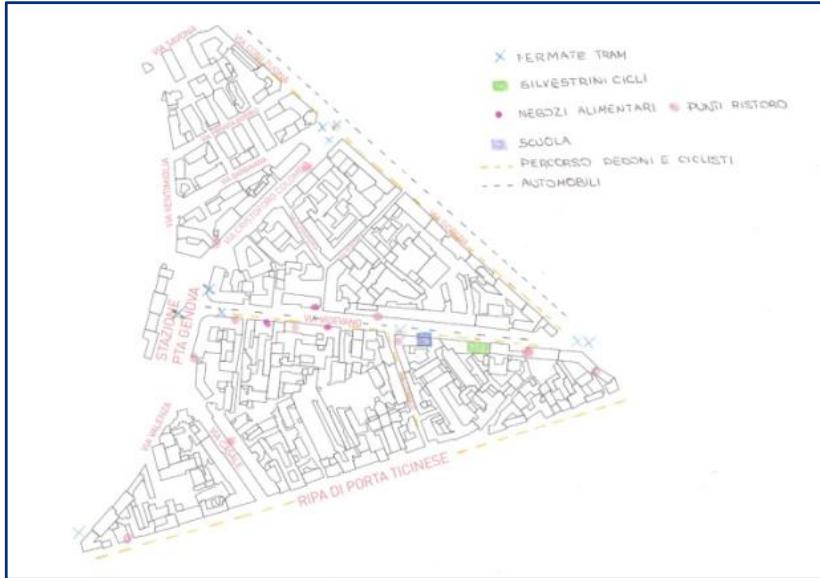


BOX
ME
NOT



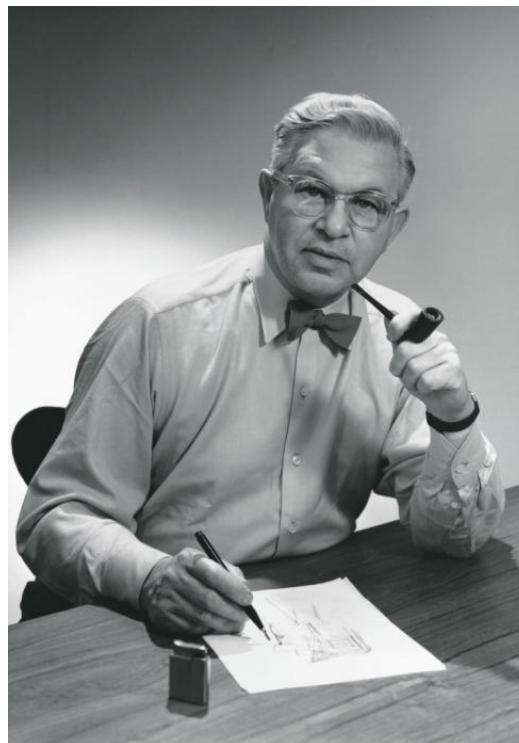
**“se il cliente non va
dal designer, il
designer va dal
cliente”**



**A.A. 2012/13: small
business/BIGdesign**



prima



INVERSO

**il cliente (azienda o privato)
chiama il designer**

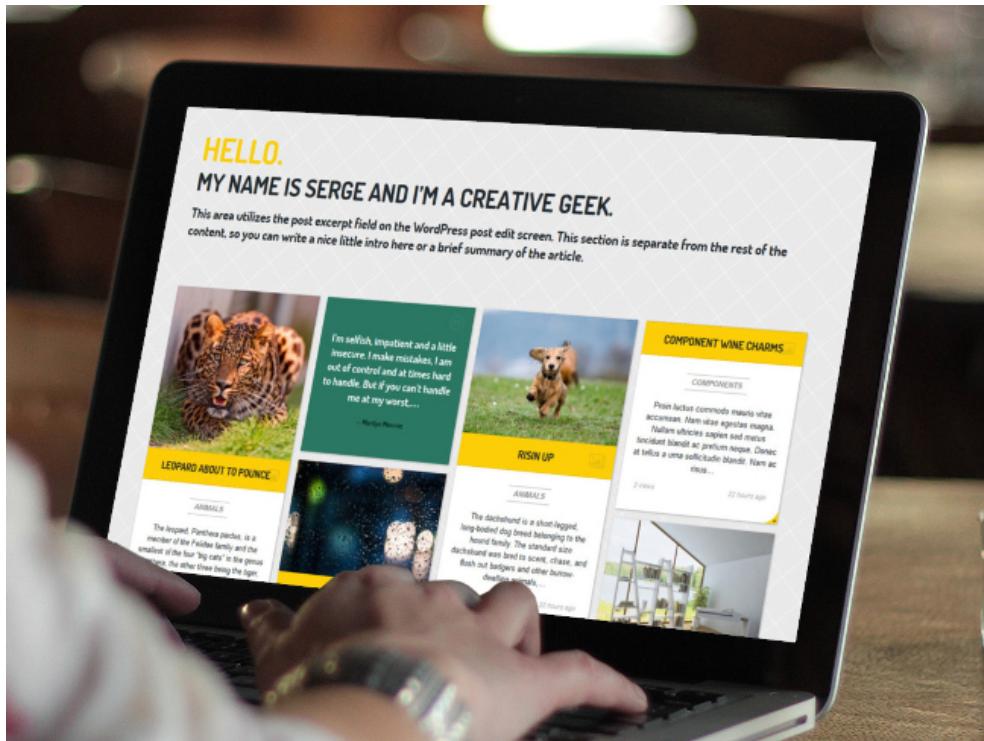


COSA OFFRE IL DESIGNER

- prodotto**
- servizio**
- idee**
- strategie**
- esperienza**



DOVE LO OFFRE



- web
- fiera
- concorsi
- studio
- azienda
- spazi privati?
- spazi pubblici?



COME LO OFFRE?



SCOPO



VENDERE
VENDERE
il proprio talento



MEZZO



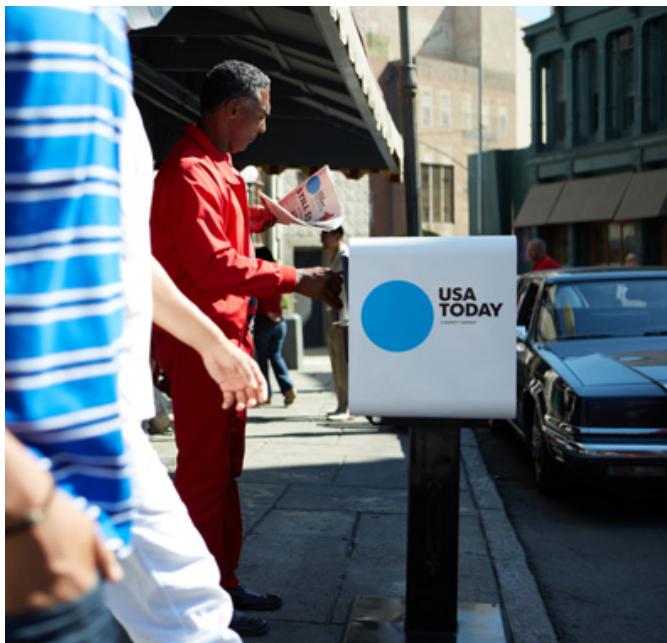
- puntuale
- diffuso



MEZZO

**- diffusione virtuale
(web)**

- diffusione fisica

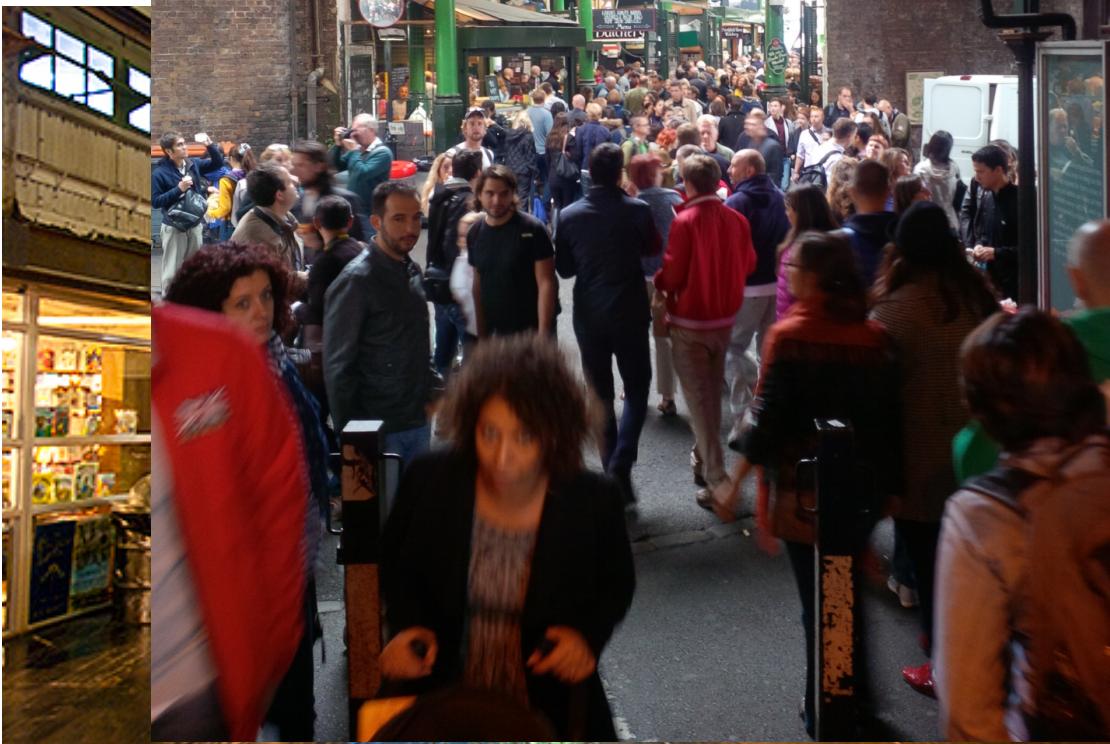
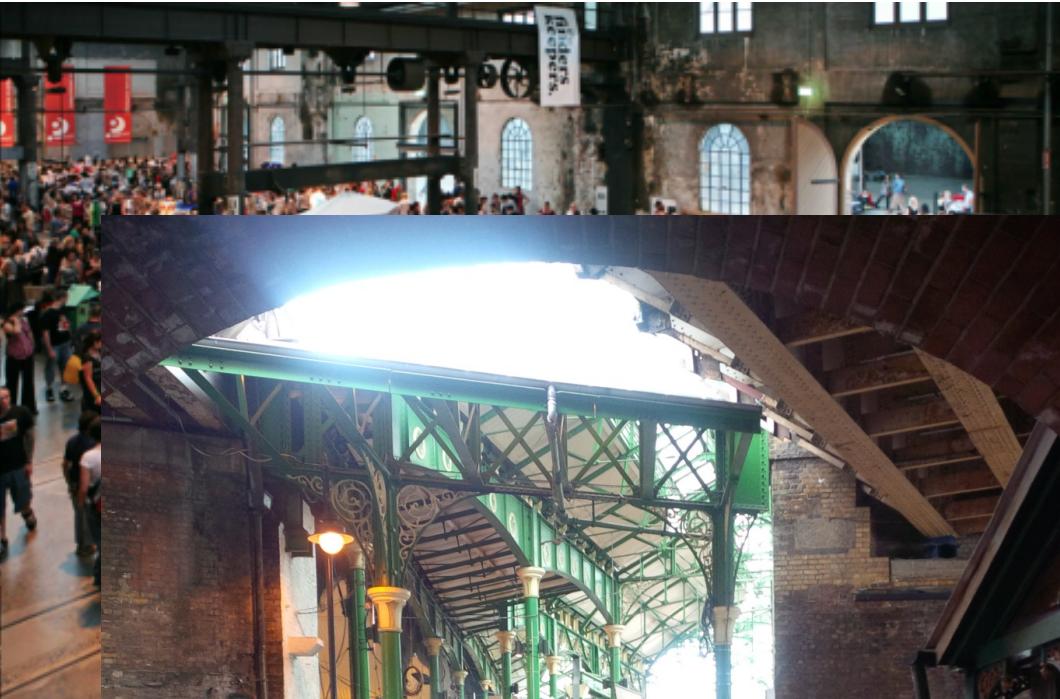




DIFFUSIONE FISICA



- in interno
- in esterno



IN INTERNO

- fiera
- mercato



IN INTERNO



- fiera
- mercato



IN INTERNO

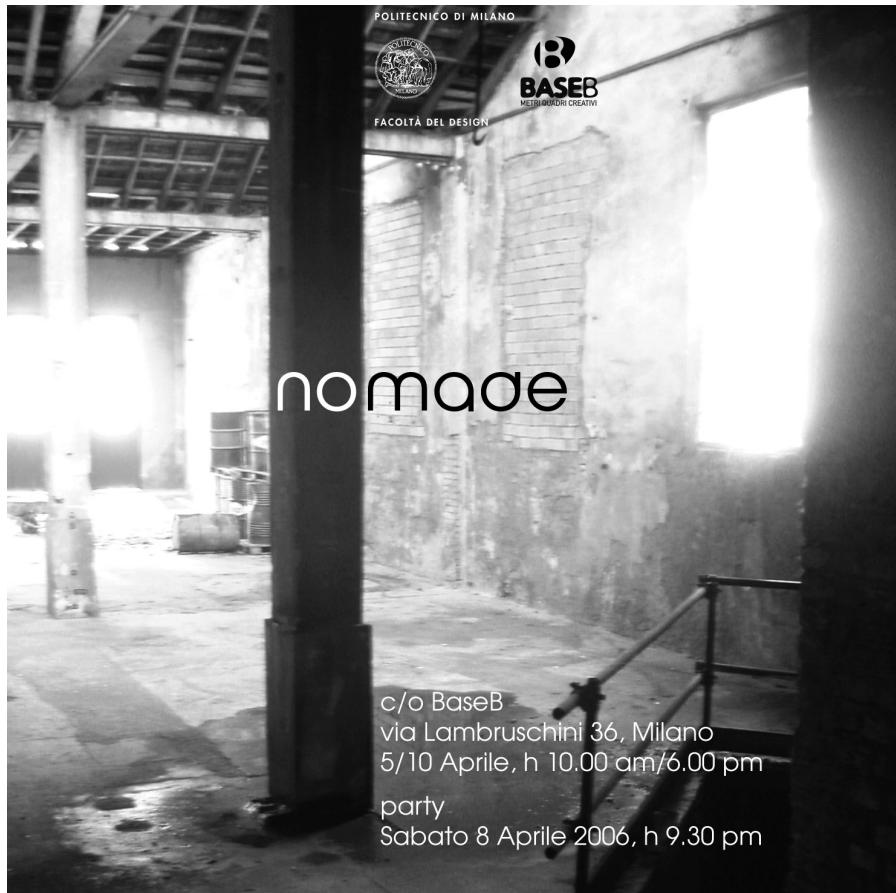


- fiera
- mercato
- mercato organizzato**



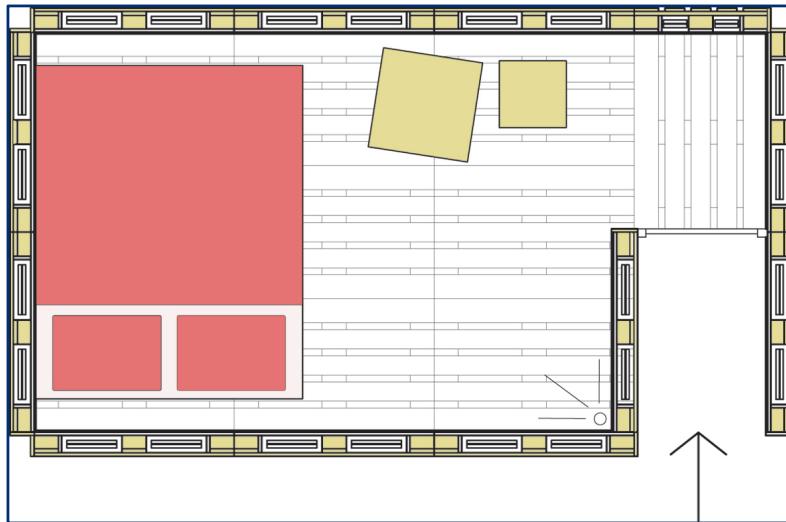
in interno

**campeggio urbano zona
Ventura, Milano**



in interno

**mostra-evento NOMADE Milano
2006**



in interno



“INDUSTRIAL SHELTERS”



IN ESTERNO



- mercato**
- gazebo**



COME RISPETTO AL LUOGO



- stabile**
- mobile**



STABILE



mercato del pesce, Noli (SV)



STABILE

“AirBnB pop-up home”
Justina Blakeney
Los Angeles



MOBILE



“Rolling huts” Tom Kundig

**“Global street food event”
Weil am Rhein (Dornbracht)**



MOBILE





MOBILE





IBRIDO (mobile immobile)



container



**COME
RISPETTO ALLA QUANTITA'**



- singolo**
- multiplo**

SINGOLO



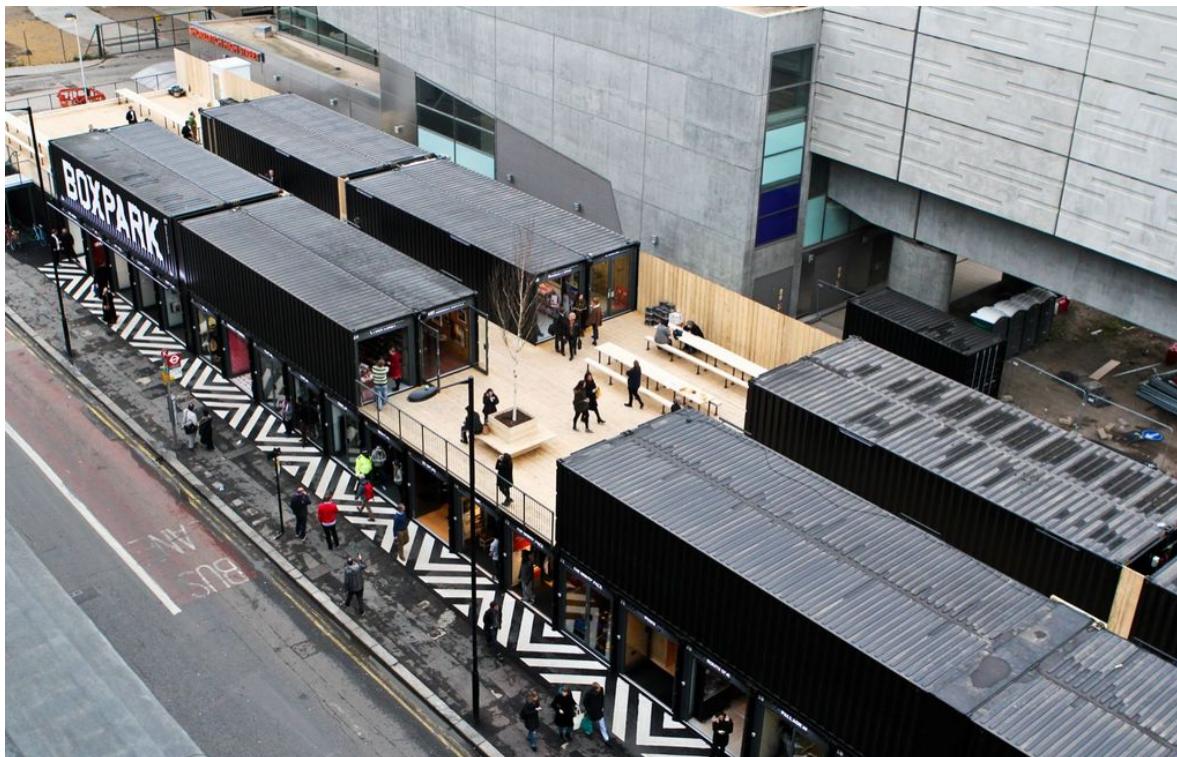
Container Illy

Adam Kalkin

52[^] Biennale di Venezia



MULTIPLY

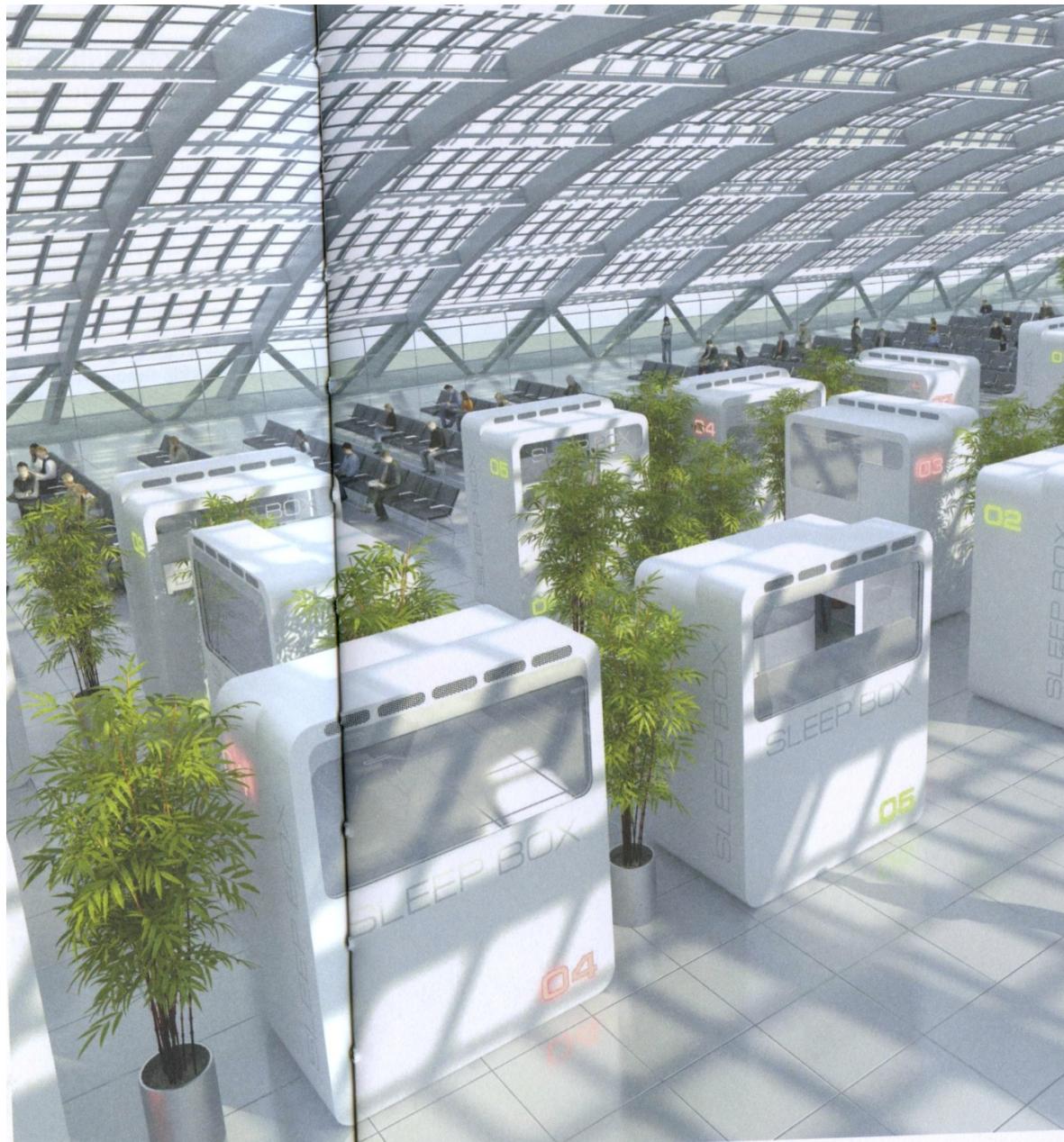


**Boxpark, Shoreditch, Londra –
architetti Waugh Thistleton**



MULTIPLO

**“secure retail units” for
Bradbury Street market Londra
– architetti Hawkins/Brown -
1990**



MULTIPLO

“Sleepbox – Arch Group 2009

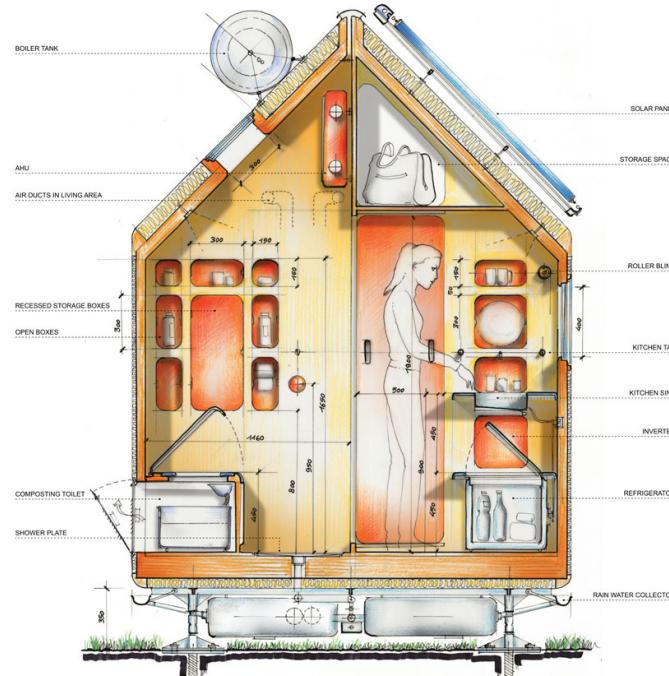


CARATTERISTICHE

- **low-tech**
- **high-tech**



LOW TECH



HIGH TECH



“Diogene” - Renzo Piano - 2013



CARATTERISTICHE



- **ready-made**
- **nuovo**



- nuovo
- **ready-made**



- **nuovo**
- **ready-made**

“Odawara hall and East Gate”
Shigeru Ban



CARATTERISTICHE



- **abitabile**
- **non abitabile**



CARATTERISTICHE

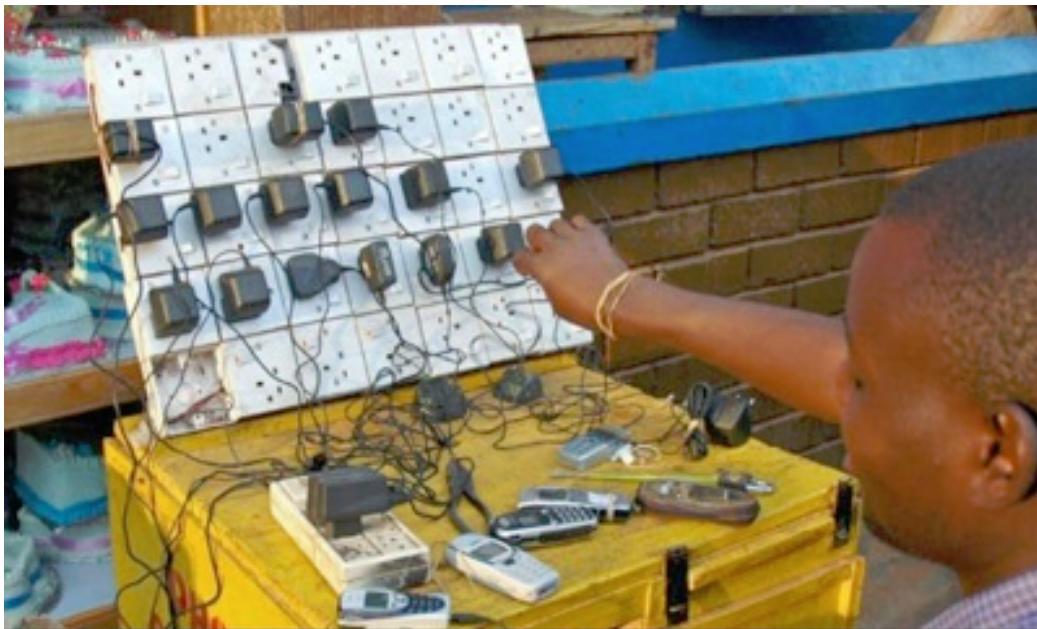


- solo montabile
- smontabile



'Square' market stall - Rintala Eggertsson architects

'Concrete canvas' – P.Brewin e W.Crawford



COSA OFFRIRE



servizio



COSA OFFRIRE

RETAIL

+ MOBILE

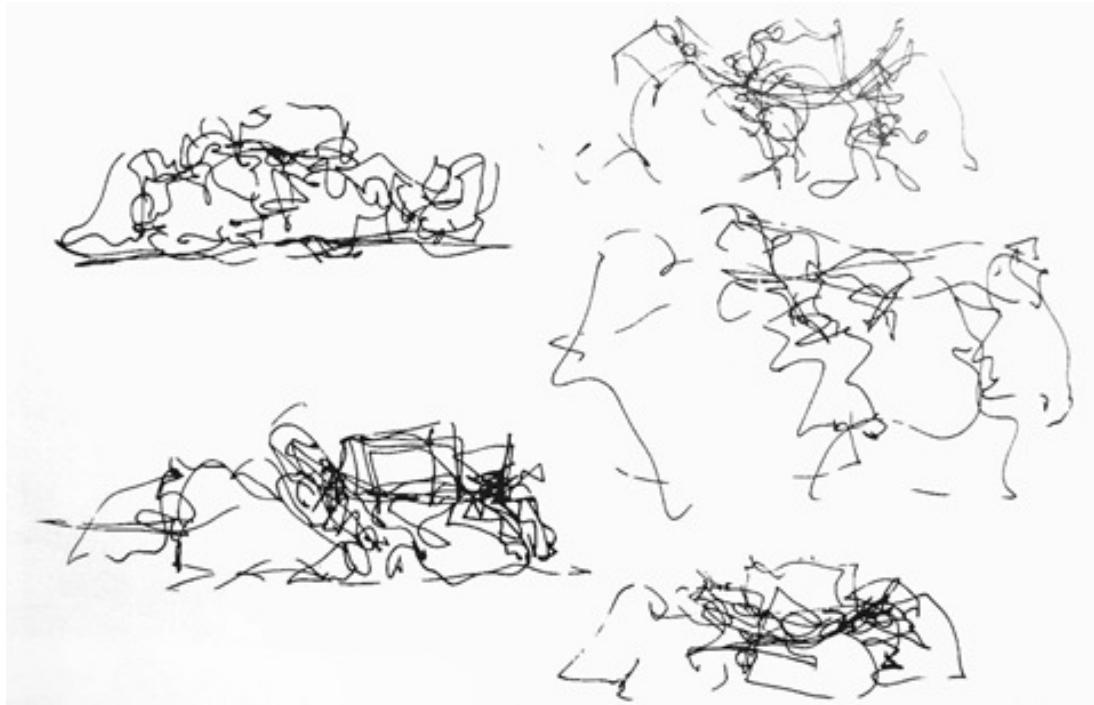
+ READY MADE



COSA OFFRIRE

servizio

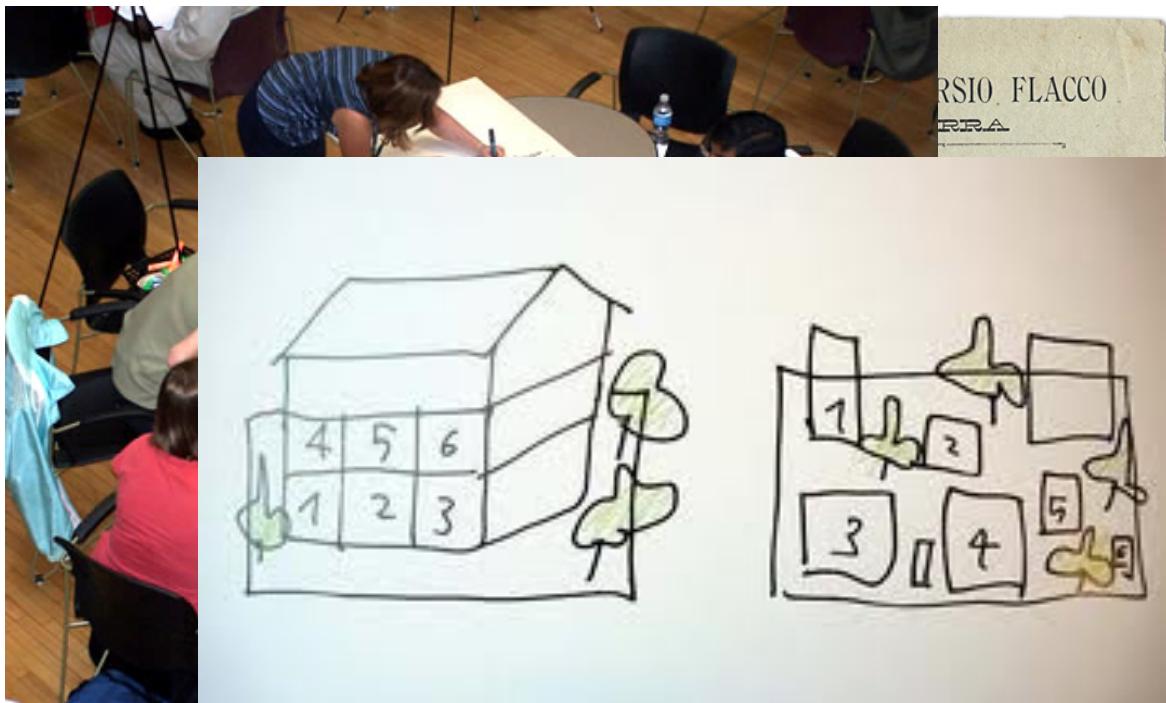
+ mobile?



RISULTATO DEL PROGETTO

?





FASI DEL PROGETTO

- Informarsi - scoprire gli attori e il dramma; porre attenzione ai fattori guida prima di concentrarsi sul prodotto finale
- Strutturare, filtrare, raggruppare, "sgrossare", trasformare l'"informazione" in "conoscenza"
- Comunicare e convogliare le opinioni, sostenerle, visualizzarle
- Individuare le attuali carenze, le opportunità future, gli stili di vita emergenti
- Concettualizzare, visualizzare e testare i concetti per una valutazione di gruppo, di supergruppo e dei docenti in modo da aggiungere nuove prospettive e una migliore informazione
- Presentare: comunicare un'ipotesi accattivante, un percorso di pensiero testato e una sintesi (disegni e modelli)

(Problema)

P — RISO VERDE

(Definizione problema)

DP — RISO VERDE CON SPINACI
PER QUATTRO PERSONE

(Componenti del problema)

CP — RISO · SPINACI · PROSCIUTTO · CIPOLLA
OLIO · SALE · PEPE · BRODO.

(Raccolta di dati)

RD — c'è qualche altra persona che lo
ha già fatto?

(Analisi dei dati)

AD — come lo ha fatto? cosa posso
imparare da lei?

CREATIVITÀ

C — come metto assieme tutto ↑
nel modo più giusto?

(Materiali e tecnologia)

MT — quale RISO? ←
quale pentola? che fuoco?

(Sperimentazione)

SP — prove - assaggi

(Modello)

M — campione definitivo

(Verifica)

✓ — buono, va bene per 4

DISEGNI
COSTRUTTIVI

S RISO VERDE
servito su piatto caldo

PRINCIPI DEL DESIGN

CICLO DI SVILUPPO

La creazione dei prodotti avviene in quattro fasi: definizione dei requisiti, progetto, sviluppo e verifica.

Definizione dei requisiti: tramite ricerche di mercato, commenti dei clienti, focus group, verifiche di usabilità.

Progetto: obiettivo esplicito: soddisfare i requisiti di design. Obiettivo implicito: elaborare un progetto originale. Tramite studio attento delle soluzioni analoghe già esistenti, ampio uso dei prototipi e di reiterati tentativi, verifiche e ottimizzazioni.

Sviluppo: il design viene trasformato in un prodotto concreto. Due strategie principali: ridurre la variabilità dei materiali, della creazione e dell'assemblaggio di componenti; verificare il rispetto delle specifiche nel corso dell'intero processo di sviluppo.

Verifica: l'oggetto deve garantire il soddisfacimento dei requisiti e delle specifiche di design e l'accettazione da parte del pubblico. Si verificano: qualità, prestazioni, facilità e affidabilità dell'installazione.



ESEMPIO

HOFOHO



PRINCIPI DEL DESIGN

EFFETTO ESTETICA - USABILITÀ'

Un design con valenza estetica è percepito come più facile da utilizzare rispetto a un progetto privo di tale valenza.



PRINCIPI DEL DESIGN

COMPROMESSO FLESSIBILITÀ-USABILITÀ

All'aumento della flessibilità di un sistema corrisponde una riduzione della sua usabilità.

Un design flessibile consente di eseguire un numero di operazioni maggiore rispetto a un design specialistico, ma con prestazioni meno efficienti.

CARATTERISTICHE del PRODOTTO FINALE

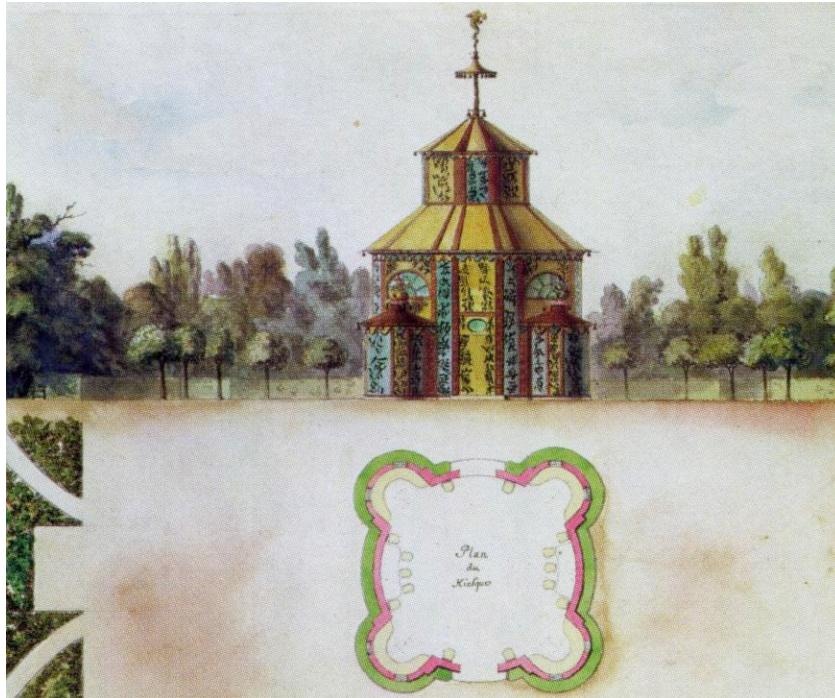


- flessibilità
- resistenza
- economicità
- ottimo aspetto estetico
- facilità di montaggio / smontaggio
- intelligente uso degli spazi e degli ingombri
- cura dei dettagli
- controllo delle dimensioni
- scelta ragionata dei materiali
- ottima presentazione finale



L' IDEA DI DESIGN

**nasce dai bisogni, dai vuoti,
dalle necessità, dalla
convenienza, dal gioco**



L' IDEA DI DESIGN



**nasce dall'imitazione,
dall'ispirazione, dall'analisi,
dalla memoria**



L' IDEA DI DESIGN



**implica trasformazione
combinata con invenzioni
intelligenti e scoperta di
nuove funzioni**



L' IDEA DI DESIGN

**riusa, converte e genera
creando qualcosa di nuovo
- o sostituendo qualcosa di
vecchio.**



L' IDEA DI DESIGN

può aprire gli occhi del cliente e permettergli di percepire le capacità del designer e le potenzialità del design



L' IDEA DI DESIGN

aumenta le possibilità delle persone rendendole più consce e inclini a porre domande e a dare risposte all'interno di uno scambio libero e continuo di idee



L' IDEA DI DESIGN

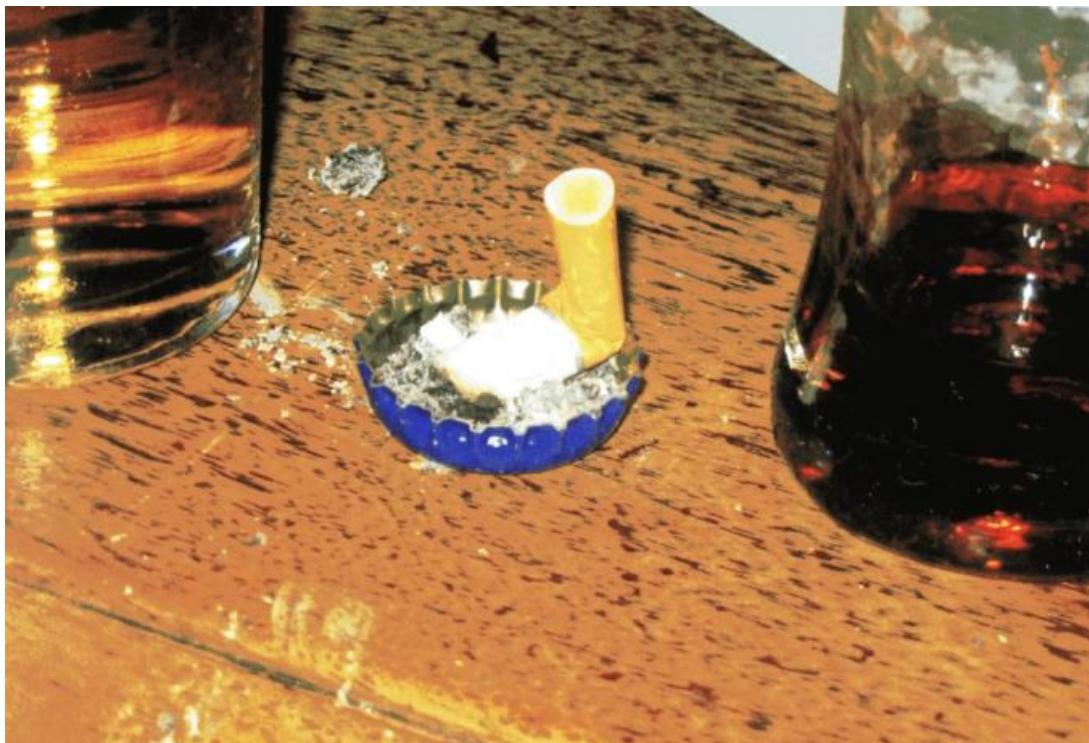
e' sovversiva: genera nuovi metodi, nuove strade da percorrere più rapide o più intelligenti, a volte scorciatoie più attraenti e piacevoli.

COME?



**CERCATE I VUOTI/LE
OPPORTUNITÀ!**

**fate di ogni necessità una
virtù: trovate soluzioni
temporanee, istantanee,
improvvisate.**



CERCATE I VUOTI/LE OPPORTUNITA'

**trovate un'applicazione
particolare per la quale non
ci sia ancora un prodotto
sul mercato**

**CERCATE I VUOTI/LE
OPPORTUNITA'!**

**trovate un'alternativa
economica a prodotti
costosi**

grill from Kampala, Uganda



**CERCATE I VUOTI/LE
OPPORTUNITA'!**

**riciclate materiale di scarto
o prodotti usati per ragioni
ecologiche o economiche
(o solo per divertimento!)**





GUARDATE IN ALTO!



ristorante the Cube

Park Associati

“Event horizon”

Antony Gormley 2010



GUARDATE IN BASSO!





GUARDATE IN MEZZO!





GUARDATE DENTRO!



- ricerca etnografica
- strategie



**lasciatevi ispirare dalle
soluzione di “design non
intenzionale” di ogni giorno**



dai bisogni della gente





**dalla potenzialità degli
oggetti**

da punti di vista diversi





dal divertimento!



Buon lavoro!