



//Pordenone
**DESIGN
WEEK**
2015 / I Vedizione

// I NUMERI D-WEEK



// LA D-WEEK?

CHI?

Studenti universitari di design, docenti, tutor e professionisti del territorio friulano uniti per ragionare, progettare, confrontarsi sul design come motore di innovazione e rilancio del territorio.

COSA?

Una settimana di workshop, in cui studenti di età e nazioni diverse si integrano lavorando su tematiche proposte dalle aziende del territorio.

L'evento è organizzata da ISIA Roma Design e dal Consorzio Universitario di Pordenone in collaborazione con il Distretto COMET e il NIP (Consorzio per il Nucleo di Industrializzazione della Provincia di Pordenone), il Comune di Pordenone e il Polo Tecnologico di Pordenone.

DOVE?

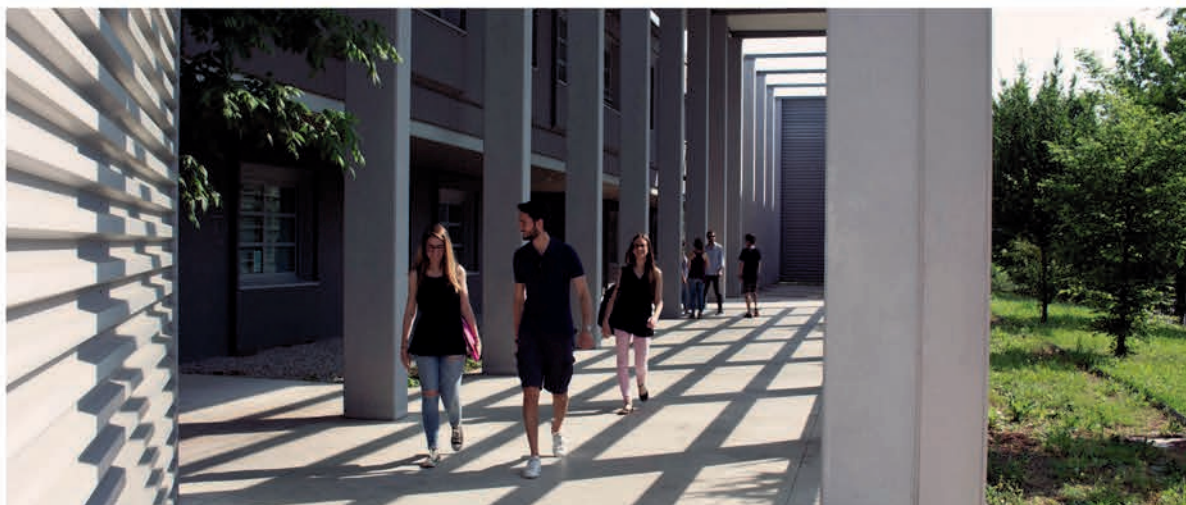
L'evento si svolge presso il Consorzio Universitario di Pordenone e in alcune location speciali nella città di Pordenone.

QUANDO?

La Pordenone Design Week 2015 si tiene la terza settimana di Marzo, dal 16 al 20 marzo 2015 si è svolta la quarta edizione della manifestazione.

PERCHÈ?

Saldare il rapporto tra i giovani e il territorio, l'università e l'azienda, sviluppando progetti di design di prodotto e di scenario, stimolando nuovi concetti e nuove visioni con un approccio "design oriented". Valorizzando e dando un nuovo respiro al patrimonio e al know-how manifatturiero friulano.



GIUSEPPE MARINELLI

Coordinatore Corso Triennale ISIA

Mettersi in gioco per restare in gioco *Get in the game to stay alive*

In sintonia con le trasformazioni in atto nella società contemporanea, il Design Industriale sta compiendo un salto di scala concettuale, quindi metodologico, in grado di affrontare le sfide aperte dalla crescente complessità economica e sociale. Da molti anni infatti alla definizione di Design si va sostituendo quella di Design Thinking che designa una mappa concettuale della disciplina più vasta e prospettica.

Segnalo solo alcuni nodi cruciali di questo processo fra cui il declino del modello basato sulla pretesa della disponibilità illimitata delle risorse naturali: Jeremy Rifkin fa giustamente notare come il fatto che nel 2008 il petrolio sia arrivato a 147 dollari al barile, segni un giro di boa irreversibile del rapporto crescita-sviluppo.

Poi c'è il processo disruptive della innovazione digitale ricombinante che sta diventando traumatico per le delicatissime ricadute sul mondo del lavoro, vedere ad es. la Legge di Moore.

Poi abbiamo emergenze sistemiche quali l'immigrazione e i cambiamenti climatici che ci obbligano a ripensare il pianeta: è stato infatti stimato che nel 2100 la Temperatura terrestre subirà un incremento circa di circa 3° il che riporterà la terra verso un tempo

geologico prossimo al Pliocene con modificazioni sensibili ed inquietanti del paesaggio a scala mondiale, quindi maree pesca agricoltura acqua, etc, e infine si prende atto che nel 2050 la popolazione terrestre raggiungerà il picco di 9 miliardi di abitanti per arrivare a 11 nel 2100, se nuovi giacimenti di petrolio sono stati nel frattempo scoperti, è stato anche acclarato da tutte le agenzie-scientifiche che il bisogno indotto dal ritmo di crescita della popolazione terrestre è di gran lunga superiore. E' appena terminata la conferenza mondiale sul clima di Parigi che racconta come l'umanità si sta rassegnando a pagare un pesantissimo prezzo alla propria bolletta climatica e che nel 2050 rischiamo di trovarci in un mondo con il 60% degli ecosistemi a rischio e oltre 200 milioni di 'rifugiati climatici'.

Se nulla cambiasse, dei nostri stili di vita e consumo, tra 35 anni ci vorrebbero 3 pianeti insieme per soddisfare le nostre esigenze.

Credo che il tema delle Smart City si riassuma nel bisogno di rispondere a questi interrogativi così pesantemente intrecciati fra loro, da cui la ben nota espressione di "Sistema Complesso" dal momento che a metà secolo il 75 % della popolazione di cui sopra vivrà in enormi agglomerati urbani.

Sostituzioni o ristrutturazioni

Ritenere che in tale scenario il Design debba ripetere se stesso all'infinito replicando prassi e modelli sostanzialmente basati sull'invenzione formale o su alcuni escamotages subculturali, benché alla moda, quali i vari design "ironici" etc, o "provocatori" appare platealmente riduttivo. Appare invece più coerente e logico che al salto di scala che subisce tutta la cultura materiale il Design, che ne è il grande depositario, si trovi a riflettere sulla possibilità di un nuovo grande ruolo.

Tutto ciò è più che normale se pensiamo che la vera ricaduta dell'innovazione tecnologica, non sta tanto nella capacità di attuare sostituzioni, ad esempio di elementi vecchi con nuovi più performanti, quanto in quella di ristrutturare procedure. E' qui che nascono i problemi. E' sufficiente pensare ai cambiamenti epocali che si stanno strutturando, ora per il futuro, nel mondo del lavoro. Instagram fattura quanto fatturava la ex potentissima AGFA-GEVAERT: il dato sconcertante è che grazie all'innovazione digitale, impiega 4.500 dipendenti contro i 145.000 della vecchia leader belgo tedesca.

Invece di disperarci dobbiamo trovare nuove soluzioni attraverso una nuova creatività, a cui il design deve agganciarsi per restare in gioco. Per questi motivi il Design oggi è coinvolto

non solo in aspetti tecnici ed estetici come è giusto che sia, ma in aspetti teorici di natura cognitiva che interagiscono già dalla fase del concept con il senso e il destino del proprio operare anche interagendo col business, dentro un modello umano e sociale post consumista e post idrocarburi già in cammino. Il design dunque accede a ruoli operativi più rilevanti e coinvolgenti, legati più alla forma e alle architetture dei Flussi,



dei Processi e dei Contesti che alla Forma delle Cose, che oggi possiamo considerare come una invariante epistemologica oltre che storicamente consolidata, aprendo la strada ad una filosofia d'azione sempre meno funzionalistica e tecnicista destinata ad una azienda sempre meno muscolare e materica e sempre più sensibilizzata, intellettuale e immateriale.

La difficile ricerca di un genoma autentico

Una evoluzione che fa del design una disciplina per certi aspetti rinnovata e all'avanguardia e che grazie ad un impianto concettuale di tipo non Deterministico, svincolato in qualche modo dalle stressanti obbligatorie performances del Problem Solving, sempre meno chiaro in un pianeta che cambia configurazione ogni dieci minuti, si presenta oggi come un Metadesign aperto in grado di intercettare nuovi bisogni e nuove strategie per le fasi di transizione, capace di includere e rilanciare anche le nostre storiche qualità manifatturiere del Made in Italy che ci ha giustamente reso famosi nel mondo.

Il Design Thinking contemporaneo passando dal modello di progettare "per" a quello del progettare "con", si è da un lato certamente complicato la vita, ma grazie a questo si è potuto progressivamente inserire come protagonista in tanti meccanismi di lettura analisi e decisione industriale, assumendo un ruolo di Attrattore nella costruzione di un nuovo modello di azione, capace di collegare e Integrare Innovazione Tecnologica, dirom-

pente quanto volete ma totalmente acefala e ubiqua, dunque senza direzione, al Cambiamento Sociale verso modelli di comunità più evoluti e adeguati ai Tempi, in breve umanisticamente orientati.

Oggi è tutto sommato molto più credibile che l'innovazione avvenga a livello radicale ossia quando ci si confronta da subito dentro il processo progettuale, con i molti Fattori di profondo cambiamento: di rituali e tradizioni che mutano, di comportamenti nuovi indotti da nuove tecnologie, da nuovi approcci al consumo e al sociale una volta superata finalmente la fase proto ideologica dell'ecologia verso una cultura autentica della sostenibilità, espressa finalmente in termini complessi e non solo autolesionisti come l'arcaica tendenza al riciclo da prodotto a prodotto.

Il design tra la storia e la geografia

Con la diffusione della rete, di network society, il concetto di periferia si attenua parecchio e forse rimaniamo ancora al centro, si ma, al centro di cosa? Uno dei paradossi della nostra era è che mentre siamo sempre più globali, diventiamo ahimé sempre meno universali, vinciamo in estensione ma perdiamo in profondità, in capacità di creare quegli "useful link" che fanno cultura. Anche sul piano del lavoro, benché sia personalmente scervo da nostalgia, noto che alla perdita di affettività riscontrabile verso la "cosa prodotta" tramandata attraverso generazioni di artigiani e due secoli di indu-

stria, oggi attraverso la rete non sta subentrando nessuna domanda di elaborazione verso una nuova affettività, dunque un nuovo racconto, ma vediamo solo mondi erranti in perenne movimento. Basterà ?

Oggi perdiamo in spazi luoghi oggetti e rituali legati alla nostra antropologia, alla memoria, al racconto, perdiamo in metafore e narrazioni, perdiamo in simbolico, dunque perdiamo in Storia. Guadagnamo di contro una capacità informazionale e relazionale enorme poiché questo processo cambia in modo visibile la relazione delle persone con gli oggetti e i Luoghi, altera prassi e modi d'uso inerenti sia lo Spazio che il Tempo, ergo: vinciamo in geografia.

Ecco una bella sfida per chi come noi, stando dalla parte del futuro abbraccia atomi e bit, ma non rinuncia a progettare un ambiente dotato di senso e significato. Chiediamo troppo ? Credo di no; anche quest'anno la nostra Design Week a Pordenone non ci delude e ci riempie di calore, sorprese e soddisfazioni.

In line with the changes in contemporary society, the Industrial Design is making a conceptual, leap in scale hence methodological, able to face the challenges posed by the growing economic and social complexity.

For many years from now, the definition of Design will be taking over from the Design Thinking designating a much broader vision

of the discipline. Jeremy Rifkin rightly points out that the fact that in 2008 the oil has reached \$ 147 a barrel, marks a turning point irreversible growth-development relationship. Then there is the process of disruptive innovation that is becoming digital recombinant traumatic for the delicate effects on the world of work, see eg. Moore's Law.

It was estimated that in 2100 the Earth's temperature rises by about by about 3 ° which will bring the land into a geological time next to the Pliocene with changes sensitive and disturbing landscape on a global scale, so tides fishing agriculture water, etc, and finally notes that in 2050 the world population will reach a peak of 9 billion inhabitants to get to 11 in 2100, if new oil fields are since been discovered, was also assessed from all the scientific agencies that need induced by the growth rate of the world population is much higher. It 'just finished the World Climate Conference in Paris that tells how humanity is resigning to pay a heavy price to its climate bill and that in 2050 risk ending up in a world with 60% of the ecosystems at risk and over 200 million of 'climate refugees'.

I think the theme of the Smart City is summarizing the need to respond to these questions heavily intertwined, from which the well-known expression of ' Complex System ' since mid-century 75% of the population above will live in huge urban agglomerations.

1. A leap in scale

In line with the changes in contemporary society, Industrial Design is making a conceptual, and hence methodological leap in scale, able to face the challenges posed by growing economic and social complexity. For many years, the definition of Design will be taking over from the Design Thinking to create a much broader vision of the discipline. Jeremy Rifkin rightly points out the fact that in 2008 the oil price reached \$147 a barrel, marking an irreversible turning point in the growth-development relationship. Then there is the process of disruptive digital innovation which is becoming traumatic because of its subtle effects on the world of work, see for example. Moore's Law. It has been estimated that by 2100 the Earth's temperature will have risen by about 3° which will bring the land into a geological time similar to that of the Pliocene Era with major and disturbing changes in the landscape on a global scale, such as tides, fishing, agriculture, water, etc, and finally notes that in 2050 the world population will reach a peak of 9 billion inhabitants to arrive at 11 in 2100, even though new oil fields have since been discovered, it has also been estimated by all the scientific agencies that the requirements caused by the growth rate of the world population is much higher.

The recently-concluded World Climate Conference in Paris shows how humanity is destined to pay a heavy price for its climate bill and that in 2050 we risk ending up in a world with 60% of ecosystems at risk and over 200 million 'climate refugees'. I think the theme of the Smart City is summarizing the need to respond to these interconnected questions, from which the well-known expression of 'Complex System' since by mid-century, 75% of the population will live in huge urban mega-cities.

2. Replacements or renovations?

Thinking that in such a scenario design has to repeat itself endlessly, replicating practices and models based on essentially formal invention or some subcultural escamotages although fashionable, such as variations of 'ironic' or 'provocative' design appears highly reductive. It appears more consistent and logical that the change in scale that affected the whole material culture of design as its largest custodian, we have to consider the possibility of a major new role. This is more than normal if we think that the real fallout of technological innovation, results not so much in implementing replacements, for example of old items with new, higher performing ones, but in the work of restructuring procedures.

Is it sufficient to think about these changes that are now structured for the future in the business world today? Instagram's turnover is similar to that of AGFA-GEVAERT: the staggering figure is that it has 4,500 employees against the 145.00 of the Belgian-Germany company - all thanks to digital innovation. Instead of despair, we will find new and different solutions through a new creativity for which design must engage and get involved.

Design therefore leads to more relevant and engaging operational roles, related more to the shape and architecture of Flows, Processes and Contexts than the Shape of Things, which today can be considered as an invariable as well as historically established, paving the way for a philosophy of less functional and technical action intended for a company less and less muscle and more and more sensitized material, intellectual and immaterial.

3. The difficult search for an authentic genome

An evolution that has made design a discipline which in some ways is renewed and innovative and that thanks to a conceptual framework of a non-deterministic, not bound in any way by the stressful performance of problem solving, less and less clear in a world that will change every ten minutes, is today an open Meta-design able to intercept new needs and new strategies for the transition phases, capable of including and also reviving our historical quality manufacturing Made in Italy which has rightly become famous throughout the world.

Contemporary Design Thinking – passing the model to design 'for' than the design 'with' - has on the one hand certainly complicated life, but thanks to this it has been possible to gradually enter as protagonist in many mechanisms of reading analysis and industrial decision-making, assuming a role of attractor in the construction of a new model of action, able to connect and integrate technological innovation, disruptive (if you like) but totally headless and ubiquitous, hence without direction, the Social Change to patterns of communities evolved and adapted to the times; in short, humanistic oriented.

Today it is much more credible that innovation occurs at the root level, that is when you are confronted immediately with the design process, with many profound factors offering change: the changing rituals and traditions, of new behaviours induced by new technologies, new approaches to consumption and capital after passing the latest proto-ideological phase of ecology toward an authentic culture of sustainability, expressed in complex terms and finally self-defeating as the desire of recycling from product to product.

4. The Design between History and Geography

With the spread of the network society, the peripheral concept is attenuated and perhaps we are still in the center, but in the middle of what?

One of the paradoxes of our era is that while we are increasingly global, we have become less and less universal, we gain in extension but we lose in depth, in the ability to create those 'useful links' that make culture. Even in terms of labour, although personally free from nostalgia, known that the loss of affection seen towards the thing produced through generations of artisans and two centuries of industry, through the network is not taking over any narrative story telling application to a new affection, but we only see worlds wandering in motion. Suffice?

Today we lose space, the places the objects and rituals related to our anthropology, to memory, to history, today we no longer care if things possess a 'soul', something that generally creates imagination, metaphors and narratives, we lose in symbolism, then we lose in history.

We gain against a capacity of informational and relational size as this process changes in a visible way the relationship of people with the objects and places, alters practices and profiles concerning both Space/Time, ergo: win in geography. Here is a real challenge for those of us staying on the side of the future which embraces atoms and bits, but should we also design an environment which is still human-oriented makes sense, has meanings? Do we ask too much? I think not.

This year, too, our Design Week in Pordenone will not disappoint, and fills us with warmth, surprises and satisfaction.

FRANCESCO VENIER

MIB School of Management

Disegna il tuo personal business model per valorizzare il tuo talento

Draw your personal executive's model to value your talent

“Non è un'esagerazione utilizzare la parola rivoluzione quando parliamo di come i modi di produrre, e di conseguenza le nostre vite, sono cambiati negli ultimi tre decenni.”

Oggi noi facciamo affidamento sull'information and communication technology -ICT- e su strumenti che ci permettono di controllare e coordinare processi produttivi distribuiti su tutti i continenti come se fossero svolti in un'unica fabbrica, la c.d. global supply chain. Le reti permettono alle imprese di allocare anche il lavoro intellettuale sfruttando i vantaggi comparati dei diversi mercati del lavoro. L'intelligenza artificiale (AI) sta prendendo sempre più decisioni al posto nostro in sempre più ambiti.

Sono le ICT il vero motore della globalizzazione, gli strumenti che, rendendola tecnicamente possibile, l'hanno resa inevitabile. E la globalizzazione paga, producendo il più spettacolare processo di sviluppo e creazione di posti di lavoro nella storia, facendo passare gli occupati da 2,3 miliardi del 1991 a 3,1 miliardi del 2011. Tuttavia tale sviluppo non è una mera crescita additiva dei posti di lavoro, bensì una trasformazione profonda, sia del modo di lavorare, sia dei luoghi di produzione della ricchezza, che sta stravolgendo molti settori ma soprattutto trasformando tutti i mestieri.

Alcuni esempi: a San Francisco Uber produce già ora il triplo dei ricavi dell'intero

settore dei taxi e delle limousine. Senza possedere una sola camera, AirBnB ha più camere in vendita del gruppo alberghiero Hilton, ma AirBnB ha 800 dipendenti, Hilton ne ha 152.000. Kickstarter, la piattaforma di crowdfunding, fornisce ai suoi maggiori utenti decine di milioni di dollari, cifre che un tempo richiedevano fondi di investimento di primo livello. E la lista continua: upwork.com, freelancer.com, momcorps.com, helpling.com e i loro epigoni sono piattaforme di enorme successo negli USA che stanno trasformando il lavoro professionale di vario tipo in un servizio pagato a consumo.

Tutte queste piattaforme hanno successo perché offrono un notevole vantaggio economico e di accesso per gli utilizzatori. Ma allo stesso tempo riducono la sicurezza e l'entità dei redditi dei produttori, creando quella che il New York Times ha battezzato gig-economy, un'economia basata su lavori spot. Questa è l'alba di un nuovo mondo del lavoro nei paesi avanzati i posti di lavoro per persone "unskilled" o "semi-skilled" si riducono rimpiazzati da macchine sempre più abili e intelligenti e sono pagati sempre peggio. Al contrario, i lavoratori con capacità creativa e di problem solving, capaci di capire e usare la tecnologia e di gestire le dinamiche sociali ed economiche che da essa sono innescate sono sempre più ricercati e pagati sempre meglio. Ma per passare dalla prima alla seconda categoria



di lavoratori serve non solo molta competenza professionale ma anche nuove digital soft skills che ci permettano di immaginare nuovi modi di combinare le nostre competenze e quelle degli altri sfruttando tecnologie sociali, artificial intelligence e smart automation.

Le nuove tecnologie offrono già oggi a chi le comprende un numero quasi infinito di possibili combinazioni per disegnare nuovi servizi, nuovi mestieri, nuovi prodotti o di ridisegnare i vecchi. Ma riuscire immaginare non basta bisogna avere il coraggio dell'azione. Per partecipare pienamente e beneficiare della nostra società iper-connessa e di un'economia sempre più basata sulla conoscenza e sulla capacità di fare e gestire in rete tra persone e con le macchine, dovremo imparare a prendere rischi, a vedere opportunità al di là delle risorse che abbiamo a disposizione, a trovare le risorse per coglierle, a collaborare all'interno di team composti di persone e macchine sempre più intelligenti. In altri termini dovremo smetterla di pensarci come forza lavoro e ragionare come imprenditori di noi stessi, anche se lavoriamo dentro una grande impresa. Il punto di partenza è capire che non ci saranno più "posti fissi" e di conseguenza imparare a focalizzare bene il nostro personale modo di creare, distribuire e catturare valore. Il nostro valore non è altro che la nostra capacità di risolvere problemi degli ALTRI. Con le nostre risorse e competenze, con le nostre

intuizioni, con la nostra passione per quello che facciamo.

Per organizzare il nostro pensiero su questo progetto ci può essere utile adattare a noi stessi come professionisti uno strumento grafico molto potente, utilizzato anche dalle imprese per riflettere sul loro modo di creare valore: il business model canvas. L'adattamento rende il "canvas" uno strumento di disegno della propria personale strategia professionale.

Design the start-up of you to value your talent. It is no exaggeration to use the word 'revolution' when talking about how the ways of production, and consequently our lives, have changed in the last three decades. Today we rely on information and communication technology - ICT - and on tools that allow us to control and coordinate production processes across all continents as if they were performed in a single factory, the so-called global supply chain. Networks also allow companies to allocate intellectual work by exploiting the comparative advantages of different labour markets. More and more decisions in ever-growing areas are delegated to Artificial Intelligence (AI).

ICTs are the real driving force of globalization: the tools that, by making it technically possible, have made it inevitable. Globalization is valuable too, having produced the most spectacular development process and job creation in history,

with an increase in employment from 2.3 billion people in 1991 to 3.1 billion in 2011. However, that development has not merely meant an increase in the number of jobs, but rather a profound transformation, both in the way people work and in the places where wealth is produced. Moreover, it has profoundly changed many sectors, as well as all the types of jobs.

Some examples: in San Francisco, Uber already produces three times the revenues of the entire taxi and limousine industry. Without owning a single room, AirBnB has more rooms for sale than the Hilton hotel group, but AirBnB has 800 employees, whereas Hilton has 152,000. Kickstarter, the crowdfunding platform, provides its users with millions of dollars, figures that once required significant investment funds. And the list continues: upwork.com, freelancer.com, momcorps.com, helping.com and their imitators are hugely successful platforms in the US that are transforming various types of professional work into a service paid on usage.

All of these platforms are successful because they offer significant economic and availability advantages to their users. At the same time, however, they reduce safety and producers' incomes, creating what the New York Times has dubbed 'gig-economy', an economy based on occasional jobs. This is the dawn of a new working world: in advanced countries there has been a decrease in jobs for 'unskilled' or 'semi-skilled' people, who have been replaced by more and more efficient and intelligent machines and are now paid less.

On the contrary, there has been an increasing need for creative people with problem-solving skills, people who can understand and use technology and manage the social and economic dynamics triggered by it. That is the kind of worker who can expect to earn more and more today. But to move from the first to the second category, great professional expertise is not sufficient; people will

also need a lot of digital soft skills to help them imagine new ways of combining their skills with those of others by exploiting social technologies, smart automation and artificial intelligence.

Today new technologies already offer those who can understand them an almost infinite number of possible combinations to design new services, new jobs and new products or redesign old ones. But being able to imagine is not sufficient: you have to find the courage to act.

To fully participate in our hyper-connected society and benefit from it, as well as from an economy increasingly based on knowledge and the ability to do and manage relationships with people on the web as well as with machines, we will have to learn to take risks, to see opportunities beyond available resources, to find the means to seize them, to work in teams made of people and more and more intelligent machines. In other words we have to stop thinking about ourselves as a labour force and start thinking we are entrepreneurs of ourselves, even if we work in a large company.

The starting point is to understand there will be no more 'steady jobs' and consequently learn to focus on our personal way of creating, delivering and capturing value. Our value is nothing but our ability to solve OTHER PEOPLE's problems using our resources and expertise, our insights and our passion for what we do. To organize our ideas about this project, it can be useful to adapt a very powerful graphic tool to our needs. Companies also use it to analyze their way of creating value: it is the business model canvas.

Below is the adaptation that makes the 'canvas' a tool to design one's personal professional strategy. All technological revolutions have destroyed an older society to build a new one. All of them were driven by new enterprises and new entrepreneurs. What we are experiencing is no exception, but this time the entrepreneur of yourself has to be you.



ANDREA ZANNI

Direttore Consorzio Universitario PN

Sinergie strategiche

Strategic synergies

Creatività, stupore, curiosità, entusiasmo, interesse, sono tutte parole che mi vengono in mente quando vedo i nostri studenti all'opera durante la Pordenone design week.

Quest'iniziativa è infatti portatrice di valori sani ed importanti in questo periodo per i nostri ragazzi. Il Consorzio Universitario di Pordenone partecipa con orgoglio all'organizzazione di questo evento, che ogni anno si arricchisce di iniziative e nuove sfide, che vengono vinte grazie alla costante sinergia che si crea tra studenti, sempre più coinvolti e docenti sempre più capaci di coinvolgere.

Interventi di personaggi di fama internazionale, studenti di università straniere ed aziende del nostro territorio collaborano con i nostri studenti di Industrial Design con l'obiettivo di rilanciare l'intero complesso produttivo del territorio. Questo corso si configura quindi all'interno del Consorzio Universitario quale risorsa strategica da sostenere ed incentivare, portando in se stesso le qualità per poter diventare la Scuola di Design regionale.

When I see all our students working during the Pordenone Design Week, I think to words like creativity, astonishment, curiosity, passion, interest. Indeed, this event carries on good values for the young people in this era.

Consorzio Universitario of Pordenone is proud to have a hand in the organization of this occasion, as every year there are new proposals and new challenges, overcome thanks to cooperation between students and professors.

Participation of international personalities, students from foreign universities, local enterprises and our industrial design students' work together to revamp the entire local productive process. This course represent for Consorzio Universitario a key resource to support and promote, as it keeps itself all the essential qualities to become the regional design school.

KENGO KUMA

Architetto

Ciò che è importante per me dire in questa occasione è: vi prego di proteggere il tesoro della diversità che avete in ogni regione. So che l'Italia e il Giappone condividono una benedizione, ossia un artigianato unico ed eccellente in tante piccole città e paesi, e questo è uno dei motivi per cui provo grande affetto e simpatia per gli italiani. "

I Migliori Saluti

"What I like to speak up for is – please treasure the diversity you have in each region. I know that Italy and Japan are commonly blessed with unique and excellent artisanship in small towns and cities, and that is one of the reasons I feel great affection and sympathy to Italians."

DARKO RADOVIC

Professore di Architettura e Urbanistica alla Keio University

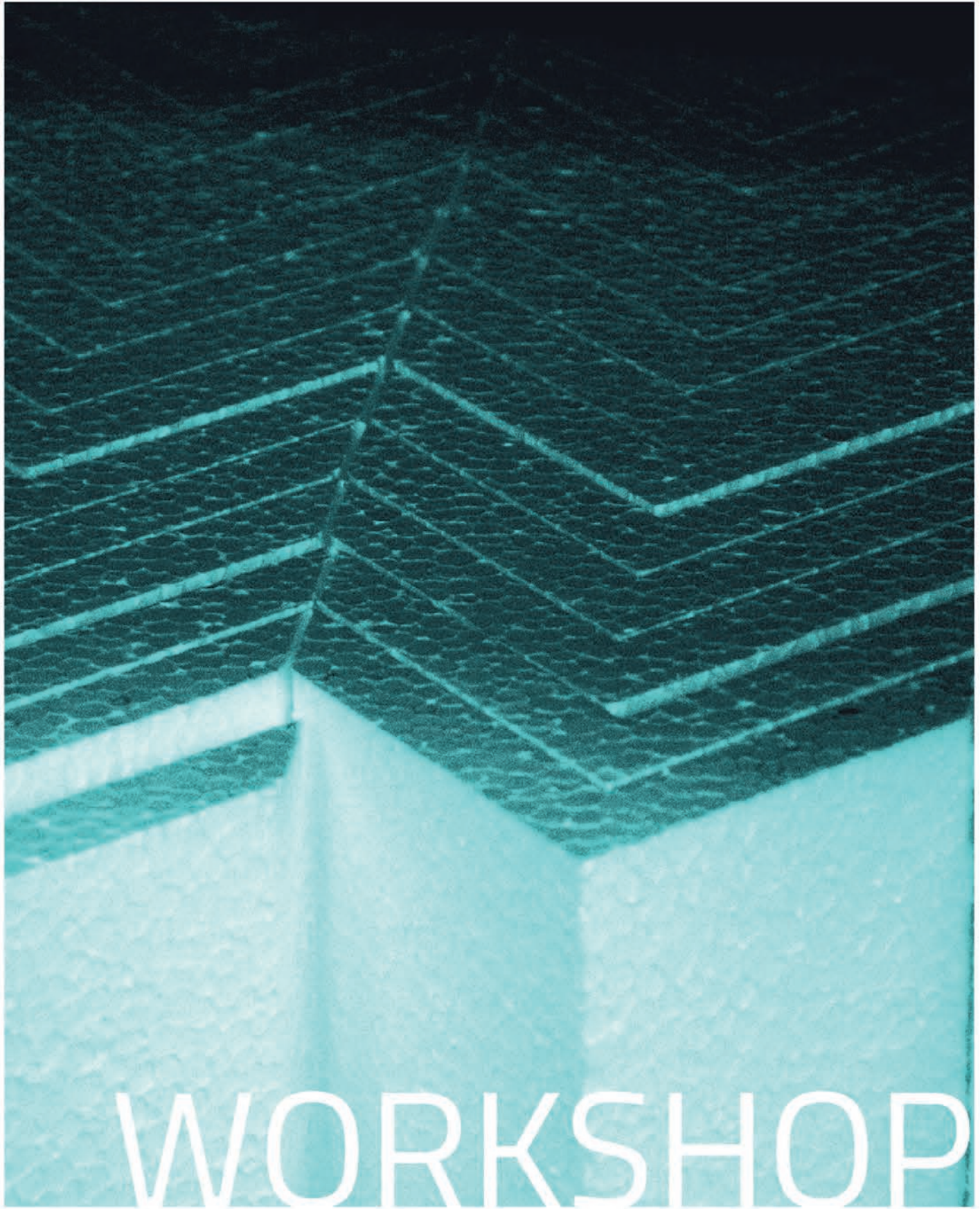
"Sono veramente dispiaciuto di non poter partecipare alla PN Design Week quest'anno. Spero di unirmi a voi e poter prendere parte all'atmosfera creativa generata da ed attorno a questo evento in futuro e forse già nel 2016. Vorrei concentrare il mio discorso su quel desiderio fondamentale che sta dietro ad ogni sforzo di design onesto: il desiderio di creare un mondo migliore, anche creando solo il più minuscolo componente di esso.

A me interessa in modo particolare il contributo del design alla vita ordinaria, di ogni giorno, la produzione di ambienti più ricchi e più carichi di significato. Un tale approccio indirizza la totalità dell'esperienza umana attraverso i 5 (o sei?) sensi ed attraverso tutte le scale di interazione con il mondo. Come architetto ed urbanista, concordo con il filosofo Peter Sloterdijk, quando dice che "l'architetto è qualcuno che fa filosofia nel ed attraverso il materiale. Autentico, sensuale... Quella mano pensante". Spero che lo farete. I migliori auguri ed i miei saluti per il successo della Design Week. Tenetemi informato per favore."


"I am very sorry that I could not participate in Pordenone Design Week this year. I hope to be able to join you and partake in the creative atmosphere of and around that event in the future, perhaps in 2016.

I would like to base my talk on that fundamental desire behind any honest design effort - a desire to create a better world, even if making only one, tiniest component of it. I am particularly interested in contribution of design to ordinary, everyday lives, to production of richer, meaningful environments. Such approach addresses the totality of human experience across our five (or six?) senses and across all scales of our interaction with the world. As an architect and urbanist, I agree with the philosopher Peter Sloterdijk, when he says that, 'the architect is someone who philosophises in and through material'. Concrete, sensual...That thinking hand.

I hope that will do. Regards and best wishes for success of the Design Week. Please keep me informed."



WORKSHOP



Sei aziende friulane hanno costituito nel 2014 la rete d'impresa Con.net con l'obiettivo di presentarsi come unico referente per forniture contract che richiedano arredamenti e allestimenti su misura, nonché l'utilizzo di oggetti e arredi di design prodotti dalla rete stessa. Per soddisfare in particolar modo questo fabbisogno la rete Con.net si è rivolta all'ISIA, ritenendolo partner ideale nella ricerca di idee globali e innovative nel mondo dell'arredo, sia da interni che urbano: una scelta ben riposta che ha già prodotto importanti stimoli imprenditoriali.

Le aziende che costituiscono Con.net sono:

- Metallaser / specialista nella lavorazione della lamiera.
- Boer Group / azienda specialista nella lavorazione di manufatti in cemento.
- P. Components / azienda specializzata nella produzione di tavoli e arredi su misura di alta qualità.
- Man / azienda specializzata nella produzione di sedie e componenti d'arredo.
- Mario Del Savio / azienda specializzata nella lavorazione del marmo e del granito.
- Corallo / azienda specializzata nel trattamento su superficiale e decorazione di ogni tipo di superficie.

CRO DI AVIANO

CO-Hosting, un ulteriore progetto sull'inclusione sociale.

A CURA DI

Project Manager: Prof. Giuseppe Marinelli // Prof.ssa Sonia Massari // Arch. Pedro Campos Costa

Tutor: Filippo Gecele // Lorenc Shuka // Elena Rotondi

Take Part: Roberto De Marchis (Sindaco di Budoia), Marinella Pignat, Manuela Del Savio, Gianni Crainich, Bruno Ceruetto, Elena Pitassi, Elena Boer.

TEAM PROJECT

Francesca Bellè
Adriana Buhna
Vanessa Burei
Elisabetta Moro
Sofia Spagnol
Silvia Veneruz
Federico Zanchetta
Gloria Salmaso
Dimitri Spagnulo
Davide Bardin
Lavinia Minotti
Luca Stefanuto
Anna Vidoni DelMestre
Davide Rizzetto
Andrea Boato
Fulvio Carniel

Questo workshop verte sul tema di un nuovo tipo di social housing, a destinazione recettiva, realizzato in condivisione attraverso il principio del Co-housing e della Sharing Economy, è perciò frutto di numerosi saperi incrociati. Da un lato c'è un consorzio, di imprese CON-NET, interessate a evidenziare il fatto che che il proporsi come un sistema fa crescere la singola azienda proprio di quei lavori che hanno un alto margine di innovatività e di sperimentazione.

Dall'altro lato abbiamo il Comune di Budoia che, per volontà del suo sindaco, arch Roberto De Marchis, vuole implementare l'offerta recettiva da destinare ai parenti dei malati del CRO di Aviano, tentando una formula dai forti contenuti social. Infine c'è una scuola di design, l'Isia, che raccoglie tutte queste sfide approfondendo il proprio know-how in termini di risposte complesse. Al workshop ha partecipato come ulteriore project manager l'arch portoghese Pedro Campos Costa.

NATURE



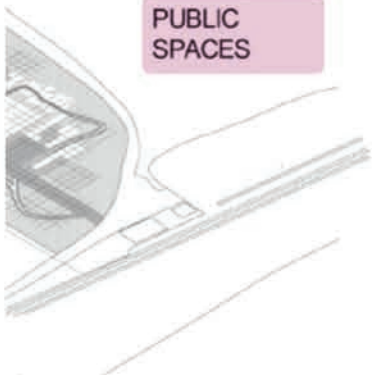
TRANSITION
TOWN
HOUSES



PUBLIC
PROGRAMME



PUBLIC
SPACES



// PROGETTI

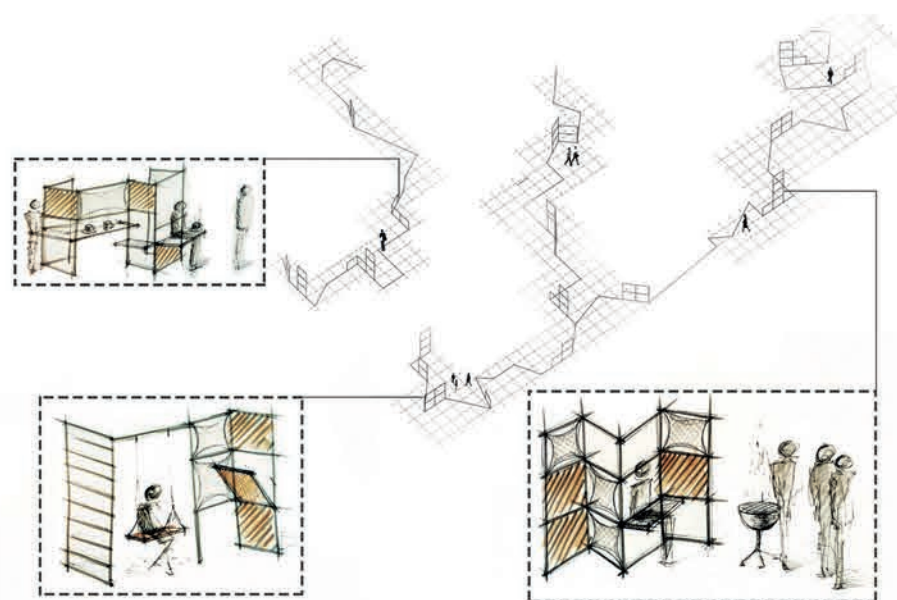
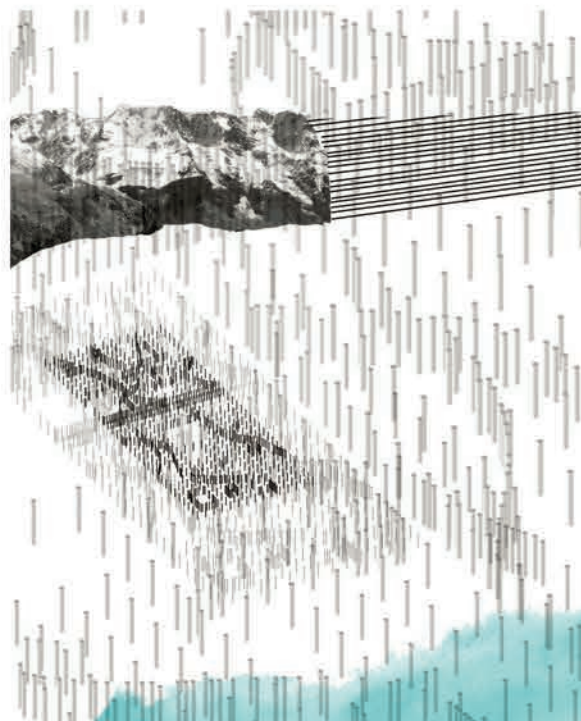
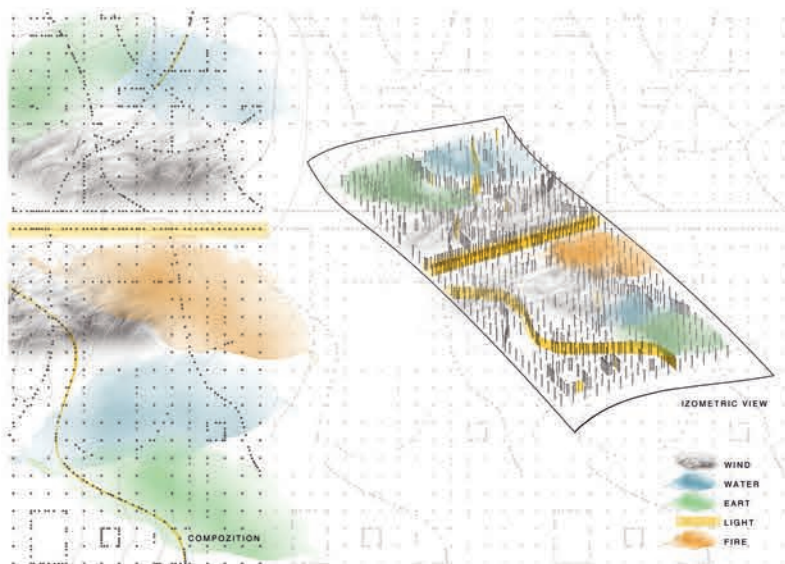


TRANSITION LANDSCAPES

Il tema del concept è basato sullo spazio che divide le operazioni pubbliche e private. Per essere esatti, lo spazio tra la stazione (pubblica) e l'ostello (privata), dove sviluppiamo uno spazio spirituale che è il risultato del desiderio di creare un calmo e pacifico spazio per i residenti dell'ostello.

Landscape, da noi disegnato basandoci sulla foresta e ispirandoci a uno dei più importanti elementi che danno un'anima alla foresta: l'albero. Abbiamo incorporato la sua base, ovvero il tronco, come simbolo di resistenza, stabilità, speranza, trasformandolo in una forma geometrica, in questo caso la colonna.

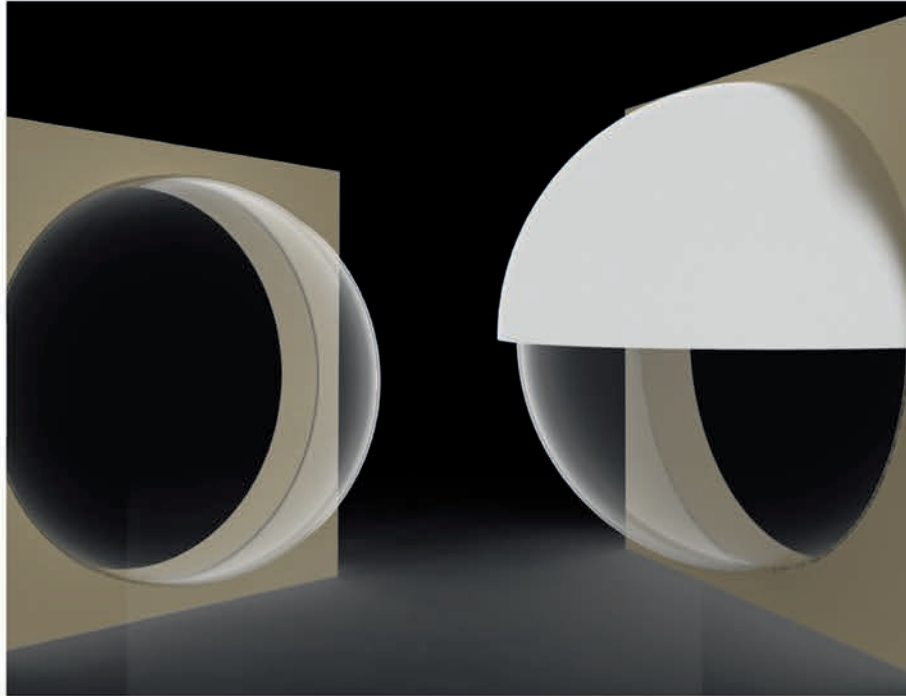
Abbiamo generato quattro tipi di colonne per ogni elemento della natura: terra, acqua, fuoco e aria. Inoltre abbiamo sviluppato una quinta colonna per rappresentare la luce.



THE MODULAR MULTIFUNCTION STRUCTURE

"The modular multifunction structure" è basato sul concetto di multifunzionalità, abilitando gli utenti a cambiare struttura a seconda del contesto in cui si trovano e alle loro necessità, trasformando il supporto costantemente e connettendo la comunità stessa.

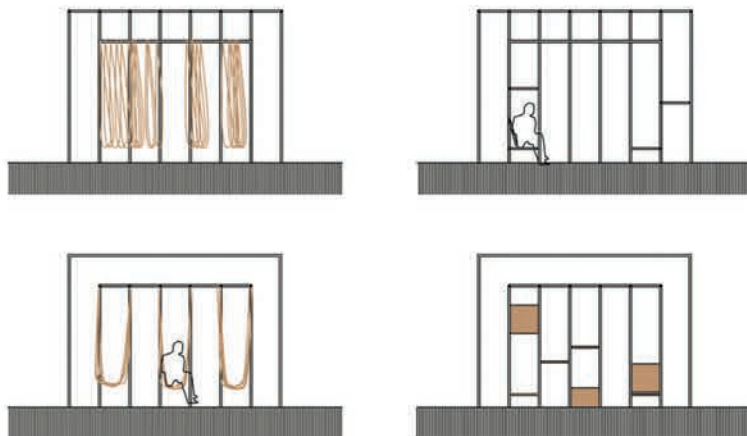
// PROGETTI



SPHERE

L'idea è di trasmettere alle persone la sensazione di abbraccio e la possibilità di rilassarsi. Usando l'idea del muro del pianto, l'abbiamo trasformato nel muro della speranza.

L'idea è trasmettere alle persone la sensazione di protezione, e trasportare le persone in un nido che può favorire la cura. La multisensorialità è un fattore fondamentale per aiutare le persone, considerando la possibilità di usare la cromoterapia, diversi suoni e odori.





HOPE

LEGNO

Una seduta ed un tavolo prevedono l'utilizzo del legno per integrare meglio la struttura all'ambiente aperto.

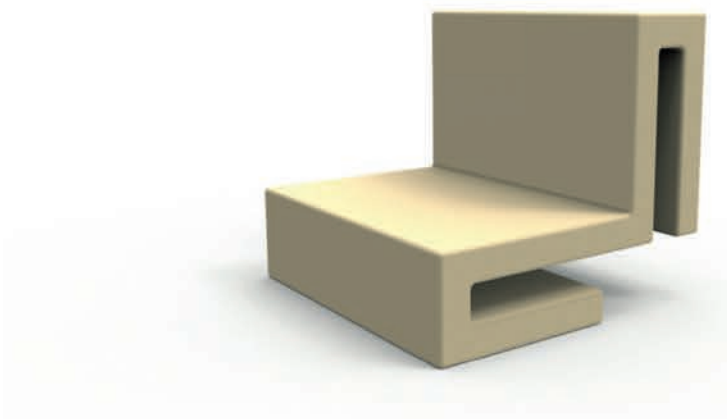
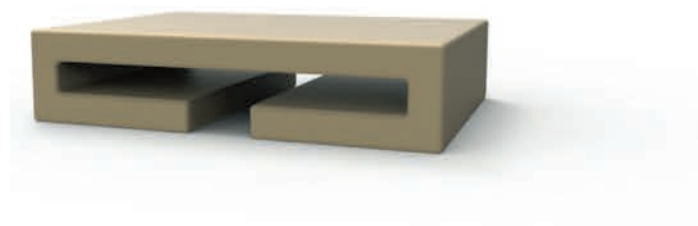
CEMENTO

La versatilità del cemento rende possibili forme come scalature e fori che prevedono sedute e posto bici.

THE SECRET GARDEN



// PROGETTI

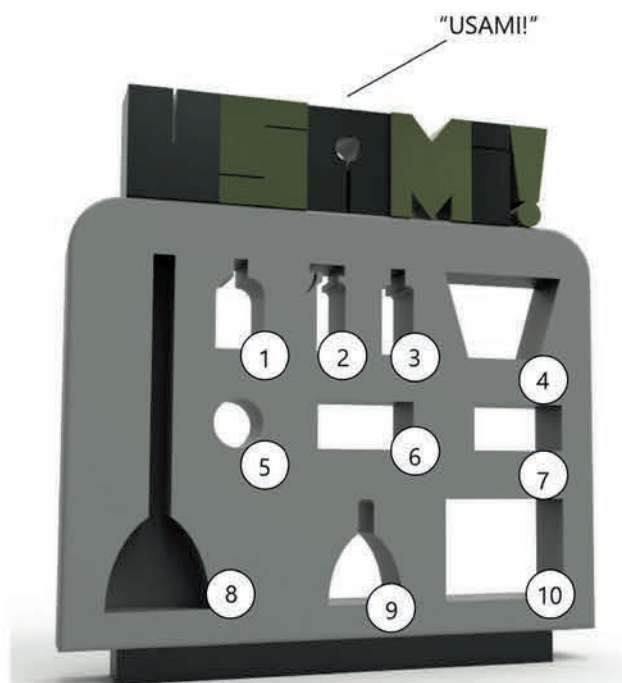


IL RIPOSO DEL SENSO DI COLPA

“Il riposo del senso di colpa” rappresenta un oggetto ideato al fine di semplificare la veglia del malato. Permette di alternare rapidamente la posizione supina e quella seduta, non richiedendo mai l’allontanamento a lungo termine del caro, in modo tale da dedicargli più tempo possibile.



DIVANO ANTI-SOLITUDINE

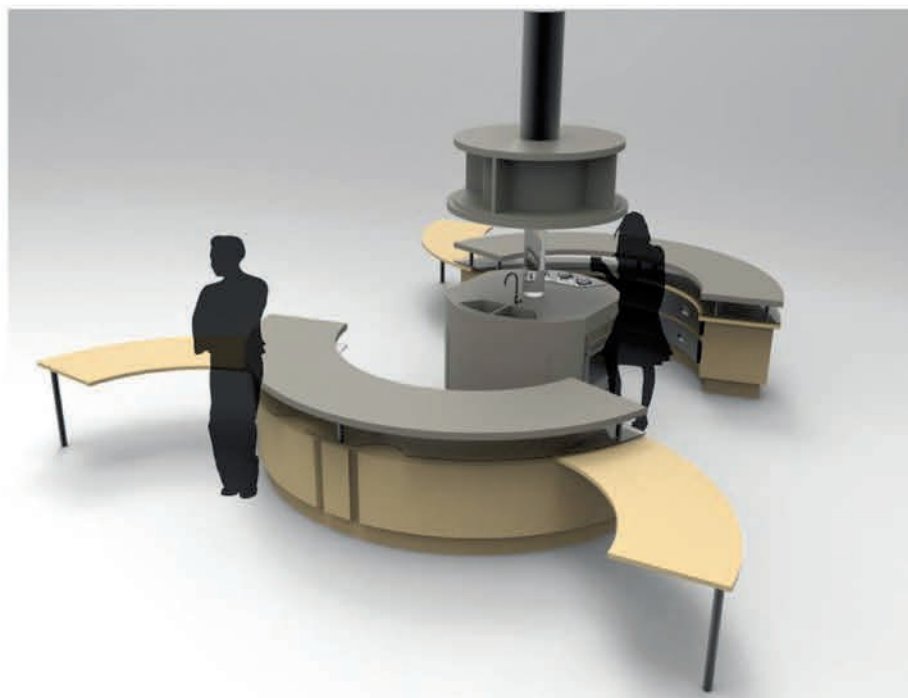


Legenda spazi

1. Flaconi
2. Spruzzini
3. bottiglie
4. secchio
5. sacchetti
6. panni
7. salviette
8. scopa
9. paletta
10. cestino

U.S.A.MI

Complemento di arredo in cemento che funge da scompartimento per gli utensili utili alla pulizia. Questo singolare ripostiglio, attraverso l'ironia, punta a sensibilizzare e motivare l'utente a pulire gli spazi che va a usufruire. Inoltre risolve problemi di spazio, non da sottovalutare negli ambienti comuni. Le parole-chiave sono: pulizia, autonomia, spazio comune.



4FOUR

4FOUR è un progetto nato dal principio di condivisione in termini di spazio, cibo ed esperienze. L'obiettivo è quello di creare un luogo in cui le persone possano trascorrere del tempo in comunità in modo interattivo attraverso la presenza dei quattro elementi naturali: su questo principio abbiamo voluto ricreare un rapporto biofilo (passione per la vita) tra uomo e natura.



ETRA

accessori e componenti metallici per l'arredo

ESPERIENZA E PROFESSIONALITÀ AL VOSTRO SERVIZIO.

ETRA nasce nel periodo durante il quale l'alluminio ed in particolare i profili estrusi, iniziano ad affermarsi come nuovi protagonisti nel mondo dell'arredamento per le loro molteplici proprietà.

Il punto di forza è il rapporto con il cliente, allo scopo di conoscere le esigenze, proporre soluzioni tecnicamente valide ed appropriate e successivamente concretizzarle con competenza.

Il servizio, la flessibilità, la qualità e la ricerca di soluzioni originali ed innovative hanno permesso in pochi anni a Etra di annoverare tra la sua clientela prestigiose aziende nel settore dell'arredamento.

ETRA

La leggerezza del metallo.

A CURA DI

Project Manager: Prof.ssa Patrizia Bertolini

Tutor: Bruno Testa

Take Part: Giulia Rigo, Andrea Zilli

TEAM PROJECT

Giulia Rossetti
Ali Sheta
Edda Zearo
Ilaria Bortolotto
Sarah Carlevaris
Elisa Cavezzan
Jessica Dall'Armi
Andrea Filippi
Sara Grande
Jacopo Ripepi
Ambra Pegoraro
Caleb Antwi-Manu
Melanie De Bon
Lisa Magarotto
Francesca Ceschia
Cristian Pivetta
Giorgia Sartor

Pensare e interpretare un materiale antico e profondamente sedimentato nella nostra memoria come il metallo per un contesto intimo come la casa e con modalità contemporanee come la vendita on line: questo il tema di ricerca e di lavoro proposto al team di studenti partecipanti.

Linee guida: fare forte e leggero:

non solo un'idea poetica che evoca i Mobiles di Calder o le macchine inutili di Bruno Munari, ma una necessaria risposta al tema richiesto. Leggerezza fisica oltre che visiva per ridurre al minimo pesantezza e superficie del materiale e per facilitarne il trasporto; forza strutturale per esaltarne resistenza e solidità.

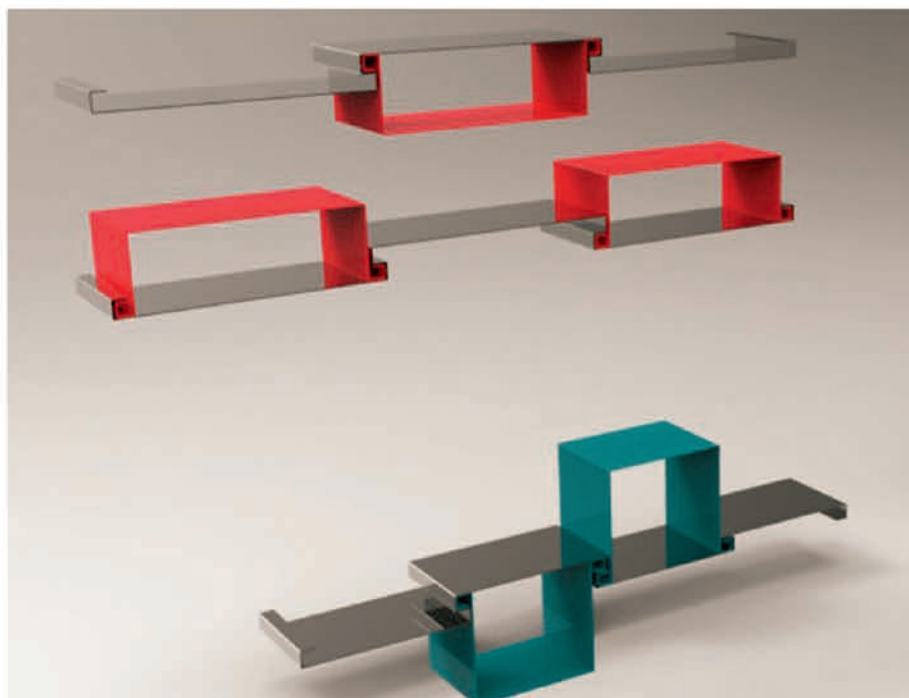
La collaborazione con Etra ha permesso al gruppo di lavoro di affacciarsi e di indagare dal vivo il mondo delle tecnologie di lavorazione dei materiali metallici e di carpirne alcuni interessanti spunti progettuali che hanno visto la immediata traduzione in progetti efficaci e convincenti.

// PROGETTI



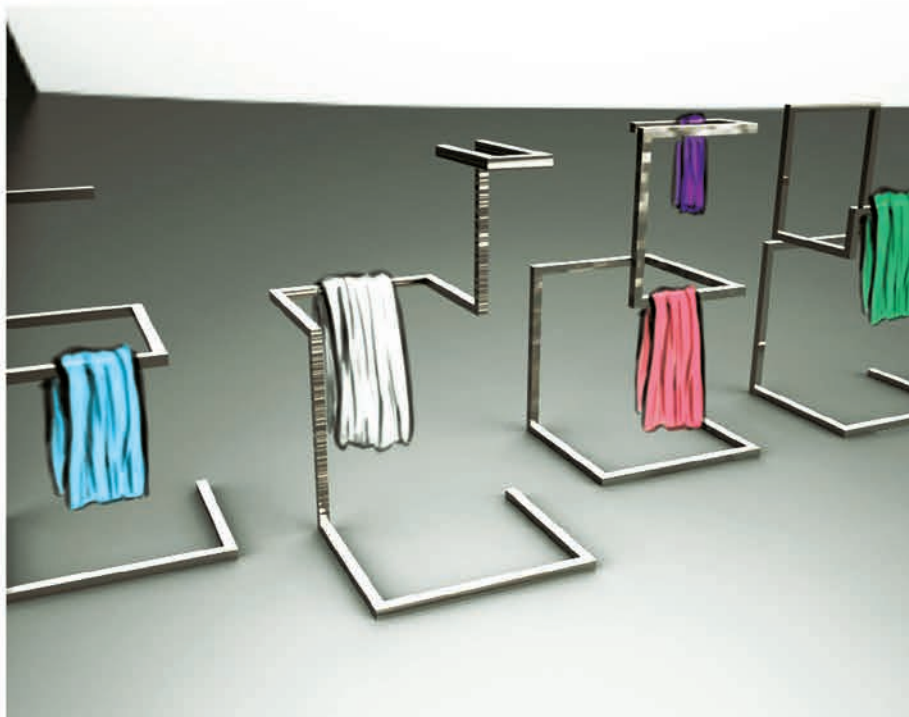
CRISTAL

Sinonimo di lucentezza e dinamicità, Cristal rappresenta un complemento d'arredo leggero e moderno che soddisfa al contempo le funzioni di porta-ombrelli e svuotatasche. L'oggetto sfrutta in maniera innovativa i profili metallici, in quanto elemento base dell'azienda.



MOOD GROOVE

Mood Groove viene pensato come sistema dinamico di mensole portaoggetti personalizzabile nelle sue composizioni a parete. Consiste in un due parti differenti, una delle quali verrà fissata al muro e l'altra, con un sistema ad incastro, verrà fatta scorrere sulle parti fisse incastrabili anche tra loro. Le parti mobili possono essere quindi tolte o mantenute ottenendo così un'ulteriore dinamicità e aumentando la possibilità di personalizzazione.



MOVE

Serie di tubolari in acciaio uniti tra loro mediante dei perni che consentono la rotazione dei vari pezzi in modo da creare ogni volta forme diverse in base alle esigenze.



LINE SYSTEM

Line System consiste in un binario a muro formato da un modulo base dalla forma trapezoidale che, combinato ad altri, genera diverse combinazioni lineari.

Su questi binari scorrono diversi elementi (accessori) aventi ognuno una funzione differente (appendi abiti, porta oggetti, lavagnetta e mensola); sta all'utente scegliere quali e quanti accessori acquistare. Line System è stato pensato per essere posizionato sul muro di un'entrata per permettere di avere oggetti sempre a portata di mano.

// PROGETTI



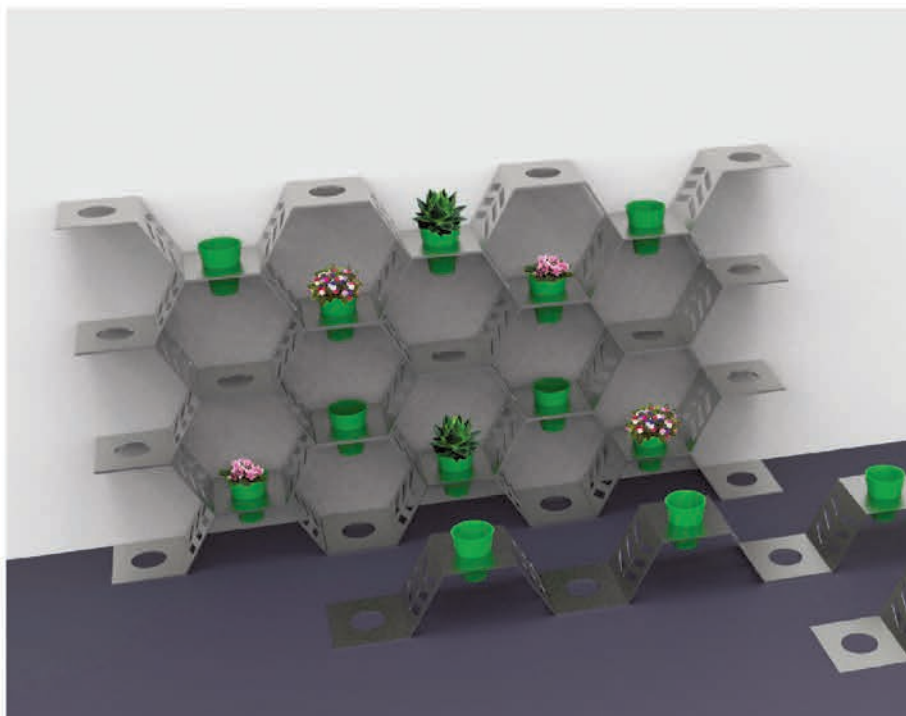
OUTLINE

Struttura trapezoidale in acciaio dalla quale fuoriescono delle mensole per appoggiare oggetti o piante. Se vista chiusa ricorda la sagoma di un trapezio, una volta aperta diventa una vera e propria libreria con scaffali.



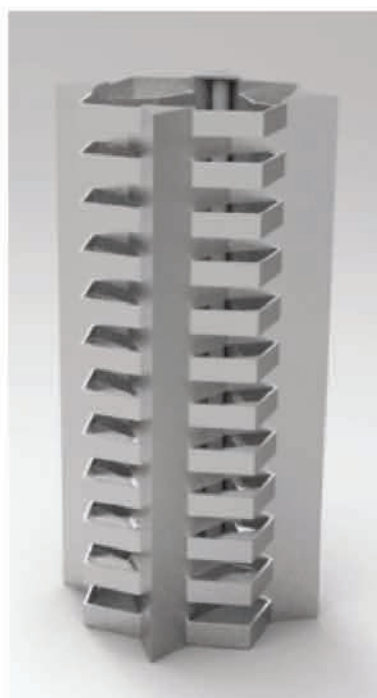
BELT

Belt è un oggetto multifunzionale, costituito da uno scheletro cubico di lato 400 mm in alluminio, a sua volta composto da due estrusi piegati ed uniti da due cilindri di dimensioni ridotte. Delle cinghie di tessuto ricoprono il prodotto e vi scorrono attaverso, formando una tasca porta riviste ed una confortevole seduta sulla parte superiore.



FLOWERIZE

Flowerize è una soluzione pensata per farvi godere della bellezza del verde anche dentro casa. Leggerezza, componibilità, personalizzazione nei colori, lo rendono unico nel suo genere. La struttura modulare basata sui principi dell'incastro mediante vasi e della crescita permette all'utente un montaggio semplice ed intuitivo.



SKYLIGHT

Lampada in alluminio lucido che grazie alla sua particolare forma, forata lateralmente, fa fuoriuscire la luce creando vari effetti luminosi. La lampada si ispira alla modernità dei grattacieli, con linee classiche e un profilo allungato. L'oggetto pensato in alluminio potrebbe essere caratterizzato da una serie di lavorazioni e rifiniture.



Tapì

ITALIAN DESIGN CLOSURES

La Missione di Tapì è di mantenere la posizione di leader indiscusso nella progettazione, design, produzione e commercializzazione di chiusure alternative e tecnologiche in ogni mercato in cui opera. La tecnologia italiana è ai vertici mondiali per quanto riguarda la lavorazione di materie plastiche. L'obiettivo comune è quello rafforzare il brand Tapì continuando a crescere come gruppo internazionale, attraverso il mantenimento e la condivisione delle risorse interne e della cultura italiana del Design. Dal 2003, la missione di Tapì Group è quella di garantire una produzione sicura e sostenibile per tutti i propri tappi sintetici, adottando fonti di energia rinnovabile, e continuando ad investire in ricerca e innovazione. L'impegno è quello di ridurre l'impatto ambientale: i prodotti Tapì sono stati concepiti e progettati per essere completamente riciclabili.

TAPÌ

Valore, emozione, funzionalità.

A CURA DI

Project Manager: Prof. Alessandro Spalletta // Prof. Marco Ripiccini // Prof. Gabriele Gentile

Take Part: Domenico Liberati (Managing Director Tapì R&D) // Richard Ciampolini (AreaManager, Tapì)

TEAM PROJECT

Andrea Callegaro
Sara Cecchetto
Naomi Criscuolo
Daniele Di Matteo
Luisa Eckert Mikkaela
Bianca Rigamonti
Alberto Scudeler
Alberto Gaudenzio
Sara Zanin
Stefano Carraretto
Costanza Cerchier
Alberto De Biasi
Federico Marcuzzi
Roberta Domini
Roberto Tonet
Chiara Perlin
Alexandru Vantu

Azienda leader nel settore delle chiusure alternative tecnologiche, Tapì ha come mission aziendale la volontà di confermare la sua posizione strategica e commerciale, attraverso una continua ricerca progettuale, produttiva, orientata all'innovazione. Il lavoro svolto durante la design week, grazie alle indicazioni aziendali e alla traduzione operativa e creativa dell'Ing. Domenico Liberati e di Richard Ciampolini, ha creato terreno fertile per lo sviluppo di nuove linee di ricerca e di sperimentazione.

Il team ha sviluppato dei concept e dei "mood" relativi a:

1. Lo scenario della notte, nel quale sono state esplorate possibili soluzioni di prodotto attraverso la ricerca e l'innovazione tipologica.
2. Lo scenario del lusso, dove si è cercato di sperimentare e proporre oltre all'utilizzo di nuovi materiali, anche nuovi approcci e gestualità coerenti con il contesto di ricerca e con i trend individuati.
3. Lo scenario del packaging, con la traduzione, l'interpretazione e la proposta di funzionalità e configurazioni utili a presentare, contenere e trasportare il prodotto nei vari contesti.

// PROGETTI



LA NOTTE "Spinning top light"

Elemento volutamente instabile per forma, attira l'attenzione grazie allo starlight posizionato al suo interno che una volta attivato illumina l'oggetto. Il materiale cristallino evidenzia gli effetti di luce enfatizzati dal movimento spontaneo dovuto alla morfologia. Un oggetto da manipolare sul tavolo come una piccola trottole che crea vivacità e allegria nelle serate di convivialità.



LA NOTTE "Steel ring"

Steel Ring è un anello con dei fori che permette di trasformare l'oggetto in un gioiello dalle poliedriche configurazioni. La superficie brandizzabile rende l'oggetto trasversale e riconoscibile come veicolo di comunicazione oltre consumo. Le numerose variabili superficiali, fanno di Steel Ring un oggetto collezionabile.



TAPPI DI LUSO "Crystal"

Crystal è un tappo nato dall'idea di avere una struttura centrale fissa in corian e degli elementi mobili intercambiabili in materiali diversi.

La potenzialità di questo tappo è proprio nella possibilità di personalizzarlo con infinite varianti di materiale in modo tale da permettere al cliente di rendere il tappo unico e rappresentativo.



TAPPI DI LUSO "Corian"

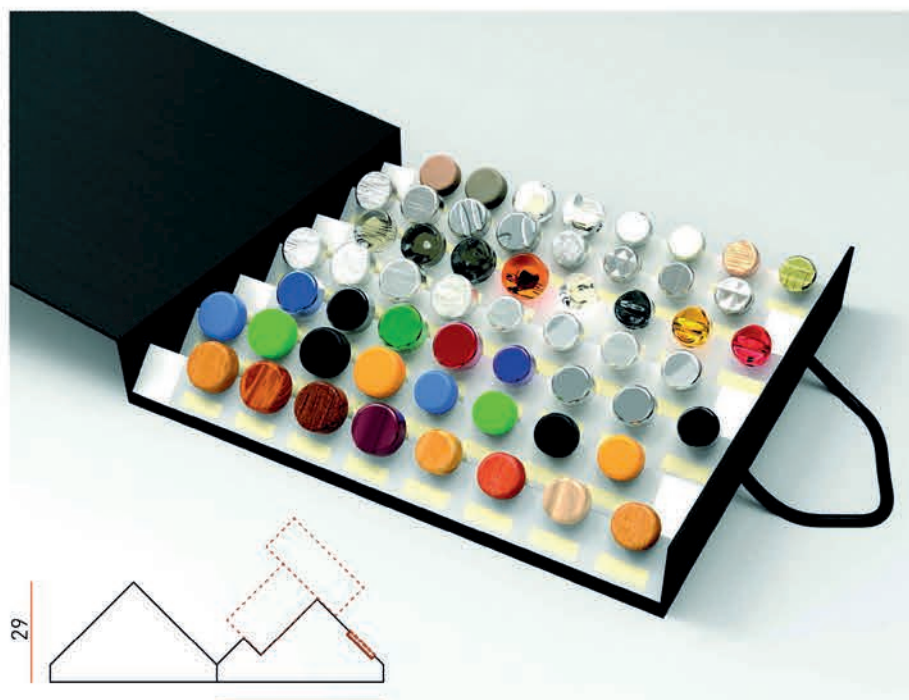
Corian, come suggerisce il nome, è una linea di tappi pensata con questo materiale. Questa ipotesi è composta da strati di diverso colore che lo rendono personalizzabile, inoltre lo spessore interno varia, così facendo, crea dei giochi di luce sfruttando la trasparenza del corian. La struttura è composta da delle forme geometriche semplici di dimensioni differenti.

// PROGETTI



TAPPI DI LUSSO "Bow+Wave"

Pensata per la vita quotidiana dei rivenditori Tapì: la valigetta T-Case semplifica e ottimizza la gestione dei campioni. La valigetta nasconde al suo interno un espositore a doppia faccia su cui possono essere posizionati i tappi divisi in categorie. È facilmente trasportabile.



PACKAGING "T-Samp"

La configurazione del campionario T Samp permette di separare i moduli da 8 introducendo una nuova logica di sistema espositivo. La disposizione progettata permette di vedere i tappi di testa in una modalità e di taglio nell'altra direzione. L'adattabilità di T_SAMP lo rende piuttosto versatile e facile da configurare per le esigenze del cliente.



PACKAGING "Column"

"Column" è un struttura verticale che permette l'esposizione dei tappi riducendo al minimo l'ingombro. Le varie facce dell'espositore sono tra loro intercambiabili e aggiornabili. I moduli sono dotati di un sistema di magneti che permette la loro esposizione su un piano, passando così dal 3D al 2D.



PACKAGING "Modulo 6"

MODULO 6 è un campionario composto da moduli triangolari che uniti attraverso magneti formano un espositore esagonale. I moduli triangolari removibili, possono essere lasciati al cliente in visione/omaggio. La base in vcartonato e il coperci tengono insieme i moduli durante il trasporto.

Categorie di prodotto

KARTON



KARTON
INNOVATIVE PLASTIC SOLUTIONS

INNOVATIVE PLASTIC SOLUTION

Karton, Azienda leader nella produzione di lastre in polipropilene, è una solida realtà le cui radici affondano nel passato, al 1967 anno in cui la famiglia Bressan avviò la produzione di imballi in cartone ondulato. Nel corso degli anni l'Azienda ha continuamente proposto soluzioni e materiali innovativi, in collaborazione con la propria clientela. Oggi Karton è riuscita a creare una struttura che combina in modo ottimale i vantaggi della media dimensione con la cultura tecnologica e il know-how propri delle grandi aziende. Dinamicità e flessibilità sono le caratteristiche peculiari coniugate ad una tecnologia produttiva efficiente ed in costante sviluppo. Karton rivolge estrema attenzione alle richieste della clientela e si impegna a soddisfare le singole esigenze con progetti ad hoc.

KARTON

Laminati e alveolari plastici in Polipropilene.

A CURA DI

Project Manager: Prof. Paolo Crescenti

Tutor: Diletta Damiano // Federica Spera

Take part: Marco Bressan, Giovanni Karton

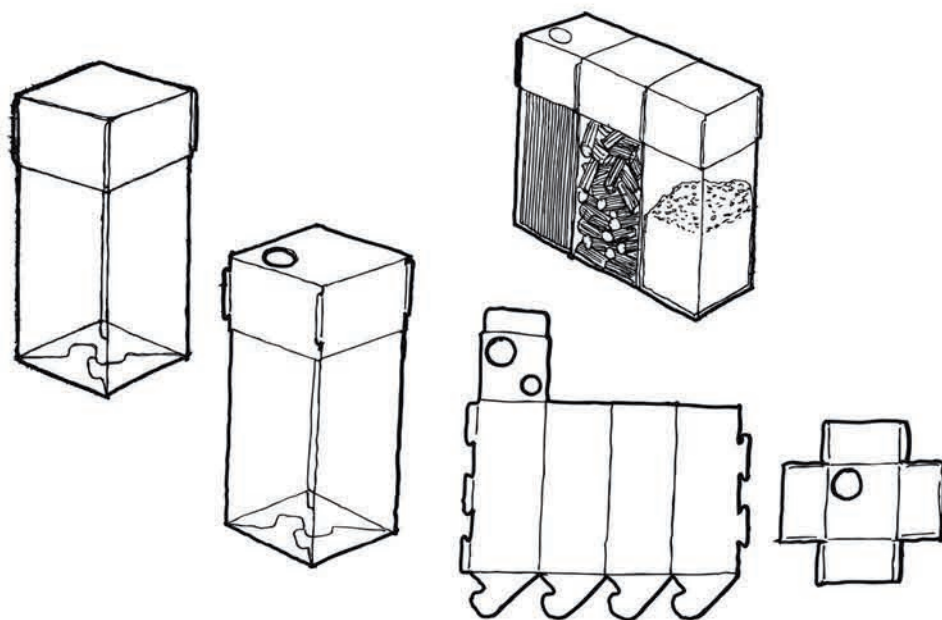
TEAM PROJECT

Melissa Ambroso
Matteo Bonaudo
Gianluca Brisotto
Simone Buccioli
Lautaro Casal
Stefano Cattai
Dario De Negri
William De Paula Rizzo
Joel Matthias Henry
Simone Lovatti
Marco Martin
Christian Mion
Elena Rausse
Marco Simonetti
Paolo Tonussi
Luca Vendrame

Il workshop ha preso come spunto la collaborazione con la ditta Karton di Sacile specializzata e leader nel settore della produzione trasformazione del polipropilene in lastra ed alveolare. L'ipotesi di lavoro è stata l'analisi delle potenzialità dei materiali e delle tecnologie da loro utilizzate per studiare nuovi scenari di impiego che fossero stimolo per nuovi manufatti più performanti nel loro uso di quelli di cartotecnica tradizionale, molto affine come tipo di tecnologie e tecniche di trasformazione ma altrettanto differente per caratteristiche fisico-chimiche dei prodotti.

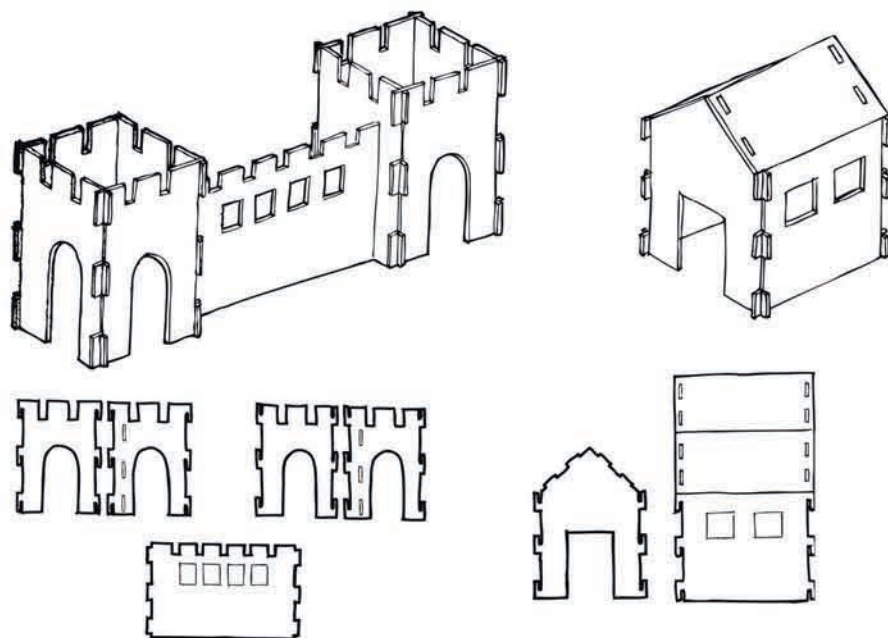
Sono state individuate così, tra le ipotesi, quattro macro aree che più di altre permettevano uno sviluppo di sistema delle proposte. Ciò che il workshop ha elaborato e prodotto sono state enunciazioni di progetto, stimoli e spunti da indagare e sviluppare più che progetti di oggetti e manufatti definiti. Questo al fine di rispondere nei tempi dati al tema assegnato, in modo da stimolasse nuove macro potenzialità più che piccole soluzioni, permettendo all'industria di avere una visione strategica del design più che contingente.

// PROGETTI



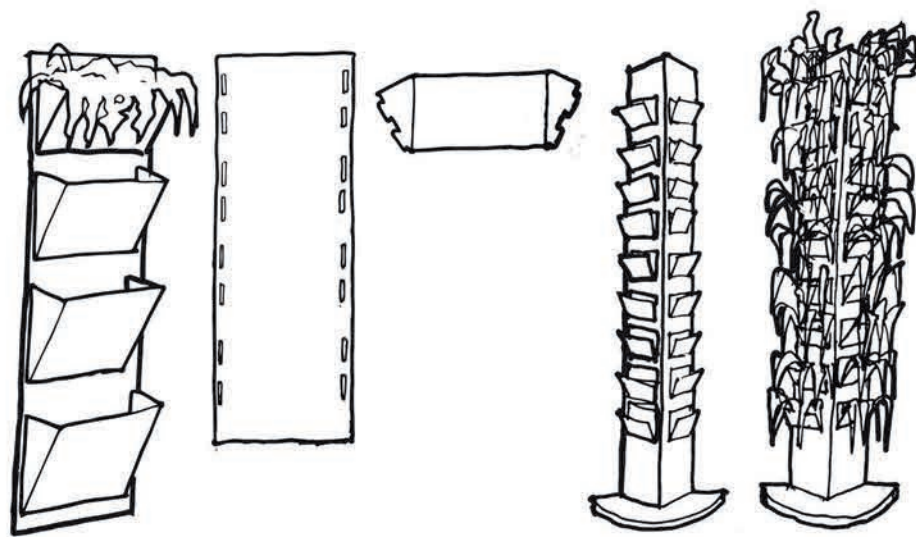
IL CONTENERE

Con l'individuazione di macro-categorie di oggetti da cui sviluppare serie di contenitori potenzialmente più durevoli ed efficienti nella loro funzionalità in svariati campi applicativi.



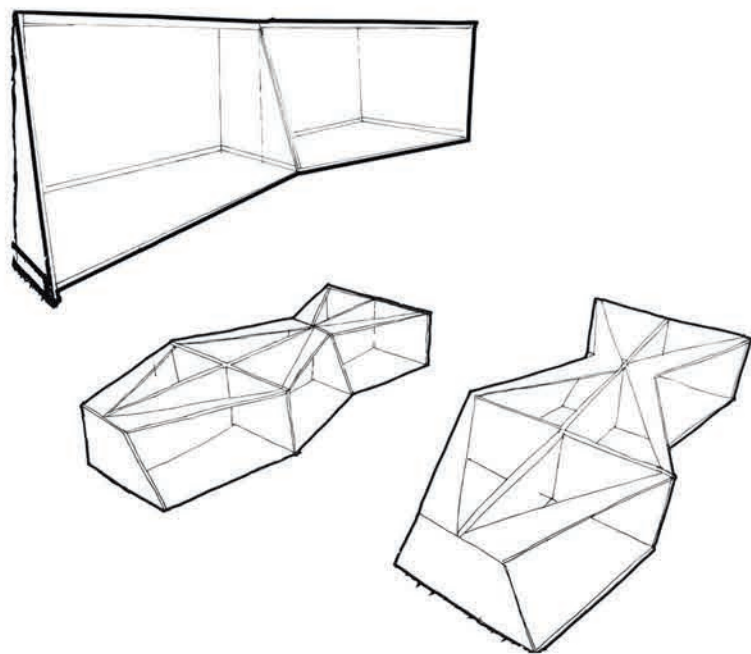
IL MONDO DEI BAMBINI

Con l'individuazione di scenari d'uso e manufatti che coprissero tutto le necessità degli spazi educativi e ricreativi dedicati ai più piccoli, dove l'usura e la performance sono fattori determinanti nella cartotecnica tradizionale e dove le tecnologie ed i materiali in esame meglio possono rispondere alle esigenze considerate, aprendo nuovi spazi di mercato e prospettive.



IL VERDE DOMESTICO

Con l'individuazione di scenari che permettessero lo sviluppo di una serie di oggetti di rapido utilizzo che ben rispondessero alle particolari condizioni di coltura in spazi ristretti, ma che al contempo ben si collocassero nel mercato vivaistico.



LA CARTOTECNICA CREATIVA

Con l'individuazione di un ipotesi sistemica per la creazione di pre-allestiti fieristici che per peso, leggerezza, facilità di movimentazione e montaggio permettessero una più snella gestione rispetto a quelli tradizionali.



LA FIRMA DEL GUSTO

L'azienda viene fondata nel 1992 dai tre fratelli Roncadin a Meduno, un piccolo paese ai piedi delle alpi carniche in provincia di Pordenone, sito nelle vicinanze di una sorgente, ricco di un'acqua ideale da utilizzare nella produzione di prodotti alimentari. Roncadin è un'azienda leader nella produzione di pizze surgelate di alta qualità, esporta oltre il 70% del suo prodotto all'estero ed è presente nei principali mercati europei ed internazionali, sia producendo per grandi catene della distribuzione, sia con una gamma di prodotti a suo marchio. La ricerca dell'armonia delle parti, gli ingredienti freschi, il dosaggio delle componenti e l'attenzione all'estetica delle pizze, sono tutti elementi essenziali nelle nostre fasi di sviluppo. Nasce così la qualità premium dei nostri prodotti.

RONCADIN

Pizza Sbafo.

A CURA DI

Project Manager: Prof. Massimiliano Datti

Tutor: Roberto Maurizio Paura

Take Part: Elisa Piccin

TEAM PROJECT

GRUPPO 1

Luca Bernardis
Valentina Bolzan
Mauro Bortolotto
Xiao Feng

GRUPPO 2

Alessandro Gentili
Marco Lupieri
Andrea Menagazzo

GRUPPO 3

Chiara Fantin
Mattia Pavanello
Andrea Rovere

GRUPPO 4

Eva Bertinelli
Jacopo Cecchetto
Laura Crotti
Ileana Nuzzi

“Roncadin, leader internazionale nella produzione di pizze surgelate per la grande distribuzione, per promuovere la nuova “Pizza Sbafo” a marchio proprio, ha chiesto a ISIA di predisporre una Ape Car Cross per: la degustazione del prodotto davanti ai supermercati, il rilascio di sconti, la creazione di momenti social e la riconoscibilità delle confezioni sugli scaffali dei punti vendita.

L’approccio ISIA è stato quello di orientare il progetto verso la Brand Values Roncadin, ovvero semplicità, artigianalità, competenza e italianità, affinché luogo di promozione e Pizza Sbafo siano sempre facilmente associabili al brand Roncadin. Si è scelto di evocare dunque la qualità percepita delle tipiche pizzerie italiane, sia scenograficamente, sia attraverso l’uso di un materiale autentico quale il legno, sia attraverso gestualità tipiche della preparazione della pizza Made in Italy.”

// PROGETTI



GRUPPO 1

Valori Roncadin:

Qualità
Eccellenza
Passione

Valori della proposta:

Rituale
Iconico
Evocativo

Valori tecnici:

Dinamico
Intuitivo





GRUPPO 2

Valori Roncadin:

Passione
Tradizione
Competenza

Valori della proposta:

Eleganza Informale
Social Chic

Valori tecnici:

Presentazione Al Top
Versatilità



// PROGETTI



GRUPPO 3

Valori Roncadin:

Gusto italiano
Alta qualità
Umanità

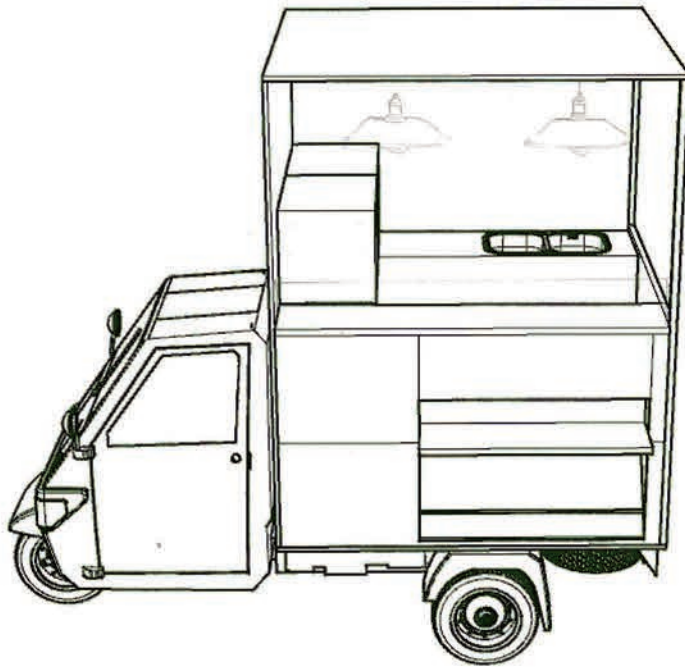
Valori della proposta:

Semplicità
Riconoscibilità
Social

Valori tecnici:

Velocità nel servizio
Apertura facilitata





GRUPPO 4

Valori Roncadin:

Ecologia
Tradizione
Italianità

Valori della proposta:

Qualità
Semplicità
Creatività

Valori tecnici:

Sostenibilità
Funzionalità





L'evoluzione produttiva e la filosofia di marketing della Medesy si concretizzano lungo una linea ben definita: soddisfare le aspettative del proprio cliente attraverso la conformità allo scopo e l'idoneità all'uso dei propri prodotti. La cultura della qualità, alla Medesy, si è formata grazie ad una meticolosa "documentazione" accumulata durante i maggiori convegni, nel contatto costante con studiosi e specialisti in chirurgia dentale. Questo bagaglio di "conoscenza" culturale e l'orgoglio artigianale dei fabbri di migliorare il prodotto, ha permesso di selezionare i migliori strumenti dentali e chirurgici, conformi, sotto tutti gli aspetti, alle esigenze dei più moderni centri di chirurgia dentale. Tutte le operazioni sono finalizzate a soddisfare meglio il cliente. La Medesy ha fatto propri i moderni strumenti di marketing e di comunicazione per coltivare con i clienti un rapporto di partnership sempre più stretto.

MEDESY

The art of quality.

A CURA DI

Project Manager: Prof. Tommaso Salvatori // Fabrizio Rondo

Tutor: Andrea Colussi Mas // Valentina Fundarò

Take Part: Diego Ghezzi

TEAM PROJECT

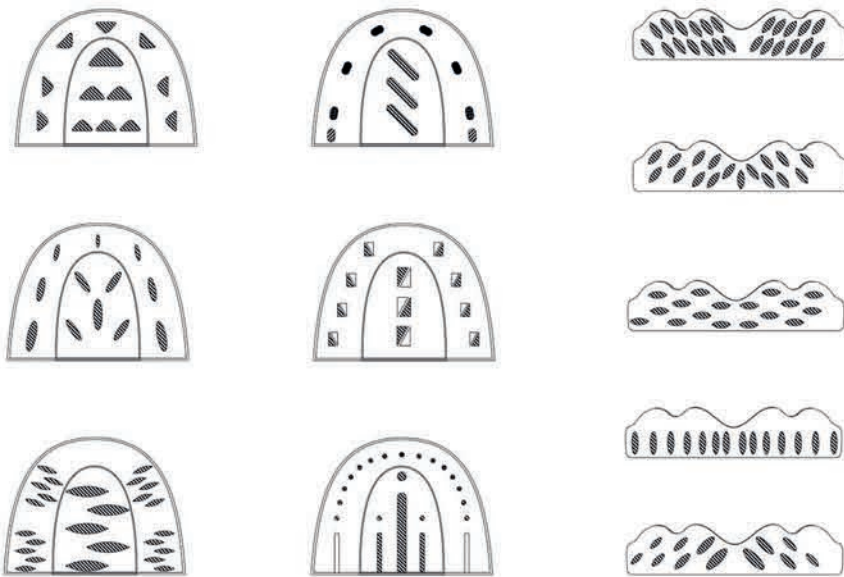
Alice Bellini
Marta Dotto
Lucas Bullò
Leonardo Duca
Enrico Zanette
Mattia Longo
Michael Franceschini
Alessandro Menegon
Davide Minighin
Jacopo Ronchese
Diego De Zotti
Luca Giordan
Marta Zanette
Matteo Morson
Sara Vallar
Michelle Sperling

L'azienda Medesy, che produce manifattura di alta precisione, ha fornito un brief preciso e articolato su tre aspetti importanti di design per valorizzare i propri prodotti e la propria strategia comunicativa.

1. Riprogettazione del design primario di un mascherina odontotecnica: la forma generale, i manici, la grafica di riconoscimento delle taglie, fino alle texture per una migliore aderenza e riconoscibilità aziendale.
2. Progettazione di un contenitore/espositore/packaging per mascherine odontotecniche: presentare, trasportare, esporre il prodotto.
3. Input sulla comunicazione e brand image: analisi e proposte per implementare la comunicazione visiva aziendale.

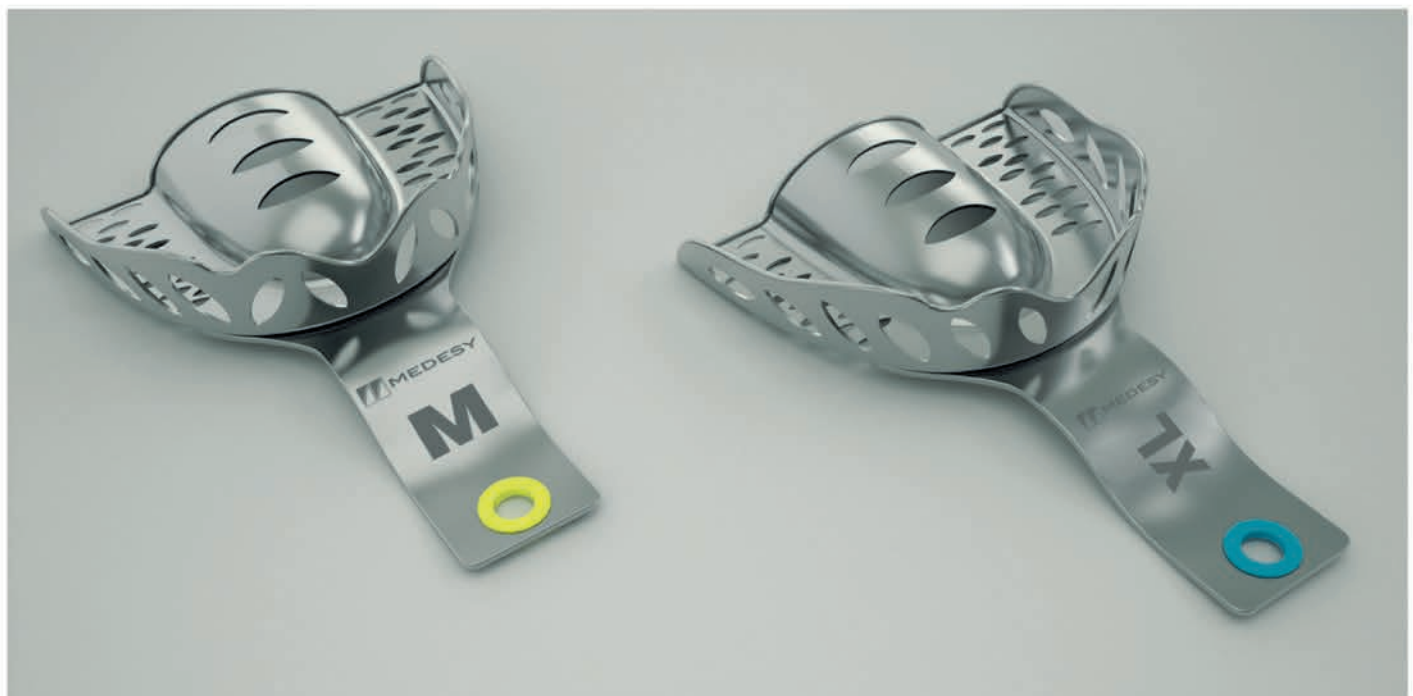
I giovani designer sono riusciti a formulare una serie di concept altamente professionali e realizzabili, grazie anche al supporto costante dell'azienda, riuscendo a rileggere la poetica aziendale e proponendo un segno caratterizzante e interessante.

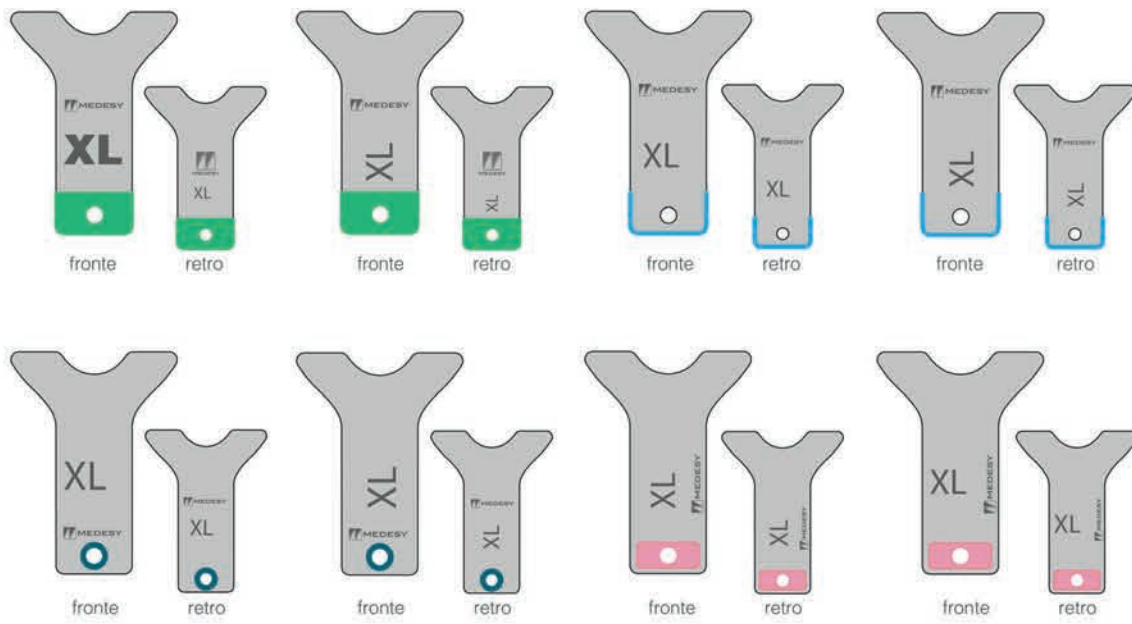
// PROGETTI



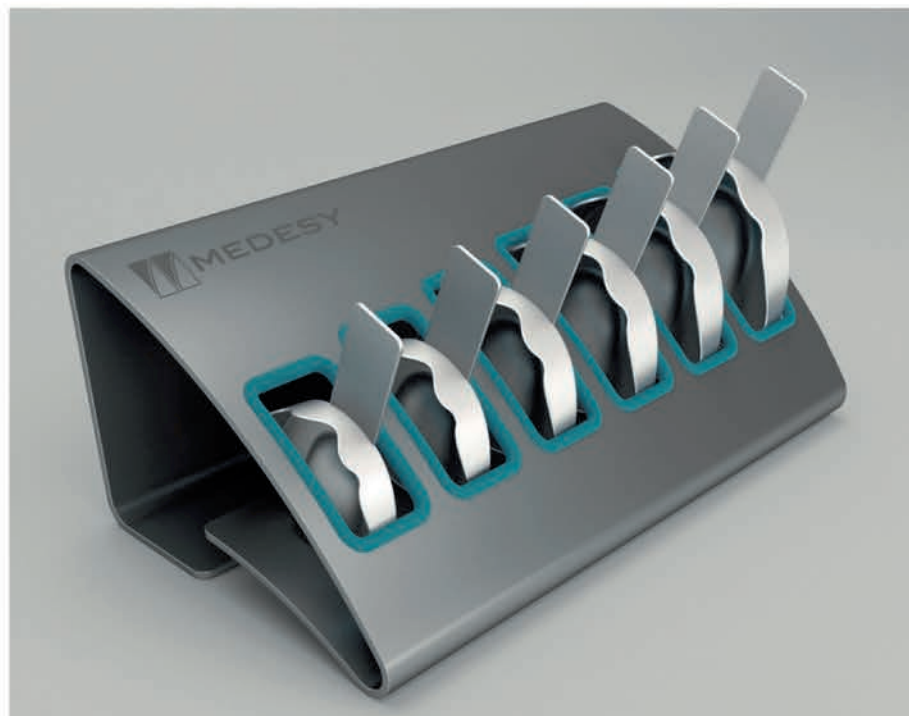
PORTAIMPRONTA

1. Ergonomia dell'oggetto
2. Estetica
3. Texture dei fori
4. Riconoscibilità della taglia



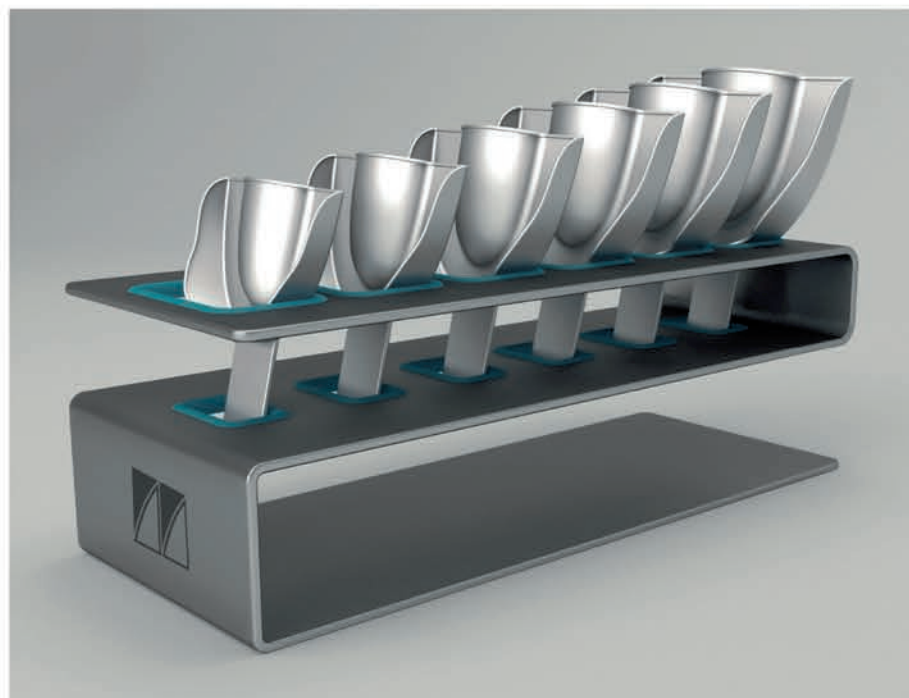


// PROGETTI



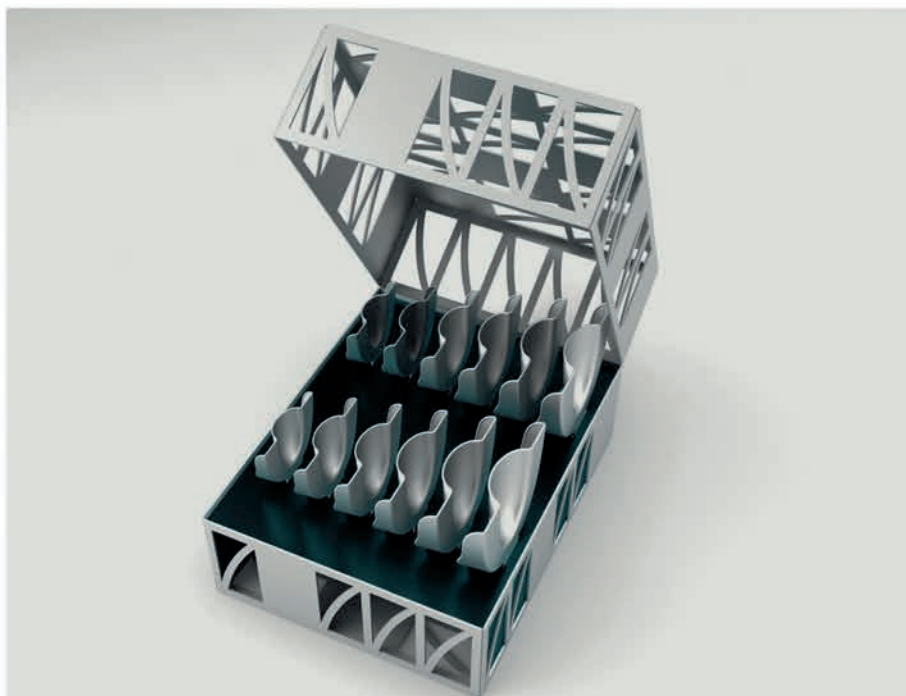
ESPOSITORE 1

Espositore per porta impronte in alluminio con inserti in silicone. L'oggetto sarà realizzato tramite piegatura e taglio laser. I profili in silicone potranno essere realizzati tramite stampaggio. Interamente autoclavabile. Possibilità di essere appeso alla parete tramite due fori sul retro.



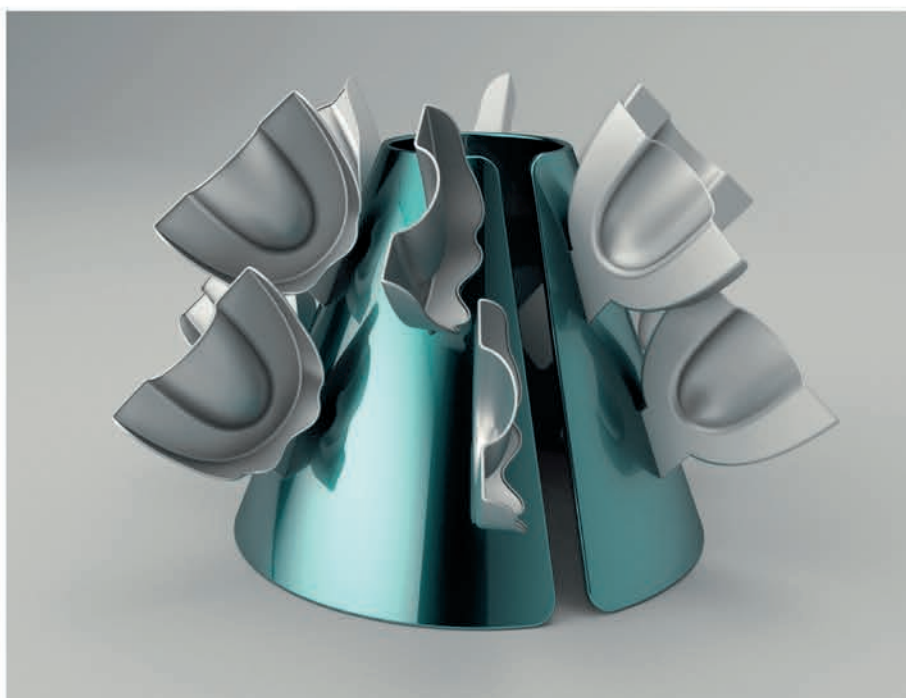
ESPOSITORE 2

Espositore per porta impronte in alluminio con inserti in silicone. Realizzato tramite piegatura e taglio laser. Profili in silicone realizzati tramite stampaggio. Interamente autoclavabile.



ESPOSITORE 3

Espositore per porta impronte in alluminio. Realizzato tramite piegatura e taglio laser. Interamente autoclavabile.



ESPOSITORE 4

Espositore per porta impronte in alluminio. Realizzato tramite piegatura e taglio laser. Interamente autoclavabile.



CIPOLAT, COSTRUZIONI METALLICHE Srl.

La nostra storia poggia su un lungo passato d'esperienze iniziato nella prima metà dell'Ottocento. Siamo cresciuti in paese per poi aprirci sempre più. Lavoriamo così per le aziende come terzisti, vendiamo prodotti finiti ad aziende e privati, seguiamo progetti speciali altrui e ci siamo inventati un nostro progetto speciale fatto di allegri complementi d'arredo Doprà. Con una certezza: non trovate quello che desiderate? Spiegateci cosa vorreste, lo faremo apposta per voi. Cipolat Costruzioni Metalliche si pone come fornitore per aziende in ambito edile, sanitario, agricolo, turistico, fotografico, astronomico... inoltre si propone nel settore business to business come terzista per lavori di carpenteria leggera e lavorazione lamiera in acciaio inox, ferro, alluminio e relative leghe.

CIPOLAT

Good head, good hands.

A CURA DI

Project Manager: Prof. Massimo Ciafrei

Tutor: Claudia Iannilli

TEAM PROJECT

GRUPPO 1

Massimo Baita
Andrea Ceotto
Valentina Romani
Laura Pavan

GRUPPO 2

Riccardo Gasparetto
Ginevra Falomo
Giulia Castellarin
Gabriele Eric Mulis

GRUPPO 3

Edoardo Della Torre
Marzia Bello
Diana Mezzacasa
Irina Tavcar
Alex Tonussi

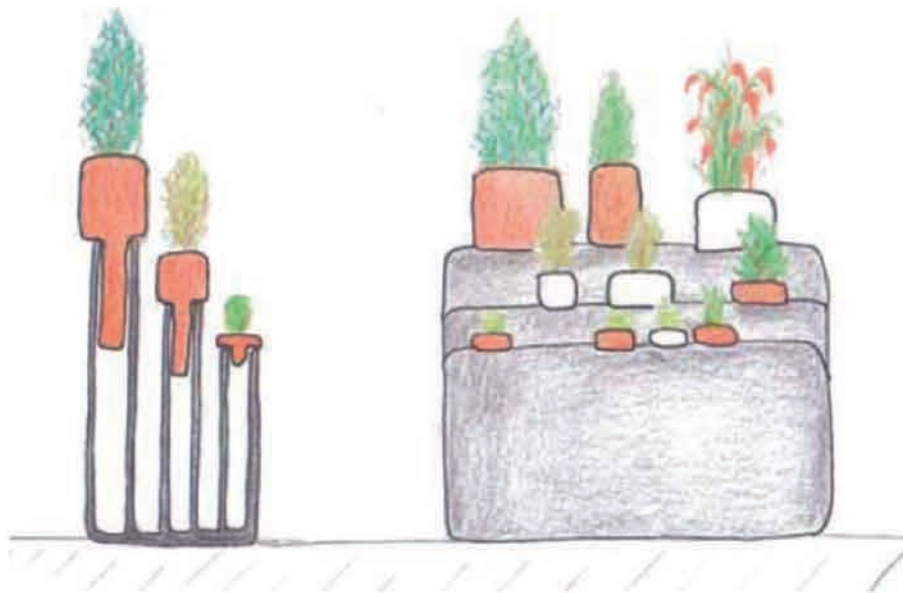
GRUPPO 4

Luca De Munari
Alberto Piccolo
Martina Dalla Longa
Mauro Zocchetto

Il risultato del workshop oltre ad aver generato idee e concept design su temi condivisi con l'azienda di riferimento, ha avuto il merito di stabilire un ponte tra chi è in grado di immaginare gli oggetti e chi è in grado di produrli, connettendo così giovani progettisti con un'impresa del territorio.

Filo conduttore dell'intera ricerca è stato principalmente quello di aver usato le eccedenze di lavorazione recuperate direttamente nello stabilimento insieme agli scarti di materiale espulso dalle matrici a fine taglio per generare oggetti funzionali. Il gruppo ha lavorato all'individuazione di oggetti e complementi di arredo realizzati con materiale di scarto in un'ottica di riciclo a monte nel processo produttivo, così da non arrivare ad alcun compromesso sull'estetica e sulla funzionalità del prodotto, ma puntando esclusivamente sul progetto di design. La ricerca ha permesso di formalizzare complementi di arredo finalizzati all'ambiente libreria e a strutture destinate al verde domestico, capaci di identificare ed esprimere la complessità del vivere contemporaneo. Inoltre è stata sviluppata una ricerca esclusivamente in ambito metaprogettuale sul rapporto tra il tempo, la materia e le superficie al fine di sviluppare texture e finiture per future applicazioni nei prodotti.

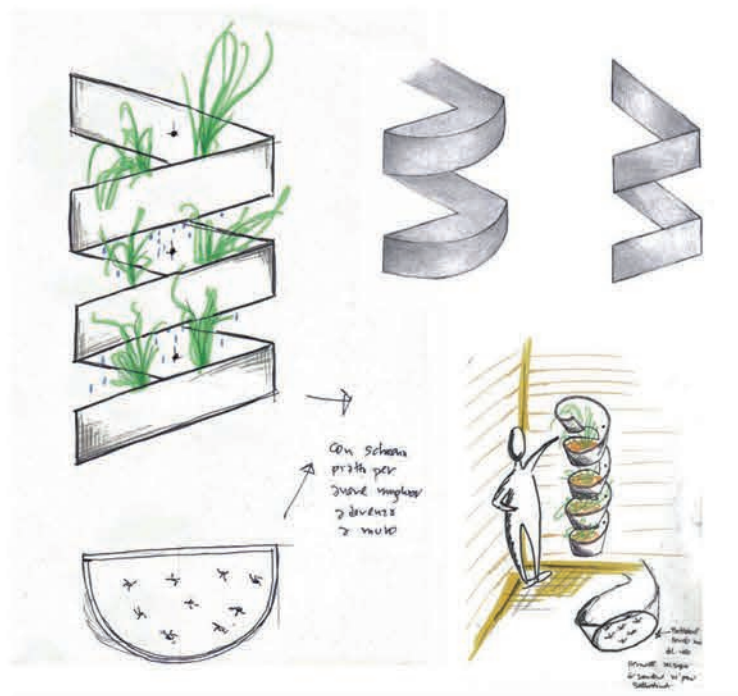
// PROGETTI



GRUPPO 1 Verde Domestico

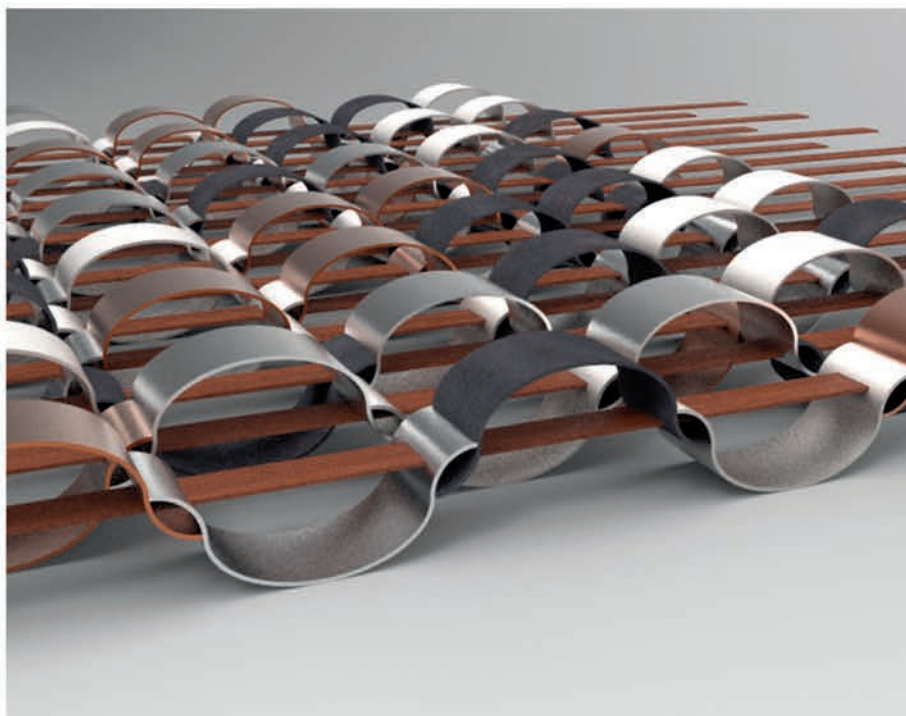
"Spezie"

Il prodotto è composto da una struttura in metallo che si sviluppa in livelli differenti. Attraverso questo meccanismo si interfacciano dei contenitori ai cui interno si potranno piantare le spezie fresche. Questi contenitori sono in contrasto tra loro dalla contrapposizione tra il rosso grezzo della terracotta e il bianco della ceramica.



"Verde verticale"

Si tratta di un sistema modulare che può essere composto sfruttando la verticalità delle pareti. La particolarità di questa è che annaffiando il piano superiore per caduta si irrigheranno anche quelli sottostanti, grazie ai fori presenti nelle basi di ogni piano di costruzione.



GRUPPO 2 Meant2Be

"Concept 1"

La filosofia progettuale a cui ci siamo ancorati nell'ideazione del concept, si basa sulla valorizzazione del rapporto vuoto-pieno e sulle possibili interazioni che questo può comportare. Si è cercato, infatti, di dare senso a quei valori progettuali legati a "Mean2be", collocandoli in un'ottica legata a principi di forma, massa variabile e possibilità di movimento.



"Concept 2"

La filosofia progettuale su cui è basato il secondo concept è la comunicazione tra materiale organico e inorganico. Il punto focale di questo progetto è la contrapposizione tra due materiali diversi, come il legno e il metallo. Le forme scelte sono minimali, tali da garantire piena libertà nel momento dell'aggregazione, che è totalmente libera, a seconda dell'utente che lo userà.

// PROGETTI



GRUPPO 3 Spazio Libreria

"Ghost"

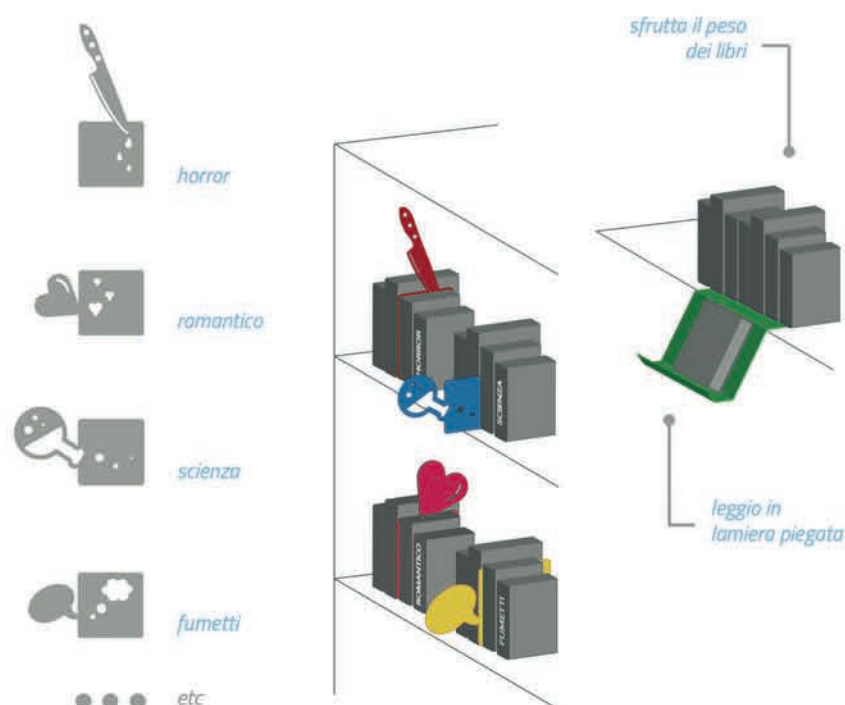
La libreria è costituita da un pannello di metallo dotato di nicchie di diverse dimensioni che aprendosi danno vita a delle mensole sulle quali si possono riporre dei libri o altro oggetti. Nel caso in cui non vengano utilizzate, tali mensole possono essere richiuse e scomparire generando così una composizione che funge da oggetto di arredamento.



"Seagull"

La leggerezza è ciò che caratterizza Seagull. Il profilo di uno dei componenti è tratto dalla line che caratterizzano le ali di un gabbiano in volo. Per enfatizzare questo elemento ho scelto di sospendere la struttura fissandola al soffitto.

La sua morfologia esalta l'oggetto libro che non si trova nascosto ma esposto alla vista e al tatto.

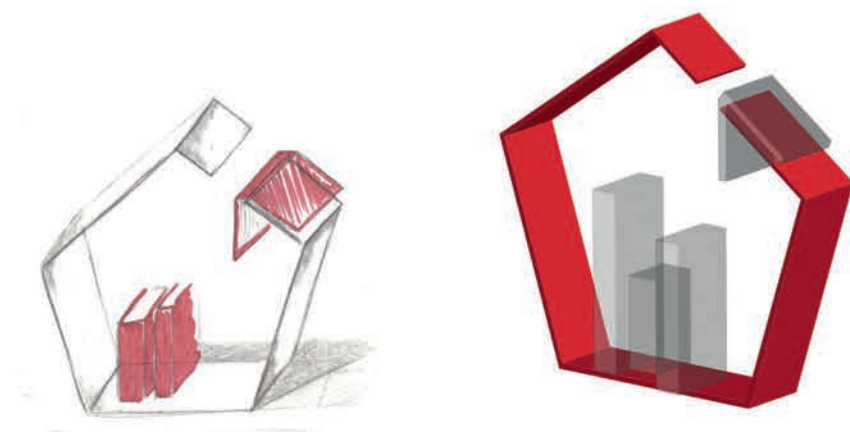


"Icône"

Icône è una serie di accessori per la libreria che nasce per vivere tra i libri, con i libri e per i libri. Realizzati semplicemente con tagli e talvolta pieghe di una lamiera, gli oggetti esistono grazie al peso e alle dimensioni dei libri. Icône offre la possibilità di personalizzare la propria libreria grazie all'inserimento tra un libro e l'altro di queste componenti.

"Pentagono"

Semplice e creativa, realizzata con una semplice lamina metallica piegata in cinque punti. Ne sono state pensate due tipologie, una fedele al pentagono regolare ed un'altra a cui è stato lasciato un taglio superiore. La peculiarità non sta solamente nel poterla posizionare a piacere ma soprattutto nell'interazione con l'utilizzatore/lettore.





MORO KAISER Spa.

Moro Kaiser è un'azienda specializzata nella costruzione di attrezzature canaljet e pompe per vuoto.

Nata dall'ingegno e dall'operosità di un piccolo artigiano agli inizi del secolo scorso, nel 1965 è già leader mondiale nel mercato delle pompe per vuoto. In seguito l'azienda ha diversificato le proprie attività con l'introduzione di nuovi prodotti per il settore del movimento terra e per i servizi di igiene urbana.

Moro garantisce la qualità di pompe e componenti sia tramite accurati controlli dei materiali che nell'utilizzo degli stessi nella costruzione delle proprie attrezzature riconosciute leader nel mercato mondiale.

MORO KAISER

A CURA DI

Project Manager: Prof. Fausto Boscariol // Prof. Mauro Palatucci

Take Part: Devid Battiston

TEAM PROJECT

Pascal Cupido
Roberto Roscioni
Sebastiano Cicero
Tommaso Dall'Acqua D'industria
Marco Mio Alessandro
Giulia Terrazzani
Iryna Kucher
Davide Pasut
Marco Saccon
Kevin Gnan
Andrea Gregoris
Alessandro Comici
Roberto Ciot
Gabriele Casagrande

I PUNTI DA SVILUPPARE:

1. SVILUPPO ECONOMICO DEL PRODOTTO

Studio di un radiocomando dalle forme semplici per una realizzazione gestibile dal cliente senza grandi costi di produzione e nell'impiego dei materiali.

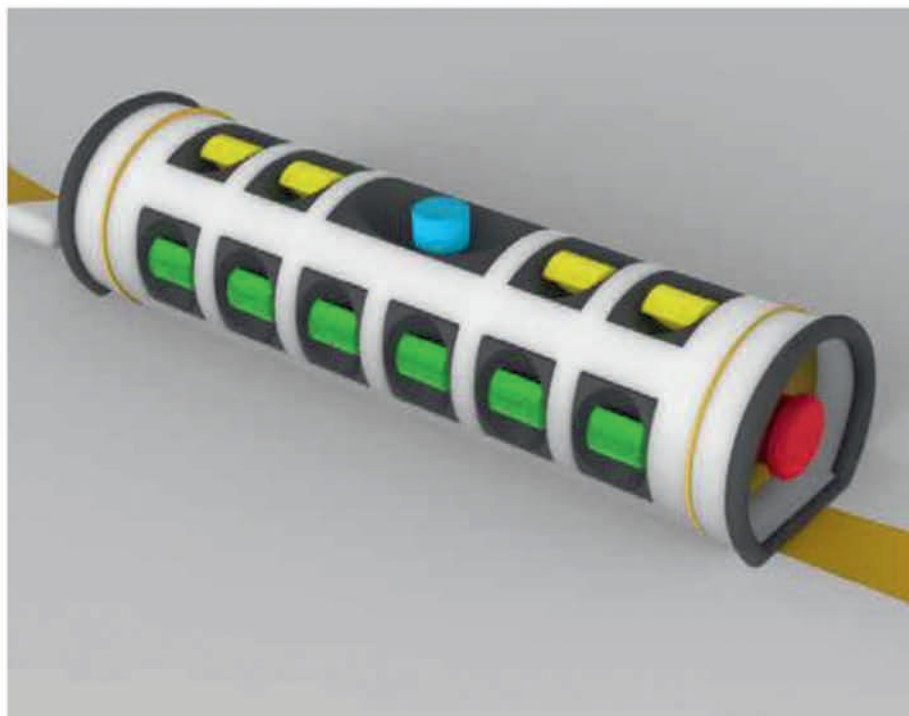
2. RIFACIMENTO DEL PRODOTTO

Studio dell'interfaccia e dell'ergonomia del prodotto con il tentativo di ridurre gli spazi occupati dal radiocomando e facilitando il rapporto con l'utente.

3. SVILUPPO TECNOLOGICO DEL PRODOTTO

Ipotesi per una tecnologia completamente nuova in questo campo, fortemente innovativa e di forte riconducibilità all'azienda.

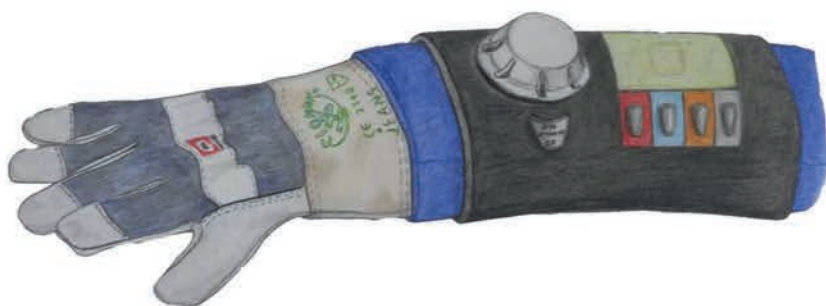
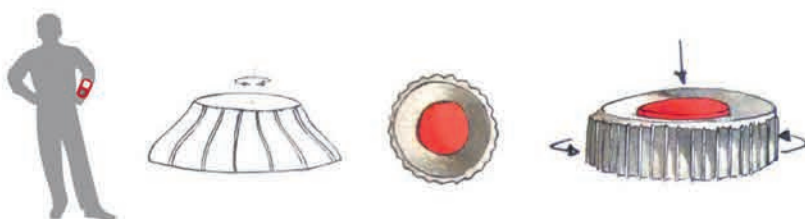
// PROGETTI

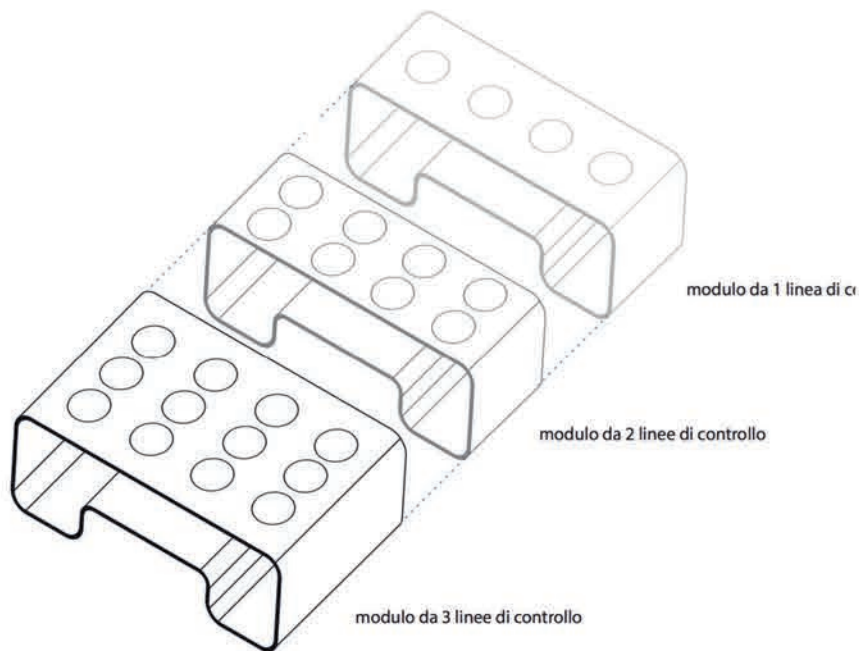


SCROLLER

Estruso in alluminio fresato e forato per alloggiare i tasti mono funzione, isolati da una guaina protettiva facile da pulire. Economico nella lavorazione e nell'assemblaggio pratico e facile da pulire, Scroller con la sua conformazione cilindrica rende i tasti ben isolati limitando le possibilità di errore da parte dell'operatore. Telecomando facile da indossare, la cinghia si avvolge attorno al corpo dell'operatore, il telecomando permette la rotazione del cilindro centrale facendo traslare i tasti in tre scatti.

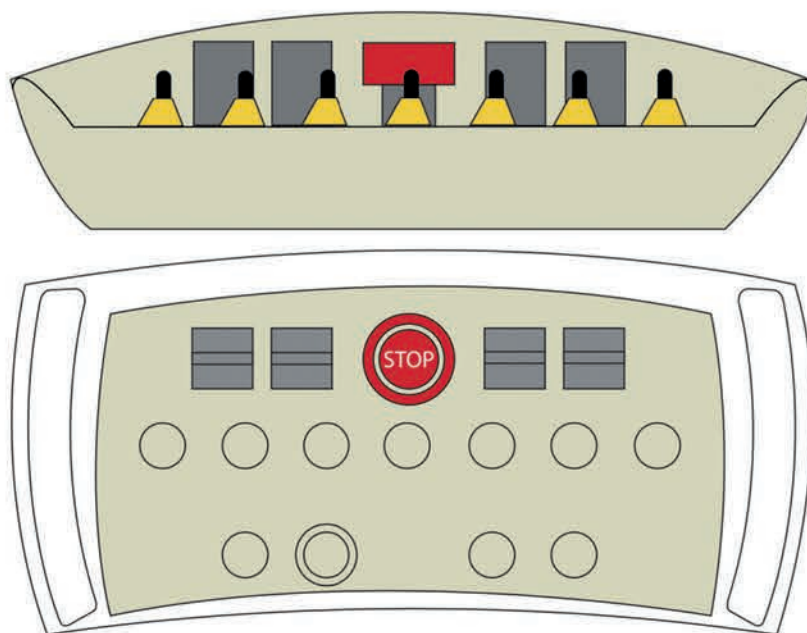
COSMO





ESTRUSO

Utilizzo della tecnologia di estrusione di profilati in alluminio per realizzare un sistema di controllo modulare a basso costo e di facile assemblaggio.



C'È UN EDICOLA NEL NOSTRO FUTURO?

Come avviene per molti spazi dedicati ad un'attività culturale, anche per l'edicola non si può parlare semplicemente di un servizio. Certo l'edicola distribuisce giornali, riviste, ma è anche e soprattutto un luogo della città, l'attributo di una piazza, il luogo dell'incontro quotidiano e della condivisione di una routine che ha segnato la vita e la memoria di molte comunità locali. Per questa ragione quando questo piccolo luogo/vetrina entra in crisi, perché si perde via via il senso degli oggetti che ne hanno caratterizzato la funzione, e mutano bruscamente gli elementi e i rapporti che lo compongono, non si può pensare ad una sua pura e semplice rifunzionalizzazione. Ad una sostituzione di una serie di oggetti, con un'altra. Va ricostruita un'esperienza (ne vanno immaginate, sperimentate varie versioni possibili), e solo dopo se ne può progettare lo spazio e gli elementi esterni e interni che lo compongono. Lungo queste riflessioni si è mosso il lavoro del workshop sull'edicola del futuro svoltosi all'interno della Design Week di Pordenone.

Prof. Maurizio Caminito

C'È UN GIORNALAIO NEL FUTURO?

A CURA DI

Prof Maurizio Caminito

Project Manager: Designer Mirko Daneluzzo // Elisa Delli Zotti

Tutor: Michele Daneluzzo

Take Part: Pordenonelegge

TEAM PROJECT

GRUPPO TOTEM

Federica Nardi
Ieva Marija Reikalaite
Dmitrij Gorenko
Laura Viliute
Ida Alizieri
Stefano Zanchetta
Angelo Vannicola

GRUPPO CHIOSCHI

Angela Fracas
Francesca Mio
Andrea Morellato
Matteo Palù
Juli Veshtja
Gloria Zappalà

GRUPPO NEGOZI

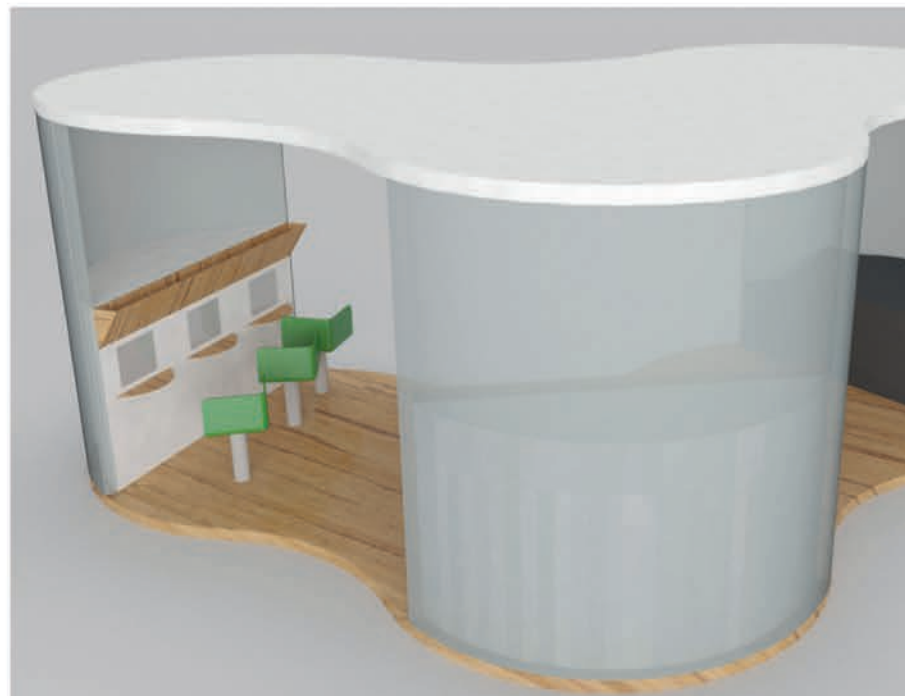
Valeria De Marco
Jessica Menardi
Alberto Pessot
Giulia Zaghet
Gianmarco Spiga
Francesca Mio

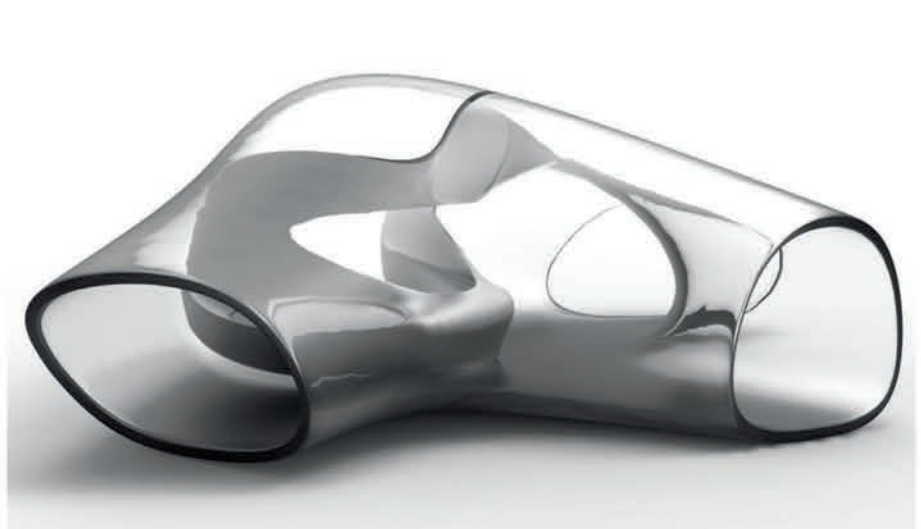
Il laboratorio ha scandagliato le molteplici forme di diffusione e fruizione della comunicazione nelle nostre città e individuato i luoghi simbolo che si attivano nel quotidiano quali rinnovati landmark, abilitando all'accesso e alla costruzione di contenuti ed esperienze via via sempre più cross- mediali e aggreganti: spazi ibridi e informali per l'intrattenimento e l'educazione, per le attività di reportage istantaneo e la produzione di fanzine e magazine altamente personalizzabili.

Unitamente ad una panoramica sulle pratiche e ritualità che si muovono dal confronto tra passato e memoria locale - e includendo anche rapidi richiami provenienti dal mondo del cinema e della letteratura-, si è poi passati ad approfondire le trasformazioni potenziali nel contesto circostante, rintracciando nelle edicole preesistenti, negli esercizi urbani in disuso e in ipotetici nuovi info- point, le aree di competenza da rigenerare e rifunzionalizzare, inscrivendole in uno scenario urbano composito di interscambio capillare condiviso e connesso, dove il cittadino concorre in autonomia alla co-creazione di contenuti a servizio della collettività.

// PROGETTI

Totem e Chioschi







// CONVEGNO

Dalla città al design, l'esperienza Transition Town

From the City to Design, the experience of Transition Town

Dopo le parole di benvenuto e introduzione di Claudio Pedrotti, Sindaco di Pordenone, i relatori sono stati: Zoran Đukanović (Belgrade), Pedro Campos Costa (Portugal), Sayfan Borghini (Israel), Giuseppe Marinelli De Marco (Italy).

Il Convegno "Dalla città al design, l'esperienza Transition Town" si è tenuto all'interno del Pordenone Design Week 2015, a Pordenone presso l'ex convento di San Francesco.

Il convegno ruotava intorno ai nuovi concetti di design orientati alla città e alla sue evoluzioni. Il punto di raccordo è stata l'esperienza Transition Town, ricerca integrata di Design, Architettura, Domotica, interaction design, che vuole leggere e interpretare alcune caratteristiche emergenti della società attuale, legate alla transitorietà e alla precarietà, focalizzandosi su nuove proposte dell'Abitare. L'approccio progettuale, basato sulla Sistemica e sulla teoria della Complessità, contempla modalità di sharing per modelli abitativi sperimentali sostenibili, basati sulla condivisione di spazi e servizi oltre che su concetti chiave come: modularità, flessibilità, identità figurativa, sostenibilità, domotica.

La ricerca si pone come progetto avanzato di social housing, vuole esplorare e proporre soluzioni sperimentali di nuove tipologie urbane in grado di interpretare e rispondere ad alcune realtà, emergenti o emerse dai cambiamenti sociali, focalizzando l'attenzione su quelle fasce svantaggiate di popolazione (definite dalla Commissione Europea/Reg. CE n. 800/2008).

After the welcoming and introduction words of Claudio Pedrotti, Mayor of the City of Pordenone, the speakers were: Zoran Đukanović (Belgrade), Pedro Campos Costa (Portugal), Sayfan Borghini (Israel), Giuseppe Marinelli De Marco (Italy).

The Conference "From the City to Design, the experience of Transition Town" was held within the Pordenone Design Week 2015 in Pordenone, Italy.

The conference revolved around the new concepts of design oriented to the city and its evolution. Transition Town is a project of research that wants to read and interpret some features of contemporary society emerging, linked to the transience and insecurity, focusing on new living proposals. The design approach, based on Systemic and on the theory of complexity, split mode for sharing experimental sustainable living models, based on shared space and services as well as on key concepts such as modularity, flexibility, figurative identity, sustainability and home automation.

The advanced search is a project of social housing, wants to explore and suggest experimental solutions to new urban typologies able to interpret and respond to certain entities, emerging or emerged from social change, focusing on those disadvantaged groups of population (defined by the European Commission/ECReg.n.800/2008).

// CONTEST MASCOTTE FVG

Il contest riguardava la progettazione di una Mascotte per rappresentare la Regione Friuli Venezia Giulia. Il concorso indetto dal Consorzio Universitario di Pordenone e dall'ISIA Roma Design/Sede di Pordenone era destinato agli studenti, in corso e diplomati, della sede di Pordenone.

"La Mascotte doveva essere letta come prodotto di design promozionale del territorio, esprimendo quelle che sono le caratteristiche della storia, della cultura del Friuli, nelle sue declinazioni sia di popolo, che di paesaggio o di storia del territorio stesso". L'immagine doveva tenere conto della sua riproducibilità tecnica in particolare in termini di leggibilità anche in dimensioni ridotte e di visibilità delle sue parti.

I Tre premi messi in palio sono stati attribuiti a: **Simone Indrigo** (I premio per "Capricorno"), **Anna Vidoni del Mestre** (II Premio per "L'ana-trà migratrice") e **Chiara Fantin** (III Premio).

I progetti saranno ottimizzati e oggetto di una azione di disseminazione a tema in particolare sul territorio e potranno essere utilizzati per la diffusione della cultura friulana in generale.

Il contest è parte di una collaborazione con Villa Manin, sede museale che ha ospitato importanti esposizioni d'arte, con cui durante quest'anno saranno avviate una serie di attività di valorizzazione museale.



REGIONE AUTONOMA
FRIULI VENEZIA GIULIA

I Premio

// Simone Indrigo

IL CAPRICORNO



	C - 24,63 M - 36,58 Y - 36,43 K - 10,33	PANTONE P 51-5 C		C - 80 M - 0 Y - 16 K - 0	PANTONE P 118-14 C
	C - 45,46 M - 40,33 Y - 49,52 K - 26,73	PANTONE P 178-10 C		C - 25,99 M - 0 Y - 25,53 K - 0	PANTONE P 1142-2 C

Per il progetto della mascotte ho individuato un filo conduttore tra territorio e cultura della regione Friuli Venezia Giulia, cioè la diversità. Il Friuli ospita in una superficie relativamente piccola una grande varietà di ambienti naturali, tra i quali il montano e il marino, in netto contrasto tra loro sia idealmente che fisicamente. Anche nei gruppi sociali locali interni alla regione ritroviamo una grande varietà, in cui la forma verbale dei dialetti fortemente radicati e molto spesso poco accessibili dagli esterni.

Perciò ho scelto di rappresentare la regione attraverso un simbolo chimerico, paradossale di natura, che fonde due elementi opposti l'uno all'altro, ma costretti a convivere e ad equilibrarsi reciprocamente.

Il Premio

// Anna Vidoni del Mestre

L'ANATRA MIGRATRICE



C 40%
M 70%
Y 100%
K 44%
6A3C00
Pantone P 29-16 C
(PANTONE+CMYK Coated)

C 24%
M 60%
Y 100%
K 9%
B76E11
Pantone P 21-15 C
(PANTONE+CMYK Coated)

C 83%
M 6%
Y 96%
K 0%
00A651
Pantone P 142-8 C
(PANTONE+CMYK Coated)

C 50%
M 0%
Y 0%
K 0%
6DCFF6
Pantone P 115-5 C
(PANTONE+CMYK Coated)

Dopo uno studio attento circa la storia, la cultura e i caratteri del Friuli Venezia Giulia, la scelta come mascotte più appropriata che rappresenti questa nobile regione, è dal mio punto di vista, l'anatra. L'anatra è l'uccello migratore per eccellenza, carattere che ha storicamente contraddistinto il "friulano" che per determinazione, resistenza e forza di volontà si è trovato nella necessità di emigrare anche in Paesi lontani, alla ricerca di migliori condizioni di vita.

Similmente a questo volatile poi anche il popolo friulano, stanziato su un territorio morfologicamente suddiviso in quattro regioni naturali (montagna, collina, pianura e costa), si è abilmente adeguato all'ambiente in modo intelligente e produttivo. Ho graficamente rappresentato i due concetti esposti attraverso la silhouette di un'anatra che emigra in volo, dai colori propri dei paesaggi friulani.

III Premio

// Chiara Fantin

LA FOGLIA DI VITE



La mia proposta vuole esaltare quelle che sono le caratteristiche intrinseche della regione del Friuli-Venezia Giulia. Fin dall'antichità è sempre stata una Terra celebre per quanto riguarda l'agricoltura e i vini ne sono sicuramente il prodotto simbolo. Quello che voglio comunicare con la foglia di vite è sicuramente la coniugazione tra l'innovazione tecnologica presente nel settore primario e la valorizzazione di quelli che sono i sapori antichi del Friuli-Venezia Giulia.

La qualità dei prodotti si riflette in un progresso economico che oltre a rendere questa una Terra florida, investe sulla tutela dell'ambiente che permette ai cittadini di usufruire di paesaggi unici e avere una qualità della vita molto alta. Il colore marsala rende la mascotte attuale e moderna.



IL BIENNIO





LEGGENDA

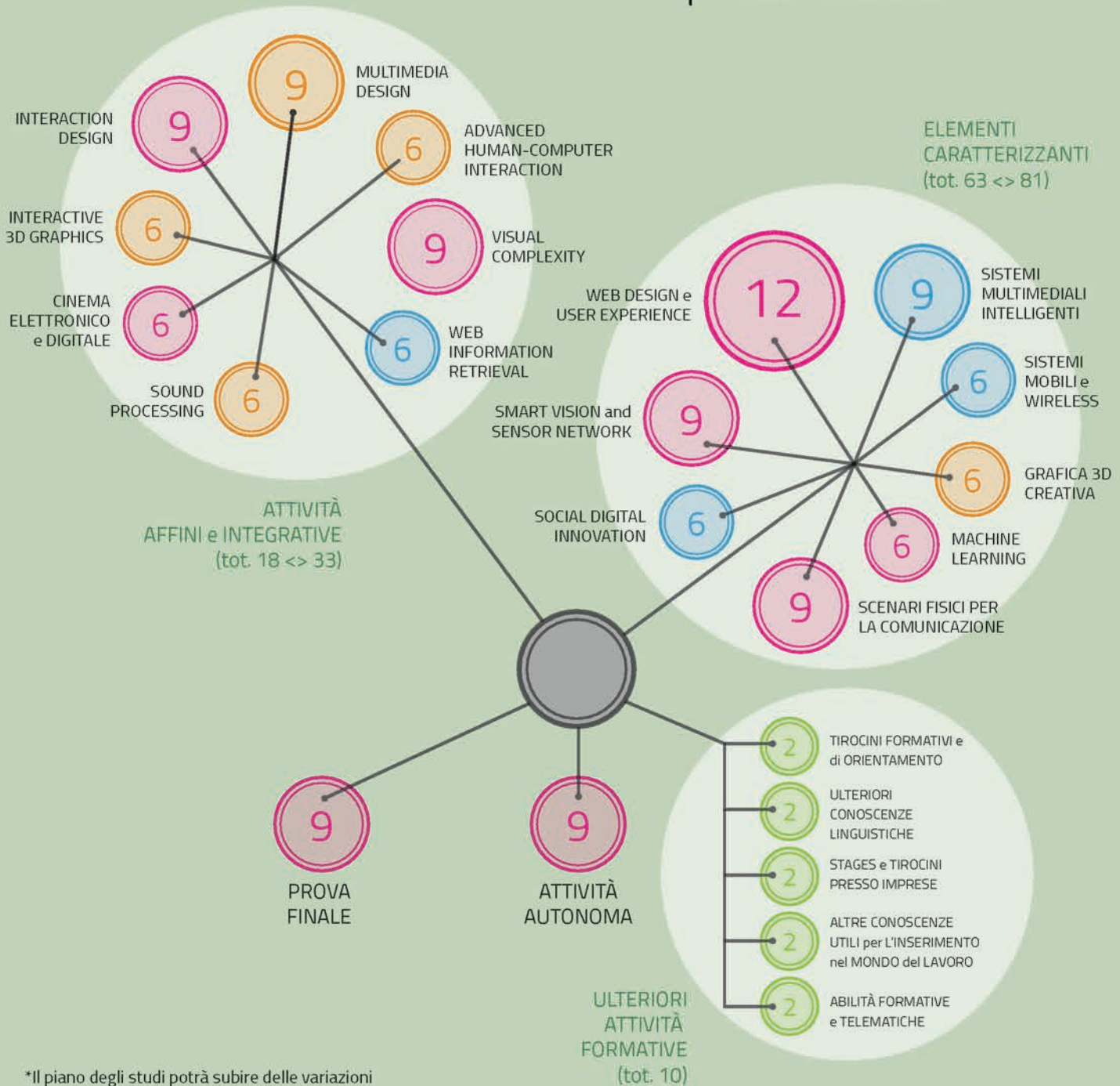
Diploma Accademico di II Livello in

// Comunicazione Multimediale e Interaction Design

IsiaPordenone // Università di Udine



-  materie teoriche (1cfa=8 ore)
-  materie teorico-pratiche (1cfa=12 ore)
-  materie laboratoriali (1cfa=24 ore)
-  numero di crediti formativi



*Il piano degli studi potrà subire delle variazioni

GIUSEPPE MARINELLI

Coordinatore Corso Triennale ISIA

Dalla comunicazione multimediale al pianeta 4.0 *From Multimedia Communication to the world 4.0*

Sta nascendo a Pordenone una importante offerta formativa frutto di un'interessante collaborazione. Si tratta del Biennio Master in Comunicazione Multimediale e Interaction Design ospitato dal Consorzio Universitario di Pordenone, alla cui stesura l'Isia ha contribuito, implementando alcuni aspetti dell'impianto scientifico di Scienze e Tecnologie Multimediali guidato dal Prof. Gianluca Foresti, che ringrazio, con un pacchetto di crediti fortemente orientati alla cultura progettuale, metaprogettuale ed alla filosofia dei media, e che l'Università di Udine si accinge ad erogare. Una costruzione a più mani fra il titolare STM e Isia Roma Design, che recepisce istanze precise emerse dal territorio.

Gli scopi di questo Biennio sono molteplici: da un lato la necessità di sostenere le nostre imprese nel difficile passaggio, da una cultura spesso debolmente moderna ad una addirittura post-digitale. Dall'altro mette il laureato in condizione di costruire le procedure e le grammatiche adatte ad una narrazione d'impresa che utilizzi finalmente uno story telling multimediale per trasmettere i mondi della storia e della memoria del territorio depositati nel brand.

C'è poi da dire che il design industriale in particolare risente moltissimo dell'accelerazione permanente cui è sottoposto dal fat-

tore tempo: da un lato rischiamo un eterno presente senza visione, e dall'altro un futuro ubiqo senza direzione, mentre la fase attuale della Globalizzazione ci dice chiaramente che il mercato tende a prediligere i brand che incorporano una forte dose di cultura e storia industriale, dati che una narrazione interattiva ha il potere di far emergere. Infine c'è il tema strategico delle Smart City, il cui fine è sì organizzare la vita di milioni di esseri umani in sistemi più economici sicuri e sostenibili, ma anche di evitare la dispersione di quel capitale simbolico racchiuso in ogni città e società, e che ne è il collante profondo, come ci ricorda l'opera quanto mai attuale di P. Bourdieu.

Oggi la tecnologia sta cambiando l'economia ristrutturando continuamente procedure e paradigmi del contratto socioeconomico pre-digitale che ha sorretto la nostra meccanica, elettrica, ed anche elettronica modernità. L'Internet delle cose, di tutte le cose, sarà il cuore di quel pianeta 4.0 che inevitabilmente andremo a investigare grazie all'architettura scientifica di STM coniugata alla storia del prodotto e del servizio propria del design di ISIA. Ancora e sempre le città di ogni grandezza, forma e destino, saranno il vero grande teatro del cambiamento e dell'innovazione.

Questo Biennio perciò, attraverso lo studio del design delle interazioni complesse, ha quindi lo scopo di creare quel professionista che andrà a collocarsi in uno dei campi di cui sopra. Dal fattore espressivo a quello cognitivo studieremo i valori metodologici di sistema e culturali di scenario, che ci portano come diceva Rudolph Arnheim, ad un agire comunicativo di grande spessore pedagogico ed umanista.

An important educational path has been developed in Pordenone: the two-year Master Degree in Multimedia Communication and Interaction Design is the result of an interesting collaboration. The Master will be hosted by the Consorzio Universitario of Pordenone and will be held by the University of Udine.

ISIA contributed to the curriculum, developing the Multimedia Science and Technology study plan, headed by Prof. Gianluca Foresti, with some courses strongly oriented to the design culture and mass-media philosophy. Its founder, the department of Multimedia Science and Technology and ISIA Roma Design, which recognizes the local needs, planned this course together.

This master has different aims: on the one hand the need to support our companies in the difficult transition, from an often weakly contempo-

rary culture to the digital era; on the other hand, the graduate from this master will be able to use multimedia resources to disseminate the company's brand, as it can reveal habits and customs of several local areas.

Industrial design is constantly subjected to the judgement of time: there is the threat of a present without a future or of a future with no directions. The purpose of market globalization is choosing brands that bring themselves a mix of culture and industrial history and interactive tools represent the right resource to make them appear. Lastly, there is the topic of Smart City: the first aim of this kind of new city is to have a more comfortable, eco-friendly and secure life organization. It has also to be considered that it is important to avoid the scattering of symbolic wealth of every city and every society.

Today technology is changing and internet will be the heart of planet 4.0, that will be studied thanks to the path of the Science and Technology Multimedia department and completed by the product and service history of ISIA Roma Design. In this Master, through the study of design of complex interactions, it will be possible to create an expert who will find a place in one of the fields above.

GIAN LUCA FORESTI

Direttore Centro Polifunzionale di Pordenone
e Vicedirettore Dip.to Matematica e Informatica
dell'Università di Udine

Comunicazione Multimediale: formare una nuova figura professionale
Multimedia Communication: forming a new professional

A partire dal prossimo anno accademico a Pordenone nascerà un percorso di studi innovativo e unico nel suo genere. Dalla stretta collaborazione tra ISIA Roma Design e l'Università degli Studi di Udine è stato infatti progettato all'interno della Laurea Magistrale in Comunicazione Multimediale e Tecnologie dell'Informazione il Curriculum in Comunicazione Multimediale e Interaction Design. Il corso ha una durata biennale e sarà ospitato presso il Consorzio Universitario di Pordenone. Obiettivo primario del Corso è quello di formare un professionista con elevate competenze sia teoriche che applicative che gli permettano di operare, a livello progettuale e creativo, nei vari ambiti della comunicazione e del design.

Il corso intende fornire allo studente con basi nell'area del design specifiche conoscenze sulla comunicazione multimediale, con particolare focalizzazione sulle metodologie e le tecniche per l'analisi, la progettazione, la realizzazione, la valutazione e la gestione di prodotti multimediali nei loro diversi settori di applicazione (industriale, artistico, informatico, cinematografico, etc.).

Nell'ottica di preparare un esperto dal profilo altamente specializzato, in grado di inserir-

si con compiti di responsabilità e in maniera critica e consapevole nel mondo del lavoro, il curriculum offre un percorso caratterizzato da una forte multidisciplinarietà. Lo studente potrà spaziare dalla grafica tradizionale – in 2D e in 3D - alle nuove frontiere della realtà virtuale e aumentata ed immergersi totalmente nel mondo della comunicazione visuale: dal packaging al logo di un prodotto. Tra i principali insegnamenti che caratterizzano il Curriculum in Comunicazione Multimediale e Interaction Design ci saranno tra l'altro gli insegnamenti di Grafica 3D creativa, Web design e user experience, Human-computer interaction (HCI), Elaborazione di immagini e video, Tecnologie web avanzate, Teorie e tecniche dei media digitali.

Lo studio degli aspetti strettamente teorici sarà inoltre accompagnato da una fase più pratica che si realizzerà soprattutto attraverso la partecipazione ai laboratori didattici e al tirocinio formativo. Gli studenti avranno infatti a disposizione due laboratori di ultima generazione, uno dedicato all'approfondimento delle tecniche di realtà virtuale ed aumentata e l'altro riguardante lo sviluppo di prodotti di comunicazione digitale (video promozionali, siti web, social network, ecc.). Al termine del percorso formativo lo studen-

te sarà in grado di progettare molteplici tipologie di prodotti comunicativi e di gestire le varie fasi di sviluppo, a partire dalla strategia creativa fino all'esecuzione tecnica. Il Curriculum in Comunicazione Multimediale e Interaction Design intende contribuire così alla creazione di una nuova figura professionale sempre più richiesta nel panorama nazionale ed internazionale: quella del communication designer.

The close collaboration between ISIA Roma Design and the University of Udine has been designed within the Master of Science in Communication, Media and Information Technology curriculum in Communication and Multimedia Interaction Design.

The primary objective of the course is to train a professional with high skill - both theoretical and applied - which enables them to operate at the creative design level, in different areas of communication and design. The course aims at providing our students who are already trained in design, a specific knowledge in multimedia communications, with particular focus on the methods and techniques for analysis, project-planning, implementation, evaluation and management of multimedia products in their different fields of application (industrial, artistic,

computer, film, etc. offering a path characterized by a strong multidisciplinary approach. The student will range from traditional graphics - 2D and 3D - the new frontiers of virtual and augmented reality and totally immerse her/himself in the world of visual communication: from packaging to a new product logo, from the design of a brand to the functional design of interfaces and content. Inside the main courses characterizing the curriculum in Communication Media and Interaction Design will be the teaching of web design and user experience, human-computer interaction (HCI), processing images and video, advanced Web technologies, theories and techniques of digital media. Students will be able to use two laboratories of latest generation, one which focuses on the techniques of virtual and augmented reality, and the other on the development of digital communication products (promotional videos, web sites, social networks, etc.).

The Curriculum in Multimedia Communication and Interaction Design aims at contributing to the creation of a new professional, increasingly in demand at the national and international level - that of the communication designer.

//RINGRAZIAMENTI

Coordinamento generale:

*Giuseppe Marinelli De Marco
Andrea Zanni
Tommaso Salvatori
Saradiana Sacilotto
Simone Franzo*

Ringraziamenti:

*Francesco Venier
Prof. Dror Levi*

Docenti ISIA Roma Design:

*Patrizia Bertolini
Fausto Boscariol
Massimo Ciafre
Paolo Crescenti
Massimiliano Datti
Silvia De Cecco
Gabriele Gentile
Luca Maiello
Giuseppe Marinelli De Marco
Sonia Massari
Mauro Palatucci
Marco Ripicini
Tommaso Salvatori
Alessandro Spalletta*

Esercitori e tutor ISIA Roma Design:

*Andrea Colussi Mas
Diletta Damiano
Elisa Delli Zotti
Valentina Fundarò
Filippo Gecele
Claudia Iannilli
Roberto Maurizio Paura
Elena Rotondi
Lorenz Shuka
Federica Spera
Bruno Testa*

Professionisti ed esperti:

*Maurizio Caminito
Pedro Campos Costa
Mirko Daneluzzo
Michele Daneluzzo
Fabrizio Rondo*

*Giuseppe Amadio
Andrea Zanni
Nicola Mattosio
Giordano Bruno
Saverio Maisto
Stefania Delti
Franco Scolari
Claudio Pedrotti
Claudio Cattaruzza
Marco Camuccio
Giovanni Pavan
Giovanna Santin
Zoran Đukanović
Sayfan Borghini*

Tutti gli studenti del Corso Triennale ISIA Roma Design/Sede di Pordenone per la passione e l'ottimo lavoro prodotto.

Il personale amministrativo, tecnico e non, del Consorzio Universitario di Pordenone, che ha contribuito al miglior andamento dell'evento.

Progetto grafico:

Intorno Design

Sito web e social media communication:

Simone Franzo

Fotografie:

*Joel Matthias Henry
Simone Lovatti*

*www.pordenonedesignweek.it
www.unipordenone.it
www.isiaromadesign.it*

// ISIA NETWORK

Organizzatori



Istituzioni Partner



Aziende Partner



Università Partner



In collaborazione con



