

Negli ultimi anni il service design è diventato popolare.

Non è più una sconosciuta attività svolta da pochi, ma è oggetto di interesse nelle organizzazioni pubbliche e private. La confusione terminologica che lo accomuna ad altre espressioni come *design thinking* o *user experience design* è un sintomo positivo della sua diffusione e della richiesta consapevole di progettazione e progettisti che sta emergendo in vari ambiti.

Tale richiesta si manifesta principalmente nelle grandi organizzazioni, in maniera più o meno esplicita, mentre in altri contesti di medie e piccole dimensioni si pone in misura decisamente minore.

*Start small* mette coraggiosamente al centro le piccole aziende e le aiuta a navigare la complessità del presente, le invita a prendersi cura di sé stesse, dei propri servizi, dei propri clienti.

*Start small* è un libro leggero e la leggerezza che pervade tutte le sue pagine si esplicita nel suo essere semplice, snello, comprensibile nel linguaggio e nella pratica che propone.

*Start small* è un manuale accessibile ai suoi destinatari e questo di per sé costituisce un valore, ma quel che trovo più interessante è che, pur rimanendo un manuale, riesce ad andare oltre la dimensione spiegativa e offre una più ampia prospettiva culturale, diventando così una sorta di ‘manuale aumentato’, che supporta sia la pratica che la riflessione.

Il suo essere ‘più di un manuale’ emerge in tanti aspetti: innanzitutto nella divisione tra le due parti ‘Intenzione’ ed ‘Azione’, dove la prima parte pone al centro l’importanza di preparare il terreno, di definire il perimetro del progetto, ovvero di compiere azioni di *scoping*, che in inglese significa appunto perlustrare, predisporre, rendere favorevole il contesto e allineare i vari attori verso un comune obiettivo. Si tratta di un’azione culturale all’interno dell’organizzazione che è necessario svolgere all’inizio di un progetto, azione ancor più necessaria in una piccola azienda nuova a questo tipo di approccio.

Anche il linguaggio adottato non è quello di un comune manuale. Se pure lo sforzo linguistico principale è volto all'immediatezza e alla comprensibilità, molte delle espressioni e delle metafore proposte travalicano il carattere prescrittivo-descrittivo dei manuali, penso a frasi come 'il servizio come organismo' o 'praticare l'agopuntura del servizio': si tratta di espressioni che lasciano uno spazio immaginativo e interpretativo nel lettore e supportano una più ampia riflessione.

Il capitolo finale, 'Espandere la cultura progettuale' offre un ragionamento critico su come una piccola azienda possa evolvere grazie all'introduzione del service design: ancora una volta, attraverso la proposta di una serie di raccomandazioni da manuale, si scorge l'invito ad adottare una nuova mentalità e quindi ad accompagnare un cambiamento culturale nell'organizzazione. In questo capitolo emerge un pensiero trasversale su come il service design possa intervenire in una piccola azienda su due livelli paralleli: non solo agendo verso l'esterno, e quindi nella relazione con i suoi clienti ed altri attori, ma anche verso il suo interno, e quindi nel suo rapporto con i propri collaboratori e nella struttura della sua organizzazione. In realtà si tratta di un pensiero che pervade tutto il libro, e che ci racconta di volta in volta come il service design possa essere utile per diversi scopi, intervenendo sulle interazioni, relazioni, esperienze, organizzazioni, reti.

Infine, il libro di Vincenzo nasce e si applica all'interno di un contesto tipicamente italiano come le piccole aziende. Pur avendo un respiro internazionale, *Start small* attinge alla consolidata tradizione della cultura del progetto italiana, e questo contribuisce a renderlo un manuale critico, dove si trovano tante risposte ma anche tante domande da porsi, indispensabili per affrontare le sfide culturali del futuro.

Daniela Selloni

*Service designer e ricercatrice al Politecnico di Milano*