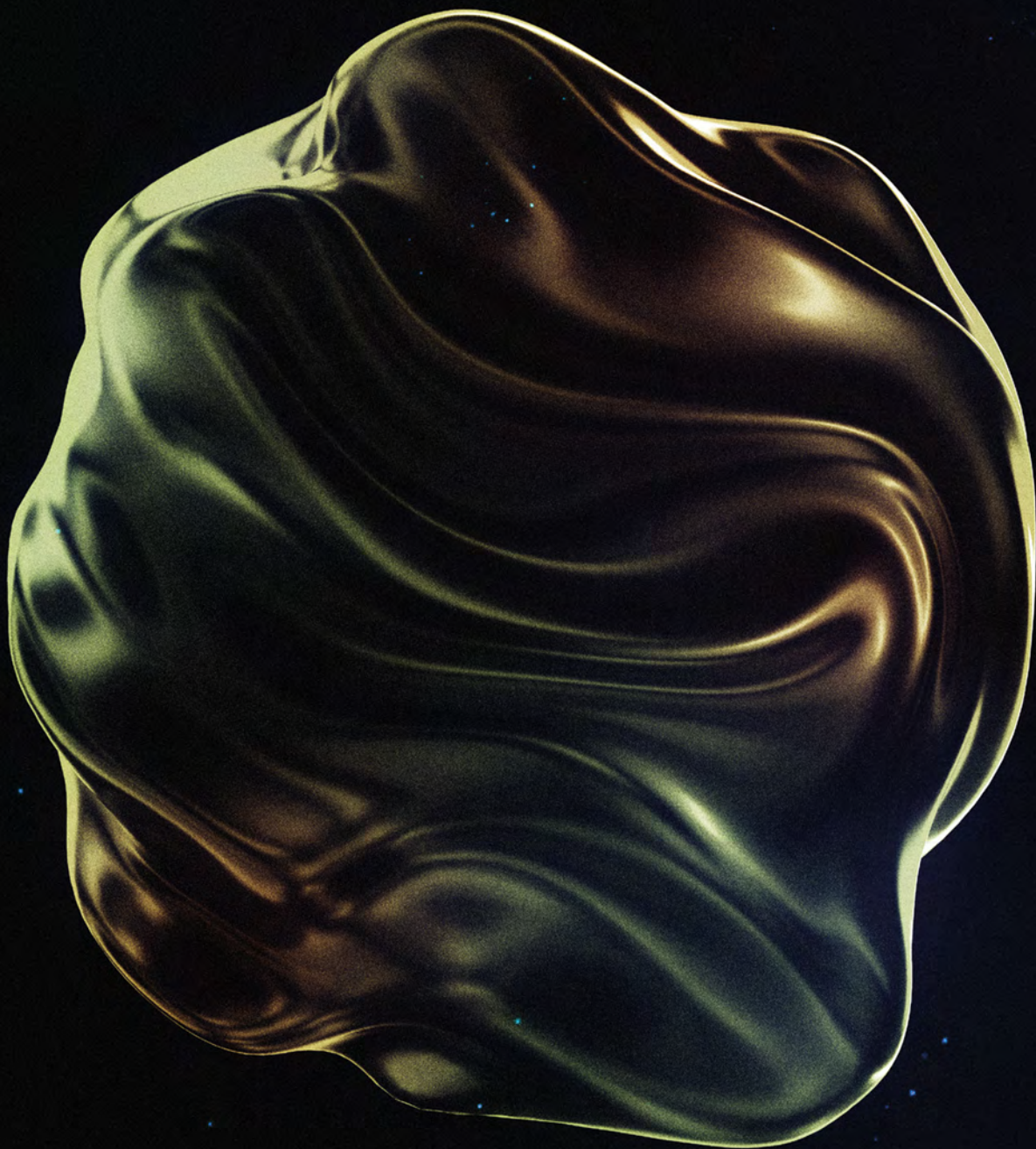


SI



SOUTHERN IDENTITY

UN PUNTO DI VISTA ALTERNATIVO

Il Sud del mondo vale come punto di vista alternativo: una visione laterale rispetto al mainstream del Nord-centro del mondo, dove le condizioni sono più "critiche" e l'ingegno deve aguzzarsi.

NUMERO
12

ANNO
2022

PREZZO
€ 20,00

D. RUSSO — E. FIORE — R. MADDALUNO
V. SANTORO — M. PIETROSANTE — C. L. REMONDINO

EDIZIONE
OTTOBRE



SOUTHERN IDENTITY

UN PUNTO DI VISTA ALTERNATIVO

Il Sud del mondo vale come punto di vista alternativo: una visione laterale rispetto al mainstream del Nord-centro del mondo, dove le condizioni sono più “critiche” e l’ingegno deve aguzzarsi.

WINE TALES VS DESIGN STORIES

Il settore agroalimentare e, in particolare, del vino assume, nel Sud, senz’altro un’importanza strategica sia nella fruizione del territorio sia come spinta imprenditoriale capace di innervare la tradizione. Il vino, infatti, rappresenta in misura importante la storia, la cultura e il paesaggio agrario di un territorio. Quella della vite, a differenza di molte alte cultivar, è un prodotto generazionale con una valenza che si radica nel tempo e, in quanto tale, si propone come parte di un patrimonio regionale e locale inestimabile. Che tipo di rapporto esiste tra la tecnica di produzione, la tradizione vitivinicola, il territorio? E come le discipline del progetto possono intervenire in questo ambito? Quali sono dunque le strategie interessanti messe in tavola per fronteggiare la complessità di questo mercato che tende a espandersi facendo leva semplicemente su stilemi tradizionali? E quali strategie potrebbero essere messe in campo per migliorare il prodotto vino in termini di qualità formale, processuale, sistemica e narrativa? Come si caratterizzano negli ultimi anni le architetture e i progetti nel contesto dei territori di produzione? Come sostenuto recentemente da Francesco Dal Co: «Puntare su forme ed edifici che siano innovativi. Questa è stata la tendenza che hanno seguito le cantine, iniziando ad attrarre turisti, nei territori che hanno riscritto la propria cultura vitivinicola in epoca recente, come la California. Nelle zone in cui la coltivazione della vigna e la produzione vinicola è storicizzata, le cantine sono il prodotto della conservazione. La grande sfida dell’architettura del vino è tenere insieme l’innovazione e la conservazione della tradizione». L’occasione del Convegno invita a riflettere su questo tema secondo diversi tipi di orientamento critico: indagare il tema dal punto di vista tecnologico, interpretare come la tipologia degli edifici destinati alla produzione enologica si sia evoluta negli ultimi anni – a partire da opere singole o gruppi di opere e cercare di comprendere come la tecnica nel suo sviluppo incessante ne abbia influenzato o addirittura generato la forma rispetto al tema della valorizzazione dei territori – oppure ricostruire criticamente come, le discipline del design, abbiano pervaso un mondo legato a tradizioni millenarie. Le produzioni enogastronomiche al Sud sono legate a tradizioni secolarizzate ma, al contempo, abbondantemente suscettibili di sviluppo sostenibile; eccellenze locali rispetto cui il progetto del territorio, l’architettura e il design meridiano potrebbero giocare un ruolo determinante. Eppure, benché la produzione del vino al Sud abbia attraversato, a partire dagli anni Novanta, un trend di qualità crescente, al di là di alcuni casi esemplari, la gran parte delle aziende vitivinicole stentano ad attuare strategie efficaci in termini sia di sistema-prodotto o di servizio-prodotto sia di narrazione. Tale contingenza costringe a evocare un surplus di ragionamento e intelligenza progettata. Su questo in particolare ci si aspetta che il Convegno possa far emergere delle proposte di approfondimento critico e metodologico.



Rivista registrata presso il Tribunale di Palermo
ISBN Cartaceo 978-88-5509-550-1
ISBN Ebook 978-88-5509-551-8

Direttore Scientifico
Dario Russo
Vicedirettore
Antonio Labalestra
Caporedattore
FRANCESCO MONTEROSSO

Comitato scientifico

GIOVANNI ANCESCHI
MARIO BISSON
MAURIZIO CARTA
ROSSANA CARULLO
VINCENZO CRISTALLO
ALPAY ER
CLAUDIO GAMBARDELLA
PAOLO GIARDINIELLO
SAMIR KRISTO
DARIO MANGANO
CARLO MARTINO
LUCA MOLINARI
CESARE SPOSITO
XIANYA XU
FRANCESCO ZURLO

Comitato di redazione

TIZIANO AGLIERI RINELLA
AUROSA ALISON
GIOCONDA CAFIERO
JOANA DHIAMANDI
TOTI DI DIO
ADRIANA GALDERISI
MATTEO IEVA
BENEDETTO INZERILLO
MARCO PIETROSANTE
FRANCESCA SCALISI
MASSIMO VENTIMIGLIA

Redazione

CHIARA SCARPITTI
ANNA PAOLA CARRANO
SAMUELE MORVILLO
ALBERTO ROGATO
MARIACARMELA SCRUDATO
VALERIA VALERIANO

Graphic Design

MICHELE BOSCARINO

Impaginazione

PEPPE BALENA

Direttore responsabile

CARLA CONDORELLI

Editore

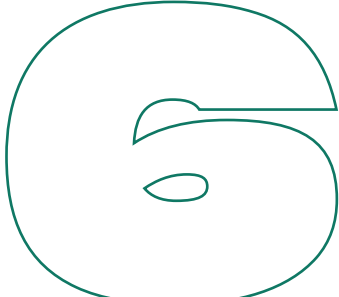
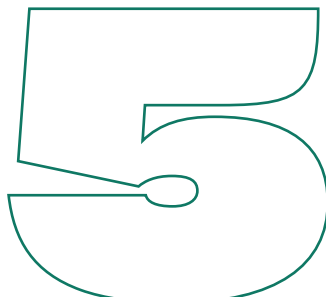
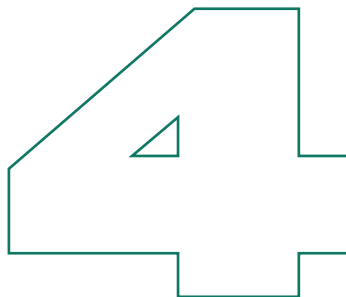
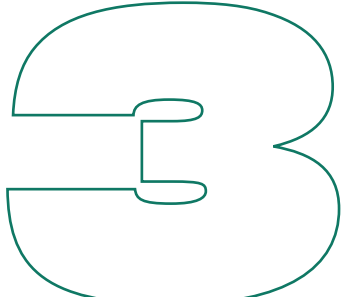
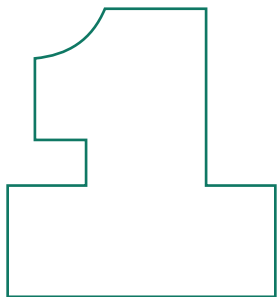
PALERMO UNIVERSITY PRESS
VIALE DELLE SCIENZE | EDIFICIO 16 (ARCA) | 90128 PALERMO
WWW.NEWDIGITALFRONTIERS.COM

Copertina

MICHELE BOSCARINO, WINE EVENTS, 2022

Seconda di copertina

LUISA MISSERI, CITTAVINO, 2021



ARTICOLI
SCIENTIFICI

02

Wine Tales vs
design stories

Dario Russo

08

Wine waste. La filiera del
vino diventa circolare

Eleonora Fiore

14

Spazi e memorie del
patrimonio industriale
vitivinicolo in Puglia

Raffaella Maddaluno

20

I frantoi ipogei pugliesi
Conservazione e valorizzazione
di una tradizione plurisecolare

Valentina Santoro

30

Il Food design e il progetto del
territorio attraverso l'attività
enogastronomica

Marco Pietrosante

36

Sostenibilità e vino, una
questione di etichetta. Nuove
sintesi comunicative tra
dimensione reale e virtuale

Chiara L. Remondino

SEGNALAZIONI

44

Design. A Love Story
Sette oggetti che hanno
fatto innamorare

Mariacarmela Sorudato

45

Parasuli

Cristina Falsone

46

Tintabrada
Tintura e stampa naturale

Francesca Puglisi

47

Livio Vaccini. Architettura
come costruzione

Tiziano De Venuto

48

La costruzione della
campata in cemento
armato per l'industria

Vito Quadrato

49

Casa degli Artisti

Associazione Culturale
Termini Imerese (PA)

FUORILEZIONE

52

SI 12: Un numero
sperimentale

Noto Wild
a type for nature

53

Historical Heritage and
Archival Sources

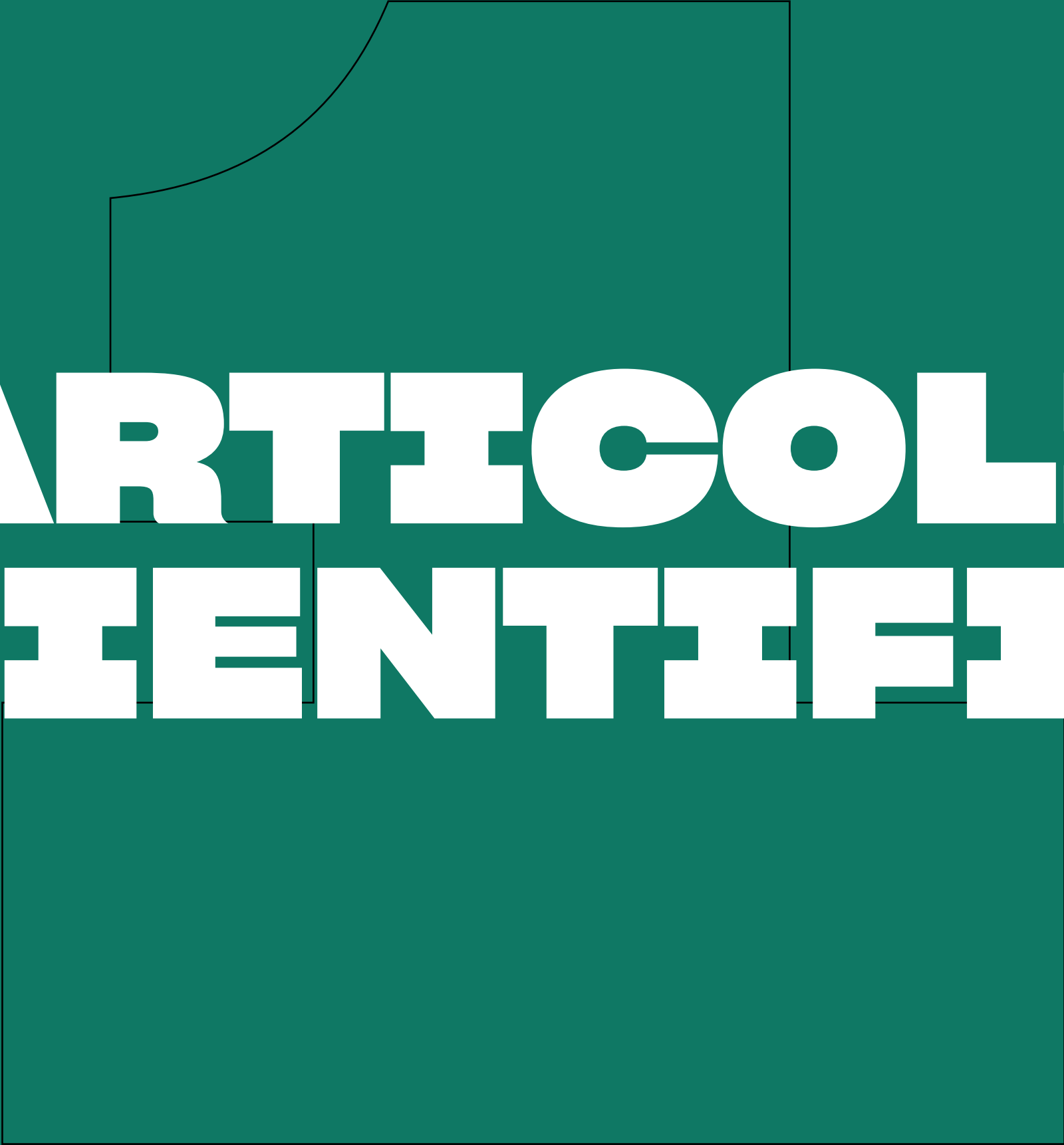
Scritto dal sole
Dove sono finite
le vecchiette

Bari Artigiana

54

Dal manufatto antico
esposto al MANN al
prodotto di design
contemporaneo

La bellezza nei sensi
Universal tableware per
Danese



ARTICOLI SCIENTIFICI

Wine waste. La filiera del vino diventa circolare

This contribution provides a brief overview over the wine supply chain (viticulture and winemaking) and its waste - intended as by-products - listing potential and critical aspects of wine outputs. InnovaEcoFood project developed within the regional funds POR-FESR of the Piedmont Region is taken as an application case study showing the systems deriving from those outputs. Finally, the communication aspects are identified, from the branding of the project to the strategies employed - including the packaging of the products obtained - as a vehicle for promoting the aspects of sustainability and the values of the system.

Key-words: Systemic Design, wine by-products, marcs, branding, packaging

Eleonora Fiore

1. Introduzione

La viticoltura italiana si sviluppa in ambienti estremamente diversificati, dalle pianure costiere fino a notevoli altitudini e pendenze, caratterizzando il panorama al punto da annoverare i paesaggi vitivinicoli di Langhe-Roero e Monferrato tra i 53 siti italiani Patrimonio UNESCO. Il Piemonte è la seconda regione per produzione di vini DOP (2,4 milioni di ettolitri), dopo il Veneto (7,3 circa) e vanta una grande tradizione legata alla viticoltura e alla vinificazione. Si producono soprattutto rossi, di alta qualità, DOC e DOCG. La viticoltura e la vinificazione italiana presentano una diffusione capillare e interessano in modo rilevante tutte le regioni. La produzione di uva in Italia ammonta a circa 75 milioni di quintali, mentre la produzione di vino si attesta sui 54 milioni di ettolitri.

L'Unione Europea nel suo complesso produce circa 167 milioni di ettolitri [1].

Strettamente correlata alla produzione di vino, vi è la produzione dello scarto del vino che chiameremo output di processo o sottoprodotto. Considerare la natura e la composizione dei sottoprodotti organici e degli output generati durante il processo di vinificazione è di fondamentale rilevanza per comprendere il potenziale valore aggiunto che può derivare dall'impiego di tecnologie innovative nel processo. La valorizzazione dei sottoprodotti agricoli rappresenta ancora una grande sfida, soprattutto su piccola scala, nelle aree rurali. Questi output di processo sottendono un grande potenziale per la generazione di prodotti ad alto valore aggiunto.

2. Gli output della filiera

Sebbene la composizione delle uve sia soggetta a diversi fattori climatici o viticoli, gli output della filiera vitivinicola si possono suddividere in:

- Residui di coltivazione (tralci, potature e raspi);
- Residui organici della vinificazione (vinaccioli, bucce d’uva, vinacce, fecce e residui);
- Acque reflue che contengono residui solidi di lavorazione (semi, bucce ecc.), tracce di prodotti utilizzati nel trattamento del vino (chiarificanti) e residui di prodotti per la pulizia e la disinfezione.

I residui legnosi dei vigneti vengono spesso bruciati per evitare la trasmissione di patogeni di anno in anno. I rifiuti della vinificazione sono solitamente destinati alla distillazione o pressati e smaltiti in discarica. I componenti delle acque reflue sono elementi facilmente biodegradabili, ad eccezione dei polifenoli (Fiore et al., 2020).

2.1 Impiego attuale dei sottoprodotti

Per quanto riguarda i residui solidi (viticoltura, raccolta e vinificazione), la materia organica viene generata dal vigneto fino alla fine del processo quando il vino viene imbottigliato. In questa sede tratteremo un solo output di processo, le vinacce. La vinaccia è un sottoprodotto stagionale; viene prodotto da fine agosto a fine settembre, dopo la pigiatura. Le vinacce vengono conferite alle aziende di distillazione da settembre in poi immagazzinandole e lavorandole durante tutto l’anno. La vinaccia ottenuta dalla cantina può essere ‘fermentata’ o ‘vergine’ (dette anche ‘dolce’). Dopo la pigiatura, nei vini bianchi e rosati, le restanti parti solide sono vinacce non fermentate, un impasto ad alto contenuto di umidità, ricco anche di zuccheri (circa 14%). Nella lavorazione del vino rosso, invece, si producono vinacce fermentate, in quanto la vinaccia rimane a contatto con il mosto per almeno 5/6 giorni, permettendo ai lieviti di riconvertire gli zuccheri in alcol. Le vinacce vergini (o dolci) non hanno ancora subito la fermentazione e derivano dalla lavorazione del vino bianco/rosato, in cui le bucce e i vinaccioli vengono separati dal mosto prima della fermentazione alcolica. Dopo la distillazione si ottiene una tipologia di vinaccia completamente diversa, che varia notevolmente soprattutto nelle proprietà organolettiche.

La resa ha una composizione chimica variabile anche in funzione di altri fattori, quali l’andamento stagionale, il luogo di provenienza, la varietà di uva, l’epoca della vendemmia e le diverse tecniche utilizzate nella vinificazione. Tra gli usi alternativi alla distillazione annoveriamo:

- lo spargimento diretto sul terreno;
- il compostaggio e successivo uso agronomico;
- biomassa per la produzione energetica;
- l’uso farmaceutico e/o cosmetico;
- l’uso alimentare, con l’estrazione di enocianina;
- l’uso zootecnico, nella preparazione di diete animali, mangimi;
- la produzione di materiali a base di tannino;
- tintura tessile.

La vinaccia contiene anche i semi (vinaccioli) che possono essere separati successivamente mediante essiccamento e centrifugazione. Tra le principali criticità del processo annoveriamo che le vinacce, le bucce, i raspi e i vinaccioli dell’uva sono attualmente destinati alla distillazione, dove perdono le qualità organolettiche che ne permetterebbero il riutilizzo nel settore alimentare.

2.2 Potenziale e scalabilità

I residui della filiera del vino rappresentano una fonte significativa di sostanza organica, polifenoli, azoto, macro e oligoelementi. Secondo la normativa vigente, i sottoprodotti della vinificazione sono soggetti a modalità di gestione che, con tempistiche definite, prevedono l’obbligo della consegna totale o parziale alla distilleria, o il loro riutilizzo controllato per usi alternativi, principalmente nel settore dei mangimi. Infatti, attualmente, la vinaccia viene solitamente venduta alle grandi distillerie che immagazzinano il prodotto. Quindi si eseguono classificazioni, separazioni e distillazioni. Dopo la distillazione, il restante (buccia) ha un mercato per l’utilizzo di mangimi di circa 200,00 €/ton, mentre i vinaccioli possono raggiungere i 500,00 €/ton.

Sistemi innovativi e sostenibili per la gestione di questo tipo di rifiuti come risorse preziose rappresentano un’opportunità per l’Italia in termini di riduzione degli impatti ambientali e creazione di nuovi posti di lavoro. Sulla base di una stima effettuata in Piemonte, il 5% del vino italiano proviene da cantine che producono annualmente non più di

25 hL, che non sono tenute a consegnare le vinacce in distilleria né ad usi alternativi. La quantità nazionale di residui è stimabile in circa 7,5 milioni di quintali di vinacce e 2,5 milioni di quintali di vinaccioli. Il potenziale della Regione Piemonte di vinacce e fecce disponibile ogni anno, invece, è stimabile in 0,4 milioni di quintali di vinacce e 0,2 milioni di quintali di vinaccioli.

3. Il progetto InnovaEcoFood (IEF).

Dal rilievo olistico alla modellazione del sistema

Il progetto IEF indaga lo sfruttamento delle vinacce e della lolla di riso che sono sottoprodotti delle filiere del vino e del riso (Fiore et al., 2020), applicando il design sistemico per la produzione di farine e molecole ad alto valore aggiunto dagli scarti del riso e del vino per uso alimentare. Il progetto, tramite il rilievo olistico delle filiere delle due filiere, ha identificato un modello sistemico in grado di sfruttare i relativi sottoprodotti evitando il downcycling. Sono stati individuati diversi possibili modelli sistemici, vale a dire alternative che creano sistemi aperti sfruttando i sottoprodotti sopra menzionati, coinvolgendo diversi settori industriali e diversi stakeholder. Nel progetto ci si è concentrati sui sottoprodotti della vinificazione, senza considerare i residui del campo. Pertanto, dall’analisi effettuata tramite sopralluoghi presso la cantina astigiana Bocchino (www.vinibocchino.it) e supportata da alcune evidenze in letteratura la produzione di 1 kg di uva da vino genera circa 100 g di vinacce e fino a 60 g di vinaccioli che possono essere sfruttati.

Il modello sistemico finale proposto dal progetto IEF ha studiato la produzione della farina di vinaccia, farina di lolla di riso e burro di lolla di riso e il loro utilizzo nei prodotti alimentari da forno (Castiglione, Fiore, 2022).

Dal progetto è altresì emersa una generale necessità di aumentare la consapevolezza del potenziale utilizzo delle materie prime seconde, soprattutto nel settore alimentare.

3.1 La strategia comunicativa

La comunicazione di un progetto complesso come IEF – e dei progetti di ricerca in senso lato – è stata oggetto di studi approfonditi al fine di individuare i canali appropriati, il tone of voice adatto ad abbracciare la coesistenza di un’anima scientifica,

tecnica e industriale e una divulgativa, accattivante. L’identità visiva scelta per il progetto IEF è stata sviluppata nell’ambito della tesi triennale in Design del Politecnico di Torino sviluppata da Simone Fiorillo. L’obiettivo era esteso alla comunicazione della ricerca scientifica in ambito food, e il progetto IEF costituiva il caso studio applicativo. Servendosi di metodi di analisi testuale (world cloud, mappe concettuali), è stato individuato come obiettivo la trasformazione degli scarti delle aziende vitivinicole e risicole Piemontesi in valore. Perifrasando, si è scelto di enfatizzare «l’output che diventa risorsa e quindi input in un’ottica di scarto zero». L’individuazione di alcune parole chiave quali “scarto zero”, “estrazione”, “lavorazioni” “connessioni”, “scarti”, “output”, “molecole”, “risorse”, “valore”, “circolarità”, ha infine permesso la concettualizzazione del logo per il progetto IEF. Si tratta di un logo «che rimanda al percorso, che dallo scarto, grazie a lavorazioni di riduzione, produce molecole che diventano risorse da reimmettere nel ciclo produttivo in un’ottica di Circular Economy, creando connessioni al fine di dare vita ad un network». È stata privilegiata la rappresentazione grafica dell’acronimo del progetto – divenuto brand del progetto – che ammetteva una declinazione maggiore rispetto alla parola estesa. E così, il puntino della “i” si è trasformato in molecola e il corpo delle lettere è divenuto lo strumento di lavorazione. Il puntino si immette come scarto nella lettera i, diventando risorsa (molecola) in uscita, richiamando i capisaldi del Design Sistemico, dove non esistono output, ma solo nuovi input (Bistagnino, 2011).

Il logo si declina in due forme: la prima estesa, adatta per supporti digitali e cartacei con spazi ampi, la seconda, ovvero l’acronimo, è invece adatta ai supporti di dimensioni ridotte, quadrati o tondi e si presenta in due versioni: a colori, con un gradiente nelle lettere che compongono l’acronimo e in bianco e nero. L’identità visiva di IEF include un pattern che rende le superfici vuote elementi visivamente suggestivi. Lo scopo del pattern è puramente decorativo e ha trovato impiego nel packaging dei prodotti del progetto. Il logo è stato sviluppo di un’immagine coordinata e una comunicazione forte, efficace e identitaria.

3.2 Il packaging

Il progetto IEF prevedeva un work package dedicato allo studio del packaging che, insieme a quello sullo studio della filiera con approccio sistemico, sono stati oggetto di studio del gruppo di ricerca di design. Lo studio del packaging ha visto il disassemblaggio (Fiore, Barbero 2016) e studio dei prodotti con la metodologia di analisi sviluppata dall'Osservatorio OEP (Pereno et al., 2022; Barbero, Tamborrini 2012 e 2018), l'organizzazione di un workshop da parte dell'Innovation Design Lab, a cui hanno preso parte studenti triennali e magistrali divisi in gruppi eterogenei, e una tesi nell'ambito della Laurea Magistrale in Design Sistemico del Politecnico di Torino da parte di Luigi Di Paolo. Lo studio ha previsto l'individuazione di una modalità di confezionamento ad hoc dei prodotti alimentari (crema spalmabile, cracker, taralli) e la comunicazione dei valori del progetto tramite il supporto visivo dell'etichetta. Lo studio del packaging si è pertanto articolato secondo due direttive. La prima ha indagato con un panel di utenti gli aspetti formali e funzionali servendosi di modelli bianchi e la seconda si è incentrata sulla comunicazione, applicata a packaging standard (buste e barattoli). I concept emersi dal workshop InnovaEcoPack sono stati elaborati tramite focus group con panel di consumatori e la progettazione iterata nel corso della tesi magistrale di Luigi Di Paolo [2].

Data la stringente normativa in materia di imballaggi, le tempistiche di chiusura del progetto e la sopravvenuta emergenza sanitaria, si è optato per la produzione delle etichette standard. Pertanto, il packaging ha previsto la creazione di buste di cracker e taralli e barattoli di crema spalmabile con la progettazione delle relative etichette, che sono poi state prodotte in due varianti, per testare la gradevolezza del prodotto e raccogliere feedback sulla sua percezione. La prima variante riprende l'identità grafica delle gocce che si fondono e la seconda si ispira al pattern generato dal lettering del logo IEF. Il confezionamento dei prodotti, avvenuto impiegando packaging standard, ha reso esecutiva la sola componente di comunicazione. Il progetto è risultato vincitore dell'ADI Design Index 2021 nella categoria "Ricerca per l'impresa" [3].

4. Conclusioni

Il progetto ha dimostrato come la competitività delle aziende può essere migliorata attraverso l'impiego del Design Sistemico, utilizzando le ultime tecnologie per valorizzare le qualità non sfruttate dei rifiuti agricoli, dei processi produttivi e di trasformazione, per ottenere benefici ambientali, economici e sociali. L'inserimento tecnologico in un settore importante come quello della coltivazione dell'uva e della vinificazione rappresenta un obiettivo da perseguire per aumentare la resilienza economica regionale e nazionale. Il progetto ha messo a sistema competenze multidisciplinari che vanno dal design sistemico all'ingegneria chimica, dalle scienze e tecnologie alimentari alla comunicazione, con l'obiettivo di sviluppare linee guida che possano divenire traccia per una produzione sostenibile ed efficiente. Rendere una filiera produttiva storicamente e culturalmente riconosciuta parte di un sistema risulta rilevante perché da un lato mira a ridurre al minimo l'impatto dovuto allo smaltimento degli output e dall'altro sviluppa innovazioni resilienti, sostenibili e competitive con forti ricadute sull'economia, sulla società e sulla cultura attivando relazioni con il territorio stesso. Il progetto IEF sperimenta la produzione di farine per l'alimentazione umana e l'estrazione di olii e molecole ad alto valore aggiunto dalle matrici vegetali delle due attività agricole, attraverso l'impiego di processi meccanici e chimici che prevedono il frazionamento e la micronizzazione dei sottoprodotti e l'estrazione delle sostanze attive contenute in essi. Dalla sperimentazione di questi ingredienti innovativi sono nati nuovi prodotti come cracker, taralli e creme spalmabili, ricchi di significati e valori che hanno richiesto lo sviluppo di una comunicazione adeguata in grado di valorizzare non solo il prodotto finale, ma soprattutto il processo a monte. La comunicazione è divenuta il veicolo di educazione nei confronti del consumatore, a partire dalle proprietà forse ancora poco conosciute dei singoli ingredienti, fino ad una più ampia conoscenza e consapevolezza della sostenibilità del territorio e del suo sistema.

1 Commissione Europea – Wine https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/plants-and-plant-products/plant-products/wine_en
2 Tesi di laurea Magistrale in Design Sistemico "Il packaging come strumento per la valorizzazione dei prodotti alimentari: il caso studio

InnovaEcoFood e la progettazione di salse e prodotti da forno provenienti da scarti di filiere di riso e vino".
3 ADI Design Index - progetto InnovaEcoFood https://www.adi-design.org/2021_i00844

REFERENZE BIBLIOGRAFICHE

– Bistagnino Luigi, Design sistemico: progettare la sostenibilità produttiva e ambientale, Bra, Slow Food, 2011
– Barbero Silvia, Tamborrini Paolo, "Observatory of Eco-Pack. Research and Teaching Exchange field", 3° International Forum of Design as a Process. Latin Network for the Development of Design as a Process, 2012, pp. 113-113
– Fiore Eleonora, Barbero Silvia, "Assessment tools for disposable and long durability products", in Stefan Badura, Michal Mokrys, (a cura di), Proceedings of the 4th International Virtual Conference on Advanced Scientific Results, Zilina, EDIS, 2016, pp. 228-233
– Barbero Silvia, Tamborrini Paolo, "Osservatorio Eco-Packaging (OEP): un mix di ricerca, didattica, progettazione e comunicazione", in Silvia Ferraris, Andrea Vallicelli (a cura di), Microstorie di didattica del progetto, 2018, pp. 389-399
– Fiore Eleonora, Stabellin Barbara., Tamborrini Paolo, "A systemic design approach applied to rice and wine value chains. The case of the InnovaEcoFood project in piedmont (Italy)", Sustainability 12 (21) 9272, 2020
– Castiglione Claudio, Fiore Eleonora, "Sustainable production networks: A design methodology based on the cooperation among stakeholders", Journal of Cleaner Production Vol. 362. Article 132308, 2022
– Pereno Amina, Fiore Eleonora, Tamborrini Paolo, Barbero Silvia, "Circular Perspectives in Design Education: Packaging Disassembly as a Tool for Enhancing Critical Thinking", Diid — Disegno Industriale Industrial Design, (75), 12, 2022

Spazi e memorie del patrimonio industriale vitivinicolo in Puglia

Between 1860 and 1890, Apulia played a strategically important role on the wine-producing front, following the attack on French vineyards by the phylloxera aphid. The demand for blended wines increased and the response of Apulian agriculture was to build a large number of wineries that represented the vanguard in wine production. This meant that the ancient periphery of Italy, Apulia, became one of the places of choice for industrialists from northern Italy and the French. This text will recount the story of the Folonari brothers from Brescia in their contribution to the construction of new economic and territorial identity for this region.

Key-words: Apulia, Folonari brothers, phylloxera, periphery, wineries

Raffaella Maddaluno

Il lontano mezzogiorno

Se dovessimo scegliere un termine da attribuire ad ogni rappresentazione spaziale dell'Italia del Mezzogiorno, non potremmo che adottare perifericità, come suggerisce Carmine Donzelli nel suo saggio (Donzelli, 2002, XVII).

Perché nel momento in cui si entra nel mondo semantico del termine periferia, inevitabilmente si è portati a considerare i suoi impliciti significati: faticosa distanza da un centro che appare strategico, irrimediabile marginalità, arretratezza, lentezza, ritardo. E anche quando l'idea di "centro" si frammenta o si struttura, trasformandosi in pluralità sistemica, reticolare, se associato al Mezzogiorno, continua a mantenere la sua connotazione di periferia. Come continua Donzelli, la "distanza dal mondo" è una delle rappresentazioni

mentali archetipiche dell'universo meridionale, una sempre attuale metafora, che trasferita sul piano spaziale si tramuta in una faticosa distanza da percorrere, un irrisolvibile divario da colmare (Donzelli, 2002, XVIII).

Ancora, si riesce ad associare al termine distanza, anche l'idea di passaggio, transito, attraversamento, caratteristiche che però applicate al Mezzogiorno, lo definiscono come una specie di inciampo sulla via di comunicazione tra confini limitrofi, che nella migliore delle ipotesi è una specie di barriera che va fisicamente superata. La marginalità del Mezzogiorno si associa ad una centralità, antica e indiscutibile del Mediterraneo. Se risaliamo all'immagine disegnata da Braudel, che descrive la penisola italiana come una stretta diga tra le due metà di mare, dove la parte meri-

dionale rappresenta una difficoltà frapposta dalla natura dinanzi ai movimenti umani da est a ovest o da ovest a est, via terra e via mare, allora l'idea di "inciampo fisico" rafforza ancora di più i suoi contorni (Braudel, 1976, pp. 129-130). Dunque qualsiasi tentativo di collegare i due bacini, che presi in sé hanno potuto sviluppare una forte circolazione di esperienze e mescolanza di popolazioni, diventava una avventura, secondo questa visione. I due bacini come afferma Donzelli, in realtà comunicavano, erano legati in qualche modo, ma tendevano a organizzarsi in circuiti chiusi (Donzelli, 2002, XIX). In realtà, varrebbe la pena andare alla ricerca di alcuni episodi della storia del Mezzogiorno, che in qualche modo abbiano rappresentato una alternativa a questa visione di ineludibile periferia del Meridione di Italia. La vicenda che si cercherà di analizzare in questo testo costituisce un esempio di come in un determinato periodo storico, a seguito di alcune specifiche circostanze, questa periferia ha rappresentato il centro di interessi economici europei.

Il dibattito economico e il contesto vitivinicolo

Alla vigilia dell'Unità d'Italia il Meridione continua ancora a scontare il prezzo di un forte isolamento, proprio a causa della carenza di vie di comunicazione. Nel 1861 il Regno d'Italia disponeva solo di quattro strade nazionali nella sua sezione meridionale, dal Tronto a Napoli, da Terracina a Napoli, da Napoli a Reggio, da Napoli a Bari e Lecce, tutte in condizioni proibitive; ma la carenza più endemica, all'appuntamento con l'Unità d'Italia, era quella delle linee ferroviarie: solo 126 km di linee, rispetto alle 809 del Piemonte e le 610 del Lombardo-Veneto [1].

Ci furono, però, condizioni economiche che indussero, in qualche misura, ad alterare l'isolamento geografico del Mezzogiorno e a inserire elementi di complessità nella sua conformazione urbana, come per esempio l'impianto sempre più strutturato delle ferrovie, i cui perni principali del traffico non sempre coincidevano con quelli del sistema amministrativo, privilegiando gli assi longitudinali del perimetro costiero e arricchendo la centralità di città marittime come Bari. Quest'ultima divenne il punto di riferimento di sistemi mercantili integrati (porto-ferrovia), perché convogliava

lungo la linea adriatica, in direzione dei mercati settentrionali, i prodotti dell'agricoltura specializzata (Barone, 1998, p. 119) È nota l'importanza delle esportazioni agricole, favorite dai trattati di commercio, nei primi decenni dopo l'Unità, ed è importante sottolineare come le trasformazioni fondiarie del vigneto e dell'oliveto abbiano definito un nuovo rapporto tra città e campagna, cambiando i contorni del paesaggio agrario. I paesi pugliesi dell'olio e del vino assumono in maniera graduale una conformazione complessa, diventando centri per la trasformazione dei prodotti e di organizzazione commerciale, al servizio di una campagna "ricca". Quest'ultima non è più subordinata alla prima e insieme cominciano a tessere una relazione simbiotica, funzionale alla produzione e alla commercializzazione di prodotti come olio, vino, cereali. Si costituiscono, così, delle vere e proprie centralità produttive organizzate, che consentono di allontanare il giudizio di un Sud d'Italia subordinato a un Nord egemonico.

La Puglia nella sua nuova connotazione strategica

La Puglia tra il 1860 e il 1890 riveste un ruolo di strategica importanza sul fronte vitivinicolo, a seguito dell'attacco ai vigneti francesi da parte dell'afide della fillossera. La conseguenza immediata fu che la domanda di vini da taglio aumentò e la risposta dell'agricoltura pugliese fu immediata. A supportare questa trasformazione, che investì il paesaggio agrario della regione, arrivò il contratto commerciale che l'Italia stipulò con la Francia il 17 gennaio 1863 [2], che spinse gli agricoltori pugliesi ad attuare alcune importanti trasformazioni ai loro terreni, come: coltivare a vigneto le terre incolte, a convertire parte di terreni precedentemente coltivati a oliveti e seminativi e, soprattutto a bonificare vaste zone paludose (Covino, 2003). La richiesta di vini da taglio da parte della Francia, però, diminuì quando quest'ultima iniziò a impiantare di nuovo i vitigni devastati dalla fillossera su piedi di vite americane, inducendo l'Italia ad accettare nel 1881 un trattato più restrittivo sulle importazioni di vino. Nella necessità di cambiare strategia e cercare nuovi mercati in grado di sostituire quello francese fu scelto quello austroungarico, decisione favorita dalla firma dei trattati commerciali con l'Austria-Ungheria e con la Germania [3].

A questi accordi seguì un periodo di tranquillità commerciale, che non migliorò, però, la vita dei piccoli produttori pugliesi, i quali, non riuscendo a vendere il loro vino da taglio, furono costretti a convertire le loro piccole proprietà nella coltivazione del tabacco. Il reimpianto delle barbatelle, a seguito della fillossera, durò fino al 1930. Dopo la prima guerra mondiale, la produzione e il commercio vinicolo, che tra il 1915 e il 1918 avevano subito un notevole arresto, ripresero a pieno ritmo e numerosi nuovi stabilimenti si affiancarono a quelli già esistenti (Lagosta, 2001). Tuttavia, non fu più possibile raggiungere i livelli delle esportazioni di vino registrati in passato: lo scenario internazionale era cambiato, si era attuata una più rigida politica fiscale per i viticoltori, le infrastrutture regionali erano divenute precarie, vi era un esubero del prodotto e una mancanza di assistenza da parte dello Stato. La crisi del vino si accentuò negli anni trenta, tanto da rendere urgente l'attuazione di una normativa per l'istituzione obbligatoria dei Consorzi di tutela dei vini tipici, impedita dall'inizio della seconda guerra mondiale (Monte, 2008).

L'architettura della produzione vinicola: la ditta dei Fratelli Folonari

Il risultato di questo dinamismo economico e produttivo, fu la costruzione sul territorio pugliese di un elevato numero di cantine vinicole che in molti casi, rappresentavano l'avanguardia in campo enologico. Inoltre i nuovi stabilimenti stabilirono un rapporto di simbiosi funzionale con le ferrovie, facendo sì che ogni edificio industriale assumesse, rispetto alla città consolidata, il ruolo di una vera e propria "porta visiva". Questo fece in modo che, l'antica periferia di Italia, la Puglia, diventasse uno dei luoghi di elezione, per l'approdo degli industriali dell'Italia settentrionale e dei francesi. In poco più di tre decenni vennero costruite imponenti strutture. Le prime furono quelle delle ditte Lemarchand-Picaut, Giuseppe Auverny, Marstaller, Hausmann & C., Schermut & C., Perlier & Giran poi Gaston Giran, Simone Skermont, Gusmann & Mannarini, Giulio e Giovanni Ferrario di Legnano, Ambrogio Zonda di Milano, Bernardino Martini di Pradlevés di Cuneo, Folonari di Brescia, Camillo Scaler di Gressoney Saint Jean (Aosta), Eggimann (Monte, 2011, pp. 26-30).

Negli stabilimenti vinicoli, destinati ad essere le filiali delle loro cantine enologiche ubicate nelle città di provenienza, si lavoravano le uve delle qualità Negroamaro, Malvasia, Sangiovese e Primitivo di Gioia, e più tardi uve destinate alla produzione di vini bianchi e rosé (soprattutto nei centri di produzione di San Severo, Barletta e Locorotondo) (Mastrolia, 1996, pp. 106-107).

In una complessità di avvenimenti storici che videro la Puglia protagonista nella definizione delle regole dei mercati della produzione vitivinicola assumono un ruolo emblematico le vicende dei fratelli Folonari di Brescia nel loro contributo alla costruzione di una nuova identità economica e territoriale di questa regione (Monte, 2008, pp. 59-80). I fratelli Folonari, originari della città di Edolo, in Valcamonica, da sempre dediti all'industrializzazione vinicola, costruiscono nel 1892 a Brescia uno stabilimento attrezzato con tutti i macchinari più moderni. Le uve, provenienti da diverse regioni, venivano pigiate e i vini, opportunamente tagliati, chiarificati e filtrati, incrementavano un mercato sempre più in crescita, tanto da rendere insufficienti le potenzialità dello stabilimento di Brescia. Dopo un'attenta valutazione della condizione economica e delle potenzialità del territorio italiano, i Folonari decisero di investire nella costruzione di cinque stabilimenti vinicoli in Puglia (a Squinzano e a Galatina nel Salento, a San Severo in Terra di Capitanata e a Barletta e Locorotondo in provincia di Bari) tutti realizzati tra il 1900 e il 1910 [4]. Lo stabilimento di Galatina aveva una vinificazione giornaliera unica in Italia, da 4.000 a 5.000 quintali di uva, con una produzione totale dai 100.000 ai 120.000 ettolitri di vino, durante un periodo di vendemmia di circa 30 giorni. Occupava una superficie di 20.000 metri quadrati e aveva una capienza complessiva, fra recipienti in legno e vasche in cemento vetrate, di 70.000 ettolitri. I macchinari a disposizione (pigiatrici, sgranatrici, pompe, torchi idraulici) erano mossi da varie motrici a vapore e a elettricità, una novità assoluta per il periodo. Dopo solo pochi anni, lo stabilimento risultò insufficiente per soddisfare le richieste del mercato. La necessità di rispondere alla domanda dei compratori nazionali e internazionali spinse la ditta Folonari a costruire uno stabilimento gemello a Squinzano.

In seguito alla chiusura del mercato austro-ungarico, la ditta ritenne strategico iniziare a investire anche nel campo della produzione di vini bianchi; non a caso, furono scelti due centri nevralgici con un’antica tradizione nella vinificazione: Locorotondo in provincia di Bari e San Severo in provincia di Foggia. La produzione esclusiva di vini bianchi, di rosés, di mosti semi fermentati e di filtrati dolci era destinata al mercato svizzero e tedesco [5]. A Locorotondo nel 1909 la ditta costruisce uno stabilimento con macchinari a vapore, come sgranatrici, pompe, ozonizzatori, pastorizzatori, filtri a tela, a pasta e ad amianto, con una modernissima applicazione dell’anidride solforosa liquida. Grazie alla presenza di vasche dalla capacità complessiva di 60.000 ettolitri si riuscivano a lavorare giornalmente 3.000 quintali di uva. L’edificio rappresenta un unicum anche dal punto di vista costruttivo e architettonico. Costituito da spesse murature esterne in pietra calcarea bianca e da archi in tufo per le divisioni degli spazi interni, esso aveva una copertura a capriate in legno che lasciava ampi spazi liberi, adatti per tutte le attività di vinificazione. L’anno successivo i fratelli Folonari inaugurano un edificio gemello a San Severo, con una capacità produttiva di tutto rispetto (50.000 ettolitri) e con macchinari mossi a elettricità e vapore. Dal punto di vista dell’innovazione tecnologica, la ditta Folonari raggiunge la perfezione nel 1910, utilizzando lo stabilimento di Barletta, precedentemente appartenuto alla ditta Pavoncelli e Ferraud di Cerignola. Esso viene scelto per la sperimentazione e l’utilizzo di tecniche come l’applicazione del caldo e l’applicazione del freddo industriale, la concentrazione nel vuoto e la vineria, sistema dell’ingegnere Barbet di Parigi. All’interno dei locali erano impiantati potenti generatori di freddo di produzione tedesca, mossi da motori a gas povero della ditta Franco Tosi di Legnano, i quali consentivano di trattare 1.500 ettolitri di mosto o di vino alla volta. Con l’ampliamento dell’edificio di Barletta, la ditta Folonari comprende ben presto che avrebbe potuto accelerare il suo successo sul mercato vinicolo, producendo vini di imitazione come Porto, Terragona, Xeres, Malaga e Madera. La possibilità di sfruttare le vicine linee ferroviarie conduce la ditta a brevettare degli appositi vagoni su rotaia che, come nel caso di Loco-

rotondo, erano riforniti direttamente dallo stabilimento attraverso un cavidotto interrato [6]. I cinque grandi edifici vinicoli si impongono immediatamente non solo nel paesaggio, ma anche nella memoria dei lavoratori. Le costruzioni Folonari emergevano con il proprio stile e la loro immagine, contribuendo a costruire la forma della città e offrendo ai compratori una garanzia di modernità e affidabilità. La razionalità degli spazi, dovuta ad una attenta organizzazione delle fasi di lavorazione e produzione del vino, conferiva agli edifici un rigore austero che aumentava la loro imponenza all’interno della città; anche nell’utilizzo dei materiali era chiara la volontà di seguire una sobrietà costruttiva: si preferivano materiali come il mattone, il tufo e la pietra calcarea, che garantivano un alto grado di pre-fabbricazione e la possibilità di reiterare i modelli edilizi. Il disegno degli elementi decorativi era asciutto, severo, ma pur sempre identificabile in uno stile. Le licenze architettoniche erano concesse soltanto alle residenze private della famiglia Folonari, previste in ognuno dei cinque impianti industriali. I Folonari, dunque, propongono un modello imprenditoriale razionale, ripetibile, con il quale ci si poteva relazionare da una posizione di subordinazione, sebbene per l’epoca essa rappresentasse una condizione lavorativa ideale per la popolazione locale. Quando la famiglia Folonari ritenne non più remunerativa la sua presenza sul territorio pugliese abbandonò gli edifici vinicoli che, nella maggioranza dei casi (tranne quello di Locorotondo, che dopo alterne vicende continua la sua attività vinicola con il nome di Cantina del Locorotondo), oggi versano in condizioni di abbandono e di estremo degrado [7].

Una auspicabile non conclusione

Il presente testo fa parte di uno dei risultati di un progetto di ricerca dal nome Memorie di Vite. Il progetto é nato dalla volontà di valorizzare un patrimonio storico, costruttivo e produttivo, raccontandone le memorie. La ricchezza dei dati, frutto della ricerca di archivio e di campagne di rilievo sul campo, hanno suggerito di quanto sia diventata fondamentale, oltre che auspicabile, la definizione di un programma di salvaguardia, tutela e valorizzazione di questo patrimonio, secondo le prospettive che emergono dal progetto di ricerca

Memorie di vite, basato su un lavoro di rielaborazione dei dati raccolti. Parte di questa rielaborazione dati, é stata la redazione delle schede di catalogazione scientifica, per ogni cantina vinicola scelta e studiata. Le relative schede hanno permesso di ricostruire il volto architettonico di ogni singolo edificio e la sua “memoria storica”, la ricostruzione grafica e per alcuni casi emblematici la ricostruzione virtuale.

Tutta la documentazione reperita e le successive rielaborazioni saranno inserite in una piattaforma multimediale prevista nel Centro di documentazione sull’industria vinicola e patrimonio industriale in Puglia, con sede presso le cantine di Santa Barbara di San Pietro Vernotico [8].

1 Anche se le prime linee ferroviarie vengono costruite nel terzo decennio del XIX secolo, il nucleo principale del sistema ferroviario europeo viene impiantato nel 1850-1870, quando la lunghezza complessiva della rete passa da 23.000 a 105.000 chilometri, con una concentrazione nei paesi più industrializzati: Inghilterra, Belgio, Francia, stati tedeschi. Successivamente, vengono raggiunte dalla strada ferrata le nazioni centro-orientali (Austria, Ungheria e Russia) e poi la fascia peninsulare mediterranea (Italia, Spagna, Portogallo, Grecia).

2 Il 12 febbraio 1863 il ministro degli affari esteri italiano, Pasolini, presenta alla Camera, per la conversione in legge, una convenzione di navigazione e un trattato di commercio sottoscritti a Parigi il 13 giugno 1862 e il 17 gennaio 1863.

3 L’Italia firmò i relativi trattati commerciali, rispettivamente, il 6 dicembre 1891 e il 19 aprile 1892.

4 In un articolo de «Il Sole» di Milano del 9 dicembre 1910 si legge: «la Ditta Folonari comprese perciò subito la necessità di mettersi in condizioni di produrre forti quantità di vini perfetti, [...]. I componenti della Ditta, sia profittando dell’esperienza propria, sia consultando i più celebri professori di enologia italiani

e stranieri, e più ancora visitando i primari recentissimi stabilimenti vinicoli della Francia, dell’Algeria, della Spagna, della Grecia e del Portogallo, acquistarono tale pratica e tali cognizioni da poter costruire a Galatina (in provincia di Lecce) un grandioso Stabilimento dove si introdussero tutte le innovazioni della moderna enologia [...], (Bertarelli, 1911). **5** Per restituire la misura dell’importanza delle due città in campo vitivinicolo basti pensare che a San Severo, nei primi decenni del 1900, si contavano, tra cantine a produzione artigianale e stabilimenti vinicoli e di distillazione, circa 500 edifici; intervista a Vittorio Russi, storico locale, San Severo 15 novembre 2010.

6 «[...] da informazioni sicure assunte mi consta che la Ditta ha raggiunto una potenzialità di commercio annuale di 400.000 Ettolitri di vino, cifra invero impressionante, ma che non meraviglierà coloro che sanno la potenzialità di espansione della Ditta Folonari nel commercio vinicolo italiano. Basta infatti viaggiare in ferrovia per vedere nelle principali stazioni “vagoni-serbatoi” da vino con iscrizione “Fratelli Folonari”. La Ditta possiede cento di tali vagoni-serbatoi propri, fatti costruire espressamente, e della capacità di 150 ettolitri ciascuno. È noto poscia che la Ditta Folonari è riuscita

da due anni sola fornitrice di tutta la R. Marina italiana da guerra, e che anche fornitrice dell’Unione Militare per rilevanti quantità. È noto altresì che molti degli Ospedali ed Istituti di beneficenza, come pure le più importanti Cooperative di consumo sono forniti con vini Folonari», (Bertarelli, 1911)

7 Un particolare ringraziamento va al presidente e a tutti i soci della cantina sociale «Cantina del Locorotondo», per la loro squisita disponibilità e per la collaborazione prestata durante tutte le fasi del rilievo metrico e fotografico e la stesura della scheda di catalogazione scientifica. Un grazie anche a Nicola Colella e a Benedetto Lorusso per le loro preziose testimonianze orali rese il 23 e il 24 maggio 2011.

8 Il progetto di ricerca Memorie di vite: catalogazione scientifica del patrimonio produttivo vinicolo in Puglia, condotto dall’autrice del testo, è stato finanziato dalla Regione Puglia nell’ambito del programma Ritorno al Futuro-Ricerca, avviato 19/2009 e ha avuto come referente il Consiglio Nazionale delle Ricerche-Istituto per i Beni Archeologici e Monumentali (CNR-IBAM) di Lecce, con il tutoraggio scientifico dell’architetto Antonio Monte e il tutoraggio aziendale dell’Azienda vinicola “Cantine Santa Barbara di San Pietro Vernotico” (Brindisi).

I frantoi ipogei pugliesi. Conservazione e valorizzazione di una tradizione plurisecolare

This paper proposes an in-depth study of the values of the material and immaterial culture of Apulia's rock civilisation, with the aim of preserving and enhancing some significant testimonies present in the area, identified in the production system of underground oil mills in the Fasano countryside, which in this specific case are enriched with an additional historical-landscape richness, as they are located along the banks of the blades, which cut across the low-Murgia plateau. These settlements, of very ancient origin, were occupied during the Middle Ages by small farming communities, mainly dedicated to olive growing due to the immediate benefits they brought to the oil production cycle, reaching a more organised configuration at the same time as the development of the system of fortified farms, favoured by the Bourbons, until the more recent abandonment of these hypogeal environments for the shift of production activity to more modern, above-ground constructions, in which new, avant-garde extraction systems were located, in line with post-industrial provisions and the more recent tourist and economic-productive transformations of the area.

Key-words: conservazione, cultura materiale, agro fasanese, frantoi ipogei, civiltà rupestre

Valentina Santoro

Gli studi più recenti sulla topografia storica del territorio di Fasano, a partire dagli anni Ottanta sino agli ultimi aggiornamenti emersi dai progetti di ricerca sulla Civiltà Rupestre, portati avanti dal Centro di Studi Bizantini dell'Università degli Studi di Bari [1], costituiscono un punto di partenza essenziale per gli approfondimenti storico-architettonici che, nel caso specifico stanno riguardando, più da vicino, le problematiche relative alla conservazione e alla valorizzazione degli insediamenti rupestri pugliesi.

Particolare attenzione è rivolta ai frantoi ipogei situati nell'agro di Fasano [2], di cui è in corso un aggiornamento del censimento esistente, a partire dall'elaborazione di nuovi rilievi architettonici realizzati nell'ambito di un Progetto di Ricerca del Dipartimento ArCoD del Politecnico di Bari, avviato nel 2020 e finalizzato alla conoscenza, alla conservazione e alla valorizzazione degli insediamenti rupestri in Puglia, in linea con le attività di catalogazione avviate nel 2008 dal Ministero della Cultura e con gli ultimi orientamenti adottati dalla Regione Puglia, in accordo con le Sovrintendenze territoriali per la tutela dell'habitat rupestre [3].

La ricognizione bibliografica e la consultazione degli archivi delle Soprintendenze, relativamente ai dati condivisi sul portale regionale [4], individua ad oggi 97 località, compresa Fasano, in cui è attestata la presenza di insediamenti rupestri inquadrabili nelle seguenti tipologie: villaggio, santuario, chiesa, ipogeo, complesso produttivo e cripta, per un totale complessivo di oltre 400 insediamenti. Per quanto riguarda Fasano, se ne contano 17, tra villaggi rupestri (Lama D'Antico), cripte (S. Basilio, S. Francesco, S. Giovanni, presso Lama D'Antico, presso Mass. S. Marco, presso Mass. Scirlicchio, in località Facianello, in località Pozzo Faceto, in località Campanella), chiese (S. Nicola, S. Donato, S. Virgilia) e insediamenti monastici (in località: Lamacorna, Coccaro, Laureto, Difesa di Malta). Tra gli ipogei, sono del tutto assenti i frantoi come, tra gli altri già noti, i 12 individuati [5] nell'ambito della presente ricerca presso le masserie: Lamacupa, San Lorenzo, Pettolecchia, Ottava Grande, Scialescia, Brigantino, Torre Longa, Nuova, San Marco, Pezze D'Aglio e Maccarone e Lama del Trappeto. Villaggi rupestri, ipogei, complessi produttivi, cripte, chiese rurali,

santuari compongono l'habitat rupestre pugliese insieme a casali e masserie fortificate che intessono la trama dell'agro di Fasano, scandita dalla piana dell'uliveto secolare e interrotta da solchi carsici alluvionali, detti lame [6], che tagliano trasversalmente l'intero paesaggio murgiano, dall'altipiano verso il mare. Qui, la presenza di acqua e la qualità della calcarenite molto compatta [7] hanno favorito, nel corso di millenni, la creazione di grotte naturali tufacee che, a partire dal Medioevo, sono state occupate da piccole comunità agricole, che hanno riadattato tali spazi alle proprie esigenze, in prevalenza di tipo abitativo e produttivo.

La conoscenza e la tutela dell'habitat rupestre è stata, fino ad oggi, prevalentemente limitata ai manufatti maggiormente considerati a rischio in presenza di elementi decorativi e pittorici di pregio [8], come le chiese rurali del Parco di Lama d'Antico [9], per le quali è stato necessario attivare specifici processi di conservazione per la presenza di numerosi affreschi compromessi dall'umidità e dai fenomeni di degrado conseguenti, trascurando, quasi del tutto, le abitazioni e gli insediamenti produttivi (frantoi, palmenti, concherie, silos ecc.), i cui spazi attestano, di contro, una complessità organizzativa economica, sociale e culturale del vivere in grotta, che meriterebbe di essere conosciuta - per una maggiore comprensione di un fenomeno che interessa l'intero Meridione d'Italia. Tornando al caso in esame, l'acquisizione dei dati derivanti dalle ricerche topografiche e dagli studi archeologici finora condotti sul territorio hanno permesso di avanzare alcune ipotesi sulla trama viaria post-antica, che metterebbe in connessione tra loro gli insediamenti rupestri distribuiti nell'agro fasanese Uggeri, 1978, pp. 115-136; Dalena, 2004, pp. 15-33). In effetti, tali insediamenti mostrano una maggiore concentrazione proprio in corrispondenza delle principali direttrici di traffico e, come ad Altamura sono presenti lungo una diramazione della via Appia (Pupillo, 2004, p. 11), a Fasano in località Lama San Francesco la strada di accesso all'insediamento produttivo ipogeo, in corso di ulteriori approfondimenti, mostra evidenti tracce di carraie che si sovrappongono, per un lungo tratto, alla viabilità più antica [10] che, con andamento E-O, collega l'entroterra all'acropoli di Egnazia.

Sempre nel novero degli insediamenti rupestri esaminati sono attestate nel territorio di Fasano frequentazioni di epoca bizantina e medioevale ad uso funerario e religioso, come nelle più note chiese di Lama d'Antico [11], i cui schemi planimetrici, di chiara discendenza bizantina [12], coesistono con le numerose tracce di pittura rupestre datate all'età medioevale [13], differentemente da quanto si rileva nella vicina Lama Bernardini, dove si sviluppa un complesso di grotte agricole con successive tracce di riuso, o come nel caso di Lama del Trappeto, dove, gli ambienti ipogei rilevati [14], si specializzano in una sequenza di più frantoi, affiancati da spazi abitativi e luoghi di culto non affrescati. Per quanto riguarda le fasi di frequentazione post-antiche sinora note, a partire dal VII secolo nelle grotte lungo le lame sembrerebbe consolidarsi un fenomeno abitativo, già presente, fino al costituirsi di comunità più organizzate, inizialmente laiche, a cui solo successivamente si associano luoghi di culto con funzione religiosa (Calò, Mariani, 2008).

Per quanto riguarda l'uso del suolo a uliveto, invece, tale pratica si intensifica particolarmente tra i secoli XI-XII [15] contestualmente a un progressivo spopolamento dei Casali [16] e prosegue, nei secoli successivi, con l'occupazione dell'agro fasanese da parte di vescovi e abati [17] e da parte delle comunità monastiche che giunte dall'Oriente si appropriano dei villaggi rupestri e delle chiese, mettendo in esercizio i trappeti in grotta, sfruttando e coltivando i terreni agricoli limitrofi.

Allo stato attuale delle ricerche, la ricostruzione delle fasi cronologiche di questi siti, risulta limitata dalla scarsità di indagini sistematiche finora condotte e dall'insufficiente documentazione disponibile, costituita soltanto da sporadici ritrovamenti, che rendono difficoltosa una lettura organica del paesaggio rurale altomedioevale. Sembra però plausibile affermare che il villaggio in grotta funzioni per lungo tempo, parallelamente allo sviluppo dei Casali [18], in quanto dal punto di vista abitativo ed economico-produttivo questo tipo di comunità possiede una molteplicità di vantaggi, quali: la disponibilità di risorse idriche, la prossimità alla viabilità principale, la presenza di terreni fertili e la disponibilità di impianti produttivi. Nel contesto del meridione d'Italia, i frantoi

ipogei e semi-ipogei presenti nel territorio di Fasano conservano nel tempo la loro vocazione produttiva, analogamente a quelli più indagati presenti in Terra d'Otranto realizzati tra il Quattrocento e la seconda metà dell'Ottocento [19]. Grazie alla qualità topografica, geologica e ambientale del paesaggio pugliese gli ambienti ipogei possono assicurare, in generale, buone condizioni di ventilazione [20] e una temperatura media ideale, mai inferiore ai 15°, che rende gli spazi in grotta naturalmente adatti alle esigenze dell'olivicoltura [21]. Tuttavia, con l'affinamento dei processi produttivi, l'estrazione dell'olio in grotta comportò, non soltanto il riadattamento degli spazi preesistenti, secondo una precisa sequenza delle operazioni (raccolta, pesatura, stoccaggio, lavaggio, estrazione, confezionamento e conservazione), ma anche lo sviluppo di tecniche e attrezzature estrattive rimaste sostanzialmente immutate nel corso dei secoli. Sotto questo aspetto, il cotesto di Fasano conserva significative attestazioni, a partire dai sistemi tradizionali più antichi, azionati mediante forza animale o a braccia, agli impianti oleari post-industriali, inizialmente attivati con energia a vapore e, in seguito, tramite motori idraulici, sino ai più moderni impianti a energia elettrica dotati di attrezzature all'avanguardia, che testimoniano, in ogni caso, la conservazione, nel tempo, di valori identitari di una comunità agricola molto radicata al proprio territorio. È questo il caso, fra gli altri presenti nell'area di riferimento, del frantoio ipogeo di Pezze d'Aglio che, grazie alla costruzione di un nuovo impianto oleario presso la masseria omonima, assicura dal 1909 ad oggi una produzione industrializzata d'olio extravergine, di alta qualità, in continuità con una tradizione pluricentenaria. Qui, le campagne di studio, rilievo e catalogazione stanno mettendo in evidenza un'interessata stratificazione storica da cui emerge un primo uso religioso del sito risalente secondo gli studi archeologici al XIII sec. e un più recente uso produttivo, deducibile dalle tracce "in negativo" sul banco roccioso e dalle attrezzature estrattive, che solo parzialmente si conservano in situ [22], dismesse con gli interventi di restauro del 1896, come dimostrerebbe un'epigrafe riportata sul capitello di una delle colonne realizzate interamente con blocchi di reimpiego, pertinenti proprio al preesistente oleificio.

Tornando al processo produttivo, il rilievo sistematico dei frantoi ipogei ricadenti nell'area indagata ha permesso di risalire alle fasi che caratterizzano l'estrazione dell'olio, a partire dal riconoscimento e dallo studio degli strumenti oleari impiegati fino alla meccanizzazione moderna degli stessi. Dopo la raccolta, che può avvenire secondo metodi diversi [23], la prima operazione riguarda la frangitura delle olive, originariamente realizzata mediante strumenti domestici, quali mortai e pestelli a mano, che già in età romana viene perfezionata con l'utilizzo del trapetum e dalle successive macine in pietra, anch'esse a trazione umana o animale, che attraverso la rotazione di un peso costante (macina attiva) attorno a un albero centrale (macina dormiente) determinano la frantumazione del frutto, evitando l'eccessivo sbriciolamento del nocciolo per salvaguardare la qualità dell'olio stesso. La pasta molita [24], viene raccolta e riposta in appositi contenitori a sacca (fiscoli) realizzati in fibra vegetale a maglia intrecciata che, fungendo da filtro, trattengono la parte solida lasciando fuoriuscire la parte liquida. I fiscoli, di diametro pari all'incirca 50-60 cm, vengono disposti l'uno sopra l'altro, talvolta separati da un disco intermedio, e schiacciati mediante l'uso di apposite presse [25] fino alla fuoriuscita del mosto (fase di premitura)[26] che, attraverso una canalina in pietra realizzata alla base del torchio (70-80 cm), viene convogliato in una o più vaschette di decantazione (70-80 cm) dove, per differenza di densità, avviene la naturale separazione dall'acqua di vegetazione (fase di decantazione), che resta sul fondo, dell'olio vero e proprio che, galleggiando in superficie, può essere raccolto e stoccato in appositi contenitori adatti alla conservazione. Oltre alle numerose pietre molari, si conservano nei frantoi i resti dei torchi. Un'alternativa alla "pressa a leva" usata in età antica e tardo antica [27] è il "torchio a vite diretta", in uso sin dall'antichità [28], la cui tipolo-

gia permane fino all'età moderna e si riscontra in tutti i frantoi ipogei fasanesi secondo i modelli di derivazione del torchio a due viti "alla calabrese" e del torchio a una vite "alla genovese", che a partire dal XVIII sec. sostituisce o, meglio, integra la fase estrattiva nei frantoi pugliesi, che diversamente da altri contesti del Nord Italia (Guccini, 2021) conservano i torchi più antichi fino alla dismissione della produzione in grotta. Il torchio alla calabrese è composto da una grossa trave orizzontale (pancone) attraversata da due viti filettate verticali. Per la movimentazione del pancone occorrono da 4 a 6 uomini che, con l'ausilio di una stanga, fanno scorrere lungo la verticale i due grossi dadi fino a raggiungere il pancone che esercita la pressione necessaria sulle pile di fiscoli poste al di sotto.

Il torchio alla genovese, invece, è incastrato tra due pilastri in pietra locale o in legno, e scorre tra guide laterali, a loro volta incassate nel muro o in pilastri in pietra. Una vite centrale scorre nella madrevite, fissa nel banco roccioso, e termina inferiormente con uno zoccolo troncoconico che, muovendosi verso il basso, esercita sul pancone e quindi sui fiscoli la pressione necessaria a far fuoriuscire la parte liquida. I vantaggi del torchio alla genovese furono evidenti sin da subito e consistevano: in un maggiore controllo della fase di premitura e, soprattutto, in un risparmio di forza-lavoro notevole, poiché il funzionamento del macchinario richiedeva la presenza di un solo uomo. Superate le incertezze iniziali, a partire dal XVIII sec. il torchio "alla genovese" viene installato anche negli impianti ipogei pugliesi per essere utilizzato nel ciclo produttivo dell'olio di alta qualità, ovvero di prima premitura, mentre i torchi alla calabrese restano in esercizio per le premiture successive destinate alla produzione di olio lampante [29]. A partire dal XIX, inoltre, si diffondono anche i primi torchi genovesi "a batteria", che trovano rapida diffusione nel Meridione [30].

Dai rilievi effettuati nel corso di questa ricerca emerge, nel caso dei frantoi ipogei dell'agro fasanese, la coesistenza dei due macchinari, fino alla loro ultima dismissione avvenuta nei primi anni del Novecento con la meccanizzazione del processo produttivo, che prevedeva l'uso di presse a energia idraulica o elettrica, con un'ottimizzazione notevole dei tempi e un aumento significativo delle quantità d'olio prodotte. Per alcune delle ragioni esposte, i frantoi ipogei dell'agro di Fasano, oltre a costituire il simbolo di una tradizione millenaria pugliese legata alla produzione d'olio d'oliva, rientrano nell'ambito di un più vasto Patrimonio Rupestre del Mediterraneo considerato a rischio, per le note problematiche conservative legate alla scarsa accessibilità e all'umidità, sempre presente in questi ambienti ipogei o semi ipogei. È, oltretutto, evidente come l'eccezionale concentrazione di tali sistemi produttivi rupestri trovi nella Puglia adriatica e nelle lame della bassa murgia una sua distinta identità, storico-economica e paesaggistica, diversamente dalla Puglia delle gravine dove, da Matera a Grottaglie, sorgono i grandi villaggi, così come in Cappadocia nelle valli di Göreme e Kiliçlar Vadisi si trovano i grandi monasteri e, ancora, in Anatolia le piccole chiese. La conservazione di un Patrimonio così complesso ed vario dovrebbe, dunque, passare non soltanto dalle pratiche, certamente condivise, che riguardano l'uso di criteri idonei alla conservazione materiale del bene secondo l'impiego di tecnologie, materiali e modalità di intervento non invasive, compatibili e reversibili, ma anche e soprattutto attraverso processi di sensibilizzazione e accrescimento di consapevolezza da parte di una comunità estesa - molto più ampia di quella degli studiosi che si occupano di conoscere l'entità di queste emergenze e di conservarle - che, ancora oggi, vive e si identifica nell'olivicoltura, riconoscendo in essa, e nei segni materiali che la rappresentano, il valore identitario di una collettività.

1 Un quadro completo dei risultati delle ricerche aggiornate al 2008 è in (Fiorello, 2008).

2 Ad oggi non esiste una specifica trattazione sui frantoi ipogei dell’agro fasanese. Sugli insediamenti rupestri di Fasano si rimanda ai contributi monografici di: (Chionna, 1975; Chionna, 2001) con ampia bibliografia.

3 “Itinerari Culturali del Medioevo Pugliese” (finanziato dalla Regione Puglia, asse II, Patrimonio Culturale) rientra nell’ambito dei Progetti Ministeriali che mirano alla “Diffusione dei risultati catalografici e di ricognizione del Patrimonio Culturale”, attraversando la realizzazione di un portale on line (<http://iccdold.beniculturali.it>) dove, nel caso della Regione Puglia, con la collaborazione delle Soprintendenze territoriali sono staticamente schedati i beni culturali appartenenti a tre categorie individuate dall’Istituto Centrale per la Catalogazione e la Documentazione, che sono: Castelli federiciani, Cattedrali e Civiltà Rupestre.

4 <http://iccdold.beniculturali.it>

5 Tra quelli individuati, i frantoi ipogei rilevati e in corso di ulteriori approfondimenti sono 8 e si trovano presso le masserie: Brigantino, Torre Longa, Nuova, San Marco, Pezze D’Aglio, Maccarone e Lama del Trappeto.

6 Per un quadro geologico e morfologico completo sulle lame pugliesi, generate da fenomeni geologici carsici, e in particolare su quelle ricadenti nel territorio di Fasano si veda: (Gigante, Girolamo, 2008, pp. 39-50).

7 “La formazione geologica dell’area del comune di Fasano ricade nella serie calcarea mesozoica, detta ‘Gruppo dei Calcari delle Murge’, che si estende su gran parte dell’altopiano murgiano, dove si riconoscono locali ed episodiche coperture di placche pleistoceniche ‘trasgressive’, dette Tufi delle Murge” (Cfr. Gigante, Girolamo, 2008, p. 41).

8 Sulla decorazione pittorica delle chiese rupestri si veda: (Dell’Aquila, Messina, 1988, pp.128-143).

9 Noto è in caso di Lama d’Antico a Fasano, il cui apparato decorativo è stato sottoposto a un

primo restauro conservativo nel 2003. Durante i rilievi per la mappatura del degrado, effettuati utilizzando sofisticate tecnologie a luce naturale UV, emersero ulteriori informazioni legate alla tecnica di esecuzione degli affreschi e ai colori impiegati. I nuovi dati acquisiti hanno, perciò, suggerito un restauro virtuale, con videomapping e proiezioni, utile a documentare l’unicità di questo patrimonio e tale da assicurare una maggiore conoscenza dei manufatti pittorici rupestri, nel caso specifico di Lama d’Antico già irrimediabilmente compromessi dal degrado del tempo e dall’umidità. Sul restauro virtuale in archeologia si veda: (Limoncelli, 2012).

primo restauro conservativo nel 2003. Durante i rilievi per la mappatura del degrado, effettuati utilizzando sofisticate tecnologie a luce naturale UV, emersero ulteriori informazioni legate alla tecnica di esecuzione degli affreschi e ai colori impiegati. I nuovi dati acquisiti hanno, perciò, suggerito un restauro virtuale, con videomapping e proiezioni, utile a documentare l’unicità di questo patrimonio e tale da assicurare una maggiore conoscenza dei manufatti pittorici rupestri, nel caso specifico di Lama d’Antico già irrimediabilmente compromessi dal degrado del tempo e dall’umidità. Sul restauro virtuale in archeologia si veda: (Limoncelli, 2012).

10 Si tratta probabilmente del decumano della seconda centuriazione traianea. Sul paesaggio rurale dell’Ignatinus ager si veda: (Mangiatordi, Campese, 2008, pp. 116-130).

11 In Lama d’Antico, oltre alla chiesa rupestre omonima sono note la chiesa di San Giovanni e la chiesa di San Lorenzo. Inoltre, tra gli insediamenti in grotta si riconoscono due usi, uno produttivo e uno abitativo, che testimoniamo la presenza di una comunità organizzata secondo una specifica economia. Sugli insediamenti rupestri lungo la strada rurale Lama D’Antico-Pozzo Guaceto si veda: (De mola, 1985, pp.127-151).

12 Nella chiesa rupestre di Lama D’Antico, posta al centro del villaggio, mostra la coesi-

stenza tra elementi di derivazione orientale e medioevali di derivazione latina: “lungo le pareti perimetrali, bordate da un sedile continuo, una inusitata assemblea di Santi doveva affacciarsi da una sequela ininterrotta di arcatelle a rincasso” (cfr. Calò, Mariani, 2008, p.191). Per un quadro completo sulla pittura bizantina in Puglia si veda: (Falla, Castelfranchi, 1991).

13 Sulla pittura rupestre nel territorio di Fasano di veda (Calò, Mariani, 2008, pp.202-216).

14 Il rilievo e l’analisi tipologica degli spazi dovrebbe essere affiancata da indagini specialistiche geologiche e scavi archeologici in ambito rupestre, finora poco considerati.

15 Si ritiene che la specie selvatica dell’olivo o oleastro abbia origine, presumibilmente, in Asia Minore e che la prima domesticazione di essa per la produzione di olio sia attribuibile alle popolazioni siriane che in breve tempo trasferirono l’uso di coltivare e estrarre olio in Grecia, soprattutto in Attica e nella pianura vicino Atene. Da qui ha origine la diffusione della coltivazione dell’olio nel Mediterraneo orientale, ad opera dei Focesi in particolare che seguendo una traiettoria marittima si spostarono fino alle coste tirreniche della Magna Grecia e da questa più a Nord, raggiusero le popolazioni etrusche, le coste liguri e il litorale del Midi francese, dove fondarono la colonia di Massalia (Marsiglia). Da questa colonia giunsero in Spagna diffondendo la tradizione estrattiva dell’olio nell’intero bacino del Mediterraneo (Greco, 2008, pp.5-14); Sulle rotte commerciali dell’olio nell’Antichità si veda: (Salvator, Dell’Amico, 2021, pp.5-11).

16 Lo spopolamento dei Casali risparmia soltanto Fasano che, invece, cresce fino a diventare città. Tale fenomeno trado-medioevale interessa tutta l’Europa del Trecento. Per queste osservazioni si rinvia a: (Calò, Mariani, 2008, pp.194 -195) e bibliografia citata.

17 Sono attestate un certo numero di donazioni di terreni in favore di vescovi e abati. Si veda (Uggeri, 1978, pp.115-136).

18 Si veda con ampio commento (Mangiatordi, Campese, 2008, p.127).

19 Un interessante approfondimento sul caso di Otranto è in (Monte, 2021, pp.101-116).

20 I frantoi ipogei rilevati mostrano, in alcuni casi, presso i vani principali, dove vengono installate le macine e i torchi, aperture a tramoggia di circa 1m praticate superiormente nel solum e spesso banco roccioso di copertura, mentre si rilevano fori quadrangolari di dimensioni ridotte (circa 20 cm) negli ambienti secondari destinati al deposito temporaneo della raccolta.

21 La temperatura degli ambienti destinati alla conservazione deve essere tale da impedire all’olio di solidificarsi o intorbidirsi. Questi fenomeni, molto dannosi per la qualità dell’olio prodotto, normalmente si verificano al di sotto dei 10°-5°; tale soglia minima, oltre la quale la temperatura non doveva mai abbassarsi, era ampiamente assicurata sia dalla naturale inerzia termica stagionale conferita agli ambienti interi dal consistente spessore murario scarsamente illuminato e ipogeo, sia dall’accensione di appositi focolari, presenti in ciascun impianto rilevato.

22 Restano visibili: i segni a terra di due macine, gli incassi dei torchi a vite del tipo alla calabrese, le vasche di decantazione, numerose tracce sul soffitto degli incassi delle macine e dei torchi che attestano la conservazione di un processo produttivo tradizionale, quello dell’olio, strutturato sin dall’antichità in tre fasi: la molitura, la torchiatura e la decantazione.

23 Diversamente da quello che accade oggi, nel passato la raccolta durava diversi mesi, solitamente da settembre a dicembre senza soluzione di continuità, e avveniva con metodi manuali variabili da regione a regione: a mano mediante bruciatura o per abbacchiatura percuotendo la chiozza con l’ausilio di bastone, oppure dopo la caduta mediante reti riposte al di sotto di ciascun albero. Sull’argomento: (Monte, 2021, p.102).

24 Le vasche per la molitura rilevate risultano di grandi dimensioni, con un’area d’ingombro

a terra variabile tra 4 e 6 m. Nei sistemi più antichi esse sono costituite da un bacino composto da una mola dormiente in pietra dura posizionata sul bacino in senso orizzontale e una mola con funzione di macina posizionata in senso verticale, collegata a un albero centrale in legno e superiormente fissata a una trave lignea incassata nel banco roccioso. La mola verticale è legata all’albero centrale e al mulo che fa da traino mediante un’asta in legno che la attraversa al centro tramite un foro delle stesse dimensioni.

25 Già le presse più antiche sfruttavano un sistema a leva, composto da una trave lignea incastrata a un’estremità e un peso applicato all’estremità opposta, solitamente azionata per gravità mediante pesi o con l’ausilio di un ingranaggio a rotazione (verricello) innestato manualmente tramite funi, che permettevano di controllare la pressione nel punto intermedio, laddove era stata posizionata la pila di fiscoli. Sulla pressa a leva con pesi e a verricello si veda (Figone, 2021, pp.53-54) e le ricostruzioni dell’autore.

26 La fase di premitura poteva ripetersi più volte di seguito. Sul processo produttivo e le macchine utilizzate si veda (Monte, 2021, p.103) con ampio commento.

27 Un’interessante ricostruzione della “pressa a leva”, impiegata nel trapetum romano e tardo antico, è in (Livadiotti, 2019, p.191).

28 le prime descrizioni del torchio a vite diretta sono attribuite a Erone e sono pertanto di datazione incerta che oscilla tra il I e il III sec. d.C. Sulle presse a vite usate in antico si veda: (Figone, 2021, p.54) con ampio commento. Per i sistemi più recenti alla calabrese e alla genovese si veda anche (Monte, 2021, p. 104).

29 Sull’argomento si veda con ampio commento e descrizione: (Monte, 2021, p. 101).

30 Secondo recenti studi sul tema condotti in terra d’Otranto la svolta tecnologica del XVIII sec. attribuita a Domenico Grimaldi stentò inizialmente a diffondersi in Italia Meridionale. Sull’argomento si veda con ampio commento e descrizione: (Monte, 2021, p. 105).

REFERENZE BIBLIOGRAFICHE

– Chionna Antonio, *Gli insediamenti rupestri nel territorio di Fasano*, Fasano, 1975

– Uggeri Giovanni, “Sistema viario e insediamento rupestre tra Antichità e Medioevo”, in Cosimo Damiano Fonseca (a cura di), *Habitat-Strutture-Territorio, (Atti del III Convegno Int. di Studio della Civiltà rupestre medievale nel Mezzogiorno d’Italia (Taranto-Grottaglie, 24-27 settembre 1975), Galatina 1979*, pp.115-136

– De Mola Maria, *Contributo allo studio del territorio di Fasano*, in «Fasano. Rivista di cultura VI», 11, gennaio-giugno 1985, pp.127-151

– De Mola Maria, Palasciano Giuseppe, *Le chiese rurali del territorio di Fasano*, Fasano 1987

– Dell’Aquila Franco, Messina Aldo, *Le chiese rupestri di Puglia e Basilicata*, Bari, Mario Adda Editore, 1988, pp.126-143

– Falla Castelfranchi Marina, *Pittura monumentale bizantina in Puglia*, Milano, Electa, 1991

– Chionna Antonio, *Insediamenti rupestri della provincia di Brindisi*, Fasano, 2001

– Dalena Pietro, “Territorio e sistema viario del comprensorio rupestre di Monopoli e Fasano nel Medioevo”, in Enrico Menestò (a cura di), *Quando abitavamo in grotta. Atti del I Convegno Int. sulla Civiltà rupestre (Savelletri-Fasano, 27-29 novembre 2003)*, Spoleto, Fondazione CISAM, 2004, pp.15-33

– Pupillo Giuseppe, *Insediamenti rupestri di Altamura. Catalogo illustrato della mostra organizzata dal C.R.S.E.C.*, Altamura, 2004, p.11

– Calò Mariani Maria Stella, “Fasano: Natura e Arte”, in Custode Silvio Fioriello (a cura di), *Paesaggi e rotte mediterranee della cultura, Atti del Convegno di Studi (Fasano, 18-19 settembre 2008)*, Bari, Gelsorosso, 2008, pp. 189-224

– Fioriello Custode Silvio (a cura di), *Paesaggi e rotte mediterranee della cultura. Atti del Convegno di Studi (Fasano, 18-19 settembre 2008)*, Bari, Gelsorosso, 2008

– Gigante Giuseppe, Girolamo Devid, “Ambiente naturale nel territorio di Fasano”, in Custode Silvio Fioriello (a cura di), *Paesaggi e rotte mediterranee della cultura, Atti del Convegno di Studi (Fasano, 18-19 settembre 2008)*, Bari, Gelsorosso, 2008, pp. 39-50

– Greco Emanuele, *Magna Grecia*, in «Guide archeologiche Laterza», Bari 2008

– Mangiatordi Anna, Campese Marco, “Paesaggio rurale dell’Ignatinus ager: metodologia e prospettive della ricerca”, in Custode Silvio Fioriello (a cura di), *Paesaggi e rotte mediterranee della cultura, Atti del Convegno di Studi (Fasano, 18-19 settembre 2008)*, Bari, Gelsorosso, 2008, pp. 116-130

– Limoncelli Massimo, *Il restauro virtuale in archeologia*, Roma, Carocci, 2012

– Livadiotti Monica, “Le vasche nella cella: una nuova ipotesi interpretativa”, in Raimondo Zucca (a cura di), *Il tempio del sardus pater ad Antas, Monumenti Antichi, serie miscellanea, XXIV*, Roma, Giorgio Bretschneide, 2019, pp. 187-197

– Fausto Figone, “L’estrazione dell’olio di oliva dall’antichità all’avvento dell’energia elettrica”, in Anna Maria Guccini, *Le ruote dell’olio, Atti del Convegno “I frantoi da olio sulle antiche vie del sale”, (Imperia, 11-12 maggio 2019)*, San Lazzaro di Savena, Thèodolite, 2021, pp.53-68

– Guccini Anna Maria (a cura di), *Le ruote dell’olio. Atti del Convegno “I frantoi da olio sulle antiche vie del sale” (Imperia, 11-12 maggio 2019)*, San Lazzaro di Savena, Thèodolite, 2021

– Monte Antonio, “Il processo storico di produzione dell’olio. Trappeti ipogei, molini da olio e oleifici nel meridione d’Italia”, in Anna Maria Guccini (a cura di), *Le ruote dell’olio, Atti del Convegno “I frantoi da olio sulle antiche vie del sale”, (Imperia, 11-12 maggio 2019)*, San Lazzaro di Savena, Thèodolite, 2021, pp.101-116

– Pallarés Salvator Francisca, Dell’Amico Piero, “Vie e rotte commerciali dell’antichità...e l’olio degli Ingauni e degli Intemelii”, in Anna Maria Guccini, *Le ruote dell’olio. Atti del Convegno “I frantoi a olio sulle antiche vie del sale”, (Imperia, 11-12 maggio 2019)*, San Lazzaro di Savena, Thèodolite, 2021, pp. 5-11



Il Food design e il progetto del territorio attraverso l'attività enogastronomica

The agricultural revolution that decisively directed human history 12,000 years ago was also the first systematic attempt by man to intervene in the conformation of the land. In fact, the landscape as we understand it today was born out of the need to bend a hostile environment to the needs of our ancestors, through the definition of land suitable for cultivation, shelter and places to carry out common activities.

Key-words: food design, architettura del paesaggio, brand policy, tutela del territorio, cultura del narrare

Marco Pietrosante

L'arch. Franco Zagari, figura centrale nella cultura del progetto del paesaggio contemporaneo a livello internazionale, ha affermato: «Il paesaggio è un'entità viva e mutevole nel tempo, una sommatoria infinita di azioni individuali che interpretano e modificano un luogo assecondando o contrastando abitudini, norme, leggi. È il compimento di un equilibrio che si forma e si scioglie, si sedimenta e si semplifica, segue disegni spontanei o visioni dispotiche, immagine eloquente della cultura materiale e del lavoro umano. Nasce, evolve e muore attraverso periodi di felice rigoglio, lunghi periodi di stasi, improvvise crisi, estasi e catastrofi.

È mosso da tradizioni, riforme, rivoluzioni e la comunità che lo vive vi si riconosce come in un testo in evoluzione perenne» (Zagari, 2005, p.14).

Appare evidente come l'attività eno-agricola sia parte integrante di quella "cultura materiale" a cui il prof. Zagari fa riferimento, in alcuni casi possiamo facilmente constatare come i manufatti, sia relativi alla coltivazione che alla lavorazione, caratterizzino un territorio. In taluni casi la notorietà e la riconoscibilità dei toponimi derivano dal loro legame all'attività enologica, arrivando addirittura ad assurgere il ruolo di riconoscibilità preminente rispetto al territorio stesso, vedasi il caso della regione Champagne in Francia o Franciacorta in Lombardia. La forza delle attività agricole espresse dal territorio, e l'eno-gastronomia ne è un elemento trainante, concorrono alla valorizzazione dello stesso, alla sua riconoscibilità, al suo posizionamento nel novero delle mete di possibile am-

bizione per il turista ma anche per gli investitori; d'altra parte, e gli esempi non mancano, possono concorrere alla crescita del valore architettonico dei luoghi, grazie all'intervento di progettisti di qualità che trovano nei manufatti architettonici necessari all'attività enologica, la possibilità di esprimere valori e sensibilità in linea con il dibattito architettonico in cui sono inseriti.

Il territorio, dunque, è un elemento centrale nello sviluppo umano nei termini economici ma lo è ancor di più nella sua accezione culturale e sociale, tanto da aver avuto una sua specifica visibilità nella nostra Carta Costituzionale redatta nel dopoguerra che all'articolo 9 recitava così: «La Repubblica promuove lo sviluppo della cultura e la ricerca scientifica e tecnica. Tutela il paesaggio e il patrimonio storico e artistico della Nazione». Più recentemente completata con l'inserimento di un passaggio che ne attualizza ed amplia il campo di intervento: «Tutela l'ambiente, la biodiversità e gli ecosistemi, anche nell'interesse delle future generazioni. La legge dello stato disciplina i modi e le forme di tutela degli animali». Il territorio, e la sua tutela, assurge a luogo preposto a garantire il futuro non solo della nostra specie ma delle altre forme viventi, futuro che siamo chiamati a preservare con azioni in grado di difendere le biodiversità che lo animano. Una così grande responsabilità non può essere lasciata alla pur proba attività dei singoli, necessita di un coordinamento in grado di leggere i bisogni, le peculiarità, sfumature dei luoghi per poterne valorizzare e preservare le specificità. In questo contesto si inserisce l'attività di brand dei sistemi territoriali che si pone l'obiettivo di valorizzare il “genius loci”, riscoprire il capitale tangibile e intangibile espresso dal territorio e narrarne i caratteri originali, supportare il turismo, concorrere allo sviluppo economico nel rispetto delle forme di vita che lo caratterizzano.

Ancora una volta l'attività legata all'enogastronomia che, come abbiamo visto, può svolgere un ruolo importante nella veicolazione del brand territoriale, se inserita in un contesto di progettazione di sistema trova una sua dimensione “sociale”. Risulta evidente come la conservazione e la valo-

rizzazione del territorio abbia necessità di definire un perimetro in cui sviluppare una specifica identità culturale e di una identità istituzionale in grado di comunicarne le peculiarità e i valori, risultati conseguibili con un'attività di brand policy unitaria e coordinata. Anche in questo caso abbiamo esempi illustri sia a livello internazionale che nazionale, come ci insegnano le case history di Visit Finland, Your Singapore e España o in Italia l'esempio di Bologna e dell'Alto Adige-Südtirol. Proprio in relazione a quest'ultimo è interessante rileggere le affermazioni di Reinhold Marsoner, all'epoca nel marketing dell'azienda: «Il punto di forza dell'Alto Adige sta nella conservazione del paesaggio e nelle aziende a conduzione familiare. L'Alto Adige si distingue per lo stile di vita che trasmette: la simbiosi di contrasti tra elementi alpini e mediterranei, tra spontaneità e affidabilità, natura e cultura» (Sambrotta, 2010), considerazioni che sono di per sé un'indicazione programmatica delle azioni concrete poste in essere negli anni successivi e che hanno reso l'Alto Adige-Südtirol un punto di riferimento per tutte le esperienze successive. Azioni che hanno visto l'enogastronomia come uno dei comparti strategici per la promozione del territorio, attraverso la valorizzazione dei prodotti tipici locali che accompagnino i visitatori alla riscoperta dei sapori e delle tradizioni locali più genuine. I prodotti selezionati proposti all'attenzione del pubblico devono saper esprimere il legame con la realtà agricola e agrindustriale locale, la cultura e i valori che rendono l'Alto Adige una comunità coesa e riconoscibile. L'offerta proposta deve per-seguire alti livelli qualitativi che, comunicati in sinergia con l'offerta turistica, ne garantiscano la visibilità. La comunicazione sia in contesti globali virtuali che di tipo fieristico, deve permetterne la riconoscibilità, un carattere che va espresso anche attraverso la progettazione dei singoli punti vendita, i PUR-shop, che realizzati con una specifica identità visiva e formale, sono disseminati sul territorio. Non devono sorprendere allora le parole, ancora di Marsoner, che dice: «La comunicazione riveste un ruolo fondamentale per la nostra attività, è il terminale di tutto il nostro la-

voro sia a livello commerciale sia amministrativo, è lo strumento per finalizzare i nostri sforzi» (Sambrotta, 2010); l'attività di comunicazione diventa così una vera e propria attività di branding, un luogo del progetto architettonico, di prodotto e comunicativo in cui il territorio viene espresso in tutte le sue potenzialità. Abbiamo più volte individuato il comparto enologico come parte e possibile protagonista del processo di valorizzazione territoriale. Possiamo trovarne un esempio pratico facendo riferimento alla già citata zona lombarda della Franciacorta, «un luogo di storia antica e coinvolgente, un territorio unico e dalle molteplici anime, un'eccellenza italiana, un luogo in cui il vino è da sempre il grande protagonista» come recita l'incipit del portale del consorzio A. Camignone, proprio nel cuore di quella splendida regione a sud del Lago d'Iseo che è la Franciacorta, si trova l'Azienda Agricola il Mosnel che sorge nell'omonima località il cui nome dialettale di origine celtica significa cumulo di sassi. La Mosnel si è resa protagonista negli anni, di una originale ed efficace attività di valorizzazione che ha visto protagonista il mondo del design.

Attraverso il coinvolgimento dell'ADI (Associazione per il Disegno Industriale) i progettisti grafici che fanno riferimento all'associazione, si sono impegnati nella realizzazione di etichette che fossero in grado di esprimere le specificità del Franciacorta Mosnel grazie all'ausilio della visione dei protagonisti del progetto contemporaneo. Decine di professionisti si sono prodigati con proposte grafiche, cartotecniche e comunicative che hanno contribuito a definire e aggiornare non solo il prodotto ma anche lo stile dell'azienda che nel corso del tempo ha affiancato a questa attività altre iniziative in coerenza con la ricerca progettuale. Nè è scaturita una collezione che affiancando nomi noti del panorama progettuale a giovani designer, definisce una storia in grado di raccontare anche l'evoluzione del linguaggio grafico, delle sue incertezze e dei suoi slanci generosi verso possibili evoluzioni. E a proposito di generosità occorre citare le molteplici attività volte alla solidarietà e all'inclusione che fanno del mondo agricolo, ed enologico in particolare, un luogo privilegiato di scambio e innovazio-

ne culturale, sociale, imprenditoriale. In tal senso la Cooperativa Agricola Capodarco di Grottaferrata, in provincia di Roma, da sempre impegnata nelle attività di inserimento nel tessuto lavorativo di soggetti marginali, ha recentemente individuato in una nuova vinificazione l'opportunità di esprimere i valori propri della sua attività. L'occasione è determinata dalla produzione di un vino per omaggiare Don Franco, il fondatore della comunità che gestisce la cooperativa. Partendo dalla semplice volontà di imbottigliare un ringraziamento, è stato dapprima cercato il nome per il nuovo prodotto, la cui scelta è poi ricaduta su Xenia (la parola che in greco antico indica “ospitalità per lo straniero”) per poi progettare un'etichetta composita, articolata su tre immagini pittoriche che abbinando diverse bottiglie, rappresentano in sequenza delle mani che si toccano e poi si intrecciano in un abbraccio. Le etichette sono poste in diagonale “storte”, in modo da rappresentare le vite anomale dei lavoratori che lavorano in aziende e per facilitare le attività manuali di coloro che saranno chiamati a disporle sulle singole bottiglie. Xenia riesce a rappresentare in pieno i valori e le sensibilità dell'azienda come racconta con trasporto L. Fiordiponti: «Lo Xenia è il vino-manifesto di Agricoltura Capodarco. Le etichette di questo vino sono tre e rappresentano due mani che dapprima sono lontane, poi quasi si sfiorano, fino all'ultima etichetta dove arrivano a stringersi e sostenersi a vicenda. Non sappiamo chi vada da chi, non si sa quale delle due mani sia in difficoltà, non ne conosciamo nemmeno sesso o colore della pelle. Ad una serve un aiuto e l'altra arriva in soccorso, chiunque essi siano, il prossimo o noi stessi» (Fiordiponti, 2021). Anche in questo caso la capacità narrativa dell'attività agricola del territorio rende merito alle intenzioni ed all'impegno aziendale, grazie ad una visione olistica del progettare che vede discipline innovative come il food design fare da collante e sintesi di suggestioni molteplici, a volte distanti quali enogastronomia, territorio, genius loci da un lato e prodotti, comunicazione, marketing strategico dall'altro, legati tra di loro dalla cultura del fare e del narrare di cui il design è portatore sano.

REFERENZE BIBLIOGRAFICHE

– Zagari Franco, Questo è paesaggio 48 definizioni, Roma, Mancosu editore, 2005

– Sambrotta Eliana, “Dirigente 4/2010”, La rivista di ManagerItalia, 2010
https://www.manageritalia.it/content/download/informazione/giornale/aprile_2010/06.pdf [24 gennaio 2022]

– Fiordiponti Luciano, “Agricoltura Capodarco – Vino Rosso “Xenia””, the catcher in the wine, 2021 <https://thecatcherinthewine.blogspot.com/2021/08/> [24 gennaio 2022]

– Kubilius Kerry, “The significance of the color red in russian culture. From communism to beauty, red is heavy with meaning”, 2019 <https://www.thoughtco.com/red-in-russian-culture-1502319> [november 2021]



Sostenibilità e vino, una questione di etichetta

Wine & spirits have always been one of the most representative sectors of Made in Italy agri-food. However, today much more than others, this sector allows us to glimpse a future open to continuous innovation in communication design. The contribution explores and defines, starting from a precise research framework, the opportunities from a creative and narrative point of view of one of the most lively sectors on the market today. A sector that finds itself having to deal with a new level of future spenders, which daily demonstrates the urgent need to feel represented, as well as the will to regain interest in quality.

Key-words: Communication design, Packaging Design, Labels, Gen Z, Sustainability, Technology

Chiara L. Remondino

Le etichette, che incredibile esercizio di sintesi e capacità comunicativa.

Comunemente utilizzato per classificare qualcosa o qualcuno in maniera imprecisa, generica o sbrigativa, il termine etichettare, intrinsecamente racchiude la capacità di qualificare un complesso sistema di informazioni. Racchiude la capacità di valorizzare ogni singolo millimetro di una superficie spesso non più grande di uno smartphone.

Le etichette, che incredibile strumento per identificare, classificare, differenziare, raccontare e promuovere un prodotto.

Definiamo il metodo

Il presente contributo si inserisce nel più ampio filone di ricerca dedicato alla ricerca progettuale sul packaging dell'Eco Packaging Observatory (OEP).

L'Osservatorio, nato nel 2005 all'interno del Dipartimento di Architettura e Design del Politecnico di Torino, si propone da un lato quale spazio di discussione aperto per avvicinare il mondo della ricerca scientifica e della formazione accademica al mondo delle imprese, dall'altro di fornire metodi, strumenti, sistemi e strategie per la progettazione di imballaggi innovativi.

Una cosa è certa, i progettisti oggi si trovano a non poter più dar vita a un semplice contenitore o dispositivo informativo visivamente attraente. I designer oggi sono sempre più invitati a prendere in considerazione l'intero ciclo di vita dell'imballaggio, non solo la sua funzione primaria quindi, ma un complesso ecosistema di significati, fatto di ricadute sociali, relazioni, messaggi da trasmettere, comportamenti da promuovere, e molto altro.

Quali siano i giusti strumenti o le giuste metodologie per affrontare questa sfida sono domande ancora aperte, dunque, al fine di affrontare il tema a partire da un approccio pragmatico-argomentativo, obiettivo dell'OEP è quello di condurre ricerche sul packaging a partire da uno screening completo degli imballaggi oggi in commercio, dei concept e degli student work, con una specifica metodologia quanti/qualitativa. L'analisi comparativa di tutti i dati ricavati è infatti utile, per fornire una panoramica quanto più omnicomprensiva seppur non esaustiva su punti di forza e debolezza a livell funzionale e comunicativo dello stato dell'arte preso in oggetto, permettendo così di definire e precisare da un punto di vista più generale macro trend, ma precisamente nuove linee guida per una riprogettazione completa dell'imballaggio (Barbero et al., 2011). Da qui, nel 2013 nasce il progetto Nudi o Vestiti? Comunicare con il Packaging. Un progetto dall'anima divulgativa che quotidianamente racconta il packaging e il suo ruolo comunicativo attraverso la lente dell'innovazione e della sostenibilità. Ancora, un progetto che quotidianamente cataloga buone pratiche nazionali così come internazionali – dal 2013 ad oggi oltre 3000 – utili a definire tendenze, emergenze e urgenze, per comprendere possibili scenari futuri in linea teorica e generale e/o puntuale per categoria merceologica. Così il vino.

Generazione Z e vino, una relazione sempre più consapevole

Alcune ricerche condotte negli ultimi due / tre anni indicano chiaramente che la quota di consumatori di vino nelle fasce più giovani (Millennials e Generazione Z) sta diminuendo sostanzialmente e inesorabilmente. Parliamo di nativi digitali e sostenibili, a cui il modello unico dell'esperto rigido e altezzoso non interessa più. Sono infatti oramai passati vent'anni dall'interpretazione – magistrale – di Antonio Albanese nei panni del Sommelier esperto che, con tanto di grembiule nero e tastevin al collo, sentenzia improbabili note olfattive e ricercti retrogusti, roteando in modo impeccabile un calice di rosso. Un'interpretazione che, per quanto la si possa ritenere più o meno divertente, ancora – incredibilmente – rappresenta esattamente come il mercato del vino tende a comunicarsi ai suoi consumatori.

“Amiamo il vino, ma raccontatecelo meglio” questo è quanto emerso dalla ricerca di Swg per Carrefour Italia, presentata a ottobre durante la Milano Wine Week 2022.

Vedi quei famosi millimetri.

Quando parliamo di Gen Z o plurals o digitarians che dir si voglia, ci riferiamo a coloro nati tra il 1995 e il 2010 circa. Ci riferiamo a quella generazione nata digitale e cresciuta tra crisi economica, climatica e come se non bastasse la minaccia di una terza guerra mondiale. Ancora, e qui arriva il punto, ci riferiamo a quella generazione di – neanche troppo – futuri spendenti che già rappresenta circa il 40% dei consumatori con potere d'acquisto (Out of the box, 2019), e che a differenza dei propri genitori dimostra un chiaro disinteresse verso i messaggi anacronistici del marketing tradizionale ancora rivolti esclusivamente all'affermazione del brand e solo successivamente alla valorizzazione del prodotto.

Sia chiaro, punteggi, indicatori e altri sistemi di valutazione, rimangono di fondamentale importanza per innovare e migliorare il settore, ma non sono la discriminante di scelta per le generazioni future. Per fortuna, le opportunità offerte dalla sperimentazione materica e dalla trasformazione digitale in atto, unitamente alle richieste di fluidità, ottimismo e unicità, lasciano intravedere per il prossimo futuro inediti risvolti dal punto di vista del progetto di comunicazione e del progetto dell'esperienza. Disclaimer!! L'obiettivo non è offrire motivazioni per aumentare il consumo di vino pro-capite nei giovani, bensì recuperarne l'interesse. È ben diverso.

Esercizi di sintesi comunicativa

Su Instagram si presentano, e ci presentano cosa vogliono, su Snapchat e BeReal condividono frammenti di vita reale e spontanea, su Tik Tok si divertono, cercano cose da fare, cibi da assaggiare, luoghi da visitare e si informano. Emerge un panorama d'uso delle piattaforme ed esperienziale estremamente frammentato, talvolta nervoso.

Viene da sé, che la vera sfida dei brand e delle etichette che intendono confrontarsi con un pubblico del genere è quella di intercettarlo nel momento esatto e sul canale giusto, interessarlo in una manciata di secondi e fidelizzarlo a partire da una – ragionata, meglio progettata – strategia comunicativa.

Qualcuno ha già intravisto del potenziale.

Altri stanno iniziando a capire che il settore del vino oggi è uno tra i più vivaci e con maggiori opportunità dal punto di vista creativo e narrativo. Vediamo qualche esempio.

Una sostenibilità consolidata

La sostenibilità fisica del packaging del vino oggi deve essere considerata un fattore base, non deve e non può più diventare l'aspetto chiave della comunicazione. La differenza sta nella prassi. Alcune caratteristiche infatti possono oramai essere considerate imprescindibili.

In questo senso, grazie alla continua ricerca, è possibile non riscontrare più alcuna differenza estetica, la sostenibilità fisica può – e deve – essere insita, nascosta. Insomma, tra carta riciclata e/o certificata, fibre, colle removibili, inchiostri a base soia o a base acqua e tecniche (vedi il de-inking), i tempi sono più che maturi per considerare la sostenibilità lo standard di partenza (Moretti, 2022). Una visione, questa, che davvero può lasciare spazio ad un progetto di comunicazione innovativo: nuovi messaggi, ricercate storie, inediti linguaggi quanto rinnovati codici visivo / esperienziali per veicarli. In altre parole, è indubbio che le funzioni comunicative con finalità appellative, identificative o informative hanno oggi una più ampia disponibilità di strumenti e linguaggi rispetto al passato. Una visione, ulteriormente valorizzata da possibili e inedite collaborazioni in ottica transdisciplinare. Direttori creativi, designer per la sago-matura 3D, ingegneri dei materiali, tecnici per la goffratura, enologi e meteorologi: questo il team eterogeneo del progetto Piquentum di Piquentum St. Vital. A partire dall'utilizzo dalla data visualisation quale medium per veicolare sistemici complessi di dati, l'etichetta si caratterizza per la presenza di dodici cerchi più o meno grandi. Otto cerchi che visivamente quantificano le precipitazioni verificatesi in un determinato mese. Otto semplici cerchi per far comprendere ed educare il consumatore sull'importanza della natura nel rendere unico quel determinato vino.

Di ricerca materica e territorio parla invece l'etichetta Nero di Sei di Palmento Costanzo, un'azienda vitivinicola che trova le sue radici alla base del monte Etna.

La proposta è quella di un'etichetta multisensoriale, il cui pigmento è realizzato a partire dall'estrazione proprio della polvere vulcanica. Un pigmento granuloso, leggermente luminescente grazie ai minerali presenti. Un pigmento altamente materico per richiamare il vero protagonista di questa storia, il vulcano.

Custode delle storiche viti.

Integrazione tra dimensione fisica e digitale

Un altro degli aspetti che il mondo del packaging in generale non può più permettersi di prescindere è il progetto dell'interazione tra mondo fisico e digitale. E viceversa - no, non è così scontato. Da queste brevi premesse, l'etichetta diviene elemento chiave di congiunzione tra le due dimensioni, soprattutto in un settore in cui il prodotto è già di per sé parte di un'esperienza multisensoriale, sinestetica. Elemento chiave utile a garantire che sempre nuove modalità informativo / narrative vengano veicolate, rispondendo così alla ricerca continua – da parte dei cosiddetti “New Normal Consumer” – di esperienze esclusive, memorabili, uniche (Nomisma, 2021).

Nonostante siano ancora pochi gli esempi nel settore wine & spirits – e tra i due molti meno nel wine, che nello spirits – non è assolutamente un caso che questa fetta di mercato si sia molto velocemente avvicinata, al pari di diversi marchi di lusso e dell'alta moda (Gucci, Balenciaga e Louis Vuitton per citarne alcuni), al meta-mondo. Emblematico il progetto 900 Wine NFT Collection, una linea caratterizzata – appunto – da 900 etichette in edizione limitata, non riproducibili e con autenticità certificata. In altri termini, ogni etichetta digitale, quindi NFT (non-fungible token / gettone non copiabile), diviene proprietà esclusiva dell'acquirente e il suo valore monetario matura nel tempo. Al via il collezionismo di arte digitale, occasione di valorizzazione della qualità del Made in Italy in ambito food & beverage. Più semplice nella forma e diretto nel contenuto è invece il progetto Good Goods, che in ottica di sostenibilità abilita, a partire dall'interazione con un più tradizionale QR Code, l'approfondimento utile a innescare comportamenti consapevoli sul fine vita del packaging: vuoto a rendere e riuso delle bottiglie in vetro.

Uno strumento di inclusione

Per capsule collection o degustazioni, per limited edition oppure – e così dovrebbe essere – per la quotidianità, il packaging in generale e le etichette nello specifico possono diventare un potente strumento di sensibilizzazione per superare le anacronistiche relazioni tra le disparità di genere o identità in ogni sua espressione e le stereotipate forme di gerarchia sociale. Un potenziale strumento sociale, culturale e politico di decostruzione tipologica – genere, razza e sessualità – in favore di un rinnovato senso di sostenibilità e comunità. Ancora, un supporto tangibile per rispecchiare i valori del singolo, e originale per veicolare e amplificare il bisogno di unicità.

Secondo Culture Next, il recente Global Trend Report di Spotify (Spotify, 2022), l’audio è in termini assoluti il media che la Gen Z predilige. In questo senso, e in controtendenza rispetto allo stato dell’arte attuale Enosophia, un’etichetta di vini dalla Croazia che proprio a partire da una proposta musicale definita ma in continua evoluzione, permette ai giovani ma in generale agli amanti del vino di rendere unica la propria esperienza degustativa. Non capita spesso nel mondo del labelling per wine & spirits, di trovare brand guidati da una strategia data-driven, oppure in grado di cogliere le oramai diffuse potenzialità tecniche e tecnologiche della stampa digitale a dato variabile. Tecniche e tecnologie oggettivamente efficienti e veloci – come la stampa roto-offset – che allo stesso tempo consentono libertà assoluta di personalizzazione, vedi la stampa digitale. Tecniche e tecnologie però, utilizzate nel progetto Accorciamo le distanze di Ferro13.

Un progetto dove, nel complesso e complicato periodo di emergenza sanitaria, ha trasformato i metri di distanza tra due persone nell’etichetta del vino inviato come dono. In altre parole ha trasformato i metri di distanza un messaggio positivo di vicinanza e speranza.

Da sempre uno dei settori più rappresentativi del Made in Italy agro-alimentare, il settore wine & spirits oggi, molto più di altri, lascia intravedere un futuro aperto all’innovazione continua nell’ambito della comunicazione. Diventa fondamentale qualificare un approccio sistemico che vede, anche, nelle nuove possibilità tecnologiche un input progettuale fondamentale. Input in grado di aprire la strada a narrazioni ed esperienze visibili tangibili per creare un rapporto diretto con il consumatore. Attenzione, ricordiamoci che ciò che oggi è realmente cambiato è il tenore delle aspettative da parte dei consumatori; consumatori sempre più critici, esigenti e resilienti, che chiederanno esperienze e artefatti sostenibili non più quale fenomeno passeggero, bensì quale regola di base.

Quale convenzione. In questo scenario, la disciplina del design si propone come uno strumento flessibile e dinamico per interpretare le trasformazioni della società odierna (Germak, 2008). Un design capace di rinnovare il valore delle connessioni umane come bisogno primario per le persone, un bisogno che trova risposta in sempre nuove pratiche educative, tangibili e condivise. Un modo per riabbracciare un processo maggiormente poetico e per fornire soluzioni apparentemente semplici a problemi di comunicazione complessi.

Le etichette, che incredibile esercizio di sintesi e capacità comunicativa.

REFERENZE BIBLIOGRAFICHE

– Germak Claudio (a cura di), *Uomo al centro del progetto: design per un nuovo umanesimo*, Torino, Allemandi editore, 2008

– Barbero Silvia, Pereno Amina, Tamborrini Paolo, “Qualitative/quantitative cross analysis to design eco-pack”, in *International Symposium on Sustainable Design* (ISSD), Federal University of Pernambuco, Recife, 29-30 Settembre 2011, pp. 105-115

– Out of the box, “La generazione Z e il packaging. Chi sono i consumatori più giovani sul mercato e cosa cercano nelle confezioni”, 2019 <https://outoftheboxmag.it/la-generazione-z-e-il-packaging/>. [10 gennaio 2023]

– Nomisma, “Osservatorio Packaging del Largo Consumo: sostenibilità e packaging nel New Normal” *Osservatorio Packaging del Largo Consumo di Nomisma*, 2021 <https://www.nomisma.it/osservatorio-packaging-del-largo-consumo-sostenibilita-e-packaging-nel-new-normal/>. [18 gennaio 2021]

– Moretti Laura, “Sostenibilità dell’alta gamma”, *Print*, 92/2022, 2022, p. 25

– Spotify, “Culture Next” *Global trend report 2022* Volume 4, 2022 https://culturenext2022.byspotify.com/assets/report/Spotify_CultureNext_Report_US.pdf [10 gennaio 2023]





SEGNALAZIONI

DESIGN. A LOVE STORY

SETTE OGGETTI

CHE HANNO FATTO

INNAMORARE

Mariacarmela Scrudato,
Palermo University Press,
2023

Mariacarmela Scrudato, in “Design. A Love Story”, cerca di narrare la storia del design secondo una chiave di lettura sui generis: quella amorosa. L’amore verso gli oggetti ha investito l’esistenza umana fin dalle sue origini. L’autrice, difatti, esplora l’affascinante mistero che si cela dietro questi oggetti ricostruendo un viaggio progressivo che va dalla seconda metà dell’Ottocento fino ai nostri giorni. Argutamente, seleziona sette oggetti che hanno incantato e ammaliato diverse generazioni. Ciascuno di questi si articola in capitoli intriganti che, in quanto tali, riescono fin da subito a concedere un assaggio fulmineo e limpido del fascinoso oggetto e del suo universo. Ad aprire la strada troviamo un amore eterno: la sedia Thonet n. 14. Che dire? Che il viaggio abbia inizio!



PARASULI

Cristina Falsone

Cristina Falsone è una fashion designer indipendente siciliana fautrice di moda sostenibile. Attraverso l’upcycling, la selezione e il recupero di tessuti dead stock, crea dei pezzi unici. La progettazione di capi sartoriali che prendono vita da vecchi ombrelloni abbandonati sulle spiagge è uno dei primi step del suo brand: Canicattiva. Cresciuta in un ambiente sartoriale, Cristina ha seguito gli studi in moda e diverse significative esperienze fuori dall’Isola, per poi ritornare. Così ha lanciato PARASULI: un progetto di upcycling di capi spalla realizzati con ombrelloni da spiaggia abbandonati, recuperati e trasformati, grazie alla collaborazione di un’associazione locale che si occupa della rigenerazione del litorale agrigentino. Con tecniche di produzione sartoriale, puntando allo zero waste, prende vita la progettazione di giacche impermeabili, reversibili e genderless.



TINTABRADA TINTURA E STAMPA NATURALE

Francoesca Puglisi

Tintabrada è un progetto sperimentale che nasce con l'intento di recuperare l'antica tradizione della tintura naturale per declinarla in prodotti tessili sostenibili. L'industria tessile detiene oggi un primato quasi assoluto d'insostenibilità ambientale e sociale: iper-produce, inquina, uccide, sfrutta e scarta ai ritmi incalzanti del fast fashion. Per operare un cambiamento di questo paradigma occorre un approccio sistemico. La tintura naturale può essere un tassello nel mosaico delle soluzioni, perché predilige materie organiche rinnovabili e produce scarti a bassa o nulla tossicità, è scandita da ritmi naturali, lenti e sostenibili e può innescare salvifici processi circolari. È luogo d'incontro tra libertà artistica e controllo scientifico, tra storia, tradizione e innovazione sostenibile.



LIVIO VACCHINI. ARCHITETTURA COME COSTRUZIONE

Tiziano De Venuto, libria, 2023

Il lavoro di Livio Vacchini sembra identificarsi come una delle espressioni più radicali dell'architettura europea del secondo Novecento. Le sue forme si definiscono attraverso un rigore che le rende nette e profondamente precise. Ma l'esattezza che le connota sembra coincidere con i paradossi che si manifestano ogni qual volta ci si ponga nella prospettiva di riconoscere gli elementi della costruzione all'interno di un linguaggio. È l'enigma la cifra espressiva della sua architettura, che sembra oscillare costantemente tra i paradigmi della costruzione muraria e trilitica seppur all'interno di una poetica strutturale d'invenzione. Attraverso una sequenza di testi, fotografie e disegni interpretativi, il libro propone una riflessione più ampia sui valori che identificano i caratteri di edificio collettivo che Vacchini sembra declinare all'interno di una ricerca plastica, di tipo scultoreo.



LA COSTRUZIONE DELLA CAMPATA IN CEMENTO ARMATO PER L’INDUSTRIA. IL PENSIERO ARTIGIANALE DI ALDO FAVINI E MARCO ZANUSO

Vito Quadrato, Edizioni Pagina, 2022

All’indomani della Seconda guerra mondiale, la cultura materiale italiana affronta la sfida della ricostruzione a partire da una condizione generale di arretratezza tecnologica rispetto agli altri paesi europei. Tuttavia, proprio la permanenza del carattere artigianale dei processi operativi sarà la leva che consentirà di costituire una singolare specificità di alcune delle opere più interessanti realizzate in questo periodo. All’interno di questo quadro generale, il libro sceglie di indagare più da vicino la costruzione per l’industria analizzando alcuni manufatti interessati da un forte carattere di sperimentalismo rispetto le tecniche di prefabbricazione cementizie. Alcune esperienze dell’Ingegnere Aldo Favini e dell’Architetto Marco Zanuso mostrano al lettore come un “pensiero artigianale” sia capace di mediare l’impatto dell’industrializzazione edilizia.



CASA DEGLI ARTISTI

Associazione Culturale
Termini Imerese (PA)

A fine Aprile 2023 Casa degli Artisti si macchia del temibile reato di portare una mostra d’arte contemporanea in una modesta cittadina del palermitano. Il contenuto della mostra era: bocce piene d’acqua e blocchi di cemento, una sedia, due dipinti, una scultura uscita male, la foto di un uovo e foto di nudo con del sale a terra. All’ingresso il visitatore veniva accolto da un inginocchiatoio dove delle ostie erano pronte per la consumazione: il riferimento era palese e qualcuno, come sempre accade, non ha gradito. La mescolanza fra l’ambiente artistico palermitano e gli ignari passanti dava vita ad un interessante quadretto, atipico per un piovoso pomeriggio domenicale. Ma come si è arrivati a scuotere la tranquillità della provincia, abituata alla sagra dello sfincione?

L’idea Casa degli Artisti nasce nel 2017, con l’intenzione di riunire, in un solo luogo, giovani artisti dalle svariate aspirazioni e abilità in ambito artistico, per favorire lo scambio di idee, tecniche e stili.





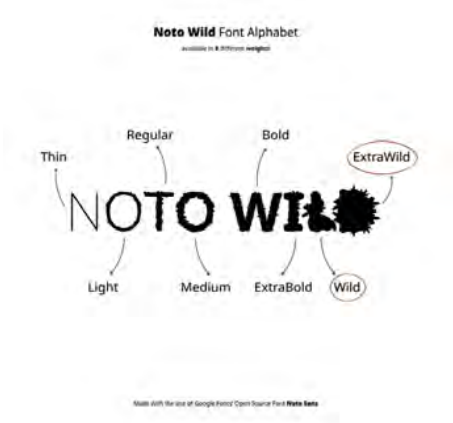
FUORILEZIONE



SI 12: Un numero sperimentale

Laura Lipari
Università degli studi di Palermo

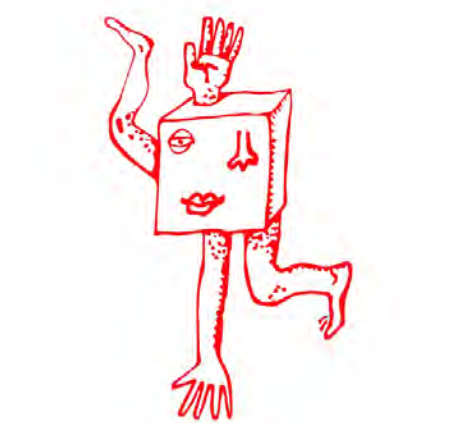
Il progetto di un numero sperimentale per la rivista Southern Identity nasce dall'osservazione del contesto mediatico odierno, pervaso dai mezzi di comunicazione digitali e caratterizzato dall'annullamento dei sensi "caldi". All'interno della rivista, gli articoli e i contenuti sono espressi attraverso testi, immagini, composizioni grafiche e materiali: anche la carta utilizzata infatti varia per esprimere di volta in volta una sensazione differente. L'impostazione della rivista si plasma a seconda di ciò che deve comunicare. Così, ad esempio, testi difficilmente leggibili si accostano a spazi vuoti per trasmettere confusione, caos, lontananza. Il progetto dunque riporta in primo piano le percezioni, le emozioni, traducendo i messaggi in essi presenti a livello visivo e tattile.



Noto Wild a type for nature

Roberta Parisi, Clara Mineo, Pietro Viola, Andrea Mannino
Università degli studi di Palermo

L'area mediterranea, in particolare la Sicilia, sta subendo incendi frequenti a causa del cambiamento climatico. Di fronte a questa crescente minaccia, "A type for Nature" è una campagna tipografica che promuove il "rewilding", un approccio conservativo per rendere la Sicilia più resiliente. Il Collettivo Rewild Sicily, impegnato nella tutela ambientale e sociale, ha commissionato questa campagna che presenta il carattere tipografico "Noto Wild", un carattere dinamico che simboleggia la Natura che riconquista i suoi spazi. La landing page collega gli utenti al Collettivo, offrendo opportunità di acquisto del carattere, donazioni e integrazione nella community. La campagna incoraggia la condivisione su social media, promuovendo consapevolezza sull'importanza di intervenire e di sostenere la causa.



Historical Heritage and Archival Sources

Laboratorio di storie, ricerche per il progetto contemporaneo Alison Rebecca Gadaleta, ArCoD Architettura, Costruzione e Design, Politecnico di Bari

Historical Heritage and Archival Sources è un laboratorio di tesi coordinato dal Prof. Antonio Labalestra all'interno del Corso di Laurea in Disegno Industriale del Politecnico di Bari. Le ricerche che si sviluppano all'interno di questo laboratorio hanno come obiettivo quello di indagare le connessioni tra ricerca storica e ricerca progettuale. Il laboratorio si svolge a partire dalla ricerca d'archivio e propone percorsi di ricerca nell'ambito del design e delle discipline attigue a partire da ricerche storiografiche relative al design italiano oltre che la loro narrazione attraverso processi progettuali. V.V.



Scritto dal sole - Dove sono finite le vecchiette

ziczic & Isabella Mongelli
VOGA Progetto d'Arte Contemporanea, Bari

"Scritto dal sole. Un libro collettivo" è un laboratorio di cianotipia su tessuto che si inserisce nel contesto del progetto "Dove sono finite le vecchiette?", vincitore del bando del Consiglio Regionale "Futura - La Puglia per la parità" di Isabella Mongelli, a cura di VOGA. Il workshop si è svolto il 27 aprile negli spazi di VOGA (galleria d'arte) in collaborazione con ziczic (casa editrice). Per lo svolgimento del laboratorio è stato richiesto ai partecipanti di raccogliere un piccolo campione di bigliettini scritti a mano da donne anziane. Ricorrendo alla tecnica della cianotipia, gli scritti sono stati stampati su fazzoletti di stoffa a comporre un libro tessile che «ci racconterà di una varietà di mondi e personalità, che spesso viene appiattita nell'immaginario della nonna del Sud, casa, cucina e famiglia». V.V.



Bari Artigiana

Storie, strumenti e opportunità per un artigianato di nuova generazione a Bari
Porta Futuro, Bari

Bari Artigiana è un progetto promosso da Porta Futuro Bari, in collaborazione con d_Bari. Porta Futuro è un Job Centre avviato sul territorio dal Comune di Bari, in collaborazione con la Regione Puglia e con il supporto tecnico di Capitale Lavoro S.p.a. (Società pubblica in house di Città Metropolitana di Roma Capitale). d_Bari è una start up per imprese che intende sostenere la creazione di nuove realtà micro-imprenditoriali nel settore del commercio, dell'artigianato e dei servizi, presso le aree target dei programmi di rigenerazione urbana del Comune di Bari. Il progetto Bari Artigiana è dedicato alla valorizzazione delle attività artigianali e innovative e si rivolge a tutta l'area metropolitana di Bari. L'iniziativa ha come scopo quello di favorire l'incontro tra artigiani e cittadini per incentivare la conoscenza e la diffusione sia delle antiche tecniche connesse alle pratiche manuali, sia delle nuove soluzioni tecnologiche a sostegno della sostenibilità per la vendita, la progettazione e il design. V.V..



**Dal manufatto antico
esposto al MANN
al prodotto di design
contemporaneo**

Tesi di Laurea di Alessia Borriello
Relatore - prof. Claudio Gambardella
Corr. Dr. Alberto Alessi Anghini

“Dal manufatto antico esposto al MANN al prodotto di design contemporaneo” è il titolo del progetto di tesi in collaborazione con il brand Alessi, in cui si è cercato di svolgere una particolare operazione, andando a recuperare dal Museo Archeologico Nazionale di Napoli (MANN) alcune suggestioni tratte dai tanti manufatti antichi. Quest’approccio favorisce un legame tra storia e contemporaneità applicato al design, il progetto si concentra sul colatoio in bronzo proveniente dall’Area Vesuviana (60-79 d.C) con una ricca incisione forata, peculiarità assoluta del reperto. Dopo vari interventi di analisi e modifiche si è giunto al mestolo forato con una particolare attenzione alla progettazione dei fori ed un nuovo materiale ecologico: EcopaXX Q-KG6-FC che risponde alle prestazioni richieste.



**La bellezza nei sensi
Universal tableware per
Danese**

Tesi Di Laurea Di Rossella D'ambrosio
Relatore Prof. Claudio Gambardella

Alla base del seguente lavoro di tesi, dedicato al noto marchio italiano di design DANESE, vi è un’esperienza personale, seguita da una riflessione in merito al ruolo della vista nella quotidianità, in particolare durante il momento dei pasti. Per entrare nel vivo del tema, sono stati fondamentali i diversi incontri presso l’Istituto per ciechi e ipovedenti “Paolo Colosimo” di Napoli. Seguendo i principi dell’Universal Design, sono stati progettati: un piatto fondo e un piatto piano in BIODUR®, un bicchiere e le posate, ognuno dei quali è inteso come l’interfaccia con la quale l’utente interagisce in una User Experience positiva. Obiettivo del progetto è quello di far vivere durante il momento dei pasti, a tutti nella maggior estensione possibile, un’esperienza estetica, sensoriale ed emotiva.



