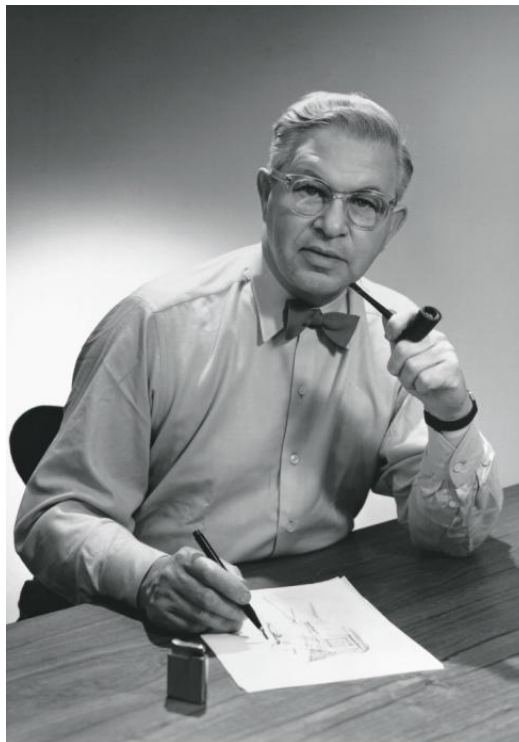




prima

INVERSO



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

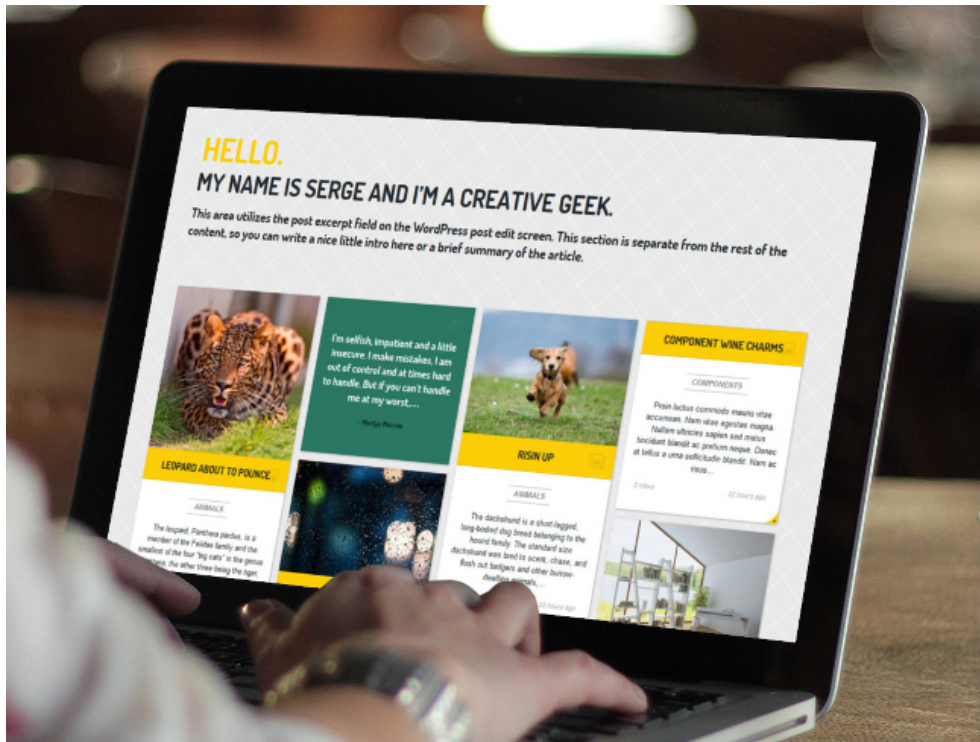


COSA OFFRE IL DESIGNER

- **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



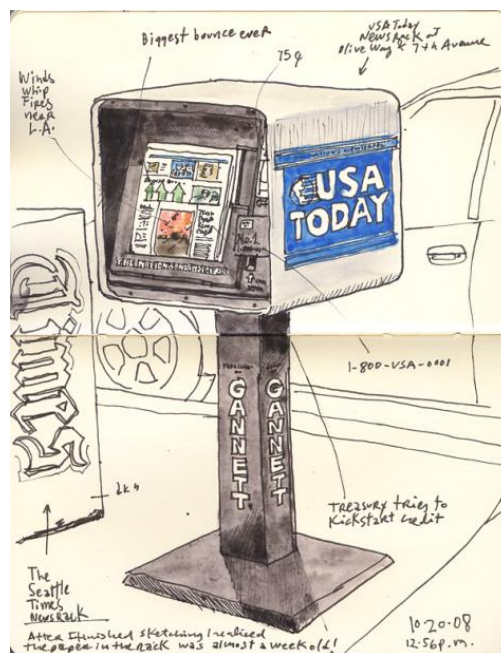
MEZZO



- puntuale
- diffuso



MEZZO



- diffusione virtuale (web)

- diffusione fisica



DIFFUSIONE FISICA



- in interno
- in esterno



IN INTERNO

- fiera

- mercato



IN INTERNO



- **fiera**

- **mercato**



IN INTERNO

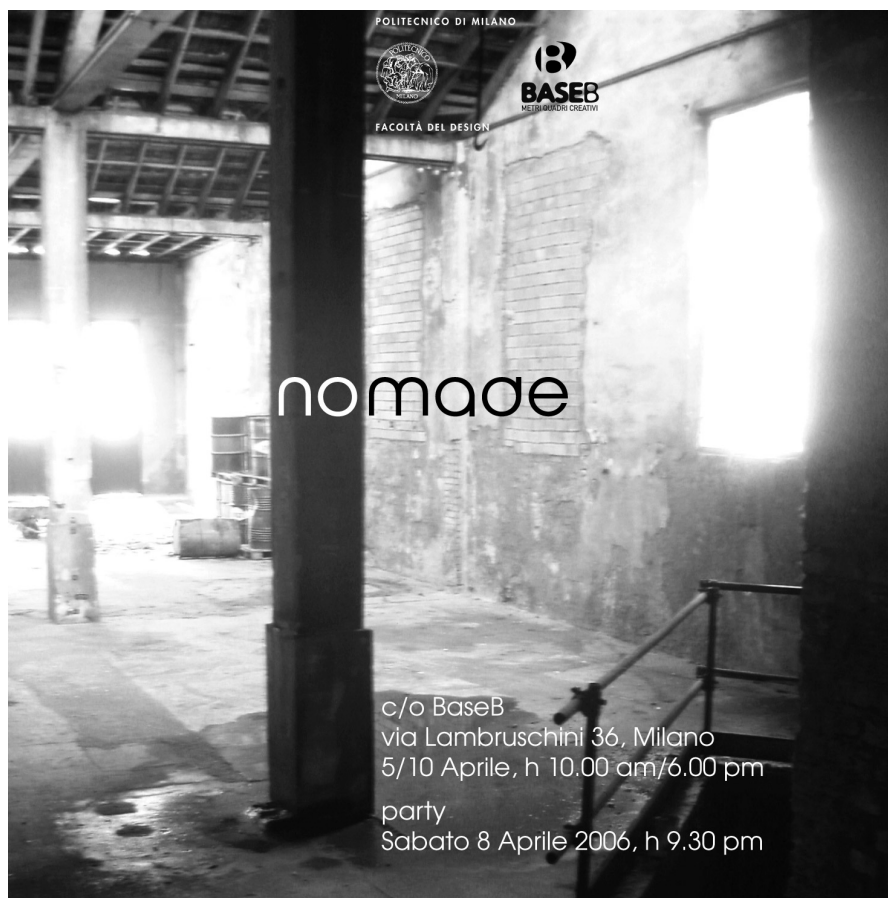


- fiera
- mercato
- **mercato organizzato**



in interno

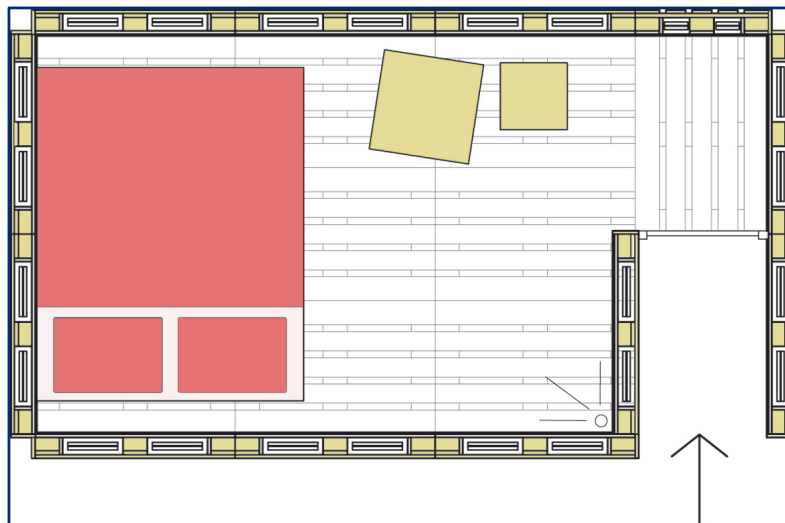
**campeggio urbano zona
Ventura, Milano**



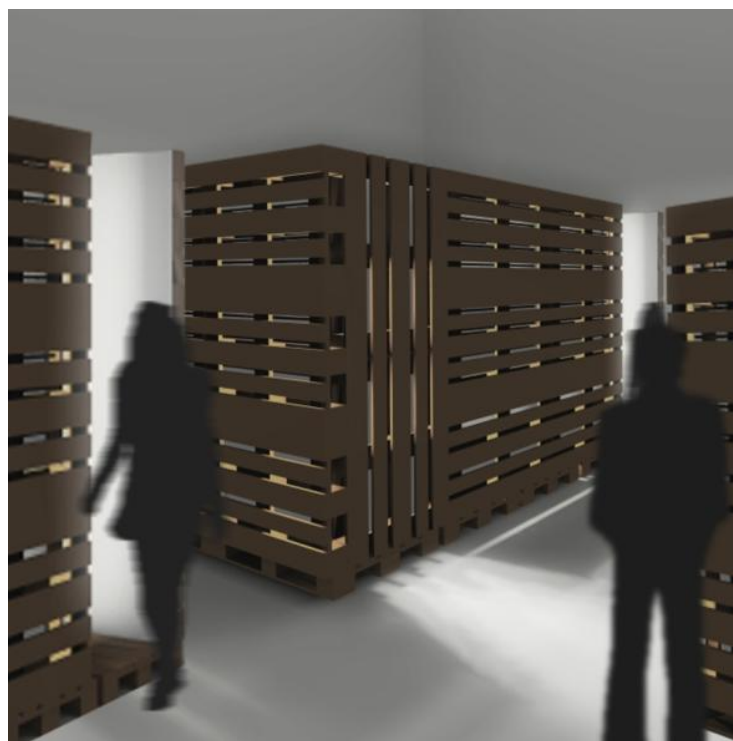
in interno

**mostra-evento NOMADE Milano
2006**

c/o BaseB
via Lambruschini 36, Milano
5/10 Aprile, h 10.00 am/6.00 pm
party
Sabato 8 Aprile 2006, h 9.30 pm



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



MULTIPLO

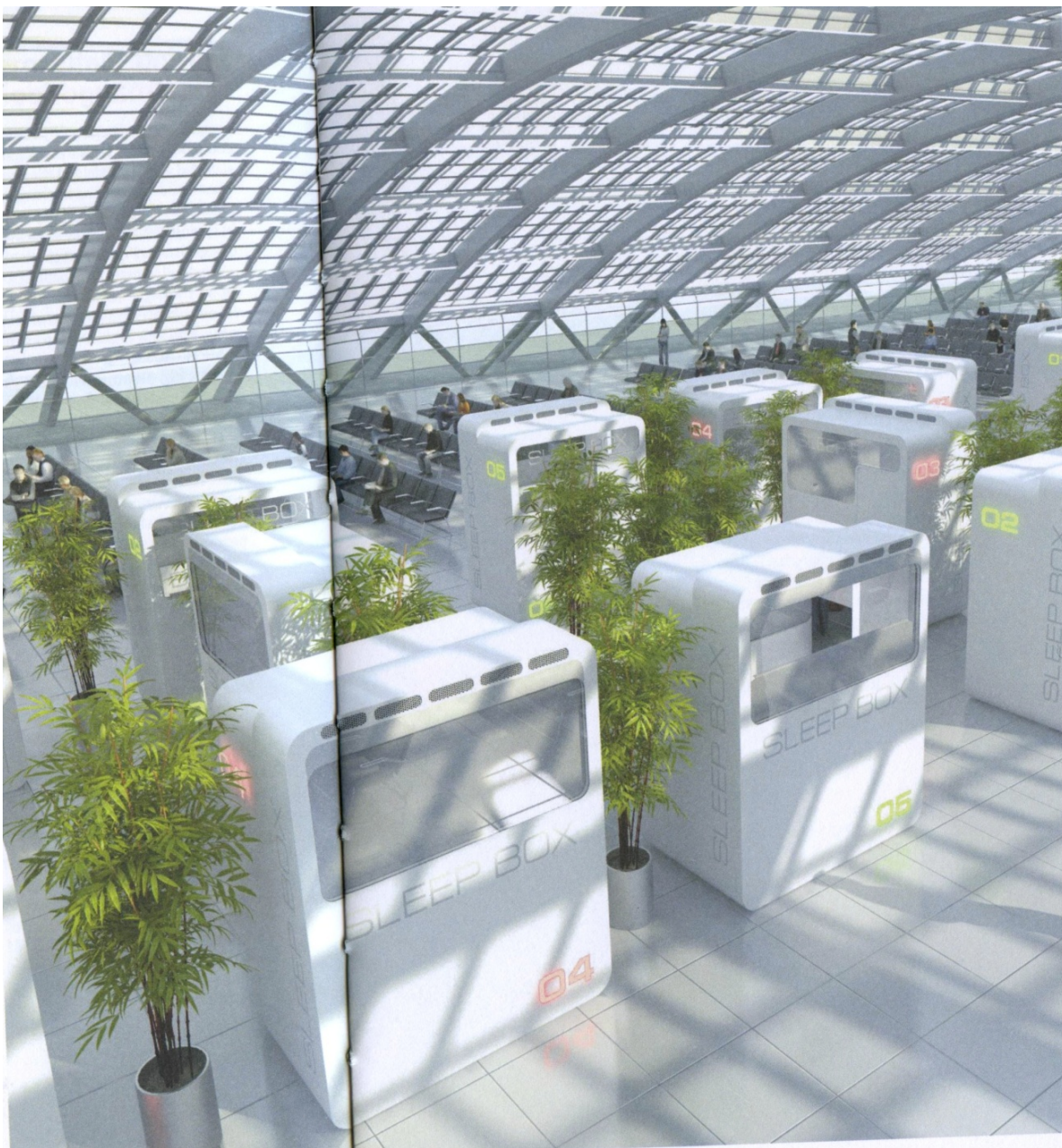


**Boxpark, Shoreditch, Londra –
architetti Waugh Thistleton**



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



CARATTERISTICHE



- ready-made**
- nuovo**



- nuovo

- **ready-made**



- nuovo

- ready-made

**“Odawara hall and East Gate”
Shigeru Ban**



CARATTERISTICHE



- abitabile
- non abitabile



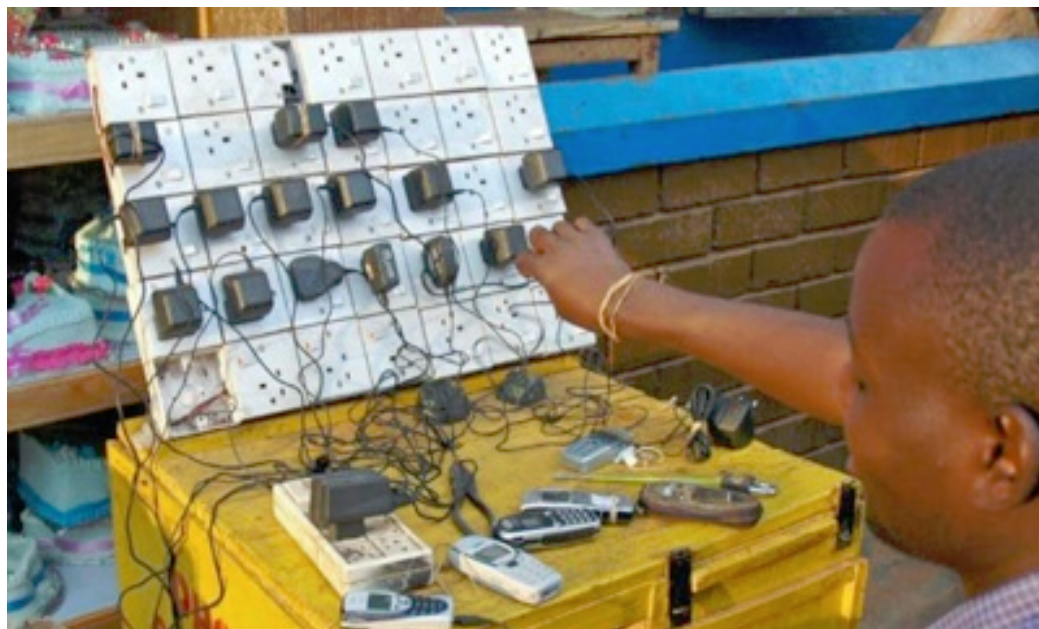
CARATTERISTICHE

- solo montabile
- smontabile



**'Square' market stall - Rintala
Eggertsson architects**

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



COSA OFFRIRE



servizio



COSA OFFRIRE

RETAIL

+ MOBILE

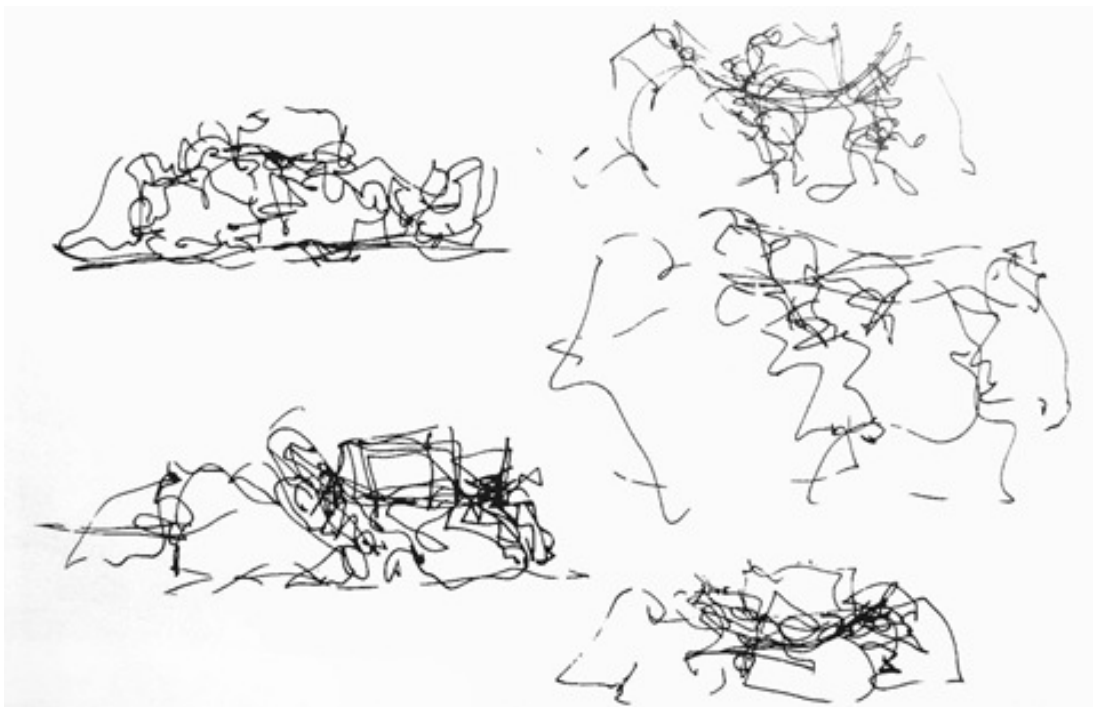
+ READY MADE



COSA OFFRIRE

servizio

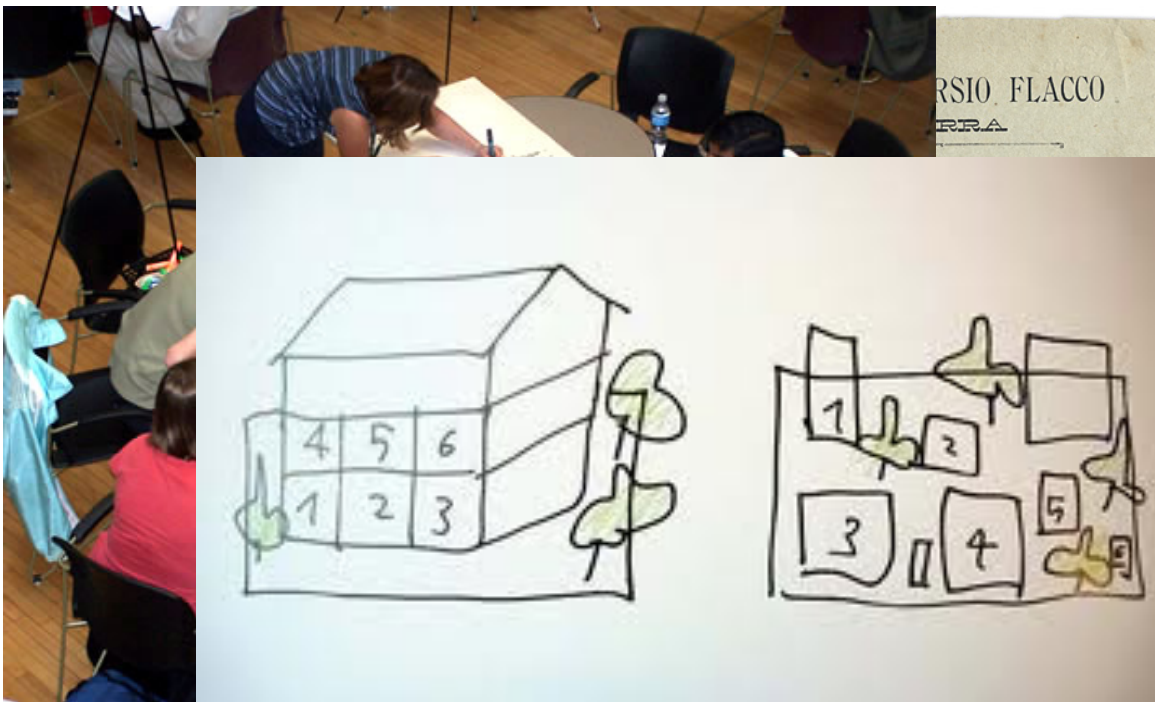
+ mobile?



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)



PRINCIPI DEL DESIGN

CICLO DI SVILUPPO

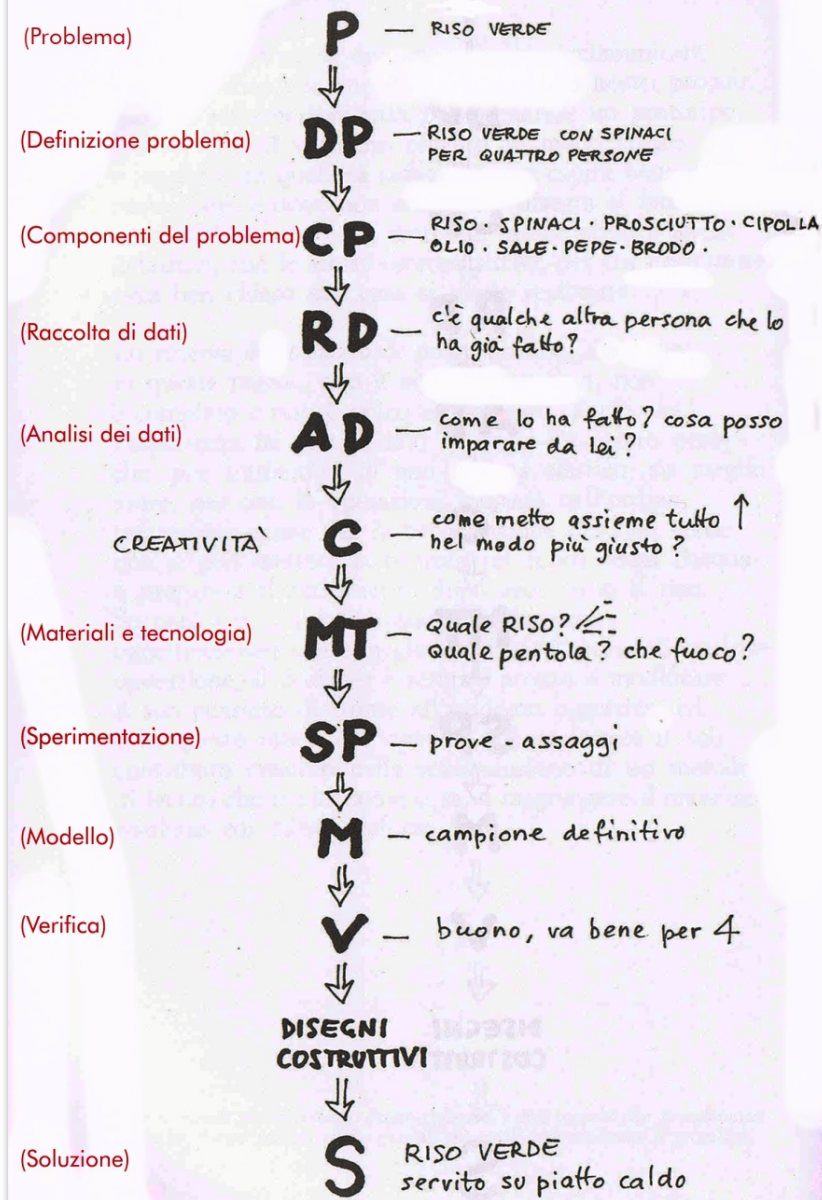
La creazione dei prodotti avviene in quattro fasi: **definizione dei requisiti, progetto, sviluppo e verifica.**

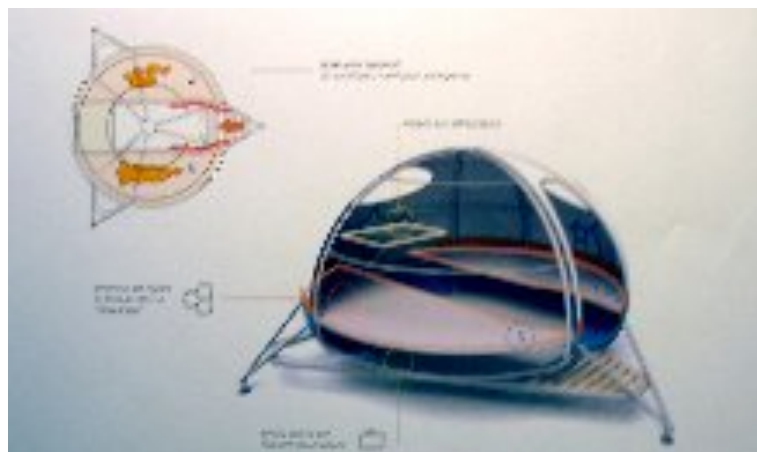
Definizione dei requisiti: tramite ricerche di mercato, commenti dei clienti, focus group, verifiche di usabilità.

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

HOfroHo



PRINCIPI DEL DESIGN

EFFETTO ESTETICA - USABILITA'

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



PRINCIPI DEL DESIGN

COMPROMESSO FLESSIBILITA'- USABILITA'

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.



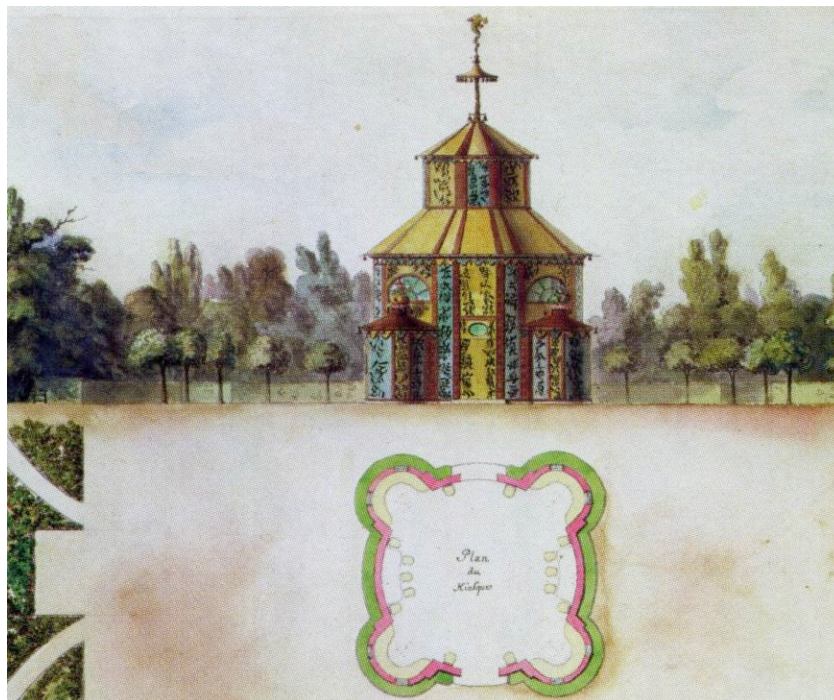
CARATTERISTICHE del PRODOTTO FINALE

- 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

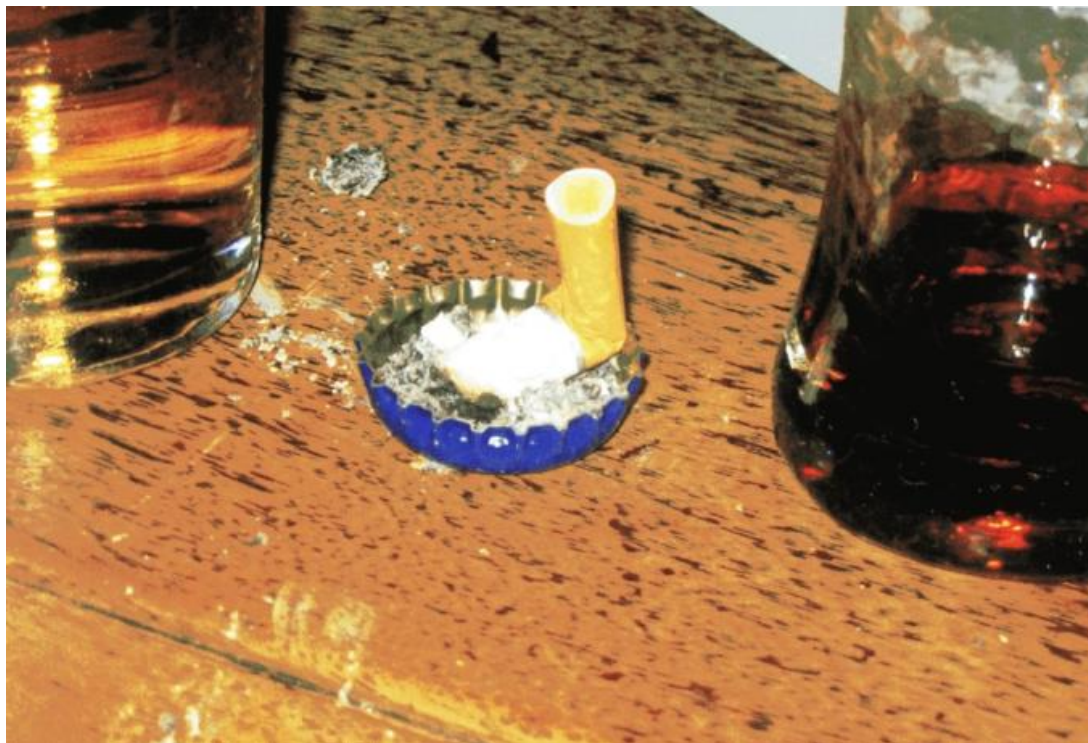
e' sovversiva: genera nuovi metodi, nuove strade da percorrere più rapide o più intelligenti, a volte scorciatoie più attraenti e piacevoli.

COME?



CERCATE I VUOTI/LE OPPORTUNITA'!

**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'!**

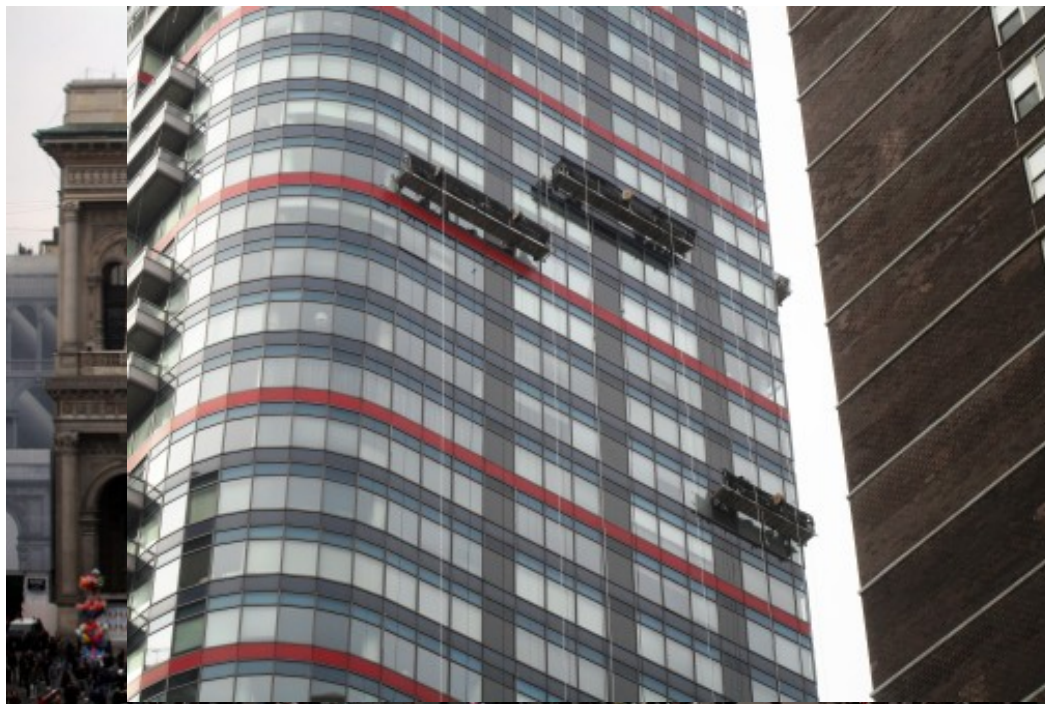
**trovate un'alternativa
economica a prodotti
costosi**

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!