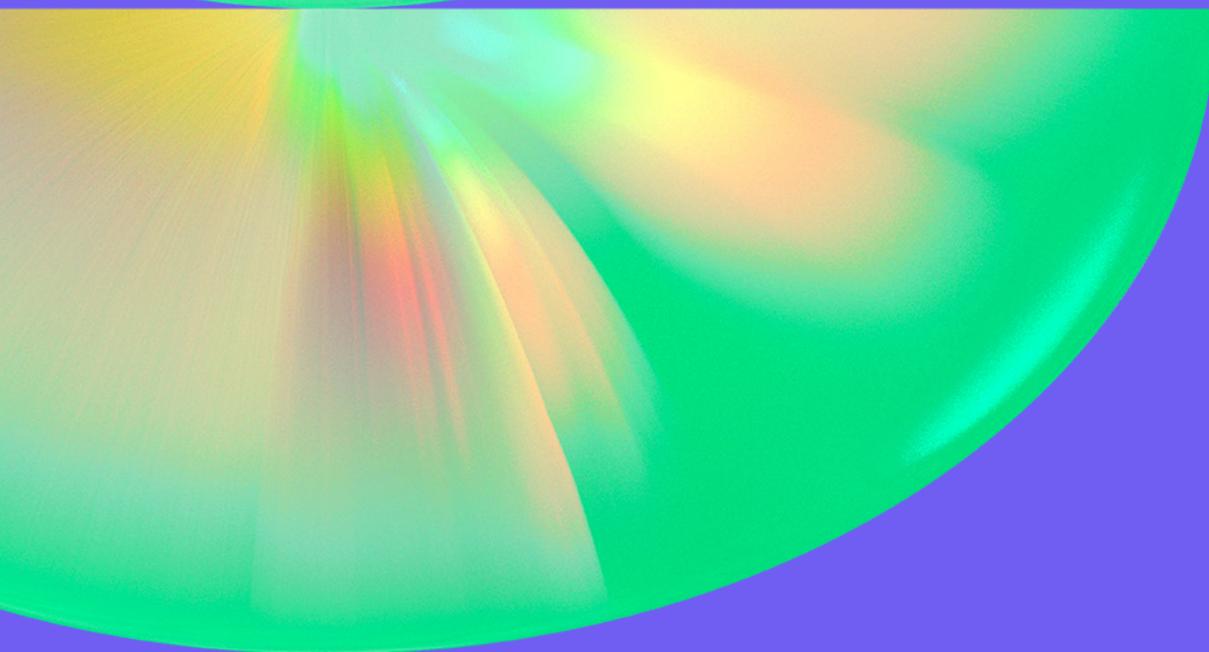
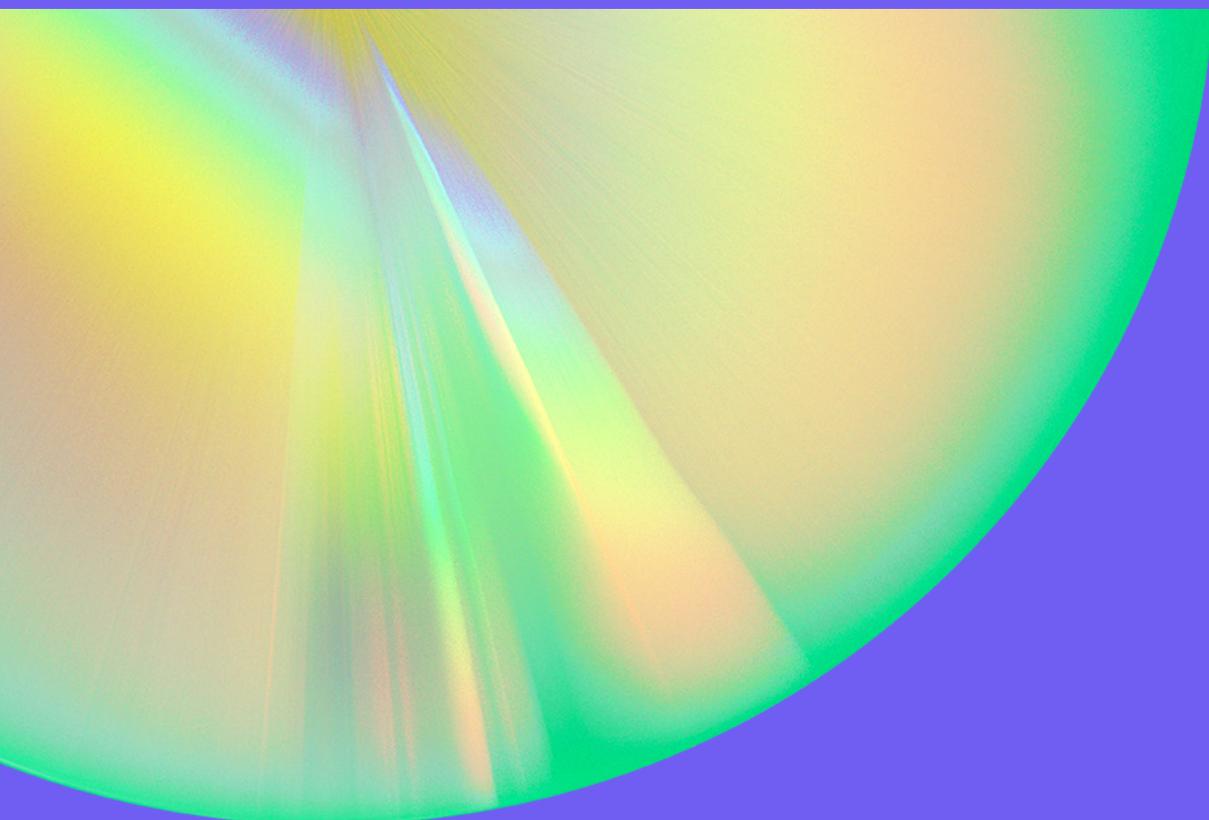


Celia Ardiles Gallegos - Giuseppe Campanella

# Visioni Sinergiche

Analisi finalizzata allo sviluppo di un'immagine  
coordinata per il corso di laurea in Design  
Sostenibile per il Sistema Alimentare







**Politecnico  
di Torino**

## **Politecnico di Torino**

Corso di Laurea

A.a. 2020/2021

Sessione di Laurea Dicembre 2021

# **Visioni Sinergiche**

Analisi finalizzata allo sviluppo di un'immagine coordinata per il corso di laurea in Design Sostenibile per il Sistema Alimentare

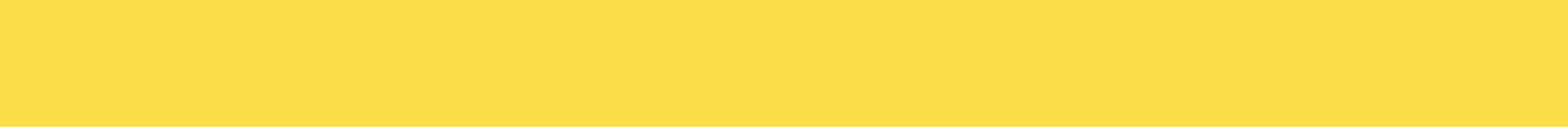
### **Relatore:**

Prof. Paolo Marco Tamborrini

### **Candidati:**

Celia Ardiles Gallegos

Giuseppe Campanella



# Introduzione

L'aumento degli iscritti in Italia ai corsi di laurea triennali in Design è stato tra i presupposti per la nascita del corso di Design Sostenibile per il Sistema Alimentare. Si tratta di un percorso formativo interateneo che pone le sue radici in due istituzioni accademiche italiane particolarmente rilevanti: il Politecnico di Torino e l'Università degli Studi di Parma. È una collaborazione che trae la sua forza anche dall'appartenenza delle due realtà alla Rete delle Città Creative UNESCO.

Il corso non può fare a meno di partecipare alle dinamiche di competizione che si vengono a creare, al giorno d'oggi, tra gli Atenei che si contendono le nuo-

ve immatricolazioni. Per questo è fondamentale mettere a punto una comunicazione efficace ed accattivante, capace di catturare l'interesse dei futuri studenti. Per poterlo fare è necessario esaminare il modo in cui i corsi di laurea in Design, il cibo e la sostenibilità vengono comunicati e definire delle linee guida valide sulla base di cui costruire una strategia.

Questo lavoro di analisi ha portato all'elaborazione di un'immagine coordinata che ha il proprio focus nella sinergia tra progettazione e sistema alimentare: è la rappresentazione grafica di un sistema complesso dalle infinite sfumature.

# Indice

<b>1. Ambito progettuale</b>	<b>8</b>
1.2. Design Sostenibile per il Sistema Alimentare	10
1.2.1. Il percorso formativo interateneo	12
1.2.2. Il ruolo centrale della sostenibilità	14
1.2.3. Le declinazioni del design per il cibo	15
1.2.4. In contatto con le realtà del territorio	26
1.2.5. Sbocchi occupazionali e opportunità formative post-laurea	28
<b>2. La Rete delle Città Creative</b>	<b>30</b>
2.1. Il network italiano	32
2.2. Torino: Città Creativa per il Design 2014	34
2.3. Parma: Città Creativa per la Gastronomia 2015	36
<b>3. Analisi della comunicazione dei corsi di laurea</b>	<b>38</b>
3.1. Corsi di Design	40
3.2. Corsi di Food design	50
3.3. Considerazioni	56
<b>4. Analisi della comunicazione delle aziende alimentari</b>	<b>58</b>
4.1. Considerazioni	66
<b>5. Casi studio: comunicare il cibo e la sostenibilità</b>	<b>68</b>
5.1. Modifica del comportamento	70
5.2. Ottimismo	76
5.3. Innovazione	82
5.4. Provocazione	88
5.5. Surrealismo	94
5.6. Considerazioni	100

<b>6. Nuovi punti di vista</b>	102
6.1. Relatività	104
6.2. I linguaggi	106
<b>7. Il metaprogetto</b>	116
7.1. Utenza	118
7.1.1. Studentessa	120
7.1.2. Genitore	121
7.1.3. Imprenditrice	122
7.2. User journey map	123
7.3. Linee guida	126
7.4. Concept	128
<b>8. Il progetto</b>	130
8.1. Visual	132
8.2. Immagine coordinata	134
8.2.1. Logotipo	134
8.2.2. Caratteri tipografici	135
8.2.3. Palette colori	136
8.2.4. Simbologia	138
8.2.5. CGI e immagini fotografiche	140
<b>9. La strategia di comunicazione</b>	142
9.1. Le fasi della strategia	144
9.2. Supporti	152
9.2.1. Sito web	152
9.2.2. Social	156
9.2.3. Brochure	162
9.2.4. Roll up	164
9.2.5. Merchandising	168
<b>10. Conclusioni</b>	170

# 1. Ambito progettuale

Esiste una relazione complessa e in continua evoluzione tra società e cibo, quest'ultimo talvolta può essere protagonista di problematiche che possono intaccare la persona stessa oppure la comunità. In questa ottica, il design e

la comunicazione possono diventare gli strumenti per proporre nuove soluzioni che contribuiscano alla crescita e allo sviluppo della società, tenendo conto della sostenibilità ambientale, sociale ed economica.



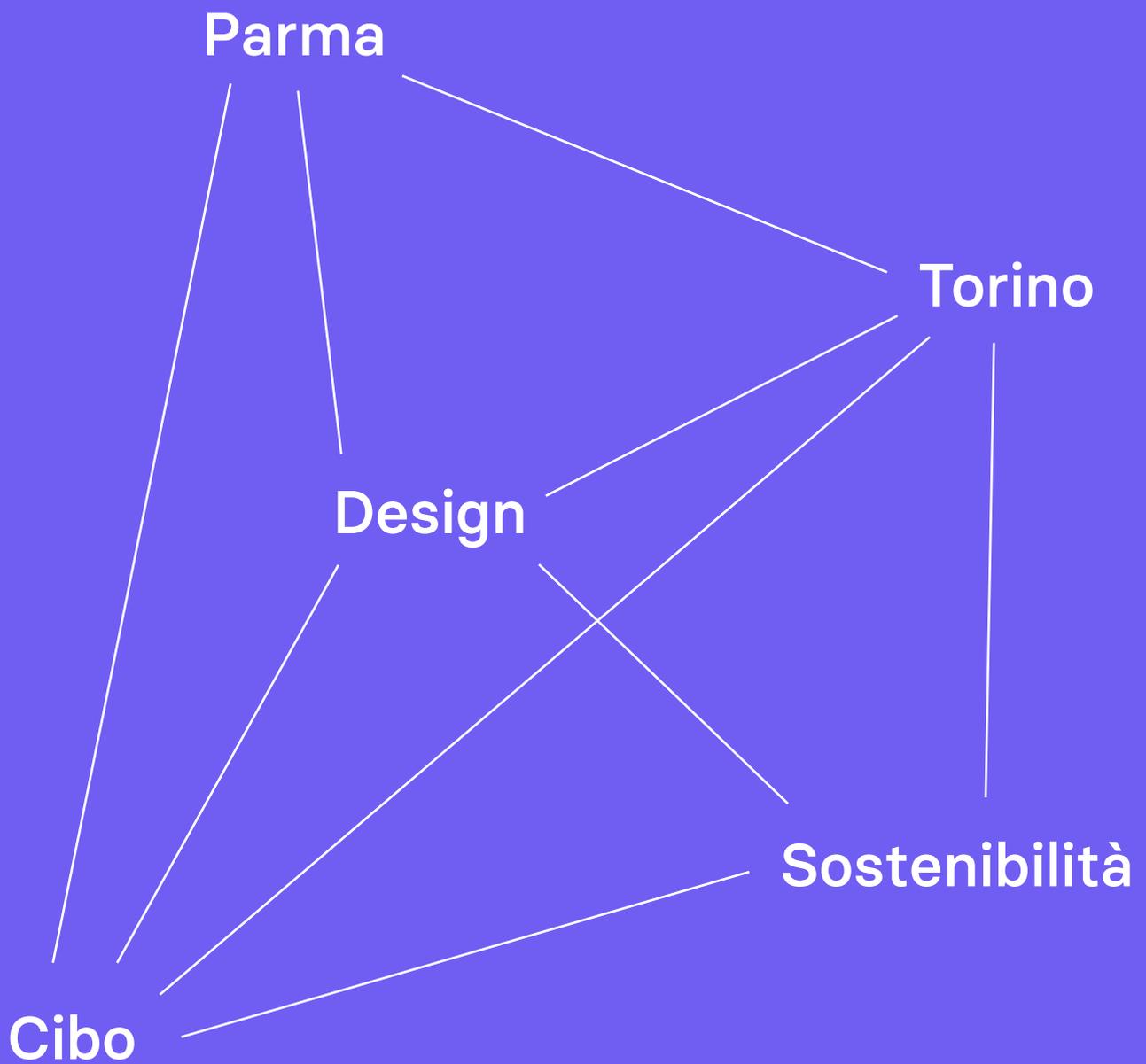
# 1.2. Design Sostenibile per il Sistema Alimentare

Il corso di laurea in Design Sostenibile per il Sistema Alimentare (Classe L-4), nato dalla collaborazione del Politecnico di Torino e dell'Università di Parma, coniuga la cultura del progetto con quella del sistema alimentare, ossia le conoscenze tecnico-scientifiche e le conoscenze chimico-alimentari. Il corso, dunque, si propone di fornire ai futuri designer competenze che sono il risultato dell'unione dei due Atenei e che consentano loro di creare sistemi produttivi, processi e soluzioni innovative riguardanti il settore alimentare. Inoltre, l'approccio metodologico acquisito dal designer tiene conto dei 17 *Sustainable Development Goals* dell'Agenda 2030. [1]

Diventa importante quindi valorizzare e consolidare il legame fra Torino e Parma, le due Città Creative che cooperano dando vita a una rete culturale, sociale

e produttiva, utile a promuovere lo sviluppo urbano sostenibile.

La proposta del nuovo corso di laurea che unisce gastronomia e design, è caratterizzata da un'elevata multidisciplinarietà. Grazie a questo contesto il food designer è in grado di comunicare e di interfacciarsi con differenti realtà, riuscendo a cogliere aspetti che accomunano i diversi ambiti del settore industriale italiano. [1]



## Visioni Sinergiche

### 1.2.1. Il percorso formativo interateneo

---

I Anno

Insegnamento UNIPR

---

II Anno

Insegnamento POLITO

---

III Anno

Possibilità di scelta tra  
i distinti curricula:

Insegnamento POLITO Design per  
la sostenibilità sociale e ambientale  
del sistema alimentare

Insegnamento UNIPR Design per  
l'industria e il prodotto alimentare

# Capitolo 1

La territorialità e la cultura del progetto e del cibo assumono un ruolo importante all'interno del corso e il contatto diretto con le due città diventa fondamentale per arricchire la formazione dei progettisti. [1]

---

Laboratorio di rappresentazione

Laboratorio di modellazione

Design with food

Packaging design for food

Materiali e tecnologie per il sistema alimentare sostenibile

---

Design for Food

Virtual Design

Lab di storia per i sistemi alimentari

Design about Food

Communication about Food

Food Space Design

CFU liberi

---

Systemic food Design

Visualizzazione dati

Food Social Design

CFU liberi

Tirocinio e Prova finale

---

Progettazione per l'industria alimentare

Insegnamento a scelta vincolata (Innovazione nel sistema alimentare, sostenibilità dei processi alimentari, rigenerazione sostenibile degli spazi per il cibo)

Design per il cultural heritage nel food

CFU liberi

Tirocinio e Prova finale

### 1.2.2. Il ruolo centrale della sostenibilità

Il concetto di sviluppo sostenibile è stato introdotto nel rapporto di *Our Common Future* del 1987 dalla Commissione Brundtland. Il termine sviluppo sostenibile definisce la capacità di soddisfare i bisogni attuali senza andare a compromettere la possibilità delle generazioni future di soddisfare i propri. [2]

La progettazione apre molti scenari in cui il designer può agire, soprattutto quando si tratta di gestione, produzione e consumo. La sostenibilità è un elemento cardine da tenere a mente durante lo sviluppo di un progetto e bisogna, quindi, considerare l'intero ciclo di vita di un prodotto o di un servizio. È necessario valutare gli impatti ambientali e conoscere i materiali, le forme e le strutture affinché si mantenga l'equilibrio fra ambiente, società ed economia. Tramite la sperimentazione è possibile trovare

alternative che riducano i danni all'ecosistema.

Il corso di laurea in Design Sostenibile per il Sistema Alimentare comprende moduli di insegnamento che aiutano a sviluppare un approccio progettuale che riesce a rispondere sia alle esigenze dei committenti che a quelle del Pianeta. [1]

### 1.2.3. Le declinazioni del design per il cibo

Il sistema design-cibo è esaminabile sotto cinque punti di vista:

- Design with food product: considerare il cibo come prodotto in sé e studiare i nuovi metodi di consumo applicabili alla piccola e alla grande produzione;
  - Food service & eating design: progettare l'esperienza relativa al consumo del cibo (servizio e allestimento);
  - Design and communication: studiare la comunicazione del cibo e la sua riconoscibilità sia dal punto di vista del marchio che del prodotto contenuto;
  - Design for food: sottolineare l'importanza degli strumenti utili alla fruizione e alla manipolazione del cibo (consumo, contenimento, trasformazione, cottura e conservazione);
- Design about food: analizzare i sistemi e i prodotti che, influenzati dal mondo del cibo divengono portatori di messaggi. [1]

I seguenti progetti di food design esplicano gli ambiti progettuali appena citati.



# Design with food product: Cibo, Città e Innovazione

**Paolo Tamborrini, Cristina Marino, Chiara Lorenza Remondino, Barbara Stabellini, Lorenzo Ritorto, Andrea Arcoraci**  
**2019**

Il rapporto con il cibo, le abitudini alimentari e gli spazi urbani dedicati ad esso sono le tematiche affrontate durante il seminario *Cibo, Città e Innovazione*. Il progetto ha coinvolto gli studenti del corso di laurea in Design sistemico del Politecnico di Torino e gli stakeholder del territorio: Rebecca Pera (Università degli Studi di Torino), Francesca Gaeta (Mercato Centrale), Erika Bardi (Banda Biscotti), Camilla Serra (Too Good To Go) e Luciano Aiello (Curve Studio). Il workshop si è focalizzato sul dialogo tra design e cibo e sul concetto di innovazione. [3]

Erika Bardi ha raccontato dell'importanza nella scelta delle materie prime e dell'impatto ambientale e sociale dei progetti. [4] Camilla Serra ha evidenziato il problema degli sprechi alimentari e come questi influenzino l'economia e la società. [5] Infine, Luciano Aiello ha sottolineato il ruolo fondamentale della comunicazione e degli stakeholder coinvolti per la valorizzazione del territorio. [6]

UN NUOVO  
PROGETTO  
NEL MONDO  
DEL CIBO



Marta Geronzi



# Food service & eating design: Strabun

**Maria Camila Baez-Silva, Federico Citarda, Wei Jia, Davide Mercenati,  
Alessio Rum Marco Tetrao  
2017**

Il progetto *Strabun* promuove il consumo di cibo sano all'aperto, in particolare nel quartiere di San Salvario. Il barattolo visto come un contenitore di un pasto completo, porta una nuova visione del concetto di picnic e una diversa modalità di cottura e conservazione del cibo. Il kit prevede una scelta di barattoli in vetro e gli utensili utili per il consumo degli alimenti. In aggiunta, la comunicazione web permette la consultazione di una mappa con i luoghi in cui si trovano le specialità culinarie del territorio. L'equipaggiamento è reperibile presso i negozi situati nel Parco del Valentino oppure presso le cargo bike. [7]



# Design and communication: Cap of Coffee

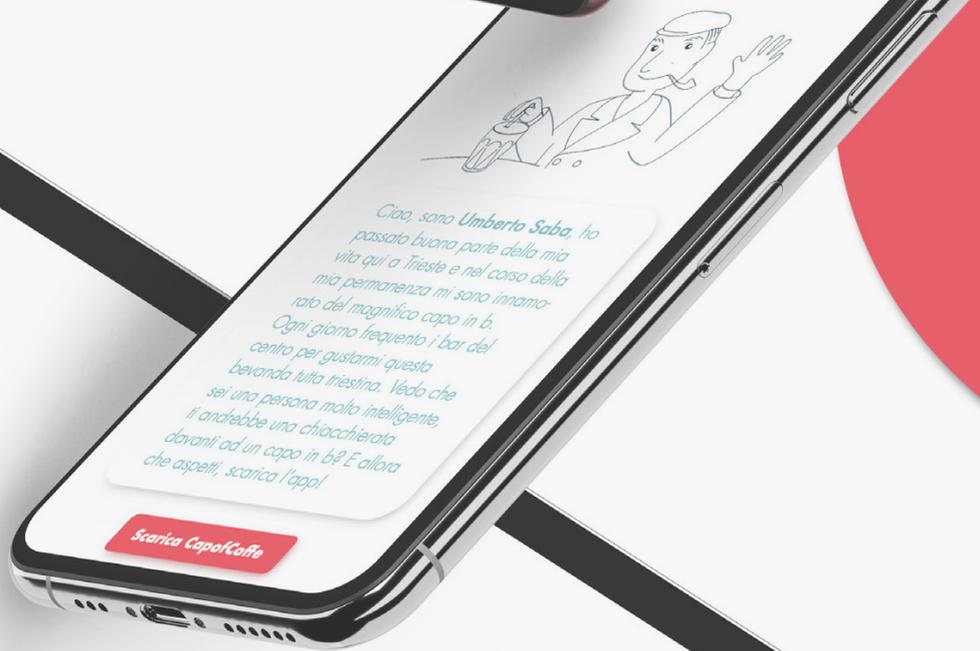
**Tommaso Bugnone Suppo, Tania Nagiller, Cecilia Padula,  
Pietro Pavese, Nicolò Vaccaro  
2021**

L'analisi della circoscrizione IV del comune di Trieste mostra come l'area ospiti sedi universitarie, spazi dedicati allo studio e luoghi di ristorazione. Il progetto *Cap of Coffee* si basa sull'idea di caffè inteso come momento di condivisione in cui è facile instaurare relazioni.

L'obiettivo del progetto è incentivare la scoperta della città e valorizzare le aziende caffèicole. I poster dotati di codice QR offrono agli studenti la possibilità di incontrare virtualmente personaggi noti di Trieste come James Joyce, Umberto Saba e Margherita Hack e di condividere con loro un caffè. I punti accumulati da questi incontri sono spendibili in consumazioni presso partner aderenti. [8]



# Capo of Coffee



# Design for food: Simbiosi

**Paolo Tamborrini, Andrea Gaiardo, Flavio Montagner, Chiara Remondino,  
Mauro Sorrentino, Barbara Stabellini**

**2017**

Nato dalla collaborazione di atenei e accademie di Design, *Simbiosi* è un contest di restyling e di progettazione di prodotti appartenenti al mondo del caffè. Le aziende partecipanti scelgono quattro proposte che sono portate alla fase di prototipazione assieme ad altri quattro progetti selezionati a livello nazionale (*Gassisda*, *De Starday*, *Clepsidra* e *La Manuale*). [9]

*Gassisda* è un dispositivo che sfrutta il vapore per ottenere un caffè trasparente che mantiene le sue proprietà nutrienti.

*De Starday* è un piatto per tazzine digitale che si avvale della sua tecnologia per rendere gradevole il risveglio dell'utente, selezionando le notizie in base ai suoi interessi.

*Clepsidra* è il risultato di una ricerca sulle modalità di consumo del caffè nel corso degli anni, si tratta di una caffettiera ad induzione che rimanda agli antichi metodi per la preparazione della bevanda.

*La Manuale* è un sistema in cui ogni elemento richiede l'intervento dell'uomo per il suo funzionamento, garantendo una completa personalizzazione. [10]



**De'Longhi**

# Design about food: Sus-chef

**Alessandro Zoppi, Paolo Tamborrini**  
**2018**

L'assistente virtuale *Sus-chef* ha come fine la limitazione degli sprechi alimentari se non l'eliminazione totale. Lo *smart device* promuove un cambiamento nelle abitudini dell'utente nei confronti del cibo rendendolo consapevole della scelta degli ingredienti durante la preparazione di un piatto e consigliandogli ricette antispreco. Per svolgere questa funzione il dispositivo elettronico è stato dotato di un database in cui sono segnati quali sono gli ingredienti di stagione. [11]



### 1.2.4. In contatto con le realtà del territorio

Il dialogo tra atenei e aziende italiane rafforza il legame con il territorio e, inoltre, aiuta lo studente a muovere i primi passi nel mondo del lavoro.

L'ente collaboratore può avere duplice ruolo: committente e impresa che ospita tirocinanti.

Si introduce il concetto di *learning-by-doing* che consiste in un periodo di formazione pratica in cui viene messa alla prova la professionalità e la capacità di adattamento dello studente.

Grazie a questa esperienza, sia aziende che futuri designer possono crescere attraverso uno scambio equo di conoscenze.

Tra le realtà che hanno mostrato interesse a collaborare all'iniziativa dei due Atenei per contribuire alla ricerca e allo sviluppo del territorio ci sono Ferrero, Lavazza, Camera di Commercio e Confindustria. [1]





### 1.2.5. Sbocchi occupazionali e opportunità formative post-laurea

La multidisciplinarietà del Corso consente di intraprendere lauree magistrali e master che non sono necessariamente legate al sistema alimentare, lasciando dunque un'ampia scelta. Infatti, la laurea in Design Sostenibile per il Sistema Alimentare permette di accedere ai seguenti corsi di laurea magistrale:

- Industrial design, Politecnico di Bari;
- Advanced design, Libera Università di Bolzano;
- Design per l'innovazione digitale, Università degli Studi di Camerino;
- Innovation design, Università degli Studi di Ferrara;
- Design, Università degli Studi di Firenze;
- Design del prodotto e dell'evento, Università degli Studi di Genova;
- Design della comunicazione, Politecnico di Milano;
- Design for the fashion system, Politecnico di Milano;
- Digital and interaction design, Politecnico di Milano;
- Interior and spatial design, Politecnico di Milano;
- Product service system design, Politecnico di Milano;
- Prodotto servizio, Politecnico di Milano;
- Design per l'ambiente costruito, Università degli Studi di Napoli;
- Design per l'innovazione, Università degli Studi della Campania;
- Design e cultura del territorio, Università degli Studi di Palermo;
- Planet life design, Università degli Studi di Perugia;
- Design, Università degli Studi di Roma;
- Comunicazione visiva e multimediale, Università degli Studi di Roma;
- Product and service design, Università degli Studi di Roma;
- Design sistemico, Politecnico di Torino;
- Design del prodotto e della comunicazione visiva, Università IUAV

# Capitolo 1

Tre opportunità altrettanto valide sono i master Packaging e Food city design dell'Università di Parma e Eco packaging design del Politecnico di Torino, Atenei che si ha già avuto la possibilità di frequentare durante la laurea triennale. [1]

Per quanto riguarda il mondo del lavoro, il Corso costituisce un unicum al livello italiano e non esiste competizione. In aggiunta, i dati raccolti mostrano un panorama favorevole in cui i laureati possono inserirsi. Nel corso dell'anno 2016 l'Italia ha registrato una percentuale del 16% rispetto al totale dell'Unione Europea per quanto concerne il numero delle aziende che operano nel design e nel 2017 l'Italia è risultata al primo posto con un numero di 50226 lavoratori. [12] Inoltre, il tasso di occupazione dei giovani laureati in design al Nord Italia sfiora l'80% e ciò è motivato dalla capacità del designer di lavorare in diverse aree della progettazione: grafica, comunicazione pubblicitaria e prodotto.

## 2. La Rete delle Città Creative

La Rete delle Città Creative è stata costituita nel 2004 dall'UNESCO in un'ottica di promozione della cooperazione tra le città che si pongono degli obiettivi comuni: considerare la creatività come un fattore fondamentale per lo sviluppo ur-

banò sostenibile e collaborare a livello internazionale. Il progetto concorre al raggiungimento dei *Sustainable Development Goals*, redatti nel 2015 ed inseriti nell'*Agenda 2030* approvata dalla Comunità degli Stati. [13]



### 2.1 Il network italiano

Le realtà appartenenti alla Rete nel 2021 sono 246, appartengono a più di 80 Paesi e sono suddivise in sette settori culturali: artigianato e arte popolare, cinema, design, gastronomia, letteratura, media arts, musica. Ad oggi, le città italiane che ne fanno parte sono 11:

- Bologna (musica, 2006);
- Fabriano (artigianato e arte popolare, 2013);
- Torino (design, 2014);
- Roma (cinema, 2015);
- Parma (gastronomia, 2015);
- Milano (letteratura, 2017);
- Pesaro (musica, 2017);
- Carrara (artigianato e arte popolare, 2017);
- Alba (gastronomia, 2017);
- Biella (artigianato, 2019);
- Bergamo (gastronomia, 2019). [13]

A tal riguardo, il 21 ottobre è stato siglato un accordo fra Parma, Alba e Bergamo, tre delle 25 città nel mondo appartenenti alla Rete nel settore gastronomia. Si impegnano nella creazione di una sinergia volta alla valorizzazione dei territori e al potenziamento del turismo. [14]

# Capitolo 2



### 2.2. Torino: Città Creativa per il Design 2014

Durante il XX secolo, Torino è stata al centro di uno sviluppo del settore secondario che l'ha portata ad essere un punto di riferimento, in Italia, relativamente ai settori industriali di spicco in quel periodo (si pensi al settore metallurgico-meccanico). Il ruolo di polo industriale italiano ha influenzato lo sviluppo della città che riconosce nel suo passato un punto di forza ma che volge un occhio al futuro impegnandosi nei temi dell'innovazione, della tecnologia, della cultura e delle arti. Sono questi i presupposti che hanno permesso a Torino di diventare, nel 2014, una Città Creativa UNESCO per il design.

Il titolo è stato riconosciuto per i seguenti temi: valorizzazione del patrimonio storico della filiera automobilistica, design come innovazione creativa, innovazione tecnologica nella mobilità sostenibile e nel settore automotive,

rigenerazione della città post-industriale e sviluppo urbano sostenibile. [15]

Dall'appartenenza alla Rete delle Città Creative nasce la rassegna *Torino City of Design*, un programma di eventi che permettono di calarsi nell'esperienza della progettazione a 360 gradi attraverso workshop, talk da parte di esperti del settore, mostre e tanto altro. L'obiettivo è quello di avvicinare i cittadini ad una visione della città più sostenibile a livello sociale, economico ed ambientale, e lo fa attraverso un approccio progettuale creativo frutto di contaminazioni tra territori e discipline diversi. In particolare, la quinta edizione del 2021 pone il focus sulle conseguenze della pandemia Covid-19. [16]

Sono di particolare importanza le collaborazioni con le istituzioni

## Capitolo 2

accademiche che permettono di coinvolgere i giovani e renderli partecipi nella definizione del futuro della città. In particolare, il Politecnico di Torino con il Dipartimento di Architettura e Design partecipa attivamente alle iniziative di *Torino Design of the City*.

La sostenibilità non è l'unico obiettivo che la Città di Torino si pone per il raggiungimento dei fini di sviluppo urbano. Una grande importanza è affidata anche all'accessibilità universale (*design for all*), all'instaurazione di sinergie nazionali e internazionali e alla valorizzazione del patrimonio del design torinese.



### 2.3. Parma: Città Creativa per la Gastronomia 2015

Parma è da tempo considerata la capitale della *Food Valley* italiana. Conta il maggior numero di prodotti tutelati da marchi di qualità, tra cui i più rinomati sono il Prosciutto di Parma Dop e il Parmigiano Reggiano Dop. È l'emblema dell'alta cucina che trae le sue radici dal rispetto del territorio, dell'ambiente e della tradizione.

Grazie al suo patrimonio secolare di saperi, abilità e prodotti tipici, Parma è diventata, nel 2015, la prima città italiana ad essere inserita nella Rete delle Città Creative nell'area tematica della gastronomia. Attraverso la partecipazione ai meeting internazionali è stata in grado di avviare iniziative con le altre città della Rete favorendo la valorizzazione del *Made in Italy* all'estero. Proprio per l'impegno nelle relazioni internazionali, nel 2016 è stata eletta Città Coordinatrice dei

progetti e delle partnership internazionali. [17]

Per consentire la partecipazione della Città alle attività della Rete è stata istituita la Fondazione Parma UNESCO Creative City of Gastronomy in cui si inseriscono sia enti istituzionali (come la Regione Emilia-Romagna), sia aziende del territorio, musei, associazioni, consorzi e accademie. L'intento è quello di valorizzare il territorio attraverso il prestigio delle eccellenze locali, far leva sul turismo e coordinare gli stakeholder affinché si venga a creare un ambiente volto alla continua ricerca ed innovazione per lo sviluppo sostenibile della città. [17]



# 3. Analisi della comunicazione dei corsi di laurea

Un aspetto fondamentale per ogni corso di laurea è quello della comunicazione. Oggigiorno gli atenei si trovano a dover competere tra loro per ottenere nuove immatricolazioni. I potenziali studenti sacrificano le proprie risorse per poter prendere parte in un percorso formativo e, dunque, sono particolarmente selettivi nella scelta del corso di studio più adatto a loro. La vastità delle offerte formative, spesso simili fra loro, fa sì che il modo in cui il corso si racconta sia determinante ai fini di una nuova iscrizione.

Per far fronte a questo aspetto competitivo, molte università si sono mosse verso l'adozione di un'identità visiva caratterizzante ed esaustiva in grado di attrarre nuovi studenti. Tuttavia, questo passaggio non è ancora avvenuto nella maggior parte degli atenei che puntano maggiormente sulla notorietà conquistata nell'arco degli anni passati.



## Visioni Sinergiche

### 3.1. Corsi di Design

Ai fini della redazione di questo elaborato sono state analizzate le comunicazioni dei seguenti corsi di Design:

- Industrial design, Politecnico di Bari;
- Advanced design, Libera Università di Bolzano;
- Design per l'innovazione digitale, Università degli Studi di Camerino;
- Innovation design, Università degli Studi di Ferrara;
- Design, Università degli Studi di Firenze;
- Design del prodotto e dell'evento, Università degli Studi di Genova;
- Design della comunicazione, Politecnico di Milano;
- Design for the fashion system, Politecnico di Milano;
- Digital and interaction design, Politecnico di Milano;
- Interior and spatial design, Politecnico di Milano;
- Product service system design, Politecnico di Milano;
- Prodotto servizio, Politecnico di Milano;
- Design per l'ambiente costruito, Università degli Studi di Napoli;
- Design per l'innovazione, Università degli Studi della Campania;
- Design e cultura del territorio, Università degli Studi di Palermo;
- Planet life design, Università degli Studi di Perugia;
- Design, Università degli Studi di Roma;
- Comunicazione visiva e multimediale, Università degli Studi di Roma;
- Product and service design, Università degli Studi di Roma;
- Design sistemico, Politecnico di Torino;
- Design del prodotto e della comunicazione visiva, Università IUAV.

In particolare, riportiamo nelle prossime pagine quattro casi studio particolarmente interessanti: Design della comunicazione (Politecnico di Milano), Design e arti (Libera Università di Bolzano), POLI.design (Politecnico di Milano), Parsons School of Design (The New School).

## Capitolo 3

**Design della comunicazione**



**Design e arti**

**POLI.design**

**Parsons School of Design**

# Design della comunicazione, Politecnico di Milano

DDC

### Caratteri tipografici:

Helvetica (logotipo, intestazioni), Iki Mono (paragrafi)

### Palette colori



Il corso di studi in Design della comunicazione del Politecnico di Milano utilizza una comunicazione accattivante e coerente con l'offerta formativa. Il colore è il punto focale dell'identità ed è utilizzato attraverso tinte unite e blocchi che fungono da separatori che convogliano l'attenzione su determinati argomenti. La tipografia è spesso accompagnata da sottolineature, elementi minimali che, insieme ai colori, rimandano ad un immaginario digitale proiettato al futuro.

Gran parte della comunicazione riguarda gli studenti (i loro progetti, le loro testimonianze e pensieri riguardo al corso) e gli alumni (gli obiettivi raggiunti e i loro percorsi professionali post-laurea). [18]

LAB JANNACCI

Laboratorio di Sintesi Finale

DDC

INCONTRA



DESIGN  
UNLOCKS  
TOMORROW

Cosa può fare il digitale per fronteggiare le difficoltà causate dall'emergenza Covid-19 e favorire la rinascita della città?

Questa è la domanda che si sono posti gli studenti del Laboratorio di Interaction Design del Politecnico di Milano, Facoltà del Design. I versanti che sono stati scoperti sono tanti, alcuni riguardano i singoli individui e la necessità di ricostruire una routine nella nuova normalità, altri riguardano la comunità e il bisogno di gestire condivisione, socialità, senso di appartenenza nel rispetto delle limitazioni esistenti, e infine in modo più sistematico coinvolgono l'intera città, e il dovere di proteggere i più vulnerabili e assicurare una vita serena e sicura ai suoi abitanti.

Gli studenti si sono interrogati su questi temi partendo da un'attività di ricerca etnografica orientata a capire da vicino l'esperienza e le difficoltà riscontrate da diverse persone, per poi tramutare gli insight raccolti in soluzioni progettuali concrete. Sono nati così i progetti per nuovi servizi digitali, che riguardano interventi ispirati dalle criticità emerse nel periodo di lockdown ma pensati per rimanere nel tempo e offrire nuove prospettive e connessioni all'interno della città.

EDIFICIO B2  
AULA 1.10



DURANDO 10  
BOVISA

06/10/2020  
h 16:00



DUT

DESIGN  
UNLOCKS  
TOMORROW

OPENING EVENT - LABORATORIO DI INTERACTION DESIGN



## Visioni Sinergiche

# Design e arti, Libera Università di Bolzano



### Caratteri tipografici:

DIN Web (logotipo, intestazioni), Utopia (paragrafi)

### Palette colori



La comunicazione della Libera Università di Bolzano dichiara espressamente l'anima plurilingue dell'Ateneo tramite un logotipo che nasce da un'abbreviazione linguisticamente neutrale accompagnata dalla denominazione estesa in italiano, tedesco e ladino.

Il colore principale è il blu cielo ma ad ognuna delle cinque facoltà è attribuito un ulteriore colore di riferimento. Per il corso di Design e arti, tale colore è il rosso: viene applicato a vari supporti, compresi il sito web e la pagina Instagram. Uno degli strumenti più utilizzati, per quanto concerne la comunicazione del corso, è la tipografia. Il carattere identitario viene spesso sovrapposto alle immagini (comunicazione degli Open Day) o utilizzato in combinazione con caratteri tipografici meno istituzionali e più rappresentativi dell'espressione degli studenti. [19]

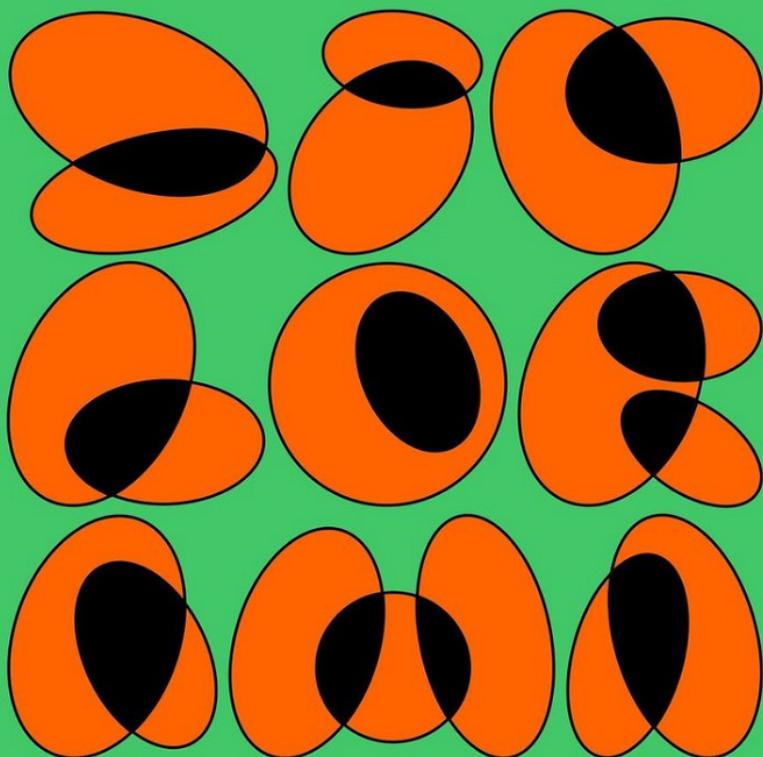


—  
**unibz**  
—

Freie Universität Bozen  
Libera Università di Bolzano  
Università Lìedia de Bulsan

DIPLORAMA 2021  
Universal Set

Graduation Show  
24.09 – 30.09.2021



Faculty of Design and Art  
Free University of Bolzano / Bozen

**DRAWING  
MACHINES  
AND  
BOOKS**  
unibz  
goes  
to  
base

# POLI.design, Master universitari e alta formazione

**POLI.DESIGN**

FOUNDED BY  
POLITECNICO DI MILANO

### Caratteri tipografici:

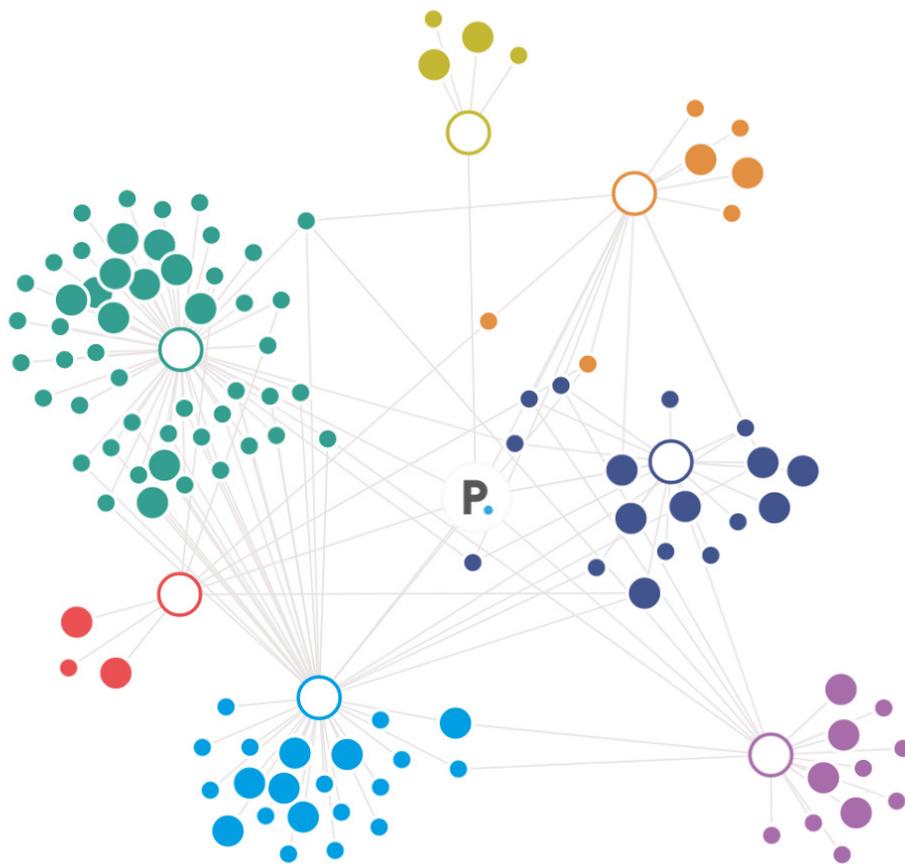
Brandon Grotesque (logotipo, intestazioni), HK Grotesk (paragrafi)

### Palette colori

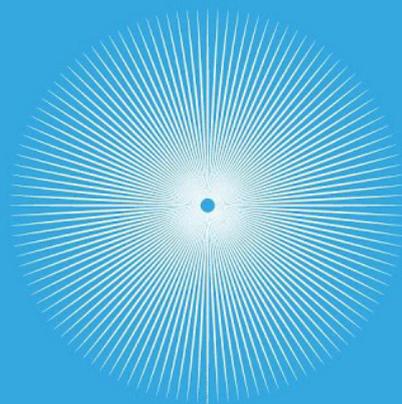


POLI.design non è un corso di laurea bensì racchiude tutta l'offerta formativa post-graduate che fa riferimento al Politecnico di Milano. Il focus centrale è dunque l'interdisciplinarietà: tutti i master e i corsi di alta formazione sono raggruppati in aree tematiche, suddivise per colore, e si connettono tra loro dando origine ad un'infografica interattiva consultabile direttamente dalla Home Page del sito.

Riveste particolare importanza l'immagine del dente di leone, ripreso anche nel logo, che contribuisce a dare al visual una sensazione di leggerezza ed esprime l'idea di un numero infinito di possibilità per lo studente che vuole continuare il suo percorso formativo. [20]



<p>Area formative</p>	<p>● INTERIOR DESIGN AND ARCHITECTURE</p> <p style="text-align: right;">→</p>	<p>● BUSINESS DESIGN</p> <p style="text-align: right;">→</p>	<p>● CULTURAL HERITAGE</p> <p style="text-align: right;">→</p>
<p>● FASHION DESIGN</p> <p style="text-align: right;">→</p>	<p>● DIGITAL AND INTERACTION</p> <p style="text-align: right;">→</p>	<p>● PRODUCT DESIGN</p> <p style="text-align: right;">→</p>	<p>● COMMUNICATION DESIGN</p> <p style="text-align: right;">→</p>



**POLI.DESIGN**

FOUNDED BY  
POLITECNICO DI MILANO

## Visioni Sinergiche

# Parsons School of Design, The New School



### Caratteri tipografici:

Neue (logotipo, intestazioni, paragrafi)

### Palette colori



La Parsons School of Design, del gruppo The New School, è una delle università più prestigiose con sede a New York. La sua immagine coordinata, realizzata dal celebre studio di progettazione Pentagram, si basa quasi interamente su *Neue*, un carattere tipografico realizzato ad hoc che può essere utilizzato in combinazione con varianti più o meno estese del carattere stesso. Il risultato è un'identità modulare in grado di adattarsi ad ogni supporto o necessità.

Il rosso che accompagna l'intero visual è un pantone, denominato *Parsons Red*, commissionato appositamente per onorare la storia della scuola. [21]

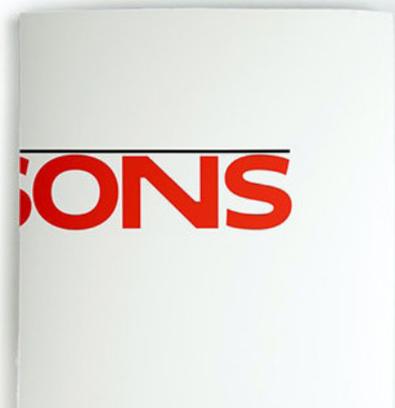


# THE NEW SCHOOL

**DESIGN  
LIBERAL ARTS  
MANAGEMENT  
MEDIA & TECHNOLOGY  
PERFORMING ARTS  
SOCIAL RESEARCH**

# THE NEW SCHOOL

**MILANO  
CREATIVE WRITING  
MEDIA STUDIES  
LANGUAGES  
ADULT BACHELORS**



### 3.2. Corsi di Food design

Ai fini della redazione di questo elaborato sono state analizzate le comunicazioni dei seguenti corsi di Food design:

- Design for food, Politecnico di Milano;
- Food design and innovation, IULM e SPD;
- Creative industries: food design, multimedia & visual merchandising, Università degli Studi di Bari;
- Food innovation program, Future Food Institute (Bologna)
- Food quality and innovation, University of Leeds (Regno Unito);
- Food innovation and product design, Lund University (Svezia);
- Food systems, EIT Food (Europa);
- Innovation management and the food design, Gembloux (Francia);
- Food innovation, HAS University of Applied Sciences (Paesi Bassi);
- MDes food design, L'École De Design (Francia);
- Food & design, New Design University (Austria);
- Online School of Food Design.

Riportiamo nelle prossime pagine i quattro casi studio più significativi: Design for food (Politecnico di Milano e UNISG), MDes food design (L'École De Design), Food design and innovation (IULM e SPD), Online School of Food Design.

## Capitolo 3

**Design for food**



**MDes food design**

**Food design and innovation**

**Online School of Food Design**

## Visioni Sinergiche

# Design for food, Politecnico di Milano e UNISG

SPECIALIZING MASTER IN  
**DESIGN  
FOR  
FOOD**

### Caratteri tipografici:

Brandon Grotesque (logotipo, intestazioni), Open Sans (paragrafi)

### Palette colori



Design for food è il master specializzante che nasce dalla collaborazione tra Politecnico di Milano e Università di Scienze Gastronomiche di Pollenzo.

Il corso viene comunicato attraverso un visual semplice, fatto di colori che rimandano al cibo e alla natura e di immagini che riassumono esplicitamente il contenuto del corso mediante foto di prodotti naturali, alimenti e bevande. [22]



## Capitolo 3

# MDes food design, L'École De Design



### Caratteri tipografici:

Montserrat (logotipo, intestazioni), Arial (paragrafi)

### Palette colori



Si tratta di un master in Food design dell'ateneo francese L'École De Design. Il corso non possiede una sua identità visiva ma si aggancia a quella dell'Università, fatta di forme geometriche colorate che spesso accompagnano scritte ed immagini.

La comunicazione avviene spesso attraverso le foto dei progetti degli studenti. [23]



## Visioni Sinergiche

# Food design and innovation, IULM e SPD

# SPD

### Caratteri tipografici:

Helvetica (logotipo, intestazioni, paragrafi), Base (intestazioni)

### Palette colori



Master in Food design che nasce dalla collaborazione tra due atenei: IULM e SPD. La comunicazione del corso si appoggia a quella delle Università e utilizza colori pastello e una grande quantità di caratteri tipografici che non danno un'idea di omogeneità e continuità.

Il cibo è comunicato principalmente attraverso l'utilizzo di fotografie a cui vengono sovrapposti dei riquadri colorati che rimandano ai colori identitari. [24]

Master in Food Design  
and Innovation



## Capitolo 3

# Online School of Food Design

**ONLINE SCHOOL  
OF FOOD DESIGN**

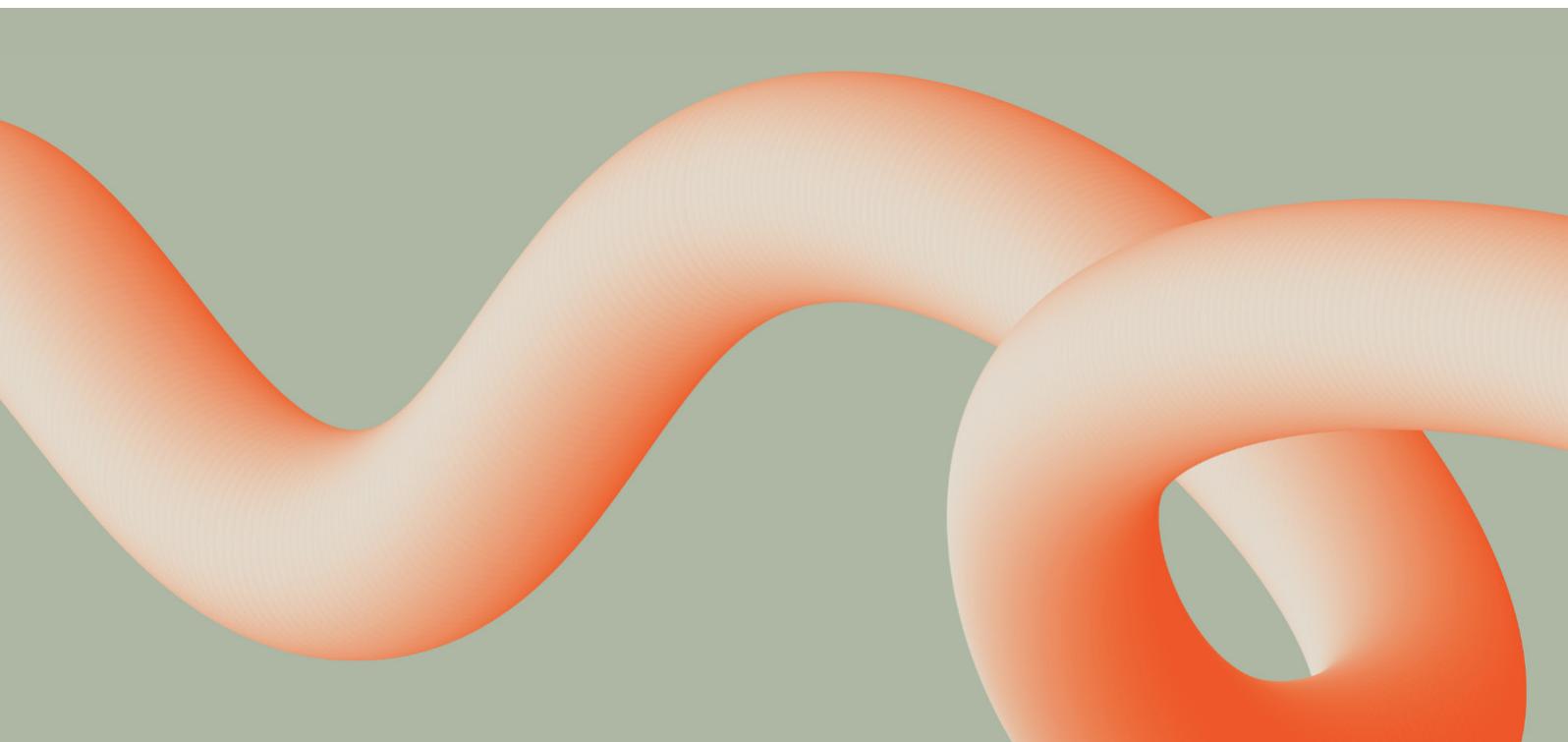
### Caratteri tipografici:

Helvetica (logotipo, intestazioni, paragrafi)

### Palette colori



Online School of Food Design è un progetto che raccoglie una moltitudine di corsi online riguardanti il rapporto tra cibo e progettazione. La multidisciplinarietà è dunque un punto di forza importante che viene rafforzato dalla comunicazione. Quest'ultima si esplica attraverso l'utilizzo di una palette colori molto delicata ma, soprattutto, nell'utilizzo di una forma organica che si trasforma in tipografia e dunque nel logotipo. [25]



### 3.3. Considerazioni

I corsi caratterizzati da un appeal maggiore sono quelli che possiedono un'identità progettata su misura e coerente con gli obiettivi formativi (Design della comunicazione e POLI.design). In alcuni casi, si appoggiano all'identità visiva dell'ateneo di appartenenza: l'esito è ugualmente efficace quando si tratta di visual particolarmente ben studiati (Parsons School of Design) o, al contrario, può risultare in una comunicazione che non esprime al massimo il carattere del corso in questione (Food design and innovation).

È il caso della maggior parte delle facoltà di Food design: non viene espresso alcun concept e non ci sono focus su cui viene posta particolare attenzione. Ciò si traduce in identità visive poco attraenti e quasi mai suggestive.

Le scelte riguardanti la tipografia rimandano in entrambi i contesti a dei caratteri sans-serif spesso caratterizzati da una particolare geometricità. Tra i più ricorrenti:

Helvetica

Brandon

Univers

Open Sans

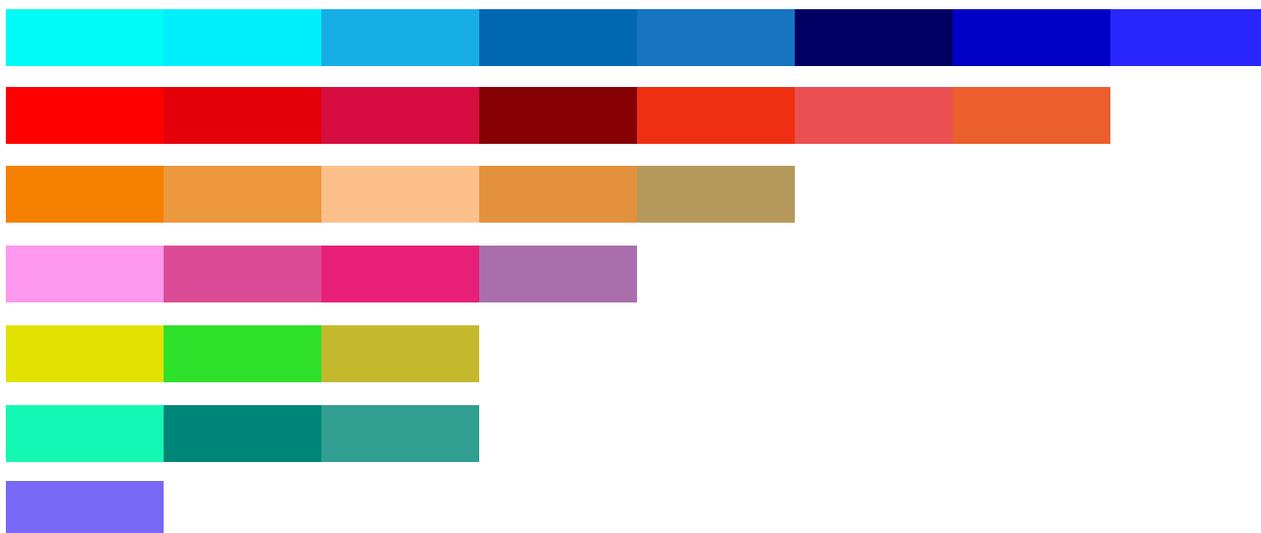
Verdana

Roboto

HK Grotesk

## Capitolo 3

Dall'analisi dei colori utilizzati nella comunicazione dei corsi di Design risulta che, quelli maggiormente adoperati, sono l'azzurro, il blu e il rosso. Sono caratterizzati da intensità forti e contrasti elevati.



Quelli utilizzati nell'ambito del Food design sono invece molto più tenui e tendenti ai colori della natura: azzurro, verde e marrone.

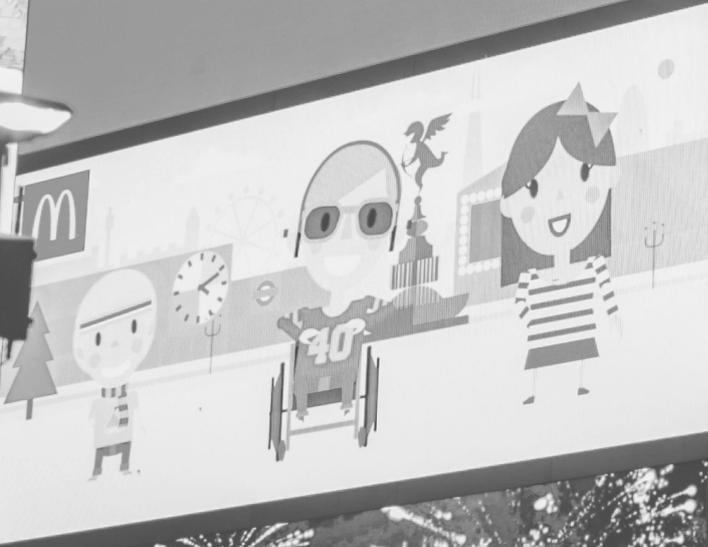


# 4. Analisi della comunicazione delle aziende alimentari

Per la realizzazione di questo elaborato e per lo sviluppo del progetto si sono rivelati utili la ricerca e lo studio della comunicazione, dal punto di vista di tradi-

zione, sostenibilità e territorialità, di imprese italiane operanti nel settore alimentare come Campari, Lavazza e Ichnusa.

Coca-Cola  
zero<sup>®</sup>



TDK



Happy New Year from  
VOGUE

HYUNDAI



National  
Theatre

★★★★★  
CURIOUS INCIDENT  
OR DOG IN THE NIGHT-TIME

'Extraordinary  
and unmissable.'

Go  
London  
www.go.com

75  
of a good thing

# Campari: N100. The Art of Negroni

**Campari**  
**2019**

La storia di Campari inizia nel 1860 a Novara con l'invenzione di una bevanda alcolica che prende il nome dal suo creatore. [26]

Attorno al 1919 nasce al Caffè Casoni di Firenze, da un'idea di Fosco Scarselli, il Negroni, un cocktail a base di Vermouth rosso, London Dry gin e Campari che diventa un vero e proprio simbolo della letteratura, dell'arte e del cinema.

In occasione del centenario della sua invenzione è stata allestita una mostra alla galleria Campari di Milano in cui sono state presentate 29 rappresentazioni artistiche del Negroni sottoforma di illustrazioni, dipinti, fotografie e installazioni. Gli artisti che hanno partecipato al progetto sono: Luca Font, Alvvino, Margherita Terraneo, Giacomo Bagnara, Iolanda Bellotti, Elenia Berretta, Francesco Poiana, Alessandro Cripsta, Federico Epis, Elisa De Alencar Rodrigues, Jacopo Rosati. [27]

*N100. The Art of Negroni* racconta la storia dietro alla comunicazione del marchio Campari: la mostra comprende sia i primi lavori di cartellonistica di Depero che le opere moderne di Bruno Munari. [28]



# Lavazza: Change for Better

**Fondazione Lavazza**  
**2021**

Fondata nel 1895 da Luigi Lavazza, la società produttrice di caffè è ricordata anche per i testimonial Caballero e Carmencita ideati dal pubblicitario torinese Armando Testa. [29]

Come Campari anche la Fondazione Lavazza ha collaborato nel corso degli anni con artisti. In particolare, nel 2019 è stato creato il progetto *Change for Better* che vede come protagoniste sette donne che provengono dal mondo della coltivazione del caffè e che combattono per l'emancipazione femminile e per dimostrare l'importanza del loro contributo all'intero della comunità. [30]

Ambrosía dalla Repubblica Dominicana, Carmen in Colombia, Doña Rina in Honduras, Isabel in Guatemala, Nadia in Perù, Pinki in India e Sheila in Uganda promuovono la sostenibilità ambientale attraverso progetti ideati dalla Fondazione Lavazza. L'illustratore Saddo è riuscito a tradurre la storia delle sette leader coinvolte in ritratti e simboli dai colori vivaci. [31]



# Ichnusa: Il Nostro Orgoglio

**Ichnusa**  
**2021**

La birra Ichnusa prodotta da Heineken Italia, fin dal 1912, rende esplicito il suo legame con il territorio sardo già dalla sua identità visiva che riprende i quattro mori della bandiera. [32]

La campagna *Il Nostro orgoglio*, realizzata nell'estate 2021 promuove i luoghi nascosti della Sardegna attraverso escursioni. L'idea alla base dell'iniziativa è stimolare l'interesse delle persone verso il patrimonio culturale sardo con tour organizzati a Parco di Porto Conte, Canyon di Gorropu e Capo Pecora. La riuscita del progetto è stata possibile grazie al desiderio di tornare a viaggiare dopo il periodo della pandemia. [33] L'esperienza ha rafforzato il senso di condivisione e collettività che contraddistinguono il marchio, segnando anche il punto di ripartenza delle comunità locali. [34]



### 4.1 Considerazioni

L'analisi dei casi studio ha permesso di comprendere l'approccio utilizzato dalle grandi aziende alimentari nei confronti della tradizione, sostenibilità ambientale e territorialità. La comunicazione delle tematiche sopraccitate non si limita allo sviluppo di immagini coordinate e campagne pubblicitarie ma si evolve in vere e proprie iniziative che coinvolgono direttamente il cittadino e che avviano collaborazioni con artisti e comunità locali.

# Capitolo 4

# 5. Casi studio: comunicare il cibo e la sostenibilità

Per comunicazione si intende un processo volontario e intenzionale che consiste in un trasferimento di informazioni da un mittente a un destinatario. Tuttavia, c'è una sottile differenza tra comunicazione e semplice transito di dati: nel primo caso viene stimolata l'attivazione di processi cognitivi che permettono di interpretare e comprendere il messaggio mentre, nel secondo, questo non avviene. Il rischio che si

verifichi quest'ultima circostanza è particolarmente alto quando il messaggio da comunicare riguarda argomenti ormai stereotipati come il cibo e la sostenibilità. Attraverso l'analisi di alcuni casi studio che riguardano proprio tale comunicazione, è possibile individuare cinque categorie di approcci particolarmente efficaci: modifica del comportamento, ottimismo, innovazione, provocazione e surrealismo.



### 5.1. Modifica del comportamento

La fruizione del cibo è fondamentale per quanto riguarda la sfera comportamentale e le routine di ogni persona. Si configura come una parte profondamente radicata nelle abitudini che, tuttavia, non sono sempre sane per noi o per l'ambiente.

Comunicazione e prodotti possono modificare tali comportamenti con finalità diverse: promozione di azioni volte alla sostenibilità ambientale, riduzione degli sprechi, avvicinamento al territorio e alla cultura.

## Capitolo 5

**ScrapsBook**



**Playlist Timer**

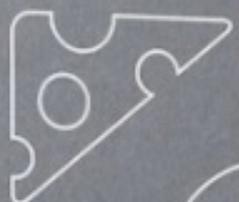
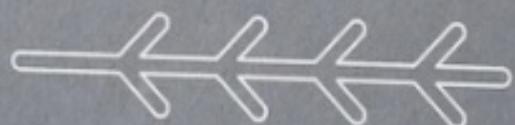
# ScrapsBook

**IKEA**

**2021**

*ScrapsBook* è il libro di ricette, ideato da IKEA, che ha l'obiettivo di ridurre al minimo gli scarti in cucina utilizzandoli per creare nuovi piatti. Non è la prima volta che la multinazionale svedese si addentra nel settore alimentare e, questa volta, lo fa per portare avanti la sua idea di sostenibilità già da tempo coltivata nelle linee guida aziendali.

Al ricettario hanno collaborato 10 chef nord-americani che hanno messo a punto 50 ricette facilmente realizzabili con gli scarti degli alimenti più diffusi nelle cucine canadesi. Il libro non condanna gli sprechi bensì propone delle soluzioni efficaci ed intelligenti per trasformarli in nuove pietanze. [35]



# THE SCRAPS BOOK

A Waste-Less  
Cookbook



# Playlist Timer

**Barilla, Spotify  
2021**

Si tratta di una collaborazione tra Barilla e Spotify che hanno messo a punto otto playlist, ognuna pensata per un determinato tempo di cottura della pasta. È una campagna volta ad enfatizzare il rapporto che gli italiani hanno con il cibo e lo fa aggiungendo la componente musicale ad un momento come quello dell'attesa per la cottura.

Ogni playlist possiede una copertina illustrata da un artista italiano di calibro internazionale (Emiliano Ponzi, Van Orton, Alessandro Baronciani, Mauro Gatti, Carol Rollo, Nicola Laurora, Fernando Cobelo e Andrea Mongia) e, ognuno di loro, ha pubblicizzato l'iniziativa attraverso un post sulle proprie pagine social. [36]



*Barilla*



11

MINUTI  
FUSILLI N.98

### 5.2. Ottimismo

Il cibo riveste un ruolo essenziale all'interno della collettività ed è dunque spesso legato al concetto di sostenibilità sociale e alle problematiche ad essa legate, come ad esempio quella della povertà alimentare.

Questa tematica viene spesso accompagnata da una comunicazione che fa leva sull'empatia e sulla compassione. Un approccio che si rivela essere invece meno controproducente è quello della positività, della comunicazione in grado di suscitare un senso di comunità e di partecipazione.

## Capitolo 5

**Full Time**



**Think Food Bank Project**

# Full Time

**The Clearing, Marcus Rashford, Tom Kerridge  
2021**

*Full Time* è un brand che punta a dare maggiore visibilità alla problematica della povertà alimentare nel Regno Unito. È un'iniziativa nata dallo chef Tom Kerridge e dal calciatore Marcus Rashford. Insieme, hanno creato una serie di 52 pasti facili da preparare e che rispondono esigenze di chi non ha la possibilità di acquistare ingredienti molto costosi o di chi non possiede determinati elettrodomestici.

Il visual è stato progettato dall'agenzia di comunicazione The Clearing ed è caratterizzato da una forte positività e da rimandi al mondo del calcio che centrano in pieno il bacino d'utenza da raggiungere. [37]



# SHAKSHUKA TRAYBAKE CRUNCH

## INGREDIENTS

- 1 tin of chickpeas
- 1 tin of tomato sauce
- 1 tin of vegetable oil
- 400g of frozen bread crumbs
- 1 tin of chickpeas
- 1 tin of tomato sauce
- 1 tin of vegetable oil
- 400g of frozen bread crumbs
- 1 tin of chickpeas
- 1 tin of tomato sauce
- 1 tin of vegetable oil
- 400g of frozen bread crumbs

Prep the oven on at 200C

04 After this time, spritz with oil and paprika, if using, and put it back in the oven until the sauce has thickened.

Support us on Instagram @marcusandtom

**FULL TIME**  
GET COOKING WITH MARCUS AND TOM

This week, let's fill up on...

# SHAKSHUKA TRAYBAKE CRUNCH



03

**FULL TIME**  
GET COOKING WITH MARCUS AND TOM

This week, let's fill up on...

# HOMEMADE HASH BROWNS



06

# Think Food Bank Project

**Maisie Benson, Holly Kielty**  
**2020**

È un progetto che mira a supportare e a sostenere le banche del cibo attraverso un'azione di guerriglia. Sono stati realizzati degli adesivi illustrati che spingono gli acquirenti a comprare determinati prodotti due volte così da poter effettuare delle donazioni all'uscita del supermercato. Possono assumere colorazioni diverse in base al supermercato di riferimento.

Le illustrazioni si rifanno a simboli legati alla pace o all'amore: non puntano alla compassione ma, piuttosto, accentuano il forte impatto positivo del gesto. [38]



### 5.3. Innovazione

Il futuro della produzione alimentare è un argomento centrale per quanto riguarda la sostenibilità ambientale del Pianeta ed è dunque importante sperimentare su nuovi processi, materiali e sistemi che offrano alternative percorribili alle soluzioni attuali.

L'innovazione viene comunicata attraverso un duplice approccio: sia con un senso di novità destabilizzante, sia cercando di costituire una nuova familiarità anche attraverso le esperienze sensoriali.

## Capitolo 5

**Bigger than the Plate**



**Just Bones**

# Bigger than the Plate

V&A Museum London

2019

È una mostra riguardante il food design e, in particolare, indaga le soluzioni del sistema alimentare da contrapporre alle sfide del futuro. Il tema centrale è dunque la progettazione, il suo valore, gli strumenti e i materiali che mette a disposizione: i visitatori percorrono un viaggio che stimola una riflessione sull'importanza delle proprie scelte per il conseguimento di uno stile di vita più sostenibile.

Sono presentati più di 70 progetti divisi in quattro sezioni: *compost, farming, trading e eating*. È un'esperienza suggestiva in cui si incontrano sperimentazione, design e arte. [39]

# FARMING



# Just Bones

**Valdis Steinars**

**2021**

Valdis Steinars è una designer islandese che lavora con i materiali e cerca di crearne di nuovi sfruttando le proprietà delle materie di scarto. Il progetto *Just Bones* nasce proprio dalla trasformazione delle ossa provenienti da carcasse animali in packaging.

Dal punto di vista comunicativo, è un'immagine forte in cui il prodotto alimentare è contenuto dagli scarti dell'alimento stesso. Apre ampie prospettive sulle possibilità del packaging design nel futuro e invita a pensare fuori dagli schemi. [40]



BIOPLASTIC SKIN  
**BACON**

USE BY 12.10.2022	NET WEIGHT 0.220 kg.
	PRODUCT OF ICELAND

### 5.4. Provocazione

Esistono delle consuetudini riguardo alla rappresentazione del cibo incentrate sul suo aspetto gradevole e sull'invogliare a consumarlo. Quando tali abitudini vengono sovvertite, ponendo l'accento sull'inaspettato o sul disgusto, si vengono a creare dei forti contrasti tra l'aspettativa e ciò che ci si pone davanti. Il risultato è una comunicazione di sicuro accattivante.

**The beauty of no  
artificial preservatives**



**The Plastic Bag Store**

# The beauty of no artificial preservatives

**Burger King  
2020**

Lo spot pubblicitario di Burger King ritrae il panino più famoso della catena di fast-food, il *Whopper*, in un time-lapse che dimostra cosa succede se viene lasciato all'aperto per più di un mese. Viene lentamente ricoperto dalla muffa fino a renderlo quasi irriconoscibile. Le immagini provocano un certo disgusto nello spettatore che, alla fine del video, ne scopre la finalità grazie alla scritta "The beauty of no artificial preservatives".

L'intento è sicuramente provocatorio nei confronti dei competitor che utilizzano i conservanti all'interno dei propri alimenti. [41]

The Whopper *DAY 32*

TM & © 2020 Burger King Corporation. All rights reserved.



# The Plastic Bag Store

**Robin Frohardt, Pomegranate Arts  
2020**

A prima vista potrebbe sembrare un negozio di alimenti come tutti gli altri ma, in realtà, ogni prodotto in vendita è interamente realizzato utilizzando sacchetti o rifiuti di plastica. È un'esperienza immersiva che si esplica anche attraverso un'opera video di cui si può prendere visione all'interno del mercato.

Le grandi tematiche affrontate dall'artista Robin Frohardt sono dunque quella del consumismo e della permanenza degli scarti sul nostro Pianeta e lo fa mediante un linguaggio pervaso da un'ironia tagliente. [42]



### 5.5. Surrealismo

Il cibo è solitamente al centro della comunicazione ma ci sono casi in cui diventa semplicemente il mezzo per trasmettere un messaggio. In quest'ultimo caso trae forza dall'accezione insolita e inaspettata che ne deriva e crea un senso di instabilità che non lo lascia passare inosservato. Si può percepire un'atmosfera surreale caratterizzata dall'exasperazione dei concetti e dal sovvertimento di gerarchie che portano alla riflessione.

**“Plant-based” Birkin Bags**



**Microplastic Photo Series**

# “Plant-based” Birkin Bags

**Hermès, Ben Denzer**  
**2021**

Per sopperire alle critiche degli attivisti per i diritti degli animali, Hermès ha deciso di adottare la pelle di origine vegetale per la realizzazione delle celebri Birkin Bag. Per rendere pubblico il cambiamento, la multinazionale ha scelto di lavorare con il designer Ben Denzer che ha ideato una campagna social in cui le borse sono state ricreate utilizzando composizioni di veri e propri vegetali.

Il risultato è una serie fotografica di forte impatto che non passa di certo inosservata. Il messaggio è così esplicito da risultare quasi surreale. [43]



# Microplastic Photo Series

**Sweet Sneak Studio's, Morten Bentzon  
2020**

Sweet Sneak Studio è uno studio olandese di food design che ha collaborato con l'artista Morten Bentzon per la realizzazione di questa serie fotografica. Vengono rappresentati otto alimenti tra quelli che generalmente tendono a contenere maggiori quantità di microplastiche e che vengono reintrodotti nella catena alimentare.

L'obiettivo è quello di aumentare la consapevolezza dei danni causati dalle materie plastiche di piccole dimensioni che vengono disperse nell'ambiente, specialmente negli oceani. [44]



### 5.6. Considerazioni

Esistono degli espedienti per comunicare cibo e sostenibilità riuscendo ad attirare l'attenzione del destinatario senza cadere nel banale. Si può lavorare sul *tone of voice*: una comunicazione positiva, che non punta sulla compassione, permette di alleggerire il messaggio e renderlo più amichevole. D'altra parte, è possibile aumentare l'interesse verso una tematica lavorando invece sui sentimenti contrastanti originati da una provocazione o dall'atmosfera surreale che nasce dalle contraddizioni.

Se si vuole porre l'accento sugli sviluppi futuri del design per il sistema alimentare, ci si può invece focalizzare sulla sua forza innovativa o, scendendo più nel concreto, realizzare dei progetti che puntino alla modifica del comportamento.

# Capitolo 5

# 6. Nuovi punti di vista

Il corso di Design Sostenibile per il Sistema Alimentare permette di guardare il cibo sotto cinque aspetti differenti (Design with food product, Food service & eating design, Design and commu-

nication, Design for food, Design about food), i quali assieme formano un organismo in cui ogni singola parte è fondamentale per comprendere il food design.



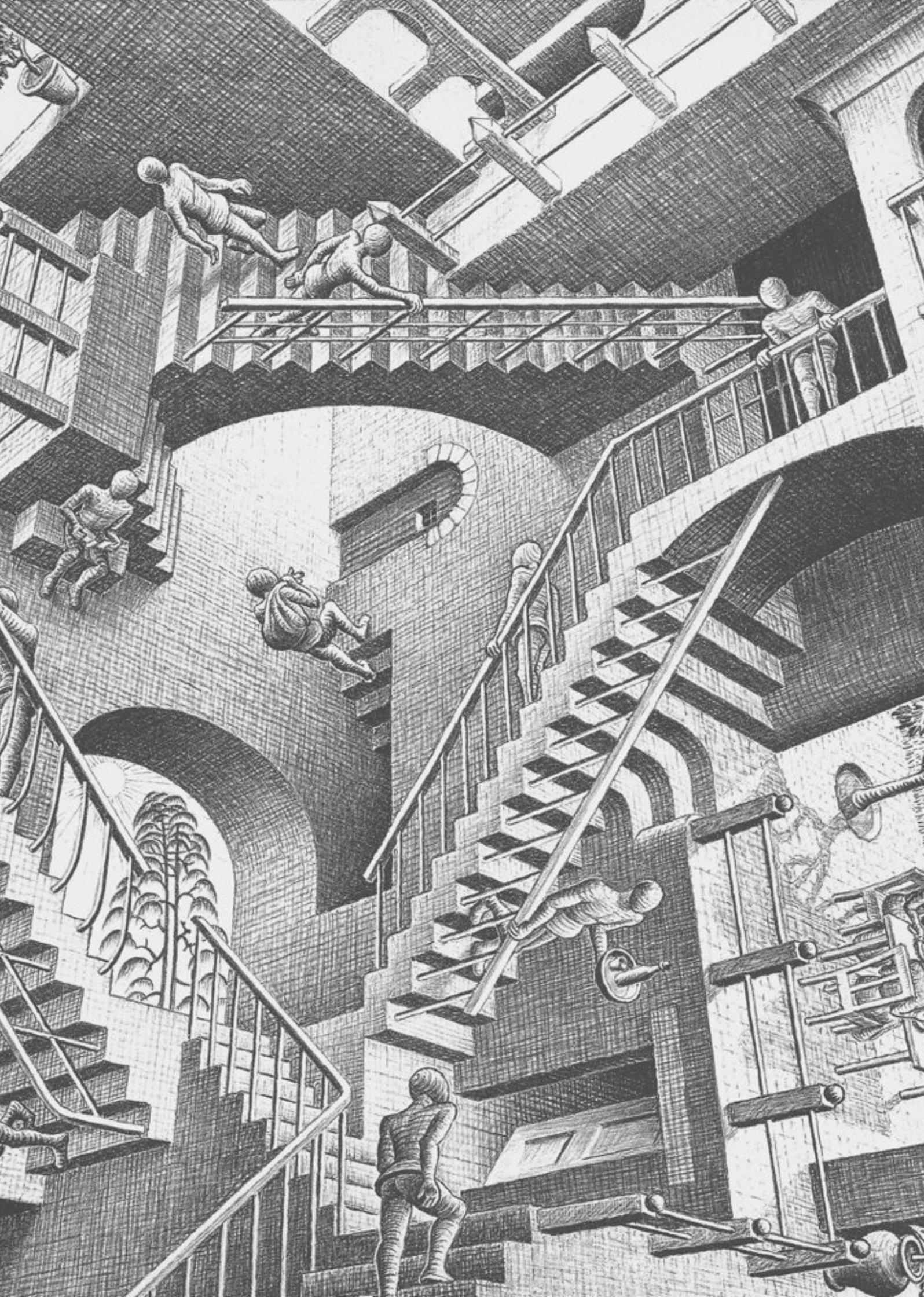
### 6.1. Relatività

**M. C. Escher**

**1953**

L'opera *Relatività* di M. C. Escher del 1953 raffigura un unico ambiente composto da più scene che si svolgono contemporaneamente. I soggetti del quadro sono uomini privi di volto che compiono azioni differenti: alcuni salgono le scale, altri scendono e c'è chi si affaccia al balcone. [45] Escher cattura l'attenzione dello spettatore sfidando le leggi fisiche grazie alla disposizione delle rampe di scale che ribaltano la percezione dello spazio in cui i soffitti diventano pavimenti e viceversa. [46]

La scena si traduce in un sistema insolito che è il risultato dei diversi aspetti di una realtà dalle mille sfaccettature: una visione globale di più punti di vista diversi.



### 6.2. I linguaggi

*Relatività* rappresenta a pieno la multidisciplinarietà del corso di Design Sostenibile per il Sistema Alimentare e permette di raccontare l'interconnessione tra i vari settori della progettazione e del cibo. Alcuni linguaggi dietro l'opera possono essere ripresi e reinterpretati per lo sviluppo di un concept che coniughi il cibo e la progettazione.

**Leggi matematiche**



**Infinito e intreccio**

**Simultaneità**

**Specchi e trasparenze**

**Interconnessione**

**Complementarità**

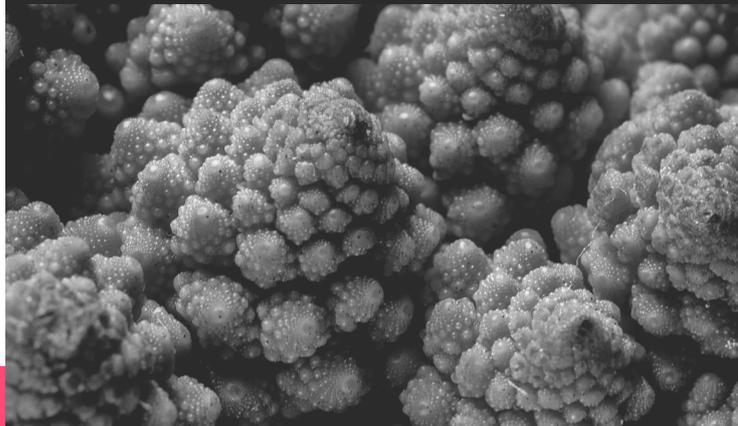
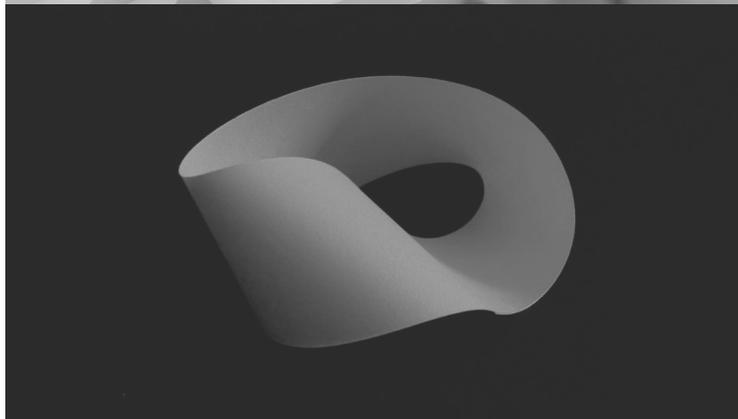
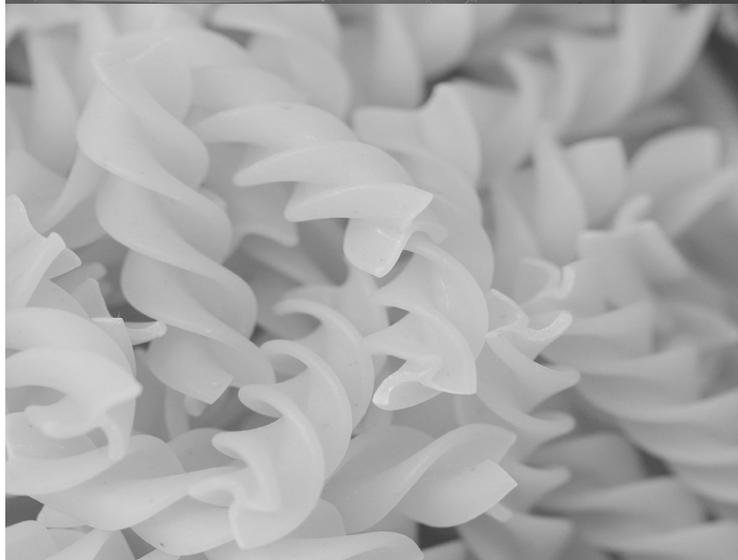
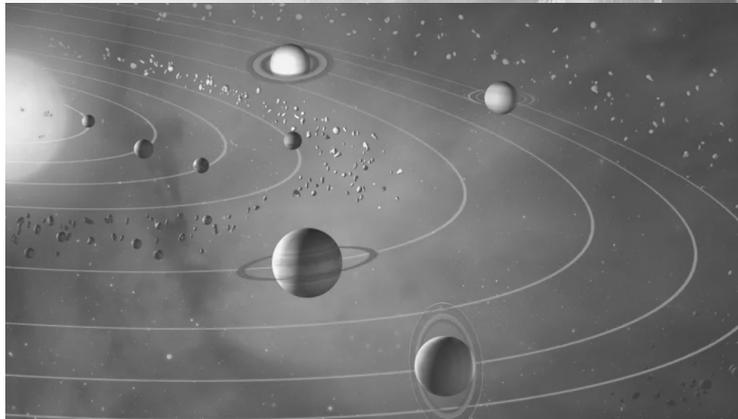
**Tridimensionalità**

**Gestalt**

## Visioni Sinergiche

# Leggi matematiche

Le leggi matematiche regolano molti aspetti della realtà. Punti, linee, forme regolari e irregolari si combinano per creare un sistema in equilibrio. È sufficiente la reiterazione di geometrie e la chiusura di un circuito per dare l'idea di stabilità, perfezione e precisione.



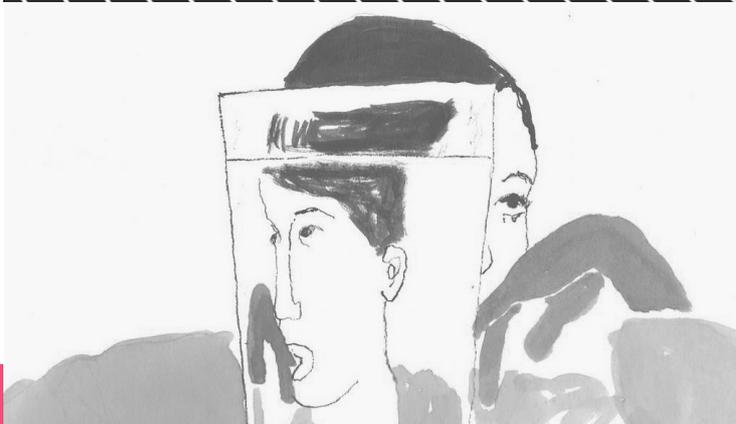
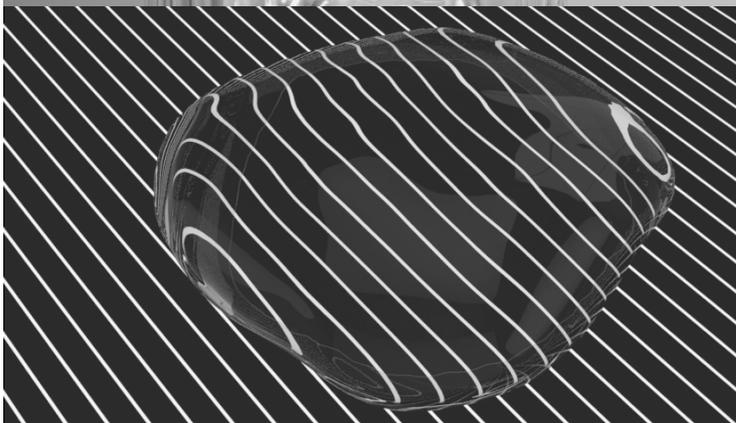
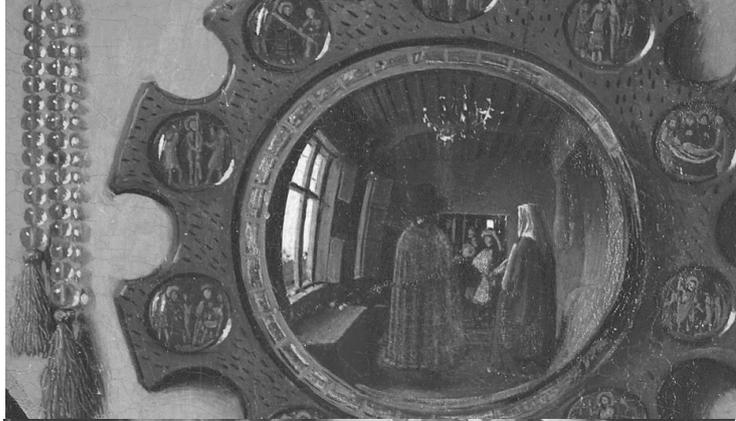
## Capitolo 6

# Specchi e trasparenze

Gli specchi consentono di vedere ciò che è alle nostre spalle, garantendo una visione più ampia dello spazio.

L'artista Van Eyck nel *Ritratto dei coniugi Arnolfini* sfrutta lo specchio per riflettere e rivelare l'ambiente nascosto, integrando un nuovo punto di vista di un osservatore immaginario posto alle spalle della coppia. [49]

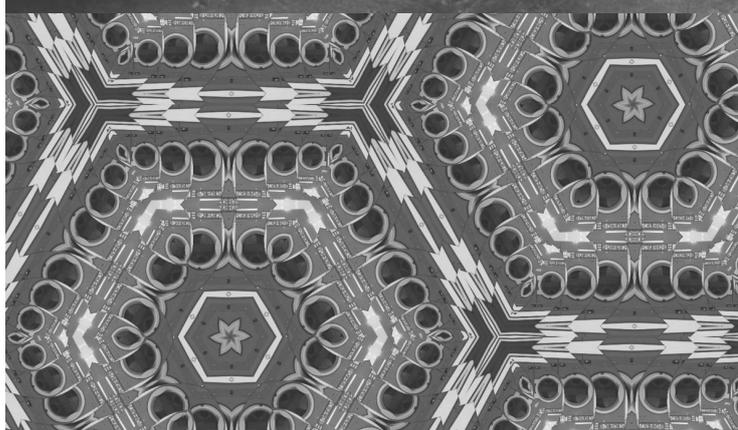
Le trasparenze invece, specchiano e deformano il soggetto che si trova dietro rendendone difficile la lettura.



## Visioni Sinergiche

# Simultaneità

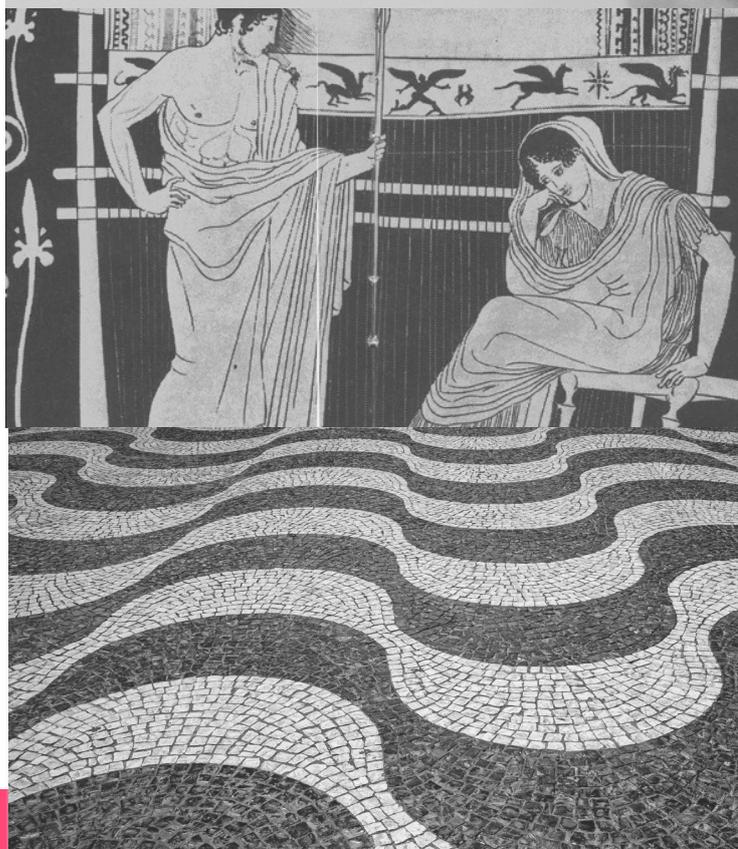
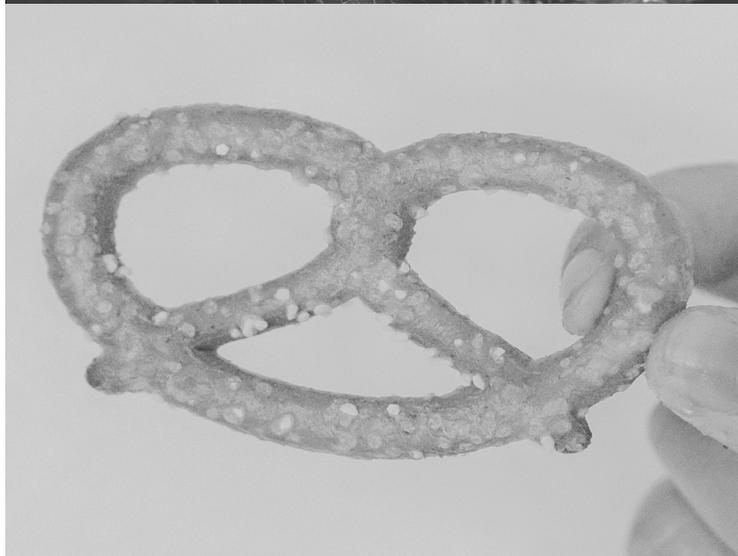
L'intento di riprodurre più immagini contemporaneamente è un concetto già presente nel periodo cubista. Picasso, uno dei maggiori esponenti del movimento, è riuscito a rendere concreto ciò che percepisce la mente, unendo più punti di vista, tramite la scomposizione e ricomposizione di figure. La simultaneità è osservabile anche tramite strumenti come il caleidoscopio che mostra strutture simmetriche che si moltiplicano grazie ai frammenti di vetro e di plastica colorati.



## Capitolo 6

# Infinito e intreccio

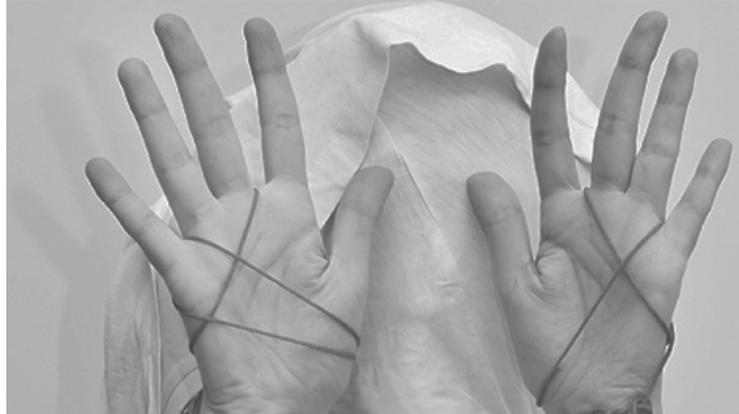
Quanto si parla di infinito è ricorrente il simbolo del serpente che si mangia la coda: si tratta di una figura allegorica di un processo che si ripete continuamente ma che allo stesso tempo si è concluso. Questa circolarità è la rappresentazione dell'eterno ritorno. [48] L'intreccio, invece, è riconducibile alla tessitura, un'arte antica presente anche nell'Odissea di Omero con Penelope che tesse e scioglie la tela mentre aspetta il ritorno del marito ad Itaca. L'Uroboro, l'intreccio, le forme concatenate e i mosaici sono soltanto quattro degli svariati metodi per ritrarre e intrappolare l'infinito.



## Visioni Sinergiche

# Interconnessione

Il filo, la linea e le catene reali o immaginarie che siano, possiedono un punto di partenza e uno di arrivo. Il legame che si crea fra i due può essere di natura precaria oppure durevole. L'insieme dei singoli componenti originano un sistema che a sua volta può legarsi a un altro fino a creare una rete che si dirama all'infinito.



## Capitolo 6

# Complementarità

Ogni realtà esiste di per sé ed è portatrice di significato, talvolta è destinata a svolgere una determinata funzione all'interno di una verità più grande.

Il puzzle è il simbolo più semplice che reincarna il significato di complementarità. Ogni tassello, messo al giusto posto, contribuisce nella creazione di un'immagine più grande.

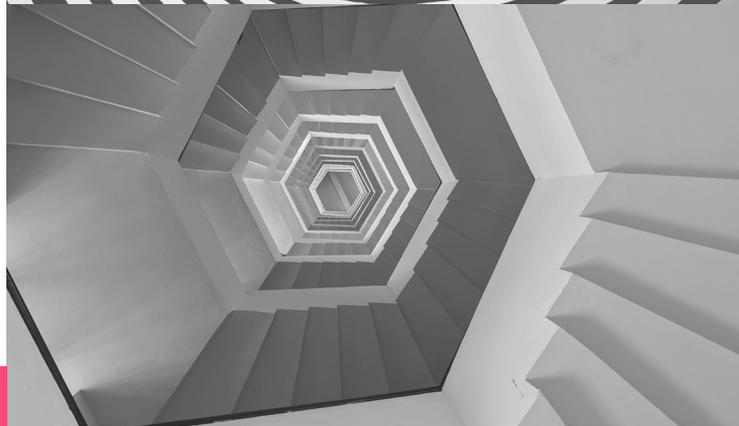
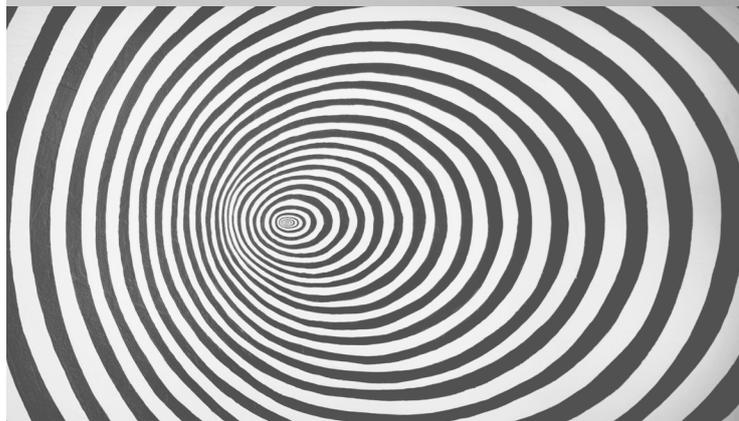
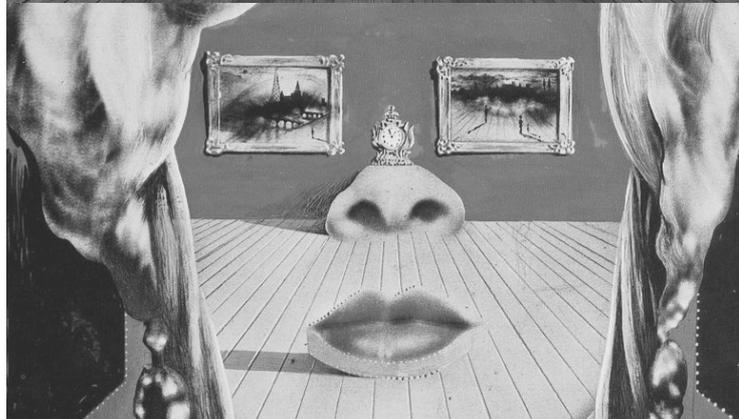


## Visioni Sinergiche

# Tridimensionalità

La prospettiva, le illusioni ottiche e i percorsi infiniti che creano un loop immaginario sono elementi che catturano l'attenzione poiché la forma bidimensionale acquisisce profondità e diventa tridimensionale.

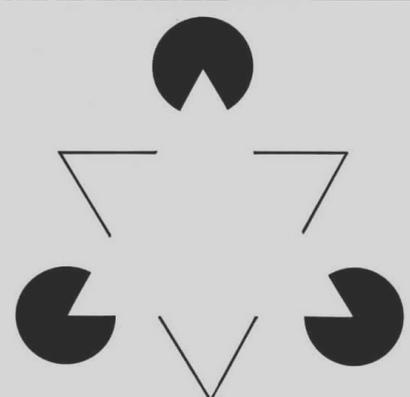
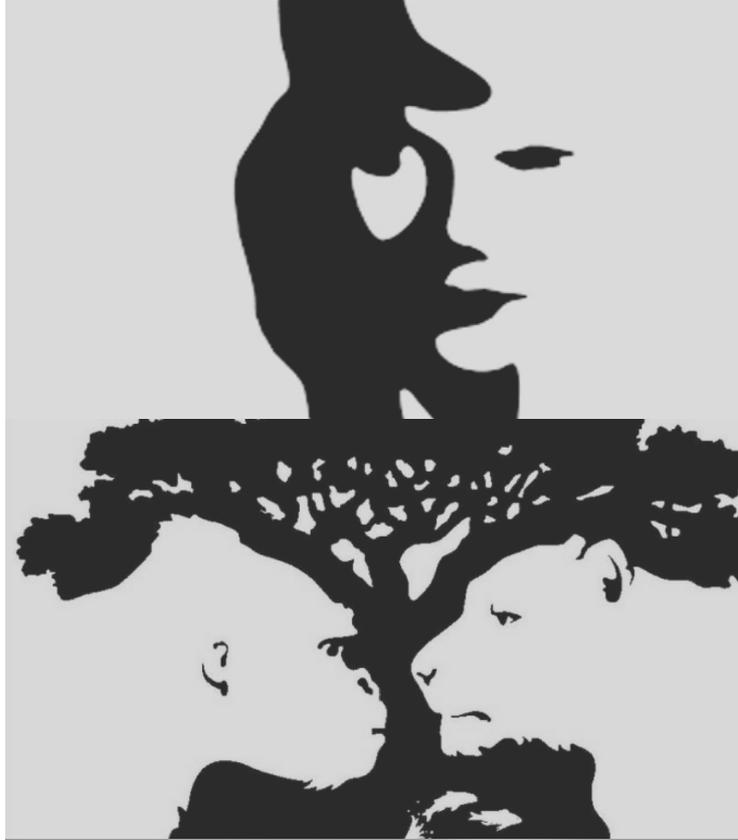
Un esempio è *il Viso di Mae West utilizzabile come appartamento surrealista* di Salvador Dalì, il quale crea un ambiente abitativo in cui si possono distinguere in modo evidente i tratti del volto dell'attrice come capelli, occhi e naso. [50]



## Capitolo 6

# Gestalt

La gestalt è un fenomeno psicologico legato alla percezione visiva in cui la mente attribuisce a forme ambigue, non necessariamente geometriche, dei significati, passando per due fasi che sono l'analisi della forma e l'elaborazione cognitiva. [51] Similmente alla complementarietà anche in questo ogni parte è significativa nella percezione di un elemento.



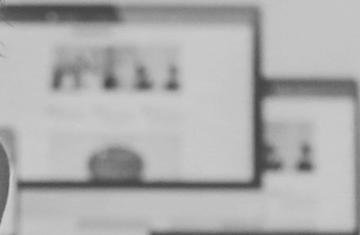
# 7. Il metaprogetto

Le ricerche relative al corso di studio, alla comunicazione dei percorsi formativi e del cibo hanno contribuito alla definizione dell'ambito di intervento.

Determinato il brief, inizia la fase di metaprogetto, ossia la costruzione di uno scenario in cui si intende definire destinatari, linee guida e concept del progetto.



Handwritten notes on a sketch, possibly describing a design concept or process.



Handwritten notes on a document, including the words "CALL TO ACTION" and "CALL TO ACTION FOR DESIGN".

### 7.1. Utenza

La comunicazione del corso di Design Sostenibile per il Sistema Alimentare è rivolta principalmente agli studenti che provengono da licei, istituti tecnici e professionali ed è indirizzata anche a chi aiuta e supporta lo studente nella scelta del percorso di studio. Dunque, è importante comprendere il dialogo che si instaura fra i due soggetti. È necessario considerare anche le aziende territoriali per avviare eventuali collaborazioni.

Si sono individuati tre profili fittizi (studentessa, genitore e imprenditrice) ma che rispecchiano i bisogni, le esigenze, gli interessi di persone reali. Nell'analisi si sono tenuti in considerazione sia i principali canali di informazione, sia il loro interessamento verso la sostenibilità, il design e il sistema alimentare.

## Capitolo 7

**Studentessa**



**Genitore**

**Imprenditrice**

## Visioni Sinergiche

### 7.1.1. Studentessa

**Martina**, 16 anni, Parma (PR)  
Studentessa, Istituto Alberghiero

Le piace sperimentare cose nuove ed è intrigata da un corso di laurea multidisciplinare che le apra svariate possibilità, che coniughi la sua passione per il cibo e la sua creatività. È interessata ai programmi di mobilità internazionale perché vorrebbe conoscere nuove culture.

#### Bisogni:

- Capire quale CdS fa per lei;
- Avere un'idea chiara delle possibilità che il CdS può offrirle.

#### Frustrazioni:

- Siti web confusionari che complicano ulteriormente la scelta;
- Non poter usufruire delle esperienze degli ex-studenti.

#### Design



#### Sistema alimentare



#### Sostenibilità



**Graphic Days Torino**  
471 iscritti  
ISCRITTO



**the essential**  
**The Essential**  
Will Media - Mia Ceran



**cucinabotanica**

1,010 Posts   605K Followers   767 Following

## Capitolo 7

### 7.1.2. Genitore

**Alessio**, 47 anni, Parma (PR)  
Impiegato comunale

Inizialmente era incerto riguardo al percorso di studi della figlia ma, partecipando all'open day, è rimasto colpito dagli stage offerti dalle aziende collaboratrici e dalle opportunità lavorative. È felice che Martina abbia scelto un ateneo vicino casa.

#### Bisogni:

- Sapere che la figlia è messa nelle condizioni di poter fare una scelta consapevole;
- Essere rassicurato della possibilità della figlia di poter trovare lavoro dopo la laurea.

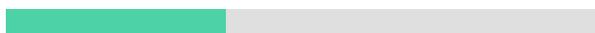
#### Frustrazioni:

- Non vorrebbe che la figlia si trasferisse lontano da casa.

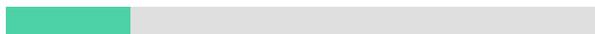
Design



Sistema alimentare



Sostenibilità



## Visioni Sinergiche

### 7.1.3. Imprenditrice

**Sara**, 51 anni, Asti (AT)  
CEO, Azienda alimentare

Venuta a conoscenza di questa nuova iniziativa, non vede l'ora di poter collaborare con gli studenti in un'ottica di *reverse mentoring* e scambio di competenze.

È disposta a fare da committente nei laboratori di progetto ma anche ad assumere tirocinanti.

#### Bisogni:

- Vuole far crescere la sua azienda in termini di sostenibilità e competenze;
- Contribuire allo sviluppo del territorio.

#### Frustrazioni:

- Procedure burocratiche per l'instaurazione di collaborazioni e tirocini.

Design



Sistema alimentare



Sostenibilità



## Capitolo 7

### 7.2. User journey map

Ogni persona segue un iter distinto quando viene a conoscenza del corso di laurea, nonostante i canali di comunicazione siano uguali per tutti, ciò è dovuto sia alla differenza generazionale tra i soggetti studiati, sia al loro ruolo all'interno del contesto. La user journey map rende visibile ogni azione che l'individuo compie durante il processo conoscitivo.

Per l'imprenditrice si sono supposti due probabili scenari: l'Ateneo contatta l'azienda o l'impresa viene a conoscenza del corso. Nel primo caso l'università fornisce le informazioni all'azienda tramite brochure e sito web, nel secondo l'impresa conosce il corso di studio grazie al passaparola, ai social e alla ricerca sul web.

L'Università contatta  
l'azienda  
↓  
Brochure digitale  
↓  
Sito web del corso

L'azienda viene a conoscenza  
del corso  
↓  
Passaparola  
↓  
Social network  
↓  
Ricerca sul web

## **Visioni Sinergiche**

Per il genitore e lo studente si è ipotizzato un unico schema che racchiude più percorsi che possono avere gli stessi punti di partenza: passaparola, ricerca sul web, orientamento universitario (in presenza e online) e social network.

### **Passaparola**

L'informazione passa da un individuo all'altro tramite comunicazione diretta. Ad attivare questo meccanismo possono essere amici, familiari, colleghi e conoscenti sia per il genitore che per lo studente.

### **Ricerca sul web**

È lo strumento più rapido per avere informazioni riguardo un determinato argomento e rimanda immediatamente alle pagine web consigliate.

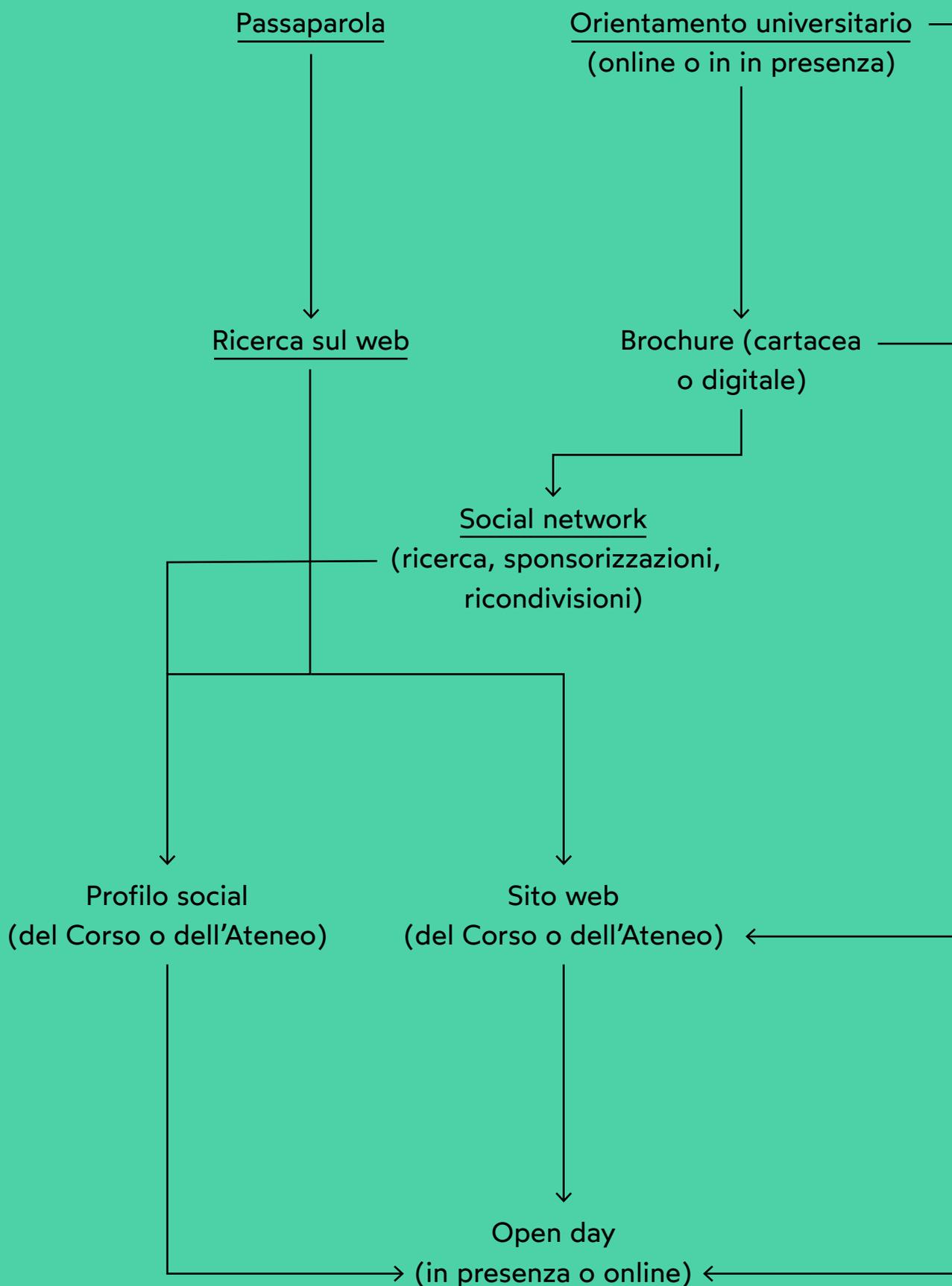
### **Orientamento universitario in presenza e online**

La partecipazione ad eventi di orientamento online e in presenza è l'occasione per far conoscere l'ambiente universitario agli studenti di scuole superiori.

### **Social network**

I social accomunano le tre personas in quanto sono i canali di comunicazione più utilizzati sia per interagire online con altre persone e sia per promuovere prodotti, iniziative ed eventi. Tutti i percorsi, passando per altri supporti come brochure, profili social e sito web, terminano all'Open day.

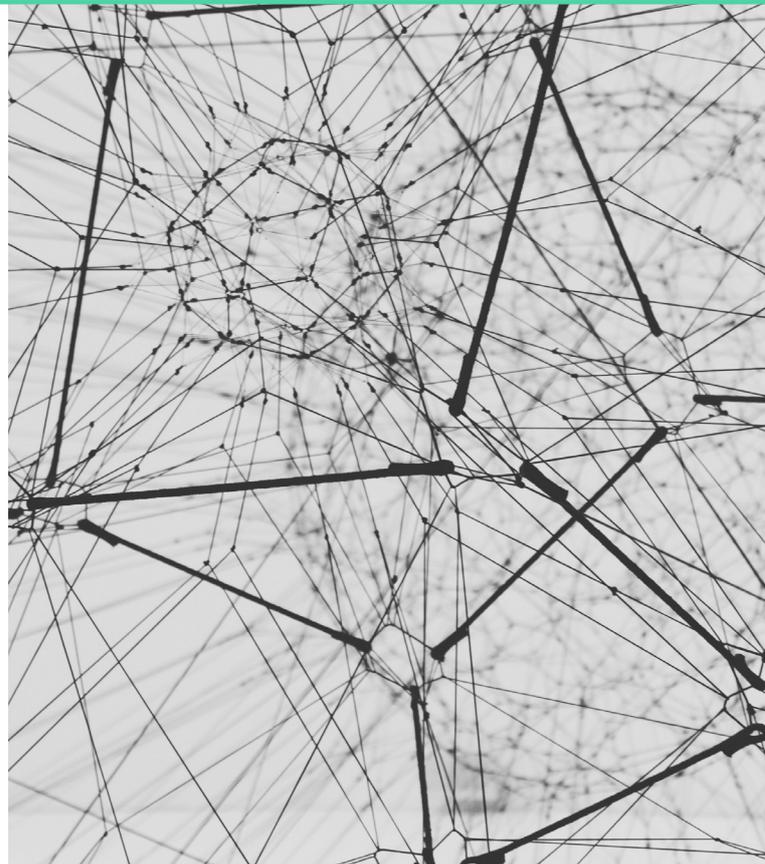
# Capitolo 7



### 7.3. Linee guida

#### Un sistema in equilibrio

Accentuare e avvalorare i legami e le connessioni tra il mondo del design e del cibo permettendo una visione globale della realtà che unisca più punti di vista diversi all'interno di un sistema e proponga nuove prospettive.



#### In contatto con il territorio

Valorizzare le radici del corso evidenziando la duplice natura del tessuto culturale che lo avvolge. Il contatto tra la cultura della progettazione e quella della gastronomia rappresenta un'esperienza unica nel suo genere.



## Capitolo 7

### Contro la noia

Catturare l'attenzione attraverso una comunicazione che non si pone limiti e non ha paura di rendersi accattivante. Trattare la sostenibilità e il cibo evitando i luoghi comuni che solitamente li caratterizzano e coinvolgendo sfere emotive diverse dal solito.



### Scommettere sul futuro

Instillare fiducia nel futuro e nelle potenzialità dello studente, nonostante il timore suscitato dalla novità, affinché possa scegliere consapevolmente il corso di studi che lo porterà a vedere realizzati i suoi obiettivi.

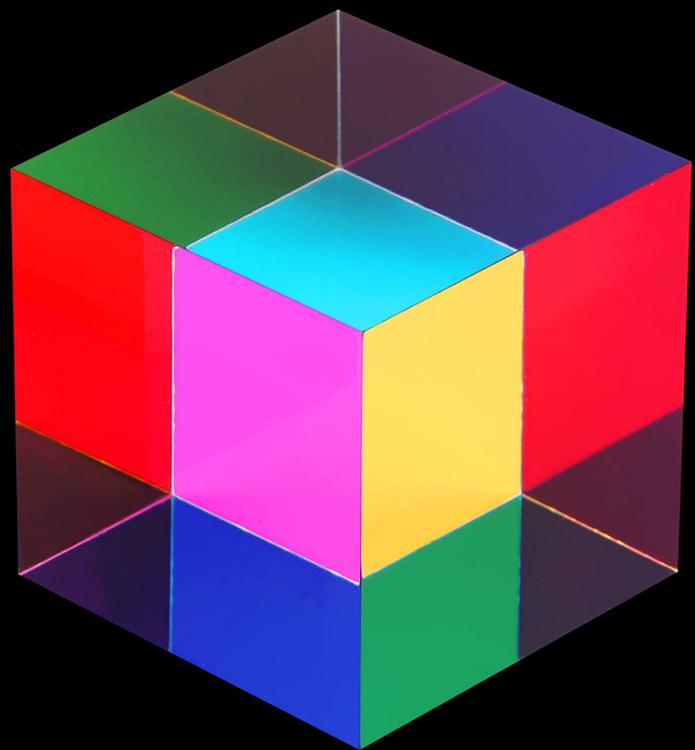


### 7.4. Concept

I linguaggi individuati in precedenza nell'opera di Escher, ossia le leggi matematiche, l'infinito, l'interconnessione, la simultaneità, la complementarità, la tridimensionalità e la gestalt si traducono in una semplice figura da sempre esistita in natura: il cristallo.

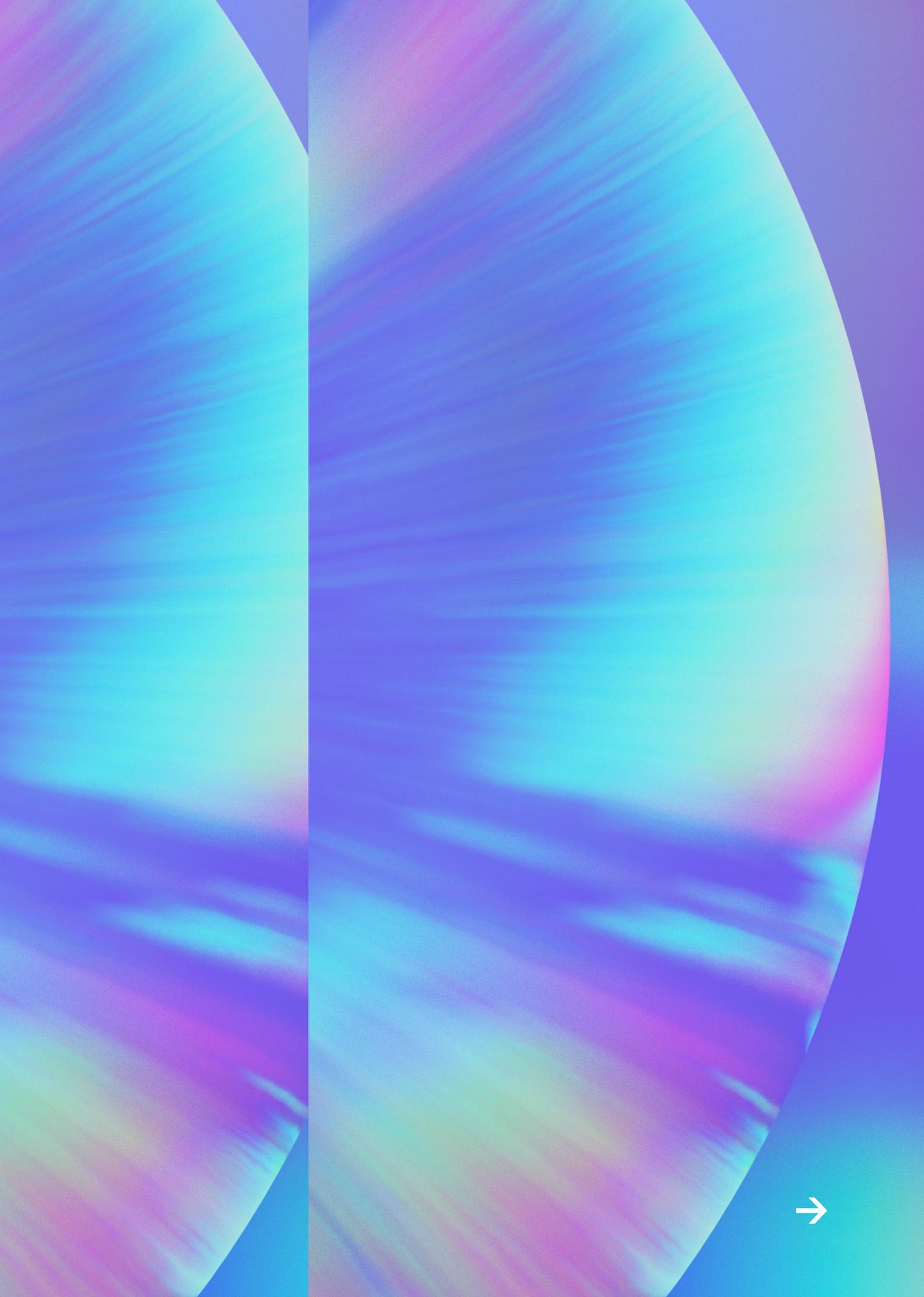
“Si pensa che i cristalli siano la rappresentazione della realtà: una struttura perfetta e al contempo trasparente ed inafferrabile. Sono forme governate da principi geometrici di cui la mente ha la pretesa di impadronirsi, come fossero un'invenzione umana. L'Uomo crede di essere artefice delle leggi che lo governano, delle connessioni e dei sistemi all'interno dei quali costruisce la sua esistenza.

Forse non è così. Basta specchiarsi in un cristallo, vedersi distorti, sdoppiati e inediti per raggiungere una nuova consapevolezza. Questa è la chiave: lasciarsi travolgere da una moltitudine di riflessi, da un gioco di luci sintomo di una verità sfaccettata ed eterogenea. È un nuovo mondo dove ogni esperienza è collegata ad un'altra, ogni sapore è un colore, ogni suono una consistenza, un connubio che nasce dalla diversità e che da quest'ultima trae la sua forza.”



Visioni Sinergiche

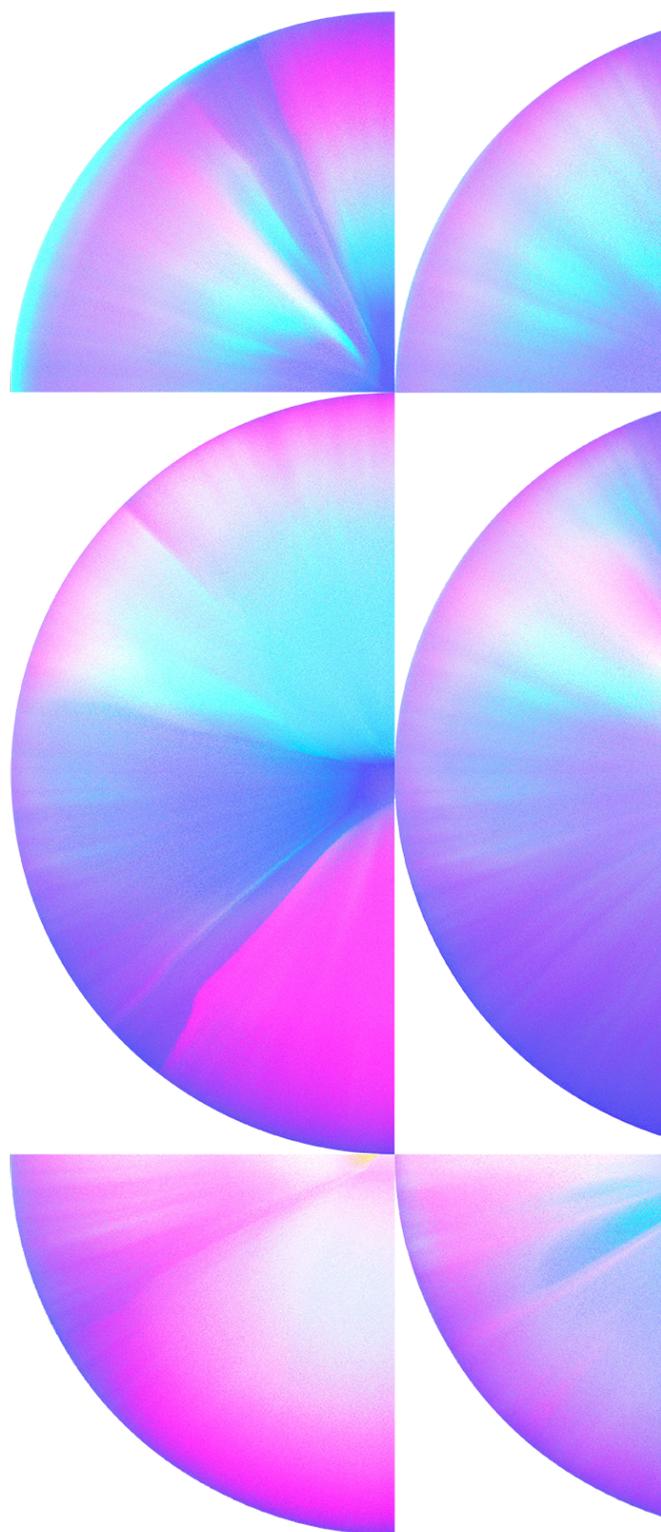
# 8. Il progetto

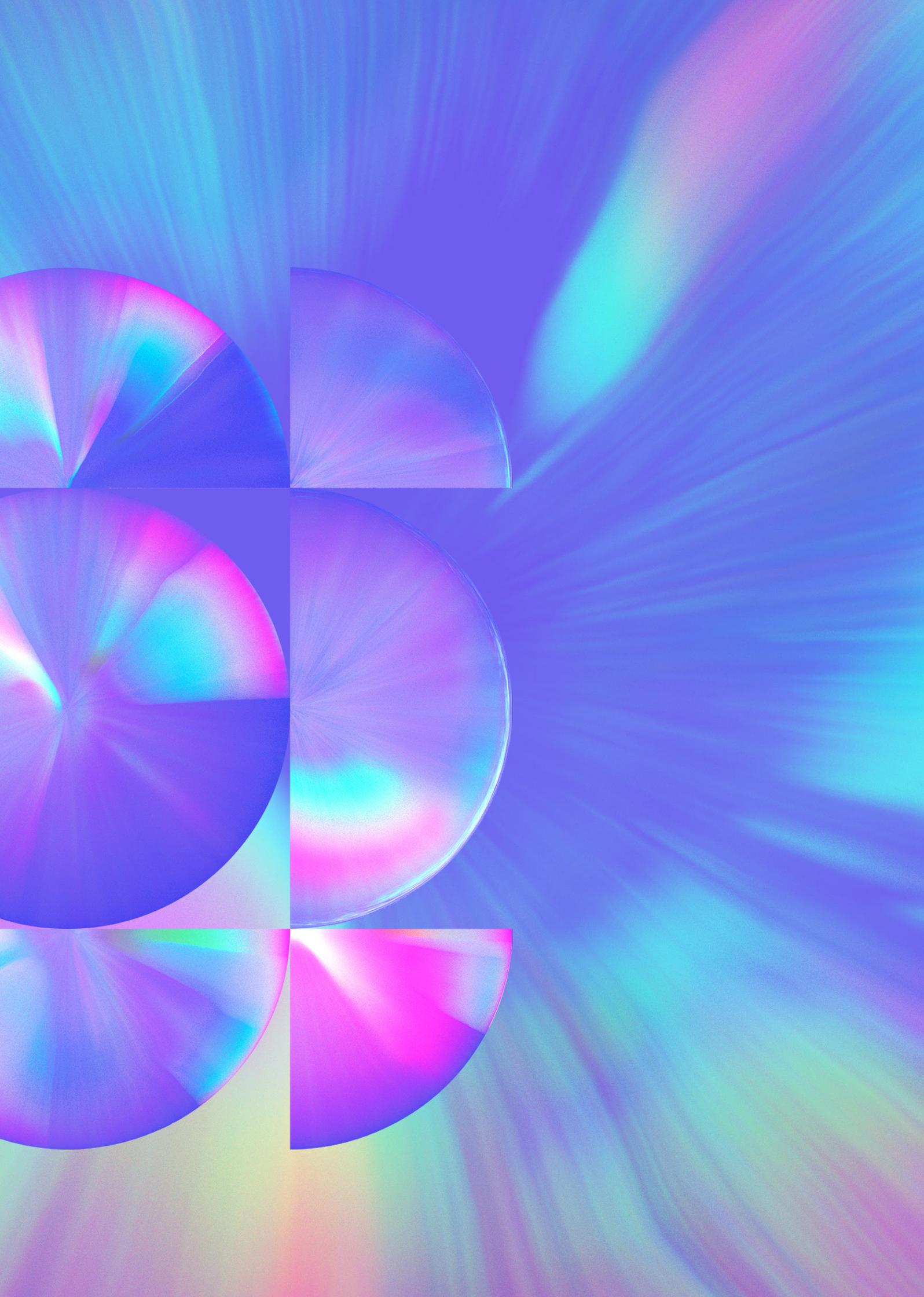


## Visioni Sinergiche

### 8.1. Visual

Design, sostenibilità e sistema alimentare danno vita a delle sinergie che costituiscono un sistema complesso, una quarta dimensione in continua trasformazione difficile da intrappolare in un'unica immagine o in dei segni grafici dal significato univoco. Il visual nasce proprio dalla volontà di racchiudere tale realtà in un immaginario adatto a contenerne le molteplici forme e connessioni. L'elemento principale è quello del cristallo, rappresentato da forme geometriche attraverso cui il cibo si distorce e si trasforma in giochi di luce e colore astratti e misteriosi. La materia prima di partenza è dunque composta da alimenti tipici della cultura parmense e torinese che, scomposti attraverso le riflessioni del materiale vetroso, diventano semplici sfumature. È una visione mai globale ma che, piuttosto, dà l'idea di qualcosa da scoprire, di un futuro da costruire all'insegna della sistematicità e della sostenibilità.





## Visioni Sinergiche

# 8.2. Immagine coordinata

## 8.2.1. Logotipo

Una consuetudine particolarmente frequente nella comunicazione dei corsi di studio è quella di abbreviarne il nome in una sigla. “Design Sostenibile per il Sistema Alimentare” viene dunque presentato attraverso l’abbreviazione “DSSA” che dà vita a tre diversi logotipi: orizzontale su una

riga, verticale compatto su due righe e verticale compatto con riportato il nome esteso.

Una quarta versione nasce dal concetto di sistematicità: le lettere che costituiscono l’abbreviazione vengono connesse tra loro da segni grafici a simboleggiare una forte multidisciplinarietà.

DSSA

DS  
SA

DSSA

DS  
SA

DS Design Sostenibile  
SA per il Sistema Alimentare



### 8.2.2. Caratteri tipografici

### Basier Circle

I caratteri tipografici utilizzati sono *Basier Circle* per logotipo e intestazioni e *Wotfard* per i paragrafi. Entrambi sono sans serif e nascono dalla progettazione dello studio Atipo. Il primo è caratterizzato da geometricità e rigosità ma allo stesso tempo risulta particolarmente amichevole, mentre il secondo possiede una maggiore apertura che gli garantisce una certa leggibilità.

Wotfard



### 8.2.3. Palette colori

#705EF2

I colori scelti sono: viola, giallo, magenta e verde. Sono caratterizzati da forte intensità e vivacità e, se combinati tra loro, originano forti contrasti che non passano inosservati. Li ritroviamo anche nelle sfumature che si generano guardando attraverso le forme vetrose che manipolano la luce e la scompongono.

Sono particolarmente adatti al giovane pubblico di riferimento e si rifanno ad un immaginario molto digitale. Se necessario, possono essere abbinati anche al bianco e al nero, specialmente per quanto riguarda la tipografia.

**#FF4A75**

**#4ED1A6**

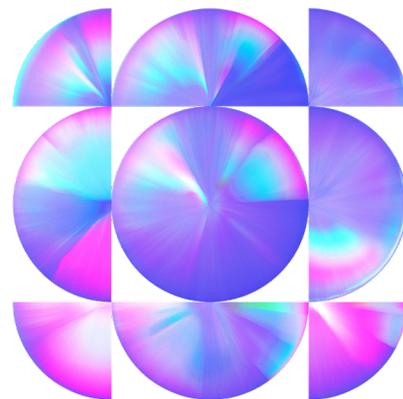
**#FBDB4B**

### 8.2.4. Simbologia

Ad ogni declinazione del design per il sistema alimentare corrisponde un simbolo astratto che ne racchiude le principali caratteristiche. Nascono dall'esigenza di identificare, attraverso dei segni grafici, degli ambiti progettuali ampi e difficilmente sintetizzabili in un'immagine concreta. Il linguaggio utilizzato è vicino ai principi base della Gestalt per cui alla combinazione di forme astratte è possibile associare un significato.

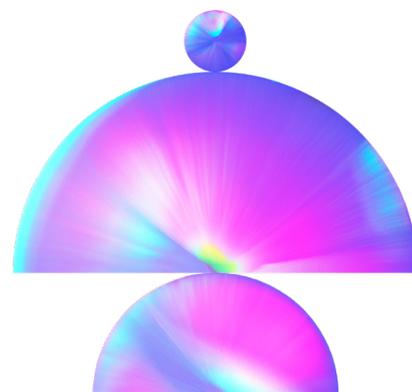
#### **Design with food product**

Una geometria elementare scomposta che esprime i concetti di manipolazione, combinazione e sperimentazione riferiti al prodotto edibile.



#### **Food service & eating design**

Forme che richiamano simultaneamente elementi appartenenti al mondo dei servizi (cloche), degli allestimenti (lampada) e del consumo.



## Capitolo 8

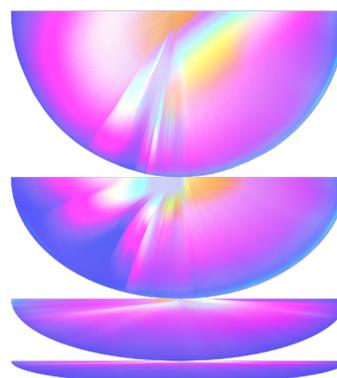
### Design and communication

Rappresentazione grafica del riverbero, della risonanza del messaggio come oggetto principale della comunicazione.



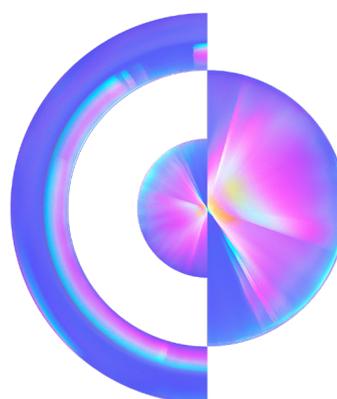
### Design for food

Combinazione di forme concave in movimento che subiscono una trasformazione. Sono sinonimo di utensili, contenitori e accessori da cucina.



### Design about food

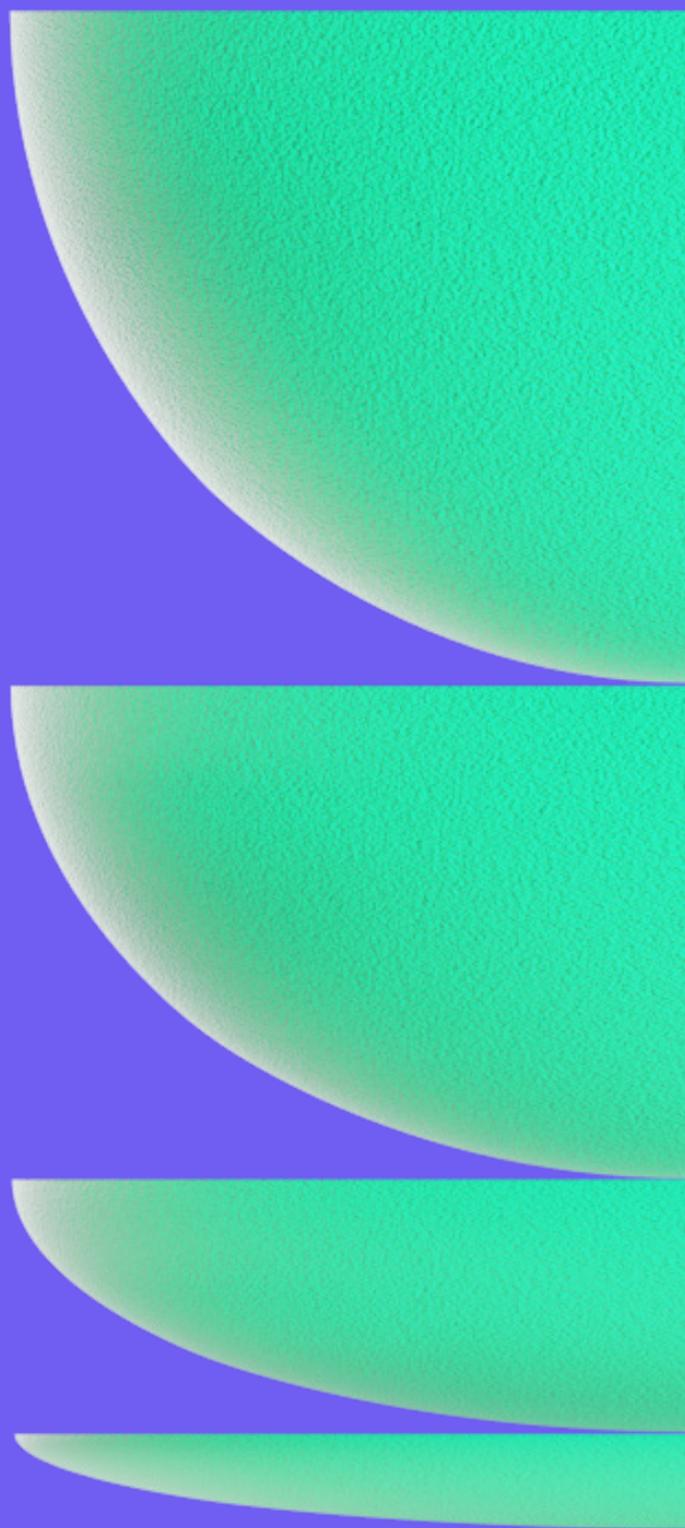
Simboli che danno sia un senso di circolarità, rappresentativa di sostenibilità e sistematicità, che di ponte comunicativo tra mittente e destinatario.



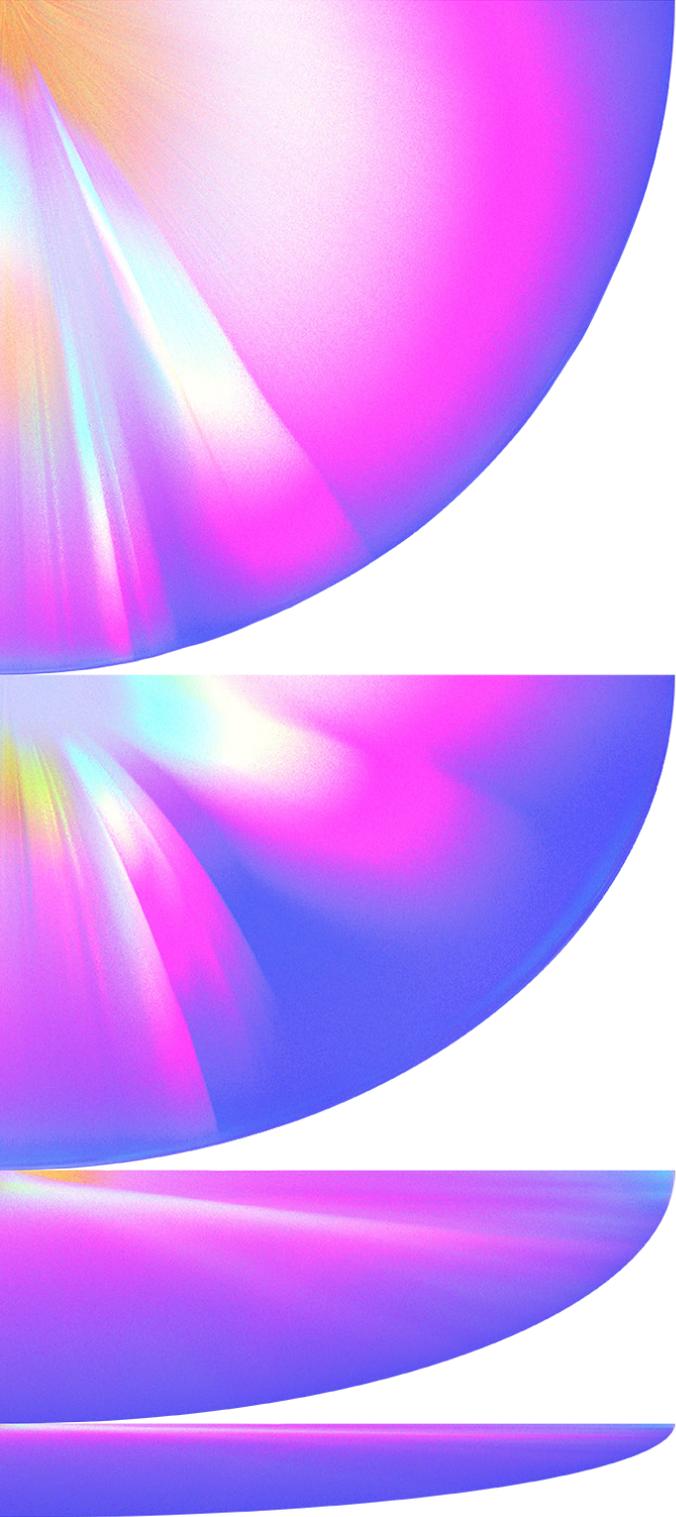
### 8.2.5. CGI e immagini fotografiche

Una componente sostanziale all'interno dell'identità visiva è costituita dagli elementi tridimensionali realizzati tramite software di elaborazione 3D. Si tratta della concretizzazione dei simboli dei cinque ambiti progettuali a cui è stato applicato un particolare tipo di materiale vetroso che permette di riprodurre l'effetto caratteristico del visual.

Le immagini fotografiche possono essere sovrapposte a degli stencil, anch'essi originati dalle forme geometriche simboliche, per evidenziare determinati particolari e vengono rese in bianco e nero. Tuttavia, quando si tratta di immagini che descrivono dei progetti e non vengono applicati gli stencil, il colore rimane invariato per evitare di snaturare le immagini.



# Capitolo 8



Visioni Sinergiche

# 9. La strategia di comunicazione





## Capitolo 9

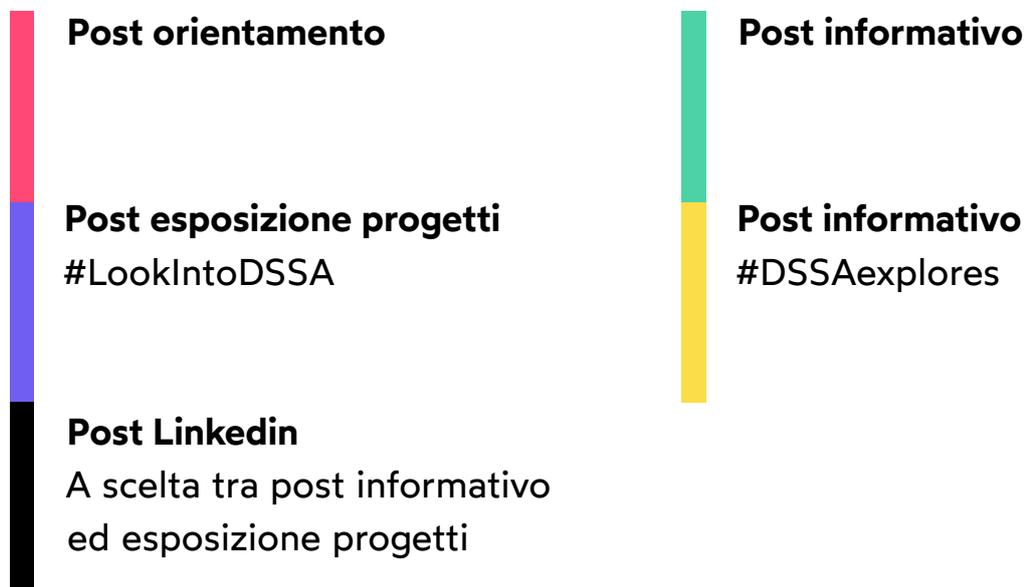
# Esposizione progetti

L'esposizione dei progetti degli anni precedenti mostrano i risultati del corso e sono utili sia per supportare la fase di orientamento e sia per stimolare una competizione sana da parte dei nuovi studenti. Nella fase di esposizione, i progetti sono pubblicati uno alla volta durante la settimana.



# Visioni Sinergiche

## Legenda



## PED - Info e orientamento

Dom	Lun	Mar	Mer	Gio	Ven	Sab
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		

## Capitolo 9

### PED - Info, progetti e orientamento

Dom	Lun	Mar	Mer	Gio	Ven	Sab
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		

### PED - Info e progetti

Dom	Lun	Mar	Mer	Gio	Ven	Sab
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		

## Contenuti PED



**Data:** 05/04/2022

### **Copy e hashtag:**

Sei indeciso sul tuo percorso universitario? Vieni a scoprire dal 15 al 20 Aprile il nuovo corso Design Sostenibile per il Sistema Alimentare, nato dalla collaborazione tra il Politecnico di Torino e l'Università di Parma, che unisce design, cibo e sostenibilità. Anche nella versione online l'Open Day rimane un'occasione speciale per supportarti durante la scelta del percorso di studi dopo la maturità. Per maggiori informazioni link in Bio #DSSA #OpenDay



**Data:** 07/04/2022

### **Copy e hashtag:**

Sapevi che Parma è riconosciuta come la capitale della Food Valley? Il Prosciutto di Parma è solo uno dei tanti tesori della città e oggi vi raccontiamo un po' quali sono gli strumenti e le tecniche di taglio più utilizzati. Vieni a scoprire molte altre curiosità al Museo del Prosciutto di Parma!

#DSSAexplores #designforfood

## Capitolo 9



**Data:** 12/04/2022

### **Copy e hashtag:**

Inizia domani il workshop Cibo, Città e Materia. Un'occasione speciale in cui gli studenti del corso di Innovazione e i ragazzi dell'alternanza scuola-lavoro IIS Primo Levi sperimentano con il cibo e affrontano il tema dello spreco alimentare.

Link dell'evento in Bio.

Cibo, Città e Materia è un workshop in collaborazione con Food Design Lab, Mirafiori Cultura in Circolo, Istituto Primo Levi e Uovo di Colombo Lab

#DSSA #sprecoalimentare



**Data:** 14/04/2022

### **Copy e hashtag:**

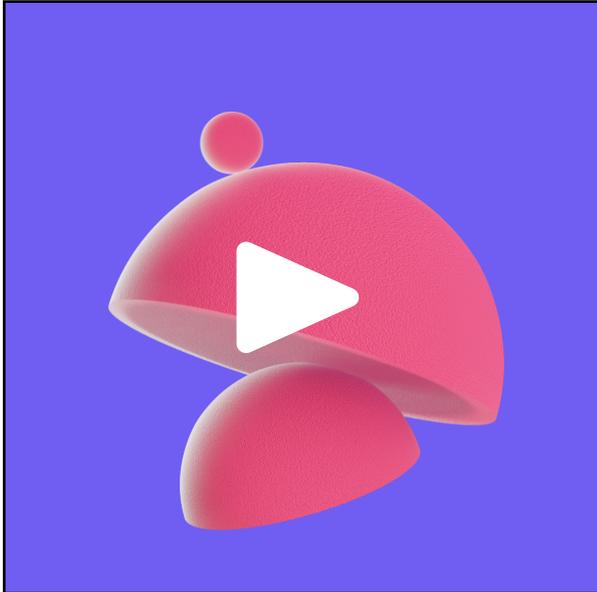
Siamo felici di annunciarvi la vittoria di Martina Derito del XVIII Premio Socialis, con Amunì: dal mercato nascono i fiori. Il suo progetto è riconosciuto come una delle migliori tesi di laurea su CSR e sostenibilità.

Il lavoro di Martina dimostra come sia possibile trasformare lo scarto in risorsa per la rinascita di una filiera.

Link in Bio per conoscere di più riguardo il progetto.

#Amunì #OsservatorioSocialis  
#DesignSistemico

## Visioni Sinergiche



**Data:** 19/04/2022

### **Copy e hashtag:**

Cosa nasce dall'incontro tra design e cibo?

Il Food Design è un universo che racchiude in sé cinque ambiti progettuali. Durante il corso è possibile sperimentare con il cibo e dar sfogo alla propria creatività dando vita soluzioni che tengano conto anche dei bisogni del Pianeta.

Per maggiori informazioni scarica la nostra brochure sul sito [www.dssa.it](http://www.dssa.it)

**#DSSA #FoodDesign**



**Data:** 21/04/2022

### **Copy e hashtag:**

Cap of Coffee è un progetto di Tommaso Bugnone Suppo, Tania Nagiller, Cecilia Padula, Pietro Pavese e Nicolò Vaccaro. La campagna di comunicazione promuove Trieste e i suoi cittadini più noti grazie a incontri virtuali in cui è possibile degustare un caffè in loro compagnia.

**#LookIntoDSSA #Designandcommunication**

## Capitolo 9



**Data:** 26/04/2022

**Copy e hashtag:**

In attesa di un nuovo workshop vi lasciamo gli scatti di mercoledì!

#DSSA #staytuned



**Data:** 28/04/2022

**Copy e hashtag:**

“Carmencita sei già mia, chiudi il gas e vieni via!”

I due protagonisti dell’ironica tele-novela, ideati da Armando Testa per Lavazza, hanno segnato un’epoca in cui la comunicazione è riuscita a riunire grandi e piccini davanti allo schermo.

Secondo te quale sarà il futuro della comunicazione pubblicitaria in TV?

#DSSAexplores

### 9.2. Supporti

#### 9.2.1. Sito web

La funzione principale del sito è quella di raccogliere e mostrare i progetti degli studenti attraverso immagini fotografiche accompagnate da brevi descrizioni. I progetti possono essere filtrati in base agli ambiti progettuali del food design. È presente anche una sezione *about* in cui è possibile ottenere delle informazioni relative al corso.

Si configura come uno spazio in cui poter apprezzare in pieno l'*outcome* progettuale ma rimanda comunque ai portali istituzionali degli Atenei per informazioni più dettagliate di carattere burocratico.

# DS SA

Design Sostenibile  
per il Sistema  
Alimentare

## Design Sostenibile per il Sistema Alimentare

Il Corso di Laurea in Design Sostenibile per il Sistema Alimentare mette a sistema saperi e discipline diverse con lo scopo di formare designer esperti nella progettazione di artefatti, tangibili e intangibili, processi produttivi, distributivi e fruitivi legati al sistema cibo, con una particolare sensibilità verso gli aspetti tutela ambientale e sociale e dell'innovazione.

[Scarica la brochure](#)



## Progetti

Esplora i progetti realizzati dai nostri studenti. Puoi filtrarli utilizzando i simboli in basso, ognuno rappresentante una declinazione del design per il cibo.



Design with  
Food Product



Food Service  
& Eating Design



Design and  
Communication



Design about Food



Design for Food

# Progetti

Esplora i progetti realizzati dai nostri studenti. Puoi filtrarli utilizzando i simboli in basso, ognuno rappresentante una declinazione del design per il cibo.



Design with Food Product



Food Service & Eating Design



Design and Communication



Design about Food



Design for Food



2017

# Progetti

Esplora i progetti realizzati dai nostri studenti. Puoi filtrarli utilizzando i simboli in basso, ognuno rappresentante una declinazione del design per il cibo.



Design with Food Product



Food Service & Eating Design



Design and Communication



Design about Food



Design for Food



2017



Food Service  
& Eating Design

## Strabun: il picnic in un barattolo

Maria Camila Baez-Silva, Federico Citarda, Wei Jia,  
Davide Mercenati, Alessio Rum e Marco Tetrao.

2017



## Il progetto

Il progetto Strabun nasce con l'obiettivo di proporre un modello positivo di promozione territoriale, da un lato incentivando il consumo di cibo sano all'aria aperta nei parchi e nelle aree verdi, dall'altro promuovendo il quartiere San Salvario a Torino e la sua ricca offerta culinaria. L'elemento cardine dell'intero sistema è il barattolo come mezzo per contenere il pasto, per promuovere e incentivare nuove gestualità nel mondo del picnic e al tempo stesso educare a nuove modalità di cucina e cottura.

Sarà possibile acquistare il kit sia presso le attività commerciali situate nel Parco del Valentino, oppure direttamente presso una cargo bike itinerante. A ogni utente viene consegnata una bag riportante tutte le informazioni utili del servizio (link esterni, mappa, luoghi del cibo, ecc.), un pasto completo, ovvero tre barattoli a scelta tra quelli proposti, posate e companatico.

All'interno dei barattoli si trovano i gusti del quartiere tra tradizione, innovazione e multiculturalità. Per la preparazione dei piatti il servizio si affida alle competenze e al know-how delle attività di ristorazione locali che preparano ricette su misura per essere gustate in barattolo, bilanciate a livello alimentare. Il servizio si basa sul coinvolgimento dei commercianti per creare un'esperienza gastronomica unica, sviluppando a locale un'interazione tra parco e quartiere.

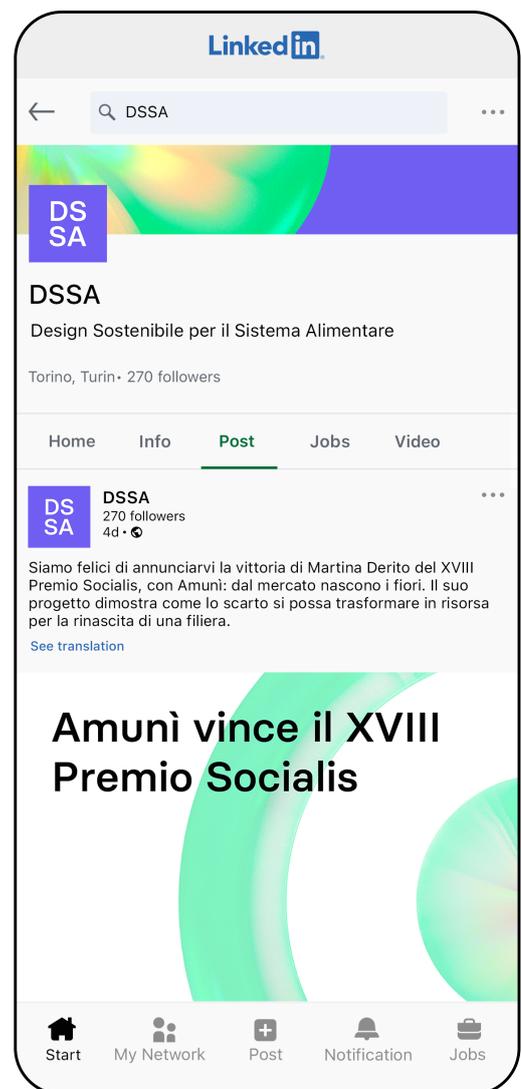
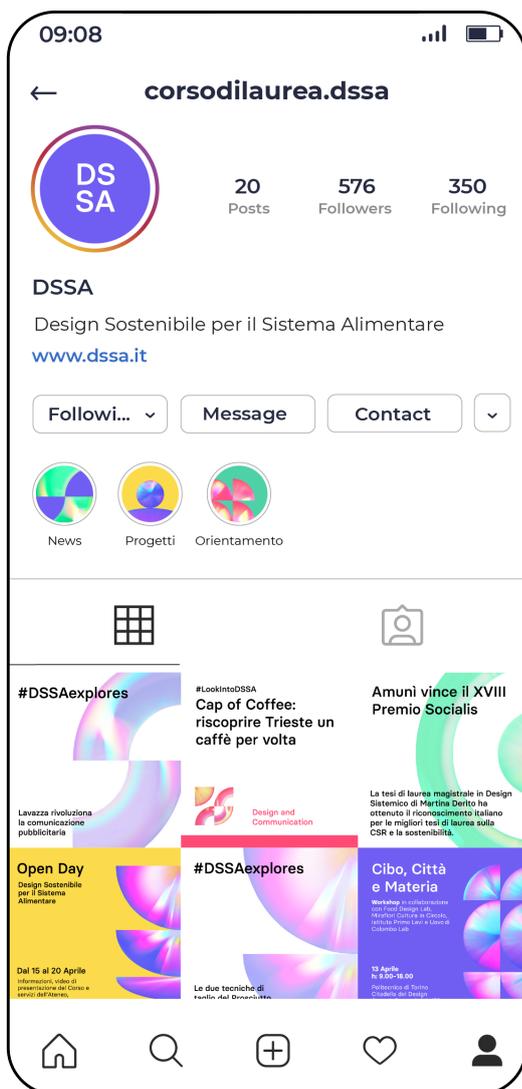
[Vai ai progetti](#)



# Visioni Sinergiche

## 9.2.2. Social

Il social di riferimento è Instagram ma vengono utilizzati anche Facebook e LinkedIn. I post sono scanditi da un piano editoriale e i contenuti seguono l'andamento delle fasi della strategia: si può distinguere tra contenuti indirizzati ai futuri studenti (in ottica di orientamento), a quelli già immatricolati (#DSSAexplores), post e stories per la promozione di progetti elaborati nel corso degli insegnamenti (dare un'idea concreta del lavoro svolto) e informazioni di carattere generale (eventi, workshop, webinar ecc.).





DSSA - Design Sostenibile per il Sistema Alimentare

@dssa

Home

About

Photos

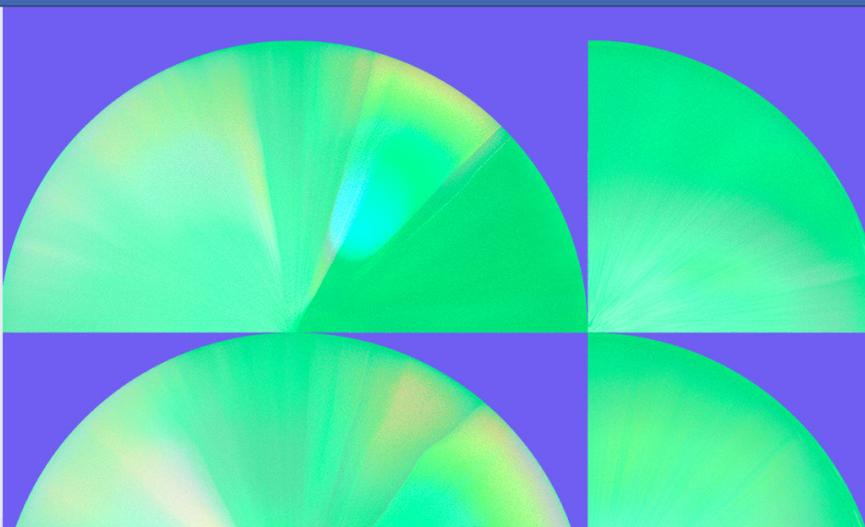
Reviews

Events

Posts

Community

Create a Page



Like Follow Share ...

Status



Write something on this Page...

Posts



DSSA - Design Sostenibile per il Sistema Alimentare

18 hrs

Inizia domani il workshop **Cibo, Città e Materia**. Un'occasione speciale in cui gli studenti del corso...**Altro...**

# Cibo, Città e Materia

Workshop in collaborazione con Food Design Lab, Mirafiori Cultura in Circolo, Istituto Primo Levi e Uovo di Colombo Lab

13 Aprile  
h: 9.00-18.00

Politecnico di Torino  
Citadella del Design  
Corso L.Settembrini, 178  
Aula 03AM

## Fighting Food Waste

FFWD prevede workshop, esperienze pratiche e seminari che permettono agli studenti di approfondire il tema della lotta allo spreco alimentare, secondo un'ottica progettuale sistemica e attraverso una pratica interdisciplinare.



Like Comment Share

82



Write a comment..



# Visioni Sinergiche



#LookIntoDSSA  
**Cap of Coffee:  
 riscoprire Trieste un  
 caffè per volta**

Design and  
 Communication

Il progetto nasce dallo studio della circoscrizione IV del comune di Trieste e intende valorizzare l'elemento più tipico della cultura triestina: il caffè, elemento che affonda la sua tradizione culturale ma anche storica e commerciale nella città di Trieste.



Consiste in una campagna di promozione del territorio e dei suoi cittadini illustri attraverso la possibilità di sedere (virtualmente) al tavolo con loro e gustare le numerose varianti di caffè triestine.

#DSSAexplores  
**Esplora gli altri  
 progetti su  
 www.DSSA.it**

DS  
 SA



**Amunì vince il XVIII  
 Premio Socialis**

La tesi di laurea magistrale in Design Sistemico di Martina Derito ha ottenuto il riconoscimento italiano per le migliori tesi di laurea sulla CSR e la sostenibilità.

Il progetto Amunì – dal mercato nascono i fiori – pone l'attenzione sulla tematica dello scarto alimentare nella città di Palermo, per portare ad una maggiore consapevolezza da parte dei cittadini sulle proprietà e i benefici che il reinserimento di questi scarti potrebbe avere.

DS  
 SA

**Cibo, Città  
 e Materia**

Sum-up del workshop a cui gli studenti hanno partecipato il 12/11/2022



Gli studenti hanno avuto la possibilità di sperimentare col cibo ed affrontare, in modo pratico, il tema della lotta allo spreco alimentare.

DS  
 SA

# Capitolo 9

## Cibo, Città e Materia

Workshop in collaborazione con Food Design Lab, Mirafiori Cultura in Circolo, Istituto Primo Levi e Uovo di Colombo Lab

13 Aprile  
h: 9.00-18.00

Politecnico di Torino  
Citadella del Design  
Corso L.Settembrini, 178  
Aula 03AM

## Fighting Food Waste

FFWD prevede workshop, esperienze pratiche e seminari che permettono agli studenti di approfondire il tema della lotta allo spreco alimentare, secondo un'ottica progettuale sistemica e attraverso una pratica interdisciplinare.

DS  
SA



## #DSSAexplores

Le due tecniche di taglio del Prosciutto di Parma

Coltellina d'acciaio a lama lunga

Lo strumento per la tecnica manuale del taglio del prosciutto risale al 1920 ed è la coltellina d'acciaio a lama lunga. Questo procedimento ha dei vantaggi: la scelta della parte da tagliare, fette più profumate e non alterate dal calore dell'affettatrice.

Affettatrice manuale Berkel (1925-1928)

L'altra tecnica nasce con l'avvento della macchina affettatrice manuale ideata da Wilhelm van Berkel. Permette un taglio uniforme, regolare e molto più veloce. Il primo modello era posto su una colonna d'appoggio portante, con una grande lama circolare azionata da un volano da ruotare manualmente.

#DSSAexplores

## Puoi trovare una Berkel d'epoca al Museo del Prosciutto di Parma

Scopri di più su [www.museidelcibo.it](http://www.museidelcibo.it)

DS  
SA

## #DSSAexplores

Lavazza rivoluziona la comunicazione pubblicitaria

Carmencita e Caballero Carosello (1965)

Lavazza, simbolo del caffè torinese, subisce nel 1958 l'influenza creativa di Armando Testa. Dalla collaborazione nasce una pietra miliare della comunicazione del cibo: l'esordio in Carosello degli iconici e surreali testimonial Carmencita e Caballero.

#DSSAexplores

## Se vuoi saperne di più, visita il Museo Lavazza di Torino

Lavazza è partner di DSSA [www.lavazza.it](http://www.lavazza.it)

DS  
SA

# Visioni Sinergiche



# Capitolo 9



### 9.2.3. Brochure

È un supporto, sia cartaceo che digitale, che trova utilizzo nell'ambito dell'orientamento in quanto destinato ai futuri studenti. Viene distribuito in occasione degli incontri organizzati con le scuole secondarie di secondo grado e degli open day. Contiene informazioni relative al corso in generale, alla sua offerta formativa, al percorso interateneo tra Parma e Torino, al rapporto con le aziende del territorio e alle possibilità lavorative e formative disponibili dopo la Laurea.

# DSSA

na in Design Sostenibile per il Sistema Alimentare  
per i discipline con lo scopo di formare designer  
azione di artefatti, tangibili e intangibili, processi  
e fruitivi legati al sistema cibo, con una  
so gli aspetti di tutela ambientale e sociale  
del designer che il corso intende formare,  
alle sfide dello sviluppo sostenibile  
rittori e della società, grazie ad un

signer per  
ro alimentare

in grado di  
svorimente, gli  
strumenti  
luzione  
ale e  
iera



il corso nasce dalla convenzione  
tra l'Università di Parma e  
il Politecnico di Torino e  
intende fornire ai laureati  
triennali le competenze per  
diventare "tecnic del progetto"  
nell'ambito alimentare, al  
servizio della società e del  
sistema produttivo italiano.  
Il corso prevede un'esperienza

a tutto campo arricchita dalla  
frequentazione di due ambiti  
accademici complementari,  
l'Università di Parma, con  
le proprie competenze di  
punta nel settore alimentare  
e il Politecnico di Torino, che  
offre una solida esperienza del  
settore del Design.

## aspetta laurea

## Collaborazioni

Collaborazioni e programmi di scambio con oltre 50  
università internazionali:  
Universiteit Gent (Be)  
Universitat de Barcelona (Es)  
Ecole Supérieure d'Agriculture d'angers (Fr)  
Universidade de Buenos Aires (Arg)  
Universidade de Sao Paulo (Bra)  
Boston College, New Jersey Institute of Technology (Usa)

## Partnership

Partenariati aziendali e di ricerca con organizzazioni, aziende  
e studi professionali.  
Chiesi / Parmalat / Davines / Parma lo ci sto!  
Camera di commercio di Torino / Caffèina SpA.  
Unione Parmense degli Industriali / Polo Agrifood  
Adecco Italia SpA / Luigi Lavazza SpA

Università degli Studi di Parma  
Via Università 12, Parma  
Tel. 0521902111  
www.unipr.it

di Torino  
clardo 39, Torino  
6



### Design for food

Gli accessori che permettono di consumare, contenere, trasformare, cucinare e preservare il cibo.

- Packaging del prodotto
- Design di utensili per la cucina
- Elettrodomestici
- Oggetti decorativi

Branding e strategie

### Food service & eating design

Il progetto dei servizi e delle esperienze di accesso e consumo di bar, ristoranti e arredamento.

- Vending machines
- Nuovi concetti di distribuzione e consumo

### Design about food

Oggetti e progetti che, ispirati al mondo del cibo, enfatizzano messaggi e significati.

- Pubblicità
- Comunicazione, web design
- Analisi requisiti ambientali e sostenibilità

## Le declinazioni del design per il cibo

### Design with food product

Il prodotto edibile con i relativi nuovi modi di consumo, progettato per la produzione in serie e artigianale.

- Storia e teoria del design
- Food design (es. prodotti da forno, gelati, confezionati, snack)
- Branding e strategie

### Design for food

Gli accessori che permettono di consumare, contenere, trasformare, cucinare e preservare il cibo.

- Packaging del prodotto
- Design di utensili per la cucina
- Elettrodomestici
- Oggetti decorativi

Branding e strategie

### Food service & eating design

Il progetto dei servizi e delle esperienze di accesso e consumo di bar, ristoranti e arredamento.

- Vending machines
- Nuovi concetti di distribuzione e consumo

### Design about food

Oggetti e progetti che, ispirati al mondo del cibo, enfatizzano messaggi e significati.

- Pubblicità
- Comunicazione, web design
- Analisi requisiti ambientali e sostenibilità

# DSSA

Il Corso di Laurea in Design Sostenibile per il Sistema Alimentare mette a sistema saperi e discipline con lo scopo di formare designer esperti nella progettazione di artefatti, tangibili e intangibili, processi produttivi, distributivi e fruitivi legati al sistema cibo, con una particolare sensibilità verso gli aspetti di tutela ambientale e sociale e di innovazione. La figura del designer che il corso intende formare propone soluzioni innovative alle sfide dello sviluppo sostenibile e inclusivo delle imprese, dei territori e della società, grazie ad un approccio critico e consapevole.

### Designer per la sostenibilità sociale e ambientale

Un progettista in grado di gestire, consapevolmente, gli aspetti legati al progetto sostenibile del sistema cibo e dei relativi processi produttivi, perseguendo la sostenibilità ambientale ed economica dei fruitivi.

### Designer per l'industria e i prodotti

Parma

### 9.2.4. Roll up

Utilizzato in occasione degli eventi di orientamento in cui è necessario offrire una panoramica del corso. Gli elementi che lo costituiscono sono delle brevi descrizioni dei cinque ambiti progettuali (Design with food product, Food service & eating design, Design and communication, Design for food e Design about food) e una mappa riassuntiva del percorso interateneo con riportati i singoli insegnamenti.



## Corso di laurea in Design Sostenibile per il Sistema Alimentare

Mette a sistema saperi e discipline diverse con lo scopo di formare designer esperti nella progettazione di artefatti, tangibili e intangibili, processi produttivi, distributivi e fruitivi legati al sistema cibo, con particolare attenzione alla sostenibilità e all'innovazione.



### Design with food product

Il prodotto edibile con i relativi nuovi modi di consumo, progettato per la produzione in serie e artigianale.

- Storia e teoria del design
- Food design
- Branding e strategia



### Design and communication

Packaging design che richiama immediatamente al brand, senza la necessità di visualizzarlo.

Packaging design che richiama immediatamente al prodotto contenuto, perché risponde a precise necessità tecniche.



### Food service & eating design

La progettazione dei servizi e delle esperienze di accesso e consumo.

- Allestimento e arredamento di bar, ristoranti
- Vending machines
- Nuovi concetti di distribuzione e consumo



### Design for food

Gli accessori che permettono di consumare contenere, trasformare, cucinare e preservare il cibo.

- Packaging del prodotto
- Design di utensili per la cucina
- Elettrodomestici
- Oggetti decorativi



### Design about food

Oggetti e progetti che, ispirati al mondo del cibo, enfatizzano messaggi e significati.

- Pubblicità
- Comunicazione, web design
- Analisi requisiti ambientali e sostenibilità

### I Anno

Insegnamento UNIPR

Laboratorio di rappresentazione  
Laboratorio di modellazione  
Design with food  
Packaging design for food  
Materiali e tecnologie  
per il sistema alimentare sostenibile

### II Anno

Insegnamento POLITO

Design for Food  
Virtual Design  
Lab di storia per i sistemi alimentari  
Design about Food  
Communication about Food  
Food Space Design  
CFU liberi

### III Anno

Insegnamento POLITO  
Design per la sostenibilità  
sociale e ambientale del  
sistema alimentare

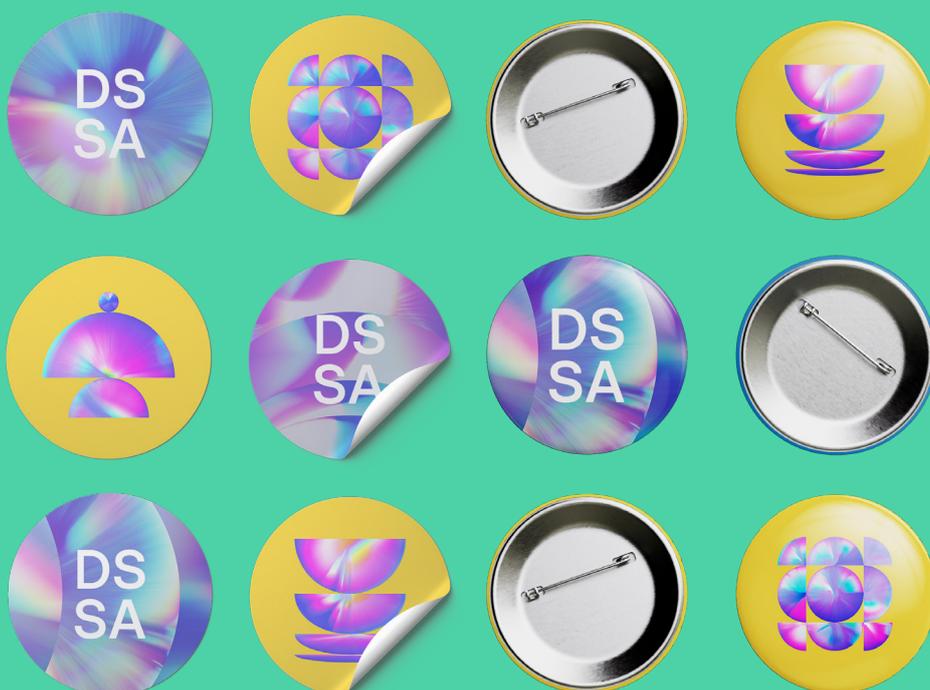
Systemic food Design  
Visualizzazione dati  
Food Social Design  
CFU liberi  
Tirocinio e Prova finale

Insegnamento UNIPR  
Design per l'industria  
e il prodotto alimentare

Progettazione per l'industria alimentare  
Insegnamento a scelta vincolata (Innovazione  
nel sistema alimentare, sostenibilità dei  
processi alimentari, rigenerazione sostenibile  
degli spazi per il cibo)  
Design per il cultural heritage nel food  
CFU liberi  
Tirocinio e Prova finale

### 9.2.4. Merchandising

Spesso gli atenei adottano un merchandising da poter vendere o omaggiare agli studenti oppure al personale universitario. Anche il corso di Design Sostenibile per il Sistema Alimentare può farne uso, specialmente nella fase di orientamento. Gli oggetti individuati sono: borracce, *tote bag*, spille, sticker, agende, tazze e *lunchbox*.







# 10. Conclusioni

L'ampia analisi della comunicazione ha consentito lo sviluppo di un'immagine coordinata per il nuovo corso di Design Sostenibile per il Sistema Alimentare. Nonostante il corso di laurea sia già stato avviato, Visioni Sinergi-

che si pone come una proposta di identità visiva che, avvalendosi di un linguaggio originale che coniuga la cultura del progetto e del cibo, può essere utilizzata anche per i successivi anni accademici.



# Bibliografia

- [1] Università di Parma, «Design Sostenibile per il Sistema Alimentare,» 2021. [Online]. Available: <https://www.unipr.it/ugov/degree/5585>. [Consultato il giorno 8 Novembre 2021].
- [2] Treccani, «Sviluppo sostenibile nell'Enciclopedia Treccani,» 9 Novembre 2021. [Online]. Available: <https://www.treccani.it/enciclopedia/sviluppo-sostenibile/>.
- [3] Innovation Design Lab, «IDL Talks: Cibo, Città, Innovazione,» 2018. [Online]. Available: [http://www.innovationdesignlab.it/progetti-show/idltalks\\_cibo-citta-innovazione/](http://www.innovationdesignlab.it/progetti-show/idltalks_cibo-citta-innovazione/). [Consultato il giorno 12 Novembre 2021].
- [4] Piemonte Sostenibile.tv, «IDL Talks - Erika Bardi (Banda Biscotti),» 2020. [Online]. Available: <http://www.piemontesostenibile.tv/video/idl-talks-erika-bardi-banda-biscotti?autoplay=true>. [Consultato il giorno 13 Novembre 2021].
- [5] Piemonte Sostenibile.tv, «IDL Talks - Camilla Serra (Too Good to Go),» 2020. [Online]. Available: <http://www.piemontesostenibile.tv/video/idl-talks-camilla-serra-too-good-go?autoplay=true>. [Consultato il giorno 13 Novembre 2021].
- [6] Piemonte Sostenibile.tv, «IDL Talks - Luciano Aiello (Curve Studio),» [Online]. Available: <http://www.piemontesostenibile.tv/video/idl-talks-luciano-aiello-curve-studio?autoplay=true>. [Consultato il giorno 13 Novembre 2021].
- [7] Innovation Design Lab, «Strabun: il picnic in un barattolo,» 2018. [Online]. Available: <http://www.innovationdesignlab.it/progetti-show/strabun-il-picnic-in-un-barattolo/>. [Consultato il giorno 12 Novembre 2021].

## Capitolo 10

- [8] Innovation Design Lab, «Simbiosi: il caffè tra innovazione e convivialità,» 2018. [Online]. Available: <http://www.innovationdesignlab.it/progetti-show/simbiosi-il-caffe-tra-innovazione-e-convivialita/>. [Consultato il giorno 12 Novembre 2021].
- [9] Poliflash Magazine, «Tra i finalisti del contest di De Longhi quattro progetti degli studenti del Politecnico,» 2017. [Online]. Available: [https://poliflash.polito.it/studenti\\_polito/tra\\_i\\_finalisti\\_del\\_contest\\_di\\_de\\_longhi\\_quattro\\_progetti\\_degli\\_studenti\\_del\\_politecnico](https://poliflash.polito.it/studenti_polito/tra_i_finalisti_del_contest_di_de_longhi_quattro_progetti_degli_studenti_del_politecnico). [Consultato il giorno 13 Novembre 2021].
- [10] Innovation Design Lab, «Sus-chef. Un assistente vocale per la sostenibilità alimentare,» 2018. [Online]. Available: <http://www.innovationdesignlab.it/progetti-show/sus-chef/>. [Consultato il giorno 12 Novembre 2021].
- [11] Fondazione Symbola, Deloitte Consulting, «Design Economy,» 2019. [Online]. Available: <https://www.symbola.net/ricerca/design-economy-2019/>. [Consultato il giorno 13 Novembre 2021].
- [12] Commissione Nazionale Italiana per l'Unesco, «Città Creative,» 2021. [Online]. Available: <http://www.unesco.it/it/italianellunesco/detail/191>. [Consultato il giorno 8 Novembre 2021].
- [13] Onitalia, «UNESCO: Alba, Bergamo e Parma verso il Distretto delle città creative per la gastronomia,» 2021. [Online]. Available: <https://www.onitalia.com/gastronomia/>. [Consultato il giorno 16 Novembre 2021].
- [14] Città di Torino, «Torino UNESCO Creative City of Design,» 2016. [Online]. Available: <http://www.comune.torino.it/unesco/>. [Consultato il giorno 8 Novembre 2021].
- [15] Torino Design of the City, «Torino Design of the City,» 2021. [Online]. Available: <https://www.torinodesigncity.it/>. [Consultato il giorno 8 Novembre 2021].

## Visioni Sinergiche

- [16] Torino Design of the City, «Torino Design of the City,» 2021. [Online]. Available: <https://www.torinodesigncity.it/>. [Consultato il giorno 8 Novembre 2021].
- [17] Parma City of Gastronomy, «I progetti della Creative Community,» 2021. [Online]. Available: <https://www.parmacityofgastronomy.it/parma-creative-community/>. [Consultato il giorno 8 Novembre 2021].
- [18] Politecnico di Milano, «Corso di Studi in Design della Comunicazione,» 2021. [Online]. Available: <https://www.designdellacomunicazione.polimi.it/>. [Consultato il giorno 16 Novembre 2021].
- [19] Libera Università di Bolzano, «Facoltà di Design e Arti,» 2021. [Online]. Available: <https://www.unibz.it/it/faculties/design-art/>. [Consultato il giorno 16 Novembre 2021].
- [20] POLI.design, «Welcome in the core of design,» 2021. [Online]. Available: <https://www.polidesign.net/it/>. [Consultato il giorno 16 Novembre 2021].
- [21] Parsons School of Design, «Parsons School of Design,» 2021. [Online]. Available: <https://www.newschool.edu/parsons/>. [Consultato il giorno 16 Novembre 2021].
- [22] Università di Scienze Gastronomiche di Pollenzo, «Specializing Master in Design for Food,» 2021. [Online]. Available: <https://www.unisg.it/corsi-iscrizioni/master-in-design-for-food/>. [Consultato il giorno 16 Novembre 2021].
- [23] L'École De Design, «MDes Food Design,» 2021. [Online]. Available: <https://en.lecolededesign.com/formations/orientation/mdes-food-design-40>. [Consultato il giorno 16 Novembre 2021].
- [24] IULM, «Food Design and Innovation (con Scuola Politecnica di Design),» 2021. [Online]. Available: <https://www.iulm.it/it/offerta-formativa/master-executive-education/master-universitari/food-design-and-innovation-con-scuola-politecnica-di-design>. [Consultato il giorno 16 Novembre 2021].

## Capitolo 10

- [25] Online School of Food Design, «Online School of Food Design,» 2021. [Online]. Available: <https://onlineschooloffooddesign.teachable.com/>. [Consultato il giorno 16 Novembre 2021].
- [26] Campari, «The history, Campari,» 2021. [Online]. Available: <https://www.campari.com/it/inside-campari/the-history>. [Consultato il giorno 10 Novembre 2021].
- [27] Arte magazine, «Alla galleria Campari di Milano una mostra celebra l'iconico cocktail Negroni,» 2019. [Online]. Available: <https://artemagazine.it/2019/11/13/alla-galleria-campari-di-milano-una-mostra-celebra-l-iconico-cocktail-negroni/>. [Consultato il giorno 10 Novembre 2021].
- [28] AD Italia, «I cento anni del Negroni e una mostra per celebrarli,» 2019. [Online]. Available: <https://www.ad-italia.it/news/2019/11/16/i-cento-anni-del-negroni-e-una-mostra-per-celebrarli/>. [Consultato il giorno 10 Novembre 2021].
- [29] Lavazza, «Le origini, Storia di Lavazza,» 2021. [Online]. Available: <https://www.lavazza.it/it/chi-siamo/storia/1895.html>. [Consultato il giorno 10 Novembre 2021].
- [30] The Good Life Italia, «Change For Better,» 2021. [Online]. Available: <https://www.thegoodlifeitalia.com/change-for-better/>. [Consultato il giorno 10 Novembre 2021].
- [31] Lavazza, «Change for Better,» 2021. [Online]. Available: <https://www.lavazza.it/it/landing/change-for-better.html>. [Consultato il giorno 11 Novembre 2021].
- [32] Robilant Associati, «Ichnusa, Robilant,» 2018. [Online]. Available: <https://www.robilant.it/work/ichnusa/>. [Consultato il giorno 11 Novembre 2021].
- [33] Ichnusa, «Il Nostro Orgoglio,» 2021. [Online]. Available: <https://www.birraichnusa.it/il-nostro-orgoglio/>. [Consultato il giorno 11 Novembre 2021].

## Visioni Sinergiche

- [34] Inside Marketing, «L'orgoglio sardo nella campagna Birra Ichnusa,» 2021. [Online]. Available: <https://www.insidemarketing.it/orgoglio-sardo-nella-campagna-birra-ichnusa-2021/>. [Consultato il giorno 11 Novembre 2021].
- [35] IKEA, «Waste is a terrible thing to waste,» 2021. [Online]. Available: <https://www.ikea.com/ca/en/campaigns/scrapsbook-zero-waste-recipes-pub147efb60>. [Consultato il giorno 12 Novembre 2021].
- [36] ANSA, «Pasta al dente a tempo di musica, "playlist timer" su Spotify,» 2021. [Online]. Available: [https://www.ansa.it/canale\\_terraegusto/notizie/in\\_breve/2021/01/14/pasta-al-dente-a-tempo-di-musicaplaylist-timer-su-spotify\\_c38af929-2f20-4579-82e0-8a8ba920422c.html](https://www.ansa.it/canale_terraegusto/notizie/in_breve/2021/01/14/pasta-al-dente-a-tempo-di-musicaplaylist-timer-su-spotify_c38af929-2f20-4579-82e0-8a8ba920422c.html). [Consultato il giorno 12 Novembre 2021].
- [37] The Clearing, 2021. [Online]. Available: <https://theclearing.co.uk/work/full-time/>. [Consultato il giorno 12 Novembre 2021].
- [38] It's Nice That, «Think Food Bank campaign takes on food poverty with guerrilla stickers,» 2020. [Online]. Available: <https://www.itsnicethat.com/news/maisie-benson-holly-kielty-think-food-bank-stickers-illustration-271020>. [Consultato il giorno 12 Novembre 2021].
- [39] Victoria and Albert Museum, «FOOD: Bigger than the Plate,» 2019. [Online]. Available: <https://www.vam.ac.uk/exhibitions/food-bigger-than-the-plate>. [Consultato il giorno 12 Novembre 2021].
- [40] Valdis Steinars, «Just Bones,» 2021. [Online]. Available: <https://valdissteinars.com/Just-Bones>. [Consultato il giorno 12 Novembre 2021].
- [41] Campaigns of the World, «The Moldy Whopper by Burger King – The beauty of no artificial preservatives,» 2020. [Online]. Available: <https://campaignsoftheworld.com/tv/the-moldy-whopper-by-burger-king/>. [Consultato il giorno 12 Novembre 2021].
- [42] The Plastic Bag Store, «The Plastic Bag Store,» 2021. [Online]. Available: <https://www.theplasticbagstore.com/>. [Consultato il giorno 12 Novembre 2021].

## Capitolo 10

- [43] Design Taxi, «Hermès Shows Off 'Plant-Based' Birkin Bags Crafted From Actual Vegetables,» 2021. [Online]. Available: <https://designtaxi.com/news/414264/Herm-s-Shows-Off-Plant-Based-Birkin-Bags-Crafted-From-Actual-Vegetables/>. [Consultato il giorno 12 Novembre 2021].
- [44] Dezeen, «Sweet Sneak Studio's photo series puts focus on microplastics in the food chain,» 2020. [Online]. Available: <https://www.dezeen.com/2020/03/10/sweet-sneak-studio-microplastic-photo-series/>. [Consultato il giorno 12 Novembre 2021].
- [45] Il Termopolio, «Escher e "relatività": Questione di punti di vista,» 2019. [Online]. Available: <https://www.iltermopolio.com/archeo-e-arte/escher-e-relativita-questione-di-punti-di-vista>. [Consultato il giorno 12 Novembre 2021].
- [46] Finestra sull'Arte, «Mondi impossibili: la Relatività di Escher nel Labirinto di Jareth,» 2011. [Online]. Available: <https://www.finestresullarte.info/cineart/2011/04-relativita-maurits-cornelis-escher-labyrinth-jim-henson-david-bowie.php>. [Consultato il giorno 12 Novembre 2021].
- [47] Ci Rifletto, «5 Proprietà matematiche riscontrabili nella bellezza della Natura,» 2020. [Online]. Available: <https://www.cirifletto.it/proprietà-matematiche-in-natura/>. [Consultato il giorno 12 Novembre 2021].
- [48] Psicologia Alchemica , «L'Uroboro, il "serpens qui caudam devorat",» 2015. [Online]. Available: <https://psicologiaalchemica.wordpress.com/simboli-e-significati/luroboro-il-serpens-qui-caudam-devorat/>. [Consultato il giorno 12 Novembre 2021].
- [49] Arte Svelata, «Il Ritratto dei coniugi Arnolfini di Jan Van Eyck,» 2020. [Online]. Available: <https://www.artesvelata.it/coniugi-arnolfini-jan-van-eyck/>. [Consultato il giorno 12 Novembre 2021].

## Visioni Sinergiche

- [50] Il discorso sull'arte, «Il Viso di Mae West di Salvador Dalì,» 2020. [Online]. Available: <https://ildiscorsosullarte.altervista.org/il-viso-di-mae-west-di-salvador-dali/>. [Consultato il giorno 12 Novembre 2021].
- [51] State of Mind, «Teoria della Gestalt – Introduzione alla Psicologia,» 2016. [Online]. Available: <https://www.stateofmind.it/2016/03/gestalt-teoria-terapia/>. [Consultato il giorno 12 Novembre 2021].

# Iconografia

<https://unsplash.com/photos/xSGCbGYQtO4>

[http://www.innovationdesignlab.it/progetti-show/idltalks\\_cibo-citta-innovazione/](http://www.innovationdesignlab.it/progetti-show/idltalks_cibo-citta-innovazione/)

<http://www.innovationdesignlab.it/progetti-show/strabun-il-picnic-in-un-barattolo/>

<http://www.innovationdesignlab.it/progetti-show/capofcoffee/>

<http://www.innovationdesignlab.it/progetti-show/simbiosi-il-caffe-tra-innovazione-e-convivialita/>

<http://www.innovationdesignlab.it/progetti-show/sus-chef/>

<https://www.pexels.com/it-it/foto/grattacieli-443383/>

<https://www.pexels.com/it-it/foto/luce-citta-cielo-arte-7137055/>

<https://www.gqitalia.it/lifestyle/article/parma-citta-piu-bike-friendly-italia-2020>

<https://www.ad-italia.it/news/2019/11/16/i-cento-anni-del-negroni-e-una-mostra-per-celebrarli/>

<https://www.lavazza.it/it/landing/change-for-better.html>

<https://www.birraichnusa.it/il-nostro-orgoglio/gallery/>

<https://www.ikea.com/ca/en/campaigns/scrapsbook-zero-waste-recipes-pub147efb60>

<https://adsofbrands.net/en/news/ad-of-the-day-barilla-and-publicis-italy-launch-playlist-timer-on-spotify/1735>

<https://www.designweek.co.uk/marcus-rashford-full-time/>

<https://www.creativereview.co.uk/think-food-bank-stickers/>

<http://gdruk.com/exploring-future-food/>

<https://atlasofthefuture.org/project/bioplastic-skin-just-bones/>

<https://www.urdesignmag.com/lifestyle/2020/02/20/the-beauty-of-no-artificial-preservatives-burger-king/>

## Visioni Sinergiche

<https://www.nytimes.com/2020/11/01/theater/plastic-bag-store-times-square.html>

<https://hypebae.com/2021/6/hermes-vegetable-birkin-bags-bendener-asparagus-cucumbers-cabbage-art-design-info>

<https://www.dezeen.com/2020/03/10/sweet-sneak-studio-microplastic-photo-series/>

<https://www.mdgadvertising.com/marketing-insights/10-great-on-brand-april-fools-campaigns/>

<https://www.artribune.com/report/2014/01/enigmatico-escher/attachment/maurits-cornelis-escher-relativita-luglio-1953-litografia-277x292-mm/>

Artribune

<https://www.pexels.com/it-it/foto/uomo-persona-stanza-ricerca-212286/>

<https://www.pexels.com/it-it/foto/donna-in-cappotto-rosso-che-tiene-libro-marrone-3793238/>

<https://www.pexels.com/it-it/foto/cibo-salutare-natura-scuro-7209549/>

<https://www.pexels.com/it-it/foto/seashell-arancione-e-bianco-sulla-superficie-bianca-33234/>

<https://www.pexels.com/it-it/foto/citta-businessman-persona-abito-7647213/>

<https://www.pexels.com/it-it/foto/persona-donna-smartphone-notebook-4063856/>

<https://www.pexels.com/it-it/foto/pasta-gialla-sulla-ciotola-dell-acciaio-inossidabile-6287271/>

<https://www.matteovarisco.com/foto-it>

[php?id=F0000058&titolo=nastro-di-mobius-rosso-2](https://www.matteovarisco.com/foto-it.php?id=F0000058&titolo=nastro-di-mobius-rosso-2)

<https://www.livescience.com/planets-orbit-same-plane>

<https://unsplash.com/photos/QZePScKPb2Q>

<https://www.pexels.com/it-it/foto/foto-del-pavimento-in-ciottoli-2566380/>

<https://salesianisb.net/news/?p=6286>

## Capitolo 10

<https://www.pexels.com/it-it/foto/foto-del-pavimento-in-ciottoli-2566380/>

<https://salesianisb.net/news/?p=6286>

<https://www.pexels.com/it-it/foto/bottiglia-di-vetro-trasparente-con-acqua-4667179/>

<https://www.ilgiornale.it/news/spettacoli/guerra-delle-attribuzioni-falsi-dubbi-e-fuga-1328748.html>

<https://blender.stackexchange.com/questions/109292/how-to-distort-in-this-case-letters-patterns-etc-underneath-a-water-drop>

<https://tumblr-sketchbook.tumblr.com/post/142194107721/illustration-carloshache-yokoogibraan>

<http://consentidoscomunes.blogspot.com/2011/12/antonio-canova-piedra-idealizada-3.html>

<https://unsplash.com/photos/ZiQkhI7417A>

<http://www.didatticarte.it/Blog/?p=4730>

<https://influx.themissive.com/post/79369305883/the-balance-of-the-present-by-patrick-laumond>

<https://www.negroni.com/it/che-panino/tutte-le-salse/salsa-agrodolce-tutti-i-modi-prepararla>

<https://germaingilbert.fr/delicieux-cancer>

<https://unsplash.com/photos/0nOP5iHVz8>

<https://www.pexels.com/it-it/foto/opere-d-arte-progettate-con-linee-e-forme-2268540/>

<https://www.contemporaryartcuratormagazine.com/home-2/alex-garant>

<https://www.pexels.com/it-it/foto/chiudere-la-fotografia-di-una-ciliegia-rossa-frutta-162689/>

[https://www.vogue.it/photovogue/portfolio/?id=69426&refresh\\_ce=&md\\_photographer\\_id=69426&md\\_pageIndex=0&md\\_page=0&md\\_pid=71877](https://www.vogue.it/photovogue/portfolio/?id=69426&refresh_ce=&md_photographer_id=69426&md_pageIndex=0&md_page=0&md_pid=71877)

<https://healthstaff.co.za/your-nervous-system-is-a-built-in-supercomputer/>

## Visioni Sinergiche

<https://www.pexels.com/it-it/foto/catena-a-pezzi-collegati-assemblaggio-seriale-3679490/>

<https://www.pexels.com/it-it/foto/fotografia-con-messa-a-fuoco-selettiva-del-cubo-di-rubik-3-per-3-1500610/>

[https://tiki.vn/digital-framed-animal-painting-art-decorative-handwork-canvas-oil-painting-p111493173.html?spid=111493175&\\_\\_s=ssdp&ssdp\\_block\\_code=seller\\_widget](https://tiki.vn/digital-framed-animal-painting-art-decorative-handwork-canvas-oil-painting-p111493173.html?spid=111493175&__s=ssdp&ssdp_block_code=seller_widget)

<https://www.pexels.com/it-it/foto/cibo-avocado-frutta-fetta-3850649/>

<https://fstoppers.com/portraits/aerial-portraits-faces-using-groups-people-5727>

<https://www.mentalfloss.com/article/503398/strange-recipe-behind-bubble-gum-flavor>

<https://www.pexels.com/it-it/foto/tunnel-grigio-207153/>

<https://divisare.com/projects/304130-salvador-dali-oscar-tusquets-blanca-sala-mae-west-room-at-teatre-museu-dali>

<https://www.pexels.com/it-it/foto/scale-a-chiocciola-di-cemento-grigio-e-bianco-vuote-3023211/>

[https://unsplash.com/photos/HAFZE\\_xZR4o](https://unsplash.com/photos/HAFZE_xZR4o)

<http://www.collagecounseling.it/gestalt/>

<https://www.sagrafica.it/cose-la-gestalt-e-cosa-ha-a-che-fare-con-il-design/>

<https://psicologiamente.com/psicologia/teoria-gestalt>

[https://www.boredpanda.com/food-realistic-cakes-luke-vincentini/?utm\\_source=google&utm\\_medium=organic&utm\\_campaign=organic](https://www.boredpanda.com/food-realistic-cakes-luke-vincentini/?utm_source=google&utm_medium=organic&utm_campaign=organic)

# Capitolo 10

**VISIONI SINERGICHE**

**RINGRAZIAMENTI**



## Capitolo 10

Vogliamo dedicare questa pagina a tutte le persone che ci hanno supportato lungo il nostro percorso di studi e nella stesura di questo elaborato.

Innanzitutto, ringraziamo il nostro relatore Paolo Marco Tamborrini per averci guidati verso il raggiungimento di questo importante traguardo. Ringraziamo Antonio, Elia, Maria e Matteo per aver reso questa esperienza più croccante.

### Celia

Ringrazio la mia famiglia per avermi supportato ogni giorno. Ringrazio Greta e Yasmine per avermi sempre sostenuta e incoraggiata durante questi mesi (p.s.: la prossima volta ci vediamo da Cereals' Queen). E infine ringrazio Giuseppe, la mia Gretchen Wieners, per avermi accompagnato durante questo percorso (p.s.: tranquillo, se cadi ti prendo io!).

### Giuseppe

Ringrazio la mia famiglia per avermi accompagnato verso la realizzazione di questo obiettivo. Ringrazio Mattia perché è sempre ad una telefonata di distanza (purtroppo per lui). E poi grazie a te, Celia, perché sei la mia Karen Smith (p.s.: ringrazia che sono snella. Una piuma. Chiaro?!).









Politecnico  
di Torino

**DS** Design Sostenibile  
**SA** per il Sistema  
Alimentare