

## LA DIMENSIONE SOCIALE DEL 'NIDO' THE SOCIAL DIMENSION OF THE 'NEST'

Da nido a guscio compie cinque anni e con la maturità concentra i propri obiettivi di comunicazione verso l'arredo urbano. Ottagono nell'ambito del SUN - 29° Salone internazionale dell'Esterno - rinnova la volontà di coinvolgere il mondo del progetto e l'industria della pietra intorno a questo tema. Supportata dai dati rilasciati dall'Osservatorio SUN, che dichiara per l'anno 2010 un generale trend positivo del settore associato a un valore di mercato pari a circa il 10% su base europea, l'edizione 2011 di Da nido a guscio raccoglie l'adesione di alcune amministrazioni locali per offrire un contributo progettuale in grado di produrre concrete innovazioni per il nostro territorio, le nostre città e la nostra cultura. Il desiderio degli organizzatori è quello di collaborare attivamente nei prossimi anni con Regioni, Province, Comuni e privati per migliorare sensibilmente la situazione di degrado che attualmente vede l'Italia fra gli ultimi posti in Europa. Per valorizzare il patrimonio artistico, storico e ambientale occorre diffondere la cultura di un nuovo modo di affrontare il problema dell'arredo urbano per la salvaguardia del paesaggio e per offrire nuovamente spazi collettivi adeguati alla società che cambia, nel rispetto dell'architettura circostante. Il format Da nido a guscio - che costituisce un importante anello di congiunzione tra il mondo della progettazione e quello dell'industria - cerca nel proprio slogan di sintetizzare la funzione dell'arredo urbano: ovvero coniugare la volontà di accogliere (nido) con l'esigenza di proteggersi (guscio). Considerando la memoria racchiusa nei centri storici delle città e il valore territoriale che rappresenta la pietra per il nostro Paese, abbiamo ritenuto fondamentale aprire un nuovo percorso/laboratorio per il mondo del design che cerca con i progetti in mostra di fornire concetti contemporanei a un testimone antico della nostra civiltà.

'From Nest to Shell' has reached its fifth birthday and in its maturity, it is focusing its communications objectives on urban furniture. As part of SUN - 29° International Exhibition of Outdoor Products, Ottagono is renewing its commitment to involve the world of design and the stone industry on this issue. Supported by the data released by the SUN Observatory, which forecasts a generally positive trend for the industry in 2010 associated with a market value of 10% in Europe, the 2011 edition of From Nest to Shell has attracted the participation of a number of local administrations as partners to make a real contribution to generating innovations for our country, our cities and our culture. Its organisers wanted to actively partner in coming years with regional, provincial, municipal governments and private entities to significantly improve the situation of urban decay where Italy currently ranks among the worst in Europe. To develop the artistic, historic and environmental heritage, we need to promote the culture of a new way of looking at urban furniture, to protect the landscape and create new collective spaces designed for a changing society, while keeping in mind the surrounding architecture. The format of From Nest to Shell - which represents a key link between the world of design and industry - uses its slogan to embody the function of urban furniture. Namely, it joins the desire to hold (nest) with the need to protect (shell). Considering the memory embedded in the historic centres and the regional value that stone represents for our country, we believed a good start was to open a new itinerary/workshop for the design industry that uses the works on display to supply contemporary concepts to carry forward the memory of our civilization.

Alessandro Lolli  
Condirettore/Co-director