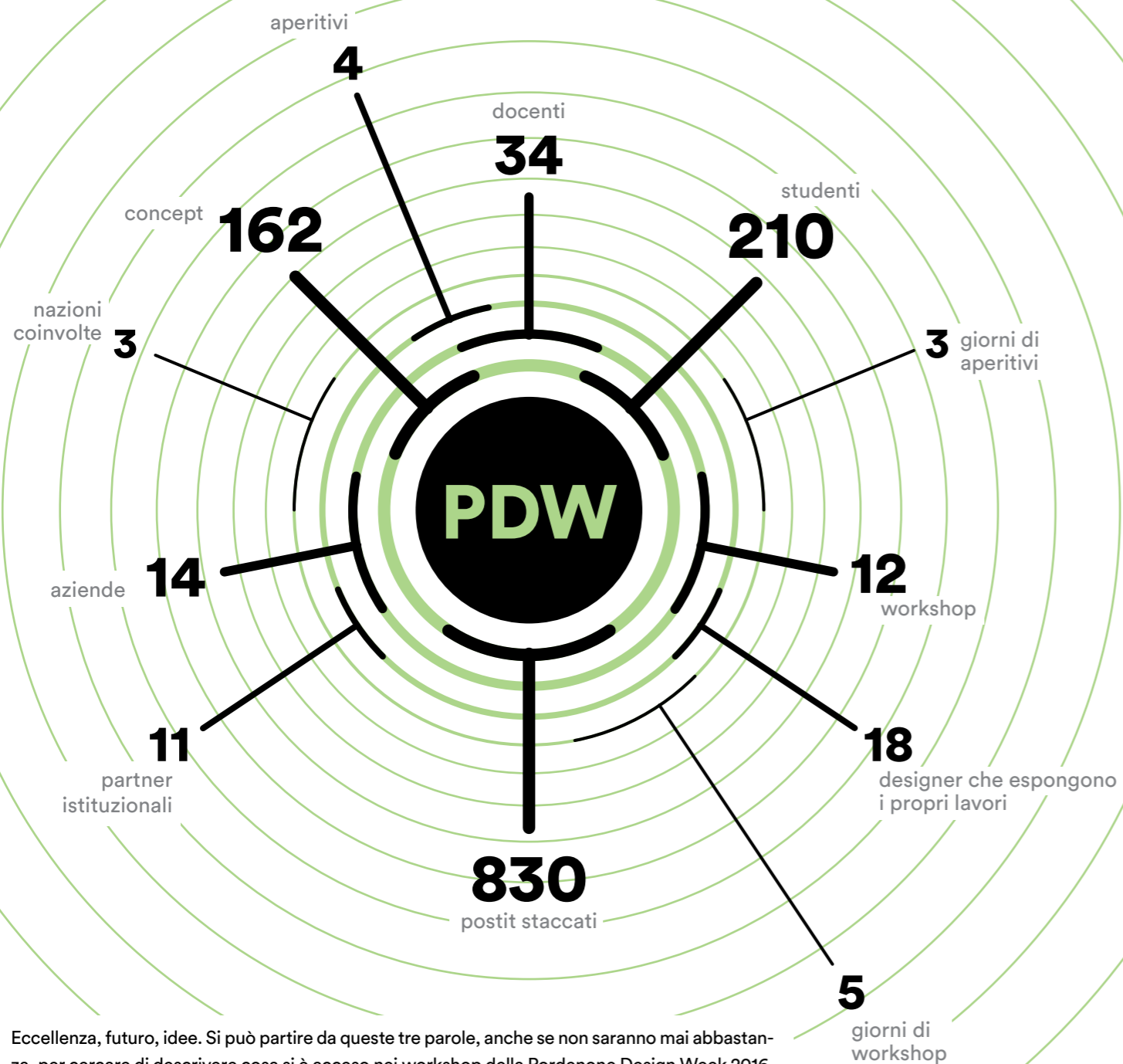


PORDENONE
DESIGN
WEEK

V EDIZIONE

Pn
DW
eeek
2016

14/18 marzo 2016
Consorzio Universitario
di Pordenone



Eccellenza, futuro, idee. Si può partire da queste tre parole, anche se non saranno mai abbastanza, per cercare di descrivere cosa si è acceso nei workshop della Pordenone Design Week 2016. 200 ragazzi, divisi in gruppi, che trovano idee per il mondo di domani. Che trovano soluzioni per le aziende. Che inventano qualcosa partendo da un foglio bianco. Si parla inglese, perché gli "infiltrati" di quest'anno sono i ragazzi americani dell'Hobart and William Smith Colleges. Un modo diverso di vedere il mondo, che arriva dall'altra parte dell'Oceano e amplia il punto di vista. In questa settimana l'innovazione nasce nel modo migliore. Parte dal mondo accademico e dà qualcosa al mondo del lavoro. Le eccellenze del territorio si uniscono. Si immagina come sarà il mondo nel 2050, si creano gli spazi e gli strumenti per l'istruzione e la ristorazione di domani, si lavora su prodotti innovativi che cambieranno le abitudini, si cambia l'immagine di un'azienda. Fuori dal tempo e dallo spazio, la Design Week è un microcosmo che racconta molto. Qui la crisi non c'è, qui il futuro è già arrivato e ha il vento in poppa, qui anche la provincia diventa protagonista. Perché l'eccellenza può arrivare in ogni angolo del mondo. Non importa da dove parte.

Pordenone Design Week

Un progetto di design territoriale made ISIA.

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 organizzato 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 2016 si tiene la terza settimana di Marzo, dal 14 al 18 marzo 2016 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.

WHO?

University design students, professors, tutors and entrepreneurs from Friuli, joined to think, plan and compare their ideas on design as an engine of innovation and re-launch for the area.

WHAT?

One week of workshops, in which students of different ages and nationalities worked together, developing projects proposed by local businesses. ISIA Roma Design, with the Consorzio Universitario di Pordenone, in partnership with the clusters COMET and NIP (Consortium for the Development of the Province of Pordenone), Local Government and the Pordenone Technology Centre organized the event.

WHERE?

The event was held at the Consorzio Universitario and in some special locations in the city of Pordenone.

WHEN?

Pordenone Design Week 2016 takes place in the third week of March: the 4th edition of the event was from 14th to 18th 2016.

WHY?

To develop the relationship between young people and the local area, the University and local enterprises, develop projects of product and scenario design, stimulate new concepts and new visions with a 'design-oriented' approach, so giving value to the manufacturing heritage and know-how of Friuli Venezia Giulia.

Derrick de Kerckhove

Media e Design - Nuove strategie di lavoro / Media e Design - New Strategies of Working

La cultura digitale permette un incrocio del reale con il virtuale. Per favorire la tale innovazione è necessario dare modo ai giovani italiani di realizzare progetti innovativi grazie alla loro familiarità con la tecnologia. Ma come incentivare questo sviluppo? La cultura creativa è intrinsecamente focalizzata sui giovani perchè sono gli individui più trascurati ed i più facilmente travolgibili, ma i quest'ultimi devono essere educati a vedere la continuità ed il legame tra le cose.

Secondo Henry Jenkins per sviluppare le competenze digitali utili ad una partecipazione attiva con il contesto tecnologico, è necessario potenziare le quattro C: creare, circolare, connettersi e collaborare.

Grazie alle competenze digitali gli individui sviluppano una nuova forma di alfabetizzazione che abbandona sempre di più i Pinocchio 2.0 (noi, gli individui comuni che non hanno ancora realmente trovato la loro forma e la loro identità, e che negli anni hanno favorito una trasformazione dell'uomo da individuo organico a robotico) per dirigersi verso i Gesuiti 2.0 (ovvero coloro che creano la formazione del sè).

Il ground della nostra cultura è un alfabeto completamente smaterializzato con il digitale, la conseguenza è l'eliminazione dei sensi della comunicazione i quali subiscono un processo di riduzione ad un unico senso che crea la storia che voglio raccontare. L'alfabeto digitale invece inserisce tutti i sensi nella storia (dal tatto, all'udito, la vista ecc.).

Grazie alla nuova tecnologia la nostra mente e le nostre facoltà cognitive si esternalizzano e vanno verso lo schermo, in questo modo l'individuo esporta le sue capacità cognitive ad un sistema che immagazzina le cose. Si delinea perciò un nuovo ruolo, quello del media designer, ovvero colui che è capace di costituire un sistema di pensiero dove multimedia e design si uniscono.



Digital culture enables an intersection of the real world with the virtual world. To foster innovation it is necessary to let young Italians realize innovative projects thanks to their familiarity with technology, but they have to be trained to see the continuity and the link between several things.

According to Henry Jenkin, it is important to follow the four C's, to develop digital competences useful to active participation with the technology context, these are: create, circulate, connect, co-operate.

Thanks to digital skills, people develop a new form of literacy which leaves Pinocchio 2.0 (ordinary people who didn't find their identity and who promoted the human transformation from organic-man to robot) to move towards Gesuiti 2.0 (people who create self-education). Our culture's ground is a non-digital alphabet, so the consequence is the removal of senses from communication. Instead, the digital alphabet inserts all the senses in history (touch, hearing, sight...).

Thanks to the new technology, our mind and our cognitive processes go onto the screen and in this way, the person exports his cognitive capacities to a system that saves things. A new role of media designer takes shape, the person able to establish a thinking-model where multimedia and design come together.

Pier Luigi Capucci

Dal mediascape all'infoscape / From mediascape to infoscape

L'Internet of Things (IoT, l'Internet delle cose o degli oggetti, Kevin Ashton, 1999), è un insieme di tecnologie che permettono di collegare a Internet oggetti e dispositivi per monitorare, trasferire informazioni e svolgere azioni conseguenti. Gli oggetti e i dispositivi acquistano un'"identità elettronica", si rendono riconoscibili, scambiano dati con altri oggetti e assumono un ruolo attivo grazie al collegamento alla Rete. Nell'IoT il mondo dei dati traccia delle mappe di quello fisico dando delle identità alle cose e ai luoghi. È dunque necessario espandere l'idea tradizionale di design verso un design più incentrato sugli aspetti relazionali.

Il design è intrinsecamente relazionale, dato che mette in relazione oggetti e dispositivi, tra loro, con gli ambienti in cui sono collocati e con le persone che devono fruirli, conferendo loro dei significati e dei compiti di relazione – stilistici, operativi, simbolici, estetici, funzionali, comunicativi, economici, ergonomici... Tuttavia, alla luce delle tecnologie di comunicazione e dell'IoT, è necessario espandere la dimensione relazionale del design agli aspetti di transito e scambio dati, di feedback, di organizzazione e propedeuticità delle informazioni.

Diviene dunque fondamentale pensare a un design dei processi, imperniato sullo scambio di dati tra oggetti e dispositivi, a un design dei flussi di informazioni, transmediale, adeguato al panorama contemporaneo pervaso dai Big Data e dalle innumerevoli forme emergenti di Intelligenza Artificiale...: un Infoscape Design.



The Internet of Things (Kevin Ashton, 1999) is an ensemble of technologies to connect to the Internet objects and devices to monitor, transfer data and perform further actions. Objects and devices acquire an "electronic identity" which make them recognizable, they exchange data with other objects and take an active role by connecting to the Net. In IoT the world of data traces maps of the physical one giving an identity to things and places. It is therefore necessary to expand the traditional idea of design to a design more focused on relational aspects.

Design is inherently relational, since it puts in relation objects and devices: among them, with the environments where they are placed and with the people who use them, giving to objects relation-oriented meanings and tasks (stylistic, operational, symbolic, aesthetic, functional, communicative, economic, ergonomic...). However, in the perspective of communication and IoT technologies, it is necessary to expand this relational dimension of design to transit and data exchange issues, to feedback, to organization and preparatory aspects of information.

Therefore it becomes essential to conceive a design of processes, centered on data exchange among objects and devices. A design of information flows, a transmedia design suitable for the contemporary scene pervaded by Big Data and by the countless emerging forms of Artificial Intelligence...: an Infoscape Design.

Francesco Monico

Makers, Millenials e Challenge Driven Universities

L'Infoscape Design fa agire insieme, funzionalmente, oggetti, dispositivi, sistemi di controllo e di feedback. Non considera gli oggetti e i dispositivi in maniera individuale e separata, ma come funzionalmente interfacciabili gli uni con gli altri, ne integra le funzioni, si focalizza sulle loro relazioni, sugli scambi di informazioni. Dunque, si passa dalla creazione e gestione di oggetti sensoriali alla creazione e gestione di flussi di dati, alla finalizzazione di processi di informazione non fruibili dai sensi se non in maniera mediata. Più che a un'attività da solista, come spesso il design viene inteso, l'Infoscape Design assomiglia alla direzione di un'orchestra, al centro della quale il direttore deve essere l'utente.

Infoscape Design makes functionally acting together objects, devices, control and feedback systems. It does not consider objects and devices individually and separately, but as mutually operationally interfaced. It integrates their functions, it focuses on their relationships, on information sharing. This implies moving from the creation and management of sensory objects to the creation and management of data streams, to the finalization of information processes which are not accessible by the senses except in a mediated way. More than a soloist activity, as design is often intended, Infoscape Design resembles the direction of an orchestra, in whose center the user must be the director.

Un artigianato sempre più digitale che accoppia le tecnologie con la tradizione del fare manuale. A suggerire la diffusione del fenomeno, l'aumento degli spazi per la stampa 3D e dei Fablab, spazi/bottega per sperimentare come le tecnologie digitali possano influenzare gli oggetti fisici. E l'artigianato è l'azimuth del movimento, la sua centralità alla funzione permette di evitare derive di marketing. Da qui parte la riflessione sulla possibilità di ricreare un Made in Italy che sia prodotto per un mercato globale.

Quello che potremmo chiamare "Modern Design" si attua in città sempre più connesse, continua anche nel 2016 la crescita della smart city, in grado di unire le diverse parti della città in maniera interattiva.

Una società in grande espansione ma che spreca milioni di tonnellate di cibo. Una percentuale tra il 20 e il 40 per cento della frutta e della verdura viene buttata, prima che raggiunga i negozi. Il recupero del cibo è il cosiddetto "gleaning" che è destinato a crescere nei prossimi anni.

Tutti i prodotti nell'epoca del Media Design sono comunicazione, così anche le farine di origine animale e le parole d'ordine saranno interazione e immersione. I prodotti verranno presentati in comunicazioni non lineari ed immersive, è l'avvento dell'Alternate Reality. Lo stesso approccio immersivo, sarà utilizzato sempre di più anche nelle scuole, per aumentare l'interazione degli studenti. Si assiste ad una ondata di partecipazione politica online. E anche se ciò non rende le persone automaticamente migliori, Internet può coinvolgere molte più persone nello sviluppo politico. Bisogna quindi unire alle esperienze online la formazione on line in modo da creare una nuova polis digitale, che non sarà esente dal marketing che assumerà le forme di vera e propria propaganda.

Una pubblicità sempre più personalizzata si sta affermando, i cartelloni pubblicitari saranno in grado di riconoscere chi si trovano di fronte, raccogliere i dati di quella persona e mostrare la pubblicità più indicata. Questa raccolta dati è la grande partita dove si giocano i destini della 'persona digitale'. Un individuo sempre più definito dai dati che lascia in rete.

In questo reame dei dati lo smartphone ci salverà la vita. I pazienti saranno immersi in un continuo scambio di dati di una comunità scientifica globale. Saranno infatti gli algoritmi di programmi



Craftmanship is at the cutting edge of the digital world, as it starts to apply technology to handicrafts: nowadays this happens in the new Fablab, in the increase of spaces for 3D printing. From this starting point begins the reflection on the opportunities to create Made in Italy as a product for a global market. That which we call 'Modern Design' is developing in increasingly-connected cities. The concept of 2016's smart city – able to link different parts of the city in an interactive way – is growing.

A society in expansion, even though we waste millions of tons of food. Between 20% and 40% of fruit and vegetables are thrown away before arriving in shops, and so-called 'gleaning' will increase over the coming years.

All the products in the age of Media Design are communication, even animal-based flour, and the words of the day will be interaction and involvement. Products will be presented in non-linear and submerged communication way and now also politics has increased

Giuseppe Marinelli De Marco

La formazione e il sapere collaborativo /
university and the collaborative knowledge

e computer a determinare i casi ad alto rischio e raccomandare cure mediche. Uno dei maggiori problemi che pone la digitalizzazione della medicina è quella di rimodulare il confine tra paziente e individuo sano. Un sapere che opera, statisticamente, algoritmicamente, sul medesimo pool di dati rischia di avvitarsi in una forma di sapere “cieco” incapace di considerare e valorizzare le anomalie che contribuiscono alla complessità della scienza. Ma quello che è certo è che da qui al 2020, si sblocca un nuovo livello nella terapia attraverso i computer.

In questo scenario nuove tipologie di università mobilitano parte dei 150 milioni di studenti per nuovi problemi. Saranno chiamate Challenge-Driven Universities. E l'autorevole The Economist a scrivere che il 50% delle Università mondiali cambierà strategia e ci sarà un fiorire di piccole università di eccellenza.

Appare quindi il senso stesso della alleanza uomo-tecnica. La radio ha impiegato 36 anni a raggiungere 50 milioni di utenze, la televisione 16, il cellulare 10, internet 5, facebook 6 mesi. L'accelerazione del rapporto con la tecnica rende visibili le nuove proporzioni umane: la redistribuzione del reddito, l'erosione dei posti di lavoro, l'aumento esponenziale della popolazione, i rischi connessi all'automazione, la centralità della competenza e l'importanza della conoscenza, ed è questo nuovo rapporto che le Università e i centri di ricerca devono porsi come riflessione acciocché l'uomo non diventi solo un mero funzionario della tecnica.

its online participation. It is necessary combining the online experience with the online training, to create a digital polis, where marketing will become real propaganda

Advertisements will be able to recognize people, collect data on people and show the most suitable advertising for them. This is the digital person: a subject increasingly defined by the data s/he meets 'on the net'. The smartphone will be our lifeline. Patients will be immersed in the data-exchange of a global scientific community: computer algorithms will determine high-risk situations and will suggest treatments and therapies. From now until 2020 a new level in therapy will be unlocked thanks to computer.

In this scenario, new types of Universities will mobilize some of the 150 million students to teach new subjects. They will be called Challenge-Driven Universities. 'The Economist' says that 50% of the world's Universities will change their strategy and some small universities will grow. The man/technology link is essential. Radio took 36 years to reach 50 million users; TV took 16, mobile phones 10, the internet 5, Facebook only 6 months. The acceleration of the relationship with technology creates a new human scale: income redistribution, the decline of employment, population increase, risks related to automation, the importance of skills and the relevance of knowledge. Universities and research centres have to think about this new relationship, to prevent man from becoming simply a technical administrator.

In genere nelle fasi epocali si pongono domande epocali: chi siamo, che società vogliamo, cosa è veramente importante per noi o come migliorare la nostra vita, intanto, benché incalzati da uno storytelling senza fiato per via dell'innovazione dirompente, cominciano ad emergere interrogativi più profondi sul senso dei processi tecnologici oggi dominanti. Ancora catturati da una immaginazione del futuro alla minority report, il lungo questionario di domande su cosa ci sta capitando realmente ha tutte le caselle vuote e attende le sue risposte: lavoro, ambiente, spazi, servizi, sanità, diritti, le famose smart city, c'è veramente da rimboccarsi le maniche.

La Globalizzazione digitale va infatti ridisegnando i confini esistenti della razionale zonizzazione della modernità con le sue suddivisioni territoriali oggi pesantemente scricchiolanti. Stati regioni province città municipi quartieri palazzi appartamenti case stanze, angoli e ripostigli, e di lì finalmente gli oggetti in tutte le loro articolazioni: pubblici, privati, utili, inutili, affettivi, e con loro tutta la tassonomia della tradizionale cultura materiale sottoposta ad una vera contorsione. La complessità è nelle cose di oggi poiché enormemente complessa risulta la relazione che le connette, e la semplificazione promessa dall'innovazione digitale si scontra con l'assenza di contenuti perduti nel cammino dell'innovazione stessa; smarriti ma non per questo non più necessari, tutt'altro.

Ovviamente il mondo dei media si espande in tanti modi, soprattutto quello spettacolare della più estesa connettività planetaria possibile tramite IOT una sorta di “università” degli oggetti che divenuti ormai intelligenti possono, anche loro, relazionarsi in modo autonomo e indipendente, e



Usually in the epochal steps arise epochal questions: who we are, what society we want, what is really important for us, or how to improve our life, in the meanwhile, though pressed by a breathless story telling because of disruptive innovation, deeper some doubts are emerging about the meaning of technological processes dominant today. Digital Globalization is in fact redrawing the existing boundaries of rationalist zoning of the modern, with its classes today heavily creaking. Regions states provinces cities municipalities districts buildings apartments houses rooms, corners and closets, and here finally objects in all their identity: public, private, useful, useless, affective, boring, and with them the entire taxonomy of traditional material culture underwent really twisted. Obviously the media world is expanding in so many ways, especially the spectacular one, the most extensive planetary connectivity possible through IOT a kind of “university” of the objects, now “graduates”, they can relate autonomously and independently, and take initiatives thanks to sensor networks.

I don't know if that was what we were thinking at the Bauhaus age, and don't even know if we are speaking about the same

Francesco Venier

Media, design e società, l'impresa del futuro /

Media, design and society, the company of the future

in breve prendere delle iniziative grazie a reti di sensori. Non so se era questo che si pensava al tempo del Bauhaus e non sappiamo nemmeno se parliamo dello stesso pianeta, però è interessante notare come quando c'è un periodo storico che travolge il precedente ebbene abbiamo sempre a che vedere con le macchine.

Poiché sempre il mutamento è collegato ad una macchina che mentre ci imita e ci indica il superamento di un limite, al tempo stesso ci esclude, e quello che solo ieri era una considerazione in un versante filosofico e concettuale oggi irrompe nel mondo del lavoro e noi fra poco saremo nove miliardi. Il mondo dunque grazie al vasto popolo di quelle che A. Van Onk chiamava protesi, diventa progressivamente sempre più funzionale e familiare, e sempre più escludente benché sia a scala e immagine umana. Dall'abate de Vaucanson al dottor Frankenstein il problema del rapporto macchina uomo è forte proprio perché mentre apre chiude, mentre offre prende, e mentre aiuta complica; una contraddizione terribilmente umana. Nell'espressionismo tedesco il tema della macchina come metafora del limite e dunque del rapporto con la morte viene evidenziato semioticamente in modo sublime attraverso il rapporto fra ombra e luce, grandi artisti che spevano scrivere la luce attraverso l'oscurità e il pieno attraverso il vuoto. Credo che con quegli artisti abbiamo un debito di gratitudine e credo che quella lezione vada continuata, in fondo le macchine del terzo millennio ci stanno chiedendo di approfondire cosa vuol dire essere "umano", tutto qua! Il guaio è che i sistemi sociali in cui viviamo oggi non sono soltanto sistemi complessi, problema minore, ma spesso e volentieri anche dei sistemi malati, e da lì si ricomincia tutto daccapo.

planet, but it is interesting to note that when there is a period of history that sweeps the previous, always we have to deal with the machines. The machine that mimics human while indicates to us the exceeding of a limit, and, at the same time excludes. The world thus becomes progressively more 'functional and familiar', but also more "exclusive" although it is both image, scale and human. As the Abbot de Vaucanson or the Dr. Frankenstein the problem of the man-machine relationship is heavy because while it is opening it closes, while is offering it takes, and while is helping it remove, a completely terribly human contradiction. The German Expressionism reminded where the theme of the machine as a metaphor of the limit then the death is brought semiotically in a sublime way through the relationship between shadow and light. The Expressionism was the first art movement in the last century to write a light through the darkness, the full across the void. I believe we have with those artists a debt of gratitude and I think that lesson should be continued. The trouble is that the social systems in which we live today are not only complex systems, minor issue, often they are sick system, and from there you have to begin again all over.

Non è mai esistita nella storia dell'uomo un'era con così tante opportunità di crescita come quella attuale. L'apertura di nuovi mercati, l'ingresso nella classe media di centinaia di milioni di persone che cercano prodotti il cui valore è legato non solo alla loro qualità ma anche alla loro autenticità e storia, la disponibilità a costo bassissimo di strumenti di comunicazione e di collaborazione globale, la disponibilità di tecnologie che permettono di accrescere enormemente la produttività del lavoro, e creare nuovi processi, nuovi prodotti, nuovi modelli di impresa, sono tutti fattori che oggi rendono possibili ritorni sugli investimenti senza precedenti.

Ma tali opportunità possono essere colte solo da chi ha visione imprenditoriale, competenze, coraggio e capacità di investimento e riesce ad interpretare correttamente i mercati e a far leva sulle nuove leve digitali, capendole e integrandole capillarmente nei propri processi e nella propria cultura d'impresa.

Non stiamo parlando di saper fare digitale o di prodotti innovativi o high-tech, ma di qualsiasi prodotto o servizio capace di soddisfare un bisogno sui mercati. Il know how manifatturiero tradizionale, spesso artigianale, è un enorme giacimento di valore che per essere sfruttato richiede oggi alcune nuove competenze.

Tutti i prodotti, tutti i processi, tutti i canali di vendita, grazie all'integrazione con le tecnologie digitali, sono oggi di fronte a possibilità di evoluzione senza precedenti. La sfida è riuscire a dis-imparare i vecchi e re-imparare i nuovi modi di rapportarsi con il mercato, con i concorrenti, con i fornitori, con i collaboratori per adattare il proprio modello di impresa al nuovo contesto. Ciò vuol dire anche accettare il fatto che, salvo rare eccezioni, la globalizzazione ha abbattuto barriere di accesso ai mercati, rendendo di fatto necessaria la crescita. Il mantra "piccolo è bello" oggi non regge più. Essere PMI oggi vuol dire crescere abbastanza da raggiungere una dimensione che permetta di soddisfare i canali distributivi dei propri mercati di sbocco, mercati in cui anche le nicchie sono diventate globali.

Ciò ha delle importanti implicazioni in termini di risorse, competenze, governance, modalità organizzative e operative che vanno acquisite urgentemente.



Throughout human history, there has never been an age with so many growth opportunities as the one we are living in. The opening of new markets, the growth of a middle class of millions of people looking for products with history and authenticity and not only for those of quality; the availability of low-cost instruments of communication and global cooperation. These are all factors that attract extraordinary returns on investment. Traditional manufacturing know how, especially when linked to handicrafts, is an enormous reserve which needs new skills to be fully exploited. The manufacturing handmade expertise is a huge value that nowadays demands some new skills. The challenge is being able to un-learn the old and re-learn new ways to relate with the market, competitors, suppliers and partners to adapt each enterprise model to the new context. This all means accepting the fact that, with rare exceptions, globalization has overturned barriers to access the market, making growth necessary. To be a small-medium enterprise means growing enough to reach a dimension to satisfy the distribution channels of their own end market, where even niches become global. Resources, knowledge and governance have to be achieved immediately.

QUALE TESTO???

PAOLO CANDOTTI

Punto di vista

Gendignihilit poreprae quiaspernat.

Mil iliqui resequunt aut atiatem sus voluptatin num volores sim nulluptaerum hit occuscus quasperumet ipsa derferor as et es arum ilit quam resti tem que eaquisciis re porem autem quam que voloreribus ne nulluptat ducim as quam rectotaque plita non cullabo. Equi dusa dolupta sseque dolore provide nihicium quis dolut eos et, officae et incimusdam, quos illes de pliqui dolutaqui offictem ipsunda des simi, nus re es re, od eicil ipsume nonsequid qui di comnis et dolupta quo que sin natur, aperibus repero volorro que exero coneseq uiaturit lia consequis num faccat harum simaion sequasit, volorro bea quaectem ent ex eicatem aliquie a sus velectur ab ius maio eum quis earias etur simos ditias pellaut fugit labore, illanda voluptae optaers periber ovidem. Ebitia etur? Olut autaquam excepudit di autem aut ut volor audiatet parum a quidunducim eostiun turesed qui ut perum.

Mil iliqui resequunt aut atiatem sus voluptatin num volores sim nulluptaerum hit occuscus quasperumet ipsa derferor as et es arum ilit quam resti tem que eaquisciis re porem autem quam que voloreribus ne nulluptat ducim as quam rectotaque plita non cullabo. Equi dusa dolupta sseque dolore provide nihicium quis dolut eos et, officae et incimusdam, quos illes de pliqui do-

lutaqui offictem ipsunda des simi, nus re es re, od eicil ipsume nonsequid qui di comnis et dolupta quo que sin natur, aperibus repero volorro que exero coneseq uiaturit lia consequis num faccat harum simaion sequasit, volorro bea quaectem ent ex eicatem aliquie a sus velectur ab ius maio eum quis earias etur simos ditias pellaut fugit labore, illanda voluptae optaers periber ovidem. Ebitia etur? Olut autaquam excepudit di autem aut ut volor audiatet parum a quidunducim eostiun turesed qui ut perum.

LA COMUNICAZIONE MULTIMEDIALE

Gianluca Foresti - Università di Udine

La Pordenone design week 2016 ha messo al centro dell'attenzione l'innovazione e i lavori creativi, lavori che rappresentano il futuro. Come sottolineato dal massmediologo canadese Derrick De Kerckhove, ospite al Convegno, il futuro – in particolare quello dell'Italia – deve passare dall'innovazione. L'Italia è oggi al 34° posto in classifica per la percentuale di lavoratori creativi sul totale delle attività lavorative. In tale contesto, le soluzioni per ripartire, ci sono, ad esempio puntando sui giovani e permettendo loro di potere sviluppare progetti creativi. I corsi di studio di area multimediale presenti nella sede di Pordenone, quali la laurea triennale in Scienze e tecnologie multimediali e la laurea magistrale internazionale in Comunicazione multimediale e tecnologie dell'informazione, puntano proprio a potenziare le capacità creative dei giovani studenti attraverso didattica multidisciplinare e stretti rapporti con le imprese del territorio. In particolare, tali corsi mirano a bilanciare adeguatamente com-

petenze di tipo informatico-tecnologico con competenze di tipo socio-culturali, al fine di colmare il vuoto sul mercato del lavoro di figure professionali capaci non solo di comprendere gli aspetti tecnologici dei media digitali e di gestirne i contenuti in maniera appropriata, ma anche di porsi come manager, e design manager con capacità interpretative di lettura di scenario, innovatori nell'area delle tecnologie dell'informazione e dell'interaction design, della comunicazione multimediale e dell'editoria digitale e musicale. Infatti, la progettazione e gestione efficace dei media digitali (Web 2.0, social media, digital design, etc.) e delle relative applicazioni multimediali (app mobile, realtà aumentata, grafica 3D, robotica interattiva, piattaforme per l'editoria musicale, etc.) richiedono competenze multidisciplinari storicamente provenienti da aree culturali assai eterogenee, che sono fino ad oggi rimaste tendenzialmente separate anche per la difficoltà di concepire percorsi formativi integrati.

IMPRESA, TERRITORIO E DESIGN: SI PUÒ FARE!

Saverio Maisto - Consorzio NIP / Comet

Creativa, dinamica e avvincente: tre aggettivi per descrivere la settimana del Design. "Pordenone Design Week" rappresenta, oramai, sempre più per le imprese del territorio un appuntamento atteso dove cogliere idee innovative e spunti di riflessione in merito ai trend futuri.

Una settimana che ha visto come protagonista il connubio impresa-territorio-design. Anche in questa edizione, con orgoglio, si evidenzia come la meccanica sia stato il settore maggiormente rappresentato e la zona del maniaghese la più sensibile.

Abbiamo, anche in questa edizione, sensibilizzato le aziende verso una tematica tendenzialmente considerata lontana dal core business aziendale, riuscendo ad evidenziarne il concreto potenziale e la reale opportunità. Un'attività di sensibilizzazione che nel corso degli anni ha permesso di far conoscere al tessuto imprenditoriale

una realtà di eccellenza come ISIA Roma Design.

Abbiamo concretamente ridotto il gap tra formazione e imprese, attivando un meccanismo positivo utile a rilanciare l'economia locale.

L'entusiasmo delle aziende è tale da manifestare il mutamento culturale che le stesse stanno affrontando attraverso l'implementazione di attività volte ad evolvere il business aziendale. Questo processo di cambiamento porta quindi alla nascita di nuove figure professionali che creeranno valore aggiunto al territorio.

Le imprese coinvolte hanno dimostrato sensibilità verso nuove leve strategiche, come il design, in grado di aumentare la competitività delle stesse e in alcuni casi accompagnarle nel passaggio da mero fornitore a produttore. I risultati ottenuti negli anni precedenti hanno permesso di attivare un circolo virtuoso tale per cui, ad oggi, le aziende stesse ricercano le professionalità di ISIA Roma Design e, spesso, utilizzano "Pordenone Design Week" come esperienza utile ad implementare il primo step di un vero percorso di crescita aziendale. Una scelta, questa, che si sta rilevando vincente.

INNOVAZIONE E BELLEZZA

Francesco Scolari - Polo Tecnologico Pordenone

La progettazione, in inglese design, è la prassi usuale per chi come il Polo si occupa di innovazione. L'idea senza il complesso percorso per realizzarla, nella fattispecie il design, è statisticamente un flop assicurato. Perciò l'esperienza di una scuola di eccellenza nazionale che inventa a Pordenone una settimana di confronto aziende-creativi, e crea un mathc fra bisogni e progettualità è un momento di altissima innovazione sociale che vede il Polo già da molti anni attivo portatore di interesse. Progetteremo la bellezza, ci metteremo le moderne tecnologie digitali ed avremo una settimana piena di stimoli e provocazioni.

DESIGN E TERRITORIO

Lia Correzzola - Unindustria Pordenone

Come Imprenditori Giovani siamo spesso portatori di innovazione nelle nostre aziende: innovazioni di prodotto, di processo o apertura di nuovi mercati. È quindi stato naturale riconoscere e valorizzare il contributo strategico che il design industriale può dare allo sviluppo delle aziende del nostro territorio. La Pordenone Design Week rappresenta molti dei valori in cui crediamo: il fare rete, la contaminazione tra realtà diverse e la collaborazione nello sviluppo di progetti di qualità, concreti e aderenti alle esigenze del territorio.

Innovation Experience



Inspired engineering.

Led by

> Prof. Fausto Boscariol

Take part

> Prof. Alfio Leonardi / Prof. Edy Fantin

Students

> Antwi-Manu Caleb / Barriviera Carlotta /

Bortolotto Ilaria / Canzian Andrea /

De Biasi Alberto / Minaudo Lorenzo /

Negrin Tommaso / Pasut Davide /

Perin Federico / Pitton Isaia / Ria Jessica /

Saccon Marco / Spaguolo Dimitri /

Tilatti Martina / Tonussi Alex /

Zanchetta Federico

Il workshop, in collaborazione con Abilo srl, è converso sull'ideazione di un lucchetto multiuso con funzione di deterrenza/allarme e tracking GPS.

“Cosa ne faresti tu?” questa è stata la domanda che l'azienda ha voluto porre come stimolo e punto di partenza. Da qui un intenso brainstorming collettivo ha permesso al gruppo di individuare le funzioni principali che il dispositivo avrebbe dovuto avere, tra cui, la più importante, il mimetismo. Quest'oggetto, più che la funzione di lucchetto, avrebbe dovuto fungere da localizzatore.

È stata inoltre ideata l'interfaccia grafica dell'applicazione che governerà il dispositivo. Pensata sia per Android che per iOS, “AbiloCK” è semplice ed intuitiva, adatta a qualsiasi utente. Oltre alle quattro funzioni base: microfono, allarme, sblocco e localizzatore, il dispositivo è stato pensato per interfacciarsi ad un'app che monitorasse, se richiesto, l'attività sportiva dell'utente.

In collaboration with Abilo srl, the workshop focuses on the ideation of a multi-purpose padlock with alarm function and GPS tracking.

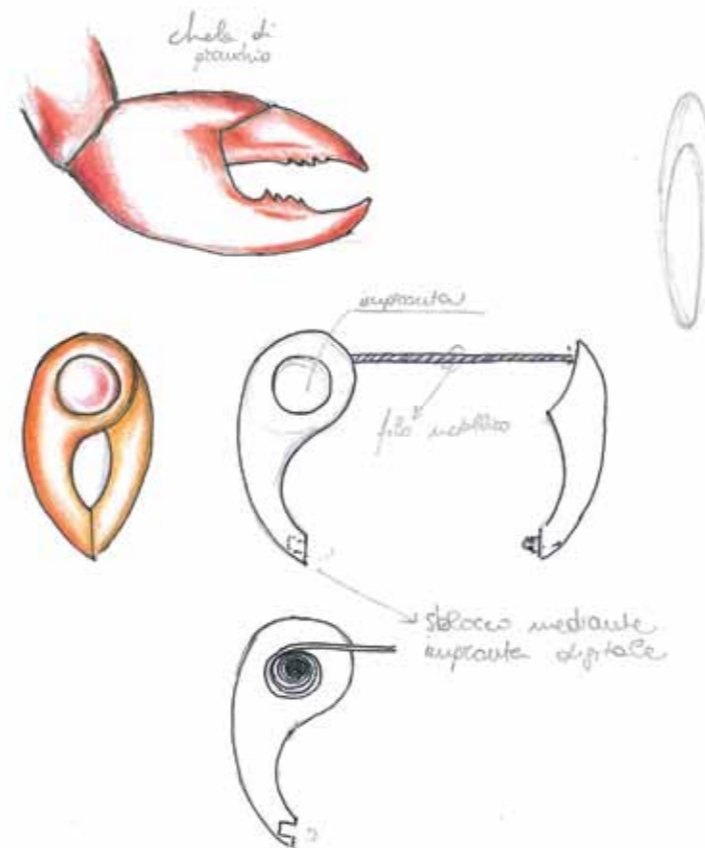
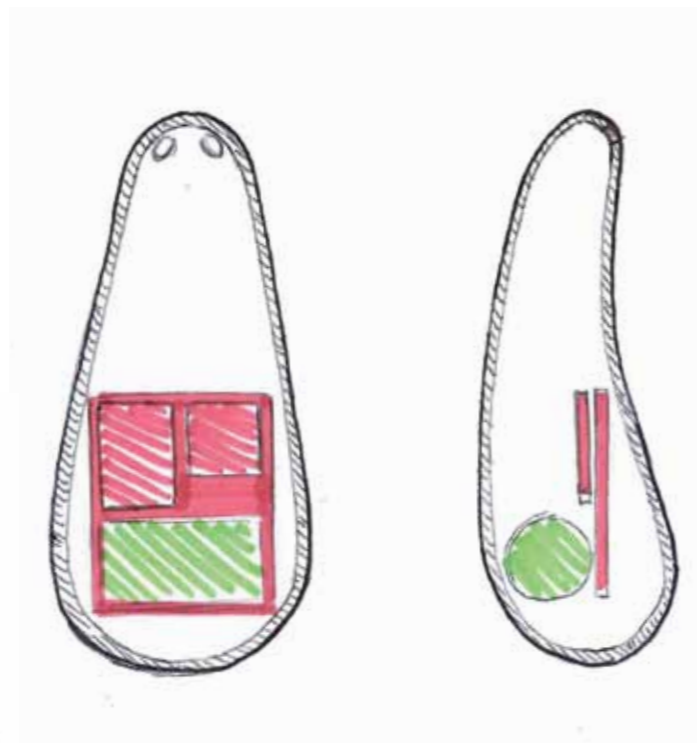
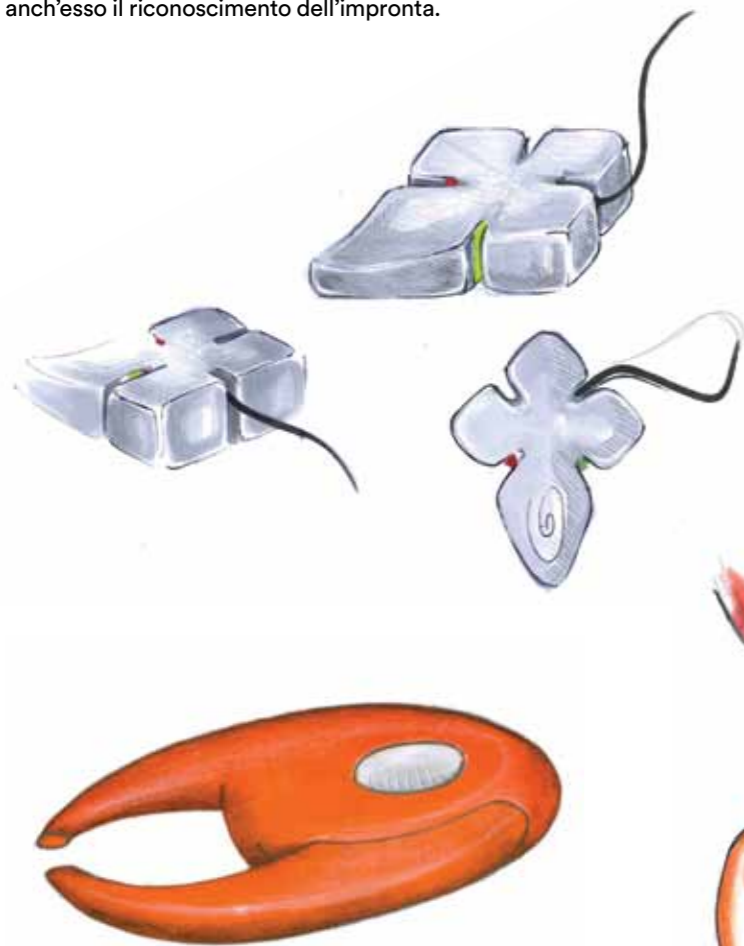
“What would you do with it?” was the question the company asked as a stimulus and a start point. Starting from here, a collective brainstorming let the group to find the principal functions that the device should have; including the most important which is mimicry. This object should have a localizing function instead of a locking one. It also have been ideated a grafic interface of the app that will control the device. Thought both for Android and iOS, “Abilock” is simple and intuitive, suitable for every user. Beyond the 4 basic functions: microphone, alarm, release and localization, the device has been ideated to interface to an app that if required, would monitor user's phisical activity.

Abilo Srl, Balsamini Impianti Srl, IEC Impianti Sas ed EB Sicurezza e Ambiente Srl sono quattro aziende pordenonesi che hanno intrapreso un percorso di innovazione attraverso il progetto Innovation Experience. Il progetto, promosso dal Cluster COMET e patrocinato dal Comune di Roveredo in Piano, ha previsto l'individuazione di un gruppo di aziende provenienti da ambiti differenti unite però da una potenziale integrazione strategica delle competenze settoriali. Il gruppo ha intrapreso un percorso che ha permesso loro di ideare e valutare prodotti e/o servizi dall'alto contenuto innovativo, fino alla predisposizione di un business plan sul prodotto ritenuto maggiormente di valore per il mercato di riferimento. Infine il team interaziendale di Innovation Experience si è rivolto poi all'ISIA Roma Design per un approfondimento delle idee individuate, chiedendo ai giovani designer di dare forma al prodotto selezionato e proseguendone lo sviluppo.



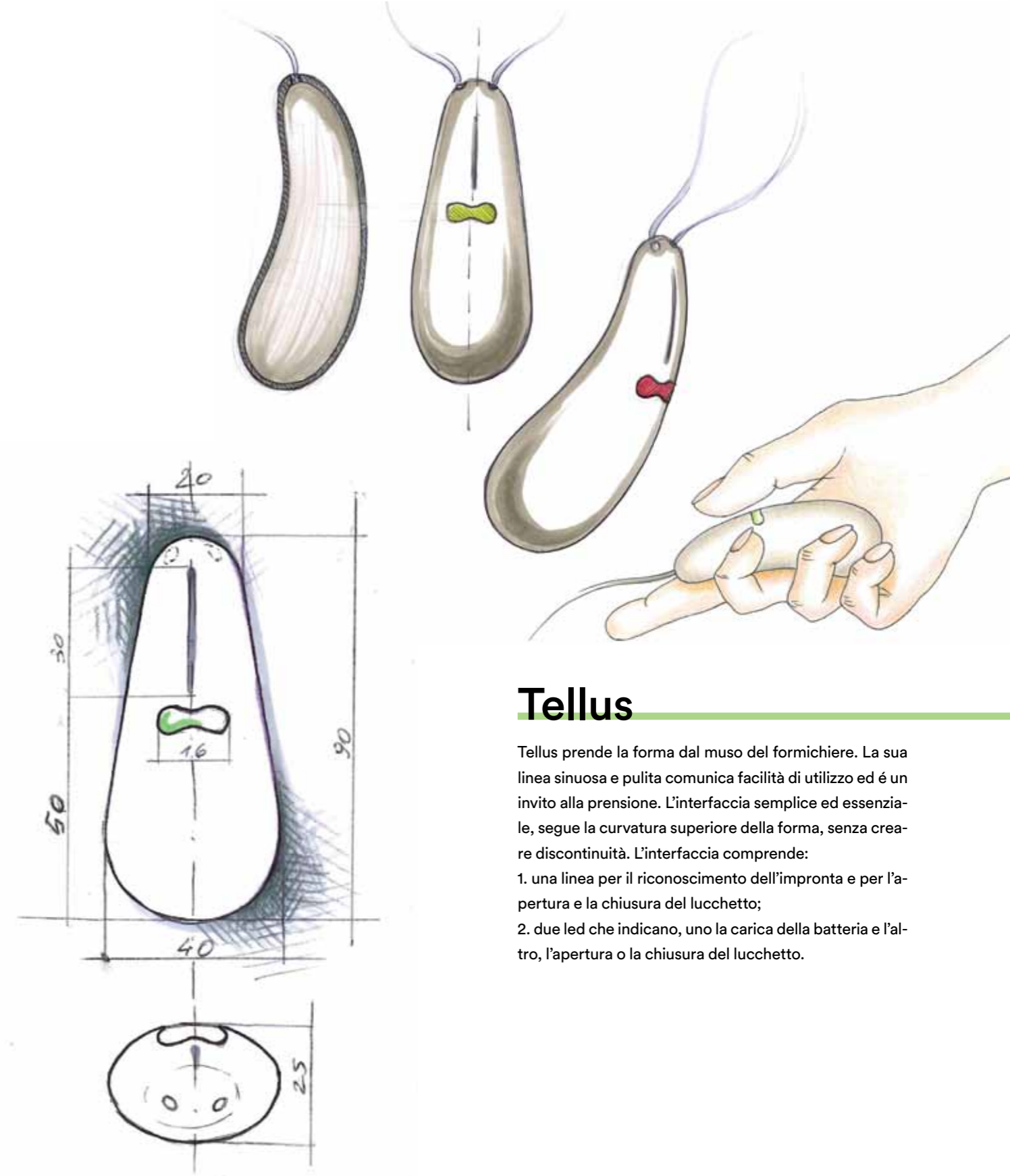
Fortuna

L'idea alla base di questo concept è quella del quadrifoglio, simbolo di fortuna e speranza. Il device non ha solo funzione di lucchetto bensì anche di localizzatore, vuole essere un piccolo dispositivo da applicare a tutto ciò che si vuole rintracciare. Il device può essere applicato a diversi gadget tramite un attacco a baionetta (simile a quello delle reex) così da ampliarne le varie applicazioni. Il sistema utilizza anch'esso il riconoscimento dell'impronta.



Nettuno

Nettuno è un device di sicurezza ispirato alla chela del granchio. La struttura è composta da due elementi, uno fisso e uno mobile che ruota intorno ad un perno. La chela, tramite il riconoscimento dell'impronta, si apre e permette l'inserimento di un'asola. La superficie di riconoscimento dell'impronta si trova al centro dell'oggetto, in corrispondenza del perno.



Tellus

Tellus prende la forma dal muso del formichiere. La sua linea sinuosa e pulita comunica facilità di utilizzo ed è un invito alla pressione. L'interfaccia semplice ed essenziale, segue la curvatura superiore della forma, senza creare discontinuità. L'interfaccia comprende:

1. una linea per il riconoscimento dell'impronta e per l'apertura e la chiusura del lucchetto;
2. due led che indicano, uno la carica della batteria e l'altro, l'apertura o la chiusura del lucchetto.

L'Associazione Culturale BLANK 99mq è un laboratorio il cui principale intento è la promozione e condivisione di iniziative a vario titolo; si tratta di un laboratorio "aperto all'incontro, al confronto e al baratto di arte e metodi".

La collaborazione con l'ISIA, in occasione della DW, è nata dalla volontà di entrambi di dare vita ad un lavoro che avesse come scopo principale la partecipazione, il coinvolgimento diretto dell'utente nell'esperienza [di design], che è poi uno dei valori sui quali si fonda lo statuto dell'associazione.

Partner di questa esperienza è stata inoltre Villa Manin, un centro culturale attivo sia nell'organizzazione di esposizioni d'arte che di eventi musicali a livello internazionale; uno spazio museale importante, in grado di accogliere mostre permanenti e temporanee, eccellenza del territorio friulano.

Blank 99mq



Sistema di arredi funzionali alla comunicazione museale.

Led by

> Prof. ssa Claudia Iannilli

Take part

> Dott.ssa Raissa Trinci

Students

> Alfier Federico / Bello Marzia /

Cappellaro Alessio / Carraretto Stefano /

Cicero Sebastiano / Dal Mas Marco /

Grande Sara / Ivantsou Uladzislau /

Luisse Tommaso / Mezzacasa Diana /

Morellato Andrea / Romani Valentina /

Terrazzani Giulia / Zanette Enrico /

Zanin Paolo

American Students:

> Akerfeldt-Howard Isa / Cabrera Edison /

Rubin Allison / Runfolo Richard / Weiss Hallie

Il lavoro nasce dalla volontà dell'ass. culturale BLANK 99mq di coinvolgere, gli studenti di ISIA Roma Design nell'ideazione e progettazione di situazioni di inclusione dell'utente in attività interattive a vari livelli, ciò, unito alla possibilità di coinvolgere la Villa Manin nel progetto. La richiesta è stata dunque la formalizzazione di strutture spaziali/elementi/istallazioni/ecc. che, nell'ambito dello spazio museale, potessero svolgere più di un ruolo, dalla comunicazione all'esposizione dei contenuti, all'affordance museale, il tutto mantenendo un elevato grado di interazione con l'utente.

Il tema di informazione affrontato è stato quello della divulgazione e valorizzazione del territorio friulano, dalla qualità del paesaggio, alle sue tipicità, nonché i fenomeni sociali e culturali.

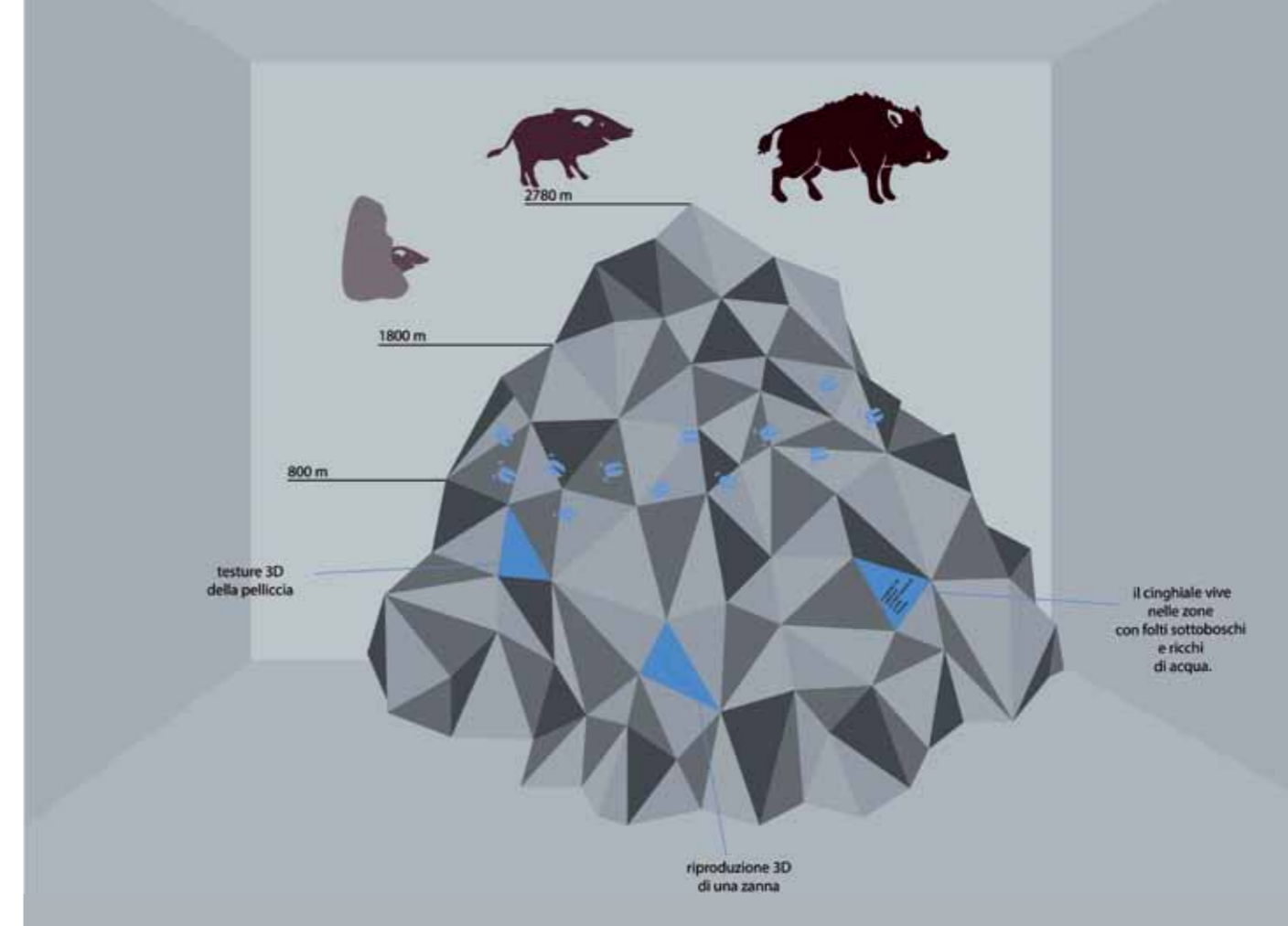
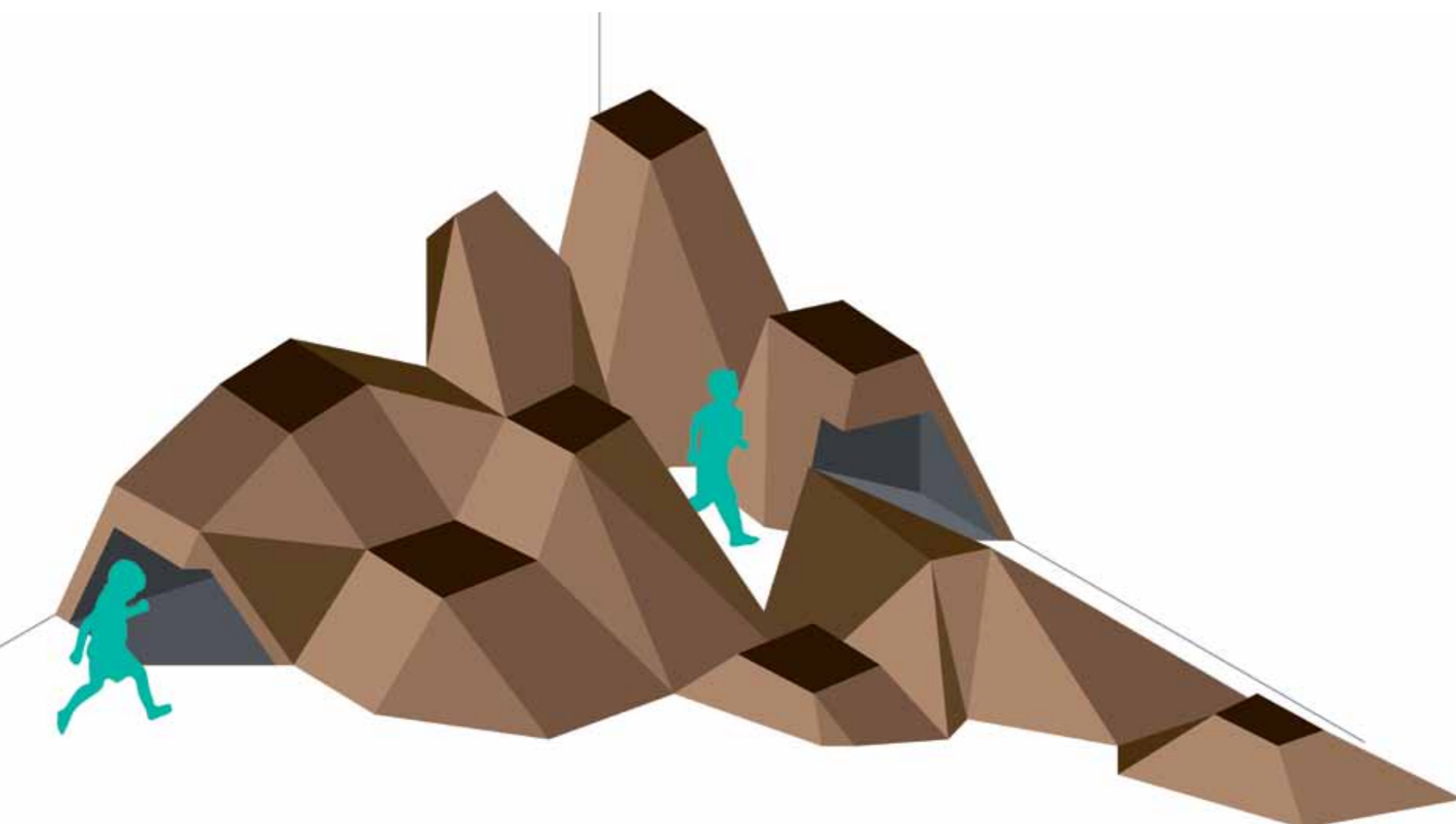
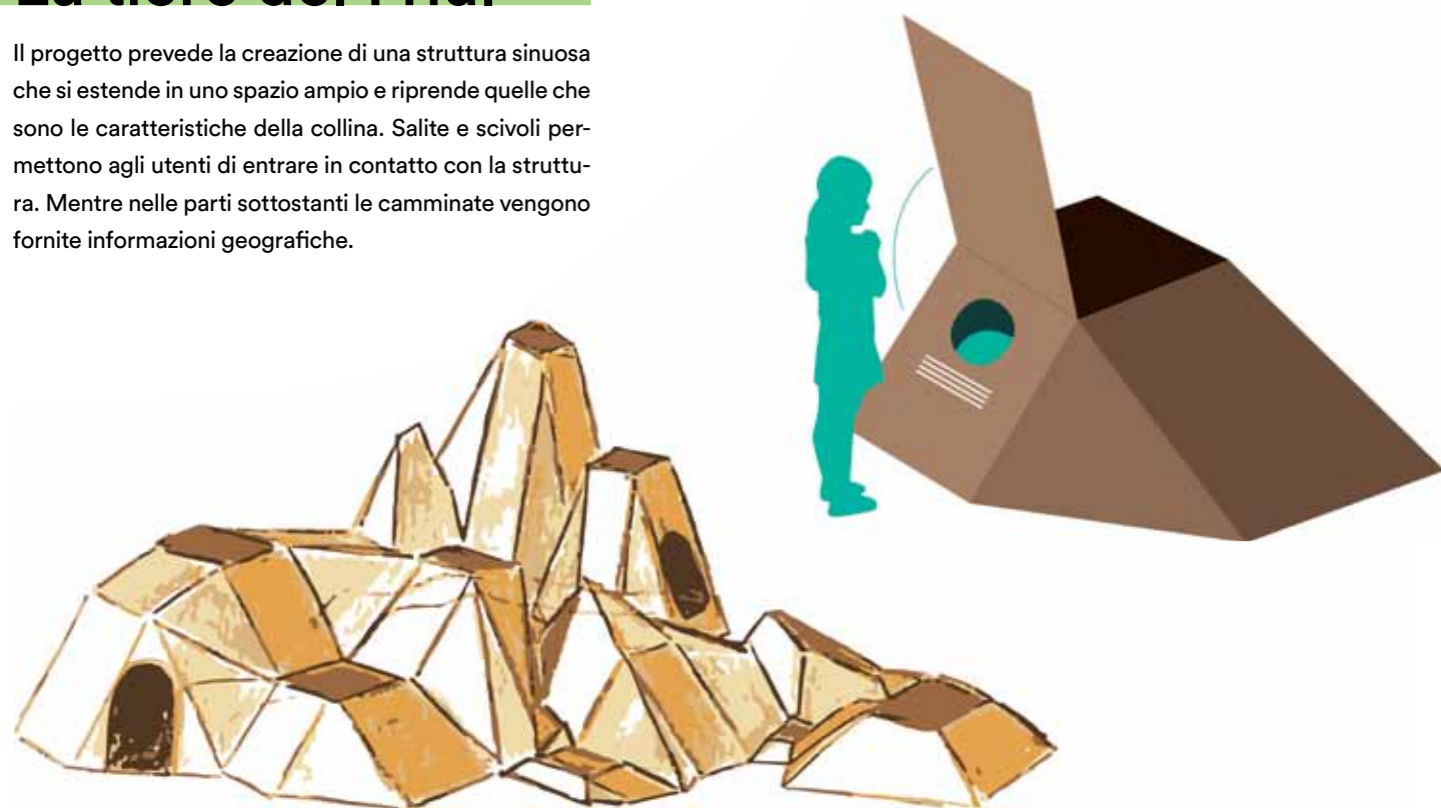
The work born by the will of the cultural association BLANK 99mq to involve, during the Design Week 2016, the ISIA Roma Design students in the design of user's inclusion situations in interactive activities at different levels, this, combined with the possibility of involving the Villa Manin in the project, brought that students were invited to approach the theme of the exhibit design.

The request made to students was, therefore, the formalization of spatial structures / elements / installations / etc. that, in the context of the museum space, could play more of a role, all while maintaining a high degree of interaction with the user.

The theme was that of the divulgation and promotion of the Friuli Venezia Giulia area, the quality of the landscape, its features, as well as social and cultural phenomena.

La tiere del Friûl

Il progetto prevede la creazione di una struttura sinuosa che si estende in uno spazio ampio e riprende quelle che sono le caratteristiche della collina. Salite e scivoli permettono agli utenti di entrare in contatto con la struttura. Mentre nelle parti sottostanti le camminate vengono fornite informazioni geografiche.



Il Gruppo Bisaro è attivo da più di 30 anni nel settore delle tecnologie enologiche, birraie e delle acque minerali, rappresentando un punto di riferimento e di pluri-competenza nello studio, la gestione dei processi, la filtrazione e micro-filtrazione, la sanificazione degli impianti, la sterilizzazione dei prodotti, nel loro riempimento e nel controllo microbiologico di vino, birra, acqua e nei liquidi alimentari in genere. L'approfondimento e l'esperienza nella gestione delle attività microbiologiche, come per esempio quelle legate agli enzimi, ai lieviti e ai batteri, ha fatto sì che le aziende del Gruppo Bisaro si fregiassero con orgoglio dell'appellativo di "esperti in microbiologia". Grazie a tali conoscenze e all'inserimento di ingegneri, programmatori elettronici, tecnici specialisti, ricercatori di laboratorio, disegnatori 3D e responsabili del controllo qualità, il Gruppo ha iniziato negli ultimi anni anche la costruzione di impianti completi di lavaggio e riempimento di bottiglie.

Bisaro



Design dell'accoglienza intorno ad un nuovo microspumantificio.

Led by

> Prof. Marco Pietrosante

Take part

> Dott. Bruno Testa

Students

> Bergantin Marco / Bortolin Davide /

Casal Lautaro / Ceotto Andrea / Cesa Eleonora /

Dalla Torre Edoardo / Franco Federico /

La Rosa Serena / Longo Mattia /

Minighin Davide / Moras Luca /

Piccolo Alberto / Ronchese Jacopo /

Tesan Francesca / Vendrame Luca /

Zago Leonardo

Nel workshop Cantina Minima Bisaro viene affrontata la progettazione di un sistema di produzione di vini di qualità che valorizzi al massimo l'innovativo metodo di spumantizzazione, aggiungendo alla strumentazione, prettamente tecnica, il valore del design. L'obiettivo puntava alla realizzazione di un sistema, studiato appositamente per integrare la strumentazione agli ambienti di fruizione e viceversa, in grado di incentivare attività imprenditoriali autonome.

Obiettivo primario del progetto è stato di implementare i valori legati al territorio ed all'equità sociale, riscoprendo la bellezza della semplicità del vivere quotidiano locale, in cui cultura, artigianato e cibi sani si fondono nella convivialità tipica della "frasca friuliana".

La coltura della vite lega la sua essenza alla vivifica azione dei raggi del sole ed i progetti realizzati hanno posto attenzione proprio al tema della luce e della sua assenza, l'ombra. Luce/ombra come elemento che caratterizza il vino nelle varie fasi di produzione, preparazione, conservazione e fruizione. Diverse modalità della fruizione che trovano riscontro nei quotidiani riti religiosi e pagani che legano l'uomo ed il vino.

The "Cantina Minima Bisaro" workshop is addressed to the design of a method to the widespread production of quality wines having as its objective the creation of a system to incentivize autonomous business activities.

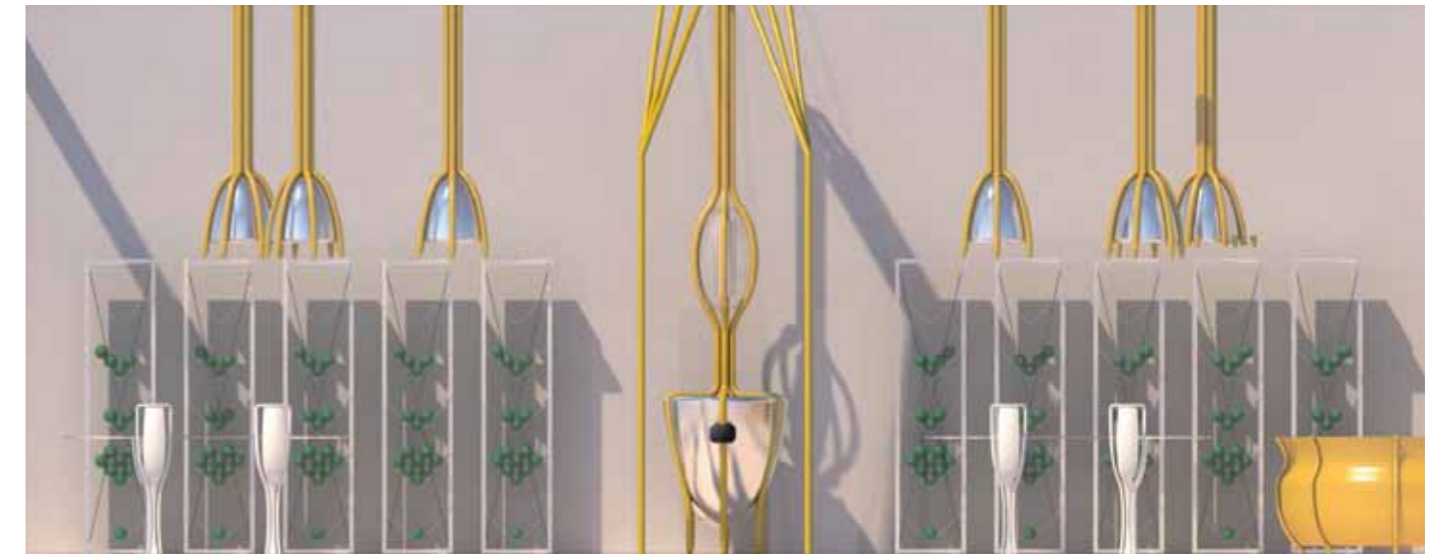
The primary goal of the project has been the implementation of values linked to the territory and social equity rediscovering the beauty of the simplicity of good living in which culture, hand-craft and healthy foods are blending in the typical conviviality of "frasca friuliana".

The wine cultivation links its essence to the fundamental action of the sun's rays. Therefore, the project have paid attention to the theme of the light and its absence, the shadow. The light and the shadow are considered as elements that characterize the different stages of the wine production, preparation, preservation and its use. Moreover, the different ways of use of wine are reflected in the daily pagan and religious rituals which connect man and wine.



LUCI e ombre

Il microspumantificio è stato progettato un rivestimento modulare adattabile a qualsiasi ambiente, rievocando il gusto del bello. La texture risulta essere leggera ed elegante ricordando l'effervescenza del vino. Il gioco di luce che si crea su questa struttura lo si ricava grazie a dei tagli che in base alla quantità di luce si creano effetti di ombre interessanti che rievocano la tradizione del vino.



OMBRE e luci

Il microspumantificio è stato progettato un rivestimento modulare adattabile a qualsiasi ambiente, rievocando il gusto del bello. La texture risulta essere leggera ed elegante ricordando l'effervescenza del vino. Il gioco di luce che si crea su questa struttura lo si ricava grazie a dei tagli che in base alla quantità di luce si creano effetti di ombre interessanti che rievocano la tradizione del vino.

Ponendo come valori principali la cultura e il piacere della scoperta, il microspumantificio è stato inserito al centro dell'ambiente celato da un gioco di trasparenze. Calorosità e morbidezza delle forme rendono lo spazio accogliente e rilassante.

L'ombra fa da protagonista, rievocando la sensazione di essere in una vecchia taverna, dove la semplicità del vivere fa da padrona. Le linee, sintetizzate, richiamano le montagne e allo stesso tempo ricordano le venature delle vigne.



Dolomia



Comunicare l'acqua.

Led by

> Prof. Tommaso Salvatori

Take part

> Dott. Fabrizio Rondo / Dott.ssa Elena Rausse

Students

> Baita Massimo / Bellini Alice /

Bello Marzia / Crosato Lisa / De Munari Luca /

De Nardi Eleonora / Dei Tos Marta /

Fedrico Manuel / Giordan Luca /

Odorico Samantha / Pavan Laura /

Pessot Alberto / Pivetta Sandro /

Ruggeri Pietro / Salmaso Gloria /

Tonussi Alex / Zappal Gloria

L'azienda Dolomia nasce da una coraggiosa intuizione dei propri soci fondatori che percepiscono nelle copiose sorgenti di acqua minerale leggera, la nascita di un'attività legata all'imbottigliamento ed allo sviluppo sostenibile dell'intero territorio montano della Valcellina. L'orientamento ecocompatibile e sostenibile è un caposaldo dell'azienda, la quale ha avviato una collaborazione con il Parco Naturale Dolomiti Friulano per elaborare la soluzione più appropriata nel convogliamento dell'acqua dal Parco allo stabilimento. Il moderno stabilimento di imbottigliamento di Acqua Dolomia infatti è stato costruito nel Comune di Cimolais (PN), appena fuori dal Parco Naturale Dolomiti Friulane, su di una ampia piana contornata da uno splendido e suggestivo scenario di montagne. La produzione e la commercializzazione dell'acqua minerale Dolomia è iniziata nella tarda primavera dell'anno 2008. La denominazione dell'acqua e il relativo brand fu subito individuato in "Dolomia", roccia sulla quale l'acqua riposa per lungo tempo assorbendone i migliori componenti prima di sgorgare limpida, fresca e pura dalla sorgente.

Silvia Stival e Chiara Moretto, socie fondatrici della Sorgente Valcimoliana Srl, hanno introdotto gli studenti nell'affascinante mondo delle acque oligominerali, esponendo le caratteristiche che rendono l'Acqua Dolomia un'eccellenza friulana e italiana nel mondo. I brief che sono stati affrontati durante il workshop sono stati tre: il primo riguardava lo studio di un'applicazione per smartphone, il secondo lo studio delle nuove etichette per la bottiglia in vetro e il terzo il riuso di bobine con vecchie etichette non più utilizzabili.

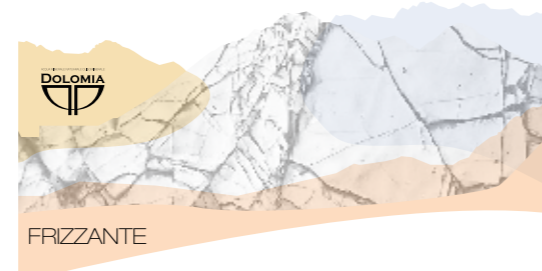
Il primo approccio è stato quello analitico, in particolare del brand Dolomia, con l'individuazione dei valori guida, il target, le tipologie di prodotto e il mercato di riferimento.

Dopo un breve momento di ricerca, si è passati ad una fase operativa dividendosi in sottogruppi di lavoro per poter affrontare i diversi brief forniti dall'azienda. Per l'ideazione delle nuove etichette è stato usato un approccio emotivo/narrativo per esaltare ed evidenziare le qualità dell'acqua Dolomia, in due giorni sono state create dai ragazzi quaranta differenti proposte declinabili e sviluppabili. Per quanto riguarda l'app abbiamo raccolto le tematiche da inserire ed è stata creata una mappa con un'alberatura dei contenuti, delle unità minime di contenuto, come base per poter sviluppare le diverse proposte di visual e di interazione. Per il riutilizzo delle bobine sono state presentate diverse ipotesi di merchandising, oggettistica, installazioni e supporti per esposizioni e fiere. L'azienda Dolomia si è dimostrata molto entusiasta verso le proposte presentate dal gruppo di lavoro, i commenti sono stati molto positivi e si è verificata la possibilità realizzativa di molte delle proposte. Il workshop si è concluso con un arrivederci per poter sviluppare alcuni dei concept presentati.

The briefs of the workshop concerned the study of an application for smartphone, study of new labels for bottle and the reuse of coils with old labels. The dolomite company has been very enthusiastic to the proposals submitted by the working group, comments have been very positive and there has been the realization of many of the proposed options. The workshop ended with a goodbye so to be able to develop some of the concepts presented.

La forza della montagna

I diversi concetti per le etichette si sono focalizzati sull'ambiente montano dove sgorga l'acqua (preziosità, purezza e rarità); sulla roccia dolomia che filtra, purifica e arricchisce l'acqua; i minerali in giusta equilibrio che rendono il prodotto adatto per molti target specifici.



Guardami-ti dentro

In questa proposta sono stati resi evidenti i cristalli presenti nell'acqua rendendoli elementi caratterizzanti il visual della bottiglia, l'intento didattico/divulgativo è quello di far emergere una componente importante dell'acqua che generalmente è invisibile. La Dolomia si mostra in tutto e per tutto cosciente della sua qualità e purezza.



Residuo fisso

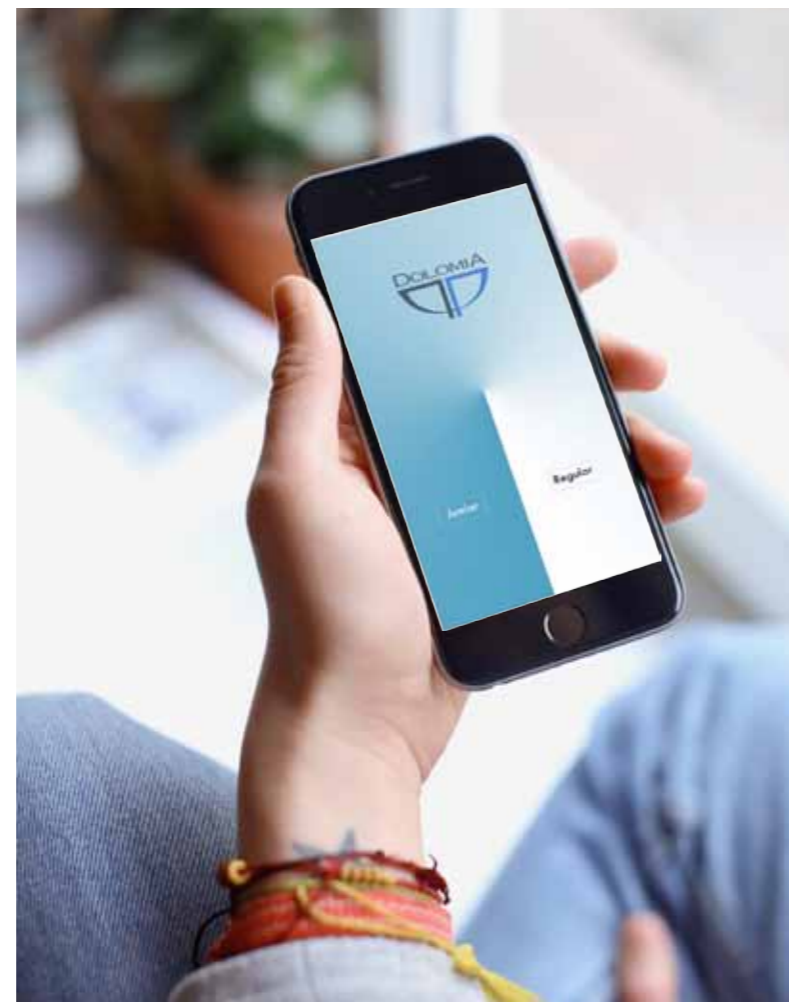
Sodio

Nitrato

Magnesio

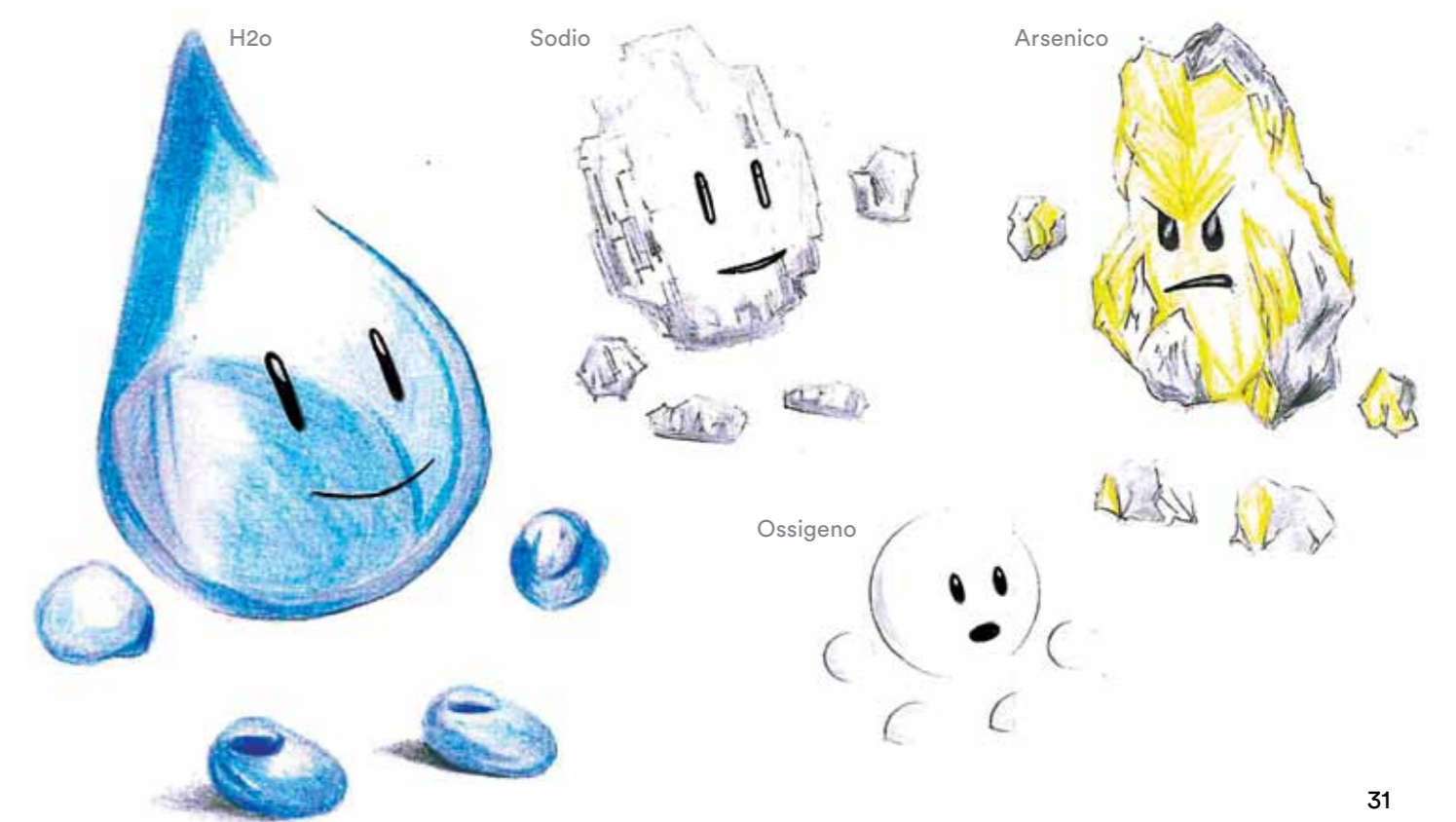
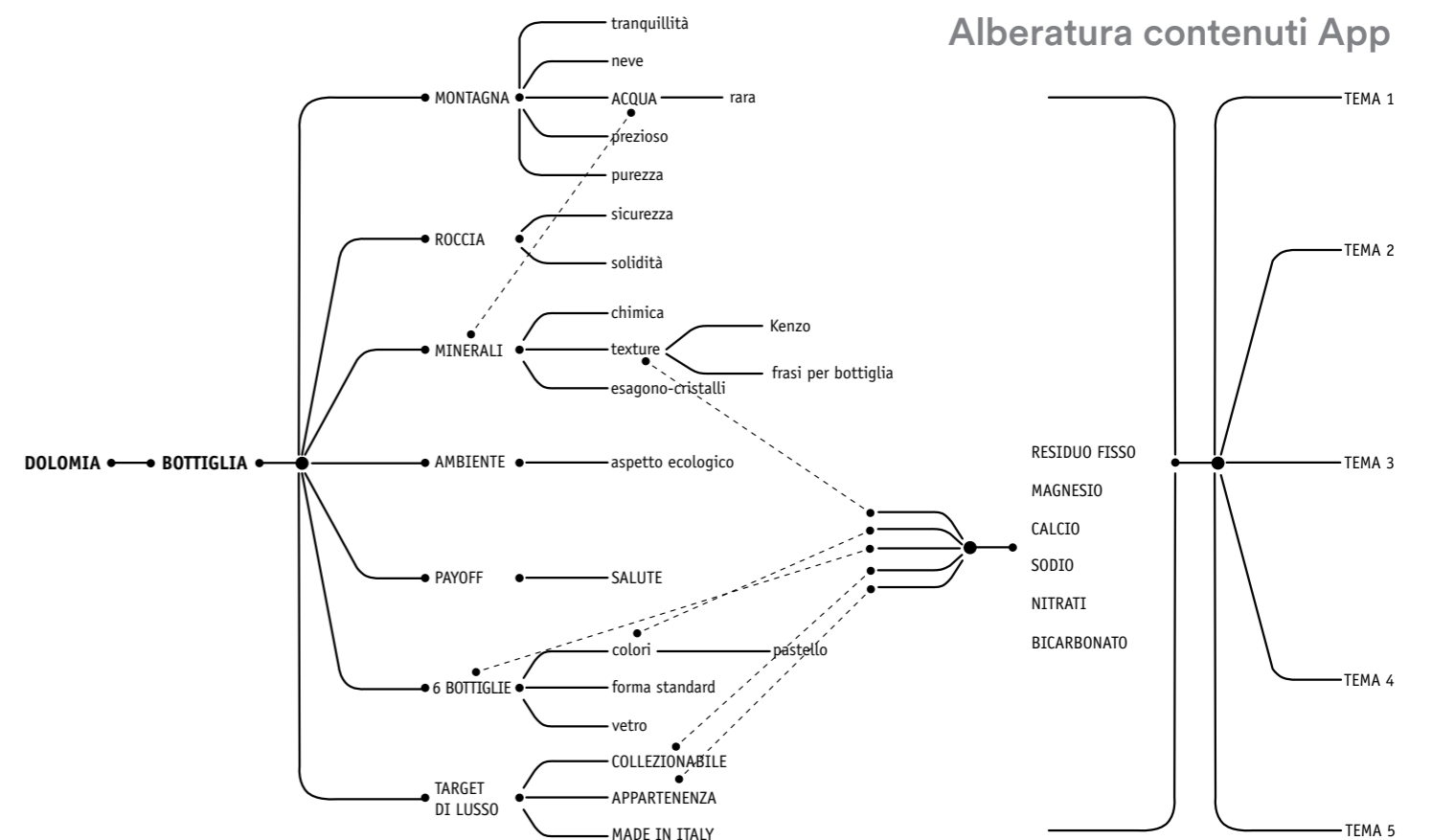
Calcio

Bicarbonato



App Dolomia

Nelle diverse proposte sono stati usati diversi punti di riferimento, la gamification per presentare alcuni contenuti, le infografiche per i dati, il fumetto per la parte junior, brevi curiosità per le informazioni tecniche, cercando di fidelizzare l'utente attraverso specifiche strategie e attraverso la connessione con partner esterni del territorio (come per esempio il Parco nazionale delle Dolomiti).



Expo 2015 in Milano è solo uno dei vari esempi di manifestazione che hanno portato il tema del cibo al grande pubblico. Ma cosa ha lasciato Expo? Ha lasciato delle questioni a cui oggi le comunità locali, le aziende e i policy makers cercano di dare risposte. L'idea è stata quella di creare un workshop sugli scenari alimentari del futuro. Siamo partiti da alcuni quesiti: "Nel 2050 mangeremo e berremo come ora? Come cambierà la ristorazione? Come si evolveranno i servizi di food delivery? Cos'è questa sostenibilità di cui tanto si parla? Le città sempre più mobili, saranno anche più sostenibili?" Queste sono domande che il settore agroalimentare si pone oggi: è necessario capire i trends attuali, e prepararsi per tempo a quello che avverrà nel mercato. Studiare gli scenari odierni per immaginare quelli del futuro, permetterà alle aziende di individuare sistemi vincenti su cui investire.

Design Scenari



Come mangeremo nel 2050?

Led by

> Prof.ssa Sonia Massari /

Prof.ssa Gabriella D'Angelo

Take part

> Prof. Luca Maiello

Students

> Bocus Elisa / Bolzan Valentina / Cecchetto Sara /

Duca Leonardo / Eckert Luisa Mikkaela /

Henry Joel Matthias / Imbriaco Eleonora /

Kucher Irina / Marcuzzi Federico /

Ramon Edoardo / Simoni Leonardo / Veshtja Juli /

Zamparo Matteo

American Students:

> Gaudet Morgan / Miller Ethan / White James /

Winovich Katie / Burke Garth Reginald /

Leggett Chelton

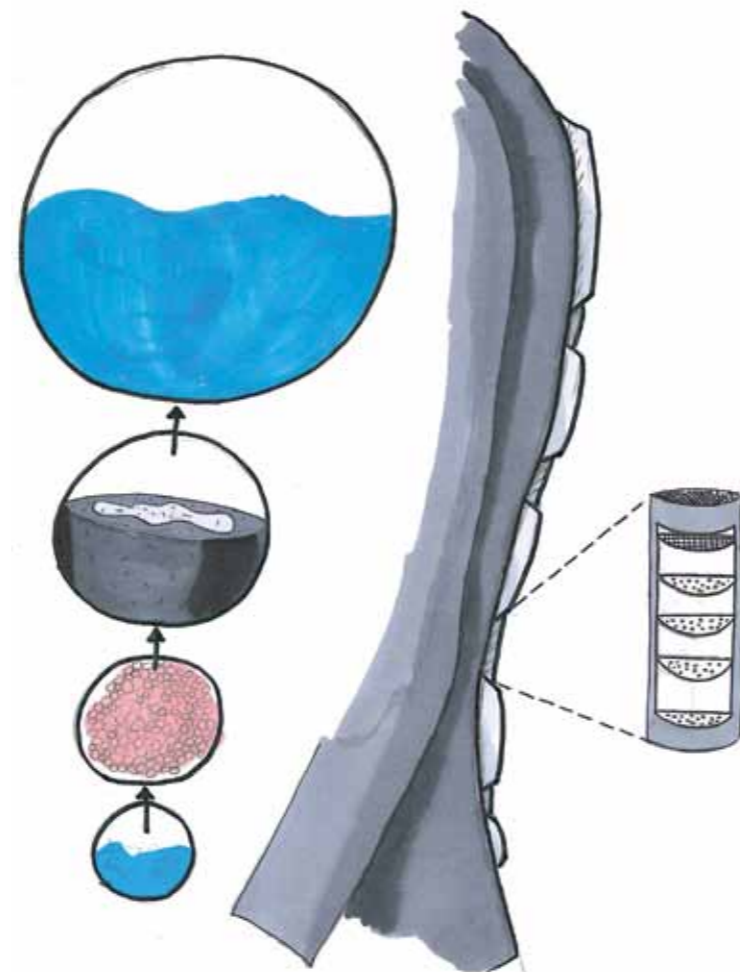
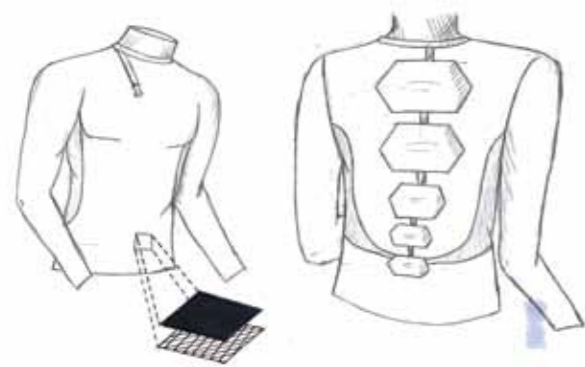
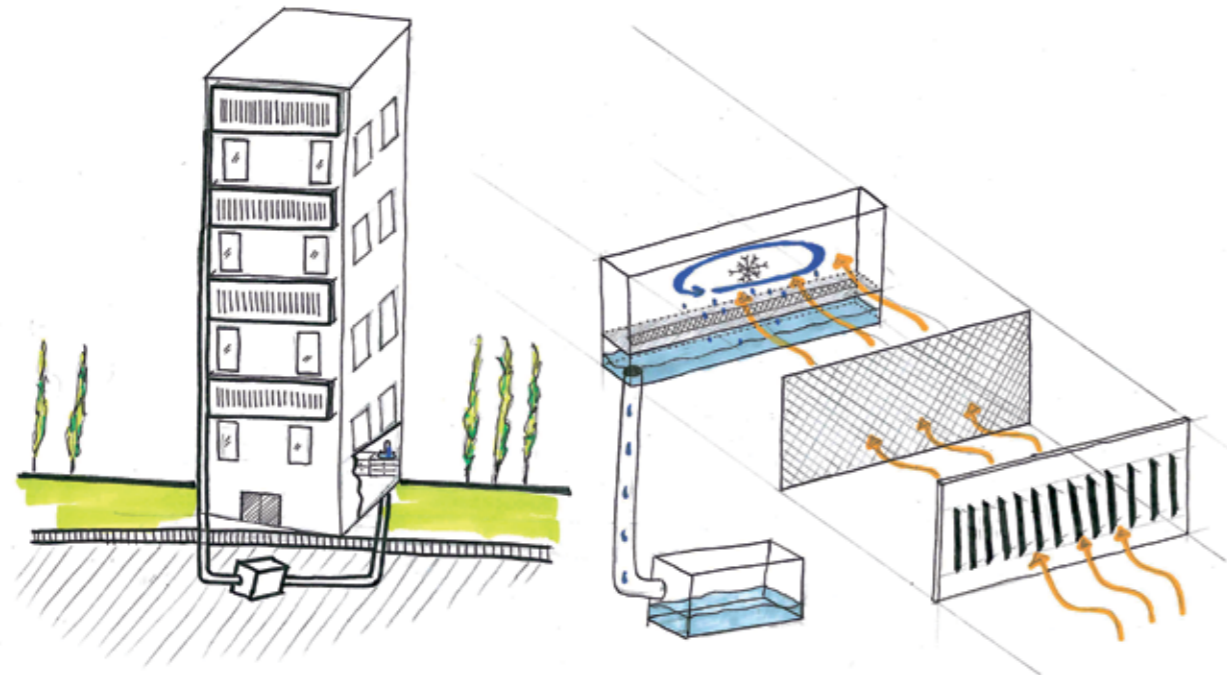
L'accesso al cibo, lo spreco alimentare, il food delivery e il mobile food (o cibo in movimento), la conservazione della tradizione, le forme di auto-produzione del cibo (giardini edibili urbani e indoor production di cibo), ed infine gli spazi di co-working e co-housing come spazi in cui il cibo diventa connettore sociale e culturale, sono stati i focus di ricerca e di progettazione di questo workshop. L'obiettivo è stato ripensare, rivedere secondo nuove chiavi di lettura, l'attuale rapporto tra uomo e cibo. In particolare valorizzare soluzioni di pasto pronto orientate alla qualità, alla freschezza, al risparmio di tempo per un consumatore che vive sempre più di fretta ed è in movimento.

Abbiamo utilizzato tecniche di design thinking per progettare scenari innovativi, atti a raggiungere il cambiamento sostenibile. Il risultato? Nuove forme di ristorazione che estendono la loro offerta al consumo domestico e a nuovi formati di vendita. Nuove forme di approvvigionamento di cibo e di acquaguidi di risorse alimentari. Nuove forme di socializzazione legate a quelli che saranno i valori del cibo nelle città del futuro.

This workshop's research and design focus was: access to food, food waste, food delivery and mobile food (or food in movement), the conservation of tradition, forms of self-produced food (edible urban gardens and indoor food production), and, eventually, coworking and cohousing spaces where food becomes a social and cultural link.

The aim of the workshop was to reelaborate or reinterpret, the current relationship between people and food, and to highlight ready made meal solutions that value quality, freshness and time saving for consumers living in a fast-paced world.

In order to design innovative scenarios that can bring sustainable change, we used design thinking techniques. What was the result? New food service models that can reach households and offer new sales formats. Also, new ways of supplying food resources such as food and water, as well as new modes of socializing that are linked to the new food values which will characterize future cities.



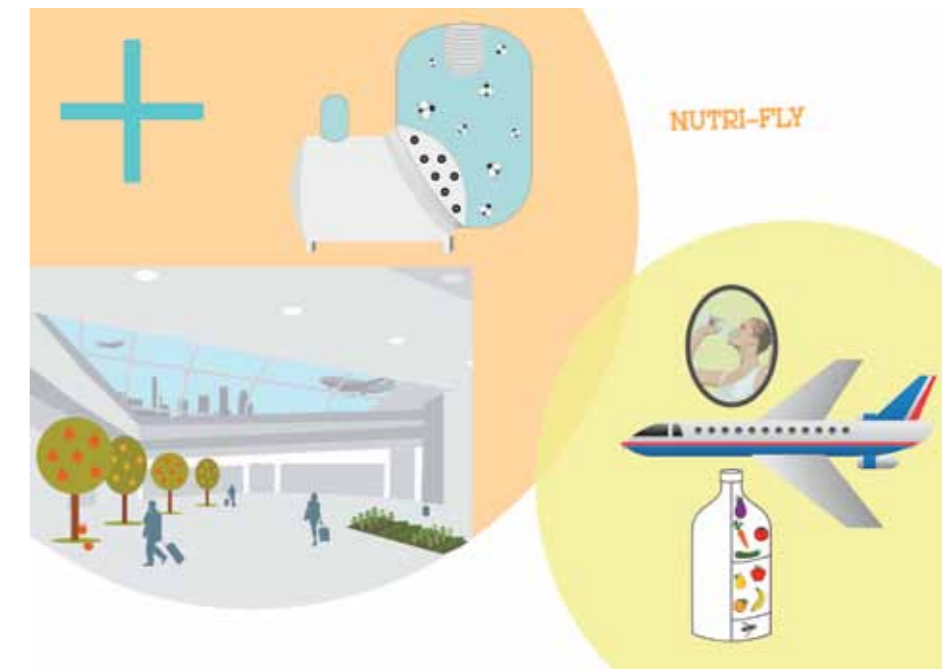
Membrana

Nel 2050 ci sarà scarsità di acqua. Sarà necessario recuperare acqua da ogni fonte. In questi scenari ci sono membrane assorbenti che recuperano acqua da corpo, edifici, ambienti, e riforniscono la città con acqua depurata.



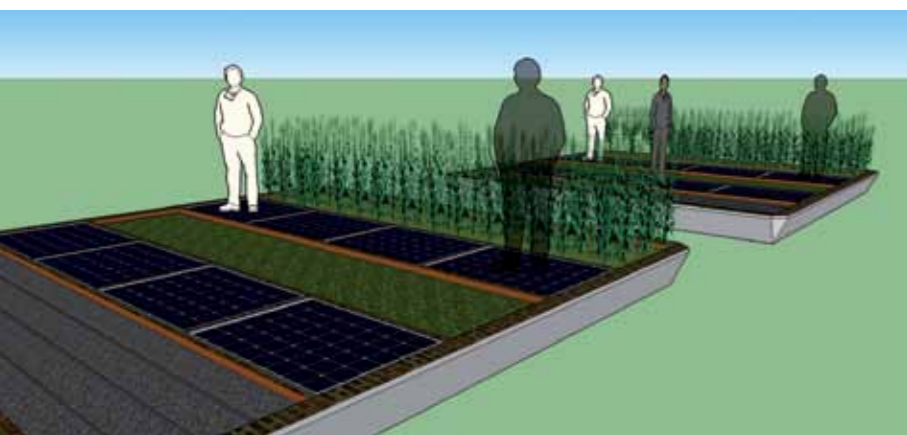
Fly drink

Il cibo del 2050 cambierà il modo di viaggiare, ma soprattutto cambierà gli spazi dedicati al viaggio. Gli aeroporti diventeranno serre giganti in cui verrà prodotto cibo a km0, e soprattutto vi nasceranno alberi e piante da cui ricavare estratti di frutta e verdura. A questi saranno aggiunti estratti di insetti, altamenti proteici ed in grado di fornire i nutrienti necessari ai viaggiatori.



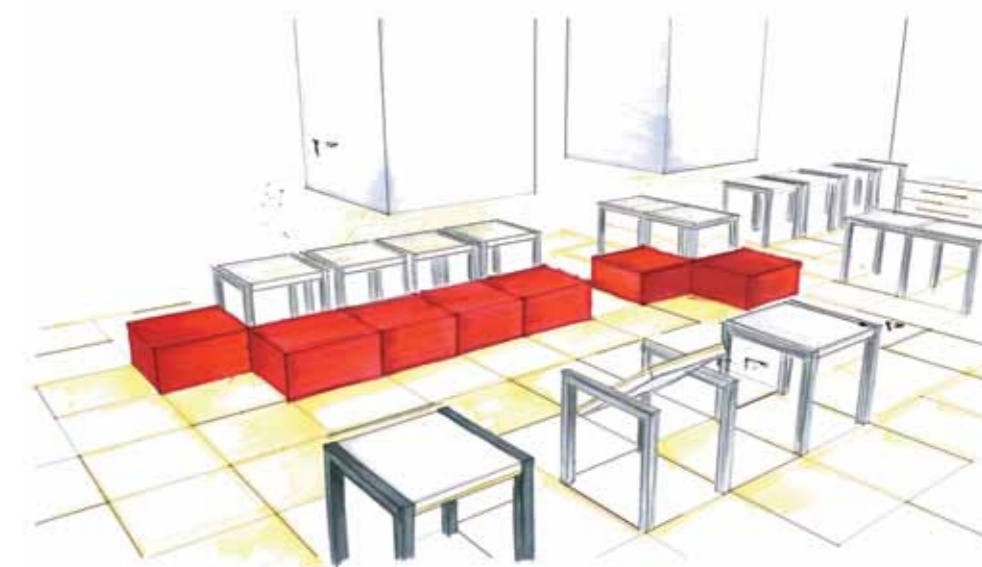
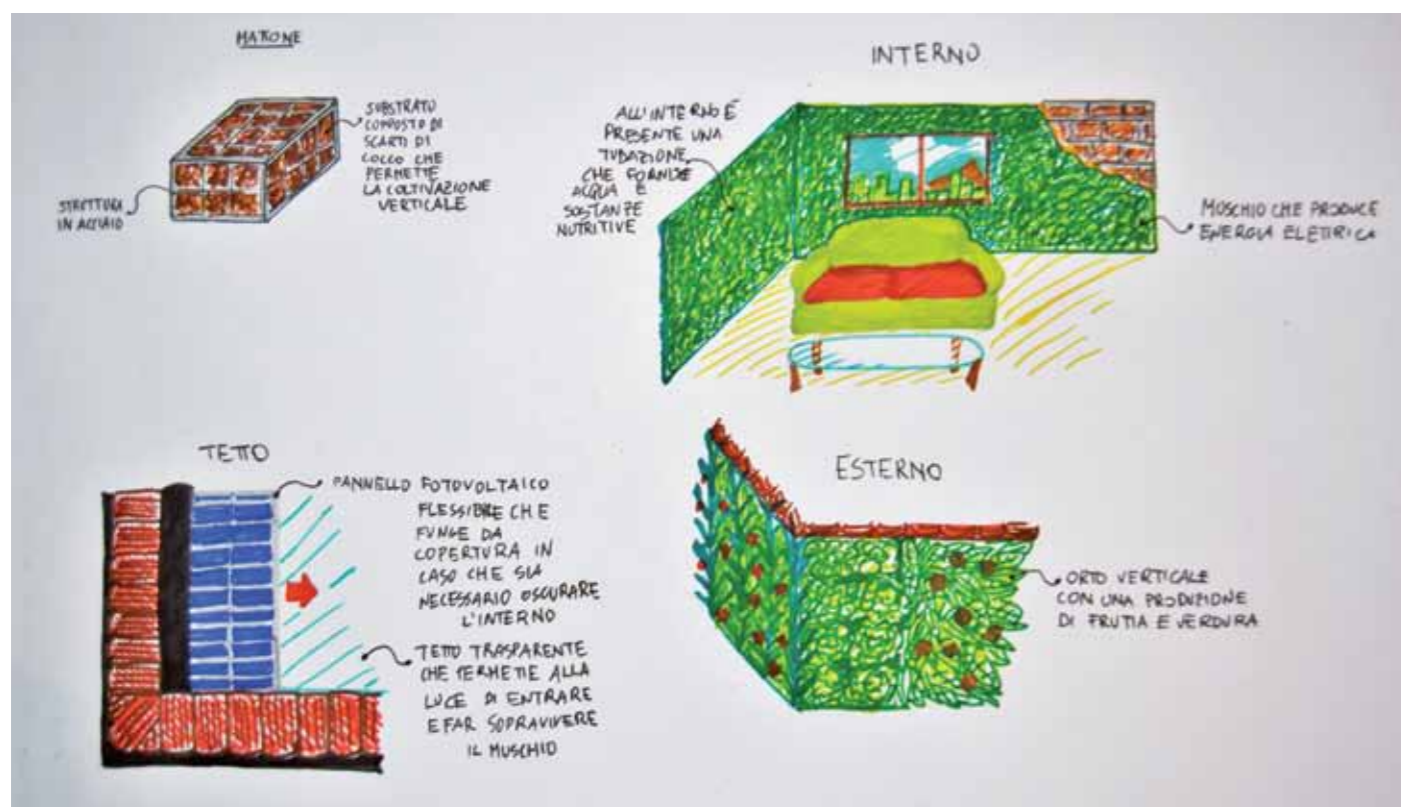
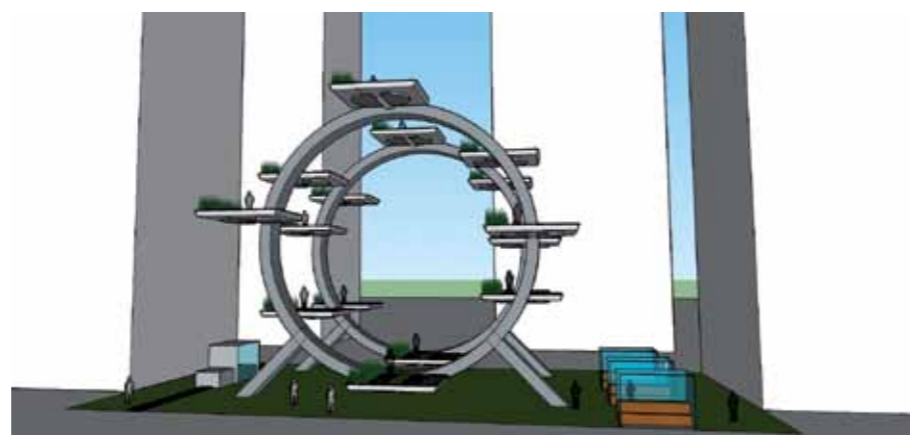
L'erba giusta

Food Delivery locale: per la regione Friuli Venezia Giulia. Il food delivery che unisce business e sociale, cultura e territorio. E' una app che attraverso un sistema social e di geolocalizzazione permette all'utente di conoscere le erbe (erbacce) del territorio, e di imparare a cucinarle (ricette). Ma non solo, spiega dove e come raccoglierle, dove comprarle e/o ricevere a casa il piatto pronto fatto da uno chef/ristorante locale. Uno strumento che porta l'utente ad essere curioso e creativo.



Orti in movimento

Food Delivery locale: per la regione Friuli Venezia Giulia. Il food delivery che unisce business e sociale, cultura e territorio. E' una app che attraverso un sistema social e di geolocalizzazione permette all'utente di conoscere le erbe (erbacce) del territorio, e di imparare a cucinarle (ricette). Ma non solo, spiega dove e come raccoglierle, dove comprarle e/o ricevere a casa il piatto pronto fatto da uno chef/ristorante locale. Uno strumento che porta l'utente ad essere curioso e creativo.



Eathere

Se il food delivery vincerà nel futuro, ci sarà senza dubbio il bisogno di ridisegnare i luoghi dove mangiare. EA-There, è invece la soluzione del ristorante diffuso. Nel 2050 il quartiere diventerà un ambiente urbano dove il ristorante di de-struttura e le case saranno più piccole e spesso non avranno lo spazio per mangiare in compagnia. In questo quartiere del futuro, ci sarà uno spazio polifunzionale, flessibile e adatto alle diverse esigenze dove poter "consumare i propri cibi" e condividere i pasti.

Farfalli è un'attività nata nel 1950 con la fabbricazione di temperini (gadgets turistici), sui quali venivano riprodotte vedute di importanti città italiane. In pochi anni la produzione si è diversificata con nuovi articoli promozionali e con i primi cavatappi tascabili e da cameriere. La richiesta e la fabbricazione di questi ultimi è andata sempre più crescendo fino a che la produzione di cavatappi è diventata l'attività principale dell'azienda. Farfalli dunque ha intrapreso un cammino di specializzazione in questo settore ricercando nuove soluzioni e modelli per presentare una collezione di cavatappi da cameriere che diversi materiali: plastica, legno e acciaio inossidabile. L'obiettivo di Farfalli è quello di fornire un prodotto valido, utile e di ottima qualità: i cavatappi vengono monitorati lungo l'intero processo produttivo, dall'acquisto e selezione delle materie prime, alla progettazione degli stampi, ai sistemi di assemblaggio fino alle finiture per garantire la qualità del prodotto.

Farfalli



Progettazione di un nuovo sistema d'identità dei prodotti a marchio Farfalli.

Led by

> Prof. Tommaso Gentile

Take part

> Dott.ssa Annachiara Carlesso

Students

> Bertazzon Elisabetta / Bortolotto Mauro /

Buhna Adriana / Cattai Stefano / Cavezzan Elisa /

Dall'Acqua D'Industria Tommaso /

De Bon Melanie / De Luca Alessandro /

Dei Tos Marta / Della Bianca Francesca /

Filippi Andrea / Gumirato Kevin /

Padovan Elisa / Papais Giorgia /

Santoro Alessandro / Saveri Alessia

Il workshop tenuto dal prof. Tommaso Gentile accompagnato dalla tutor Annachiara Carlesso per Farfalli srl affrontava il settore del packaging design e più nello specifico il tema dell'identità di prodotto. L'identità di prodotto, come dice la parola stessa abbraccia i diversi campi dell'identità visiva, applicandoli ad un singolo articolo o ad una linea di prodotti, come è stato per Farfalli srl. Daniele Farfalli, titolare di Farfalli srl, aveva necessità di rinnovare i suoi packaging, chiedeva qualcosa di nuovo che permettesse di veicolare al meglio i propri articoli e permettesse un diverso posizionamento del marchio.

I risultati ottenuti, tenuto conto di una sola settimana a disposizione, sono stati assolutamente brillanti, alcune idee in particolare sono di grande rilievo e con Daniele Farfalli si è discusso molto arrivando alla conclusione che erano diversi gli spunti interessanti, la difficoltà sarebbe stata per lui quella di scegliere quali i più indicati. "Difficile scegliere ora, tra tutte queste buone idee" riferiva Daniele Farfalli al prof. Tommaso Gentile alla fine delle presentazioni.

The Farfalli workshop run by professor Tommaso Gentile and his tutor Annachiara Carlesso, was around packaging design and precisely the students were asked to design the new packaging of Farfalli's products. Packaging design interacts with different sectors of the visual identity, having to apply the identity to such a big range of products, having to think about all the shapes, typography, colours and what you want communicate with it.

Daniele Farfalli, the owner of Farfalli srl, was looking for a new packaging system for his products, he was interested on something new that could transmit better his products and that could make a new brand positioning possible.

The outcomes, even if the students had only one week time, were absolutely brilliant, some ideas were particularly well done. After the final presentations of the ideas, Daniele Farfalli referred to Tommaso Gentile his difficulty to choose an idea among all the interesting suggestions he had got from the students. "Now, it is very difficult to choose an idea between all these amazing suggestions" referred Daniele Farfalli to professor Tommaso Gentile at the end of the workshop.

Sliper

L'idea nasce dal voler riprendere il collo delle bottiglie, caratterizzato da un'etichetta di sigillo. I sigilli di garanzia adesivi sono progettati appositamente per rompersi e strapparsi quando vengono rimossi, in modo da individuare subito una eventuale manomissione. Per quanto riguarda le idee iniziali, abbiamo fatto una ricerca di quelli che potessero essere i packaging ideali per i cavatappi e gli stopper, analizzando però, anche quelli che l'azienda aveva già proposto per i suoi prodotti.

Procedendo poi, abbiamo abbozzato una serie di schizzi con varie forme e dimensioni, arrivando alla conclusione che la forma ideale sarebbe quella cilindrica (come sotto riportata), che richiama il collo di una bottiglia. Scelta la forma, siamo passate ad analizzare quale potesse essere il materiale più adatto per fare risaltare il materiale con cui sono stati realizzati i prodotti presi in considerazione. Abbiamo così scelto la plastica, la quale, per ogni prodotto, l'abbiamo posizionata ad altezza del particolare realizzato in materiale; per gli stopper il legno, mentre per i gulliver in fibra di carbonio. Per il resto del packaging abbiamo scelto la plastica opaca con successiva colorazione bianca. È stata poi applicata nella parte superiore un'etichetta nera dove è contenuto il logo dell'azienda e alcune sue caratteristiche.



Bozzoo

Il packaging per i prodotti "Gulliver" è stato realizzato con orientamento verticale: scelta data dal desiderio di ricordare l'impiego/le azioni che normalmente compiamo per stappare la bottiglia. Si compone di due elementi, uno incastrato all'interno dell'altro: sfilando il tappo dalla base andiamo a riprendere il momento dello "stappo". Sul fronte del pack saranno riportati: logo, sito, nome del prodotto e dell'azienda. Sul retro invece comparirà nuovamente il logotipo e nome del prodotto, con annessa descrizione dello stesso. Il colore nero, che evoca importanza e lusso, è scelto per elevare e sottolineare la qualità del prodotto. Per distinguere le varie gamme di prodotto, la carta impiegata per il packaging stesso avrà lavorazioni e textures differenti.

Medesy è un'azienda con un'esperienza centenaria nella produzione di strumenti di chirurgia dentale ad alta precisione. L'evoluzione produttiva e la filosofia dell'azienda si concretizzano in prodotti che soddisfano le aspettative del proprio cliente attraverso la conformità allo scopo e l'idoneità all'uso. Grazie al consistente bagaglio culturale nel campo dentistico ed all'orgoglio artigianale, ad oggi Medesy produce i migliori strumenti dentali e chirurgici in acciaio inox, conformi alle esigenze dei più moderni centri di chirurgia dentale. L'azienda ha fatto propri i moderni strumenti di marketing, attraverso i quali intende migliorare l'immagine del prodotto e la comunicazione verso i clienti e gli utilizzatori finali. Oggi, la nuova strategia di comunicazione vanta il lancio di nuovi prodotti con un packaging unico e prestigioso che colloca Medesy in posizione di leader in un mercato sempre più qualificato.

Medesy



Il valore del design primario.

Led by

> Prof. Marco Ripiccini / Prof. Gabriele Gentile

Students

> Barboni Claudia / Bortolussi Edoardo /

Dall'Armi Jessica / De Paula Rizzo William /

De Pellegrini Erika / Falcomer Andrea /

Gregoris Andrea / Zanette Sara /

Lovatti Simone / Menegazzo Andrea /

Pizzol Simone / Ravagnan Margherita /

Scudeler Alberto / Veneruz Silvia / Zearo Edda

L'azienda Medesy, protagonista nel mercato degli strumenti di chirurgia dentale ad alta precisione, si è presentata al team di lavoro ISIA con un tema progettuale molto dettagliato per ripensare alcune specifiche tipologie di prodotto all'interno del proprio catalogo. Dopo una breve panoramica sull'ambito odontoiatrico e sulla primaria importanza che ricoprono, agli aspetti tecnici e normativi dei materiali utilizzati, il team ha cominciato a mappare gli obiettivi e i bisogni dei soggetti coinvolti nello scenario progettuale in analisi. Non semplice il successivo compito di ridefinire la componente qualistica nella scelta tra differenti plastiche, gamme cromatiche e trattamenti superficiali, mantenendo le prerogative funzionali degli strumenti odontoiatrici e i riferimenti semantici già presenti nel catalogo Medesy.

Centro del workshop è stata quindi la fase di indagine e ricerca che ha permesso di ottenere ben 14 proposte progettuali in termini di segno e una solida base per futuri approfondimenti e declinazioni del tema in esame.

Medesy company, leader in the market of dental surgery tools with high precision, proposed to the ISIA team project a very detailed project theme for restyle some specific types of products of their catalog.

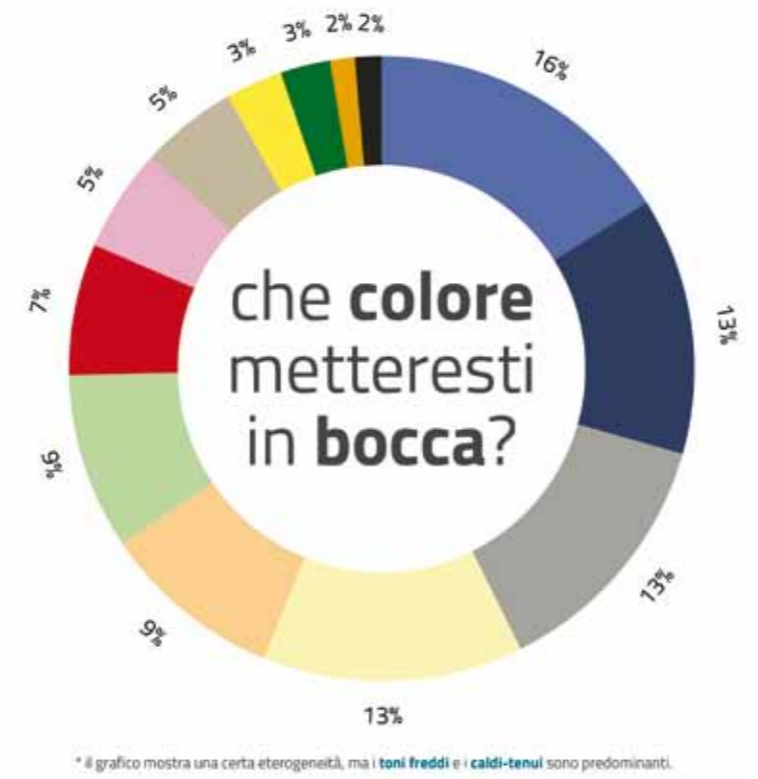
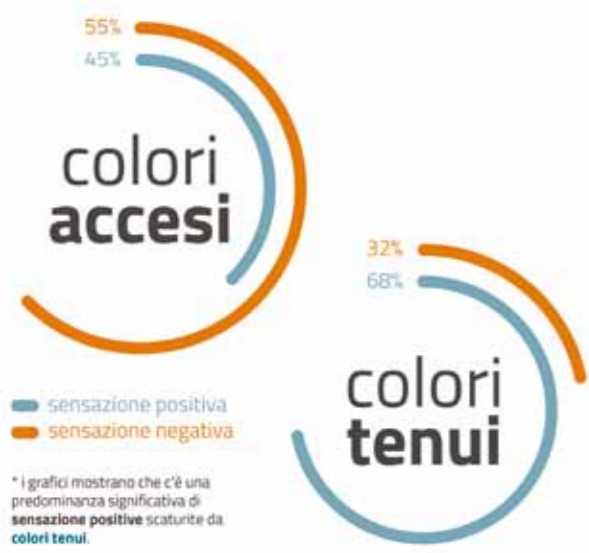
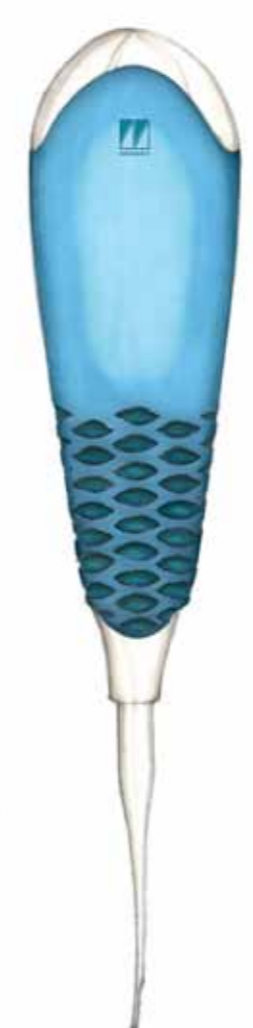
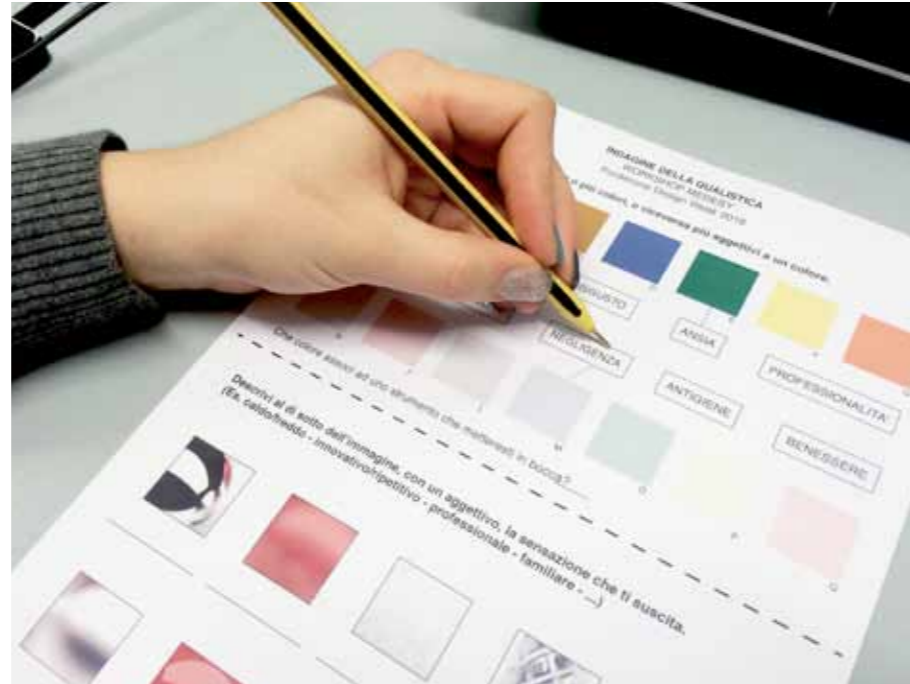
After an overview on the dental scope and on the primary importance that it covers, the technical and regulatory aspects of the materials, the team began to map the aims and needs of the subjects involved in analysis of the project. The next task was to redefine qualistics factor when choosing between different plastics, color ranges and surface treatments, maintaining the functional features of the dental tools and semantic references already present in the Medesy catalog. The workshop center, then, was the part of investigation and research that has resulted in 14 concepts in terms of sign and a solid basis for future indepth analysis and interpretations of the theme.



Il valore del design primario

Dopo una breve panoramica sull'ambito odontoiatrico e sulla primaria importanza che ricoprono, agli aspetti tecnici e normativi dei materiali utilizzati, il team ha cominciato a mappare gli obiettivi e i bisogni dei soggetti coinvolti nello scenario progettuale in analisi.

Non semplice il successivo compito di ridefinire la componente qualistica nella scelta tra differenti plastiche, gamme cromatiche e trattamenti superficiali, mantenendo le prerogative funzionali degli strumenti odontoiatrici e i riferimenti semantici già presenti nel catalogo Medesy. Centro del workshop è stata quindi la fase di indagine e ricerca che ha permesso di ottenere ben 14 proposte progettuali in termini di segno e una solida base per futuri approfondimenti e declinazioni del tema in esame.



Professionalità e massima flessibilità, applicate alla tecnologia d'avanguardia dei macchinari, permettono a Metallaser di soddisfare qualsiasi richiesta: che va dal pezzo singolo sino alla grande serie, di particolari semplici o di elementi finiti complessi. La capacità e l'esperienza dell'artigiano unite alle tecnologie dell'industria d'avanguardia, consentono al nostro staff tecnico di realizzare al meglio ogni richiesta del mercato. Una maggiore garanzia di flessibilità e soprattutto alta qualità del prodotto è data da un sistema di assicurazione qualità ISO 9001:2008.

Il know-how acquisito, unitamente alle tecnologie applicate, hanno permesso a Metallaser di costruire nel tempo sempre più solide partnership con importanti Aziende e Gruppi sia nazionali che esteri.

Metallaser



Comunicazione e multimedialità negli spazi pubblici: riflessioni intorno a un “tavolo”.

Led by

> Prof.ssa Patrizia Bertolini

Take part

> Prof. Ivo Boscariol

Students

> Bardin Davide / Brusadin Alessandra /

Celotto Chiara / Chiappini Francesca /

Cumin Gianluca / Dal Cin Sara / Gnan Kevin /

Mullis Gabriele Eric / Pal Matteo /

Pegoraro Ambra / Pividori Martin Alexander /

Rigamonti Bianca / Spiga Gianmarco /

Zaghet Giulia

Tema del workshop è stato il “tavolo” integrato con tecnologie multimediali, interpretato come un elemento di arredo per due spazi pubblici specifici: per la scuola, con finalità didattiche e per il ristorante, destinato al consumo (intelligente) del cibo.

Negli spazi pubblici, la tecnologia può determinare, se utilizzata intelligentemente, un significativo miglioramento nella qualità della vita, fornendo informazioni necessarie alla fruizione di un servizio o di un bene comune. Nella vita di tutti i giorni, le tecnologie multimediali come smartphone, computer, tablet sono ormai di utilizzo comune. La “multimedialità” di questi oggetti, ovvero la capacità di combinare al loro interno diversi contenuti come testi, collegamenti, immagini, file video/audio, permette esperienze uniche nel campo dell'intrattenimento ma anche di rivoluzionare le strategie educative.

Multimedia communication in public spaces: thoughts around the “table”

The theme of this workshop has been the integration of multimedia technologies in the table, interpreted as a interior furniture piece for two public domains:

>for the school, with learning features

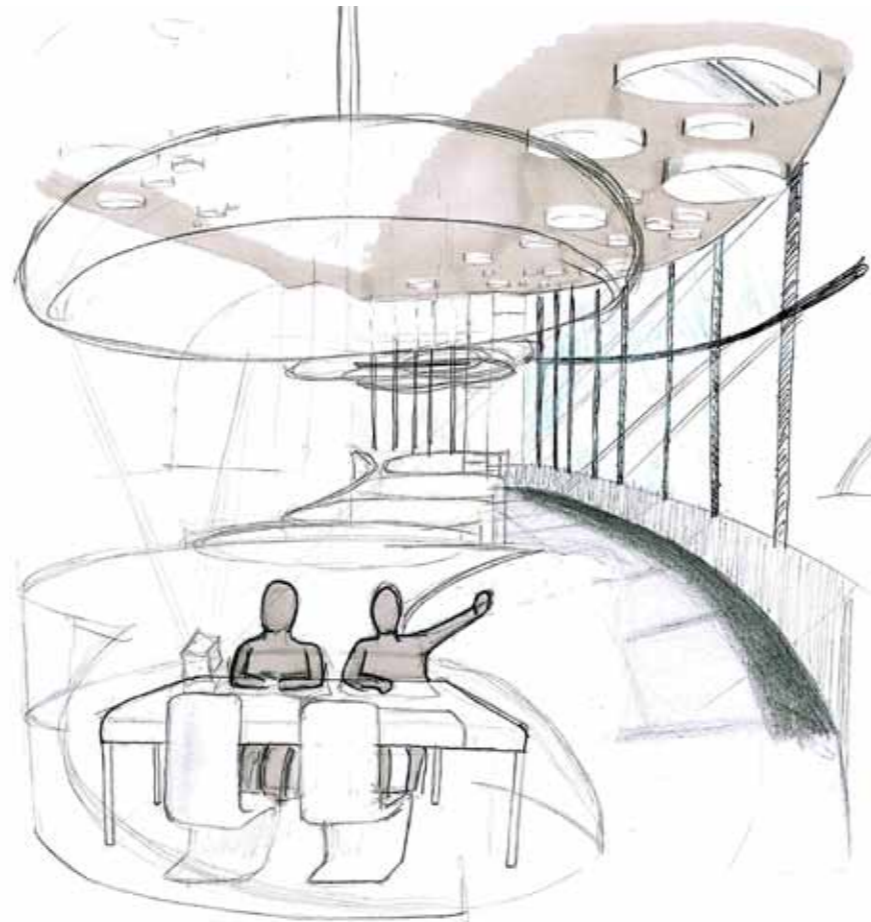
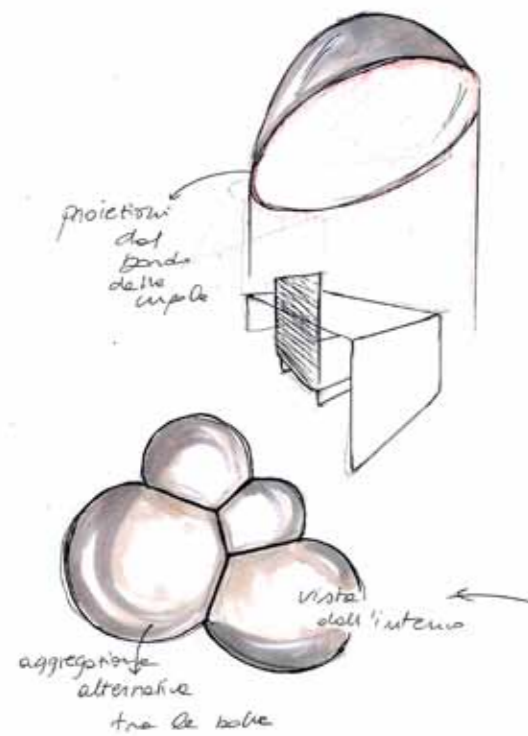
>for the restaurant, intended for (smart) consumption

In public areas, technology can determine, if used correctly, a significant improvement to the quality of life and giving the necessary information to build a cohesive service for a better community. The interactivity behind these objects, with the ability to combine various forms of communication like texts, images and videos gives the tools to create unique experiences and even revolutionize education learning strategies.



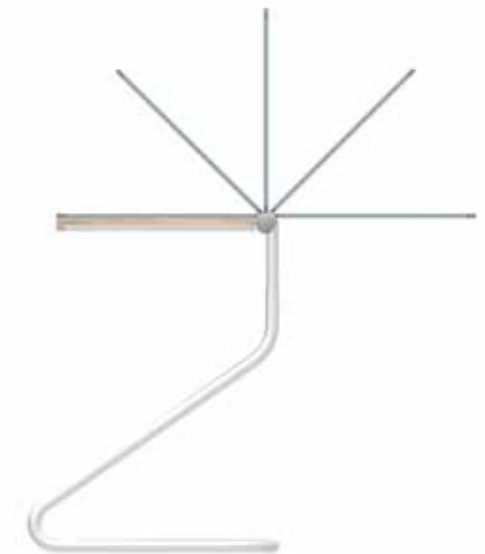
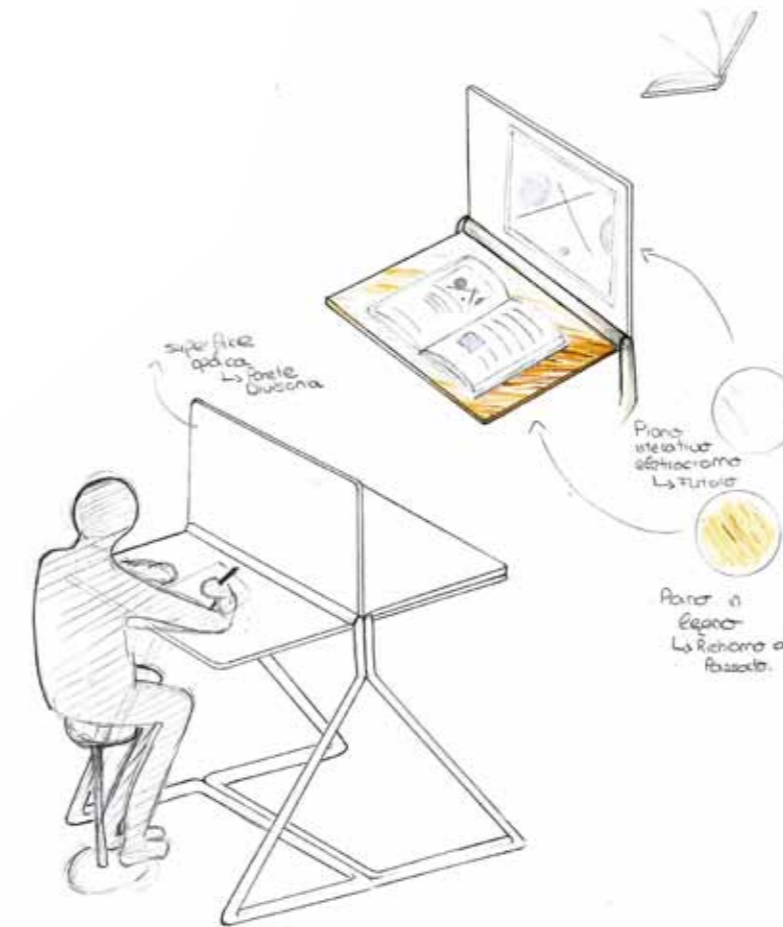
Bubble

Bubble ha l'obiettivo di creare un ambiente multisensoriale durante la propria esperienza al ristorante. Unendo alle pietanze scelte video, suoni e proiezioni attinenti, il locale e lo chef hanno la possibilità di studiare l'esperienza dell'utente in relazione al piatto. Vi è inoltre la possibilità di integrare al proprio interno un sistema di gestione di luce, aria e suono.



Sfoglio

Sfoglio nasce dall'idea di creare un banco scolastico flessibile negli usi, utilizzando due piani di lavori distinti ma complementari: uno in legno e uno in vetro interattivo elettrocromico. La combinazione e la regolazione di questi piani permette l'interazione fra attività e oggetti reali con quelli virtuali. Il banco, tramite due rotelle a sfera nella parte inferiore del sostegno metallico, ha la possibilità di spostarsi facilmente all'interno di un ambiente.



Openlight

Sistema di illuminazione multifunzionale.

Led by

> Prof. Massimiliano Datti

Take part

> Dott. Mauro Zoccoletto

Students

> Bernadis Luca / Biscontin Paolo /

Bortot Giovanni / Brisotto Gianluca /

Casagrande Andrea / Crotti Laura /

Cusan Pierfrancesco / Fan Xiao Feng /

Franceschini Michael / Maranzan Ismaele /

Menegon Alessandro / Paquola Davide /

Roscioni Roberto / Rovere Andrea /

Stefanuto Luca / Toccane Francesco

“OpenLight è un progetto di “Internet of Things” che percorre lo sviluppo di oggetti intelligenti connessi alla rete, per scopi d’uso quotidiano o per monitoraggio ambiente; punta prevalentemente allo sviluppo di un sistema aperto su piattaforma web, in grado di rendere gli elementi stessi del sistema interconnessi tra loro e utili a varie funzioni per la persona, la vita quotidiana, il lavoro. Il modulo principale intorno a cui ruotano tutti gli elementi del sistema è una lampada che sfrutta la tecnologia OLED. Le applicazioni previste sono per uso domestico, ufficio e retail. Il team di lavoro ISIA è stato chiamato a fare proposte su tre aree di progetto ben distinte, ma correlate fra loro: Definizione di una Brand Value appropriata con relativa proposta di un nuovo logo, coerente con la stessa. Concept Design delle componenti del sistema. Concept di una app tramite la quale controllare i moduli del sistema. Il progetto è attualmente in fase di sviluppo e brevettazione.

OpenLight is a project of the ‘Internet of Things’, that anticipates the development of intelligent objects connected to the net, for daily-use or for environmental monitoring. It works towards the advancement of an open system on a web-platform, to make all the system elements inter-connected and useful for multiple functions for the person, ordinary life, and work. The module is a lamp based on OLED technology, around which all the system’s elements rotate. Applications envisaged are for domestic use, the office and retail applications. The ISIA workgroup had to make proposals on three different but interrelated projects: Definition of a brand value, with the proposal of a new logo, coherent with this; Concept design of the system’s parts Concept of an app, through which to check the system’s modules. The project is currently in the stage of development and patenting.

Thinkplace Srl nasce nel 2014. Siamo una Startup innovativa. Il nostro obiettivo è creare network e relazioni di business efficaci e durature per crescere insieme! Lavoriamo nel settore dell’information technology cercando di soddisfare i bisogni di aziende in crescita che desiderano raccogliere la sfida del mondo digitale. Dall’e-commerce all’internet of things i passi sono tanti e variegati. Cerchiamo con il nostro team di mettere ordine e creare per voi un piano di business concreto che porti nel tempo a raggiungere gli obiettivi che vi siete prefissi. La tecnologia è un supporto al tuo business e deve consentire alla tua azienda di crescere per questo Thinkplace è strategie di business che vogliono creare soluzioni di valore.

Smart Lighting

È un progetto di design innovativo di una linea di prodotti per l'illuminazione realizzati con tecnologia di illuminazione LED o OLED e moduli componibili, oggetti connessi a Internet tramite piattaforma cloud computing per la gestione di una serie di servizi interattivi.

La modularità del progetto consente al prodotto di far assumere diverse forme componibili, alcune anche artistiche, e di aggiungere al sistema di illuminazione diverse funzionalità.

L'idea Openlight nasce da un progetto di Internet of Things di Fabio Tonini e Thinkplace Srl, startup innovativa nata a Pordenone con l'obiettivo di promuovere e sviluppare prodotti e servizi innovativi. Thinkplace è un'idea company vivace, flessibile e dinamica che si adatta alle esigenze della vostra azienda e ai trends di mercato nel mondo digitale per creare valore e crescere insieme.



La società Corallo viene fondata sull'esperienza trentennale nel settore dell'autoriparazione dei due soci, i quali sentono l'esigenza di rispondere alle numerose richieste di lavorazione e verniciatura su particolari diversi dall'autoveicolo. Nasce così un'azienda che si occupa di verniciatura industriale a liquido su molteplici prodotti appartenenti a diversi settori: sanitario, automobili, arredamento interno ed infine elettrodomestico. Ad oggi l'azienda Corallo è in forte crescita e fornisce anche un servizio di consulenza alla progettazione del ciclo di verniciatura con la scelta di effetti cromatici, sensoriali e di utilizzo per il cliente.

Corallo



La cultura d'impresa come strumento strategico The enterprise culture as strategic mean.

Led by

> Prof. Massimo Ciafrei

Take part

> Dott. Andrea Boato

Students

> Bidese Giulia Maria / Cadamuro Riccardo /

Carlevaris Sarah / Criscuolo Naomi /

De Zotti Diego / Dotto Marta / Fantin Chiara /

Migliore Marcello / Minotti Lavinia /

Mora Elisabetta / Nardi Federica /

Possagno Davide / Pujatti Giovanni /

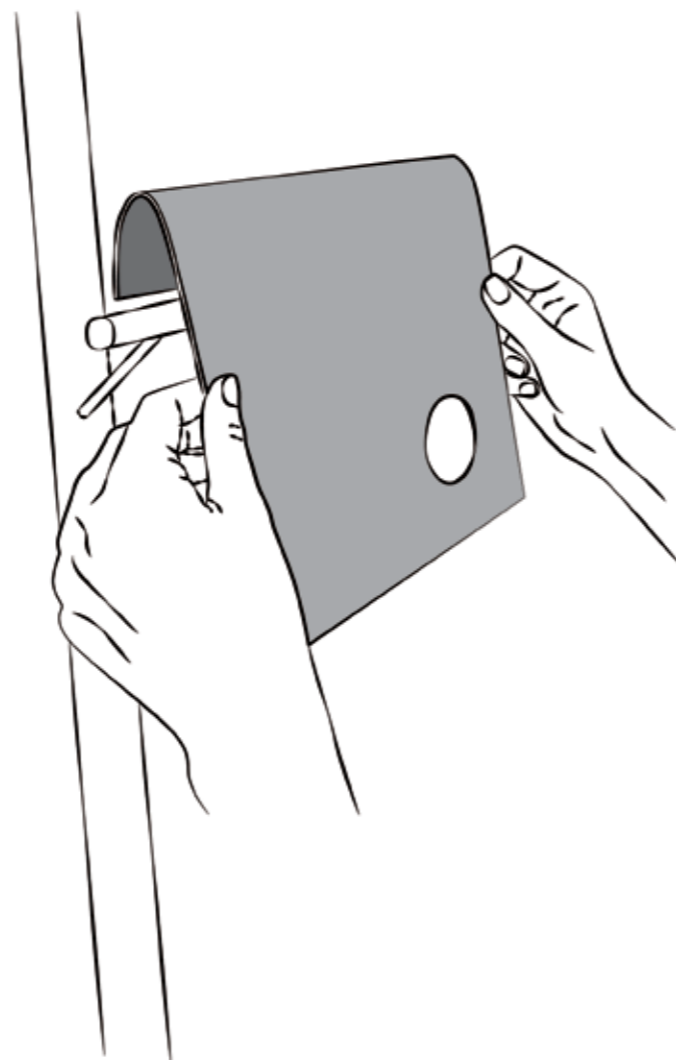
Rodaro Riccardo / Sheta Ali /

Vidoni del Mestre Anna

Ricerca sui servizi operativi alla comunicazione integrata tra narrazioni e approcci metodologici. Il risultato del workshop, al termine di un'intensa settimana di lavoro, oltre ad aver generato idee, individuato applicazioni specifiche per diversi elementi della comunicazione e circoscritto alcuni concept design su temi condivisi con l'azienda di riferimento in ambito d'intervento, ha stabilito un ponte tra chi è in grado di immaginare e soprattutto ripensare il futuro per vocazione, e chi è capace di realizzarlo e proporlo al mercato, connettendo così giovani progettisti con un'impresa del territorio. Il lavoro del workshop prende le mosse dalla volontà dell'azienda Corallo di avviare un nuovo percorso imprenditoriale, con un nuovo nome e con nuovi obiettivi dopo un evento inaspettato che ha profondamente cambiato gli equilibri e gli assetti organizzativi al suo interno. L'azienda che da sempre si occupa di verniciatura industriale su molteplici prodotti: dal settore sanitario con arredo bagno e idromassaggio, al settore automobilistico, al settore dell'arredamento, fornendo inoltre servizi di consulenza alla progettazione del ciclo di verniciatura con la scelta di effetti cromatici, sensoriali e di utilizzo, vuole ora aprirsi a nuovi mercati senza rinunciare alla propria storia e alla propria esperienza. La ricerca di design è stata fin da subito orientata su come rendere più "forte" un brand per irrobustire la visibilità di un'impresa all'interno dei mercati che sono sempre più saturi di comunicazione e di informazioni commerciali.

The result of the workshop, above to having generated ideas, it identified specific applications for sundry communication elements and finite some design concepts on issues shared with the reference enterprise in the area of intervention, it established a bridge between those who are able to imagine and especially think back the future for vocation, and who is capable to accomplish and propose it to the market, link well young designers with the local enterprise. The search of design it was made from the immediately in how to make stronger a brand. Limited the values, the mission and identified the new visual identity, we defined the types of communication to be examined, making a clear distinction between the elements and material supports and intangible ones on which to operate, and finally then, we have elaborated some project proposals.



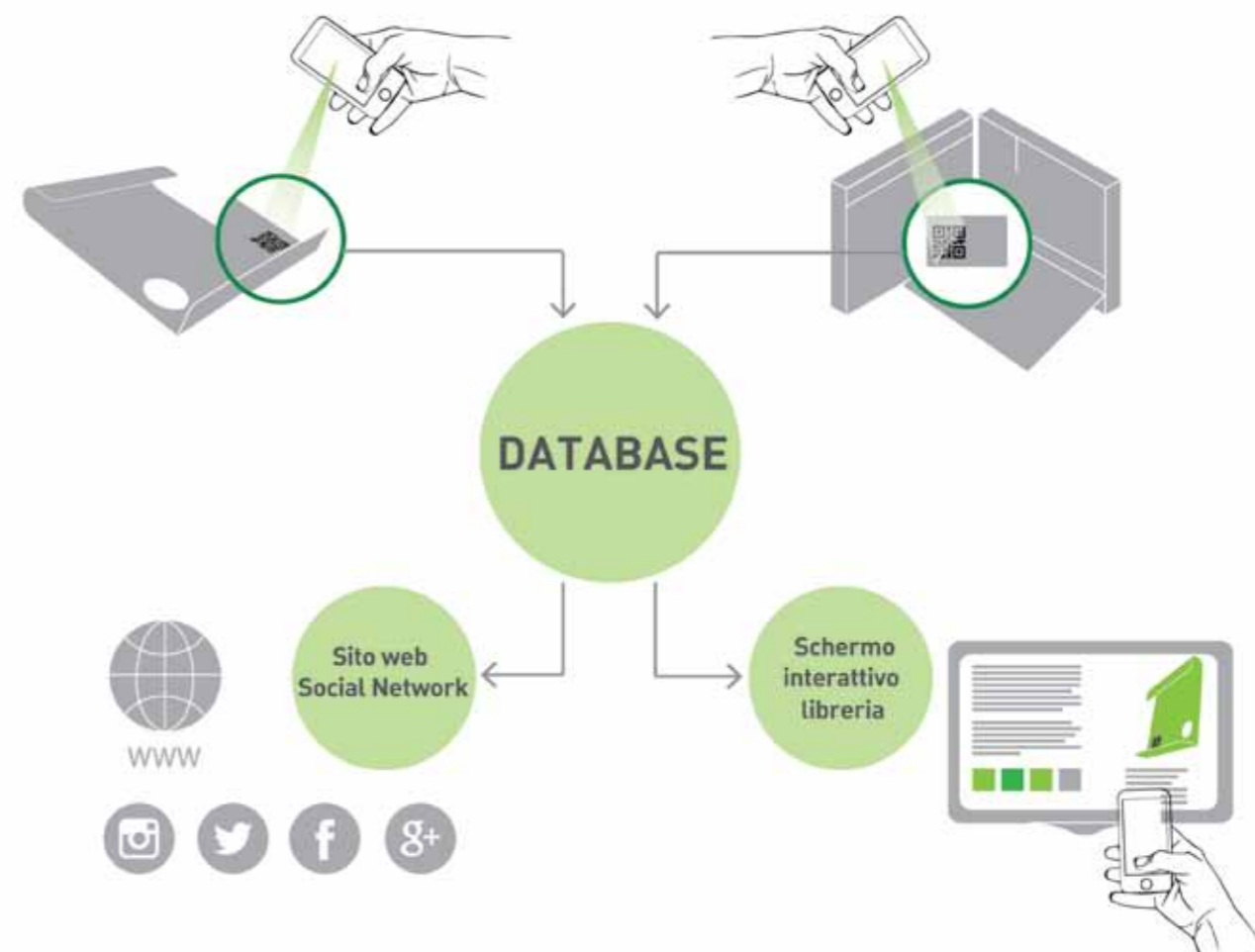


Vetta

La scelta del nome deriva dai valori aziendali: forza, determinazione e costanza, come uno scalatore raggiunge la vetta di una montagna. La "biblioteca delle finiture" presenta tutti i campioni con le diverse finiture. La forma del Campione è stata studiata in modo da mostrare come esso si comporta al variare della luce.

In particolare la curva alla sommità diventa l'aggancio del campione al sostegno, mentre la piega alla base mantiene l'oggetto in equilibrio nel momento dell'appoggio.

Sul retro del modulo sono presenti: un QR CODE, che rimanda alla scheda tecnica, e un CODICE NUMERICO. La "valigetta campionario" contiene un supporto per campioni in gomma piuma ad alta densità, personalizzabile a seconda della quantità di campioni da trasportare.





spazioquadro è un giovane marchio italiano produttore di porte da interni che si contraddistingue sul mercato nazionale ed internazionale grazie all'alto contenuto di qualità e di innovazione. La dinamicità e la freschezza dell'azienda si concretizzano in una proposta completa per vestire di un nuovo stile la casa e l'ufficio, o per progettare ambienti contract su misura. spazioquadro inoltre si distingue per una vocazione "design oriented" coltivata ed espressa con il sostegno di iniziative mirate alla crescita del marchio e del territorio circostante. Non a caso l'azienda è stata partner dell'Università ISIA Roma Design nei DESIGN DAYS di Bruxelles ed una presenza attiva e collaborativa nell'organizzazione della Pordenone Design Week 2016.

Spazioquadro



Progettare nuovi scenari e forme di interazione partendo dal concetto di gioco.

Led by

> Prof.ssa Sakura Adachi

Take part

> Dott.ssa Elena Rotondi

Students

> Burei Vanessa / De Marco Valeria /

Gaudenzio Alberto / Iantorno Alice /

Indrigo Simone / Leva Alexa /

Mamerti Gianmarco / Mio Francesca /

Pavanello Mattia / Petrusi Vanessa /

Rossetto Detto Andreos Sara / Rosso Umberto /

Spagnol Sofia / Vanin Alice / Zanon Alberto

American Students

Gillen-Keeney Austen / Hedger James /

Helmetag Will / Mancuso Matthew /

Phillips Aubrey

Il Workshop è stato organizzato in collaborazione con l'Azienda Spazioquadro che si occupa di progettazione e produzione di porte e cabine armadio ed è stato tenuto dalla designer giapponese Sakura Adachi e dalla designer Elena Rotondi.

Durante la Design Week la classe di universitari ha affrontato il tema del gioco nell'ambito del furniture design; è stato chiesto loro di progettare nuovi scenari e forme di interazione approfondendo il significato del gioco e rispondendo a precise e reali esigenze di fattibilità tecnologica.

I diversi gruppi hanno scelto di orientarsi sull'idea di creare arredi ludici che sfruttassero i principi dei giochi di intelligenza, giochi matematici, da tavolo e tascabili, trasformandoli in funzioni sull'oggetto d'arredo.

The Workshop was held by the Japanese designer Sakura Adachi and designer Elena Rotondi and was organized in collaboration with Spazioquadro, which is a Company specialized in designing and manufacturing of doors and walk in closets.

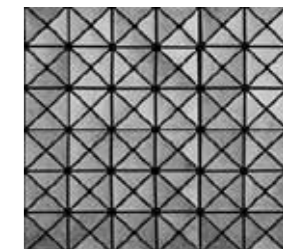
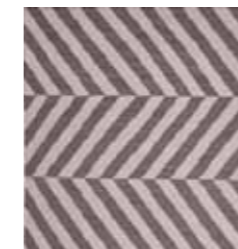
During the Design Week the undergraduate class dealt with the theme of the game within the furniture design; they were asked to design new scenarios and forms of interaction deepening the meaning of the game and responding to specific and real needs of technological feasibility.

The different groups have chosen to focus on the idea of designing playful furniture that could use the principles of intelligence games, math games, board and pocket games, and turning them into functions on the furniture object.





AbaCube



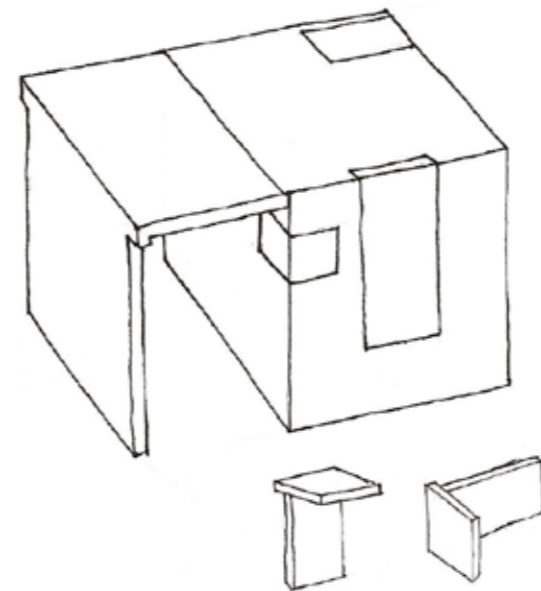
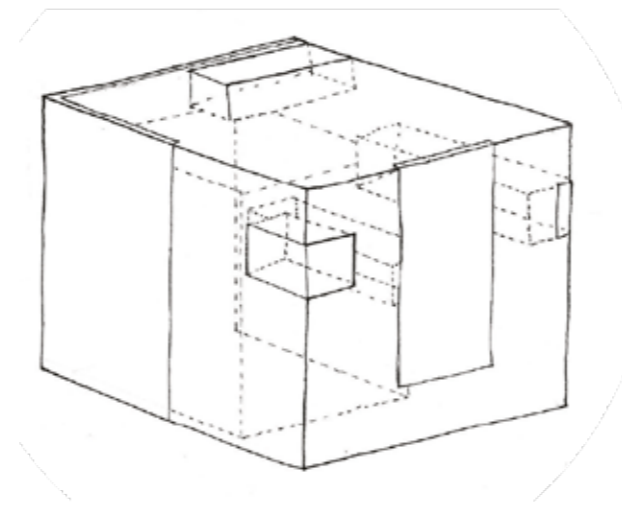
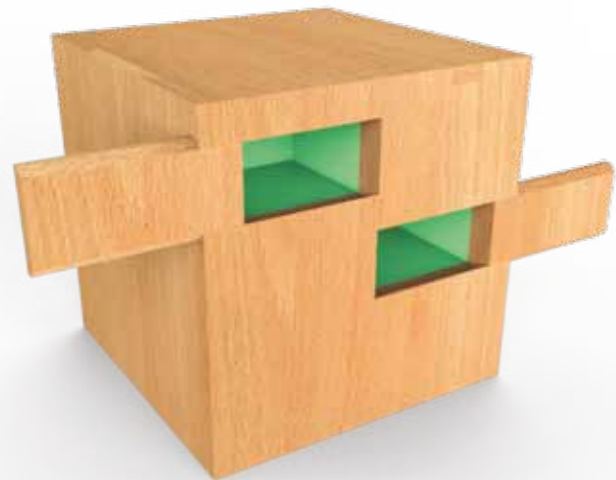
AbaCube

L'idea nasce a seguito di una serie di ricerche relative sia all'azienda in questione che a quelli che sono i bisogni del mercato odierno. Non volendo distaccarci troppo dai prodotti già realizzati da Spazioquadro, abbiamo deciso di progettare una parete divisoria. La struttura della parete divisoria è realizzata in legno e viene rivestita da laminato scelto in base ai gusti e alle preferenze del cliente. Essa è principalmente caratterizzata da un telaio e da una serie di moduli cubici cavi che possono essere:

- Fissi: utilizzabili come ripiani di appoggio per oggetti
- Mobili: in grado di ruotare attorno a tubi di metallo

Sono proprio i cubi mobili a conferire l'aspetto estetico-decorativo all'intera struttura. Ognuna delle loro quattro facce presenta infatti una texture diversa, dando modo all'utente di rivelare la decorazione che preferisce sulle due facce visibili. La struttura viene fissata a pavimento e lateralmente alla parete di appoggio.

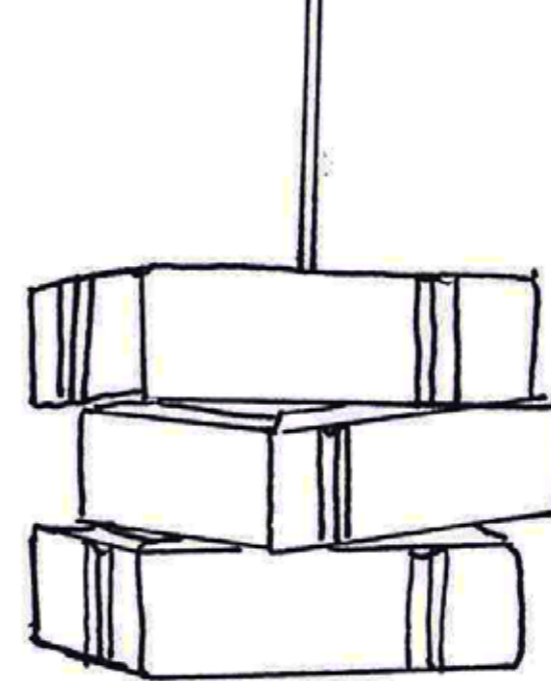




Slide & seek

Tavolino da living che riprende le gestualità del gioco “Jenga” e le dinamiche di ricerca e scoperta del “nascondino”, per creare delle interazioni ludiche con l’utente attraverso lo scorrimento di alcuni elementi che permettono di modificare la struttura monolitica dell’oggetto ottenendo delle cavità utilizzabili dall’utente.

La maggior parte dei movimenti compiuti dagli elementi si basa sullo slittamento dei pezzi su appositi binari ricavati dalle strutture portanti, solo la mensola a scomparsa aggiunge un movimento rotatorio per effettuare la trasformazione.



Dice Table/Lamp

Dice riprende le movenze del Cubo di Rubik, quindi la possibilità di ruotare a piacimento i diversi componenti per creare dei giochi di luce, forme e colori emozionali. Dice Table e Dice Lamp vengono ruotate manualmente a piacimento del cliente. L’oggetto è acceso quando gli elementi compositivi risultano sfalsati o comunque non corrispondenti e la fonte luminosa è regolabile così da poter creare situazioni differenti. Una volta spento, Dice, è comunque un elemento di furniture design grazie ai proli e alle rifiniture appositamente scelte che possono essere create in molteplici modi tutti diversi.



Studio Fabbro è uno studio grafico operante nella promozione pubblicitaria con un bagaglio di esperienze che spaziano dalla progettazione grafica statica e multimediale al web design.

Progetta la promozione della aziende. Studio Fabbro è una FullService Agency in grado di seguire passo a passo dall'ideazione del logo, dello slogan, dalla definizione dell'immagine coordinata, dall'allestimento dei punti vendita o degli stand fino al packaging, alla creazione di brochure, di depliant e listini. Mettiamo a disposizione del cliente un team affiatato di grafici, designer, fotografi, web master, e architetti in grado di ricercare, con il giusto equilibrio tra creatività e concretezza, delle soluzioni ad hoc.

Studio Fabbro



Per le mani amore.

Led by

> Prof. Bruno Morello

Take part

> Dott. Raffaele Scarpa

Students

> Barbui Gianluca / Bellè Francesca /

Bornacin Carlo / Buriola Lorenzo /

Callegaro Andrea / Calú Lorenzo /

Casagrande Nicole / Cristea Dorin /

Dal Maestro Silvia / De Negri Dario /

Fracas Angela / Mio Alessandro Marco /

Nuzzi Ileana / Poles Federica /

Rossetti Giulia / Zanin Sara

Il workshop in questione è stato curato dai professori Morello e Scarpa e prevedeva la progettazione di un dispenser di gel igienizzante per mani ad uso pubblico, nello specifico per l'ambito delle gelaterie.

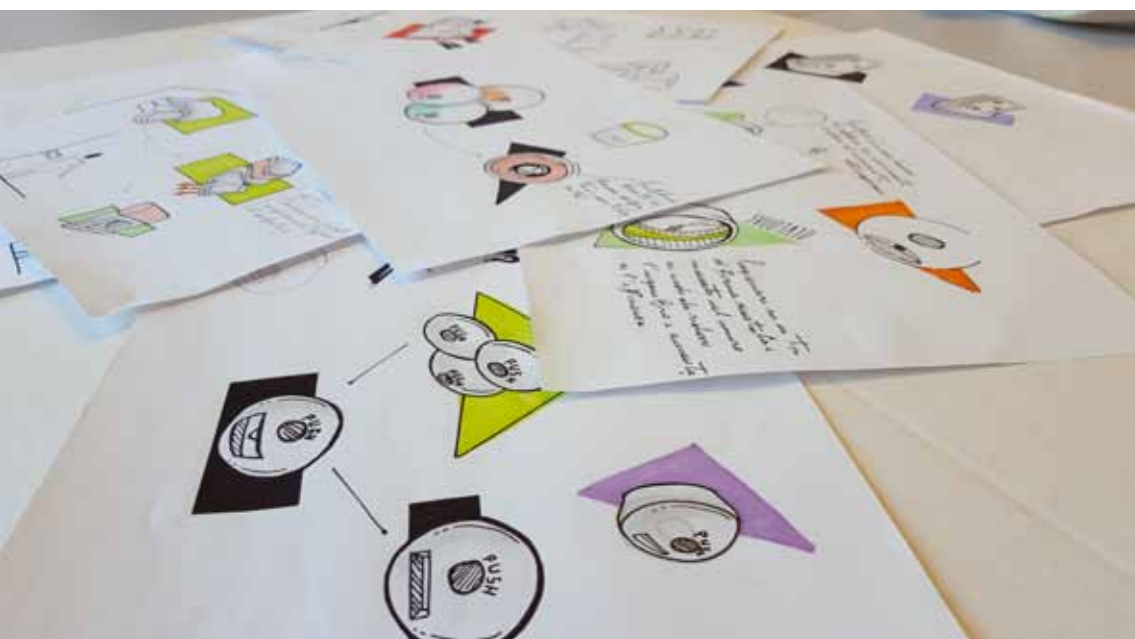
Il cliente infatti aveva avuto già a che fare con l'ambito in questione e forte dell'esperienza acquisita ha espresso al team di ragazzi la volontà di creare un dispenser che avrebbe dovuto essere riconoscibile, diverso da quelli presenti già sul mercato e fortemente personalizzabile dal cliente finale.

I ragazzi hanno presentato al committente quattro differenti proposte: tra le quali vi erano anche alcuni concept che hanno dimostrato la capacità dei ragazzi di saper guardare oltre e di proporre una declinazione dell'oggetto in un'ottica futura, proponendolo in altri contesti e con un'attenzione anche rivolta alla tecnologia. Inoltre sono state pensate dagli studenti tutta una serie di grafiche per avvalorare l'estetica dell'oggetto e per renderlo più attrattivo per i bambini che sono il target principale al quale il cliente voleva rivolgersi.

Il nome che è stato proposto per il dispenser è Mani Mani, il quale in modo simpatico rievoca la gestualità e l'uso dell'oggetto ma anche crea una sua melodia piacevole e che rimanda ad una certa italianità riconoscibile anche all'estero.

The workshop take in exams has been treated by Prof. Morello and Scarpa. It provided the planning of a hands sanitizing gel dispenser for public use specifically for ice cream parlours. The costumer had experienced the object in exam and because of he's experience expressed to the team interest in designing something new, customizable, creative and recognisable at first sight. The guys presented to the client four different hypothesis rather unique where students demonstrated their foresight proposing and positioning the object in sundry context taking care of technology. Furthermore, students thought a fan of graphics funny and interactive for the babies which are, of course, the principal main target.

The name that came out from a student's debate is Mani Mani which refer to the gestures in a funny and creative way as well as remembering Italy by its musicality.



Manimani

Un oggetto semplice e divertente, facile da ricordare per la sua forma e il suo nome. Un "Bottone" dalla grandezza "smisurata", dalla grande vivacità cromatica, semplice da adottare e pronto all'uso, per grandi e piccini. Inoltre, il progetto è la realizzazione di una scocca che racchiuda un dispenser standard già in commercio, per non aggiungere costi di produzione. MANI MANI è il nome del nostro "Bottone" igienizzante. Il progetto nasce dall'idea di offrire un servizio aggiuntivo all'interno o all'esterno delle gelaterie nazionali ed estere. È un oggetto progettato per vestire un dispenser igienizzante gel, pensato per sensibilizzare il pubblico sull'importanza dell'igiene delle mani. MANI MANI è realizzato in plastica polipropilenica e silicone riciclati, materiali facilmente lavorabili e con costi di produzione relativamente bassi.



Le forme geometriche circolari permettono una migliore personalizzazione e possono creare giochi visivi sulla parete su cui vengono applicati. Il design dell'oggetto attira particolarmente l'attenzione dei bambini in particolare. Nella parte inferiore troviamo un inserto siliconato che funge da "pulsante", per l'erogazione del gel. Il secondo concept sviluppato è costituito da un elemento cilindrico centrale, racchiuso da due scocche semicircolari, una sopra l'altra. L'oggetto è di facile ed intuitivo utilizzo: infatti, grazie ad una semplice pressione sulla parte superiore, il gel esce dal beccuccio sfruttando un sistema a molla.



Manimani

Lezioni in vetrina



*Lezioni in vetrina, il design alla conquista di pordenone /
A showcase for lessons: Designs conquers Pordenone.*

di Daniele Boltion

Per la prima volta, la Design Week è sbarcata in centro città. Una piccola invasione di Pordenone, portando creativi e i loro prodotti davanti al grande pubblico. Ma cosa è successo in questa settimana? Con l'evento "Design: lezioni in vetrina" è iniziato un nuovo percorso, che ha portato e porterà cultura, ma con eventi smart. Perché il design si può fare sorvegliando un ottimo aperitivo, con i migliori prodotti del territorio. Così, i negozi del centro sono diventati nello stesso momento showroom, aule e lounge. Tre serate, 12 eventi e tanti designer. C'è chi ha portato le sue idee, chi ha esposto dei prodotti di successo commerciale, chi ha spiegato anche ai "profani" cos'è il design, raccontato dal punto di vista di chi lo vive da dentro. L'innovazione si è aperta a tutti, in una città che deve ripartire proprio da questo concetto. E che può contare sulla spinta del design e della Design Week. Ma come si arriva a un risultato di questo tipo? Serve impegno e collaborazione. La Design Week piace, e c'è chi ci ha creduto dal primo momento. Il legame tra l'università e il territorio parte anche da eventi come le Lezioni in vetrina. Quest'anno un ruolo fondamentale nella squadra l'ha giocato l'associazione delle Giovani Industriali di Pordenone, che ha dato un supporto fondamentale per realizzare l'evento. Buona la prima. La scommessa di portare la Design Week in centro è stata vinta, e non senza rischi. Serviva coraggio, ce n'è stato. Le potenzialità sono grandi, grandissime. Abbiamo portato qualcosa di nuovo a Pordenone, e dal 2017 faremo sempre di più. Siamo pronti a ridisegnare la città.

For the first time, Design Week arrived in the city-centre. A minor invasion of Pordenone, bringing creative artists and their products to the larger public. What happened this week? With the event 'Design: lessons in a showcase' a new path began, that brought and will bring culture with tailored events. Because it is possible to 'do' design while sipping a good cocktail, with the best products of the local area. In this way, shops became in the same moment showroom, classroom and lounge. Three evenings, twelve events and many designers. Someone brought ideas, someone exhibited products of commercial success, someone explained to the uninitiated what design is, told by people who live it from within. Innovation is open to everybody, in a city that has to restart from this very point. It can be pushed along its way by design and Design Week. How it is possible to reach a result like this? With commitment and cooperation. Design Week appeals everybody, and there is somebody who believed in the project from the first moment. The relationship between the University and local area start from events such as 'Lessons in a Showcase'. This year the Association of Young Industrialists of Pordenone played an important role in creating and supporting the event. The gamble of bringing Design Week to the city-centre was taken and won. It needed courage and there was. The potential is there: something new has been brought to Pordenone and from 2017 there will be more. Get ready to re-draw the city.





Lezioni in vetrina



DIMORE CONCEPT

Corso Vittorio Emanuele, 56/C (PN)

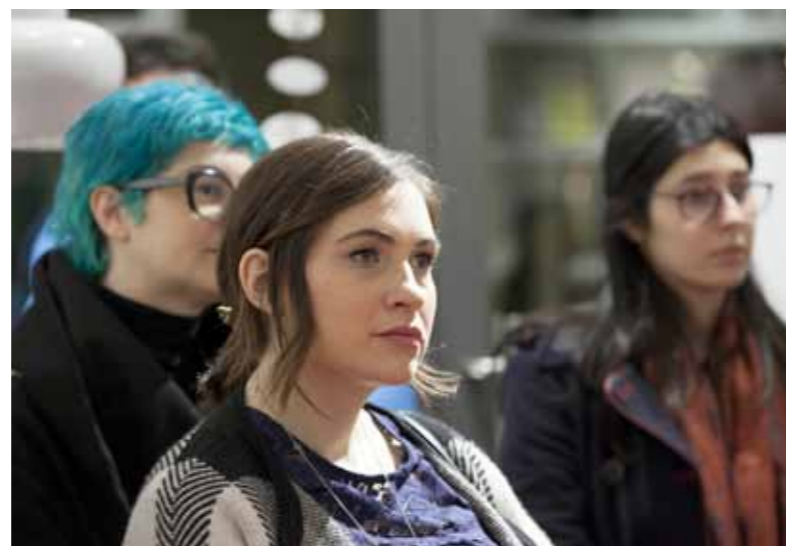
Designer intervenuti:

Patrizia Bertolini / Tommaso Salvatori /

Marco Ripicini / Elena Rausse /

ADI Friuli - Saul Clemente

Erano esposti modelli realizzati da:
Roberta Domini > lampada da scrivania
Elena Rausse > brocca in ceramica†
Andrea Morellato > gioco per bambini "il pito"
Davide Minighin > gioco carte trevisane
Cristian Mion > gioco per bambini



COMPLEMENTO OGGETTO

Viale Gorizia, 13 (PN)

Designer intervenuti:

Elena Rotondi / Alfio Leonardi / Andrea Boato /

ADI Friuli - Sylva Gortana e Francesca Verardo

Erano esposti modelli realizzati da:

Roberto Ciot > lampada
Bruno Testa > trapano avvitatore
Antonio Apuzzo > aspirabriciole
Alessia Saveri > culla-scrivania
Stefano Carraretto > sedia-tavolo
Andrea Boato > portabici
Brian Diaz > orologio
Elena Rausse > lampada "Zora"
Lavinia Minotti > portasciugamani
Valeria De Marco > tavolo- tappeto
Andrea Boato > "Un sacco bello"



Lezioni in vetrina



QUEEN'S

Via Cesare Battisti, 3 (PN)

Designer intervenuti:

Massimo Ciafrei / Massimiliano Datti / Bruno Testa /
Luca Maiello / ADI Friuli - Ivo Boscariol e Fabio Passon

Erano esposti modelli realizzati da:

Eva Milanese > lampada
Elena Rausse > "wabi"
Laura Pavan > tessuti



LIBRERIA GIUNTI

Corso Vittorio Emanuele, 31/B (PN)

Designer intervenuti:

Gabriele Gentile / Melissa Ambroso /
Tommaso Gentile / ADI Friuli - Mirko Daneluzzo

Erano esposti modelli realizzati da:

Sara Zanette > panca
Bruno Testa > modello palazzetti
Lautaro Casal > modello semiotica
Mattia Gobbo > modello palazzetti
Andrea Colussi Mas > modello palazzetti
Mauro Zocchetto > modello corner basic



X Design&Food



Serata dedicata a spunti e riflessioni su temi connessi al cibo ed al Food Design da parte dei professori esperti Sonia Massari e Marco Pietrosante.

Il prof. Pietrosante presenta l'attività svolta dagli studenti di Pordenone in merito al tema del food design, inquadrando i progetti nel più ampio dibattito internazionale che viene svolto intorno al tema del food e della sua progettazione, testimoniato anche dalle attività svolte in occasione dell'Expo di Milano sia da lui che da Sonia Massari. In particolare è stata proiettata una selezione di elaborati realizzati dai ragazzi nel corso delle attività accademiche che testimoniano il particolare livello di approfondimento tipico dell'Istituto di Design ISIA.

La prof. Sonia Massari parla di come l'approccio del design thinking può essere usato in classe, per progettare i sistemi del futuro nelle città, ma non solo. Le città, gli ambienti urbani ed extraurbani, domestici e sociali, sono stati studiati e ri-disegnati nella loro parte più visibile (infrastrutture), ma anche nella loro parte invisibile, attraverso la progettazione di nuovi sistemi sociali, economici e sostenibili. Con gli studenti

An event dedicated to food themes and food design, with Professors Sonia Massari e Marco Pietrosante.

Prof. Pietrosante presented the activity of Pordenone students on food design, aligning their projects with the international debate, developed around food themes, as occurred with Expo 2016 in Milan. In detail, a selection of students' work created by themselves during their academic activities were illustrated, as proof of the detailed study which is a characteristic of the ISIA Design Institute.

Professor Sonia Massari spoke about how the design-thinking approach could be used in class, to plan future systems within cities. Cities, urban and non-urban areas, household and social spaces have been studied and planned with their infrastructures (their visible part) and in the non-visible part, through the planning of new social, economic and sustainable systems. With the students of ISIA Pordenone, in courses and during the Design Weeks, several scenarios have been analysed: from that related to food paradox, such as malnutrition, sustainable agriculture



and food waste, to that related to the use of new technologies to have smarter and more sustainable cities; from diet to 'permaculture', vertical vegetable gardens and food self-production. Moreover, solutions not to waste resources, to conserve energy and defend the planet. The local area, tourism and support of the local community were important issues. Students often discovered how some of their behaviours can become, through design, well-structured systems to produce new cultures, not only food culture.

The evening ended with a food-tasting, prepared by IAL, the famous hospitality-training institute in Aviano, presented by its Director, Mr. Luciano Moron and by the President of the food section of Unindustria Pordenone, Valentino Zuzzi.

di ISIA Pordenone, nei corsi e durante le varie edizioni della design week, sono stati analizzati diversi scenari: da quelli legati ai paradossi del cibo, come la malnutrizione, l'agricoltura sostenibile e lo spreco del cibo all'uso delle nuove tecnologie per creare città più smart e sostenibili; dalle diete sostenibili alla permacultura, agli orti verticali, all'autoproduzione di cibo, ma anche soluzioni per non sprecare risorse, conservare l'energia e salvaguardare il Pianeta. Il territorio, il turismo, la valorizzazione delle comunità locali sono stati temi importanti. Spesso i ragazzi hanno scoperto come alcuni comportamenti emergenti possono diventare, attraverso la progettazione, sistemi articolati in grado di dare vita a nuove culture, non solo alimentari. La serata si è conclusa con una degustazione di cibi preparati dallo IAL, la famosa scuola alberghiera di Aviano presentata dal Direttore, prof. Luciano Moro, e dal Presidente della Sezione Interalimentare di Unindustria Pordenone Valentino Zuzzi.

Massari sostiene che nel Food Design quando parliamo di cibo, parliamo di tutta la filiera... non solo dell'atto finale del mangiare inoltre il cibo è cultura.



HWS in northern Italy

di Hobart and William Smith College in Italia

Progettare il mondo del futuro con gli studenti italiani / Designing the future world with italian students.

La Pordenone Design Week (PDW) 2016 si è svolta dal 14 al 18 marzo a Pordenone, coinvolgendo più di 200 tra studenti, professori e designer professionisti. Pordenone è una piccola cittadina collocata nella Regione del Friuli-Venezia Giulia, nel nord-est Italia. Giunta alla sua quinta edizione, la PDW viene organizzata ogni anno dall'Istituto Superiore per le Industrie Artistiche (ISIA) e dal Consorzio Universitario di Pordenone.

Gli studenti del Programma primaverile di architettura dell'Hobart and William Smith College (HWS) di Roma hanno partecipato alla PDW, come parte integrante del loro viaggio di 10 giorni nel nord-Italia, prima di continuare per Venezia, Verona e Firenze. Per cinque giorni, "la famiglia di architettura HWS", come gli studenti amano chiamare loro stessi, hanno partecipato a incontri, presentazioni e mostre della PDW, per trarre ispirazione e acquisire consapevolezza su temi come media, design e cibo, per creare in classe i propri progetti di design sui sistemi alimentari urbani. Gli studenti hanno avuto anche la possibilità di visitare Pordenone, che hanno saputo apprezzare per i suoi panorami e per l'atmosfera tipica della piccola cittadina.

Lavorando insieme agli studenti italiani, divisi in piccoli gruppi, hanno potuto esplorare le diverse tematiche proposte dalle aziende e dalle associazioni coinvolte nella PDW. Le aziende (quali Studio Fabbro, un'agenzia di comunicazione, Metallaser, centro high-tech di lavorazione del metallo e l'impianto di imbottigliamento dell'acqua Dolomia, solo per nominarne alcuni) hanno chiesto agli studenti di trovare soluzioni di design per quelli che saranno gli scenari futuri, connessi alla distribuzione del cibo in città. Attraverso un processo di lavoro sistematico, con il supporto di esperti e grazie alla loro creatività, gli studenti hanno trovato risposte pratiche a domande quali come sarà la consegna del cibo nel 2050? E come vivranno le persone in un mondo in cui l'acqua sarà scarsa o completamente assente? Inoltre, gli studenti hanno avuto l'opportunità di salvare quotidianamente le impressioni sul loro viaggio su Instagram, come parte di un compito affidato loro durante i corsi riguardanti i percorsi e i territori dell'alimentazione, che stanno frequentando presso l'Istituto Gustolab International di Roma.



The 2016 Pordenone Design Week (PDW) took place from March 14 to 18 in Pordenone with over 200 students, professors and professional designers in attendance. Pordenone is a small town located south of the Alpine foothills in the Friuli-Venezia Giulia region in the North-Eastern part of Italy.

Now in its fifth edition, PDW is organized every year by the Institute of Higher Education for Industrial Art and Design (ISIA Roma Design), and the University Consortium in Pordenone

The HWS Spring Program in Rome architecture students attended PDW as part of their 10-day trip to northern Italy before continuing on to Venice, Verona and Florence.

For five days, the 'HWS architecture family' as the students describe themselves, attended meetings, presentations and exhibitions at PDW to get inspiration and knowledge on topics such as media, design and food, between time spent in class to create their own design projects on urban food systems. They also had the chance to explore Pordenone, which they appreciated for its scenic landscape and small town feel.

Working alongside Italian students in small working groups, they explored different themes

Di pari importanza è stata l'esperienza degli studenti in una piccola cittadina, dove hanno potuto osservare sia le differenze tra Italia e Stati Uniti, sia tra Italia Centrale e Nord Italia. "Oggi abbiamo mangiato al bar dell'Istituto. E' stato interessante sottolineare le differenze tra le sale da pranzo qui e quelle negli Stati Uniti. Anche se qui le opzioni di scelta erano minori, la qualità del cibo era di gran lunga migliore", ha condiviso uno studente su Instagram. Un altro studente ha invece sottolineato le differenze tra il cibo che si trova a Roma e quello tipico di Pordenone. Ad ogni modo, le loro osservazioni non si limitavano al cibo, ma anche all'ambiente di apprendimento che si ritrova in università: "la gestione della classe è più di tipo collaborativo che individuale". Il tempo da dedicare alla socializzazione ed al relax ha rappresentato una parte importante del programma di Pordenone. Uno studente scrive infatti su Instagram, "la giornata è terminata con una nottata divertente in cui ho potuto esercitare il mio italiano con studenti e professori dell'ISIA. Nel parlare Italiano con loro, ho potuto approfondire la cultura di Pordenone, tramite le loro esperienze". Lo scambio di idee con gli studenti appartenenti a culture diverse rappresenta una parte importante del processo di apprendimento degli studenti, sia all'interno che all'esterno dell'Università.

In conclusione, si può affermare con certezza che gli studenti di Architettura della famiglia HWS hanno goduto di un'esperienza significativa e gratificante a Pordenone.

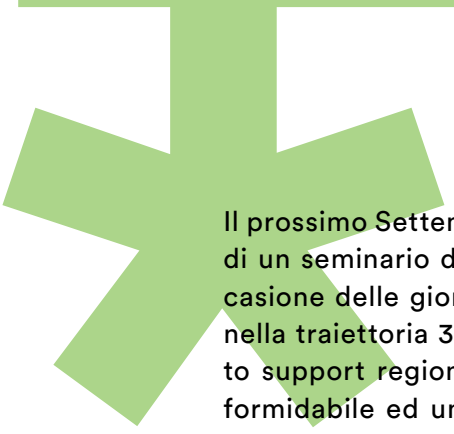
proposed by diverse companies and associations that were involved at PDW. The companies (Studio Fabbro, a communication agency, Metallaser, a high-tech sheet metal working center, and the water bottling plant Dolomia, just to name a few) asked the students to find design solutions for different future scenarios related to urban food issues. With the support of experts, and thanks to their creativity, students found practical answers through a systematic working process to questions like what will food delivery look like in 2050?, and how will people be able to live in a world with little to no water?

In addition, students had the opportunity to capture their daily impressions on their trip on Instagram as part of a course assignment for their Foodways and Foodscapes Course at Gustolab International in Rome.

Of equal importance was their experience in a small Italian town where students observed differences between Italy and the U.S., as well as between Central and Northern Italy. "Today we ate in the school's cafeteria. It was interesting to notice the differences between dining halls here vs. in the US. While there are fewer options here, I would say the food quality was much better", one student shared on Instagram. Others noted the difference in food found in Rome vs. Pordenone. However, their observation was not limited to food, it also addressed the learning environment at the university: "classroom learning is more collaborative than individual".

Time for socializing and relaxation was an important part of the schedule at Pordenone. One student shared on Instagram, "the day ended with a fun night practicing my Italian with students and professors from ISIA. By practicing my Italian with them, I was able to understand and learn the culture of Pordenone through their experiences." Exchanging ideas with students from a different culture was an important part of the students' learning process, both inside and outside of the university.

It can certainly be said that the HWS architecture family had a productive and meaningful experience in Pordenone.



Il prossimo Settembre La PDW sarà oggetto di un seminario di studio a Bruxelles in occasione delle giornate EuDesign Days 2016 nella traiettoria 3: "Design as strategic tool to support regional development", un goal formidabile ed un orgoglio per tutto il territorio. Il punto centrale della Design Week consiste in effetti nel cambio di paradigma con cui una istituzione formativa legge e interpreta se stessa e la relazione con il territorio in cui opera, specie in periodi di crisi acuta come il nostro. Forze socialmente rilevanti come scuole, imprese, economisti, manager e organismi rappresentativi delle industrie, coordinati dal Consorzio Universitario per una settimana si mettono al servizio della comunità: più che un'innovazione, un autentico prodigio. Lo scopo è semplice ma arduo: dare vita ad una nuova tipologia di processi innovativi a partire dal basso, e benché questi ultimi siano già in atto in altre università del mondo, noi lo abbiamo intuito e intercettato già 5 anni fa, cercando di aiutare a tessere un dialogo, fra cultura d'azienda, e cultura del progetto, ovviamente fuori dei canoni formali della professione, oggi in aperta drammatica crisi. Pensando al suo potenziale questo evento è solo agli inizi di un percorso che tenta di far rivivere quello Olivettiano: stimolare azioni locali guidate da un pensiero globale all'avanguardia, soprattutto stimolando il territorio stesso a ridisegnarsi da solo. Fatto sta che intanto molte aziende aprono la propria mente verso nuove visioni del brand e del business mentre tanti studenti faranno lo stage presso di loro e regolarmente vengono assunti, ovviamente non tutti,

Next September in Brussels the PDW will be the subject of a seminar on the occasion of the days EU Design Days 2016 in the trajectory n°3: "Design as strategic tool to support regional development", an amazing goal for the whole territory.

The central point of the Design Week consists in the change of paradigm with which a training institution reads and interprets itself and the relationship built up with the territory in which it operates, especially in times of acute crisis such as ours. The goal is simple but challenging: to create a new kind of innovative bottom up processes, and although the matter are already in place in other universities around the world, we were sharing the same intuition 5 years ago, trying to help weave a dialogue between the business culture, with culture of the project, of course, out of the formal professional canons. Considering its nature such event attempts to revive the Olivetti thinking: stimulating local actions guided by a vanguard global thought, by stimulating the territory to redraw itself.

The fact is that while many companies are opening their minds to new visions of the brand and the business, many students will do internships with them regularly and furtherly they are hired, of course not all, but a large amount.

A stellar success of which unfortunately media do not talk enough, but the real fact is that we are creating employment through innovative and pragmatic use of the training. The era of knowledge formed in modernity, looks really creaky, included the institutional bodies in which such knowledge is

ma molti. Un successo stellare di cui purtroppo non si parla abbastanza, ma la vera realtà è che stiamo creando occupazione grazie ad un uso innovativo e pragmatico della formazione. L'era del sapere strutturatosi nella modernità, sembra davvero scricchiolare, e con esso anche il modello di istituzione che attualmente lo detiene e lo distribuisce quale ente sacrale inalterabile nei secoli. Eppure in era internet l'università deve confrontarsi assolutamente con alcuni aspetti recenti e già totemici a) La modalità outsourcing ormai mondiale del sapere; b) la sua pressoché impermeabilità verso i territori ospitanti; c) il problema dello spreco delle risorse intellettuali e creative che non trovano punti di applicazione nonostante gli innumerevoli bisogni impellenti delle città e delle collettività. Ammesso che oggi dobbiamo perfezionare molto la relazione fra economie di accesso ed economie di proprietà, credo proprio che lo sperpero di migliaia di cervelli sta per diventare un tema bollente nel prossimo futuro. Noi facciamo del nostro meglio.

currently holded and distributed. Yet in the Internet era the university has to deal with some aspects, already totemic: a) The current worldwide outsourcing knowledge; b) Its impermeability to the host territories; c) the problem of the waste of intellectual and creative resources which haven't points of application in spite of the many pressing needs of cities and communities. Without forgetting that we have to better deepen the relationship between access economies and economies of ownership, I think the waste of thousands of brains is actually going to become a hot topic in the near future. We are doing our best.

Organizzato da



in collaborazione con



con il patrocinio di



Comune di Pordenone



provincia di Pordenone



CAMERA DI COMMERCIO
INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA
PORDENONE

con il sostegno di



Partner Aziendali



Educational Partner

