

CIVICITY  
CIVICITY  
CIVICITY  
CIVICITY

DA SPETTACOLO  
A SOSTANZA:  
CIVICITY COME  
APPROCCIO

---

# CIVICITY

---

Stiamo cercando un *glitch*. Uno spazio sperimentale che distorca la realtà, una forma d'azione spontanea, inattesa ed entusiasmante che catapulti tutti noi – te, me, altri – in uno stato d'immaginazione radicale.

Non lo stiamo solo cercando: ci serve. Abbiamo bisogno di uno spazio con cui ripensare il design, le design week.

Le città non sono cornici passive, ma realtà vissute. Le difficoltà e i trionfi dei loro abitanti devono guadagnare il centro della scena; deve emergere la città come esperienza: nella sua spigolosità, verità, località; con i suoi strati, la sua evoluzione perpetua, la sua vivacità.

Le design week sparse per il mondo sono diventate eventi chiave in cui designer, aziende e visitatori possono incontrarsi per scambiare idee, competenze e ambizioni. Ma dato il contributo crescente di questi eventi all'inquinamento locale, all'aumento del costo della vita, alle crisi abitative, alle disegualianze sociali e all'*overtourism*, l'attuale modello delle design week appare insostenibile.

Le design week rivestono un ruolo importante come luoghi d'incontro, ma a quale costo?

Cosa succederebbe se smettessimo di apportare solo piccoli aggiustamenti? Lo status quo non funziona più – e da ogni parte si alzano voci critiche che chiedono alternative. I cambiamenti richiedono tempo, impegno e collaborazione. Con una spinta costante, un investimento di tempo e alleanze significative, potremmo gradualmente plasmare un nuovo format – che affondi le radici nella giustizia, nell'agency locale e nella molteplicità.

In che modo la spontaneità, l'informalità o l'appropriazione possono nutrire nuovi modelli di scambio nel design? In che modo la disciplina può essere intersezionale, e questo processo di immaginazione collettivo anziché esclusivo?

È questo il fulcro di CIVICITY.

CIVICITY è la prima edizione di *Redesigning Design Weeks*, un programma di residenze plurien-

---

---

nale in cui i designer sono invitati a riflettere sull'impatto degli eventi di design – in termini sociali, ambientali e culturali – sulle città che li ospitano. Il programma è un'iniziativa del Nieuwe Instituut di Rotterdam in partnership con l'Ambasciata e il Consolato Generale dei Paesi Bassi in Italia e *cheFare*, agenzia per la trasformazione culturale con sede a Milano.

Il titolo CIVICITY rimanda al latino *civis*, 'cittadino', enfatizzando le relazioni fra persone, luoghi e partecipazione. Il progetto, curato dallo studio di design Collective Works, con sede all'Aia, mira a portare in superficie e porre al centro i nessi che emergono quando i cittadini interagiscono con l'ambiente circostante, riconoscendo che le città prosperano nel momento in cui le persone plasmano attivamente gli spazi che abitano.

Usando la Milano Design Week come caso di studio, i designer Pete Fung e Studio-Method (Riel Bessai e Pedro Daniel Pantaleone) sono stati invitati a immergersi per due mesi negli ecosistemi urbani, sociali, ambientali e culturali della città. L'obiettivo del loro lavoro è quello di esaminare criticamente le sfide alla sostenibilità poste dalle design week e ripensare le pratiche esistenti. La giornalista Nuria Ribas Costa documenta il progetto, offrendo riflessioni critiche e formulando scenari per il futuro.

Agli inizi del 2026, quando questo primo ciclo giungerà al termine, *Redesigning Design Weeks* lancerà un altro periodo di residenze per approfondire i risultati ottenuti.

---

CIVICITY  
CIVICITY

---

---

# UNA POSIZIONE: PROGETTARE DALL'INTERNO

---

Praticare il design significa confrontarsi con un sistema che affronta sfide critiche. La nostra presenza a Milano durante la Design Week aggiunge ulteriori pressioni sulla città attraverso i viaggi, i soggiorni temporanei e la saturazione degli spazi. Anziché ignorare questa realtà, la consideriamo una chiamata all'azione. Vediamo il design non come un atto neutro, ma come un continuo negoziato con il mondo che ci circonda.

Gli spazi non sono mai semplici sfondi; racchiudono storie, lotte e futuri plasmati da chi li abita. Il design deve riconoscerlo e rispettarlo. Questo progetto si inserisce nel quadro di un impegno protratto nel tempo a ripensare e rimodellare il design e le design week dall'interno, lavorando

insieme a partner, organizzazioni e individui sulla stessa lunghezza d'onda. Mettendo in discussione i format consolidati, sperimentando nuovi approcci e favorendo scambi significativi, miriamo a cambiare il modo in cui il design opera in un contesto culturale e ambientale più ampio.

La trasformazione non è sempre progresso. La visibilità non è sempre inclusione. Crediamo che il design debba schierarsi con chi costruisce comunità anziché con chi la disperde.

---

# Beyond Temporary Spectacle

---

---

Re-  
design-  
ing

Design  
Weeks

---

# BERTRAM NIESSEN

## 133 PUNTI INTERROGATIVI SULLA DESIGN WEEK

■ 1/133

Dove vivono le persone che fanno le pulizie durante la Design Week?

■ 2/133

E quelle che si occupano della sicurezza?

■ 3/133

E dove vive chi si occupa della logistica della Design Week, quelli che trasportano le scatole e montano gli stand, spostano avanti e indietro i lampadari, le sedie, i tavolini, i portabottiglie, i cavatappi, i divani, i tappeti, le lampade, i comodini, i portaombrelli?

■ 4/133

E dove vivono quelli che si occupano del catering, degli stuzzichini, del fingerfood, delle focaccine, delle pizzette, dei vasetti di couscous?

■ 5/133

Vivono dentro i confini del comune di Milano oppure in quelli dell'hinterland?

■ 6/133

Vivono nei comuni di prima fascia come Assago, Corsico, Cinisello Balsamo, Cusano Milanino, Opera, Pioltello, Peschiera Borromeo, San Giorgio su Legnano, e Segrate?

■ 7/133

O vivono nei comuni di seconda fascia come Bellinzago Lombardo, Cassinetta di Lugagnano, Trezzo sull'Adda, Inveruno, Marcallo con Casone, Robecchetto con Induno, Vanzaghella, Zibido San Giacomo?

■ 8/133

Quanti chilometri percorreranno durante la Design week per andare da casa al posto di lavoro, e ritorno?

■ 9/133

Si sposteranno con i treni delle Ferrovie Nord o con quelli di Trenitalia?

■ 10/133

Con un'auto privata o con un'auto aziendale?

■ 11/133

Con una bicicletta tradizionale o con una elettrica?

■ 12/133

Con un monopattino o con un monociclo?

■ 13/133

Quante ore impiegheranno?

■ 14/133

Che contratti hanno?

■ 15/133

Che vita fanno?

■ 16/133

Ma invece. Che vita fanno tutti quelli che vengono qui dal resto del mondo?

■ 17/133

Cosa vengono a fare, davvero le persone alla Design Week?

■ 18/133

E come ci vengono?

■ 19/133

Se chiudiamo le palpebre e proviamo a visualizzarli con gli occhi della mente, che forma prendono?

■ 20/133

Sono sciami, come se fossero insetti?

■ 21/133

Sono nubi fatte di persone, con la montatura degli occhiali colorata e il computer aperto davanti?

■ 22/133

Sono processioni di treni?

■ 23/133

Di automobili?

■ 24/133

Sono code di aerei?

■ 25/133

Ma invece. Ripensando un attimo a quegli stuzzichini, al fingerfood, alle focaccine, alle pizzette, ai vasetti di

couscous: quanti ne verranno mangiati e quanti invece ne verranno buttati?

■ 26/133

Quanti diventeranno posaceneri improvvisati?

■ 27/133

E quanti Spritz Campari, Spritz Aperol, Ugo, Negroni, Negroni Sbagliati, birre industriali, birre artigianali, shot di vodka e bicchieri di whisky verranno bevuti?

■ 28/133

E quanti invece cadranno a terra?

■ 29/133

Quanti cadranno su altre persone?

■ 30/133

Sulle magliette, sulle felpe, sui cappotti, sui pantaloni, sulle gonne?

■ 31/133

Sulle magliette, sulle felpe, sui cappotti, sui pantaloni, sulle gonne?

■ 32/133

Quanti sulle scarpe?

■ 33/133

E che scarpe saranno?

■ 34/133

Sneaker, stivali, scarpe con il tacco a spillo o con i tacchi comodi?

■ 35/133

Sandali, infradito?

■ 36/133

Quanti cadranno sui computer, sui cellulari, sugli smartwatch?

■ 37/133

E quanti sui poster, sui flyer, sui magazine?

■ 38/133

Ma invece. Quanta gente se ne andrà da Milano durante la Design Week?

■ 39/133

Andranno nella seconda casa al mare o a quella in montagna?

■ 40/133

Torneranno nella cameretta a casa dei genitori a Bagnara Calabra, a Cividale Camuno, a Montemassi?

■ 41/133

O partiranno per le Azzorre, per Bali, per la Camargue?

■ 42/133

Quanti di loro affitteranno la casa a chi viene da fuori?

■ 43/133

E come verranno pagati?

■ 44/133

In contanti?

■ 45/133

Con un bonifico?

■ 46/133

Attraverso una piattaforma?

■ 47/133

Saranno pagamenti regolari o in nero?

■ 48/133

Chi ci pagherà le tasse sopra, e chi no?

■ 49/133

Quanto incide la Design Week sul costo degli affitti durante tutto l'anno?

■ 50/133

E sul prezzo delle case in vendita?

■ 51/133

Cosa ne direbbe un agente immobiliare?

■ 52/133

E un sociologo, un urbanista, un giurista, un economista?

■ 53/133

Qual è l'economia grigia delle Design Week?

■ 54/133

E quella nera?

■ 55/133

Quanti scambi opachi o innominabili avvengono durante quella settimana?

■ 56/133

Girerà più cocaina, più ketamina, più eroina, più ecstasy?

■ 57/133

E quanta?

■ 58/133

C'è qualcuno che viene alla Design Week per prendere i funghetti?

■ 59/133

E il Rivotril? Tavor, Xanax, Valium, Ansiolin, En, Frontal, Lexotan, Prazene, Control, Lorans?

■ 60/133

Ma invece. Cosa succede durante la Design Week nei quartieri che non hanno la week?

■ 61/133

Cosa succede a Baggio, Adriano, Chiaravalle, Quarto Oggiaro, Barona, Bovisasca?

■ 62/133

Gli abitanti sono contenti o scontenti?

- 63/133  
Gliene frega qualcosa?
- 64/133  
Esiste una Milano normale, mentre quella della Week è eccezionale?
- 65/133  
E' una domanda che ha senso?
- 66/133  
Se nella mappa della Design Week quasi tutto succede all'interna della circonvallazione, cosa succede fuori?
- 67/133  
Chi arriva per la Design Week per dormire si distribuisce lungo gli assi della metropolitana?
- 68/133  
La design week è diversa per i quartieri di periferia in cui arriva la metropolitana?
- 69/133  
E' diversa per Crescenzo, Cimiano, Corvetto, Porto di Mare, Lorenteggio, Giambellino?
- 70/133  
E' diversa per chi ci vive, per chi usa i quartieri per una settimana, per chi ci lavora?
- 71/133  
Ma invece. Come sarebbe Milano se la Design Week non ci fosse?
- 72/133  
Sarebbe un posto migliore o peggiore?
- 73/133  
Sarebbe un posto solo differente?
- 74/133  
Ci sarebbe lo stesso la crisi degli alloggi?
- 75/133  
Le persone lascerebbero comunque Milano perché è troppo cara?
- 76/133  
La città si sentirebbe comunque così internazionale?
- 77/133  
Cosa cambierebbe per il mondo dell'arte?
- 78/133  
E per quello della moda?
- 79/133  
E per le università?
- 80/133  
E per le accademie d'arte?
- 81/133  
Ma invece. Quanti baci sulle guance vengono dati durante la Design Week?
- 82/133  
E quanti baciamani?
- 83/133  
Quanti amplessi vengono consumati da chi è in città per la Design Week?
- 84/133  
Quanti preservativi vengono scartati?
- 85/133  
Quante coppie si formano?
- 86/133  
Quante coppie si scoppiano?
- 87/133  
E quanto durano, poi, nel tempo?
- 88/133  
Quanti sono, e chi sono, i figli concepiti durante la Design Week?
- 89/133  
E i nipoti?
- 90/133  
Ma invece. La Design Week gentrifica i quartieri?
- 91/133  
E cosa vuol dire, poi, gentrificare?
- 92/133  
Chi ci guadagna e chi ci perde quando i vecchi abitanti di un quartiere se ne vanno?
- 93/133  
C'è bisogno di politicizzare la Design Week?
- 94/133  
È una questione di sindacalizzazione per chi lavora nelle pulizie, nella logistica, nella sicurezza, nel catering?
- 95/133  
È qualcosa che riguarda soprattutto i designer?
- 96/133  
E se è così, li riguarda perché dovrebbero sindacalizzarsi o perché dovrebbero considerare temi più politici nel loro lavoro?
- 97/133  
Chi ci guadagna davvero nella Design Week?
- 98/133  
Gli espositori della Fiera?
- 99/133  
I buyer?
- 100/133  
Gli studenti?

- 101/133  
Chi ha una casa o una stanza da affittare?
- 102/133  
Ma invece. Qual è il bioma che vive sulla pelle di chi viene alla Design Week?
- 103/133  
Quanti batteri, virus, funghi, alghe si spostano con le persone?
- 104/133  
Arrivano nuovi semi, nuove specie?
- 105/133  
Cosa cambia durante la Design Week per i piccioni di Milano?
- 106/133  
E per i pappagalli?
- 107/133  
Per i corvi, le cornacchie, i merli?
- 108/133  
Per gli aironi e i falchi pellegrini?
- 109/133  
Per i ratti, le nutrie, gli scoiattoli?
- 110/133  
E per gli scarafaggi, le formiche, le api, i mosconi, le zanzare?
- 111/133  
E per i gatti che vivono nelle colonie feline?
- 112/133  
Per i cani da appartamento?
- 113/133  
Per i pesci rossi?
- 114/133  
Per i maiali, e i polli e le mucche degli allevamenti intensivi intorno alla città?
- 115/133  
E per i bagolari, gli oleandri e le acacie?
- 116/133  
Ma invece. Quanto aumenta l'uso delle toilette con la Design Week?
- 117/133  
Quante volte in più viene azionato lo scarico?
- 118/133  
Quanti rotoli di carta igienica vengono utilizzati?
- 119/133  
E quante salviette?
- 120/133  
E quanti assorbenti?
- 121/133  
Quanto aumenta il carico delle fognature durante la Design Week?
- 122/133  
Cosa cambia per i corsi d'acqua della città, quelli nascosti sotto l'asfalto e quelli ancora alla luce?
- 123/133  
Per il Lambro, l'Olona, il Seveso, il Cavo Redefossi, l'Acqualunga, il Pudiga e il Merlata, la Vettabbia, il Naviglio Martesana, il Naviglio Grande, il Naviglio Pavese?
- 124/133  
Ma invece. A cosa serve farsi domande sulla Design week?
- 125/133  
La Design Week è una cosa che esiste, e basta?
- 126/133  
La Design Week è una manifestazione spontanea, non regolata a e non regolabile?
- 127/133  
La dobbiamo prendere così come viene perché altrimenti non sarebbe più la Design week?
- 128/133  
E' qualcosa che va cambiato?
- 129/133  
E se si chi la deve cambiare?
- 130/133  
Gli espositori, la giunta comunale, le università, chi arriva da altre parti del mondo?
- 131/133  
Gli abitanti di Milano?
- 132/133  
C'è qualcosa di più ozioso che farsi domande sulla Design Week?
- 133/133  
O qualcuno dovrà pur chiedersi come progettarla?

**"DA PARTECIPANTI FREQUENTI DI  
DESIGN WEEK, BIENNALI E ALTRI  
EVENTI INTERNAZIONALI, NOI DEL  
NIEUWE INSTTUUT VOGLIAMO  
ESAMINARE IL NOSTRO IMPATTO  
SULLE CITTÀ E LE COMUNITÀ CHE CI  
OSPITANO, INCORAGGIANDO ALTRI  
PARTECIPANTI A ESPORARE INSIEME  
A NOI MODI PER CREARE RELAZIONI  
PIÙ SOSTENIBILI CON QUESTE  
COMUNITÀ E AL NOSTRO INTERNO."**

Aric Chen,  
Direttore Artistico e Generale, Nieuwe Instituut

**REDESIGNING DESIGN WEEKS È PARTE  
DI UN PROGRAMMA PIÙ AMPIO INTITO-  
LATO REDESIGNING THE DESIGNER,  
CON CUI IL NIEUWE INSTTUUT  
INTENDE SUPPORTARE I DESIGNER  
ATTRAVERSO LO SVILUPPO DI  
STRUMENTI E QUADRI DI RIFERIMENTO  
PER AFFRONTARE LE QUESTIONI  
SOCIALI ED ECOLOGICHE PIÙ PRES-  
SANTI DEI NOSTRI TEMPI. TRAMITE  
PROGETTI COME IL NEW STORE E LA  
NEW ACADEMY, AI DESIGNER VIENE  
OFFERTA UNA PIATTAFORMA  
PUBBLICA PER METTERE A PUNTO,  
SPERIMENTARE E TESTARE ALTERNA-  
TIVE AI MODELLI DI PRODUZIONE,  
CONSUMO, ISTRUZIONE E PROGETTA-  
ZIONE ESISTENTI.**

Francien van Westrenen,  
Head of Agency Department, Nieuwe Instituut

# C'É QUALCOSA CHE NON VA

**NURIA  
RIBAS COSTA**

“Antonellaaaaaaa, quando torni portami quel libro che mi serve, domani sarà impossibile passare per il centro di Milano...”

“A volte è davvero asfissiante.”

“Io? Oh no, non vado in centro. Ho tutto quello che mi serve qui a nord.”

*La storia del quartiere Adriano risale a molto tempo fa: le cartine medievali riportano grandi boschi che coprivano tutta l'area. Addirittura, tra il 1700 e il 1800 era una meta di vacanze per i cittadini del “centro”.*

## “CENTRO”? IL CENTRO DI COSA?

“Alcuni hanno molte idee su Adriano, e molti non sanno nemmeno cosa sia”.

[Pedro]

Sono andato a visitare il quartiere Adriano per un sopralluogo. È piuttosto lontano dalla zona in cui abitiamo, quasi al capolinea opposto della M1. Adriano è a metà fra il

centro e Monza, in effetti ancora più a nord. Sono sceso a Sesto Marelli, e ho deciso di proseguire a piedi anziché prendere l'autobus. Dalla strada principale ho svoltato a sinistra per dirigermi a sud-est, e ho visto un grande deposito di tram. È un esempio dei particolari da cui si percepisce di essere a Milano e non a Monza: qui sostano i tram di Milano, non quelli di Monza. Sono le infrastrutture a definire la zona.

“La cosa positiva di questo quartiere è che ci si trova dentro Milano, ma anche fuori.”

Per Saverio, quella stessa condizione di anonimato e marginalità che altri vedono come un elemento critico rappresenta invece un valore. Dobbiamo trovare altri modi di abitare questi spazi marginali, modi propri di questi stessi spazi.

“Non lavoriamo per ‘rendere di nuovo grande Adriano’, né perché Milano riconosca il nostro quartiere, ma perché esistiamo – non dobbiamo dimostrare nulla alla città.”

**Colpa. Qualcuno parla di senso di colpa. Di vergogna, dell'essere vittime, della pruriginosa presa di coscienza di essere parte del problema, e improvvisamente uno vorrebbe non esserlo, vorrebbe la benedizione dell'ignoranza, la benedizione della performance, vorrebbe che ci fosse verità nelle parole che prova a balbettare: “No, un momento, sto dicendo / facendo / tentando / proponendo / sto bla bla bla un'altra cosa.”**

**Ma non lo stai facendo, sai che è così, non c'è nemmeno un pizzico di novità in quello che dici, e questa piccola consapevolezza ti fa accapponare la pelle.**

**O forse c'è, suavia, diamoci un po' di credito, c'è un po' di novità, se non altro hai fatto tutto il lavoro che dovevi, e ti sei sottoposto a un fact checking, e hai attribuito tutti i meriti alle persone cui spettavano, e hai razionalizzato la tua posizione arrivando con passo cauto ma costante a un punto in cui sai che devi, quantomeno, pronunciarti – perché chiaramente c'è qualcosa che non va.**

“Chiaravalle deve fare qualcosa con i binari abbandonati, che storicamente la collegavano al centro di Milano. Ora dividono il quartiere e la città.”

La scorsa settimana ho percorso i binari da un capo all'altro. Ci sono volute circa tre ore. Se Chiaravalle è il margine, i due capi dei binari sono i margini del margine. A uno dei capi, vicino a Poasco, ho incontrato un artista che dipingeva le chiese di Milano. Ora vive da queste parti e ha allestito il suo studio sui binari abbandonati usando materiali di scarto trovati qui vicino. All'altro capo, vicino alla stazione di Rogoredo (che pare sia occupata da tossicodipendenti), un uomo mi ha seguito da lontano per cinque-dieci minuti. Nel punto in cui le due strade si incontrano, ha cominciato a gridare, poi ha preso un bastone e lo ha lanciato oltre la strada, verso di me.

“I binari veicolano container, beni, debiti. Hanno troncato il rapporto tra il paese e l'abbazia, ma questo posto rappresenta la possibilità di vivere fuori dal debito.”

“Milano è una città che ha creato un'ideologia a partire dalla costruzione dei servizi. Ma è fatta di profonde differenze territoriali, e soffre proprio di questo: dell'assenza di politiche urbane radicate e radicali che si facciano carico delle diseguaglianze, ed ecco perché tutto sembra pura cosmesi.”

Quando le ho chiesto del Salone, lei mi ha risposto: “Bellissimo!”. “Davvero?”, ho detto io. “È un caos,” ha fatto lei.

“Mi dispiace, non ci sono tavoli disponibili senza prenotazione questa settimana... Magari la prossima?”



## LA PROSSIMA SETTIMANA?



“Cosa resta dopo la Design Week?”

**Dimmi, o'è qualoosa qui e ora ohe sopravviverà alla settimana?**

**La frase ohe abbiamo appena letto era spietata: “Siamo sempre stati qui”, stava scritto sugli striscioni esposti al baloone, ohe ondeggiavano soavi, come prendendooi in giro.**

# **HA FATTO SCATTARE QUALCOSA DENTRO DI ME. E DENTRO DI TE?**

**Devi provare qualcosa – disagio?**

**Tristezza? Sorpresa?**

**Paura... La paura è una buona risposta.**

**Molta gente ha paura. Lo capisco, spaventa**

**l'idea di pasticciare con lo status quo.**

**Ma il tempo stringe... Prima o poi dovremo  
affrontare questa conversazione, e preferirei  
succedesse prima che poi...**

**Proprio così, hai visto? Si legge nel tuo  
sguardo, lo sai che c'è qualcosa che non va!**

# **QUALCOSA DECISAMENTE NON VA!**

**Allora, dimmi...**

**No, non mi importa se sei venuto qui in aereo  
(o forse sì, mi importa, ma non è il punto adesso);  
avanti, dimmi, come suggeriresti che dessimo  
una scossa alle cose, una volta per tutte?**

**Non essere timido,  
voglio sentire  
la tua.**

**Cosa? No!**  
**Non voglio cancellarti.**  
**Io voglio ucciderla, la cancel culture.**

**Qui, ora. È morta – lo vedi?**  
**Nessuno ti metterà a tacere.**

**MA FA' SÌ CHE NE SIA**  
**SIA VALSA LA PENA,**  
**DEVI LAVORARE –**  
**DEVI LAVORARE SODO.**

**Perciò, sentiamo: cosa c'entrano Adriano**  
**questi binari di tram volanti fatti di**  
**gomma da mastioare viola?**

**Aspetta!**  
**Non dirmelo:**  
**È UN RIFERIMENTO**  
**AL TRAM CHIAMATO**  
**DESIDERIO?**

#### LEGENDA

##### TRA VIRGOLETTE:

Dichiarazione di residenti e operatori di Milano, sia fittizi che reali.

##### IN CORSIVO:

Tra parentesi quadre, estratti da Luoghicomuni – *Appunti per le città del futuro di cheFare* (2022).

##### IN CARATTERE NORMALE:

commenti dei designer in residenza Pedro Daniel Pantaleone (Adriano) e Pete Fung (Chiaravalle).

##### IN CARATTERI PIÙ GRANDI E PIXELATI:

Le parole di Nuria Ribas Costa dirette al lettore – presumibilmente un visitatore della Design Week proprio come te.

An aerial, black and white photograph of a city neighborhood, likely the 'Quartiere Adriano' in Rome. The image shows a dense urban layout with a grid of streets. Buildings of varying heights and architectural styles are visible, interspersed with green spaces and trees. The overall scene is a high-angle, wide-area view of a developed urban area.

# QUARTIERE ADRIANO

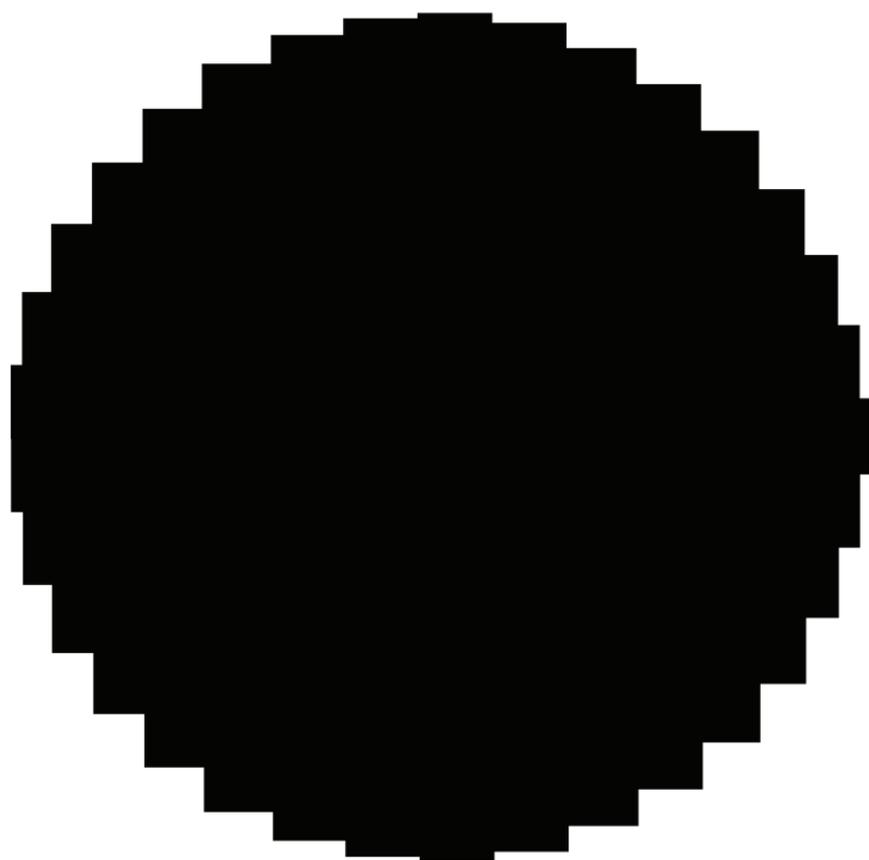
**TERZO PAESAGGIO NON È UNO SPAZIO  
ARTISTICO TRADIZIONALE, MA UN  
LUOGO NOMADICO PER PROGETTI E  
PRATICHE DI RIGENERAZIONE URBANA  
A BASE CULTURALE, CON PARTICO-  
LARE ATTENZIONE PER I LUOGHI DI  
MARGINE. PONENDO IL PAESAGGIO AL  
CUORE DEL SUO LAVORO E AFFON-  
DANDO LE RADICI NEL QUARTIERE, SI  
ADATTA AI BISOGNI DELL'AMBIENTE E  
DELLA COMUNITÀ, PUR RIMANENDO  
IBRIDO, POROSO E NON ISTITUZIONALE,  
E POTENDO COSÌ CONFRONTARSI CON  
ABITANTI E CITY MAKER.**

Terzo Paesaggio  
Chiaravalle

**LE GRANDI ISTITUZIONI CULTURALI DEL  
CENTRO CITTÀ NON DOVREBBERO  
CREARE PROGETTI PER LE PERIFERIE,  
MA COMINCIARE A IMMAGINARE PRO-  
GETTI INSIEME ALLE REALTÀ LOCALI.**

Magnete  
Quartiere Adriano

**WHAT  
HAPPENS**



**OUTSIDE  
THE CIRCLE**

PETER  
ZUIDERWIJK

COLLECTIVE  
WORKS

# COLTIVARE CIVICITY ATTRAVERSO IL DESIGN

## (LE DESIGN WEEK RE-IMMAGINATE)

Le design week sono diventate un fenomeno globale, celebrazioni di creatività che attraggono attenzione internazionale verso città sparse nel mondo. Eppure, troppo spesso, restano scollegate dai luoghi che le ospitano, privilegiando lo spettacolo rispetto alla sostanza e lasciandosi dietro poco valore duraturo.

Per evolvere, questi eventi devono abbracciare l'idea che la vita urbana sia plasmata dalle relazioni dinamiche tra persone, luoghi e partecipazione.

La parola che descrive questa relazione è "civcity".

# UN QUADRO PER IL DESIGN OLTRE LO SPETTACOLO

Rimandando al latino *civis* (cittadino), “civicity” non pone al centro né gli individui isolati né collettivi imposti dall’alto, ma gli spazi in cui si incontrano gli interessi personali e quelli comuni.

Riconosce che le città fioriscono quando le persone danno attivamente forma ai loro ambienti, non come un pubblico passivo ma come partecipanti impegnati nella negoziazione costante della vita urbana.

Per le design week, ciò significa andare oltre le mostre temporanee e muoversi verso una pratica civica continua. Aniché esposizioni industriali, possono diventare piattaforme in cui designer, residenti e policy-maker collaborano per rispondere a sfide urbane reali come l’accesso alla casa, la mobilità sostenibile e la qualità degli spazi pubblici.

L’obiettivo non è mettere in mostra il design, ma attivarlo come strumento di problem-solving collettivo.

# PRINCIPI PER UNA DESIGN WEEK "CIVICA"

## 01 RADIOATA, NON ESTRATTA

I designer dovrebbero porsi in dialogo con le città molto prima e dopo l'evento, lavorando entro i contesti locali anziché imponendo idee esterne. Ciò significa co-disegnare progetti con le comunità, testare prototipi in quartieri reali e assicurarsi che le iniziative durino oltre l'evento in sé.

## 02 LA PARTECIPA- ZIONE COME FULORO E NON COME AGGIUNTA

---

Il design più convincente emerge quando le persone sono creatori attivi, non semplici consumatori. Laboratori, studi aperti e sessioni di co-creazioni dovrebbero essere elementi centrali e non periferici di questa esperienza. Immaginate una design week in cui i visitatori contribuiscono alla messa a punto di prototipi che esplorano il concetto di condivisione comunitaria, mappano le necessità dei quartieri o aiutano a formulare proposte di policy.

### **03**

## **DAL TEMPORANEO AL TRASFORMATIVO**

Il limite principale delle design week come le conosciamo è la loro brevità. I progetti dovrebbero essere concepiti perché mantengano attualità nel tempo, con piani chiari per la loro evoluzione in risorse durature. I progetti avviati potrebbero trasformarsi in modelli di coinvolgimento permanente delle comunità, mentre le installazioni pop-up potrebbero diventare parte delle infrastrutture pubbliche. Il successo andrebbe misurato in termini di impatto a lungo termine, non semplicemente attraverso il numero dei visitatori.

---

### **04.**

## **MEDIATING URBAN TENSIONS**

Le città sono teatri di negoziati costanti fra progettisti e residenti, turisti e gente del luogo, tradizione e innovazione. Le design week possono fungere da luoghi in cui queste tensioni sono esaminate in modo creativo mediante confronti pubblici, lo sviluppo di prototipi di policy o di modelli di governance cooperativa.

L'obiettivo non è evitare il conflitto ma incanalarlo verso un dialogo produttivo.

## **05 L'INCLUSIONE COME PRINCIPIO GUIDA**

Un approccio civico deve considerare chi si sente escluso da questi eventi. Alcuni residenti si ritrovano scollegati dalla creatività e dall'innovazione che fioriscono nel centro. Le design week dovrebbero rappresentare un gesto gentile che offre opportunità di apprendimento e connessione. Ci si può arrivare invitando voci diverse a partecipare al processo di progettazione, facendo sì che numerosi membri di una comunità siano coinvolti e possano contribuire alla conversazione.

---

## **06 IL SAPERE LOCALE COME PUNTO DI PARTENZA**

Ogni città ha i propri ritmi e bisogni, la propria storia. Un approccio civico alle design week comporta che innanzi tutto si ascolti, si impari dai residenti e dalle iniziative dal basso prima di proporre soluzioni. In questo modo i progetti saranno adeguati, pertinenti e radicati nel luogo in cui sono sviluppati.

# UN CAMBIO DI MENTALITÀ

Questa visione non è vincolata a un singolo programma o a una singola città. È un invito a ri-orientare qualsiasi tipo di design week in una direzione civica, a non vedere queste settimane come eventi isolati ma come parte del flusso continuo della vita urbana.

La sfida è di carattere strutturale. I modelli di finanziamento economico privilegiano la visibilità internazionale rispetto all'impatto locale, mentre le linee temporali degli eventi favoriscono le installazioni di breve durata rispetto a un coinvolgimento lento e significativo. Ma il potenziale è immenso.

Sposando queste idee, le design week possono diventare più che semplici raduni di settore; possono diventare volani per città più inclusive, adattive, plasmate dalle persone che le abitano.

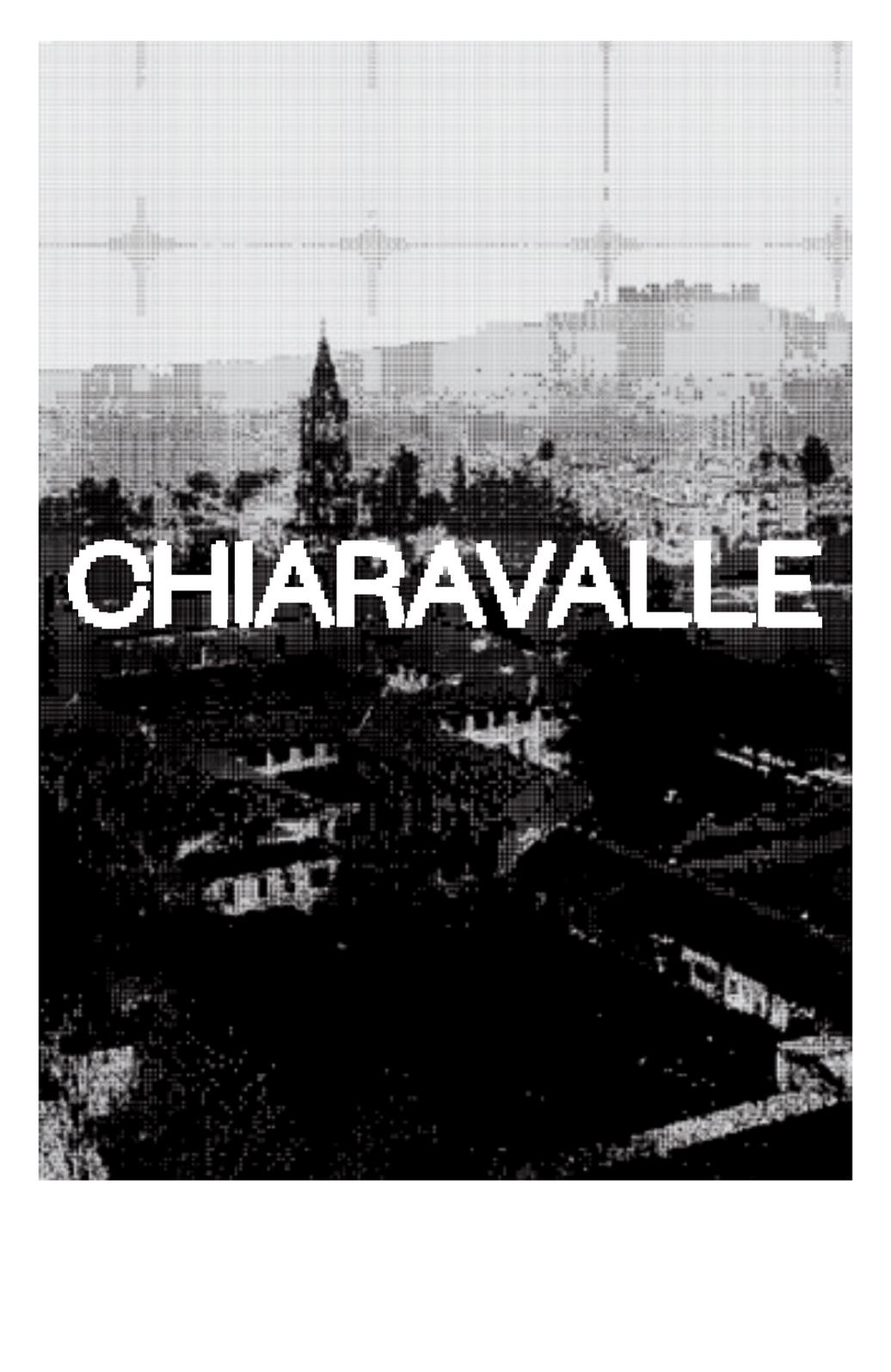
In ultima analisi, si tratta di ridefinire quali debbano essere i prodotti del design – non semplici oggetti o immagini, ma le relazioni e i sistemi che essi attivano.

Quando una design week abbraccia questa possibilità, smette di essere un mero evento e comincia a divenire parte del processo evolutivo di una città.

DESIGNING  
WITH

---

NOT  
FOR

An aerial, black and white photograph of Chiavari, Italy. The image shows a hillside town with a prominent church spire in the center. The foreground is dominated by dark, dense foliage and trees. The background shows a large, light-colored building complex on a hillside. The word "CHIARAVALLE" is overlaid in large, white, bold, sans-serif capital letters across the middle of the image.

# CHIARAVALLE

**"LA MILANO DESIGN WEEK POTREBBE  
ESSERE PIÙ CHE UNA VETRINA PER  
LA CREATIVITÀ. È UN MOMENTO PER  
RAGIONARE SUL MODO IN CUI IL DESIGN  
DÀ FORMA ALLE CITTÀ IN CUI VIVIAMO.  
IL TEMA DI CIVICITY SONO LE RESPONS-  
ABILITÀ COMUNI DELLA VITA URBANA,  
DOVE IL DESIGN NON È SOLO UN GESTO  
ESTETICO MA UN PROCESSO DI NEGO-  
ZIAZIONE, COLLABORAZIONE E CURA.**

**TROPPO SPESSO, GLI EVENTI DI DESIGN  
CREANO SPETTACOLI TEMPORANEI  
SENZA UN IMPATTO DURATURO. CIVITY  
ESPLORA I MODI IN CUI UN CONFRONTO  
PIÙ PROFONDO TRA DESIGNER E  
COMUNITÀ LOCALI PUÒ CONDURRE A  
FUTURI URBANI PIÙ INCLUSIVI,  
SOSTENIBILI E SOCIALMENTE CONNESSI.**

**ANCHE I PICCOLI INTERVENTI, SE REAL-  
IZZATI NEL CONTESTO OPPORTUNO,  
POSSONO INNESCARE CAMBIAMENTI  
DURATURI."**

I curatori Peter Zuiderwijk  
e Karin Mientjes

Who  
is  
design  
for



# CIVICITY 2025

*Curatore:*  
Collective Works

*Project lead e programme  
development, Milano:*  
cheFare

*Committente & Project lead, Paesi Bassi:*  
Nieuwe Instituut

*Designer residenti:*  
Pete Fung & Studio-Method

*Editor/Giornalista:*  
Nuria Ribas Costa

*Graphic Design:*  
Collective Works, NL in collaborazione  
con Lara Metzenmacher

*Sviluppo del Civicity-BOT Dead Pixels:*  
Will Boase e Janek Ryt

*PR & comunicazione:*  
Fulvia Ramogida, IT &  
Nieuwe Instituut NL.

Con il sostegno dell'Ambasciata e  
Consolato Generale dei Paesi Bassi  
in Italia.

Un ringraziamento speciale al gruppo  
dei *critical friends* di Milano.

cheFare<sup>cc</sup>

Nieuwe  
Instituut



Kingdom of the Netherlands

Collective  
Works



# RESTA AGGIORNATO CON IL NOSTRO CIVICITY-BOT!

---

CIVICITY-BOT è un innovativo feed automatizzato di Will Boase che trae informazioni dall'archivio in continua evoluzione di CIVICITY. Fornisce aggiornamenti in tempo reale su avvenimenti significativi e minori nel corso delle residenze, della design week e oltre, offrendo uno spaccato del processo creativo e degli sviluppi intorno al progetto.

Il CIVICITY-BOT esplora strutture narrative, formati di pubblicazione e approcci di condivisione alternativi. Il risultato è un chatbot che, attraverso WhastApp, genera un flusso automatizzato di contenuti testuali e multimediali accessibili attraverso i device degli iscritti, oltre a documenti di approfondimento su vari argomenti.

*E chissà che presto non sia disponibile anche una versione per Signal – perché lasciare tutto il divertimento a WhatsApp?*



**SCANSIONA IL CODICE QR  
PER ISCRIVERTI E RIMANI  
CONNESSO CON CIVICITY  
MENTRE CONTINUA A  
EVOLVERE.**

**PUOI ANCHE INVITARE I  
TUOI AMICI!**



# LE VOCI DI CIVICITY

**PETE  
FUNG**

---

È un ricercatore, insegnante e designer che lavora con comunità locali e si concentra su contesti sociali che aiutano i cittadini a comprendere l'impatto delle piccole azioni quotidiane. Sperimentando con vari output, Pete Fung stratifica queste esperienze in un design critico e riflessivo.

**STUDIO-  
METHOD**

---

È uno studio di architettura e design basato sulla ricerca, fondato da Riel Bessai e Pedro Daniel Pantaleone, che si propone di creare ambienti sostenibili in risposta a crisi ambientali urgenti. Coniugando una metodologia di "design contingente" (che sfida i sistemi di potere esistenti) a una mentalità pratica, il lavoro di Studio-Method si sposa perfettamente con lo spirito di CIVICITY.

## COLLECTIVE WORKS

---

è uno studio di design collaborativo con sede all'Aia, nei Paesi Bassi, fondato da Karin Mientjes e Peter Zuiderwijk. La sua pratica si concentra sul confronto con comunità e ambienti per rispondere a domande socio-spaziali attraverso progetti collaborativi. I lavori che ne scaturiscono assumono varie forme: campagne attivistiche, strutture di supporto spaziale, esempi di design partecipativo e programmazione istituzionale. Collective Works è inoltre parte del network di design transdisciplinare Constructlab, che si concentra su progetti innovativi e di impegno sociale in tutta Europa.

## NURIA RIBAS COSTA

---

è una giornalista e giurista che vive e lavora tra Rotterdam e Ibiza, suo luogo d'origine. Già membro della squadra delle pubbliche relazioni di OMA, è ricercatrice e analista indipendente di politiche urbanistiche e culturali. Si occupa di comunicazione per l'agenzia urbanistica Humankind e collabora con Vigla, team di ricerca applicata, e col Center for Music Ecosystems. È inoltre editor di De Dépendance e scrive per riviste indipendenti. È membro e co-programmatrice dello spazio d'ascolto KODA (Schiedam) e conduttrice di Operator Radio.

## cheFARE

---

è un'agenzia di trasformazione culturale fondata nel 2012. Ha inaugurato le sue attività con il premio cheFare, il primo Grant italiano per pratiche di innovazione sociale a base culturale. Nelle sue tre edizioni (2012-2015), il premio ha raccolto 1.800 proposte da tutta Italia, assegnando un totale di €350.000 a cinque vincitori. Attualmente, cheFare lavora per mappare, collegare e supportare esperienze culturali innovative in Italia e all'estero. cheFare lavora a livello nazionale e internazionale con attori pubblici e privati, policymaker, ricercatori, istituzioni culturali e organizzazioni civiche. Rende possibili processi collaborativi, producendo incontri fra operatori nel campo sociale e culturale e curando editorialmente il dibattito nazionale sulla cultura, l'innovazione e le politiche. Le attività dell'agenzia collegano pubblici diversi su temi complessi, sviluppando strumenti strategici per la pubblica amministrazione e le organizzazioni culturali.



# VERSO LA CIVICITY

