

# MIRQ FLO WEPS



Politecnico  
di Torino



**Politecnico  
di Torino**

## Politecnico di Torino

Corso di Laurea triennale in Design e Comunicazione

Anno accademico 2022/2023

Sessione di Laurea Luglio 2022

## **Miraflores**

L'annuario dei corsi di Laurea in Design e Comunicazione, Prodotto,  
Design sostenibile per il sistema alimentare e Sistemico

Relatori:

Prof. Cristian Campagnaro

Candidato:

Vittorio Gennaro

# ABSTRACT

Il lavoro di tesi è nato da un'esigenza: la valorizzazione dei progetti degli studenti delle diverse aree di Design del Politecnico di Torino. Attraverso un approfondito dialogo con il Professor Cristian Campagnaro, coordinatore dell'area di Design, è emersa la necessità che i progetti sviluppati dagli studenti possano essere raccolti, di anno in anno, in un vero e proprio annuario.

Ogni anno, gli studenti dei diversi corsi dell'area di Design (Design e Comunicazione, Design del Prodotto, Design Sostenibile per il Sistema Alimentare, Design Sistemico) si cimentano in percorsi progettuali, sperimentando e producendo progetti di svariate tipologie. Tutta questa produzione è il risultato di un'attenta guida ed analisi da parte dei docenti, sommata alla crescita progettuale ed umana degli studenti del Politecnico che, progetto dopo progetto, acquisiscono abilità ed affinano l'approccio al lavoro di gruppo.

È quindi evidente che, in ogni anno accademico, viene realizzato un elevato numero di progetti, con obiettivi e capacità acquisite basati su quella che è la proposta formativa del Politecnico di Torino. Questo vero e proprio flusso produttivo di idee, analisi, grafiche, prodotti, output visivi e supporti, ad oggi non ha alcun tipo recinto o luogo di raccolta che possa metterli in luce. Da qui perciò inizia il mio percorso di tesi.

Un'annuario che, di anno in anno, possa raccogliere i migliori progetti dell'anno corrente, diventa quindi un'occasione di valorizzazione degli studenti e del Politecnico stesso. I tre grandi target ai quale l'annuario si rivolge sono: in primis gli studenti stessi, poi le famiglie, ed infine gli enti esterni come le aziende.

# INDICE

## INTRODUZIONE

pag. 8

## 1 CASI STUDIO

### 1.1 Università con un annuario

pag. 12

1.1.1 Università di Studi della Campania

1.1.2 IUAV Università di Venezia

1.1.3 Università D'Annunzio di Pescara

1.1.4 Nuova Accademia di Belle Arti di Milano

### 1.2 Università che organizzano mostre fisiche o digitali

pag. 20

1.2.1 IBZ Università di Bolzano

1.2.2 Nuova Accademia di Belle Arti di Milano

1.2.3 Università di Ferrara

### 1.3 Università con una sezione del sito dedicata ai progetti

pag. 23

1.3.1 Università di San Marino

1.3.2 IED

1.3.3 IAAD di Torino

1.3.4 Scuola Politecnica di Design

1.3.5 Accademia di Belle Arti Santa Giulia

1.3.6 Accademia Italiana di Firenze

1.3.7 Università di Architettura di Pescara

1.3.8 Rome University of Fine Arts

## 2 TENDENZE E SUPPORTI ADOTTATI

### 2.1 L'annuario come strumento

pag. 32

**2.2 Le mostre fisiche e virtuali** pag. 33

**2.3 La sezione del sito** pag. 34

## **3 WORKSHOP “LE QUOTE 2022”**

**3.1 I progetti** pag. 38

3.1.1 Caso Studio

3.1.2 Guscio

3.1.3 PolID

3.1.4 .Zip

3.1.5 The Eyes

3.1.6 Create

**3.2 Strumenti adottati** pag. 45

## **4 ANALISI DEL TARGET**

**4.1 Studenti** pag. 51

4.1.1 Questionario studentesco

4.1.2 Interessi e Valori

4.1.3 Requisiti

**4.2 Famiglie** pag. 64

4.2.1 Interessi e Valori

4.2.2 Requisiti

**4.3 Aziende ed Enti esterni** pag. 70

4.3.1 Interessi e Valori

4.3.2 Requisiti

**4.4 Sintesi e unione** pag. 76

## **5 MIRAFLOWERS**

**5.1 Tipologie di contenuti** pag. 82

5.1.1 Progetti

5.1.2 Esperienze

5.1.3 Interventi

**5.2 Struttura** pag. 86

**5.3 Team editoriale** pag. 89

**5.4 Concept** pag. 89

5.4.1 Naming

5.4.2 Visual Identity

**5.5 Indice** pag. 100

5.5.1 Introduzione

5.5.2 Fondamentali

5.5.3 Comunicazione

5.5.4 Prodotto

5.5.5 Laboratori Progettuali

5.5.6 Sistema Alimentare

5.5.7 Sistemico

5.5.8 Progetti di Tesi

5.5.9 Workshop

5.5.10 Esperienze Erasmus

5.5.11 Tirocini

5.5.12 Rubriche studentesche

5.5.13 Conclusione

**6 CONCLUSIONE** pag. 117

**7 FONTI** pag. 118

# INTRODUZIONE

L'annuario è una pubblicazione annuale che riporta analiticamente e statisticamente i dati relativi a una determinata attività o impresa pubblica o privata di vaste proporzioni<sup>[1]</sup>.

A partire da questa definizione è cominciata la riflessione progettuale sul tipo di contenitore più adatto a contenere i diversi progetti degli studenti dell'area di Design del Politecnico di Torino. Ogni anno, infatti, i quasi mille studenti iscritti a Design e comunicazione, Design del prodotto, Design sostenibile per il sistema alimentare e Design sistemico si cimentano in nuovi progetti. Ognuno dei diversi indirizzi di Design comprende dei corsi che prevedono lo sviluppo di progetti di gruppo o singoli, che sono una vera e propria palestra. Gli studenti hanno la possibilità di approfondire dinamiche complesse su diversi ambiti sviluppando soluzioni, idee ed approcci alla progettualità, sotto l'attenta guida dei docenti.

Questa ricchezza nella produzione progettuale ha un valore enorme, in quanto è un indice della qualità didattica dei corsi, e permette di vedere concretamente le ricadute pratiche degli insegnamenti. Analogamente ad altre Università di Design, anche il Politecnico di Torino pone al centro dell'esperienza didattica il lavoro sul campo e la capacità di team working, in linea con le reali esigenze del mondo del lavoro.

Il flusso creativo che gli studenti generano, però, non viene in alcun modo valorizzato. Ogni anno infatti, decine di validissimi progetti ed iniziative, sviluppati all'interno dei corsi, vengono portati a termine in vista della valutazione, e successivamente accantonati per far spazio all'esperienza successiva. A differenza quindi di molte altre Università, il Politecnico di Torino non raccoglie le esperienze progettuali studentesche, digitalmente o analogicamente. Così facendo si perde la possibilità di usarle a testimonianza della qualità dei corsi, delle capacità acquisite e dell'offerta formativa.

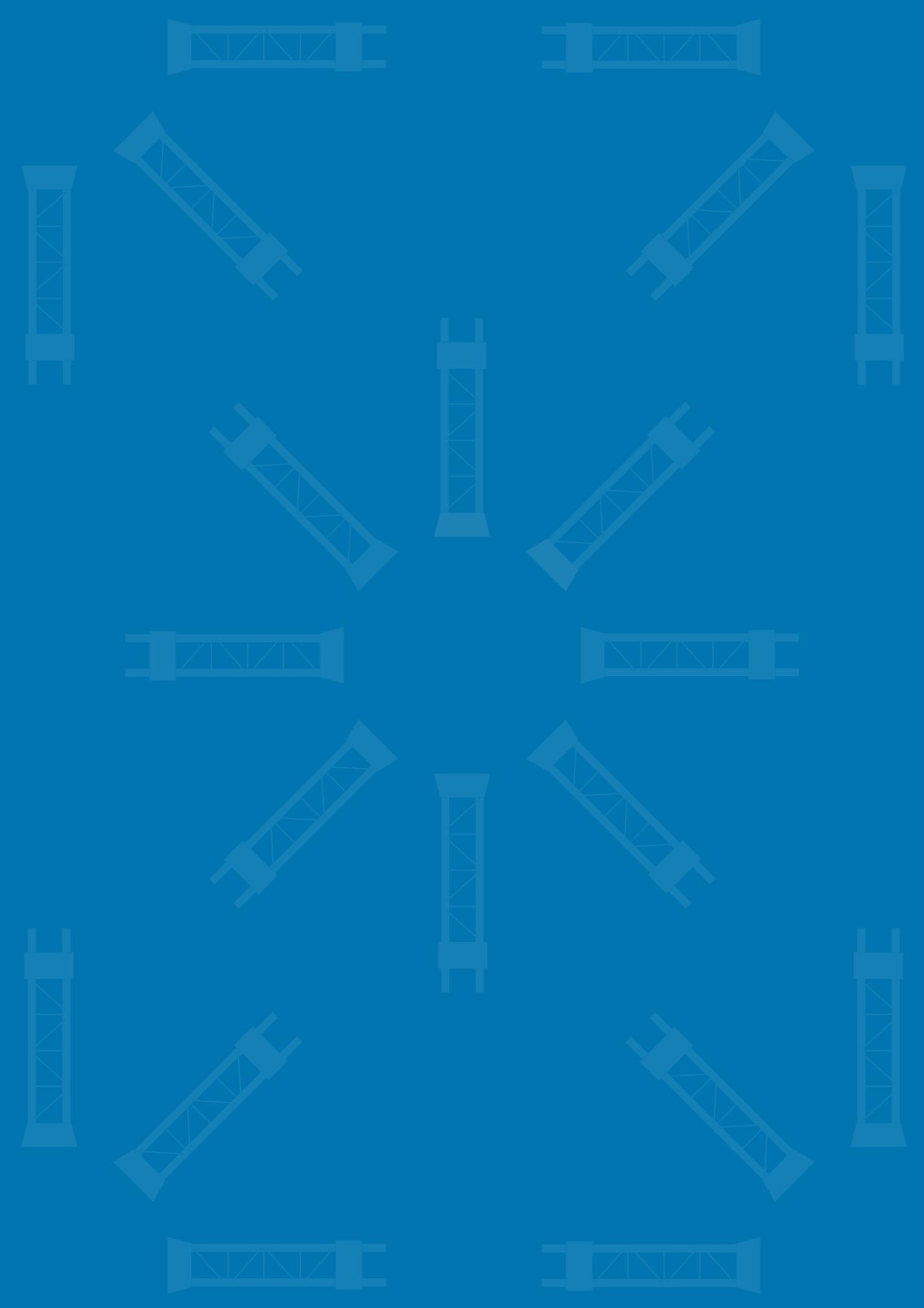
Dopo un approfondito dialogo con il Professor Cristian Campagnaro, coordinatore dell'area di Design del Politecnico di Torino, nel quale abbiamo analizzato la mancanza di un contenitore adeguato a questi progetti, è nata l'idea di un annuario.

L'annuario, solitamente associato al libretto delle foto degli studenti, è in realtà uno strumento di forte rappresentanza studentesca nei contesti accademici. Attraverso questo tipo di supporto, infatti, si possono veicolare non solo i progetti in sé, ma anche i valori e la visione di cui il Politecnico si fa portatore. L'annuario quindi può scavalcare il limite di "cartolina" degli studenti e diventare un manifesto di questo mondo universitario torinese estremamente ricco di valori ed esperienze.

La sfida è perciò stata fin da subito quella di elaborare una organizzazione dei contenuti funzionale e scorrevole, nella quale si possano alternare i progetti, i valori dell'Università e le esperienze studentesche come tirocini ed Erasmus. I tre target ai quali l'annuario si riferisce sono gli studenti, le famiglie e le aziende; tre differenti audience con esigenze e linguaggi differenti. L'annuario perciò deve avere diversi gradi di lettura e di comunicazione rispetto a chi lo fruisce.

La primissima fase progettuale è stata l'analisi dei casi studio, andando ad individuare quelli che sono i differenti trend delle altre Università.

[1] Definizione di "Annuario" di Oxford Languages  
<https://languages.oup.com/google-dictionary-it/>



Capitolo 1

# CASI STUDIO

# 1.1 Università con un annuario

Le Università legate al Design che hanno un vero e proprio annuario all'interno del quale vi sono i progetti sviluppati dagli studenti sono poche. Non è lo strumento più adottato per la narrazione progettuale e, quando presente, ha subito un forte processo di digitalizzazione abbandonando in molti casi la forma cartacea

## 1.1.1 Università di Studi della Campania Dipartimento di Architettura e Disegno Industriale

### Descrizione

Il Dipartimento di Architettura e Disegno Industriale dell'Università di Studi della Campania è dotato di un annuario digitale facilmente accessibile dal sito. Le prime 50 delle 200 pagine totali sono dedicate all'Ateneo: professori, studenti, premiazioni, eventi universitari di rilievo. Le restanti 150 pagine sono dedicate ai progetti degli alunni.

### Aspetti di rilievo

La struttura organizzativa dei contenuti è ricca di informazioni utili sotto più aspetti. L'iniziale analisi quantitativa di dati, come il numero di immatricolati o la frequenza ai corsi, si alterna a progetti studenteschi ed annessi elementi grafici. Vi è la totale assenza di un naming dedicato al progetto, e gli output visivi sono tutti fortemente in linea con l'identità dell'Università stessa. Nelle pagine di descrizione dei progetti, i testi sono marginali mentre le fotografie e gli schizzi progettuali hanno un peso maggiore e sono gli elementi principali.

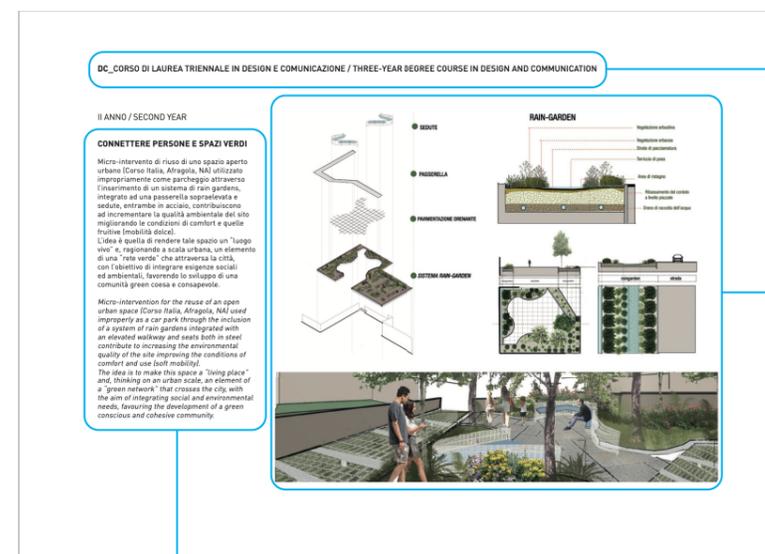


Figura 1 La copertina dell'annuario digitale.



Figura 2 Pagina dedicata ad un progetto.

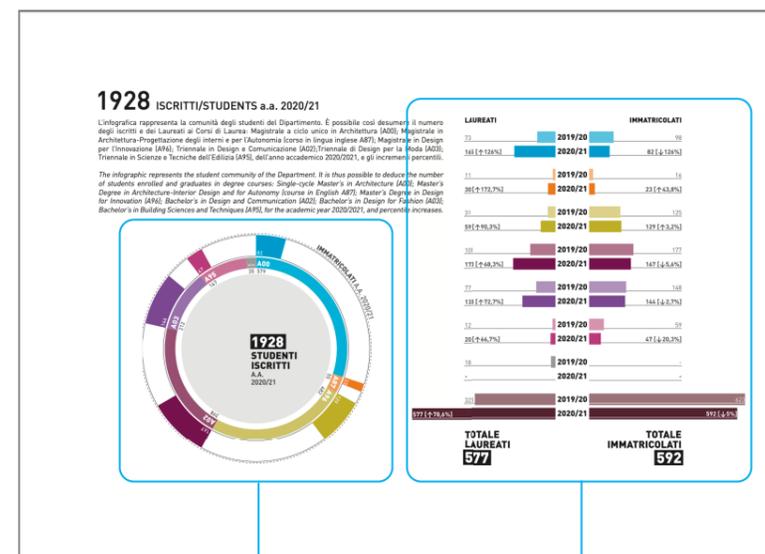
Figura 3 Pagina di un progetto.



Informazioni sul corso specifico. Non sono indicati i nomi degli studenti autori del progetto. Foto, rendering ed output progettuali.

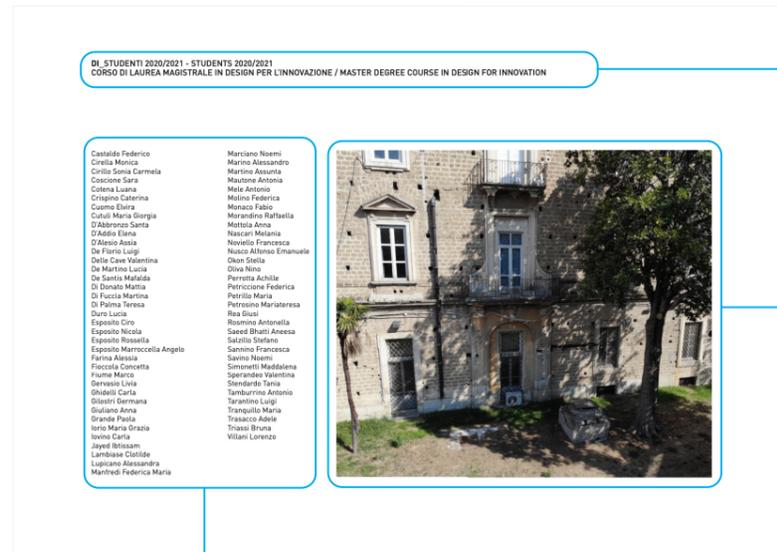
Descrizione sommaria del progetto che può essere un progetto d'esame, una tesi o un progetto in collaborazione con enti esterni. La descrizione è riportata sia in italiano e che in inglese.

Figura 4 Pagina dedicata a delle infografiche.



Infografiche sugli studenti iscritti e sugli incrementi percentuali degli immatricolati e laureati rispetto all'anno precedente.

Figura 5 Pagina dedicata ai nomi degli studenti.



Informazioni sul corso specifico.

Foto scattata col drone. All'interno dell'annuario sono presenti molte foto dell'Università, degli studenti e delle aree di svago.

Lista completa dei nomi di tutti gli studenti iscritti.

Figura 6 Pagina dedicata ad accordi esterni.



Accordi internazionali e convenzioni con enti, aziende e professionisti per attività di tirocinio e stage. È significativo che all'interno dell'annuario vi siano intere pagine dedicate a questa tipologia di informazioni.

## 1.1.2 IUAV Università di Venezia

### Descrizione

L'IUAV di Venezia ha un annuario digitale dei progetti finanziati e portati a termine. L'impostazione è molto schematica, con un razionale sistema di dati riguardanti ogni singolo progetto. Vi sono varie analisi di provenienza di studenti erasmus, budget per progetti finanziati ed ammortamenti.

Figura 7 Intermezzo grafico nell'annuario.



### Aspetti di rilievo

L'identità grafica accattivante e suggestiva si distingue totalmente dall'identità visiva dell'Università. Questi visual, che richiamano l'informatica vintage, hanno anche una funzione orientativa con una divisione dei contenuti attraverso diverse aree tematiche colorate.

Inoltre l'approccio molto analitico dei dati riportati è chiaro e comunica facilmente i volumi economici investiti e i vari stakeholder dell'intera struttura. Questo tipo di approccio è lontano dalla visione di un annuario come veicolo dei progetti studenteschi, ma ha senz'altro alcuni aspetti progettualmente analizzabili.

Figura 8 Intermezzo grafico.

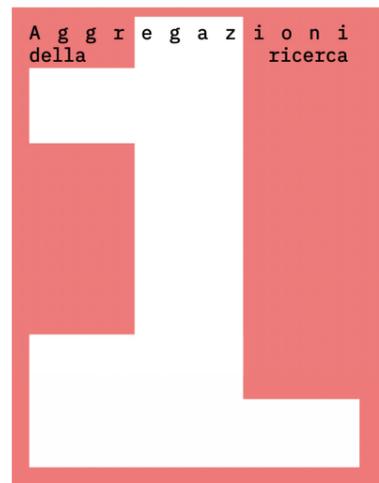
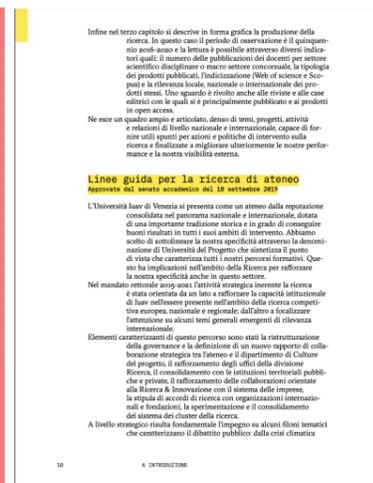


Figura 9 Linee Guida dell'Ateneo.



L'annuario adotta colori differenti per aree tematiche ben distinte tra loro. Queste aree in particolare sono: 1) Aggregazioni della ricerca, 2) Strutture della ricerca, 3) Linee di finanziamento del DCP, 4) Visiting processor and researcher, 5) Progetti regionali, 6) Progetti Internazionali, 7) Dottorato di Ricerca

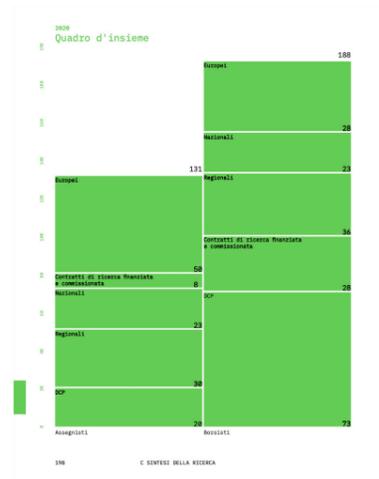


Figura 10 Quadri di sintesi.

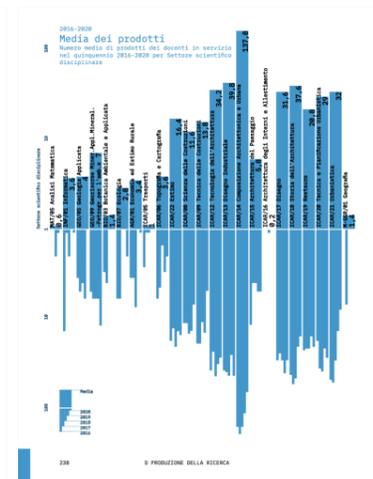


Figura 11 Approfondimento sui prodotti scientifici impiegati.

## 1.1.3 Università "D'Annunzio" di Pescara

### Descrizione

L'Università "D'Annunzio" di Pescara è dotata di un annuario cartaceo di 176 pagine, interamente prodotto da un singolo professore dell'università. Ognuno dei volumi realizzati, dall'anno scolastico 2013-2014 al 2017-2018, è in vendita online.

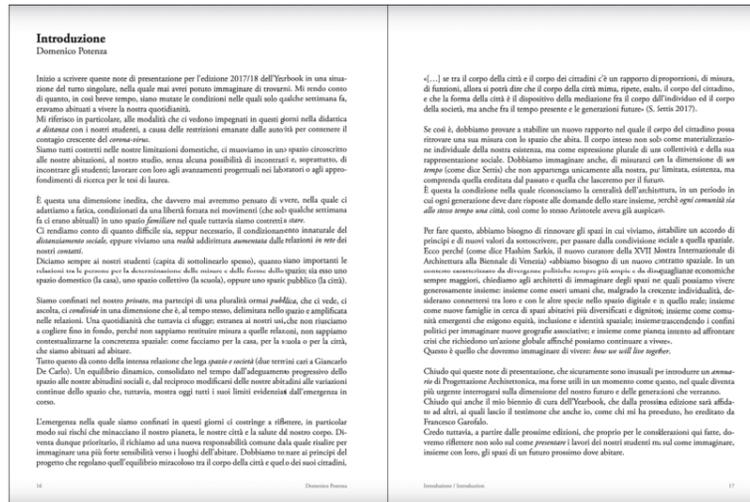


Figura 12 Copertine dell'annuario dall'anno scolastico 2013-2014 fino al 2017-2018.

### Aspetti di rilievo

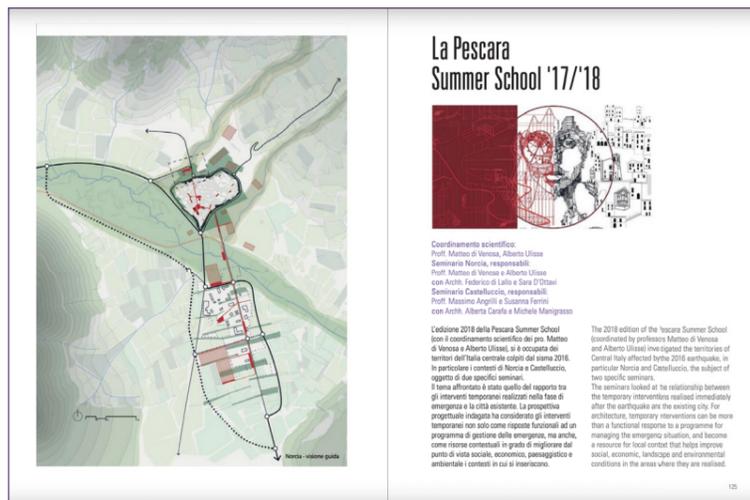
Questo è il primo caso studio analizzato nel quale l'annuario trova anche una dimensione fisica, venendo concretamente stampato. Questo approccio fisico all'annuario, che viene persino venduto online in versione digitale e fisica, sposta lo scopo e l'identità di questo supporto, che da raccogliitore di esperienze progettuali diventa anche prodotto commerciale.

Figura 13 Introduzione all'annuario.



Il Professore incaricato di redarre l'intero annuario, ha scritto personalmente due pagine introduttive. In questa introduzione vengono alternate riflessioni generali sulla progettazione, ad altre invece di attualità. Nel caso specifico, il Professor Domenico Potenza riflette sul covid e sull'impatto che ha avuto sull'esperienza universitaria di studenti e docenti. Vi è quindi un approccio assolutamente formale, ma che risulta molto personale nelle modalità dei temi trattati.

Figura 14 Pagine di narrazione progettuale.



I contenuti alternano foto, rendering ed output progettuali, con descrizioni complete e dettagliate, in italiano ed inglese, delle varie fasi di sviluppo, dall'elaborazione del concept fino alla scesa a terra del progetto.

# 1.1.4 NABA di Milano

## Descrizione

L'università NABA di Milano nel 2012 ha realizzato una pubblicazione digitale per tablet. All'interno vi è una serie di dossier riguardanti i progetti, gli studenti e i professori che sono stati i protagonisti del Master in Product Design tra il 2011 e il 2013. Non è quindi propriamente un annuario studentesco che racchiude la totalità dei progetti sviluppati nell'Università, ma concentra su contenuti prodotti specificatamente in un Master.

Figura 15 Layout di un progetto.



Figura 16 Mockup del formato iPad

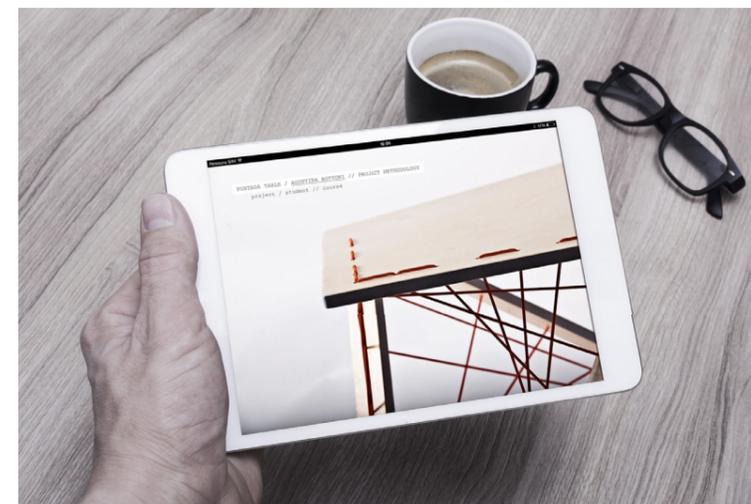


Figura 17 Output progettuale fotografico.



## Aspetti di rilievo

L'Università ha totalmente orientato la produzione e la fruizione di questo annuario sul digitale. La particolarità è quella di aver concepito l'intera raccolta di progetti destinandone la fruizione su uno specifico device: l'iPad.

## 1.2 Università che organizzano mostre fisiche o digitali

La possibilità di interfacciarsi fisicamente con i progetti ed ascoltare le spiegazioni dei progettisti che ne sono autori, anche se studenti, è certamente un approccio costruttivo. Questo tipo di eventi diventano anche occasione di produrre materiale come fotografie e video facilmente integrabili poi in un contenitore di progetti di molti tipi: dal sito, alla realtà aumentata, all'annuario fisico e digitale.

### 1.2.1 IBZ Università di Bolzano Dipartimento di Design e Arte

#### Descrizione

L'Università di Bolzano ha organizzato una mostra virtuale dei progetti più meritevoli dell'anno scolastico 2020/2021. In una fascia oraria dedicata, gli studenti autori dei progetti esposti, sono presenti per spiegare i propri lavori ai partecipanti online.

#### Aspetti di rilievo

Una mostra digitale che coinvolge 249 studenti, valorizzandone le capacità progettuali, è un suggestivo ed efficace approccio alla narrazione progettuale. La possibilità per ogni giovane progettista di spiegare in prima persona il progetto di cui è autore è un'occasione di entrare in contatto con il mondo professionale dove, una volta realizzato un progetto, si passa alla fase della sua diffusione e veicolazione.



Figura 18 Evento sul sito dell'Università.

### 1.2.2 NABA di Milano

#### Descrizione

L'Area Communication and Graphic Design di NABA partecipa con quattro progetti di comunicazione sul tema dell'ecologia e della sostenibilità, realizzati dagli studenti del Triennio in Graphic Design e Art Direction, alla sedicesima edizione della mostra virtuale Nature Created by Design.

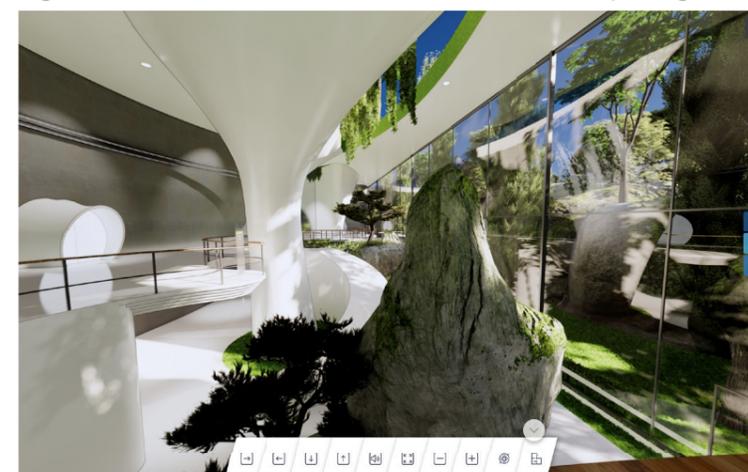
#### Aspetti di rilievo

L'approccio comunicativo della mostra e i supporti visivi sviluppati sono un'innovativa iniziativa che può coinvolgere ed integrare tanto le aziende esterne quanto le famiglie, nella divulgazione dei progetti.



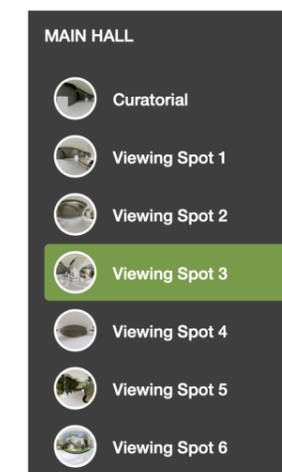
Figura 19 Foto della Gallery.

Figura 20 Interfaccia della mostra Nature Created by Design.



Scenari naturali e luminosi fanno da suggestiva cornice ai progetti esposti [fig. 17]. È presente una guida della gallery attraverso cui, con un semplice click, la visualizzazione della pagina si sposta di stand in stand, di progetto in progetto [fig. 18].

Figura 21 Guida della Gallery.



Pulsante per accedere al modello 3D interattivo dell'artwork.



Figura 22

Pulsante per accedere alla descrizione dell'artwork.



Figura 23

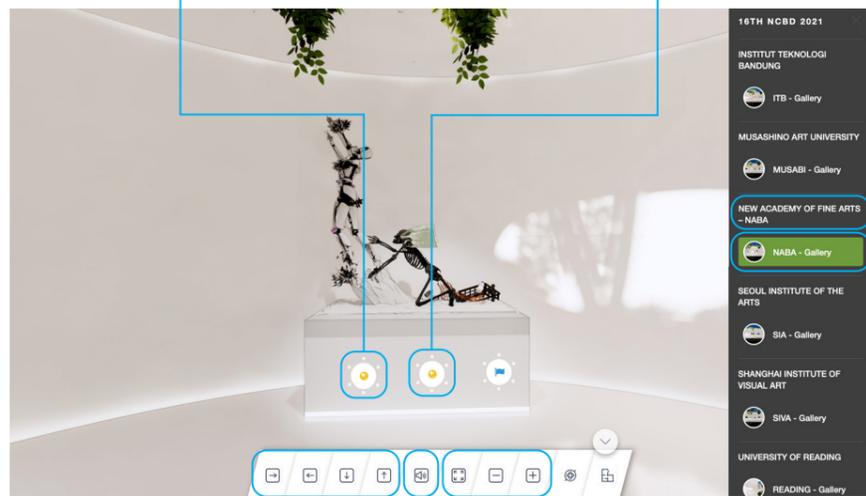


Figura 24 Interfaccia della mostra virtuale Nature Created by Design.

Università che espone.  
Sezione dell'area virtuale dedicata.

comandi per spostarsi. volume. comandi di zoom e rotazione della visuale.

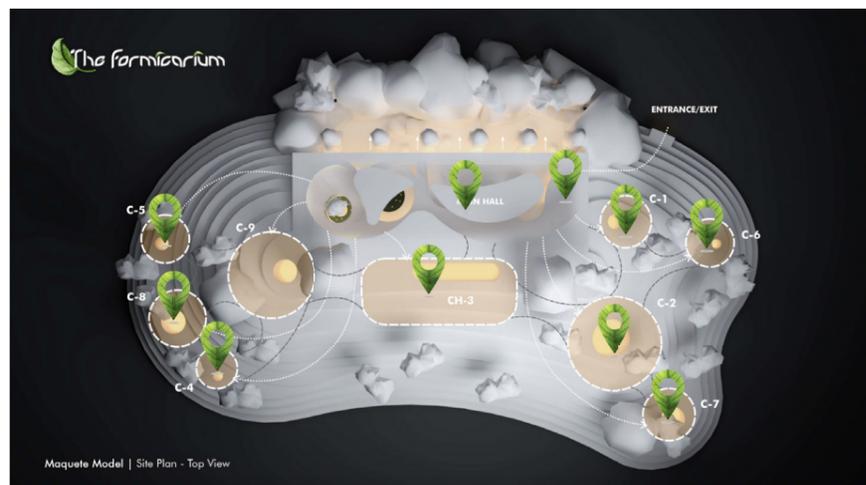


Figura 25 Mappa della gallery virtuale con indicazioni sui vari stand e aree.

### 1.2.3 Università di Ferrara

#### Descrizione

L'Università di Ferrara organizza ogni anno nella sede centrale una mostra di alcuni progetti studenteschi mirati ad una tematica specifica, e produce del materiale che viene integrato in una sezione del sito.

#### Aspetti di rilievo

La metodologia di produzione del materiale divulgativo diventa la mostra stessa, con una duplice funzione di evento in sè e secondariamente di narrazione progettuale.



Figura 26 Studenti alla mostra.

### 1.3 Università con una sezione del sito dedicata ai progetti

L'approccio più diffuso sulla divulgazione progettuale tra le università analizzate è la sezione dedicata sul sito internet. Vi sono una serie di elementi organizzativi comuni, più o meno condivisi, che determinano la fruibilità e l'intuibilità dell'interfaccia del sito. Primo su tutti è l'accessibilità alla sezione del sito dedicata ai progetti degli studenti: la difficoltà nel trovare la sezione implica una pessima progettazione del sito.

## 1.3.1 Università di San Marino

### Descrizione

Raccolta dei progetti su un'ampia sezione dedicata nel sito facilmente accessibile dalla home page.

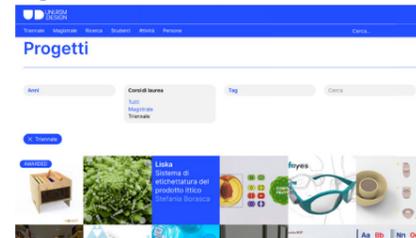
### Aspetti di rilievo

Nonostante la mancanza di un'impostazione grafica o identità specifica di questa sezione del sito, l'organizzazione dei diversi progetti divisi cronologicamente e per tematica è funzionale ed intuitiva.

voce che indica i progetti vincitori di premi o concorsi.



Figura 27 Interfaccia del sito.



parole tematiche attraverso cui si viene reindirizzati verso progetti collegati.

divisione tra corso triennale e magistrale.

divisione cronologica che mostra l'ampio archivio di progetti, dal 2023 fino al 2011.

Figura 28 Interfaccia del sito.

## 1.3.2 IED

### Descrizione

Raccolta dei progetti su un'ampia sezione dedicata nel sito, facilmente accessibile dalla home page. Vi è anche un accattivante video che mostra l'approccio didattico dell'Università.

### Aspetti di rilievo

L'organizzazione dei progetti è basata su più parametri: la sede nella quale è stato sviluppato il progetto (Torino, Milano, Madrid), la tipologia di corso e l'area tematica di riferimento. Sono criteri intuitivi ed adeguati per l'organizzazione di contenuti di questo tipo.

Figura 29 Interfaccia del sito.

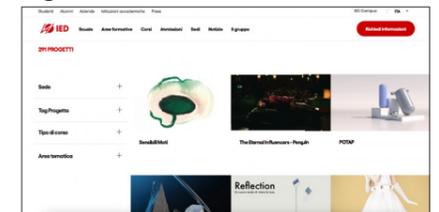


Figura 30 Interfaccia del sito.

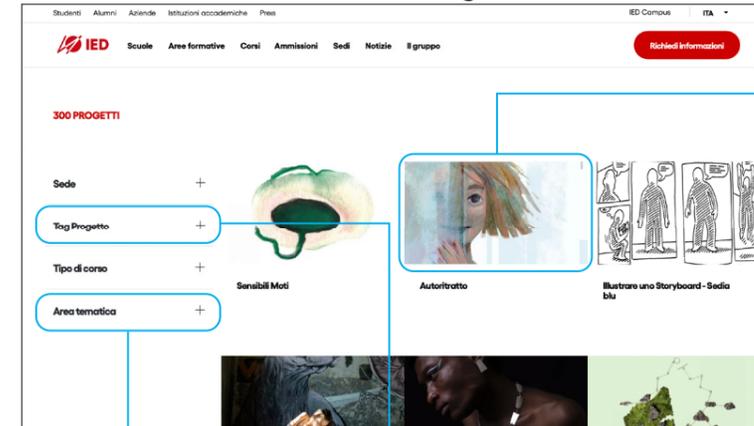


Figura 31

La ricerca parte da una riflessione sul parallelismo tra le parole scelte nel movimento del graffitiismo e il linguaggio della Chat 2, caratterizzate da abbreviazioni originali proprie dell'Engageage del web.

Descrizioni dettagliate e link a video esplicativi.

Figura 32

- Area tematica
- Accessories e Jewelry Design
  - Animation, 3D e Game Design
  - Arts e Restoration
  - Creative e Art Direction
  - Design Strategy e Management
  - Fashion Communication e Management
  - Fashion Design e Styling
  - Graphic Design e Visual Communication
  - Interaction Design e User Experience
  - Interior e Spatial design
  - Marketing e Communication
  - Product e Service Design
  - Transportation Design e Mobility
  - Video, Cinema e Sound Design
  - Visual e Interactive arts
- ampia gamma di aree tematiche.

Figura 33

- Tag Progetto
- IED Roma Design awards 2022
  - Sono Qui Bureau Metamorfosi
- concorsi interni all'Università.

### 1.3.3 IAAD di Torino

#### Descrizione

Piccolissima raccolta dei progetti su una sezione dedicata nel sito, la quale è inoltre poco curata ed incompleta. Nessuna impostazione grafica o identità specifica, oltre alla difficoltà all'accesso in questa raccolta dal sito.

#### Aspetti di rilievo

La struttura di questa sezione del sito è gestita in maniera incompleta e disorientante. Mancano alcune descrizioni, sostituite con "Lorem Ipsum", e alcuni collegamenti ipertestuali sono in realtà finti.

Figura 34 Interfaccia del sito.



### 1.3.4 Scuola Politecnica di Design

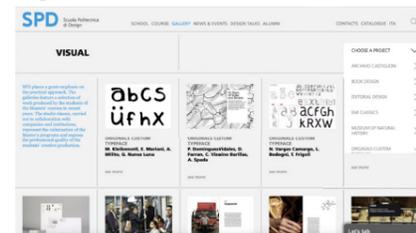
#### Descrizione

Raccolta dei progetti su una sezione dedicata nel sito, che comprende progetti studenteschi e progetti esterni. Nessuna impostazione grafica o identità specifica. Il sito ha un'interfaccia datata ed è interamente in inglese.

#### Aspetti di rilievo

La sezione del sito, per quanto antiquata a livello di web design, è di comodo utilizzo, aperto ad un'utenza internazionale grazie all'uso della lingua inglese

Figura 35 Interfaccia del sito.



### 1.3.5 Accademia di Belle Arti Santa Giulia

#### Descrizione

Raccolta dei progetti su una sezione dedicata nel sito, che comprende progetti studenteschi e progetti esterni. Nessuna impostazione grafica o identità specifica. I progetti vengono correlati ad un ventaglio di corsi di studi la cui preparazione è propedeutica alla realizzazione degli stessi.

#### Aspetti di rilievo

L'organizzazione dei diversi progetti sul sito è semplificata, con una essenziale lista puntata senza alcuna divisione cronologica o tematica, ma nonostante ciò rimane comunque facilmente fruibile.

Figura 36 Interfaccia del sito.



preview del progetto dall'elenco per dare informazioni basilari e attrarre l'attenzione

Figura 37 Lista dei progetti studenteschi.

1	«Fotografare con gli occhi», guida ai dipinti in Santa Maria degli Angeli	26/11/22
2	«Umanesimo Tecnologico», di Giovanmaria Crescini e Laura Ferri Si è tenuto il giorno 13 ottobre 2022 presso Kilometro Rosso Innovation District di Bergamo l'evento di premiazione degli elaborati vincenti dell'edizione 2022 del Concorso di Idee "3w" - "Web Webinar Work", fra le più originali ed apprezzate iniziative in Italia nell'ambito dei concorsi di idee rivoli.	
3	«Beneficial Intelligence. O delle tecniche o tecnologia?» di Eugenia Branchesi e Luca Perini	02/11/22
4	«NTALL. Aiuto digitale per tutti» di Antonia Mirandi	24/10/22
5	«Work with the progress» di Eleonora Manzo e Marco Mario Grandi	10/10/22
6	ARIA = SPIRITO VITALE	15/07/22
7	Brand design per l'Hub culturale di Palazzo Martiniengo	10/06/22
8	Rien ne va plus	10/06/22
9	Dal segno al segno: Antologica di Manuele Fior	05/06/22
10	Nuova t-shirt per la 1000esima 2022	04/06/22
11	MySelf: indizi per una raffigurazione di se stesso	01/06/22

Corsi di studio legati al progetto.  
Corsi associati al progetto  
Grafica e Comunicazione

Figura 38

Descrizione approfondita del progetto.

Il tema del nostro progetto - Umanesimo, Tecnologia e Comunicazione - riguarda tutti, e lo abbiamo voluto presentare in modo positivo, con una sguardo futuristico verso ciò che il futuro ci riserva. Abbiamo posto al centro del nostro lavoro il cervello rappresentato in una doppia dimensione: il primo emisfero elaborato con un tratto arrotondato che ricorda l'organo umano reale, sagome di colore verde, e il secondo, creato da una serie di linee e tratti rigati, di colore azzurro, che appare come un circuito, quindi più simile ad una macchina. I due emisferi, uno umano e l'altro robotico, anche per la forma e per il colore utilizzati, sono la rappresentazione grafica delle rispettive dimensioni e caratteristiche. È grazie all'unione di queste due componenti che il essere umano è capace di elaborare idee innovative per la realizzazione di robot collaborativi e intelligenza artificiale. I colori selezionati sono tutti finalizzati allo scopo di trasmettere una sensazione di tranquillità nell'osservare.

Il manifesto mostra il pugilof composto da tre parole: "Mente, Tecnologia e Futuro", a comunicare come è dalla mente dell'uomo che nasce e si sviluppa la tecnologia. Lo slogan scelto recita "Il futuro non aspetta. Vieni anche tu!", si tratta di un invito tecnico ed informativo su un mondo sempre più digitalizzato.

Figura 39

Fotografie, render e output progettuali.



Figura 40

## 1.3.6 Accademia Italiana di Firenze

### Descrizione

Raccolta dei progetti su una sezione dedicata nel sito, che comprende progetti studenteschi e progetti esterni. Nessuna impostazione grafica o identità specifica. L'organizzazione dei diversi progetti sul sito è gestita con un uso dei colori collegati a differenti aree tematiche dei corsi.

### Aspetti di rilievo

Questo uso dei colori accompagna l'esperienza dell'utente agevolando la fruizione dei diversi progetti su un sito già di per sé moderno e aggiornato.

Figura 41 Interfaccia del sito.

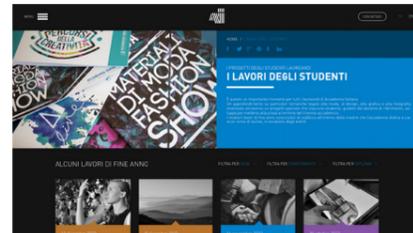
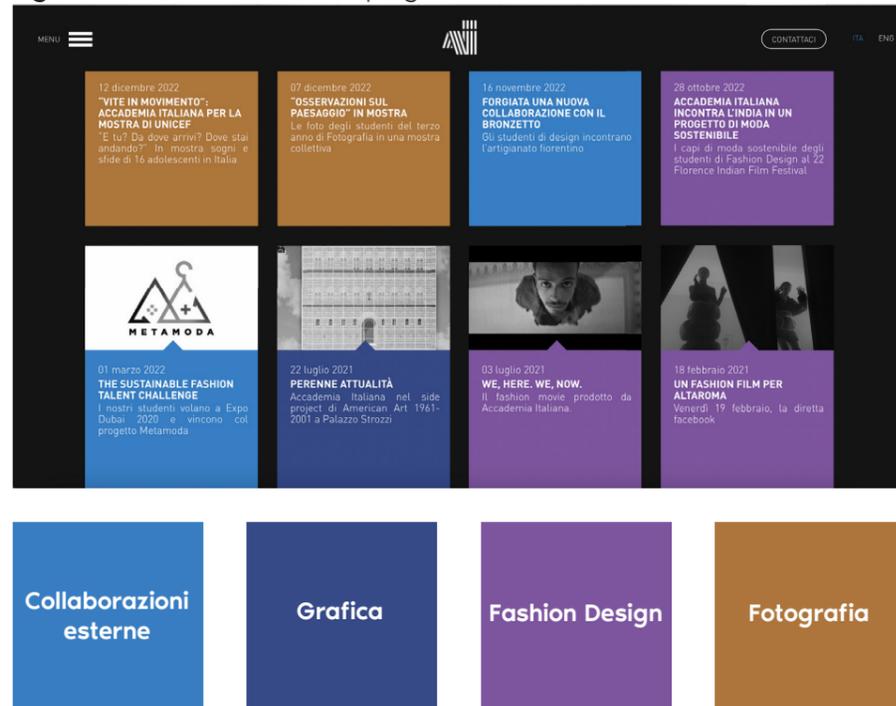


Figura 42 Interfaccia dell'area progetti



## 1.3.7 Università di Architettura di Pescara

### Descrizione

Raccolta dei progetti su una sezione dedicata nel sito, che comprende progetti studenteschi e progetti esterni. Nessuna impostazione grafica o identità specifica. Il sito ha un'interfaccia datata ed è interamente in inglese.

### Aspetti di rilievo

Il web design del sito è estremamente piatto ed ogni sezione visivamente si confonde con le altre, l'unico elemento che aiuta l'utente ad orientarsi tra i progetti è la barra di divisione dei corsi.

Figura 43 Interfaccia del sito.

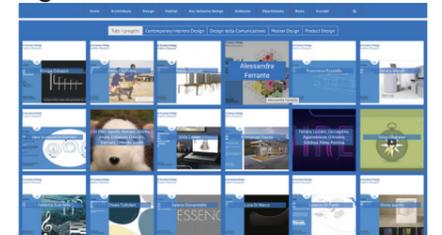


Figura 44 Divisione dei corsi.



## 1.3.8 Rome University of Fine Arts

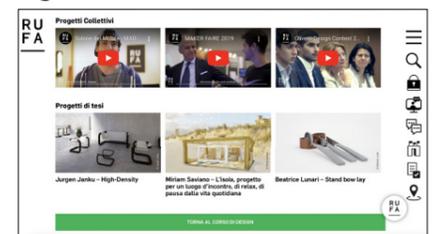
### Descrizione

Raccolta dei progetti su una sezione dedicata nel sito, che comprende progetti studenteschi e progetti esterni. Alcuni progetti hanno un rimando a dei video esplicativi che integrano e completano l'esperienza progettuale.

### Aspetti di rilievo

Il supporto video, se ben realizzato, è un elemento immersivo più che efficace da integrare nella comunicazione progettuale.

Figura 45 Interfaccia del sito.



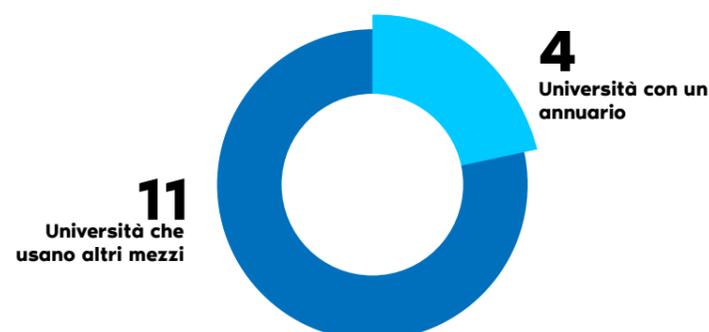


Capitolo 2

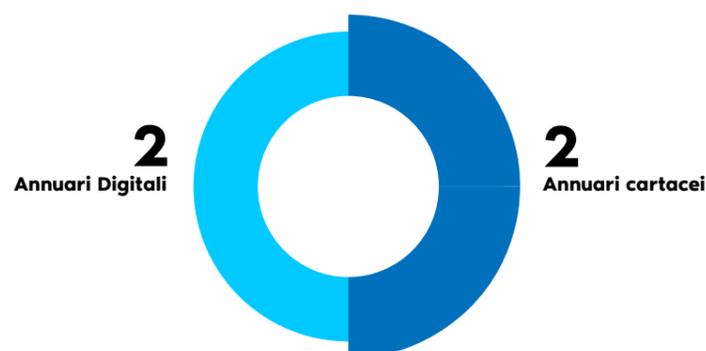
# TENDENZE E SUPPORTI ADOTTATI

## 2.1 L'annuario come strumento

Tra tutti i 15 casi studio analizzati, solo 4 di queste Università elaborano effettivamente un'annuario, digitale o fisico. Le restanti 11 comunicano i progetti studenteschi attraverso altri mezzi (siti, video, mostre...)

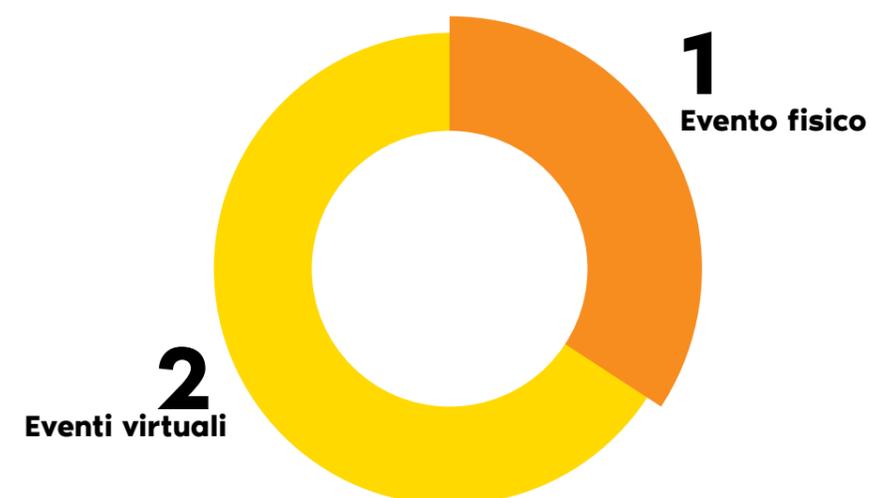


Di queste 4 Università che continuano ad elaborare ogni anno un'annuario per i progetti studenteschi, 2 producono effettivamente un annuario cartaceo mentre le altre 2 sviluppano un annuario digitale



L'annuario non è il mezzo più utilizzato dalle Università per la diffusione dei progetti studenteschi, e, quando presente, ha subito un forte processo di digitalizzazione abbandonando in molti casi la forma cartacea.

## 2.2 Le mostre fisiche e virtuali



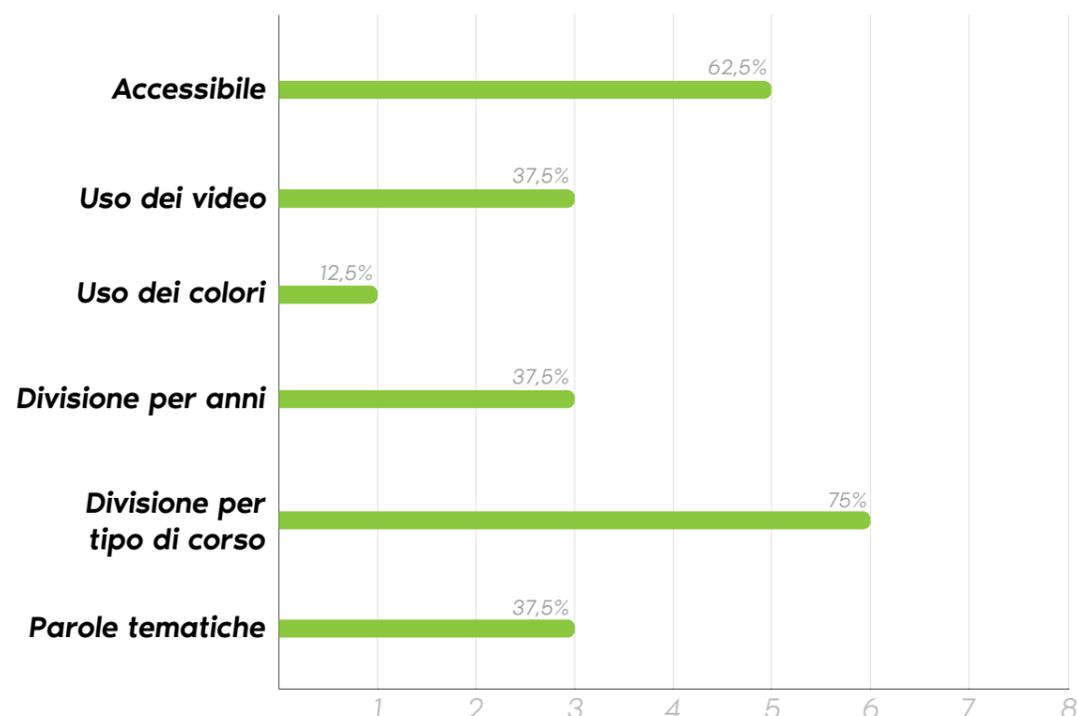
2 dei 3 casi studio analizzati nei quali vengono organizzate mostre per divulgare i progetti studenteschi, sono eventi in realtà aumentata.

Entrare in contatto con output progettuali digitali in maniera immersiva, attraverso la realtà virtuale, è un mezzo estremamente efficace con cui veicolare le idee e l'impegno degli studenti. Modelli tridimensionali, gallerie virtuali ed elementi visuali suggestivi, accompagnati ad approfondite descrizioni scritte e spiegazioni audio visive, sono un nuovo strumento di divulgazione capace di comunicare modernità e avanguardismo.

1 dei 3 casi studio analizzati nei quali vengono organizzate mostre per divulgare i progetti studenteschi, sono eventi in presenza.

La possibilità di interfacciarsi fisicamente con i progetti ed ascoltare le spiegazioni dei progettisti che ne sono autori, anche se studenti, è certamente un approccio costruttivo. Questo tipo di eventi diventano anche occasione di produrre materiale come fotografie e video facilmente integrabili poi in un contenitore di progetti di molti tipi: dal sito, alla realtà aumentata, all'annuario fisico e digitale.

## 2.1 La sezione del sito

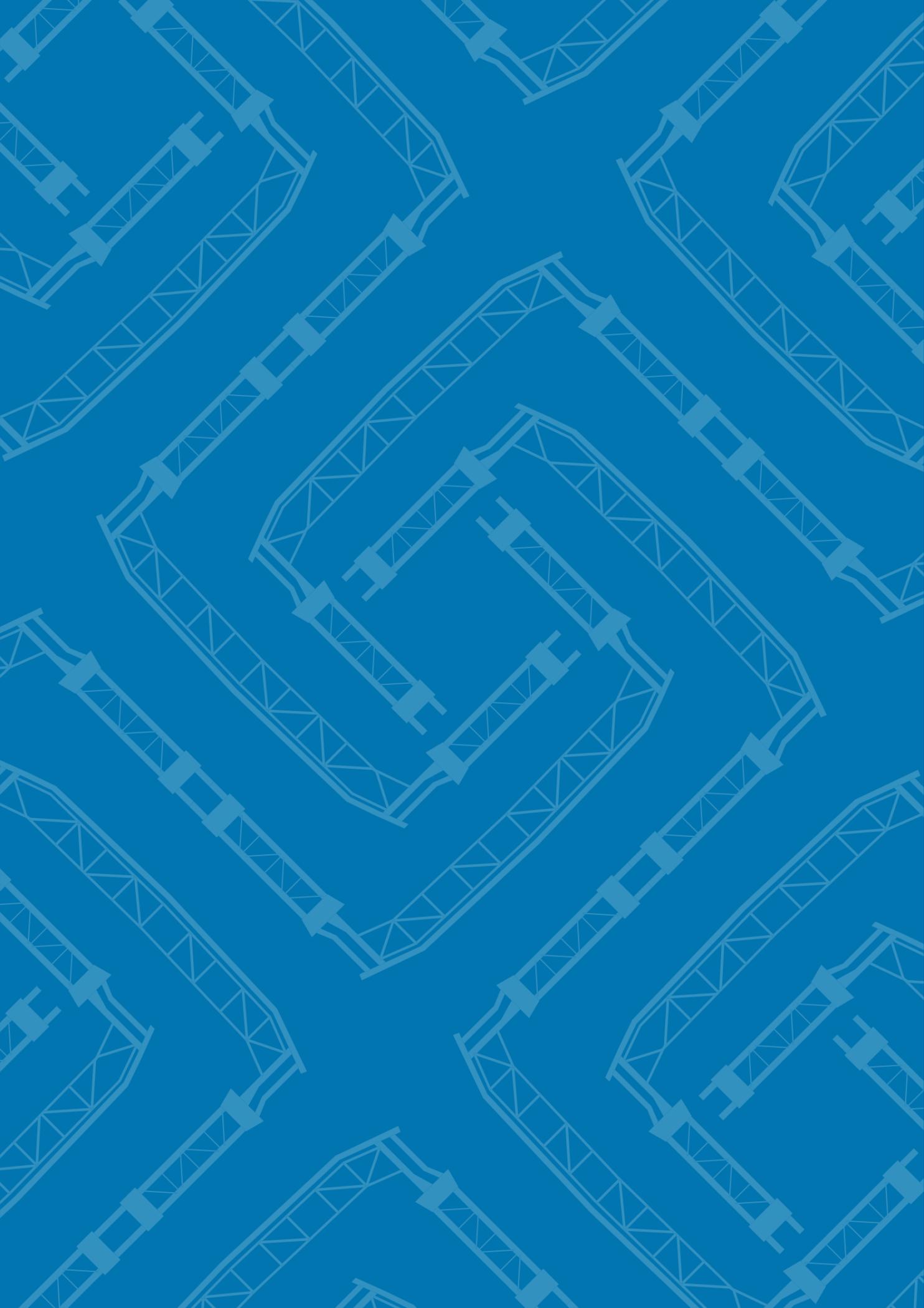


L'approccio più diffuso sulla divulgazione progettuale tra le università analizzate è la sezione dedicata sul sito internet. Vi sono una serie di elementi organizzativi comuni, più o meno condivisi, che determinano la fruibilità e l'intuibilità dell'interfaccia del sito. Primo su tutti è l'accessibilità alla sezione del sito dedicata ai progetti degli studenti: la difficoltà nel trovare la sezione implica una pessima progettazione del sito. Altri criteri di divisione sono necessari per potersi orientare tra i progetti, il più comune tra i casi studio è la divisione in base all'indirizzo specifico del corso (75%).



In tutti i casi studio analizzati c'è un unico elemento comune in ognuna delle 15 Università: non vi è alcuna differenza tra l'identità dell'Università e dell' contenitore dei progetti studenteschi, non vi è alcun naming, nè un immaginario di riferimento nè elementi grafici ben definiti che distinguono la prima dalla seconda. Ogni mostra, ogni annuario ed ogni sezione dei siti si appoggia totalmente all'identità dell'università di riferimento, senza quindi proporre un progetto editoriale con una vera e propria dimensione a sè.

Sviluppare un'identità differente tra l'Università e il contenitore dei progetti permette di rafforzarne la comunicazione, rendendoli riconoscibili. Deve esserci però una forma di coerenza tra l'identità dell'annuario e l'identità dell'Università di riferimento, che a volte può essere ingombrante.



Capitolo 3

# WORKSHOP

# “LE QUOTE 2022”

### 3.1 I progetti

Durante l'anno scolastico 2021-2023 nell'area di Design del Politecnico di Torino si è tenuto il workshop "Le Quote 2022". Il brief che il workshop proponeva era:

Comunicare e divulgare i progetti sviluppati dai designers del Polito, tramite la creazione di un contenitore crossmediale<sup>[2]</sup>.

Gli studenti del Politecnico si sono quindi cimentati nell'elaborazione di un contenitore dei progetti migliori sviluppati all'interno dei percorsi di studi. Questa raccolta progettuale si è potuta sviluppare sfruttando diversi supporti analogici e digitali. Centrale è stato, infatti, il sapiente utilizzo dei social media, coniugato a progetti editoriali concreti, postazioni di ritrovo studentesco e molto altro.

Il tipo di approccio progettuale che questo workshop ha generato è stato di grande interesse nell'ottica di questa tesi di Laurea, essendo il mandato progettuale analogo ad entrambi. Perciò è stata operata un'analisi delle diverse strategie di comunicazione adottate da ogni gruppo di lavoro del workshop. Successivamente sono state individuate le tendenze di riferimento così da poterne valutare l'integrabilità, o meno, in questo progetto di Tesi.



[2] Brief del workshop "Le Quote 2022" tratto dalla presentazione ufficiale del corso.

### 3.1.1 Caso Studio

"Caso Studio", con la sua estetica minimale e geometrica, si pone come obiettivo la scoperta e l'approfondimento dei progetti degli studenti del Politecnico. A Febbraio è prevista la consegna del materiale, a Marzo la valutazione e selezione dei progetti, e ad Aprile si impagina e si pubblicano le fanzine.

Questo progetto comprende un programma annuale ricco di workshop, corsi intensivi, proposte di arte e fotografia e appuntamenti mensili con esperti progettisti. Attraverso il sito è possibile partecipare alle attività proposte, interagire con la community e supportare "Caso Studio" acquistando i gadget.



Figura 47 Programmazione delle differenti fasi del progetto.

La pagina Instagram permette la promozione dei progetti selezionati, interagire tra studenti e rimanere aggiornati. Una interessante iniziativa è il Premio Caso Studio: annualmente viene selezionato il Caso Studio più interessante e si attribuisce allo studente o al gruppo il Premio Caso Studio di 3 CFU.



Figura 49 Mockup di un post su Instagram.



Figura 46 Visual di Caso Studio.

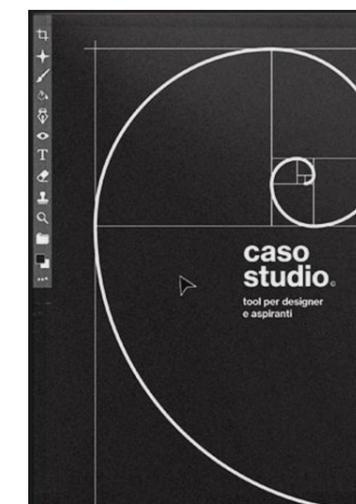


Figura 48 Impaginazione dell'annuario.

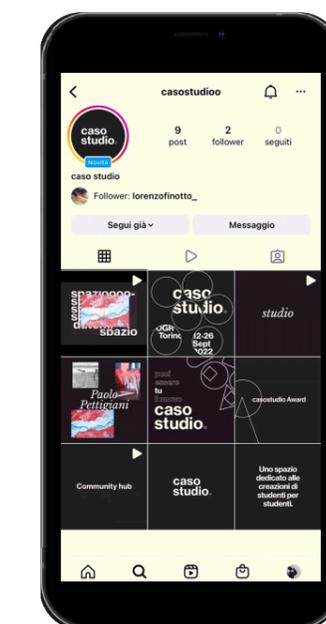


Figura 50 Mockup del profilo su Instagram.

### 3.1.2 Guscio

"Guscio" è un progetto "pieno di idee, condivisione e ispirazione"<sup>[3]</sup>, e comprende un podcast, un sito web, un magazine e un profilo di twitch. Il podcast racconta due progetti al mese in episodi da 10 minuti, e youtube affianca il podcast coi contenuti visivi nello studio Guscio.

Il padiglione uovo, in materiali leggeri, si trova in ogni sede del Politecnico ed è diviso nella sala registrazione del podcast da una parte, e nei mezzi gusci dall'altra, dove rivedere le puntate

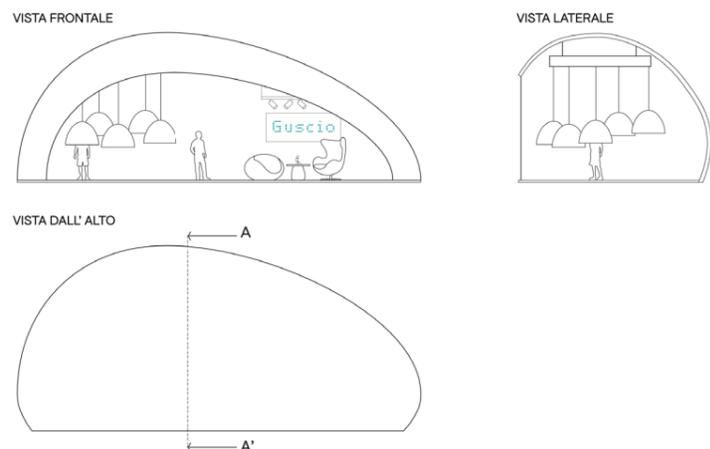


Figura 53 Schizzi progettuali del padiglione Uovo.

Il magazine, formato da "Tuorlo" e "Albume", esce ogni 6 mesi, rendicontando i progetti usciti e anticipando i prossimi. Una volta al mese si tiene una diretta streaming su twitch per parlare dei progetti. Il sito web presenta i progetti fornendo anche il materiale tecnico una volta al mese. Una serie di gadget veicolano il brand Guscio tra gli studenti.



Figura 54 Mockup del sito.



Figura 51 Visual di Guscio.

Figura 52 Mockup del podcast.

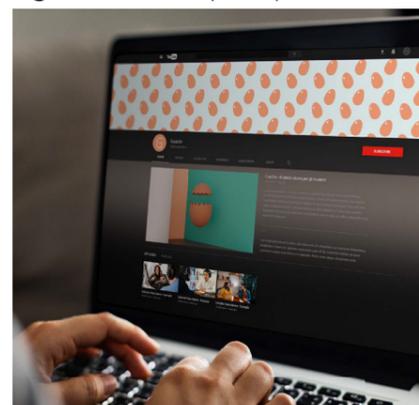


Figura 55 Mockup del padiglione Uovo.



### 3.1.3 Polid

"Polid" si propone come la raccolta dei migliori progetti degli studenti, da diffondere e valorizzare. Per fare ciò, da un lato vi sono i post sui social, scanditi da una frequenza di ogni due giorni, dall'altro vi è il book, pubblicato ogni sei mesi raccogliendo i progetti del semestre precedente.



Figura 57 Mockup del sito.

Il sito web ha come target le aziende interessate all'ambiente del Politecnico, così che possano avere accesso in una sezione prioritaria del sito ufficiale del Politecnico e visionare i progetti migliori.

Il profilo Instagram ha un target di giovani studenti, e tratterà i progetti migliori dell'anno e le borse di studio. Mentre nelle stories sarà riportata la vita al Poli in tempo reale.

Figura 60 Mockup di Instagram.



Figura 56 Visual di Caso Studio.

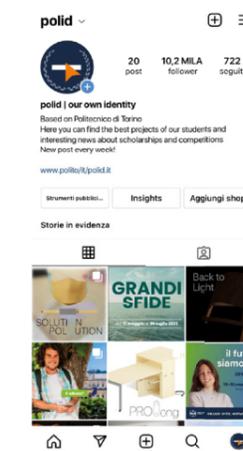


Figura 58 Mockup di Instagram.



Figura 59 Gli annuali POLID.

### 3.1.4 .Zip

“.Zip” nasce con l’intento di creare una raccolta di progetti e di idee, degli studenti del Politecnico di Torino, pronti a essere condivisi. Il progetto comprende una cartella contenente canzoni inserite dagli studenti da poter ascoltare durante le ore di studio. Queste playlist sono divise per materia o per corso di laurea.



Figura 62 Volumi del magazine accompagnati da una maglietta gadget.

Ogni anno escono due volumi del magazine, accompagnati da una maglietta. Nel magazine sono inseriti i progetti migliori dell’anno, alternati a ricerche e interviste a docenti ed aziende

In questo gioco il personaggio deve schivare voti insufficienti e aule considerate da evitare da tutti.

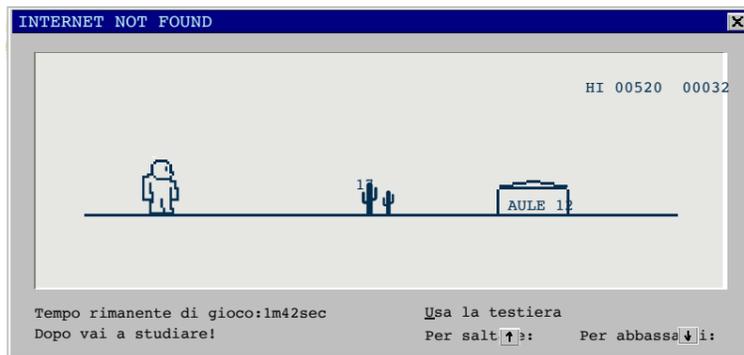


Figura 65 Gioco suggestivo di .Zip.



Figura 61 Visual di .Zip.

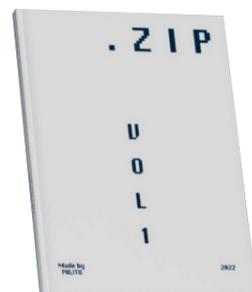
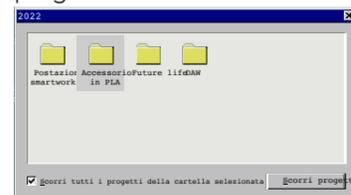


Figura 63 Volume 1.



Figura 64 Template di un progetto.

Figura 66 Template dei progetti.



### 3.1.5 The eyes

Il gioco di parole dovuto all’anagramma “They see The eyes” è volto a richiamare coloro che cercano gli studenti e le loro abilità progettuali, dando importanza all’individuo simboleggiato dagli occhi di ogni creativo



Figura 68 Magazine The eyes.

Il magazine comprende 5 profili selezionati: ad ogni profilo sono dedicate 4 pagine, 2 per la sezione The eyes (con focus sulla persona) e 2 per la sezione They see (con focus sul progetto).



Figura 70 Magazine They see.

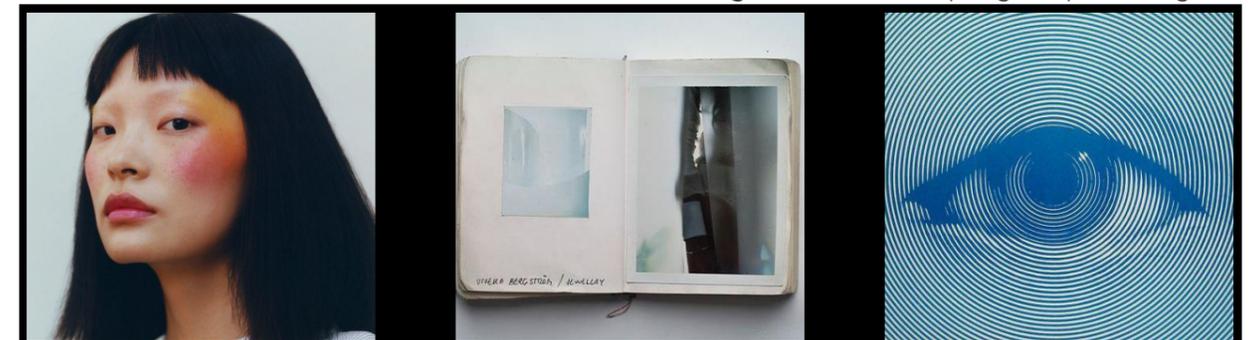


Figura 67 Visual di The eyes.



Figura 69 Soft skills ed utilizzo programmi

Figura 71 Differenti tipologie di post Instagram.



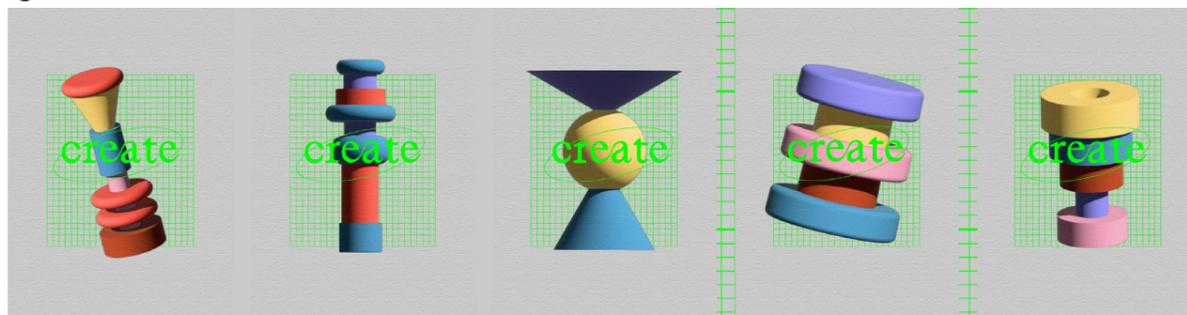
### 3.1.6 Create

"Create" è un contest per studenti col fine di sprigionare la libertà di creazione e sperimentazione attraverso la creazione di vasi. I vasi si fanno veicolo della progettualità, contenitori di conoscenza, di teoria del progetto e di creatività, e proprio su di essi si sviluppa una competizione tra gli studenti



Figura 72 Visual di Create.

Figura 73 Vasi di Create.



"Create" comprende una forte identità visual che si declina in poster e merchandising come magliette



Figura 74 Magliette di Create



Figura 75 Bag di Create



Figura 76 Create Advertising

### 3.1 Strumenti adottati

La Brand Identity di "Caso Studio" gioca su forme geometriche essenziali, reinterpretando l'identità del Politecnico senza snaturarla. Il premio di 3 cfu allo studente più meritevole è un'iniziativa coinvolgente.



Figura 77 Visual Caso studio.

Polid ha delle carenze dal punto di vista progettuale, non vi sono perciò particolari aspetti che siano stati analizzati ed integrati nella tesi.



Figura 78 Visual polid.

Quest'idea dell'uovo, dal cui interno poi fuoriescono idee, progetti e slanci creativi è un concept dinamico e originale che si distingue.



Figura 79 Visual Guscio.

La divisione tra "The eyes" e "They see" che alterna un approfondimento sul singolo piuttosto che sul gruppo è un approccio accattivante e moderno, capace di catturare l'attenzione degli studenti.



Figura 80 Visual The eyes.

Dal naming "zip", all'estetica digital vintage che riverbera nei supporti fisici e social, questo progetto ha una forte identità capace di veicolare la progettualità senza essere ingombrante ed oscurarla ma agendo da cornice.

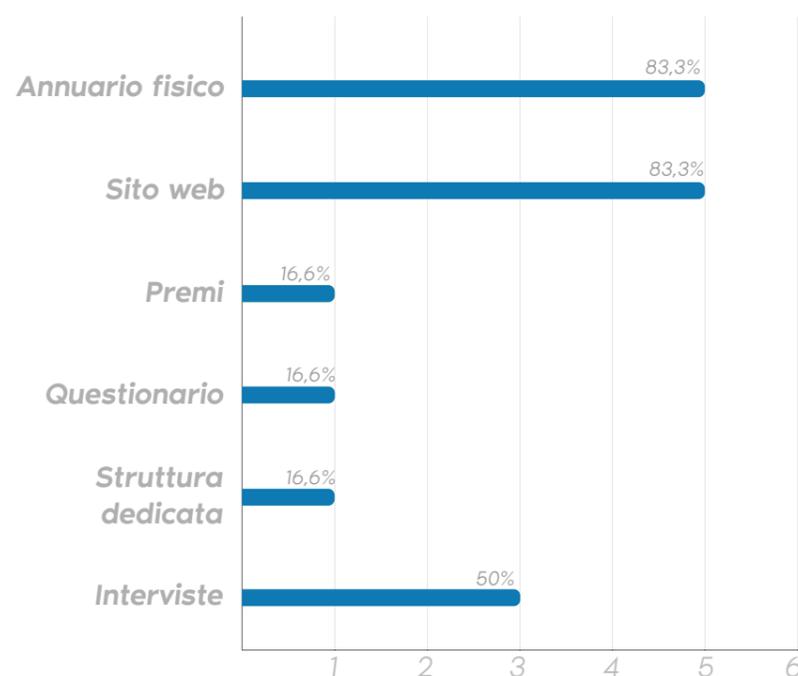


Figura 81 Visual .Zip.

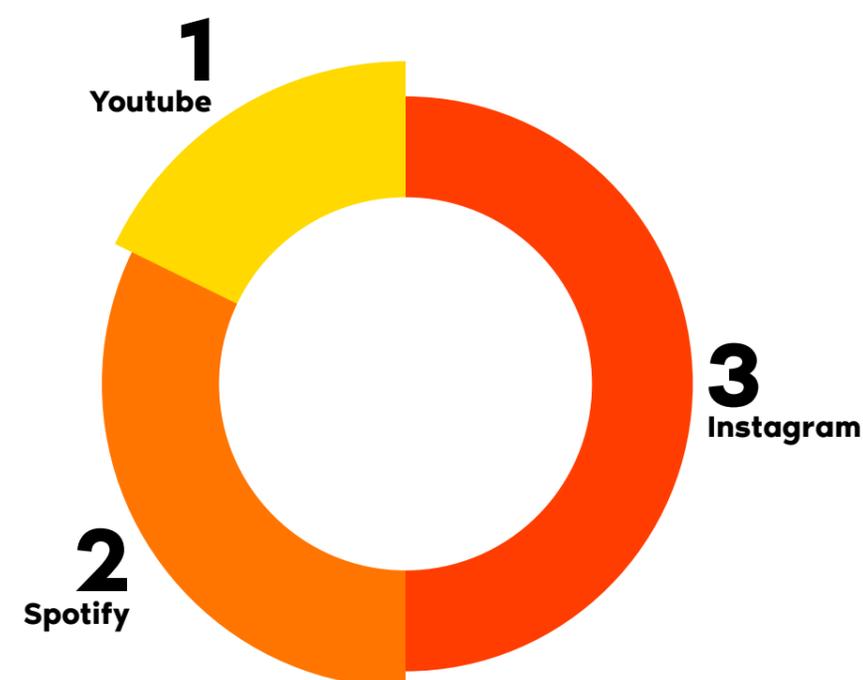
I supporti visual di questo progetto sono di forte impatto e comunicano efficacemente il mondo di "create".



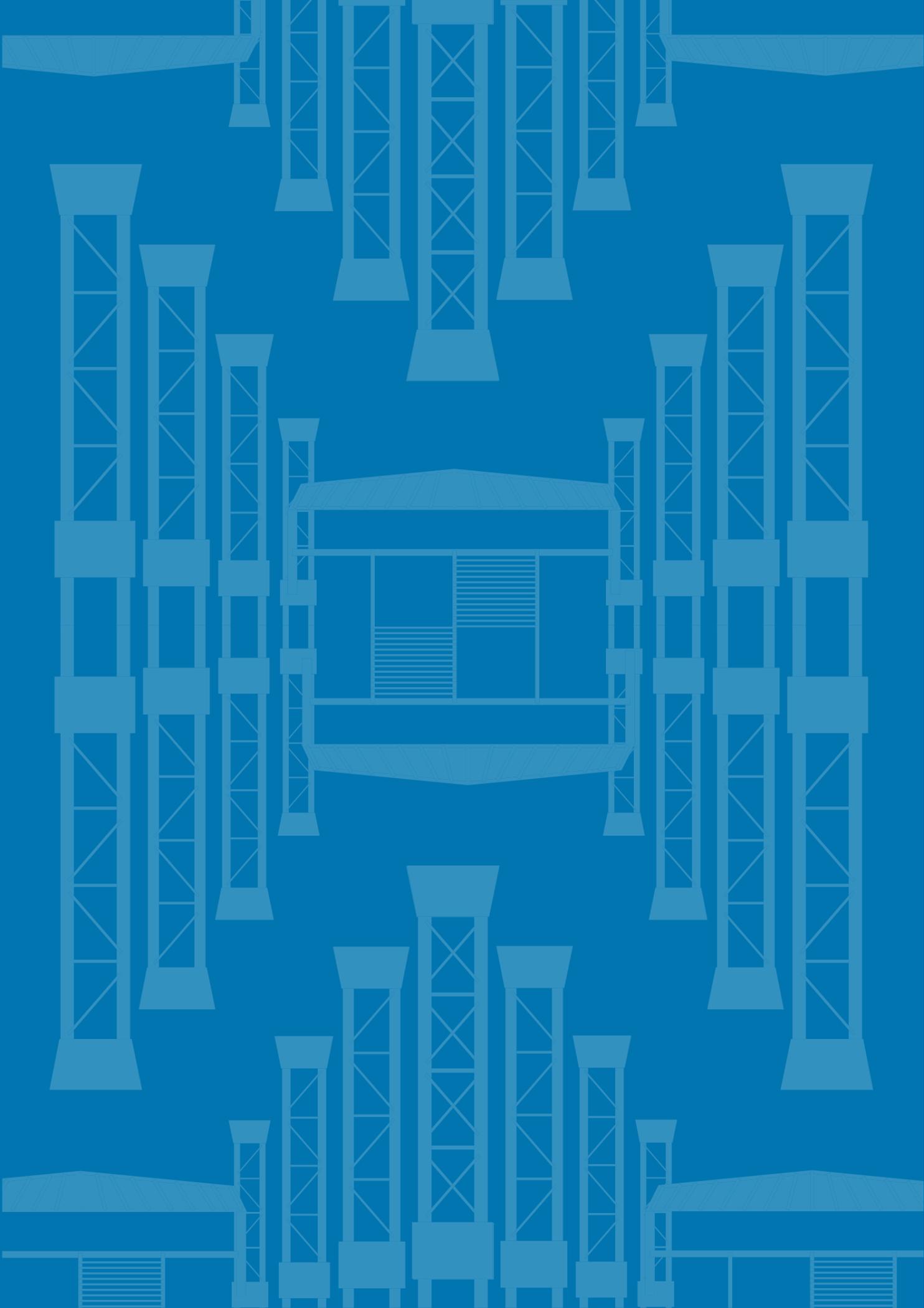
Figura 82 Visual Create.



- L'annuario fisico, a differenza dei casi studio, in questi progetti è l'elemento centrale, complice il breath del workshop.
- Il sito web è il supporto digitale più utilizzato (83,3%), favorendo una narrazione dei progetti più approfondita rispetto all'approccio sui social network.
- L'idea di un premio per attrarre gli studenti può essere efficace e rendere più dinamica la partecipazione.
- Le interviste sono un altro strumento inserito in metà dei workshop. La possibilità di far narrare i progetti dagli studenti stessi che ne sono autori gli attribuisce un ruolo centrale nella fruizione di questi contenuti.



- Instagram è il social network più adatto alla comunicazione tra le piattaforme digitali, per la grande affluenza e per la facilità di produzione dei contenuti.
- Spotify si rende necessario quando nei progetti si è integrata una playlist o un podcast, essendo la piattaforma leader da cui fruire questi contenuti.
- Youtube, in relazione a spotify, fornisce un supporto anche visivo a contenuti audio che su Spotify rimangono indipendenti.
- E' rilevante ai fini della progettazione analizzare come facebook, un tempo piattaforma leader in assoluto, ad oggi non venga più adottato neppure in una programmazione divulgativa. TikTok è l'altro grande assente di questo bilancio, dato il target troppo giovane ed il tipo di contenuti differenti.



Capitolo 4

# ANALISI DEL TARGET

Il target di un progetto come l'annuario, all'interno del quale coesistono diversi progetti sviluppati dagli studenti, ma anche i valori didattici e morali dell'intera Università del Politecnico di Torino, è molto eterogeneo.

Tre principali macrocategorie possono essere distinte: gli studenti, le famiglie e gli enti esterni.

Gli studenti sono il motore primario di un progetto di questo tipo, essendo loro stessi, con le proprie idee e creazioni, il soggetto principale. L'annuario infatti deve prima di tutto essere un elemento di interesse studentesco, capace di essere un'occasione per i giovani progettisti di conoscersi e di sentirsi stimolati.

Le famiglie devono chiaramente essere considerate come target di riferimento nello sviluppo dell'annuario. Da un lato, i genitori degli studenti già iscritti possono essere testimoni del percorso di crescita dei figli, delle capacità acquisite e del valore delle esperienze che compiono. Dall'altro lato le famiglie che si avvicinano al mondo universitario del design, magari per iscriverne in futuro i propri figli, possono farsi chiaramente un'idea sul tipo di offerta formativa che il Politecnico offre.

Gli enti esterni sono il terzo grande segmento al quale l'annuario si rivolge. L'università è l'esperienza di studi finale prima dell'approccio al mondo del lavoro, e queste due realtà sono in stretto contatto tra loro. Per un'Università, cogliere le necessità reali del mondo del lavoro è un requisito imprescindibile, così come per le aziende è importante comunicare quali siano queste necessità. Perciò la possibilità per le aziende di entrare in contatto con le esperienze progettuali degli studenti è fondamentale. Poter cogliere quali capacità si sviluppano, quali programmi vengono maggiormente utilizzati, quali tematiche vengono affrontate e come, è di vitale importanza per una realtà professionale.

## 4.1 Studenti

Il primo segmento di target analizzato sono gli studenti, la audience primaria che entrerà in contatto con l'annuario. La percezione del mondo studentesco su un progetto che gli è così legato, è di fondamentale importanza. Il linguaggio adottato, i contenuti ed i valori comunicati devono appartenere agli studenti tanto quanto alle famiglie ed alle aziende.

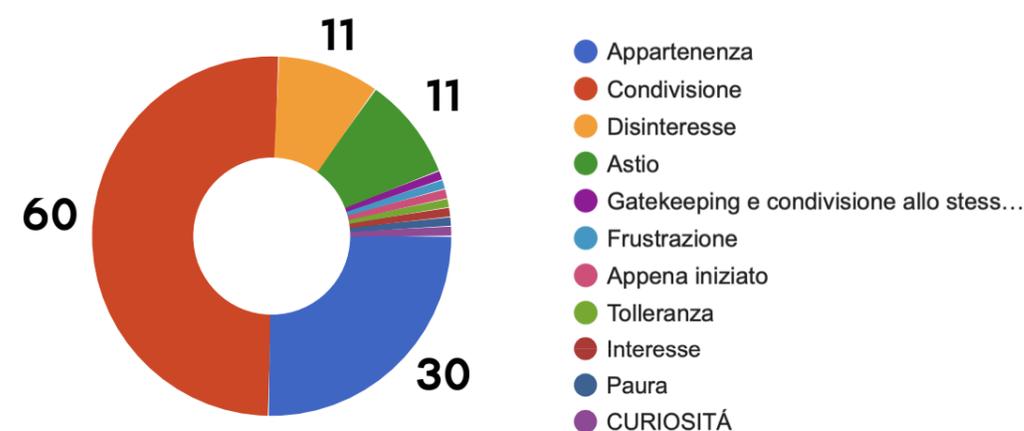
### 4.1.1 Questionario studentesco

Per catturare il percepito del mondo degli studenti sulla realtà dei corsi di Design al Politecnico, è stato fin da subito necessario un forte dialogo. Perciò, attraverso un questionario è stato possibile raccogliere delle restituzioni dagli studenti, in totale 119, sul percepito dei valori del Politecnico e sull'interesse effettivo alla progettualità studentesca.

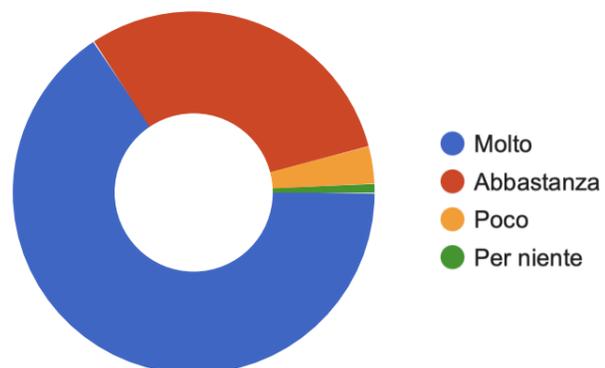
- Quali valori senti di aver sviluppato verso il Politecnico di Torino?  
A questa domanda il 50,4% ha risposto condivisione, mentre il 25,2% ha risposto appartenenza.

L'ambiente del Politecnico è riuscito negli anni a sviluppare un senso di appartenenza, dovuto alle qualità didattiche ed umane dei professori e di chiunque ci lavora.

Il senso di condivisione del percorso universitario tra gli studenti è forte perchè fondato su esperienze di crescita comuni e risultati raggiunti insieme.



- Al termine di un corso che prevede lo sviluppo di un progetto singolo o di gruppo, ti interessa vedere anche i progetti d'esame sviluppati dai tuoi compagni?

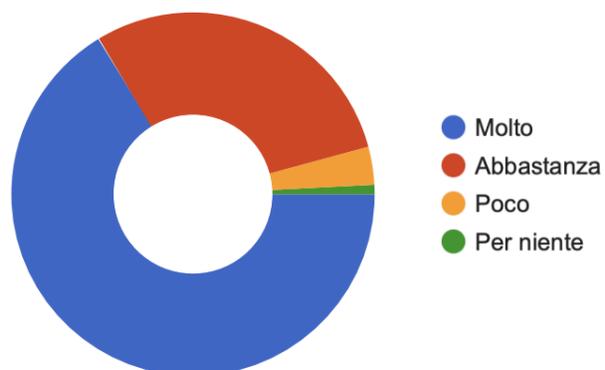


Il 65,5% degli studenti presi in analisi ha manifestato un forte interesse nell'esplorare la progettualità dei colleghi studenti nello sviluppo dei progetti d'esame.

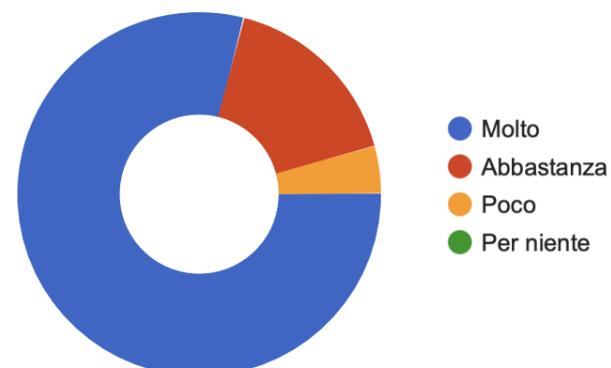
È presente un forte slancio degli studenti a poter accedere alla progettualità dei colleghi:

- confrontare metodi e approcci differenti
- analizzare le tecniche impiegate
- verificare le effettive capacità dei colleghi in vista di nuovi progetti

- Ti interesserebbe un annuario di alcuni progetti selezionati tra quelli sviluppati dagli studenti di ogni anno?



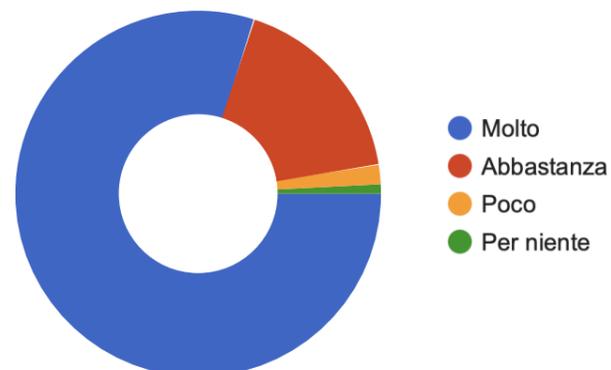
- Ti piacerebbe che uno dei progetti sviluppati da te, singolarmente o in gruppo, venisse pubblicato su un annuario?



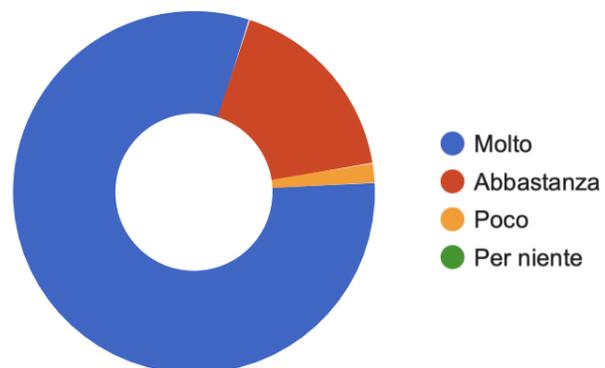
Il 66,4% degli studenti è molto interessato ad un annuario dei progetti studenteschi, e il 79% è molto interessato che su questo annuario sia pubblicato un proprio progetto. Le restituzioni degli studenti sono estremamente orientate sulla condivisione progettuale.

Emerge un'esigenza studentesca non ancora ascoltata adeguatamente: l'essere testimoni del coinvolgimento studentesco nel quotidiano sviluppo dei progetti che assorbe ogni futuro progettista dell'Università.

- Ti piacerebbe che su questo annuario fossero presenti anche progetti di tesi di laurea selezionati tra i laureandi dell'anno corrente?



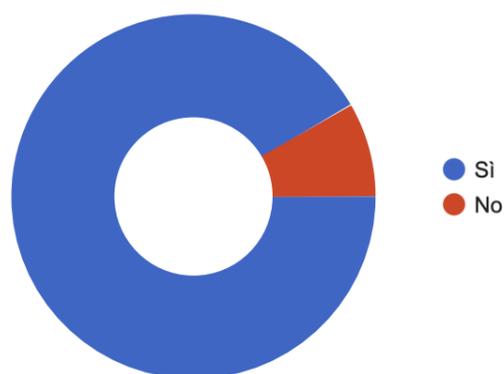
● Se sei uno studente non ancora laureato, pensi che la presenza sull'annuario di alcuni progetti di tesi di laurea di alcuni colleghi ti aiuterebbe ad orientarti su cos'è e come si sviluppa una tesi?



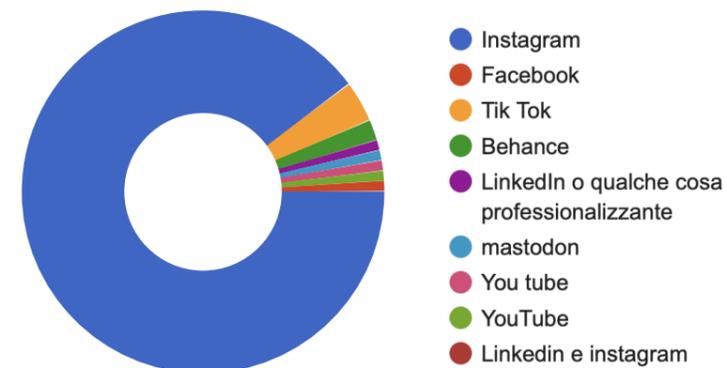
Il 79,8% degli studenti è molto interessato a poter esplorare le tesi dei laureandi, e l'84,5% è certo che la presenza delle tesi sull'annuario avrebbe una funzione didattica di orientamento e insegnamento sullo sviluppo e sulla struttura di una tesi. L'annuario così oltre a farsi portatore dei diversi approcci progettuali, diventa anche un forte elemento di orientamento nel percorso degli studenti.

La tesi di laurea è il punto di culmine di un ricco percorso universitario, e la possibilità negli anni del triennio di approcciarsi a tesi di laurea efficaci e di qualità accompagna lo studente nel percorso di crescita.

● Ti piacerebbe che questo annuario fosse anche presente come pagina sui social network?



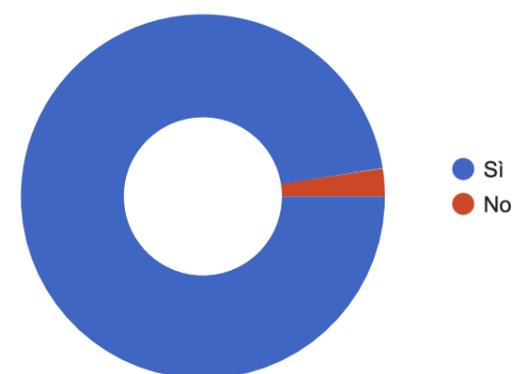
● Se sì, su quale Social Network?



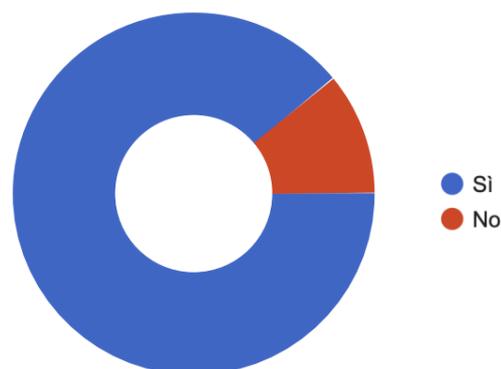
Dal questionario studentesco emerge una spinta verso entrambe le dimensioni dell'annuario: cartaceo e digitale.

In particolar modo il 91,6% degli studenti si è espresso a favore di un corrispettivo sui social network di questo progetto di raccolta progettuale. Instagram è il social network di riferimento indicato dalla stragrande maggioranza degli studenti.

● Pensi che la presenza di un tuo progetto d'esame o tesi di laurea sull'annuario genererebbe per te una visibilità positiva?



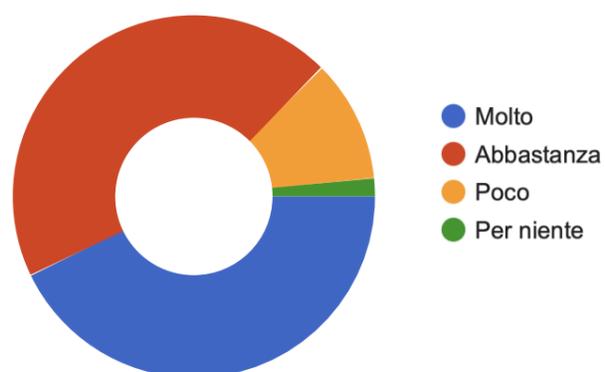
- Se un tuo progetto d'esame o tesi di laurea venisse selezionato per l'annuario, ti piacerebbe poterlo descrivere e raccontarlo in prima persona sull'annuario stesso e/o su una piattaforma digitale (sito del Politecnico, social network)?



Questa è un'ulteriore restituzione che evidenzia il forte grado di coinvolgimento che gli studenti richiedono. L'89,1% degli studenti è interessato ad essere presente in prima persona nella narrazione del percorso progettuale.

Il forte impegno studentesco nei corsi e nei progetti si manifesta poi in un'attenta e ricercata descrizione, narrazione e racconto preciso del progetto stesso.

- Pensi che la possibilità che un tuo progetto o tesi di laurea venga selezionato per essere inserito sull'annuario ti stimolerebbe ad applicarti di più?



Tutti questi preziosi dati, raccolti dalle restituzioni di 119 studenti di ogni anno del corso di Design, delineano da un lato una serie di requisiti necessari e indispensabili che l'annuario deve incarnare, e dall'altro delle aspettative, dei risultati attesi.

I risultati di questo questionario sono una forte testimonianza della spinta studentesca alla partecipazione progettuale in un progetto di questo tipo. A partire dalla domanda iniziale su quali valori il Politecnico ha suscitato, si può notare come il senso di comunità e la condivisione siano tasselli fondamentali dell'esperienza universitaria.

Emerge poi dalle restituzioni degli studenti, che l'interesse progettuale sulle idee sviluppate dai colleghi è significativo, la voglia di essere testimone del percorso creativo altrui è forte. Questa spinta è forte proprio perchè vista con un momento di crescita nel quale ci si può mettere in discussione, avere delle conferme ed apprendere.

Alle domande che indirizzano l'annuario a media meno tradizionali come i social network la risposta studentesca è ovviamente molto positiva. Chiaramente i linguaggi e le forme di comunicazione più vicine agli studenti hanno un impatto maggiore e vengono preferite rispetto ad approcci più tradizionali come un progetto editoriale. In particolare Instagram è la piattaforma social sulla quale gli studenti hanno proiettato maggiormente l'idea di annuario.

A partire dagli elementi di valutazione ricavati da questo questionario, è possibile quindi ricavare una serie di requisiti necessari ad un supporto come l'annuario, per essere in linea con le necessità del target studenti. La fase iniziale di raccolta dati perciò, ora si concretizza in un primo scheletro delle caratteristiche imprescindibili su cui costruire il contenitore progettuale.

## 4.1.2 Interessi e valori

Per riuscire ad elaborare i requisiti necessari che l'annuario deve avere, in relazione al target studentesco, bisogna inizialmente fare un'analisi delle motivazioni che spingerebbero gli studenti a leggerlo. È necessario perciò mettere a fuoco le ipotetiche motivazioni che spingerebbero uno studente di Design del Politecnico di Torino ad interessarsi all'annuario dei progetti studenteschi:

- Il desiderio che i propri progetti vengano selezionati nell'annuario, per gratificazione e visibilità delle proprie capacità, porta gli studenti ad applicarsi di più. Si rafforza così la sana competizione tra gli studenti, interessati a comparire nell'annuario e curiosi di vedere chi verrà selezionato.
- La possibilità di interfacciarsi con approcci progettuali differenti porta ad una crescita personale nelle capacità di analisi e nella visione di progetto.
- Queste raccolte di casi studio permettono agli studenti di immagazzinare progetti consultabili successivamente in fasi creative diverse, integrando elementi efficaci sviluppati dai colleghi e crescendo così come progettisti.



I valori che l'annuario vuole comunicare agli studenti del Politecnico sono diversi:

- La metodologia didattica precisa, aggiornata e l'approccio progettuale induttivo e analitico del Politecnico sono aspetti fondanti e caratterizzanti di questo percorso di laurea.
- L'impegno e la dedizione della produzione di progetti efficaci come trampolino per la progettazione nel mondo professionale.
- Il senso di comunità che si sviluppa e si respira nei corridoi della sede di Mirafiori. Un senso di appartenenza rafforzato dalle esperienze progettuali di gruppo, dalle collaborazioni con enti esterni che portano gli studenti spesso lontano da mirafiori, a sperimentare sul campo.

La partecipazione studentesca, l'informalità del tone of voice, il forte senso di appartenenza e l'approccio didattico saldo sulle sue radici ma in continuo aggiornamento, sono tutti elementi che possono portare il target "Studenti" a riconoscersi maggiormente in un annuario cartaceo esteticamente identitario. Questo può diventare un elemento di facile diffusione in sede a Mirafiori, dove gli studenti possono sfogliarlo insieme, commentarlo ed analizzarlo.

Le motivazioni che portano uno studente a sfogliare l'annuario, coerentemente collegate ai valori sopra riportati, portano il progetto ad un'assoluta vicinanza rispetto al target studentesco. La percezione di essere rappresentati è un elemento chiave, il senso di ownership collettiva è infatti uno degli obiettivi se non l'obiettivo principale di questo contenitore di progetti e di esperienze di vita.

## 4.1.3 Requisiti

Rispetto alle analisi svolte e considerando i dati raccolti dal questionario studentesco, è possibile delineare una serie di requisiti in linea con il target studentesco.

### Condivisibile

- La condivisibilità dell'annuario è intesa come fruibilità in compagnia, rispondendo alle esigenze di un'utenza eterogenea, ovvero gli studenti, in maniera non discriminante.
- Un supporto che sia possibile sfogliare o consultare digitalmente insieme, in compagnia tra colleghi progettisti.
- L'annuario come supporto può e deve generare interazione studentesca, scambi positivi di approcci, metodi e valori.



### Contestuale

- Il supporto Annuario deve essere riconoscibile, così da farsi portatore di un linguaggio e di valori specifici in maniera diretta e forte.
- L'identità del Politecnico è molto definita, e non è il centro diretto dell'annuario ma il contesto, lo sfondo.

Al centro rimane l'esperienza progettuale studentesca, che attraverso ed insieme all'entità Politecnico compie un percorso. Perciò è necessaria un'identità complementare a quella del Politecnico e non identica.



### Sostenibile

- Il processo di produzione del supporto cartaceo dell'annuario deve essere sostenibile, riciclabile.
- La sostenibilità materica e la possibilità dell'annuario, una volta rovinatosi, di rivivere in una nuova produzione attraverso un processo di riciclo, è totalmente in linea con i valori del Politecnico di Torino, incarnando la progettazione consapevole.



### Aggiornabile

- L'annuario, a cadenza semestrale o annuale, deve essere aggiornato con nuovi progetti studenteschi.
- La dinamicità dei contenuti dell'annuario, in continuo aggiornamento, è un elemento di traino del progetto, rendendo questo supporto sempre moderno, vicino al percorso individuale di ogni studente.



### Informale

- L'informalità è un aspetto di linguaggio del progetto. Essendo l'esperienza studentesca a 360 gradi il centro dell'annuario, è necessario che il linguaggio sia adatto alla fruizione che ne può fare uno studente.
- Il tone of voice si deve adattare ad un'utenza moderna, giovane, eterogenea ma con dei macro-trend comuni legati alle nuove generazioni. La narrazione progettuale deve essere leggera, accattivante, antitetica alla squadrata formalità del Politecnico.

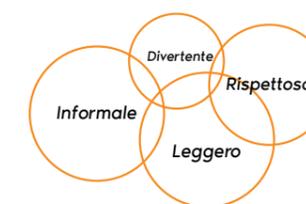




Figura 83 Moodboard degli studenti.

## 4.2 Famiglie

Il secondo segmento di target analizzato sono le famiglie, una audience di estrema importanza. Da un lato, i genitori degli studenti già iscritti possono essere testimoni del percorso di crescita dei figli, delle capacità acquisite e del valore delle esperienze che compiono. Dall'altro lato le famiglie che si avvicinano al mondo universitario del design, magari per iscriverne in futuro i propri figli, possono farsi chiaramente un'idea sul tipo di offerta formativa che il Politecnico offre.

### 4.2.1 Interessi e valori

Per riuscire ad elaborare i requisiti necessari che l'annuario deve avere, in relazione al target delle famiglie, bisogna inizialmente fare un'analisi delle motivazioni che spingerebbero le famiglie a leggerlo. È necessario perciò mettere a fuoco le ipotetiche motivazioni che spingerebbero i genitori di uno studente di Design del Politecnico di Torino ad interessarsi all'annuario dei progetti studenteschi:

- Le famiglie hanno un forte interesse ad essere testimoni del percorso didattico del proprio figlio. Una narrazione progettuale all'interno di un annuario può diventare così una possibilità di partecipazione da parte dei familiari.
- La possibilità di visionare i progetti studenteschi permetterebbe anche alle famiglie che ancora non hanno iscritto il proprio figlio, di orientarsi sull'approccio didattico del Politecnico. Un'annuario diventerebbe così un ponte tra le famiglie e l'Università capace di accorciare le distanze e comunicare chiaramente la natura del corso di Design.



I valori che l'annuario vuole comunicare alle famiglie degli studenti o dei futuri studenti del Politecnico sono diversi:

- La metodologia didattica precisa, aggiornata e l'approccio progettuale induttivo e analitico del Politecnico sono aspetti fondanti e caratterizzanti di questo percorso di laurea, e sono un ottimo elemento di valutazione per orientare le famiglie ad un'ipotetica iscrizione.
- Il senso di comunità che si sviluppa e si respira nei corridoi della sede di Mirafiori. Un senso di appartenenza rafforzato dalle esperienze progettuali di gruppo, che porta lo studente ad una grande crescita e maturazione personale.
- La sinergia che il Politecnico di Torino ha sviluppato negli anni con grandi aziende sul suolo piemontese ed italiano. La forte credibilità di questo percorso di studi è intrecciata alle collaborazioni con aziende attraverso tirocini, stage e progetti curriculari.

Il desiderio delle famiglie di essere partecipi del percorso didattico dei figli, il tone of voice formale visivamente e contenutisticamente ed il solido approccio di insegnamento radicato nella storia del Politecnico ma profondamente aggiornato possono portare il target "famiglie" ad essere allineati ai valori che l'annuario veicola. Perciò se da un lato, il genitore di uno studente del Politecnico può essere testimone del percorso del figlio, dall'altro lato un genitore che valuta se iscriverne il figlio o meno, può catturare un po' dell'essenza del corso di Design.

## 4.2.2 Requisiti

Rispetto alle analisi svolte è possibile delineare una serie di requisiti in linea con il target delle famiglie.

### Condivisibile

- La fruibilità in compagnia dell'annuario si riflette anche sulla dimensione familiare.
- L'annuario deve poter essere un ponte tra famiglie e studenti, passando attraverso lo studente, deve di conseguenza mantenere un taglio trasversale che coinvolga genitore e studente.



### Didattico

Un requisito importante per essere un supporto di riferimento per le famiglie è l'elemento di formazione didattica.

- Le famiglie hanno un forte interesse ad essere testimoni del percorso didattico del proprio figlio. Una narrazione progettuale che ponga la lente d'ingrandimento sulle skills, sui programmi e sulle capacità sviluppate ed impiegate può orientare maggiormente le famiglie sulla effettiva e concreta preparazione che il Politecnico offre.



### Sicuro

La sicurezza va intesa qui dal punto di vista percettivo: l'utente, in questo caso le famiglie, si deve sentire rassicurato dai contenuti, dall'atmosfera e dai valori che l'annuario racchiude. La possibilità per le famiglie di vedere le strutture, i compagni, i professori, le attività e i luoghi frequentati durante le lezioni, deve essere un elemento di sicurezza.



### Credibile

- La credibilità dell'annuario altro non è che la credibilità dei valori che vuole comunicare, ovvero i valori fondanti del Politecnico, dalla comunità, allo sviluppo consapevole e sostenibile, alla ricerca, al continuo aggiornamento, a molto altro
- La credibilità comprende anche riuscire a comunicare la credibilità lavorativa di questo percorso, la ricaduta nel mondo professionale.
- La sinergia che il Politecnico di Torino ha sviluppato negli anni con aziende sul territorio piemontese ed italiano, attraverso tirocini, stage e progetti curriculari.



### Contestuale

- L'annuario deve comunicare alle famiglie l'identità del Politecnico, quanto quella degli alunni. Il dialogo tra l'annuario ed il contesto in cui si colloca deve essere forte.
- L'annuario deve essere veicolo della storia del Politecnico, dei volti che rappresentano il Politecnico da poco o da molto tempo, dell'approccio didattico e della dimensione umana del Politecnico.



### Formale

- Il tone of voice deve essere efficace ed adatto per le famiglie degli studenti e dei futuri studenti.
- L'approccio comunicativo più efficace nell'interazione con le famiglie può essere una formalità contenutistica e visiva, capace di veicolare in maniera chiara i progetti, le collaborazioni e il percorso didattico a 360 gradi.





Figura 84 Moodboard delle famiglie.

## 4.3 Aziende ed enti esterni

Il terzo segmento di target analizzato sono le aziende e gli enti esterni. La possibilità per le aziende di entrare in contatto con le esperienze progettuali degli studenti è fondamentale. Poter cogliere quali capacità si sviluppano, quali programmi vengono maggiormente utilizzati, quali tematiche vengono affrontate e come, è di vitale importanza per una realtà professionale.

### 4.3.1 Interessi e valori

Per riuscire ad elaborare i requisiti necessari che l'annuario deve avere, in relazione al target delle aziende e degli enti esterni, bisogna inizialmente fare un'analisi delle motivazioni che spingerebbero le aziende a leggerlo. È necessario perciò mettere a fuoco le ipotetiche motivazioni che spingerebbero dei soggetti del mondo del lavoro ad interessarsi all'annuario dei progetti studenteschi:

- Le aziende cercano restituzioni complete di quella che è la preparazione e di quelle che sono le competenze che il Politecnico offre e permette di sviluppare. La motivazione è la ricaduta lavorativa dell'approccio didattico dell'università, perciò la restituzione alle aziende della progettualità studentesca ha un enorme valore per l'università e ancor più per gli studenti stessi.
- Per enti locali e soggetti politici il Politecnico è una sede storica della preparazione di migliaia di studenti ogni anno, e la sinergia tra le istituzioni deve essere assoluta così da permettere un'effettiva integrazione tra strutture didattiche, città e regione. Questa sinergia e monitoraggio della progettualità studentesca permette collaborazioni su progetti sul territorio, finanziamenti e sviluppo dell'università.



I valori che l'annuario vuole comunicare alle aziende sono:

- La metodologia didattica aggiornata e l'approccio progettuale induttivo e analitico del Politecnico sono aspetti fondanti e caratterizzanti di questo percorso di laurea
- La capacità di intercettare le necessità e le richieste del mondo del lavoro contemporaneo e formare di conseguenza gli studenti in competenze mirate e complete.

I valori che l'annuario vuole comunicare agli enti locali sono:

- La forte sinergia tra il Politecnico e il territorio, e la capacità dell'istituzione Politecnica di apportare beneficio alla comunità locale attraverso iniziative, progetti e formazione.

La necessità delle aziende di avere una restituzione delle capacità degli alunni, le forti interazioni con gli enti locali volte a implementare progetti sul territorio e finanziamenti ed il tone of voice di carattere istituzionale rigoroso e formale sono tutti aspetti che rendono l'annuario un supporto fondamentale.

## 4.3.2 Requisiti

Rispetto alle analisi svolte è possibile delineare una serie di requisiti in linea con il target di aziende ed enti esterni.

### Aggiornato

- L'annuario, attraverso l'aggiornamento periodico e continuo delle attività, dei progetti e dei corsi, deve comunicare il livello di aggiornamento e di ricerca interna del Politecnico nella formazione che fornisce agli studenti.
- Attraverso la descrizione di esperienze progettuali nuove ed aggiornate riguardo ai temi trattati e alle tecnologie utilizzate



### Contestuale

- L'annuario deve comunicare e raccontare le forti collaborazioni già in atto con aziende piemontesi, ponendo l'accento sui tirocini e sui progetti in collaborazione con queste aziende del contesto torinese ed italiano.
- Attraverso la descrizione delle esperienze progettuali nelle quali sono coinvolte aziende esterne.



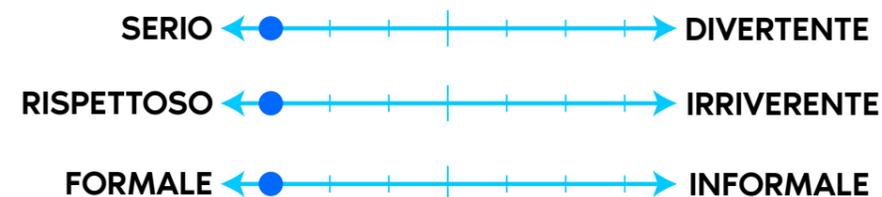
### Credibile

- L'annuario deve comunicare in maniera chiara le competenze acquisite e l'ipotetica ricaduta professionale dei corsi di Design, esprimendo la credibilità del corso dal punto di vista della formazione.
- Attraverso la descrizione dei programmi utilizzati, delle skills acquisite e delle aziende coinvolte in alcuni progetti.



### Formale

- Il tone of voice utilizzato dall'annuario, orientato verso le aziende, deve essere rispettoso e formale, spiegando progetti e esperienze in maniera seria ed esaustiva, ponendo l'accento su aspetti più tecnici come l'uso dei programmi.
- Attraverso un linguaggio formale e serio e degli elementi visual sobri.



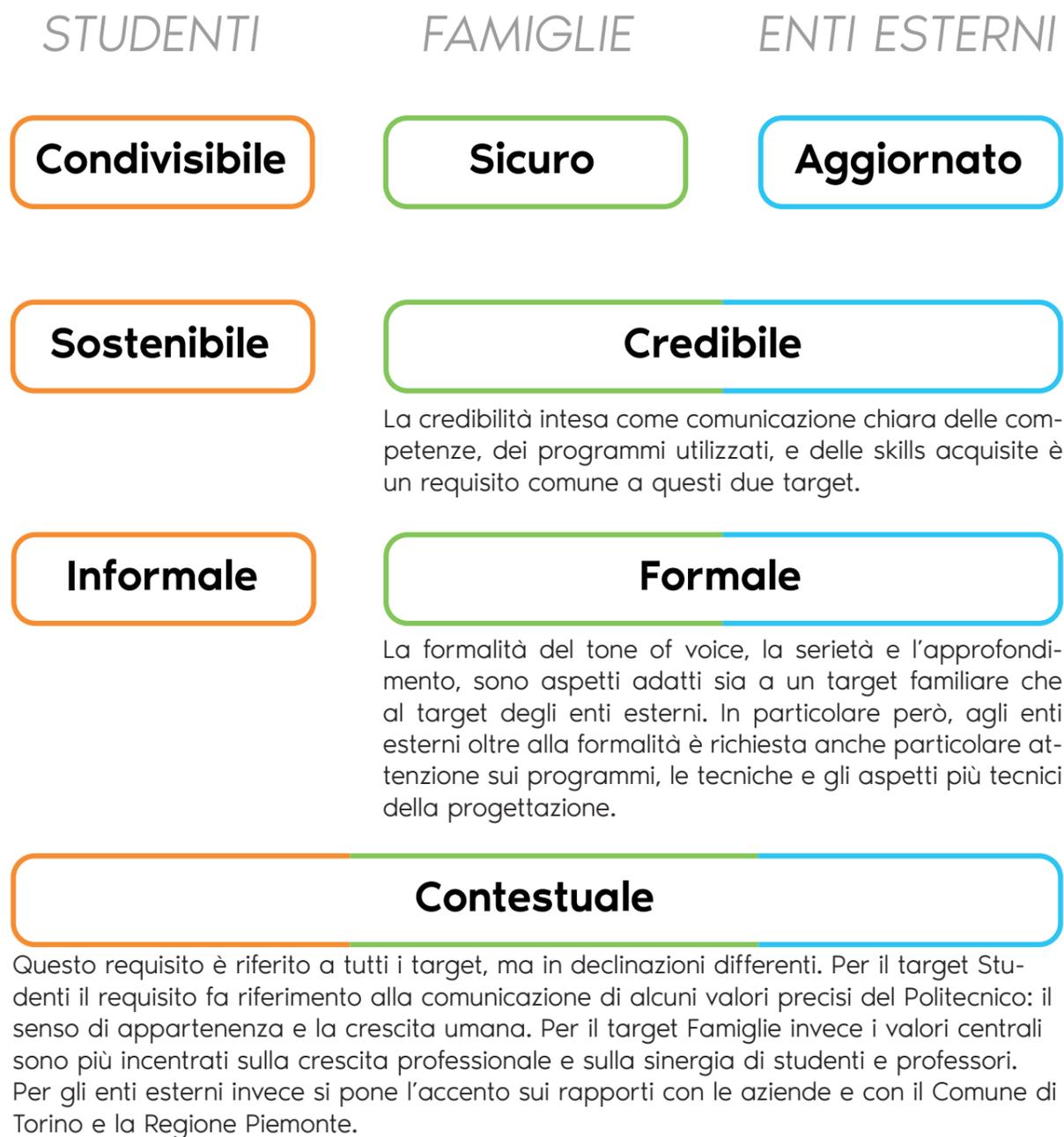
L'approccio comunicativo più efficace nell'interazione con aziende ed enti locali è una formalità totale, attraverso con cui narrare i progetti in maniera precisa e chiara. Una comunicazione istituzionalmente inquadrata è adatta all'interfacciarsi di soggetti come aziende in cerca di nuovi progettisti ed enti locali.



Figura 85 Moodboard degli enti esterni.

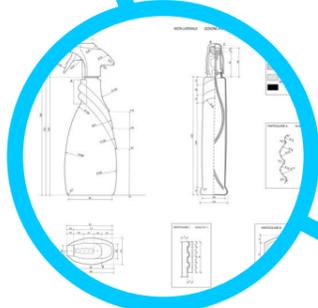
## 4.4 Sintesi ed unione

Per riuscire a sviluppare un unico annuario al cui interno coesistano tutti gli elementi necessari per comunicare a tutti i tre target, è necessario rianalizzare tutti i requisiti individuati.



### ESPERIENZA

Le nuove esperienze sono un elemento centrale del percorso di Design, dal punto di vista umano con nuove conoscenze e rapporti, e dal punto di vista progettuale con progetti sul campo e sperimentazioni di tecniche e programmi



### COMUNITÀ

Gli studenti durante il loro percorso sviluppano un senso di appartenenza verso l'università, entrando a far parte della comunità del Politecnico attraverso nuove conoscenze ed esperienze



### AFFIDABILITÀ

Il corso di Design è una realtà solida e formativa, nel quale gli studenti vengono seguiti e guidati dai professori in ogni fase della loro crescita come progettisti



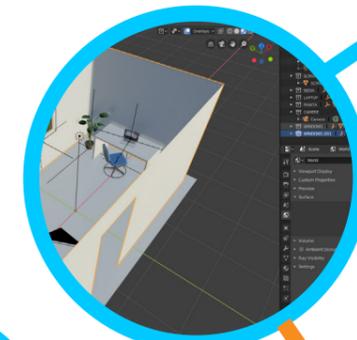
### LAVORO

Il corso di Design forma dei progettisti completi in grado di ricoprire diverse posizioni lavorative. Le ricadute professionali del corso sono concrete e spaziano in diversi settori.



### COMPETENZE

Gli studenti durante il loro percorso sviluppano diverse capacità legate alla progettazione, come l'uso di programmi specifici richiesti nel mondo del lavoro e un'analisi approfondita degli aspetti di un progetto.



### CRESCITA

Le esperienze degli studenti li portano a maturare sia come progettisti, sempre più vicini al mondo del lavoro, sia come individui, stringono nuovi rapporti ed imparando a collaborare.



Figura 86 Moodboard unite.



Capitolo 5

# MIRAFLOWERS

## 5.1 Tipologie di contenuti

Miraflowers è un progetto editoriale che racchiude i migliori progetti degli studenti dell'area di Design del Politecnico di Torino.

All'interno di questo progetto editoriale vi troviamo contenuti diversi che rispondono ad esigenze differenti e possono anche essere indirizzati a differenti target. In particolare vi sono tre macrogruppi di contenuti:

### 5.1.1 Progetti

L'elemento centrale dell'annuario sono i progetti degli studenti. Questa tipologia di contenuti occupa gran parte della struttura del progetto editoriale e sono stati selezionati ed organizzati secondo precise logiche che nei prossimi capitoli verranno spiegate.

Gli obiettivi di questa tipologia di contenuti sono innumerevoli, come già analizzato precedentemente, ed investono a pieno tutti i tre target di riferimento. Semplificando l'analisi fatta negli scorsi capitoli, possiamo individuare uno o più obiettivi generali per ogni differente target:

- per gli studenti: un confronto sulle metodologie di progettazione; una raccolta di preziosi casi studio; un'occasione di stimolo nel percorso universitario e di crescita.
- per le famiglie: la possibilità di essere coinvolti del percorso universitario del/della proprio/a figlio/a, diventando testimoni delle capacità acquisite grazie ai progetti svolti.
- per gli enti esterni e le aziende: un portfolio sulle capacità degli studenti, ed un riferimento utilizzabile come parametro per valutare la preparazione teorica, pratica e professionale fornita dall'area di Design del Politecnico di Torino.



Figura 87 Mockup del layout green di un progetto.

Figura 88 Mockup del layout blu di un progetto.



## 5.1.2 Esperienze

La seconda tipologia di contenuti presente all'interno dell'annuario studentesco, riassumibile nel termine "Esperienze", comprende tutte le aree del progetto editoriale non dedicate ai progetti ma agli studenti. Le esperienze Erasmus, ad esempio, sono dei momenti ricchi di nuove sperimentazioni che portano gli studenti in ogni parte del mondo ad esplorare e scoprire nuove culture. Questo tipo di esperienze non può essere tralasciato nella composizione di un annuario studentesco.

Lo stesso vale per i tirocini: delle parentesi di mesi, nei quali lo studente dimentica per un attimo le aule della sede di Mirafiori e si proietta nel mondo del lavoro. Entrando così a contatto con professionisti di diversi settori, i giovani progettisti ricevono un assaggio di quello li aspetta fuori dalle porte del Politecnico. Anche quest'aspetto del percorso universitario non può e non deve essere sorvolato, ed ha perciò il suo spazio in un progetto come Miraflores.

Vi è poi un capitolo dell'annuario dagli studenti per gli studenti: le rubriche studentesche. In questo spazio i contenuti possono variare, da consigli degli studenti più grandi per i più piccoli, a contest per coinvolgere il mondo studentesco. Questi elementi del progetto editoriale mirano ad aumentare il senso di ownership collettiva dell'annuario, così che ogni studente di Design possa sentirsi rappresentato.



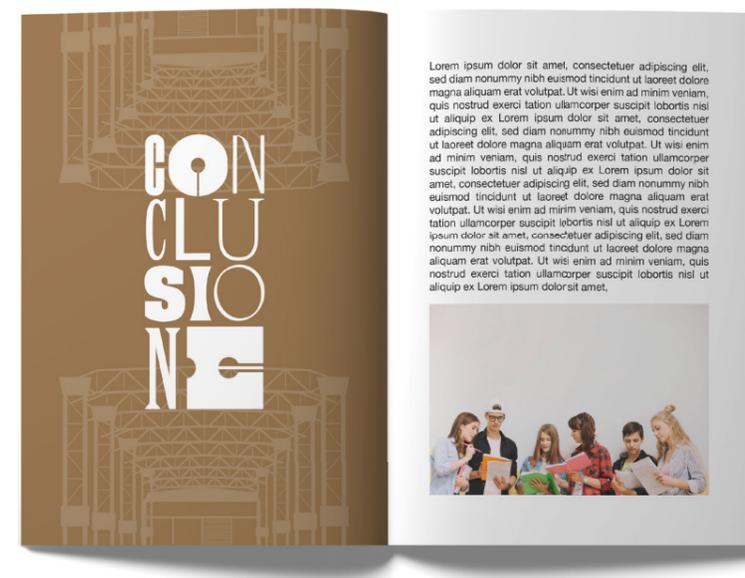
Figura 89 Mockup delle pagine dedicate alle esperienze erasmus.

## 5.1.3 Interventi

L'ultima tipologia di contenuti, molto meno presente nell'annuario a livello di pagine, è quella degli interventi. Nell'introduzione iniziale del progetto Miraflores è previsto un doppio intervento del coordinatore dell'area di Design del Politecnico di Torino, e del rettore stesso. Anche nelle pagine finali vi è uno spazio dedicato all'intervento del team di redazione, composto da tante persone che possono collettivamente lasciare un'impronta più personale all'interno dell'annuario.

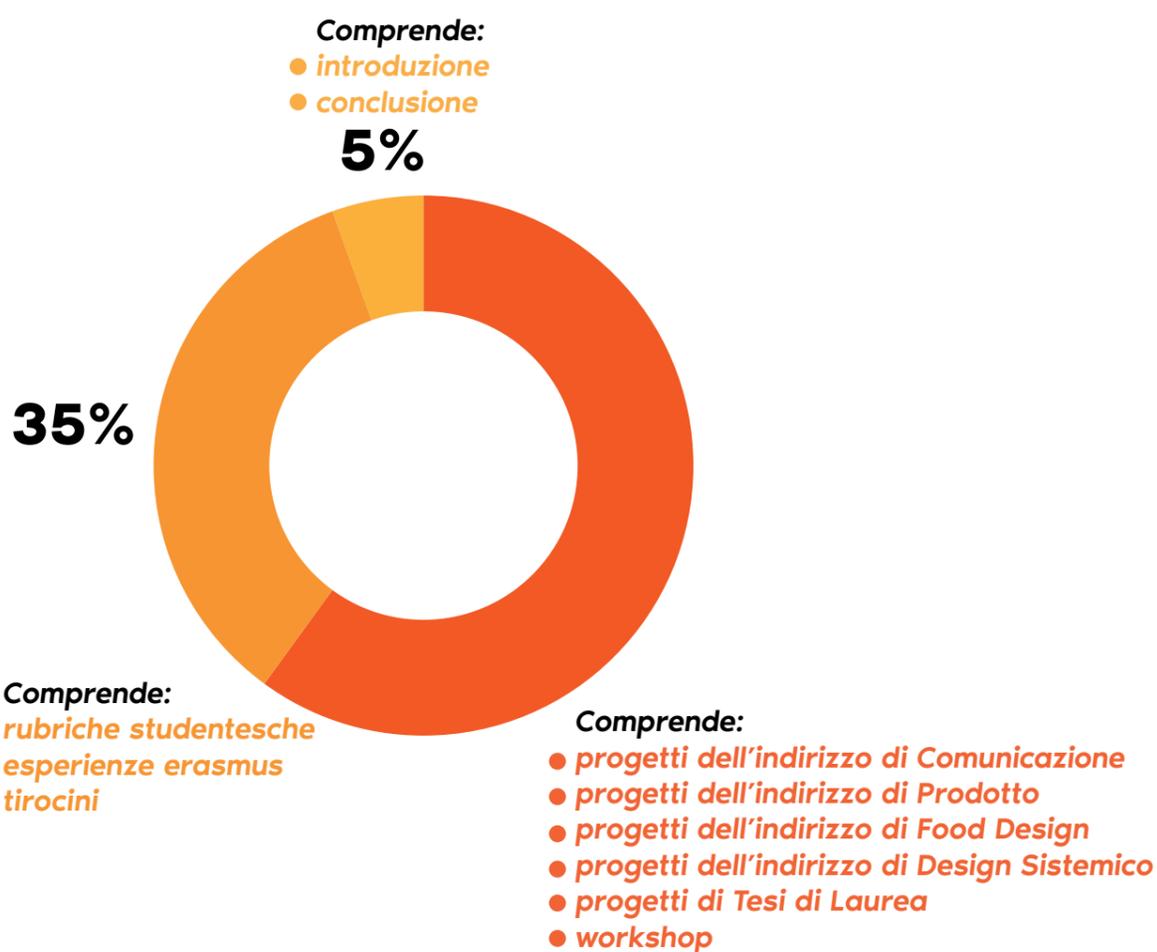
Gli interventi all'interno dell'annuario sono di natura diversa e si raccontano in modo differente, l'uno dall'altro. Nonostante ciò, però, ognuno di essi contribuisce con forza a comunicare i valori di fondo del Politecnico di Torino come istituzione vicina agli studenti e ben salda sulle proprie radici.

Figura 90 Mockup della conclusione.



## 5.2 Struttura

La struttura dell'annuario si poggia sulle tre tipologie di contenuti analizzate nel capitolo precedente. In particolare, come già anticipato, i contenuti legati ai progetti costituiscono più della metà dell'annuario, arrivando a circa il 60% delle pagine. I contenuti riguardanti le esperienze studentesche e le rubriche dedicate arrivano invece a circa il 35%. Gli interventi introduttivi e conclusivi sono contenuti marginali nella composizione complessiva, occupando solo il 5%.



L'area di Design comprende in totale 3 indirizzi di Laurea Triennale ed uno di Laurea Magistrale:

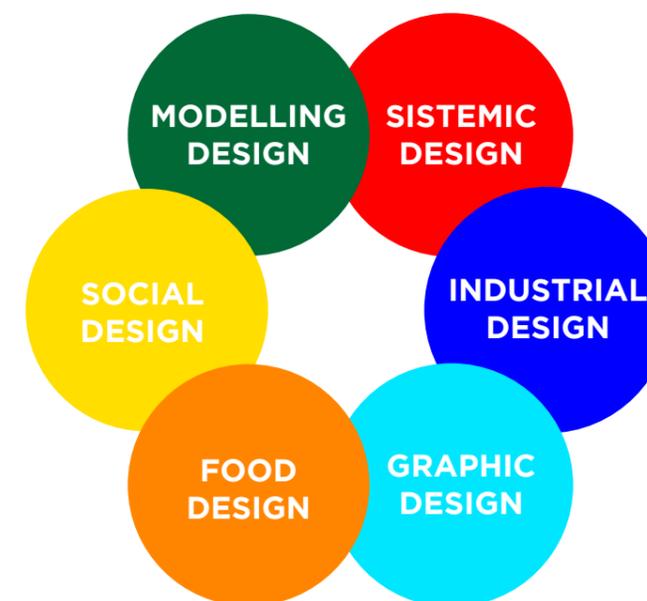
- Design e Comunicazione
  - Design del Prodotto
  - Design Sostenibile per il Sistema Alimentare
  - Design Sistemico
- i due indirizzi hanno molti esami in comune

Oltre a tutti i progetti sviluppati all'interno di questi corsi, vi sono poi i workshop e i progetti di tesi

Vi sono due tipi di suddivisione dei contenuti:

### DIVISIONE PER AREE TEMATICHE X

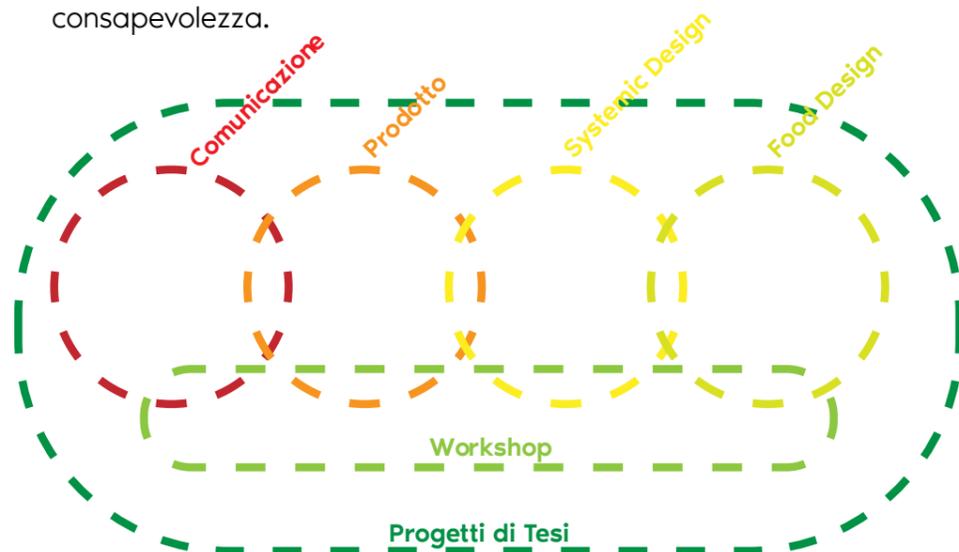
Così facendo si accorpano i progetti non in base al corso nel quale sono stati ideati, ma rispetto all'area tematica di riferimento, nella quale il progetto si può collocare. Questa organizzazione dei contenuti ha senza dubbio dei vantaggi, come la possibilità di associare i progetti in maniera trasversale, senza isolarli in compartimenti stagni. Il grosso svantaggio, però, è che nell'insegnamento del Design moderno ormai i progetti ricoprono più aree della progettazione, rendendo impossibile catalogarli in un'unica sfera.





### DIVISIONE PER CORSO ✓

Permette una divisione in sezioni logica e oggettiva, rispetto al piano di studi a differenza delle aree tematiche che non sono nette ma molto sfumate. Con una divisione dei progetti in base al corso di appartenenza, inoltre, emergono più nettamente le competenze specifiche acquisite in un corso rispetto ad un altro, permettendo ad un futuro studente, ad una famiglia o ad una azienda, di orientarsi tra le proposte didattiche con più consapevolezza.



L'indice, rispetto alle analisi sopra riportate, è così strutturato:

progetti	1 Introduzione	8 Workshop
	2 Design	8.1 Primo livello
	3 Design e comunicazione	8.2 Secondo livello
	4 Design del prodotto	9 Esperienze Erasmus
	5 Food Design	10 Tirocini
	6 Systemic Design	11 Rubriche studentesche
	7 Progetti di Tesi	7.1 Progettisti si diventa
	3.1 Design e Comunicazione	7.2 Contest
	3.2 Design del Prodotto	12 Conclusione
	3.4 Food Design	
	3.5 Systemic Design	

## 5.3 Team editoriale

La redazione che si occupa di redarre l'annuario deve rispondere ad una serie di requisiti:

- vicinanza al mondo studentesco
- capacità di intercettare le esigenze delle aziende
- capacità di intercettare le esigenze delle famiglie
- competenza a livello grafico
- aggiornabilità di anno in anno
- sostenibilità economica

**La soluzione è un team editoriale studentesco guidato da un docente in veste di Capo Redattore.**

Il docente capo redattore, attraverso la propria esperienza ed il proprio know how, guida gli studenti nella redazione dell'annuario. Alcune mansioni specifiche del docente capo redattore sono:

- selezionare i progetti meritevoli di essere inseriti nell'annuario, coordinandosi con gli altri docenti.
- Coordinare gli studenti della redazione nell'elaborazione di un concept grafico per la copertina, e per intermezzi grafici all'interno dell'annuario, che si aggiornerà ogni anno.
- Visionare i testi e i contenuti

Le mansioni della redazione studentesca invece sono:

- Elaborare un concept grafico per la copertina e intermezzi grafici nel layout che sia in linea con il Politecnico e con il progetto dell'annuario
- Coordinandosi con i professori di riferimento e con gli studenti autori dei progetti, elaborare i testi di descrizioni dei progetti
- Coinvolgere il mondo studentesco nel progetto attraverso le attività di raccolta di dati e foto e di elaborazione testi

## 5.4 Concept

### 5.4.1 Naming

Miraflores è l'annuario che racchiude le migliori esperienze progettuali dell'area di Design del Politecnico di Torino.

Il concept ha origine dall'iconica sede di Mirafiori, immersa nel contesto industriale Fiat, una realtà che ha profondamente influenzato il design in generale, ed anche, più nello specifico, l'area di Design al Politecnico. Dato che, quindi, la sede è un elemento centrale del percorso di studi a Design, il naming riprende proprio la parola composta Mira-fiori, contaminandola con l'inglesismo "flowers" al posto di fiori.

Il naming gioca anche sull'analogia tra il percorso dello studente che, laureandosi diventa un progettista capace, con il percorso del baccello che, maturando e crescendo, sboccia in un bellissimo fiore.

Così, unendo le radici del percorso di Design, ovvero la sede di Mirafiori, con il percorso di crescita alla quale gli studenti sono sottoposti, come un fiore che sboccia, nasce il concept Miraflores.



Figura 91 Declinazione grafica del naming.



### 5.4.1 Visual Identity

Miraflores è un progetto che vuole comunicare e valorizzare le tante aree del design che il corso di studi approfondisce, esplorando le tante anime racchiuse nell'università. Questa molteplicità di contenuti e visioni visivamente viene tradotta in un utilizzo di più font in contrasto tra loro. La modularità del Logotipo, che alterna lettering sottili e snelli ad altri bold e massicci, riprende quindi le tante visioni e i tanti approcci che il Politecnico insegna e stimola.



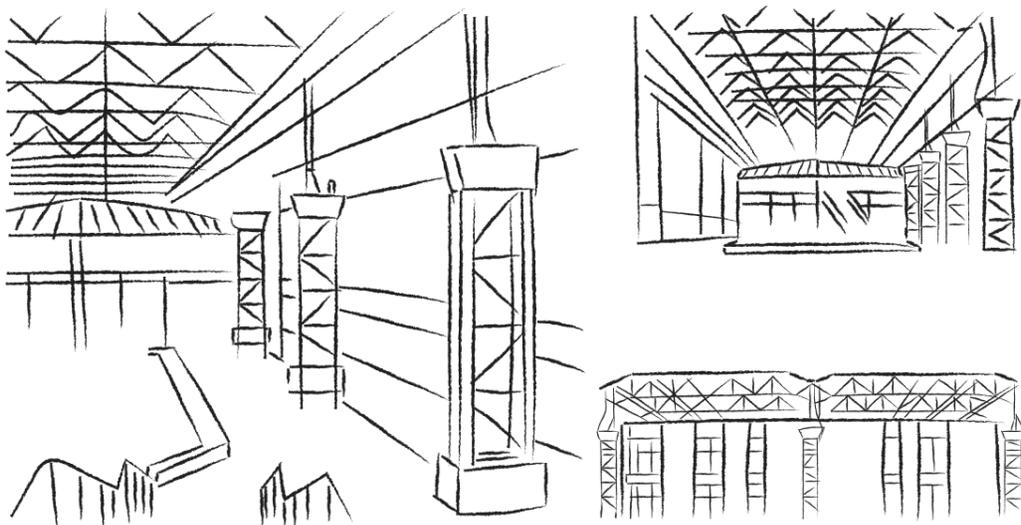
L'uso di alcuni font bold dalle forme sinuose e non lineari, come il Koska e il Kenwyn, comunica una informalità stilistica più vicina all'inusuale sperimentazione progettuale degli studenti rispetto ad un classico font squadrato e lineare. L'alternarsi poi di questi font ad altri più tradizionali permette che questi accostamenti generino dei lettering visual riconoscibili e di impatto visivo.



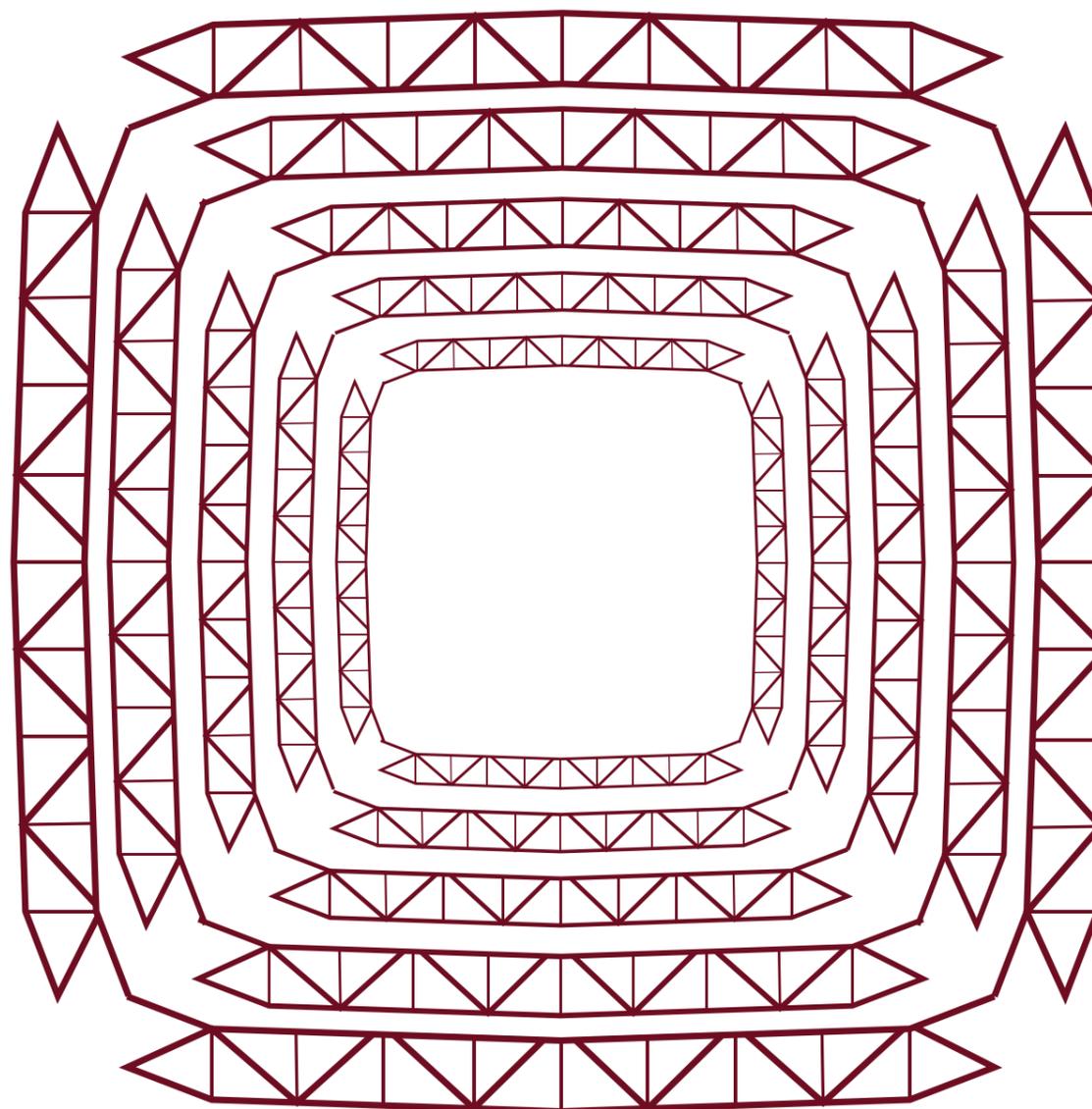
Figura 76 Visual Lettering di Miraflores.

La sede di Mirafiori, iconica per la sua architettura industriale, è un simbolo del corso di Design ed un punto fermo nel percorso di ogni studente. Le sue forme, riprese e trasformate, danno vita a pattern geometrici e visual squadrati che ben si accompagnano alla modularità e irregolarità dei logotipi impiegati. Da queste forme sono stati ricavati gli intermezzi grafici dell'annuario.

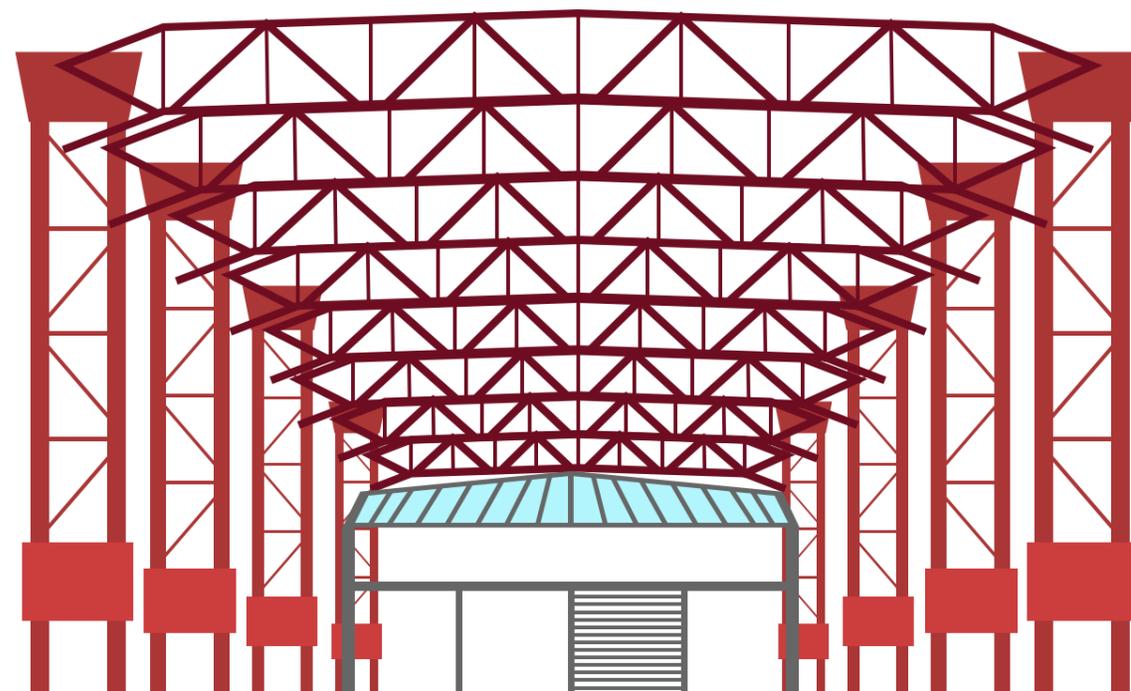
**Figura 92** Visual sketch della sede di Mirafiori del Politecnico di Torino.

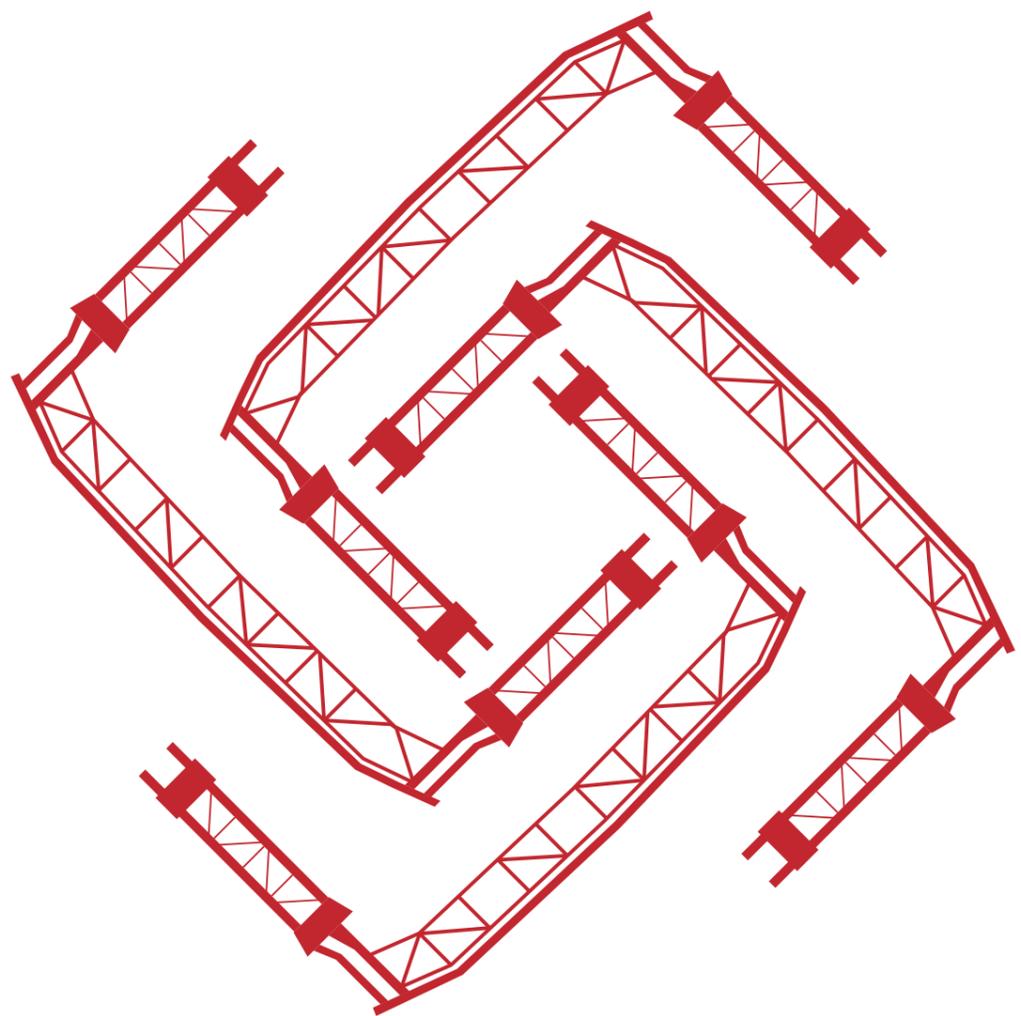


**Figura 93** Visual sketch astratti ricavati dalle foto della sede di Mirafiori.

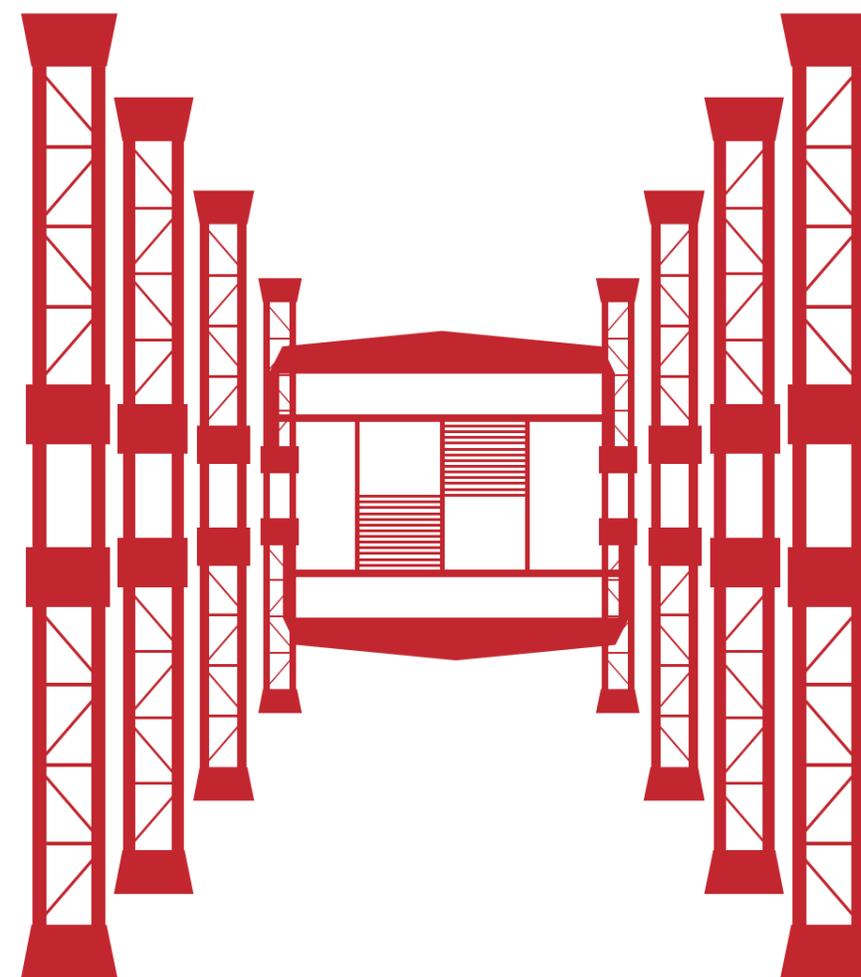


**Figura 94-95** Visual pattern ricavato dalle geometrie delle arcate della sede del Politecnico.

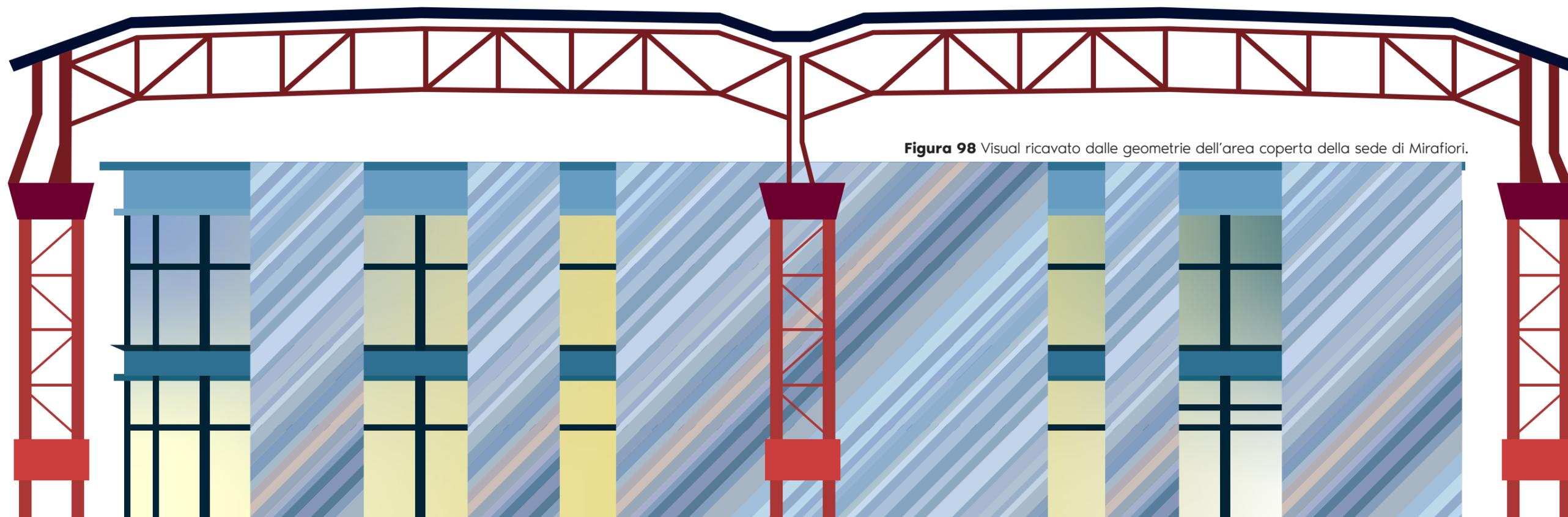




**Figura 96** Visual pattern ricavato dalle geometrie delle arcate della sede del Politecnico.



**Figura 97** Visual pattern ricavato dalle geometrie delle arcate della sede del Politecnico.



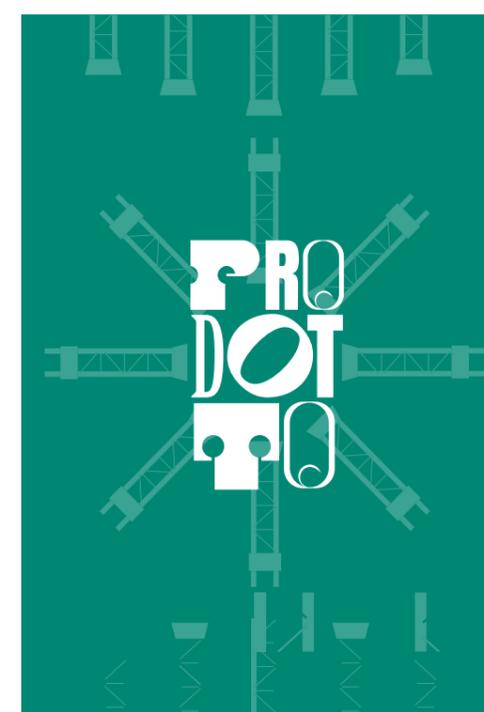
**Figura 98** Visual ricavato dalle geometrie dell'area coperta della sede di Mirafiori.

Tutti questi output grafici, all'interno dell'annuario si coniugano con i contenuti, ornandoli con intermezzi grafici. Così si sviluppa una lettura su più livelli del progetto Miraflores: le descrizioni dei percorsi progettuali sono formali e dettagliate, rivolgendosi ad un determinato target e rispondendo a determinati requisiti; mentre l'impostazione grafica e il linguaggio visuale applicato all'annuario sono freschi, giovani e inusuali. Così si concretizza il punto d'incontro dei requisiti di diversi target all'interno dello stesso unico contenitore.



**Figura 99**  
Intermezzo grafico per introdurre il capitolo di Communication Design.

**Figura 100**  
Palette colori ufficiale dei colori del Politecnico.



**Figura 101**  
Intermezzo grafico per introdurre il capitolo di Product Design.

Ogni intermezzo grafico è stato realizzato seguendo la palette colori ufficiale del Politecnico. L'identità dell'Università così è evidente a partire dal naming, passando per le elaborazioni grafiche ispirate alla sede di Mirafiori, fino all'utilizzo dei colori dall'indice ai vari capitoli dell'annuario.

## 5.5 Indice

L'indice introduce sin da subito gli elementi grafici industriali, con un chiaro riferimento, sin dalle prime pagine alla sede di Mirafiori. Il title design si rifa invece alla modularità dei font, alternando un lettering sottile e sinuoso ad uno bold e ingombrante.

I colori sono tutti presi dalla palette di colori ufficiale del Politecnico di Torino. In particolare ad ogni capitolo dell'annuario, compresa l'introduzione e la conclusione, è associato un colore preciso che in quell'area dell'annuario è presente in ogni pagina con riquadri, titoli o intermezzi grafici. Così l'annuario ha una impostazione ad aree tematiche colorate, che abbellisce qualitativamente il risultato finale cartaceo, con una pacata palette colori sul pastello, ed aiuta l'utente ad orientarsi sfogliando i capitoli.

Sulla divisione dei capitoli, come precedentemente analizzato, la divisione dei progetti ha un criterio di appartenenza ai 5 corsi principali: Fondamentali (gli esami del primo anno in comune tra Comunicazione e Prodotto), Comunicazione, Prodotto, Laboratori Progettuali (un insieme di esami del terzo anno, di discreta complessità, comuni a Prodotto e Comunicazione) Sistema Alimentare e Sistemico. Poi a seguire vi sono i progetti di tesi, che possono appartenere a qualsiasi corso di quelli elencati sopra. Successivamente i workshop, a cui sono dedicate ben 10 pagine complessive, vi sono poi le esperienze erasmus, le esperienze di tirocinio e le rubriche studentesche, tre capitoli dagli studenti per gli studenti. Ed infine vi è la conclusione, dove il team della redazione può scrivere il proprio percepito su quanto svolto durante l'anno nelle attività da editori.



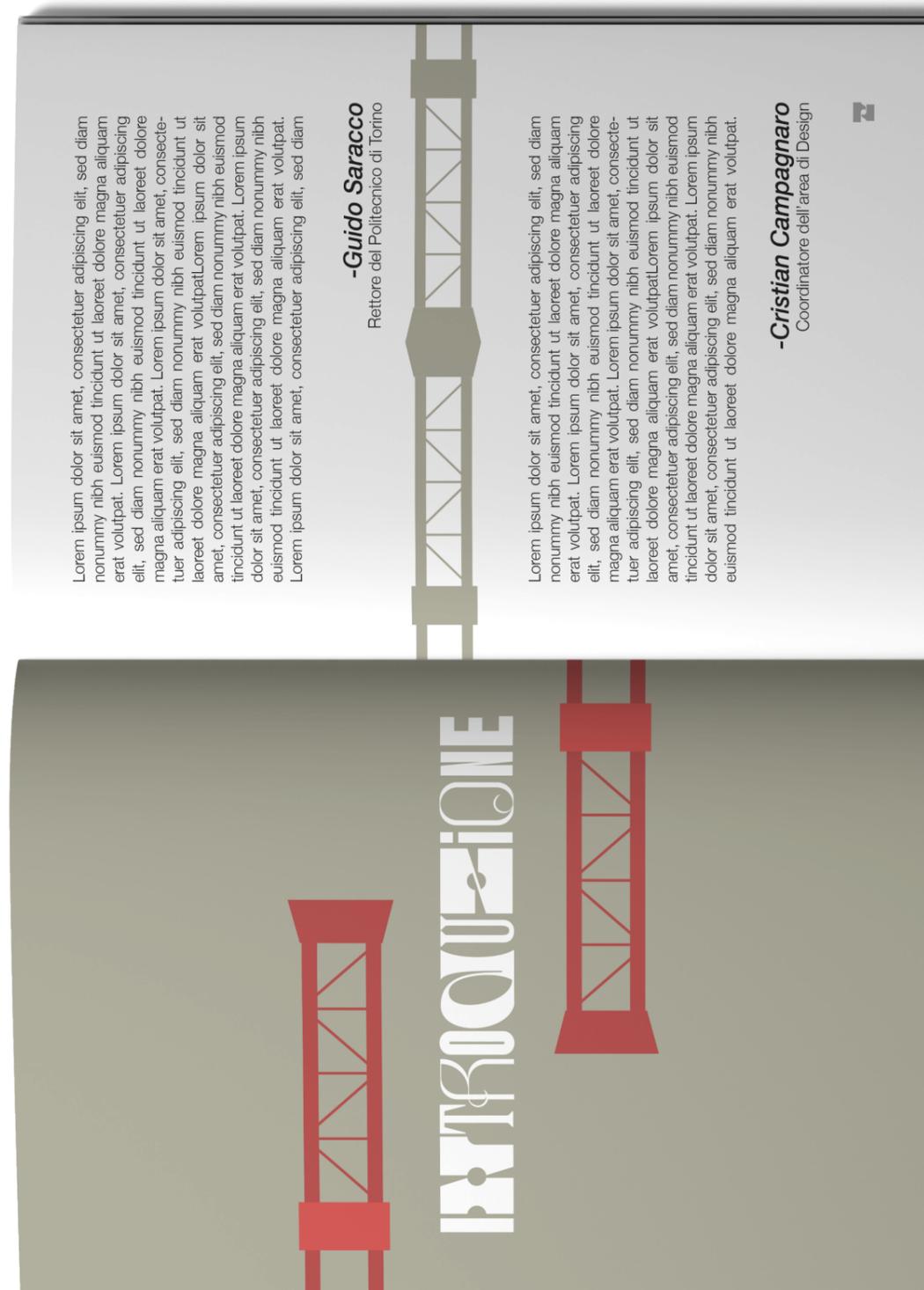
**Figura 102**  
Mockup dell'indice di Miraflovers.

## 5.5.1 Introduzione

L'introduzione è molto breve ed occupa solo due pagine. A differenza del resto dell'annuario, l'introduzione non viene redatta dal team di redazione studentesco, ma ad intervenire in apertura dell'annuario sono due figure centrali dell'Università. Il primissimo paragrafo introduttivo è scritto dal Rettore del Politecnico, il professor Saracco, che comunicando direttamente con il mondo studentesco, potrà indicare gli obiettivi raggiunti durante l'anno, anche in relazione a temi di attualità. La seconda parte dell'introduzione viene scritta dal coordinatore dell'area di Design, il professor Campagnaro, il quale a sua volta potrà indicare la direzione che il corso di Design sta mantenendo, i valori, nuovi progetti e nuove collaborazioni.

Attraverso una introduzione di questo tipo è possibile: ribadire i valori del Politecnico, che si riflettono nella proposta formativa del corso di Design; stabilire un contatto con la contemporaneità, anche in relazione ai cambiamenti del Politecnico di anno in anno; avvicinare alcune figure istituzionali del Politecnico al mondo studentesco con un contatto diretto.

Elementi grafici ornamentali che riprendono le geometrie della sede del politecnico sono evident in entrambe le pagine introduttive.



**Figura 103**  
Mockup dell'introduzione.

## 5.5.2 Fondamentali

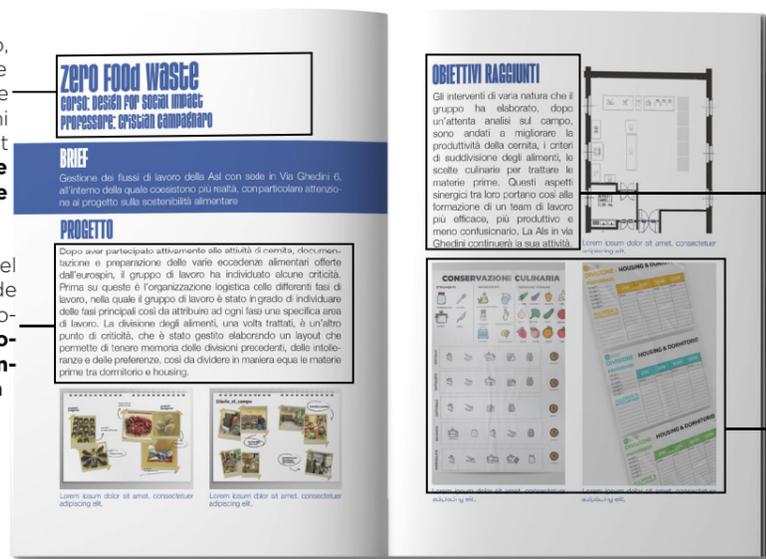
Sotto la voce “Fondamentali” rientrano gli esami di progetto in comune tra il corso di Comunicazione e quello di Prodotto che si estendono per il primo anno e 6 mesi di percorso universitario. Gli esami in questione sono Keywords Design, Concept Design e Design di Scenario, ed ognuno di questi ha due facciate dedicate, per un totale di 8 facciate contando anche le pagine introduttive.

L’impostazione grafica applicata a questi progetti è analoga a quella di tutti gli altri capitoli progettuali dell’annuario, va quindi analizzata. L’unico elemento di distinzione è il colore tematico di questo capitolo: un blu pastello, in linea con la palette dei colori ufficiali del Politecnico.

Figura 104 Analisi del layout di un progetto.

Titolo del progetto, nome del corso e Professore sono le prime informazioni indicate, con il font Agharti, **massiccio e facilmente leggibile**

La descrizione del progetto comprende le diverse fasi progettuali, **dall’elaborazione di un concept alla scesa a terra del progetto.**



Negli obiettivi raggiunti si possono integrare riflessioni del docente

Foto esplicative del progetto che comprendono output visivi, mock up, fotografie

Formato A5

Spazio in alto: 1,8 cm/51 punti  
 Margine destro: 1,8 cm/51 punti  
 Margine sinistro: 1,8 cm/51 punti  
 Spazio in basso: 2,3 cm/ 65 punti

Font titoli: Agharti Condensed Black  
 Dimensione Titolo: 37 pt  
 Dimensione sottotitolo: 26 pt  
 Font testo: Helvetica Neue Light  
 Dimensione: 11 pt  
 Font didascalie: Helvetica Neue Light  
 Dimensione: 8 pt

Figura 105 Layout di un progetto.



Ogni paragrafo riguardante i progetti è caratterizzato da un colore presente nella primissima pagina introduttiva, e nel layout sopra. Ad ogni progetto (Fondamentali, Comunicazione, Prodotto, Laboratori Progettuali, Sistema Alimentare, Sistemico e i progetti di tesi) sono dedicate due pagine, all’interno delle quali vi sono più voci.

- Titolo del progetto
- Corso e Professore
- Brief
- Progetto
- Obiettivi raggiunti

### 5.5.3 Comunicazione

Figura 106 Intermezzo grafico di inizio paragrafo.



Tutti i capitoli, eccetto Introduzione, Conclusione e Tirocini, si aprono con due pagine colorate del colore di riferimento di quel capitolo. Nella pagina sinistra vi è il lettering modulare che va a formare il titolo del paragrafo, con alcuni pattern geometrici come intermezzi grafici. Nella pagina destra invece vi è un testo introduttivo del capitolo, che spieghi le linee guida progettuali dell'area di riferimento, le capacità acquisite ed altre informazioni.

Nel caso specifico queste due pagine introducono il capitolo Comunicazione, all'interno del quale troviamo due facciate dedicate ad un progetto del corso Digital Communication, ed altre due facciate dedicate ad un progetto del corso Communication Design. Il totale è quindi di 6 facciate

### 5.5.4 Prodotto

Il layout dei progetti mantiene sempre la stessa impostazione, ma cambia il template: tre differenti gestioni dei contenuti si alternano all'interno dell'annuario tra un progetto e l'altro. La scelta su quale dei template utilizzare ricade sui formati più vicini alle fotografie disponibili da inserire nella pagina. Lo stesso vale principio dei 3 template vale per la seconda facciata introduttiva di ogni capitolo.

Nello specifico in questo capitolo vi sono 2 i progetti realizzati nei corsi di Design per l'Industrializzazione e Design per l'esplorazione, per un totale di 6 facciate dedicate.

Figura 107 Secondo template progettuale.



Gadget I'Omuri, in linea con il messaggio di sostenibilità del progetto

#### PROGETTO DESIGN PER L'INDUSTRIALIZZAZIONE CLAUDIO GERMAK

##### BRIEF

Elaborazione di un concept grafico nel contesto dei Murazzi di Torino nell'Ottocento di riqualifica della zona, attraverso una campagna di comunicazione, output visivi ed azioni concrete sul territorio.

##### PROGETTO

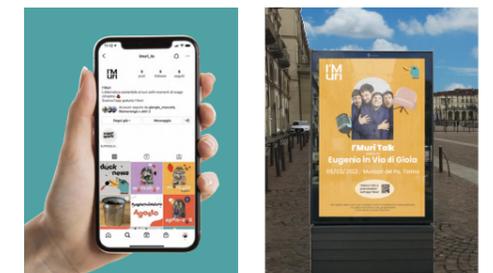
I'Omgreen, I'Ompeople, I'Omuri un progetto che opera su tre livelli: l'ecosostenibilità, la comunità e l'identità dei Murazzi. Attraverso una campagna di comunicazione sul territorio legata ad una serie di eventi diurni e notturni i Murazzi tornano a vivere. La voce di questo quartiere sarà la mascotte Ducky. Le attività diurne sul territorio consistono in workshop interattivi per i più piccoli, mercati alimentari e iniziative benefiche. La sera invece i murazzi sbocciano aprendosi ad eventi musicali e contest underground che possano coinvolgere un target giovane ed un target adulto. Il lungo Po torna a vivere dopo anni di cattività, rimpionendosi nel panorama turistico e locale di Torino. I'Omgreen, I'Ompeople, I'Omuri il grande ritorno in scena dei Murazzi.



Sticker a tema attraverso cui fare guerriglia marketing

##### OBIETTIVI RAGGIUNTI

Con questa rinnovata visione del quartiere dei Murazzi, la città di Torino torna ad avere un polo di vitalità nel pieno centro della città. Gli obiettivi sono: la sensibilizzazione dei cittadini sulle condizioni di una bellezza naturale come il Po; l'offerta di un sistema di prevenzione sociale dal punto di vista alimentare; l'intensificazione della vita notturna legata ad eventi culturali nel contesto torinese.



Comunicazione social, un aspetto fondamentale del progetto I'Omuri

Advertising sul territorio delle attività diurne: talk con ospiti su temi di attualità

### 5.5.5 Laboratori Progettuali

I laboratori Progettuali sono moduli del terzo anno della laurea triennale, in comune tra Design e Comunicazione e Design del Prodotto. I corsi in questione sono: Art Direction, Design For Social Impact, Design per i Beni Culturali, Design per il Digital Retail, Exhibit Design e Innovazione imprenditoriale e Design. Questo capitolo occupa in totale 14 facciate, di cui 12 di progetti e 2 di introduzione al paragrafo



Figura 108 Pagine introduttive ai Laboratori Progettuali.

### 5.5.6 Sistema Alimentare

Design Sostenibile per il Sistema Alimentare è un capitolo che comprende due progetti, con un totale di 6 facciate, comprese le 2 iniziali di introduzione al paragrafo.

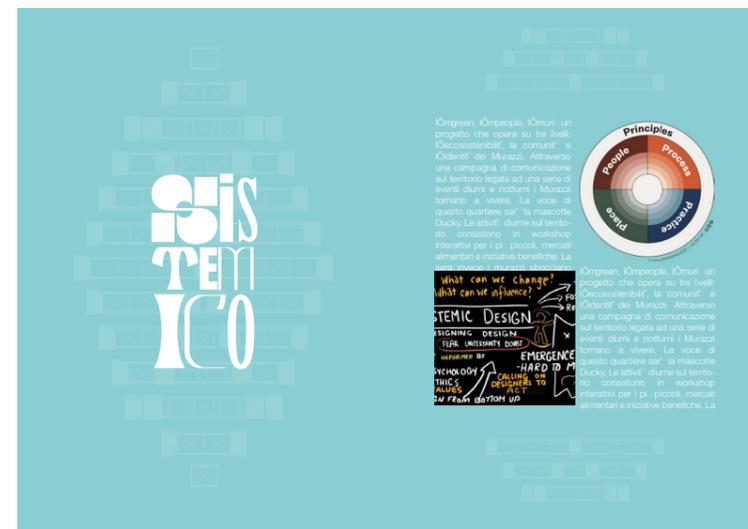


Figura 109 Pagine introduttive ai progetti di Sistema Alimentare.

### 5.5.7 Sistemico

Design Sistemico è l'unico corso di Laurea Magistrale presente nell'annuario. I progetti ad esso dedicati sono in totale 4: Sistemi aperti, Virtual Design, Componenti del prodotto e Innovazione

Figura 110 Pagine introduttive ai progetti di Design Sistemico.



## 5.5.8 Progetti di Tesi

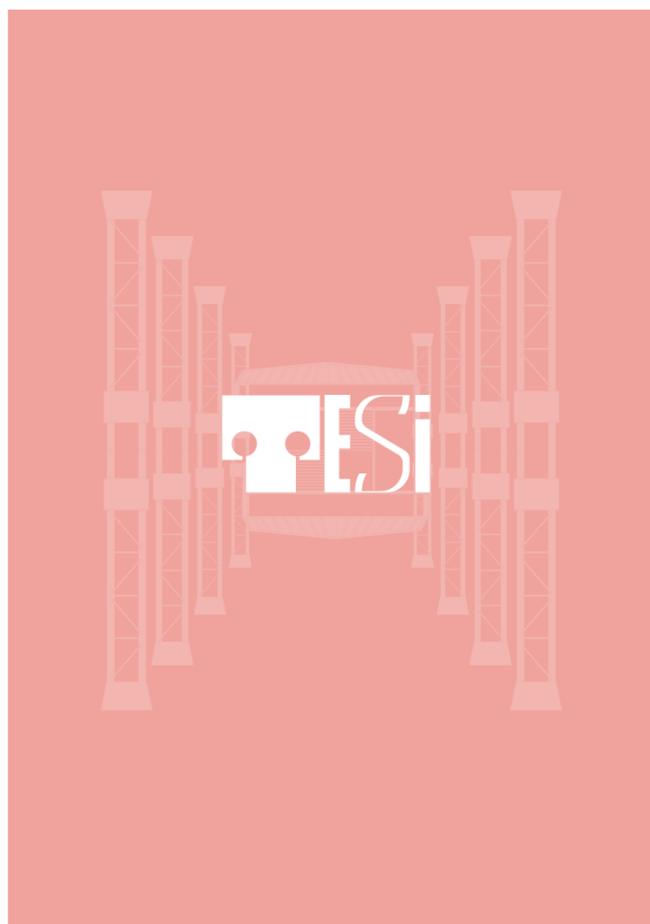
I progetti di tesi sono il coronamento del percorso universitario, e gli va dedicata una sezione a parte per:

- Mettere in rilievo, agli occhi di uno studente che sfoglia l'annuario, l'importanza dei progetti conclusivi del percorso di studi.
- Mostrare chiaramente alle famiglie, in una sezione dedicata, il punto di arrivo degli studenti dal punto di vista di skills e capacità acquisite.
- Rendere più diretto e semplice alle aziende l'accesso ai progetti di tesi, confrontando differenze tra i corsi e qualità dei progetti, in una sezione dedicata; e poter così verificare competenze acquisite e skills degli studenti

I progetti di tesi raccolti in questo capitolo sono 4, per un totale di 10 facciate, di cui 2 sono le pagine introduttive.



Figura 111 Pagina introduttiva ai progetti di Tesi.



## 5.5.9 Workshop

I workshop sono opportunità per gli studenti di affrontare esperienze progettuali concrete e pratiche, affiancati da professionisti in più settori.

- Avere una ricca raccolta di workshop sull'annuario è un'occasione di vedere quali sono quelli proposti dall'università, anche nell'ottica di potervi partecipare l'anno successivo.
- E' una testimonianza del tipo di esperienze progettuali che il percorso di studi comprende
- E' un ulteriore strumento di valutazione sulla qualità del percorso, che non si limita alla teoria delle discipline ma le approfondisce nel concreto

In questo capitolo sono presenti ben 10 workshop differenti, il layout qui cambia e i contenuti vengono ridisposti su una facciata sola per ogni workshop, per un totale di 12 facciate comprese le 2 di introduzione al paragrafo.

Nelle pagine sui workshop sono presenti le seguenti voci:

- Titolo del workshop
- Docenti ed Esterni
- Location
- Brief
- Progetto/i Selezionato/i



Figura 112 Pagina introduttiva ai Workshop.

Figura 113 Layout di un workshop.

**L'UOVO DI COLOMBO**  
 DOCENTE: RAFFAELE PASSARO, GIORGIA CURTARBI  
 PRESSO FOOD DESIGN LAB

**BRIEF**  
 Questo contributo pu' offrire il Design nel valorizzare il surplus alimentare? L'Uovo di Colombo un workshop Oconte mani in pastaO dove i partecipanti rispondono a questa domanda sperimentando le competenze, pratiche e teoriche, apprese durante la loro formazione da progettisti. Una settimana di tempo O tra pentole e fornelli O per valorizzare eccellenze delle filiere della produzione agroalimentare.

**PROGETTI SELEZIONATI**

>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute m vel eum i riure dolor in hendrerit in vulputate velit esse m olestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et justo odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy

## 5.5.10 Esperienze Erasmus

Le esperienze erasmus sono un'occasione di crescita, e permettono di interfacciarsi con altre culture ed altri approcci didattici.

Obiettivi:

- Ogni studente può essere testimone dell'esperienza dei colleghi.
- Le famiglie possono rendersi conto del tipo di esperienze che si vivono in erasmus, e valutare di conseguenza di iscriverne i propri figli.
- Le aziende possono essere testimoni del tipo di esperienze erasmus che il Politecnico offre ed in che modo gli studenti ne escono formati e competenti

Le esperienze erasmus sono da una facciata ciascuna e ne sono riportate 2, per un totale di 4, facciate comprese le due facciate introduttive. Le voci della scheda sono:

**Nazione**

**Studente**

**Università**

**Esperienze Universitarie ed extra**

**Commento dello studente**

Figura 114 Layout dell'esperienza erasmus.



## 5.5.11 Tirocini

Il tirocinio curricolare è una fase di passaggio fondamentale del percorso universitario, attraverso la quale si entra nel mondo del lavoro in maniera approfondita e strutturata. La presenza sull'annuario di tre esperienze di tirocinio è estremamente importante per più ragioni:

Valorizzare le collaborazioni del Politecnico con le aziende agli occhi di famiglie e aziende

Mostrare chiaramente le capacità e le skills acquisite dagli studenti durante l'esperienza

Condividere feedback sul primo approccio al mondo del lavoro, dagli studenti per gli studenti



Figura 115 Layout dei tirocini.

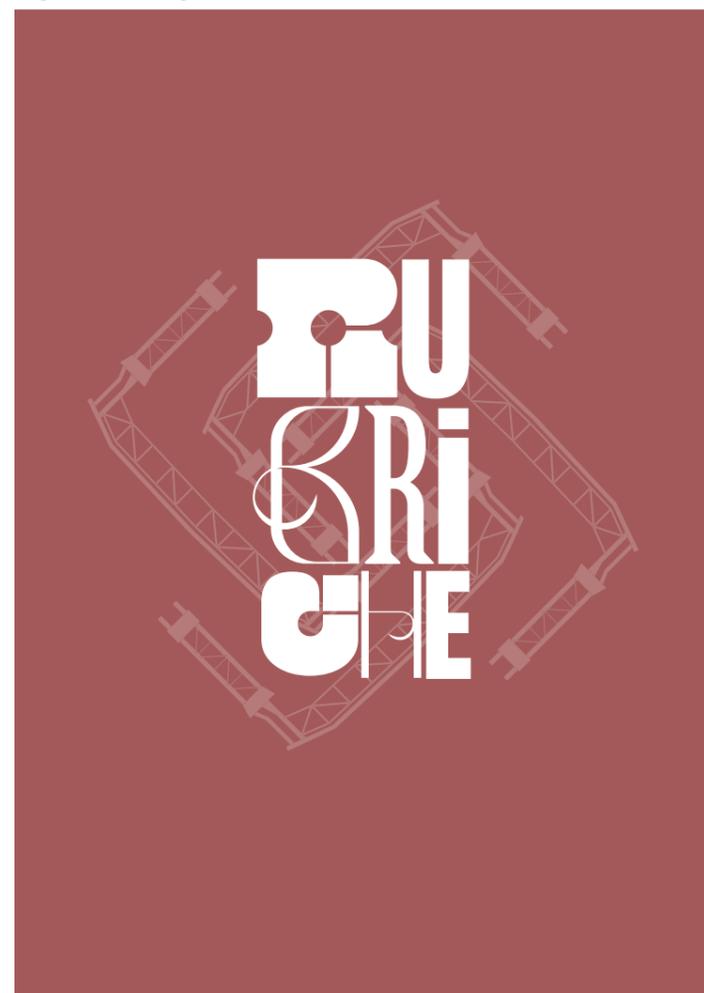
## 5.5.12 Rubriche studentesche

Le rubriche studentesche sono una sezione dell'annuario dedicata agli alunni, nella quale emerge l'esperienza umana tanto quanto quella progettuale, attraverso foto, descrizioni e sfide comuni affrontate dagli studenti.

Questo tipo di contenuti aumenta il senso di ownership collettiva del progetto Miraflores; permette di condividere esperienze, consigli e punti di vista sul percorso universitario in generale.

Questa sezione è dedicata principalmente agli studenti, i quali possono leggere e vedere esperienze di colleghi alla loro pari, di conseguenza il tone of voice richiesto deve essere immediato e vicino agli studenti, perciò informale

Figura 116 Pagina introduttiva alle rubriche studentesche.



### “Progettisti si diventa”

è una rubrica nata dagli studenti per gli studenti, dove vengono raccolte alcune foto significative di esperienze progettuali, e gli studenti possono esprimersi con descrizioni o brevi frasi che possono essere di crescita per gli altri progettisti.

**Contest di foto** Il contest stimola gli studenti a scattare una foto che secondo loro rappresenta il corso di Design al Politecnico, e l'unica regola è che lo scatto avvenga nella sede di Mirafiori. Saranno i professori a votare il migliore che riceverà un premio e allo scatto verrà dedicata una pagina sull'annuario.

## 5.5.13 Conclusione

La conclusione, riassumendo l'andamento dell'anno dal punto di vista progettuale, è l'occasione finale per la redazione studentesca per scrivere qualche riga sull'andamento durante l'anno, complimentarsi con gli studenti e futuri progettisti, e lanciare buoni propositi per l'anno prossimo.



Figura 117 Pagina introduttiva alle rubriche studentesche.

Dopo la conclusione, al fondo dell'intero annuario, vi è l'intera lista degli studenti e dei docenti iscritti all'anno accademico corrente. L'ultimo elemento di riconoscibilità per tutti coloro i quali sono riusciti a far comparire la propria creatività sull'annuario, o che perlomeno ci hanno provato.

# CONCLUSIONE

Dopo 6 mesi di analisi preliminari e di riflessioni sulle modalità con le quali dare vita ad un progetto editoriale così ambizioso, Miraflores è a tutti gli effetti in grado di essere il contenitore della creatività studentesca dei giovani progettisti del Politecnico di Torino.

Se arricchito e sfruttato in tutte le sue potenzialità, un annuario studentesco può arrivare a rappresentare molto di più di un libretto con le foto degli studenti di un corso, può invece diventare la fotografia di un anno intero, di un periodo denso di esperienze, di delusioni e di vittorie. Con questa visione nasce Miraflores, e con questo stesso approccio gli studenti degli anni a venire dovranno raccogliere la sfida di mettere insieme tutte le capacità creative della nostra Università, senza farle disperdere.

Il punto di forza di un progetto di questo tipo sono i diversi gradi di lettura che vi si possono applicare, portando la comunicazione su più livelli, dalla monodimensionalità alla tridimensionalità. Per questo motivo sono convinto che l'approccio adottato in questa tesi, sotto la sapiente guida del Professor Campagnaro, sia stato vincente: perchè non si è mai subordinato l'aspetto di interesse progettuale e accademico, all'aspetto più umano e più vivo di questo progetto. Perchè nonostante questo contenitore abbia lo scopo di mostrare all'esterno ciò che a fatica e con orgoglio ogni anno viene prodotto all'interno, rimane un progetto di uno studente per altri studenti.

# FONTI

## Bibliografia

Un mondo di libri. Riflessioni sui progetti editoriali fotografici d'autore di Luciano Zuccaccia, PostCard Edizioni, 2018

Da cosa nasce cosa. Appunti per una metodologia progettuale. di Bruno Munari, LaTerza, 2017

Fantasia. Invenzione, creatività e immaginazione nelle comunicazioni visive di Bruno Munari, Laterza, 2017

## Sitografia

<https://languages.oup.com/google-dictionary-it/>  
<https://www.architettura.unicampania.it/annuario>  
[https://www.iuav.it/Ateneo1/strutture-/architettu/DACC\\_annuario\\_2017-18.pdf](https://www.iuav.it/Ateneo1/strutture-/architettu/DACC_annuario_2017-18.pdf)  
[https://ricerca.unich.it/retrieve/handle/11564/689961/131137/YB%20Pescara%2015-16\\_Bilò.pdf](https://ricerca.unich.it/retrieve/handle/11564/689961/131137/YB%20Pescara%2015-16_Bilò.pdf)  
<https://www.naba.it/it/alumni>  
<https://www.unibz.it/it/home/newsroom/press-releases/ausstellung-der-semesterarbeiten-der-fakultaet-fuer-design-und-kuenste-am-20-und-21-jaenner>  
<https://www.naba.it/en/news-events/virtual-exhibition-nature-created-design#:~:text=NABA%20participates%20in%20Nature%20Created,between%20urbanisation%20and%20the%20environment.>  
<https://www.unife.it/it/notizie/2023/unife-le-imprese-e-il-territorio/accordo-ferra-ra-expo>  
<https://design.unirsm.sm/triennale/progetti-triennale/>  
<https://www.ied.it/progetti>  
[https://www.iaad.it/?gad=1&hsa\\_acc=5419891490&hsa\\_ad=562968813003&hsa\\_cam=11510805968&hsa\\_grp=111843170109&hsa\\_kw=iaad&hsa\\_mt=p&hsa\\_net=adwords&hsa\\_src=g&hsa\\_tgt=kwd-412192290870&hsa\\_ver=3%3A%20Brand&utm\\_term=iaad](https://www.iaad.it/?gad=1&hsa_acc=5419891490&hsa_ad=562968813003&hsa_cam=11510805968&hsa_grp=111843170109&hsa_kw=iaad&hsa_mt=p&hsa_net=adwords&hsa_src=g&hsa_tgt=kwd-412192290870&hsa_ver=3%3A%20Brand&utm_term=iaad)  
<https://www.accademiasantagiulia.it/notizie-eventi/progetti-studenti-accademia>  
<https://www.accademiaitaliana.com>

## Fotografie

[figura 1] <https://www.architettura.unicampania.it/annuario>  
[figura 2] <https://www.architettura.unicampania.it/annuario>  
[figura 3] <https://www.architettura.unicampania.it/annuario>  
[figura 4] <https://www.architettura.unicampania.it/annuario>  
[figura 5] <https://www.architettura.unicampania.it/annuario>  
[figura 7] [https://www.iuav.it/Ateneo1/strutture-/architettu/DACC\\_annuario\\_2017-18.pdf](https://www.iuav.it/Ateneo1/strutture-/architettu/DACC_annuario_2017-18.pdf)  
[figura 8] [https://www.iuav.it/Ateneo1/strutture-/architettu/DACC\\_annuario\\_2017-18.pdf](https://www.iuav.it/Ateneo1/strutture-/architettu/DACC_annuario_2017-18.pdf)  
[figura 9] [https://www.iuav.it/Ateneo1/strutture-/architettu/DACC\\_annuario\\_2017-18.pdf](https://www.iuav.it/Ateneo1/strutture-/architettu/DACC_annuario_2017-18.pdf)  
[figura 10] [https://www.iuav.it/Ateneo1/strutture-/architettu/DACC\\_annuario\\_2017-18.pdf](https://www.iuav.it/Ateneo1/strutture-/architettu/DACC_annuario_2017-18.pdf)  
[figura 11] [https://www.iuav.it/Ateneo1/strutture-/architettu/DACC\\_annuario\\_2017-18.pdf](https://www.iuav.it/Ateneo1/strutture-/architettu/DACC_annuario_2017-18.pdf)  
[figura 12] [https://ricerca.unich.it/retrieve/handle/11564/689961/131137/YB%20Pescara%2015-16\\_Bilò.pdf](https://ricerca.unich.it/retrieve/handle/11564/689961/131137/YB%20Pescara%2015-16_Bilò.pdf)  
[figura 13] [https://ricerca.unich.it/retrieve/handle/11564/689961/131137/YB%20Pescara%2015-16\\_Bilò.pdf](https://ricerca.unich.it/retrieve/handle/11564/689961/131137/YB%20Pescara%2015-16_Bilò.pdf)  
[figura 14] [https://ricerca.unich.it/retrieve/handle/11564/689961/131137/YB%20Pescara%2015-16\\_Bilò.pdf](https://ricerca.unich.it/retrieve/handle/11564/689961/131137/YB%20Pescara%2015-16_Bilò.pdf)  
[figura 15] [https://ricerca.unich.it/retrieve/handle/11564/689961/131137/YB%20Pescara%2015-16\\_Bilò.pdf](https://ricerca.unich.it/retrieve/handle/11564/689961/131137/YB%20Pescara%2015-16_Bilò.pdf)  
[figura 16] <https://www.naba.it/it/alumni>  
[figura 17] <https://www.naba.it/it/alumni>  
[figura 18] <https://www.naba.it/it/alumni>  
[figura 19] <https://www.naba.it/it/alumni>

Dedico questo traguardo a mio nonno Vittorio, il quale mi ha insegnato, tra le altre tantissime cose, il valore della fatica. So che sei fiero di me come io sono fiero di portare il tuo nome.

Un ringraziamento speciale va ai miei genitori, due colonne portanti del mio percorso fuori e dentro l'Università; è di sicuro grazie alla fiducia che hanno sempre riposto in me se io ho raggiunto questa grande soddisfazione.

Ringrazio mio fratello Raffaele e tutta la mia famiglia che, vicina o lontana, mi ha sempre guidato con amore ed affetto.

Ringrazio Eleonora, che da prima ancora che me ne accorgessi mi spinge a migliorarmi e a diventare la versione migliore di me stesso, non con poca fatica.

Ringrazio i miei amici più cari, senza i quali ogni momento di bassa marea si sarebbe trasformato in siccità.

Ringrazio infine il mio relatore, il Professor Capagnaro, per avermi guidato in questa tesi con estrema pazienza ed altrettanta creatività.

