

L'intervento Il ricercatore del Mit di Boston mette in guardia dalle profezie fantascientifiche. E spiega perché per il Future Food District, realizzato con Coop, è partito dalle storie del passato. Da rilanciare con l'aiuto del design

IL FUTURO IMMAGINATO

PREVEDERLO, INUTILE. MEGLIO SPERIMENTARLO E NEL CIBO SERVE UN TENTATIVO CONDIVISO

di **Carlo Ratti**

Quando Expo ci chiese di lavorare al Future Food District (distretto del futuro) accettammo con entusiasmo, ma anche un po' di imbarazzo. Profezie e fantascienza ci hanno sempre lasciati indifferenti. Cercare di prevedere il futuro è un esercizio spesso futile, che distoglie dall'oggi senza aiutarci realmente a capire meglio il domani.

Pensate a quante profezie del passato sono rimaste lettera morta. Oggi sorridiamo pensando alle macchine volanti e ai marciapiedi semoventi immaginati da Thomas Anderson a inizio '900, in una sua futuristica descrizione della vita metropolitana alla fine del XX° secolo. O ricordando le pillole nutritive liofilizzate auspiccate dagli scienziati qualche decennio fa (la stessa Expo, dedicata al cibo nelle sue varietà, ci ricorda quanto sia diverso oggi il nostro rapporto con l'alimentazione). Le previsioni mancate sul futuro sono così numerose e pittoresche che in alcuni casi costituiscono un vero e proprio luogo narrativo: il paleofuturo.

Come non cascarci dentro nell'affrontare il tema assegnato da Expo? Diceva Herbert Simon che «la scienza si occupa del mondo com'è, mentre il design esplora come potrebbe essere». In questa definizione del design (inteso nell'accezione anglosassone di progetto) si intuisce un possibile, diverso

rapporto col futuro. Non l'inutile rincorsa della previsione, bensì un'occasione di sperimentazione per accelerare la trasformazione del presente.

Qualcosa di simile all'idea di «anticipatory design» (o progettazione preventiva) teorizzata nel ventesimo secolo dal grande inventore americano Buckminster Fuller e basata sull'«affrontare problemi esistenti attraverso l'introduzione nell'ambiente di nuovi manufatti». È con questo approccio che ci siamo avvicinati al Future Food District. Stimolati da Coop Italia, partner di Expo determinato a far toccare con mano un'esperienza di acquisto reale, abbiamo cercato di sperimentare nuove interazioni tra le persone e i prodotti all'interno di un vero e proprio supermercato. Ci interessava in particolare il mondo delle informazioni: quella grandissima mole di dati di cui disponiamo oggi (a cui spesso ci si riferisce con il nome di Big Data) e che potrebbe innescare nuove dinamiche di consumo.

Ricordate il signor Palomar di Italo Calvino quando, immerso in una fromagerie parigina, ha l'impressione di trovarsi in un museo? «Dietro ogni formaggio c'è un pascolo d'un diverso verde sotto un diverso cielo (...) Questo negozio è un museo: il signor Palomar visitandolo sente, come al Louvre, dietro ogni oggetto esposto la presenza della civiltà che gli ha dato forma e che da esso

prende forma». Ecco, è stato questa una delle nostre ispirazioni: nuovi strumenti per permettere ai prodotti di raccontare le loro storie — e in ultima analisi per stimolare un consumo più informato e consapevole. Gli articoli, esposti non su scaffali bensì su grandi tavoli come in un mercato tradizionale, ci raccontano la loro origine e le loro caratteristiche in modo immediato (sfiorandoli con la mano si attivano contenuti interattivi su grandi vele specchianti che li sovrastano).

Una maggior tracciabilità dei prodotti permette anche nuove relazioni tra le persone. Grazie alle maggiori possibilità di condivisione offerte dalle reti, perché non pensare al supermercato come luogo di



**L'identità delle merci
Contenuti interattivi per scoprirla. Potremo essere tutti produttori e consumatori, stile Airbnb**

scambio aperto a tutti? Nel solco della tradizione cooperativa italiana, alcune aree saranno dedicate proprio ai micro-produttori, come l'associazione delle «Cesarine», casalinghe che si propongono di «custodire e diffondere il patrimonio di sapienza, tradizione e cultura nascosto nelle mille ricette della nostra cucina regionale». Insomma, una specie di condivisione dei prodotti alla Airbnb, in cui ciascuno può potenzialmente diventare sia produttore sia consumatore.

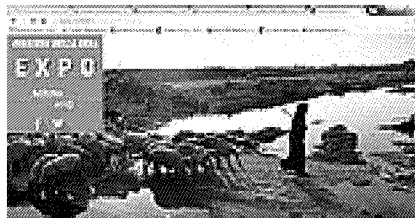
Alcuni aspetti del progetto avranno più successo, altri meno. Ma questo ci sembra il fattore più interessante: sfruttare un grande evento per un esperimento insieme a decine di migliaia di persone. Un test da cui tutti impareremo lezioni, alcune delle quali potranno poi essere trasferite al mondo reale. Se è vero, come diceva Alan Kay, che «il miglior modo per predire il futuro è inventarlo», è fondamentale che architetti e designer partano da una sperimentazione condivisa — per costruire un futuro di cui tutti possiamo essere artefici.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Con il Corriere

Inchieste ogni martedì
i supplementi
e il canale dedicato



Le nuove guerre? La risoluzione per l'acqua
L'11 febbraio 2015, Carlo Ratti, 40 anni, è a Torino. 2015 © R

Ogni martedì due pagine di inchiesta sui temi globali dell'Expo: dopo l'Acqua toccherà a Terra, Energia, Cibo. È solo una delle iniziative del *Corriere della Sera* per guidare i lettori verso l'Esposizione che parte il primo maggio. E poi le pagine Eventi e prossimamente i supplementi speciali. Attivo già ora il canale internet «Expo Corriere» (nella foto): da *Corriere.it* cliccare Expo nel menu in alto

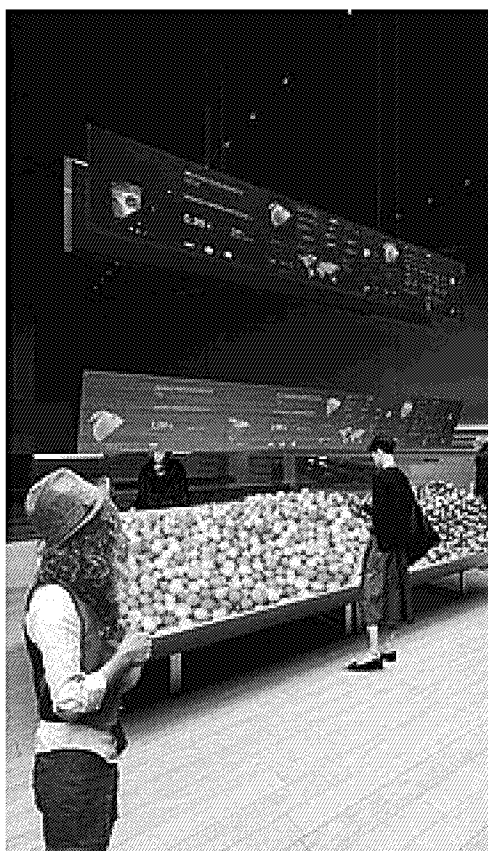
Identikit



● Carlo Ratti, architetto e ingegnere, è titolare dello studio Carlo Ratti Associati di Torino e direttore del Mit Senseable City Lab di Boston

● Il supermercato Coop all'interno del Future Food District aprirà con Expo il 1 maggio 2015. Il rapporto tra progettazione e futuro sarà al centro di una retrospettiva sul lavoro dello studio Carlo Ratti Associati nello spazio Fmg di Milano dal 13 aprile

● I temi qui trattati sono discussi nell'ultimo libro di Carlo Ratti e Matthew Claudel: «Architettura Open Source» (Einaudi, pagg. 144, € 11)



Il super che verrà Un banco frutta nel supermercato del futuro sovrastato da uno schermo. Sfiando un prodotto appaiono informazioni: dalle proprietà all'origine