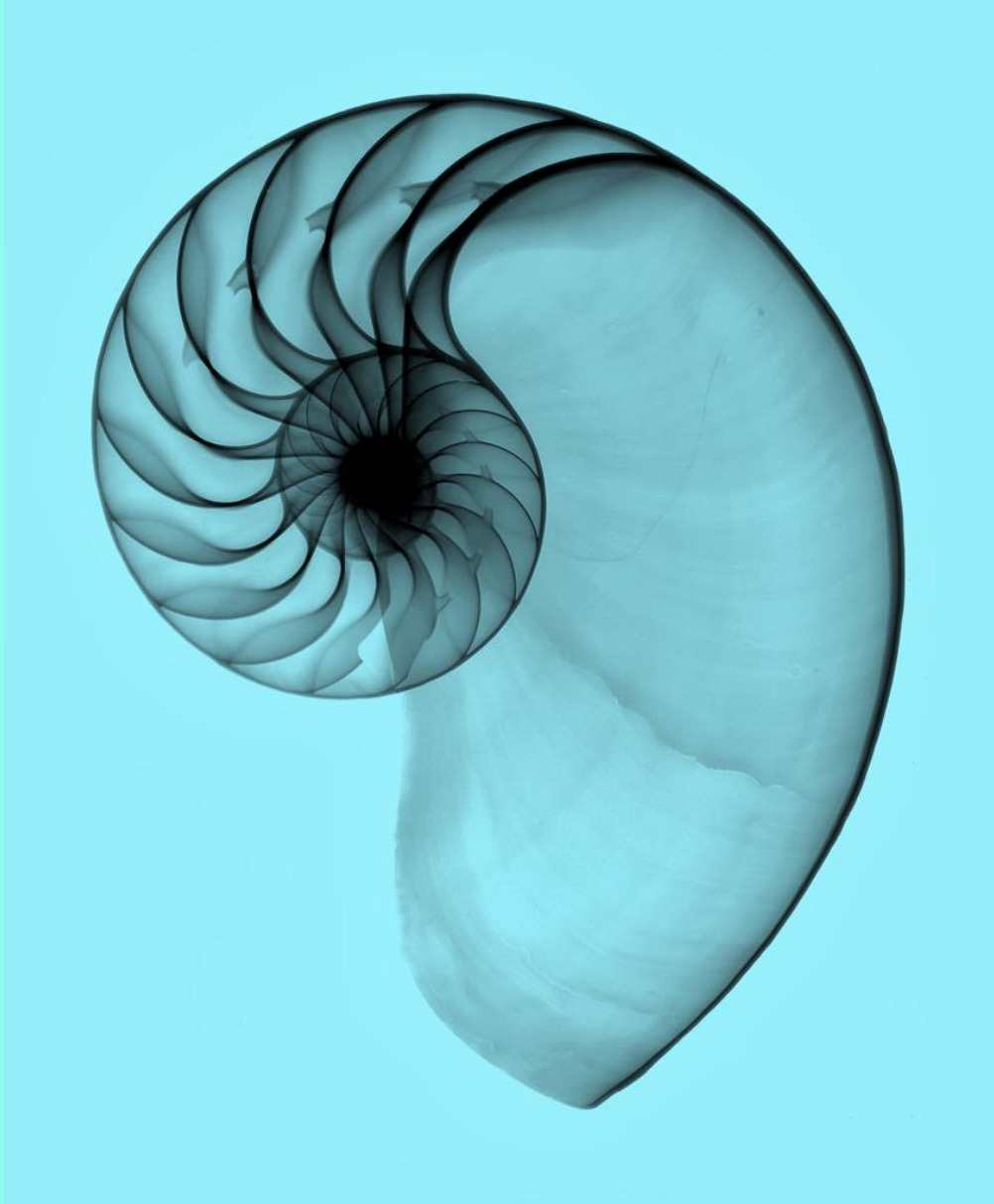




itade







proposta di iscrizione  
all'albo dei  
patrimoni orali  
e immateriali  
dell'umanità  
dell'UNESCO del  
**DESIGN ITALIANO**

proposal inscription  
in the Register of  
oral heritage  
and intangible assets  
of humanity  
of UNESCO of  
**ITALIAN DESIGN**

**i patrimoni orali e immateriali dell'umanità** sono espressioni della cultura immateriale del mondo che l'**UNESCO** ha inserito in un apposito elenco, per sottolineare l'importanza che esse hanno secondo tale organizzazione.

i capolavori immateriali si affiancano ai siti patrimonio dell'umanità: mentre questi ultimi rappresentano cose tangibili (come un parco naturale, una città o un complesso archeologico), i primi rappresentano antiche tradizioni che spesso non hanno una codificazione "scritta" ma sono tramandate oralmente nel corso delle generazioni.

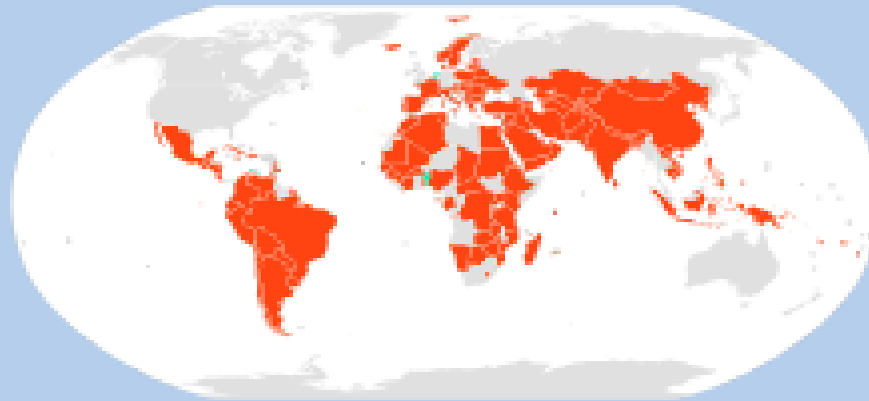
L'UNESCO si è posta il problema di salvaguardare questi capolavori per evitarne la scomparsa, allo stesso modo di come è già stato fatto per i beni materiali.



**L'Organizzazione delle Nazioni Unite per l'Educazione, la Scienza e la Cultura** ( in inglese *United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization*, da cui l'acronimo **UNESCO**) è stata fondata dalle Nazioni Unite il 16 novembre 1945 per incoraggiare la collaborazione tra le nazioni nelle aree dell'istruzione, scienza, cultura e comunicazione.

Sono membri dell'UNESCO, all'ottobre 2011, 194 Paesi più 7 membri associati. Il quartier generale dell'UNESCO è a Parigi ed opera programmi di scambio educativo, scientifico e culturale da 60 uffici regionali sparsi per tutto il mondo. I progetti sponsorizzati dall'UNESCO comprendono programmi scientifici internazionali; programmi di alfabetizzazione, tecnici e di formazione degli insegnanti; progetti regionali e di storia culturale; e cooperazioni internazionali per conservare il patrimonio culturale e naturale del pianeta e per preservare i diritti umani. Fu responsabile della fondazione dell'OANA. L'UNESCO fornisce fondi al Consiglio Internazionale della Scienza. Una delle missioni dell'UNESCO è quella di mantenere una lista di patrimoni dell'umanità. Questi sono siti importanti culturalmente o dal punto di vista naturalistico, la cui conservazione e sicurezza è ritenuta importante per la comunità mondiale.

L'UNESCO è rappresentato da propri ambasciatori e promuove il celebre Foro Universale delle Culture, che nel 2013 avrà luogo a Napoli. La Commissione nazionale italiana è guidata da **Gianni Puglisi**.



## liste

stati membri della Convenzione per la Salvaguardia del Patrimonio Culturale Immateriale.

la prima selezione di patrimoni, denominata "capolavori del patrimonio orale e immateriale dell'umanità", venne fatta nel 2001 e comprendeva 19 voci, cui se ne sono aggiunte altre 28 nel 2003. Un ulteriore elenco è stato reso pubblico il 25 novembre 2005.

la 32° conferenza generale dell'UNESCO tenutasi a Parigi dal 29 settembre al 17 ottobre 2003 ha stabilito una **Convenzione per la salvaguardia del patrimonio culturale immateriale** che definisce il concetto in maniera più rigorosa. Vengono istituite la generica "Lista rappresentativa del patrimonio culturale immateriale dell'umanità", la "Lista del patrimonio culturale immateriale che necessita di essere urgentemente salvaguardato" per i patrimoni a rischio di estinzione e la lista dei "Programmi, progetti e attività per la salvaguardia del patrimonio culturale immateriale", ovvero le iniziative locali che meglio riflettono i principi della Convenzione e che riceveranno l'assistenza internazionale. a partire dal 2008 gli elenchi sono stati adeguati alla Convenzione e nuovi elementi sono stati aggiunti regolarmente ogni anno; i patrimoni già proclamati nel 2001-2005 sono stati tutti inseriti per primi nella Lista rappresentativa nel 2008, senza pregiudicare i criteri richiesti per le iscrizioni successive.

a dicembre 2012 l'elenco è arrivato a comprendere 257 patrimoni, più 31 patrimoni inclusi nell'elenco di quelli che necessitano di salvaguardia urgente.

10 elementi figurano tra i programmi, progetti e attività per la salvaguardia.

# definizione

l'art.2 della Convenzione definisce così i patrimoni culturali immateriali:

« le prassi, le rappresentazioni, le espressioni, le conoscenze, il *know-how* – come pure gli strumenti, gli oggetti, i manufatti e gli spazi culturali associati agli stessi – che le comunità, i gruppi e in alcuni casi gli individui riconoscono in quanto parte del loro patrimonio culturale. questo patrimonio culturale immateriale, trasmesso di generazione in generazione, è costantemente ricreato dalle comunità e dai gruppi in risposta al loro ambiente, alla loro interazione con la natura e alla loro storia e dà loro un senso d'identità e di continuità, promuovendo in tal modo il rispetto per la diversità culturale e la creatività umana »

si precisa inoltre come tali prassi devono essere compatibili con i diritti umani, il rispetto reciproco tra le persone e lo sviluppo sostenibile.

viene presentata inoltre una casistica, tipica ma non esaustiva, dei possibili patrimoni: tradizioni ed espressioni orali, ivi compreso il linguaggio in quanto veicolo del patrimonio culturale immateriale arti dello spettacolo, consuetudini sociali, eventi rituali e festivi cognizioni e prassi relative alla natura e all'universo artigianato tradizionale.

# criteri

ogni capolavoro viene proposto da uno o più paesi. altri sono proposti da un paese solo ma con il sostegno di uno o più altri paesi. i criteri di selezione e le procedure di iscrizione sono stati rivisti all'assemblea generale del giugno 2010. tutti i criteri devono essere presenti contemporaneamente affinché un patrimonio possa essere proposto per l'iscrizione.

criteri di iscrizione nella "Lista rappresentativa del patrimonio culturale immateriale dell'umanità:

R1: L'elemento è un patrimonio culturale immateriale come definito all'art.2 della convenzione

R2: L'iscrizione dell'elemento ne promuoverà la conoscenza mondiale, provandone l'importanza, testimoniando la diversità culturale e la creatività umana

R3: Si elaborano mezzi di salvaguardia del patrimonio

R4: La proposta di inserimento ha il pieno consenso e la partecipazione della comunità o degli individui interessati

R5: L'elemento fa parte di un inventario locale di patrimoni culturali dello stato/i interessatoo/i

criteri di iscrizione nella "Lista del patrimonio culturale immateriale che necessita di essere urgentemente salvaguardato":

U1: L'elemento è un patrimonio culturale immateriale come definito all'art.2 della convenzione

U2: Il patrimonio è a rischio nonostante gli sforzi della comunità o degli individui interessati, *oppure* è minacciato di probabile estinzione senza contromisure immediate.

U3: Vengono elaborate misure di salvaguardia che possono permettere alla comunità o individui interessati di continuare la pratica e la trasmissione del patrimonio

U4: La proposta di inserimento ha il pieno consenso e la partecipazione della comunità o degli individui interessati

U5: L'elemento fa parte di un inventario locale di patrimoni culturali dello stato/i interessatoo/i

U6: In casi di estrema urgenza, si è debitamente consultato lo stato/i interessatoo/i



# Italia

ad oggi il patrimonio  
immateriale dell'Umanità  
per l'Italia



opera  
dei pupi  
siciliani



canto a  
tenore  
sardo

macchine  
a spalla



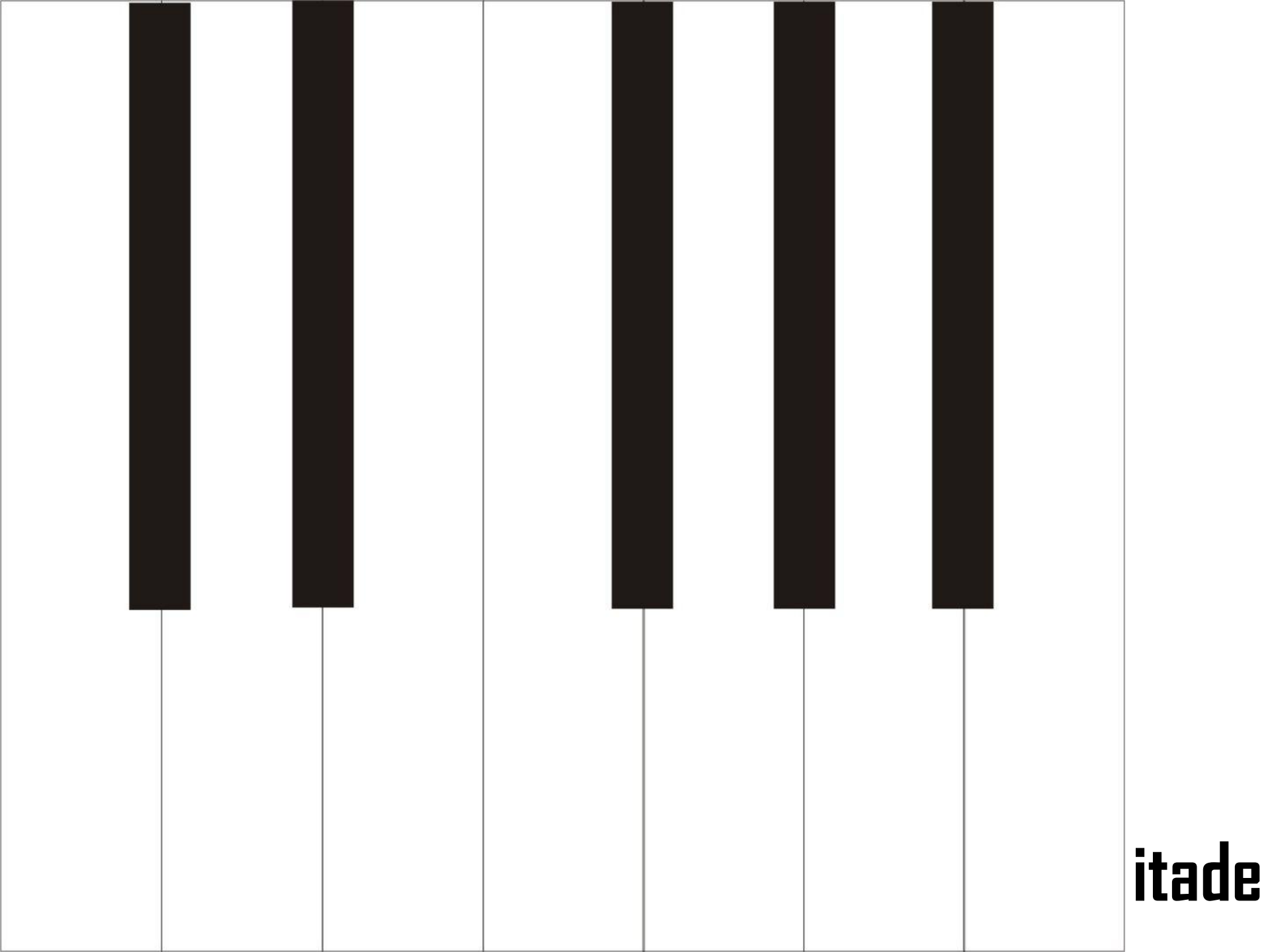
alberello a  
vite di  
pantelleria



arte del  
violino a  
cremona



dieta  
mediterranea



**itade**

con questa candidatura si intende seguire il percorso culturale che ha portato al riconoscimento della Dieta mediterranea come sintesi antropologica, materiale, economica, produttiva, sociale e ambientale. questa candidatura tende ad evidenziare una produzione immateriale (creativa e innovativa) che ha ispirato e accompagnato l'affermarsi del prodotto industriale in Italia e nel mondo, diventandone il lessico più significativo: il design ha proposto e prodotto una “daitia esistenziale” nei settori dell’abitare, del produrre, del viaggiare, in sintesi del vivere dell’uomo del XX° e XXI° secolo.

il Made in Italy che oggi è in grado di raggiungere consumatori di ogni classe ed età nel mondo, di collegare e mettere in relazione passato e futuro. il "saper fare" ci obbliga a "far sapere" le nostre qualità, il nostro design e le nostre eccellenze. la cultura del progetto è dare un senso alle cose. realizzare artefatti che uniscano forme, funzioni, racconti e emozioni. essere l'espressione più autentica e coinvolgente della personalità Italiana per ogni visitatore. presentare un "saper e un saper fare" funzionale ed estetico. una full- immersion nelle storie, nelle maestrie, nelle scelte, nelle intuizioni dei pionieri e dei maestri della moda, degli accessori e del design italiano, della tradizione, dell'artigianato, dell'arredamento, dell'industria, del cinema, dell'abbigliamento, del costume, dell'arte, del sistema paese tutto e della innovazione. un progetto nomade che intende narrare come un novello cantastorie la raccolta del Made in Italy.

*in tutte queste cose che si hanno da fare, devesi avere per scopo la solidità, l'utilità e la bellezza. (Vitruvio, 15 a. C)*

**THE ITALIAN ROOM**

dall'Italia al mondo e ritorno.

intendiamo creare uno spazio, una stanza come luogo della documentazione e della promozione culturale, ma anche di mercato, per i designer italiani e per tutte le Aziende che li editano e li diffondono nel mondo. questo spazio tende a realizzare diversi obiettivi: “Colmare un vuoto informativo”: la non-conoscenza dei lavori e delle realizzazioni dei designer italiani, degli artigiani, dei distretti e tutti gli attori del Made in Italy che possono così parlare e dialogare con il mondo. documentare (creando una banca-dati unica), ma anche promuovere il lavoro creativo, progettuale e realizzativo con particolare attenzione ai giovani designer e fashiondesigner.

oggetti rappresentativi dell'anima creativa del designer/stilista che si presentano come occasioni di riflessione, di progetto, di rivisitazione: "scatole" che contengono talismani. oggetti che parlano di genius loci, di creatività, di innovazione, di saperi manuali, materici, produttivi: elementi che connotano il lungo percorso della cultura italiana: "scatole" che diventano "stanze" per un percorso didattico multilivello, per un dialogo concreto, contemporaneo. oggetti in grado di suscitare, attraverso le tecnologie digitali che li accompagnano, il viaggio della memoria, della conoscenza, dei luoghi, delle personalità, delle occasioni, delle sfide affrontate che diventano "materia formativa" per fruitori che vogliono costruire il proprio futuro: "stanze" che esprimono la "maieutica progettuale".

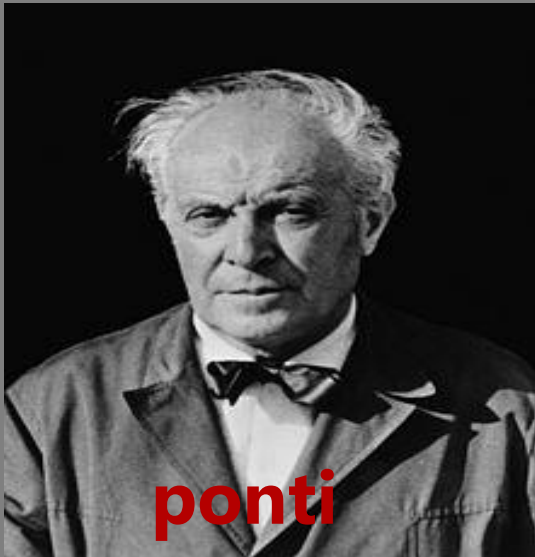
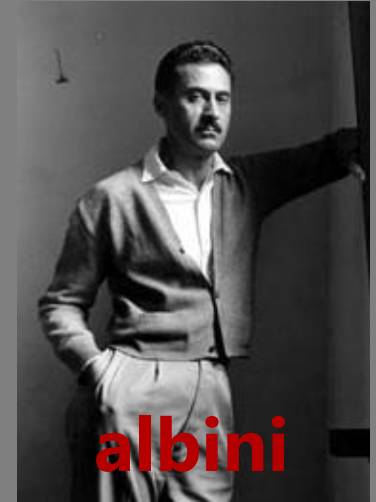
**le stanze**



Le Stanze Italiane intendono essere un percorso didattico e maieutico: da un lato fornire elementi di conoscenza di molti protagonisti di questo percorso e dall'altro sollecitare, fare emergere la curiosità, la riappropriazione di questo patrimonio come reale arricchimento personale, culturale, intraprenditivo. una stanza, in poesia, è una porzione di una grande composizione come un poema, come è la narrazione del design italiano. ogni stanza, realizzata in collaborazione con ADI, Camera Nazionale della Moda Italiana e altre realtà pubbliche e private che operano nel vasto mondo del design, vuole essere una sorta di topos outopos, cioè uno spazio non spazio, ossia un luogo dove ogni "abitatore" vive un'esperienza conoscitiva ed emotiva che avviene quando si incontra concretamente la creatività, l'innovazione, la bellezza. le Stanze Italiane intendono essere un Ambasciatore concreto, un libro aperto, consultabile del design italiano per divenire evento culturale e promotore della imprenditorialità italiana: un Made in Italy che esprime sempre più il suo cuore pulsante, ossia Designed in Italy.

**i protagonisti del design**

# I PIONIERI



# LE AZIENDE DI DESIGN



**B&B**  
ITALIA

 **CASTELLI**<sup>®</sup>

**ALESSI**

**Kartell**

**Cassina**

*pininfarina*

**Barovier&Toso**<sup>®</sup>

**Artemide**<sup>®</sup>

# I DESIGNER



**castiglioni**



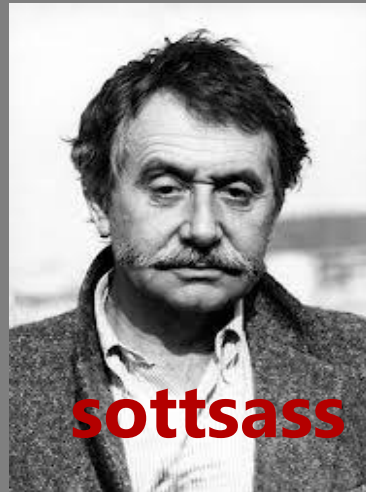
**aulenti**



**colombo**



**magistretti**



**sottsass**



**munari**



**zanusso**



# I CONTEMPORANEI



# I MARCHI

cappellini

BRIONVEGA

Riva

FLOS

Boffi

Poliform

Arclinea

FLUXFORM

LIVING

DIVANI



guzzini



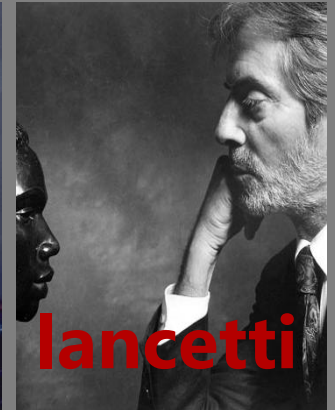
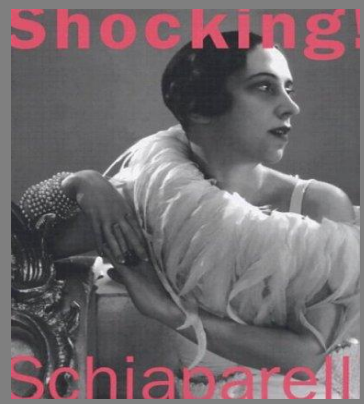
Richard Ginori  
1735



***i protagonisti del fashiondesign***



# I PIONIERI



# I SARTI

d'Avenza  
Roma

Brioni

PIATTELLI®  
ROMA

OSVALDO TESTA

Kiton

CARACENI  
DOMENICO  
CARACENI

1913

ANGELO  
LITRICO

STYLE AT C&A

# I CREATORI



**capucci**



**ferragamo**



**schon**



**pucci**



**curiel**



**cerruti**



**valentino**



**krizia**



# I CONTEMPORANEI



**armani**



**dolce e gabbana**



**cavalli**



**versace**



**prada**



**moschino**



**ferrè**



**missoni**

# I MARCHI

BOTTEGA VENETA

BVLGARI

**DIESEL**<sup>®</sup>  
FOR SUCCESSFUL LIVING

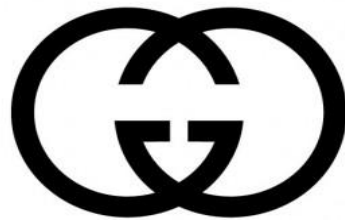
BRUNO **M**AGLI

sergio rossi

**F**  
**FENDI**

GUCCI

a.testoni



MaxMara



Ermenegildo Zegna

**per tutti i Creativi, i Designer, i Sarti, gli Artigiani e le  
Maestranze italiane, che sono più in relazione allo stile  
che alla moda, che ogni qualvolta tagliano o creano,  
quando iniziano a cucire e scucire, quando disegnano  
o progettano, un nuovo capo o un accessorio,  
cominciano a ricreare ogni volta un pezzo unico  
da dedicare alla persona che lo indosserà e che lo userà.  
per farlo si costringono alla sfida della creazione per la  
soddisfazione. a loro e alle loro sfide, dovremmo  
condividerle e dedicare insieme una nuova forza  
ad uno dei più sorprendenti movimenti lavorativi,  
professionali e creativi del pianeta.**

**il  
MADE IN ITALY.  
che tutti desiderano,  
e ci invidiano.**

**THE ITALIAN ROOM**

in collaborazione con

**ADI**

**ADI ASSOCIAZIONE  
PER IL DISEGNO  
INDUSTRIALE**

# THE ITALIAN ROOM

in possibile collaborazione con

