

The designer's Tree 2022

Dossier di ricerca

Università degli Studi di Camerino

Scuola di Architettura e Design "Eduardo Vittoria"

Tesi di Laurea in Disegno Industriale e Ambientale

Titolo della tesi: The Designer's Tree, un dialogo con i designer under 45 selezionati dall'Osservatorio permanente del Design

Laureanda: **Gaia Tofanelli**

Relatore: **Federico Oppedisano**

Corelatore: **Piero Sabatini**

The Designer's Tree

Un dialogo con i designer under 45

Dossier di ricerca

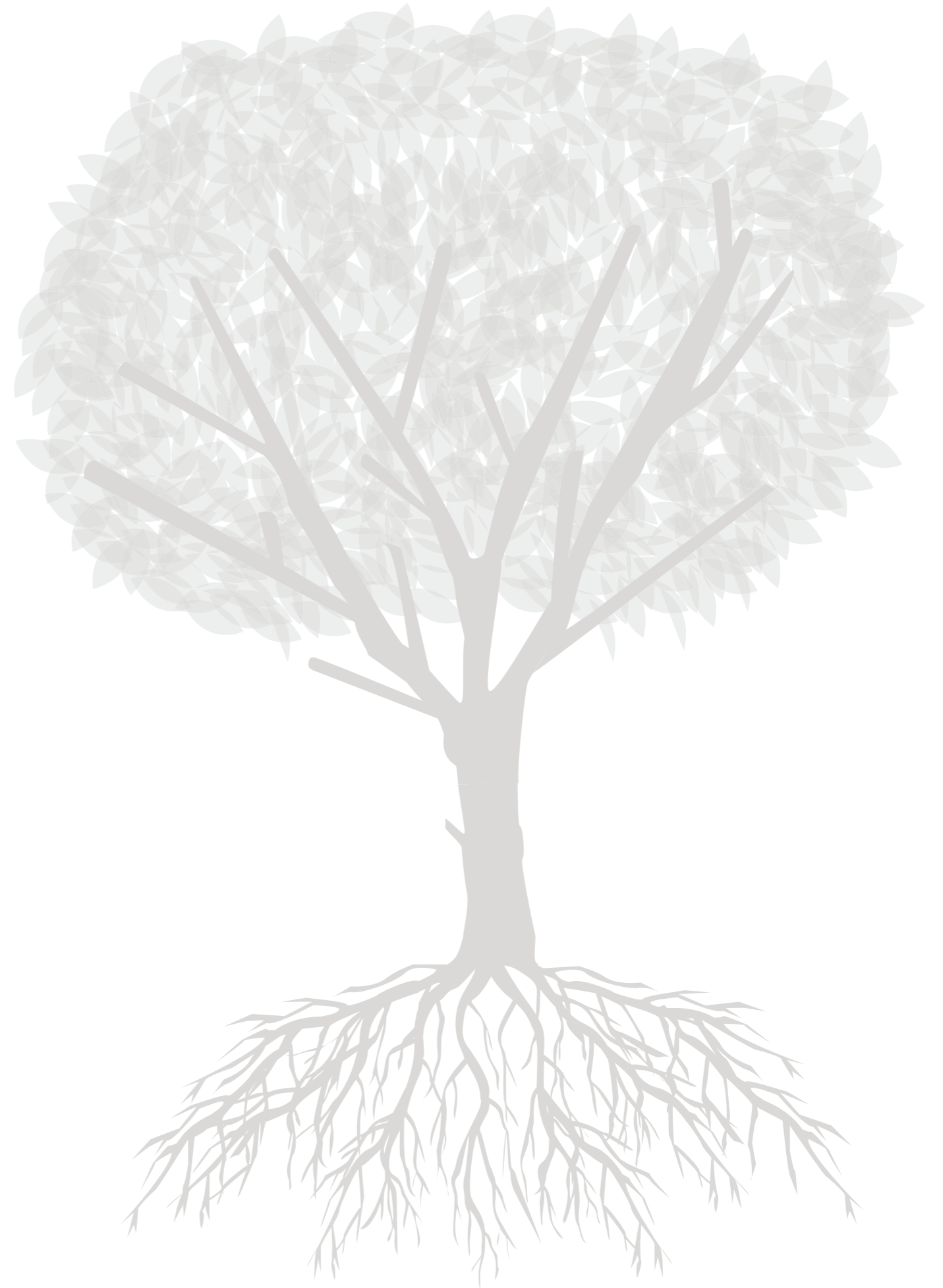
Laureanda: Gaia Tofanelli
Relatore: Federico Orfeo Oppedisano
Corelatore: Piero Sabatini

Indice

Premessa	7
1 Scenario di progetto	
1.1 Il panorama del design italiano	9
1.2 La figura del designer oggi	14
1.3 Le indagini sul design	15
2 La restituzione dei dati e l'infografica	
2.1 Che cosa è l'infografica?	19
2.2 Sei approcci diversi per progettare le infografiche	20
2.2.1 Otto Neurath	22
2.2.2 Hanry Charles Beck	24
2.2.3 Mark Lombardi	26
2.2.4 Francesco Franchi	28
2.2.5 Giorgia Lupi	30
2.2.6 Federica Fragapane	32
3 Casi studio	
3.1 Symbola	35
3.2 The Image of the Studio	38
3.3 Grafica Italia, un'indagine sullo stato della professione	40
4 Il progetto	
4.1 Obiettivi	47
4.2 I designer intervistati	48
4.3 Il questionario	54
4.4 Il codice visivo	55
4.4.1 Codici tipografici	57
4.4.2 Codice cromatico	58
4.5 La restituzione visiva delle informazioni	63
5 Gli artefatti	
5.1 Piattaforma web	69
5.1.1 Griglia	70
5.1.2 Flowchart	72
5.1.3 Mockup	79
5.2 Taccuino	80
5.2.1 Griglia	81
5.2.2 Copertina	82
5.2.3 Struttura	83
5.2.4 Mockup	87
5.3 Manifesto	88
5.3.1 Griglia	90
5.3.2 Mockup	91
Bibliografia	92
Sitografia	93

La figura del designer, viene descritta e articolata in questa tesi attraverso la metafora dell'albero, risultando funzionale a organizzare i dati statistici in un racconto che consenta di cogliere particolari aspetti strutturali e relazionali.

Il designer è un professionista che affonda le sue radici in un contesto sociale ed economico specifico; trae nutrimento dalla formazione universitaria, dalle sue letture, dalle sue relazioni sociali e dal mondo del lavoro, dalla sua esperienza e capacità. Cresce progressivamente nel tempo, proprio come un tronco. La sua etica progettuale, sulla quale si fonda tutto il suo lavoro, è la linfa, che dalle radici raggiunge i rami e le foglie più alte, alimenta le idee e le intenzioni progettuali. Un designer non vive isolato dal mondo ma, come un albero in una foresta intrattiene con gli altri alberi intorno relazioni con le radici e con i rami. Il designer vive di relazioni e condivisione dei saperi con le altre figure che ruotano intorno ai suoi progetti.



Premessa

Questa tesi di laurea nasce da alcune questioni che stanno emergendo a conclusione dei miei studi: comprendere come le conoscenze e le competenze acquisite si potranno spendere nel mondo del lavoro, ma soprattutto capire quali aspettative oggi sono richieste a una giovane designer e quali scenari si stanno configurando nel mondo del design, un mondo che appare in continua mutazione. Per iniziare a rintracciare delle risposte ho avviato una ricognizione delle indagini svolte da vari istituti, come la Fondazione Symbola, che da diversi anni si occupa periodicamente di restituire un quadro della situazione del design italiano. Tuttavia, queste indagini non offrono sempre le risposte che un neo laureato matura a conclusione del suo percorso di studi. Pertanto, mi sono proposta di avviare un lavoro d'indagine che non intende ricalcare i grandi studi sul design ma piuttosto costruire un punto di vista singolare, cercando di interpretare le curiosità di giovani laureati che nel design vogliono iniziare a tracciare un sentiero professionale e conoscitivo capace di rispondere alle esigenze emergenti in un contesto professionale che appare sempre più articolato e complesso. Pertanto, con questo spirito ho sviluppato il mio lavoro, che si è avviato selezionando alcuni designer italiani under 45 dall'Osservatorio Permanente del Design dell'ADi Index a cui ho sottoposto una serie di quesiti riguardanti la formazione, le dinamiche che governano le attività lavorative fino a toccare alcune questioni riguardanti i valori che abbracciano e i rapporti che intrattengono con la cultura del progetto. A conclusione di questa indagine ho predisposto un progetto di comunicazione visiva che si propone di restituirne chiaramente i risultati nella speranza siano utili a dei miei coetanei che, come me, si stanno affacciando, con molti dubbi e incertezze a questa meravigliosa professione.

Capitolo 1

Scenario di progetto

1.1 Il panorama del design italiano

Questo anno cade il cinquantenario della mostra “Italy, the new Domestic Landscape” esposta al MoMA di New York dal 23 maggio all’11 settembre 1972. Mostra pensata, programmata e organizzata da Emilio Ambasz con il sostegno del Ministero del Commercio Estero. La richiesta da parte del Moma a tutti i progettisti fu quella di lavorare su l’abitacolo. La mostra si divise in due sezioni: nella prima furono esposti 180 oggetti (tra cui la poltrona Soriana di Afra e Tobia Scarpa, prodotta da Cassina, la seduta Mezzadro di Achille e Pier Giacomo Castiglioni per Zanotta, e numerose lampade della Flos e di Artemide), nella seconda erano presenti 12 allestimenti realizzati per l’esposizione con l’obiettivo di mettere a fuoco soluzioni abitative per il futuro. Gli oggetti furono esposti all’esterno del Moma e gli allestimenti all’interno, questo implicò anche il fatto che la mostra stesse mettendo in scena una valutazione dei suoi stessi spazi. Gli architetti e i designer risposero con una vasta gamma di progetti assai diversi, tutti aventi come obiettivo quello di sperimentare forme di mutabilità e adattabilità, al fine di offrire una visione del mondo in cui l’isolamento immobile dei singoli oggetti sarebbe stato sostituito da configurazioni interattive e relazioni dinamiche, decretando la nascita di nuovi “riti domestici”. È grazie a questa mostra, infatti, che un paese dalla modernità ancora debole e controversa come l’Italia diventa all’improvviso il punto di riferimento più avanzato di una disciplina moderna come il design, e offre al mondo un modello e un metodo – progettuale prima ancora che produttivo – destinato a essere più e più volte ripreso e imitato a livello internazionale. Come precisa Emilio Ambasz nell’introduzione del catalogo della mostra: “Thus, the object is no longer conceived as an isolated entity, sufficient unto itself, but rather as an integral part of the larger natural and sociocultural environment. This phenomenon is affecting designers the world over, but nowhere is the situation so complex, so well crystallized, and so rich in examples as in Italy. During the last decade, Italy has become one.” L’importanza e la risonanza che ha avuto questa mostra e l’importanza che hanno ancora oggi gli oggetti che lì sono stati esposti, ci ricorda che il design non debba essere necessariamente funzionale solo all’esistente,

ma anche al possibile, non solo al presente, ma anche al futuro. Ad oggi, l’Italia si trova al centro di un grande periodo di cambiamento. Nel pieno di una transizione ecologica e digitale, accelerata dalla pandemia, il design italiano, è chiamato nuovamente a dare forma a nuovi “riti domestici”¹. La nostra vita sta cambiando, molti settori si stanno trasformando, nasce così l’esigenza di ripensare prodotti che, in un contesto di risorse sempre più scarse, dovranno necessariamente essere riprogettati per diventare più durevoli, riparabili, ricondizionabili, riutilizzabili.

Delineiamo un profilo dell’Italia nel panorama del Design appoggiandoci al report della “Design Economy”, che ogni anno Fondazione Symbola, Deloitte Private e Polidesign realizzano in collaborazione con ADI- Associazione per il Disegno Industriale, Logotel, CUID, Comieco e AlmaLaurea. Come rilevato dalla Design Economy 2022, il settore del design conta ad oggi 30mila imprese, che, nel 2020, hanno generato un valore aggiunto pari a 2,5 miliardi di Euro con 61mila occupati. Queste imprese si distribuiscono su tutto il territorio nazionale, in particolare nelle aree di specializzazione del Made in Italy e precisamente, nelle regioni Lombardia, Piemonte, Emilia-Romagna e Veneto, dove si localizza il 60% delle imprese. Andando più nel dettaglio, tra le province, primeggiano Milano (15% imprese e 18% valore aggiunto nazionale) Roma (6,7% e 5,3%) e Torino (5% e 7,8%). Ciò che caratterizza da sempre il design italiano è il rapporto privilegiato tra progettista e titolare dell’azienda, che è anche una delle ragioni che decreta il successo del Made in Italy. Questo viene confermato anche oggi, l’86% dichiara di interagire direttamente con gli imprenditori e i vertici aziendali. Come rilevano Domitilla Dardi e Vanni Pasca nel loro Manuale di storia del design, il design italiano degli anni Cinquanta nasce da “un patto di solidarietà” tra progettisti e imprenditori che è ancora alla base di questo dialogo proficuo. Questo rapporto ha i suoi pro e i suoi contro come il porre limiti in termini di innovazione, specialmente quando il management

¹ Design Economy 2022; Symbola 2022; Ermete Realacci; pag 6.

dell'azienda cliente è a carattere familiare: ciò induce la proprietà a una gestione spesso interna di progettualità che non sempre il designer riesce ad attrarre a sé elevandone la qualità e la crescita. Inoltre, il fatto che l'86% degli intervistati dichiara di confrontarsi direttamente con l'imprenditore ci da conferma che la maggior parte del sistema industriale italiano è composto da PMI cioè Piccole Medie Imprese². In questi anni è stato evidenziato il modo in cui questa tipologia di impresa ha affrontato e continua ad affrontare sfide ambientali e sociali evidenziandone una serie di difficoltà e di limiti. Da un lato le PMI sono caratterizzate da una strutturale carenza di risorse sia di conoscenza sia economico-finanziarie, dall'altro si contraddistinguono per alcuni elementi riconducibili alla sostenibilità: spesso sono molto attente soprattutto al territorio³; per una strutturale mancanza di materie prime fanno ricorso al riciclo (ad esempio in settori come la produzione di carta, mobili, ghisa, alluminio e acciaio). Per questa ragione, come ci mostra il report della Design Economy 2022, l'industria italiana ha un tasso di circolarità (rapporto tra materie seconde da riciclo e totale dei materiali impiegati) pari al 50%. Nei settori tipici del Made in Italy (fashion, food and furniture) la produzione di qualità è stata, per molti anni, la fonte di un vantaggio competitivo, capace di coniugare tradizione e innovazione ma purtroppo ad oggi potrebbe non bastare più per soddisfare i nuovi bisogni del mercato e le richieste delle nuove generazioni di clienti. Per compensare questa mancanza nasce il bisogno (anche comunicativo e di branding) di valorizzare elementi di eccellenza come una naturale tendenza verso la circolarità e una produzione spesso locale, grazie a filiere corte legate al territorio e alle sue specificità. Il designer potrebbe diventare il mezzo di questo cambiamento, "Se il designer nel tempo si è preoccupato di consegnare prodotti o servizi agli utenti, badando principalmente ai loro desideri, dall'altra parte ha dovuto supportare un sistema produttivo, estrattivo dei materiali, distributivo ma anche di comunicazione che non sempre ci sentiamo di fare nostro"⁴. Consultando i dati, sul fronte delle competenze, il 55,1% delle imprese di design dichiara di possedere una competenza di "medio" livello sulla sostenibilità e di "alto" livello nel 33,9% dei casi; specularmente, poco più dell'11% ritiene di avere un livello di competenza "basso" o quasi nullo. Considerando i servizi attualmente offerti, il 57,6% degli intervistati si occupa di design per la durabilità, ossia di

progettare il prodotto o le sue modalità di utilizzo in modo tale da migliorarne la manutenibilità, la durata fisica e quella emozionale, mentre il 43,4% progetta prodotti che riducono al minimo l'impiego di materia ed energia e la produzione di scarti (design per la riduzione). Nel 34% dei casi, gli intervistati progettano prodotti per facilitare il processo di riciclo (riduzione della quantità dei materiali impiegati, utilizzo di mono-materiali, impiego di materiali facilmente riciclabili e di materiali rigenerati, facilità nella separazione dei materiali). Il 31,4% offre servizi legati al design per la riparabilità ed il 13,3% al design per il disassemblaggio; nel primo caso, gli intervistati lavorano in maniera tale da permettere la sostituzione di componenti o l'aggiornamento delle loro funzioni, nel secondo, puntano a progettare prodotti utilizzando sistemi di connessione reversibili, funzionali alla separazione di tutti le componenti per le diverse tipologie di materiali al fine di favorire il processo di recupero e riciclo. Il 10,7% si occupa del design strategico per la sostenibilità (funzionale alla creazione di framework, KPI e tool per la sostenibilità ambientale) e, infine, il 5,5% si occupa di design per la rigenerazione (funzionale alla rifabbricazione di prodotti con la stessa o diversa funzione d'uso, o alla progettazione di prodotti modulari per favorire il riutilizzo di parti del prodotto). Tra i settori che trainano la domanda di servizi di design sostenibile ci sono soprattutto i settori del Made in Italy. A primeggiare c'è il settore arredo (69%), seguito dall'automotive (56%), dall'interior – ceramiche, pavimenti, fino agli elementi strutturali – (38%), dall'abbigliamento (30%) e dall'agroalimentare (13,3%). Infine, ma non per ultimo in termini di importanza, la formazione. Il design va di pari passo con l'evoluzione della società, dell'ambiente e della tecnologia, così dovrà essere anche la sua offerta formativa. Delineiamo questo percorso basandoci sui dati forniti dal Ministero dell'Istruzione. I corsi formativi universitari dedicati al design sono 291, distribuiti in vari livelli formativi e in diverse aree di specializzazione. Si raggiungono punte di eccellenza con il Politecnico di Milano che conduce la classifica per numero di laureati e si conferma un'eccellenza in ambito internazionale, posizionandosi primo nei Paesi UE, quinto nel mondo secondo la classifica QS World University Rankings by Subject per il design. A seguire, mantengono un importante ruolo per la formazione del designer l'Istituto Europeo di Design (IED) e la Nuova Accademia di Belle Arti (NABA). Complessivamente, i designer formati nel 2019 sono 9.362 (il 13,5% in più rispetto al 2018); di questi, due terzi risiedono al Nord, in particolare in Lombardia (49,8%). Da quest'anno, grazie alla collaborazione con AlmaLaurea e il Career Service del

Politecnico di Milano, si è aggiunto un ulteriore tassello informativo relativo alla situazione lavorativa a cinque anni dalla laurea e a cinque anni dal primo rapporto sul design. La prima stima del tasso di occupazione dei laureati magistrali biennali in design, intervistati nel 2020 a cinque anni dal titolo, restituisce un valore del 91%; di questi, l'84% svolge una professione coerente con l'ambito del design. In conclusione, questo ritratto del panorama del design italiano, racconta di un settore che ha punti di forza nel sistema di attori in campo, nella presenza capillare sul territorio, nel ricco sistema formativo, ma raccontano anche fragilità e nuovi bisogni, quali, ad esempio, quelli di aggiornare e rendere più efficaci e adeguati gli strumenti del design alle nuove sfide. Il settore è infatti chiamato ad accompagnare le imprese italiane ad ampliare la prospettiva dal cliente alle comunità, ai territori all'ambiente, con implicazioni profonde nelle decisioni imprenditoriali.

2 Design Economy 2022; Symbola; pag 15

3 Stefano Poguz, Il bosco circolare, il valore della sostenibilità nella filiera italiana del legno-arredo, 2021

4 AD Italia, Formafantasma; 5 marzo 2021;



1.2 La figura del Designer oggi

Il design pervade tutti gli ambiti della nostra vita, interpreta e anticipa i gusti, i desideri e i bisogni della società. Oggi il lavoro del designer non si limita solo alla progettazione di prodotti o servizi ma anche a quella di esperienze, processi, e modelli operativi per aziende, chi meglio di questa disciplina, specchio della società, può guidarle, considerando anche la forte necessità delle Piccole e Medie Imprese di compensare la mancanza di branding e di comunicazione al fine di valorizzare i propri elementi di eccellenza; a questo si aggiunge la capacità di rispondere alle sfide in atto legate alla transizione ecologica e la ripartenza post Covid. La crisi pandemica ha infatti, accelerato il bisogno di un forte posizionamento digitale da parte delle aziende, generando così un aumento dei servizi che mirano a definire una migliore “presenza virtuale” per le stesse. Questo tipo di richieste da parte delle imprese clienti spinge sempre più gli studi ad articolare le professionalità interne in chiave più diversificata rispetto al passato, anche se non ancora in misura tale da modificare in modo sostanziale le dimensioni degli studi di design. Da questo punto di vista l'indagine condotta da Fondazione Symbola, Deloitte Private, PoliDesign, ADI, rappresenta un contributo utile a cogliere le caratteristiche delle imprese del design in Italia. Un primo tema analizzato è relativo alle tipologie di servizi di design erogati dalle imprese; ci sono molti aspetti a partire dal miglioramento dei prodotti fino ad arrivare alla definizione strategica del design, ma vediamo i dati: il 58,2% delle imprese intervistate offre servizi con lo scopo di migliorare esteticamente un prodotto/servizio alla fine del suo sviluppo (design per definizione stilistica) mentre il 50,3% delle imprese offre servizi per l'innovazione di prodotto/servizio occupandosi del rapporto tra usabilità, prestazioni, tecnologiche e costi di produzione. Il 25,9% degli intervistati, invece, si occupa di sviluppare soluzioni tecniche e produttive innovative in collaborazione con altre funzioni aziendali, cui si aggiunge un 25,3% che offre servizi relativi alla progettazione di spazi e installazioni capaci di introdurre il valore dell'impresa e dei prodotti in ambienti coinvolgenti

che concorrono a rendere il brand rilevante per le persone. Il 19,0% si occupa di design per digitale, ossia di progettazione di interfacce e sistemi digitali per migliorare l'esperienza d'uso di prodotti e servizi da parte degli utenti (UX, UI). Infine, il 10,4% degli intervistati offre servizi di design strategico quindi servizi di definizione di modelli di business e di coordinamento di tutte le “evidenze visibili” che danno “forma” alla strategia dell'impresa. È chiaro che per rispondere ad una tale richiesta i designer debbano sviluppare per i propri clienti servizi integrati e tra loro interconnessi, trovandosi ad affinare al proprio servizio core altre attività. Vediamo quali sono quelle più frequenti: il 60% integra la propria attività con quella di comunicazione, il 52,8% dei medesimi intervistati affianca all'attività di progettazione quella di branding, il 46,5% quella di marketing, il 44,3% con l'attività di R&S (ricerca e sviluppo) e il 32,9% con funzioni legate al packaging. In generale la comunicazione è la principale tra le attività coinvolte nel caso delle micro imprese (nel 63,3% dei casi) e dei progettisti (67,9%), in questo caso a pari merito con la funzione di Ricerca e Sviluppo. Nel caso delle piccole-medie imprese, invece, la funzione branding è quella più frequentemente coinvolta (nel 52,8% dei casi).

1.2 Le indagini sul design

Il quadro del panorama del design italiano viene definito anche grazie alle restituzioni dei dati elaborate da Symbola2022, Cuid; Alma Laurea.

- Symbola 2022 elabora ogni anno ricerche divise in collane che evidenziano un aspetto preciso del made in Italy e settimanalmente articoli che ne raccontano brevemente un aspetto. Le ricerche sono molte: “GreenItaly” racconta come l'Italia sia in grado di cogliere le grandi sfide ambientali puntando su innovazione e ricerca; “L'Italia in 10 selfie” racconta annualmente i primati dell'economia Italiana; “Coesione è competizione” è un rapporto che deriva dalla necessità di analizzare e raccontare i fattori più significativi della competitività dell'Italia; “100 Italian Innovation Stories” è una raccolta di storie italiane virtuose. Due sono i report importanti per il Design italiano: “The Design Economy” che annualmente, dal 2017, evidenzia il peso ed il valore del design Made In Italy raccontando le imprese del design italiane e confrontandole con il panorama del design europeo, facendo risaltare come la sostenibilità entri nel progetto e restituendo un quadro della formazione dei designer annuale (grazie anche ai dati raccolti da AlmaLaurea); “Io sono Cultura” è un progetto di ricerca annuale, che dal 2011 insieme a Unioncamere, racconta il valore economico e sociale delle imprese che operano nel settore culturale e creativo, sottolineando come questi due aspetti siano per il nostro Paese driver dell'economia e della Qualità.

- Cuid è un'associazione universitaria che si occupa della formazione in design nell'università pubblica italiana e ne rappresenta le esigenze e gli orientamenti di politica culturale. Coordina e indirizza le attività di formazione (rispettando l'autonomia dei singoli atenei) dove sono attivi corsi di laurea triennale, magistrale e dottorale e promuove ogni iniziativa che possa giovare al prestigio degli studi universitari e al potenziamento dell'insegnamento, della ricerca e della cultura nei campi del design in tutte le sue articolazioni: scientifiche, metodologiche, tematiche e progettuali. Dal 2013 esplica attraverso i dati (elaborati a partire dalle informazioni fornite dal MIUR sul sito AlmaLaurea e attraverso un'indagine svolta in tutte le sedi universitarie italiane in Design e Design industriale) l'offerta formativa in Disegno Industriale

e Design dell'università pubblica italiana e della condizione occupazionale dei laureati triennali e magistrali.

- AlmaLaurea è un Consorzio Interuniversitario pubblico che rappresenta oltre l'80% dei laureati in Italia. Nasce nel 1994 come punto d'incontro fra giovani, università e aziende, con l'obiettivo di raccogliere, per conto degli atenei, informazioni e valutazioni dai laureati così da conoscerne il percorso universitario e la condizione occupazionale. Le analisi e le statistiche che ne derivano sono pubbliche e possono orientare i giovani nella scelta universitaria e lavorativa, inoltre indirizzano gli Organi di Governo degli Atenei nella programmazione delle attività di formazione. Alma Laurea rende disponibili online i curricula di neolaureati e di laureati con pluriennale esperienza lavorativa. La Banca Dati online, anche per questa ragione, risulta uno strumento unico nel suo genere in Italia per dimensioni, qualità ed efficacia. Questi dati vengono raccolti anche grazie ad un questionario che viene proposto al momento della domanda di laurea o diploma, dove verrà chiesta non solo una valutazione sul proprio percorso di studio (che il Ministero dell'Università richiede obbligatoriamente agli atenei), ma anche una serie di informazioni curriculari personali che andrà poi a comporre il curriculum del singolo laureato/diplomato.



La restituzione dei dati e l'infografica

2.1 Che cosa è l'infografica

Secondo la definizione dell'International Institute for Information Design⁵, l'information design "si occupa di definire, pianificare e dare forma ai contenuti di un messaggio e al contesto in cui esso viene presentato, con l'intento di ottenere obiettivi precisi in relazione alle necessità degli utenti." Si utilizzano parole, simboli, immagini, colori con l'obiettivo di comunicare idee, illustrare informazioni ed esprimere relazioni. La visualizzazione dei dati è principalmente un'operazione di traduzione che unisce comunicazione e design con l'obiettivo di dar vita ad un linguaggio che ha sempre lo scopo di far comprendere un contenuto a un destinatario. L'utilizzo dei linguaggi visuali per rappresentare dati e informazioni è una pratica presente da tempo nei quotidiani e nei magazine (media) ma anche dalla ricerca scientifica, quello che unisce questi due domini è la motivazione tecnica ma differiscono per l'obiettivo strategico, che, nel caso del giornalista vede la visualizzazione come un linguaggio che facilita la comunicazione e la diffusione delle notizie rendendo accessibile narrativamente un contenuto complesso a un pubblico largo; per la scienza invece la visualizzazione viene apprezzata per il suo essere strumento che amplifica la capacità di ricerca e interpretazione. Il professor Edward Tufte, statista, scultore e considerato come il Leonardo Da Vinci dei dati del New York Times, spiega come gli utenti che consultano una presentazione di informazioni eseguano particolari compiti analitici come fare confronti. Il principio di progettazione del grafico informativo dovrebbe supportare l'attività analitica, i diversi elementi grafici infatti stimolano questa attività in maniera più o meno efficace, facendo un esempio i grafici a punti e i grafici a barre superano di efficacia i grafici a torta. Nel suo libro *Visual Display of Quantitative Information* del 1983, Edward Tufte definisce le "presentazioni grafiche" ed i principi per un'efficace visualizzazione grafica: 1) La maniera migliore per riuscire a comunicare con chiarezza, precisione ed efficienza idee complesse è quello di far concentrare l'attenzione dello spettatore sulla sostanza delle informazioni rappresentate, sui dati. 2) L'occhio dello spettatore deve poter confrontare facilmente di diversi dati e riuscire facilmente a

passare da una lettura più ampia dei dati ad una più dettagliata. 3) È importante che la visualizzazione non presenti una visione sbagliata di ciò che devono comunicare i dati. 4) È necessario rendere coerenti i set di dati di grandi dimensioni e presentare l'elevato numero di dati in un piccolo spazio. 5) La rappresentazione dovrà avere uno scopo ben chiaro e definito che sia descrittivo, esplorativo, decorativo o tabulare. Inoltre deve essere corredata da descrizioni scritte o verbali relative al set di dati utilizzato. Molto spesso la grafica fa da megafono alla voce dei dati, per questo risultano molto più precisi e illuminanti rispetto ai classici calcoli statistici. Tufte, inoltre, ha coniato il termine "chartjunk" che si riferisce a tutti gli elementi visuali nei grafici che non sono necessari alla comprensione dell'informazione e che si vuole rappresentare o che distraggono dall'acquisizione di quell'informazione. "Il nostro pensiero come dice Rudolf Arnheim è un pensiero visuale, come ricordava anche William Playfair nel 1801 pioniere dei grafici statistici nella prefazione del suo libro "the statical breviary" quando si tratta di grandezze e proporzioni "making an appeal to the eye, when proportion and magnitude are concerned, is the best and radiest method of conveying a distinct idea". Tutti infatti abbiamo intrapreso la nostra relazione con le quantità, quando dovevamo imparare i numeri e a far di conto: si comincia con le forme e con la loro comparazione visuale, si parte dall'aprire una valigetta dei regoli per mettere una a fianco all'altra le barre di diverso colore. L'apprendimento comincia dal linguaggio visuale, con quella che W.G.V Balchin e Alice M. Coleman negli anni sessanta hanno definito graphicacy; procede attraverso le forme verbali e il testo artculacy e literacy, per arrivare infine ai numeri con la numeracy, la capacità di esprimersi correttamente in termini quantitativi.

⁵ www.iid.net

2.2 Sei approcci diversi per progettare un'infografica



Otto Neurath
1882



Henry Charles Beck
1902



Mark Lombardi
1951



Giorgia Lupi
1982



Francesco Franchi
1982



Federica Fragapane
1989

2.2.1 Otto Neurath

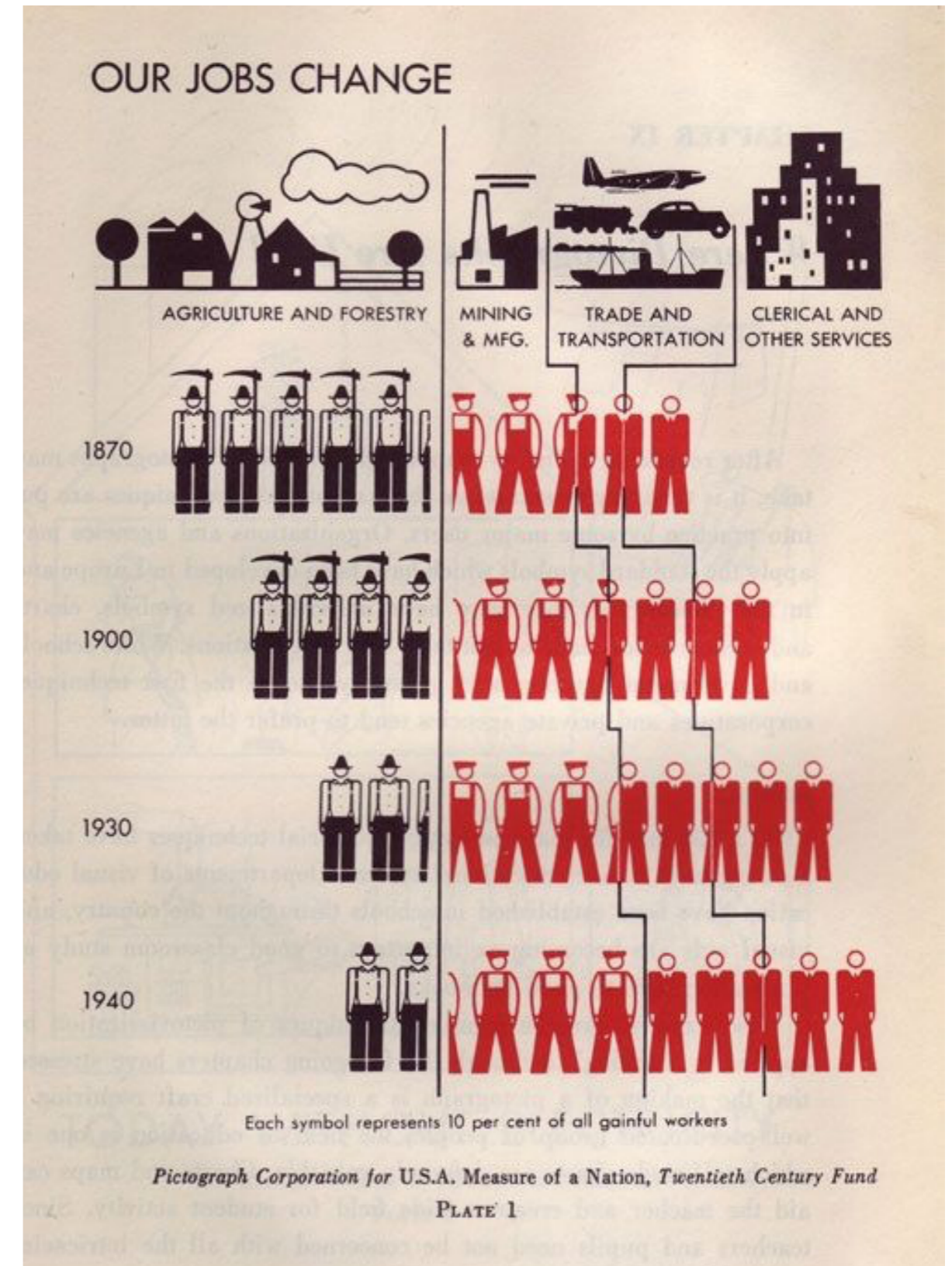


Otto Neurath fu un filosofo, economista politico e sociologo austriaco, nato a Vienna nel 1882. Insieme a Moritz Schlick, Hans Hahn, Rudolf Carnap, Kurth Gödel e altri, diede vita nel 1924 al Circolo di Vienna, da cui si sviluppò una corrente di pensiero nota con il nome di Neopositivismo. «L'uomo moderno riceve una grande parte delle sue conoscenze e della sua istruzione in generale tramite impressioni visive, illustrazioni, fotografie, film. I quotidiani di anno in anno mostrano sempre più immagini. Inoltre, anche la pubblicità opera con segnali ottici e rappresentazioni visive. Mostre e musei sono certamente il risultato di questa incessante attività visiva.» (Otto Neurath)

Nel 1925 Neurath, su incarico del Comune di Vienna, fondò e diresse il Museo Sociale ed Economico di Vienna che aveva come obiettivo la diffusione tra i cittadini della conoscenza di informazioni e dati statistici, così da meglio comprendere la realtà del proprio paese nel complesso periodo post-bellico. Per realizzare il suo programma di divulgazione, studiò una teoria (definito "metodo viennese") che semplificava la rappresentazione visiva di dati complessi come quelli statistici, basata sul fatto che l'apprendimento avviene in modo più immediato e intuitivo tramite immagini semplici, rispetto alle parole. Neurath con Gert Arntz (1900-1988) e Marie Reidemeister Neurath (1898-1987), progettò un linguaggio visivo composto da icone che potessero combinarsi tra loro secondo regole stabilite, per dar vita a un sistema di comunicazione visiva universale. Questo sistema aveva anche lo scopo di superare le barriere linguistiche e culturali tra le nazioni. Per ogni oggetto o categoria da rappresentare venne creato un'icona. Poiché dovevano risultare leggibili a tutti la caratteristica principale era la semplicità, la riconoscibilità, l'immediatezza. "Un'immagine che fa un buon uso del sistema deve trasmettere tutte le informazioni importanti riguardo all'elemento che rappresenta. Al primo sguardo si vedono gli elementi più importanti, al secondo i meno importanti, al terzo i dettagli. Al quarto, non dovrebbe cogliersi più nulla". (Otto Neurath). Otto Neurath e Gern Arntz progettaronò un linguaggio internazionale formato da immagini,

un linguaggio che è possibile usare in quei "non luoghi" o contesti (luoghi pubblici, stazioni, musei) dove le persone di diversa provenienza transitano, risultando un utile e ancora oggi attuale strumento di comunicazione globale, che accumuna tutte le persone che parlano una lingua diversa.

Fig. 2: Alcune delle tavole statistiche realizzate da Otto Neurath, Marie Reidemeister e Gerd Arntz per il Gesellschaft und Wirtschaftsmuseum in Wien e pubblicate dal Bibliographische Institut di Lipsia, 1930.

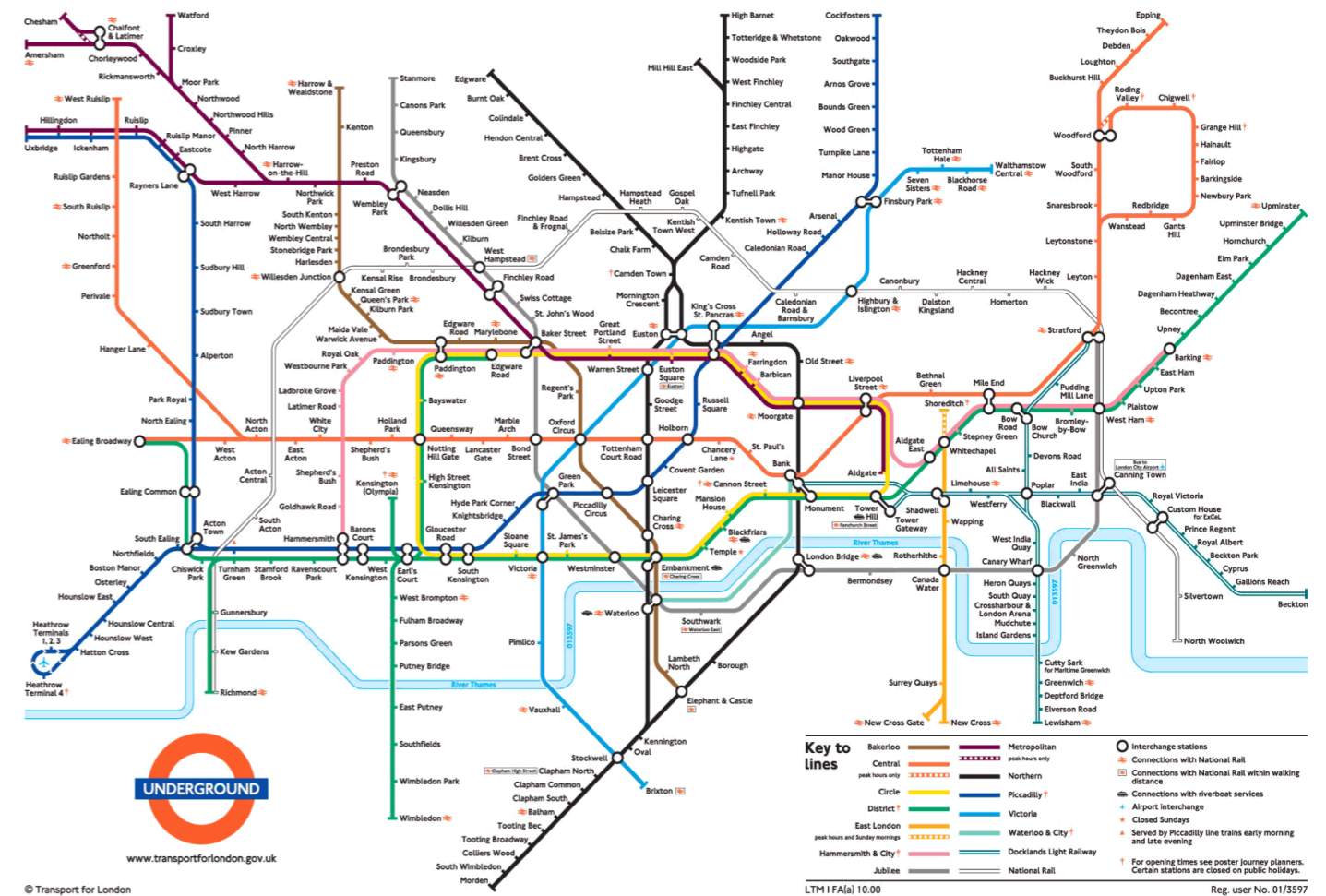


2.2.2 Henry Charles Beck



Henry Charles Beck (1902-1974) disegnatore inglese, è l'autore dell'attuale mappa della metropolitana di Londra nel 1931. Beck disegnò la mappa nel suo tempo libero mentre lavorava al London Underground Signals Office, che rappresenta uno dei casi più interessanti di "Disegno dell'Informazione". La metropolitana di Londra entrò in funzione con la prima linea nel 1863 e si sviluppò durante gli anni successivi in maniera disorganizzata, mancava una pianificazione per quel che riguardava la segnaletica e la mappatura. Nel 1902 le diverse compagnie di trasporti si fusero nella London Underground Group. Questo processo di fusione delle diverse compagnie di trasporto portò il bisogno di una riorganizzazione della comunicazione visiva, che iniziò con la realizzazione di un logo progettato da Edward Johnston. Toccò poi alla riprogettazione della mappa della metropolitana. Beck si propose e decise di semplificare quindi di non realizzare una mappa ma piuttosto un diagramma, uno schema semplificato che volutamente non fosse realistico dal punto di vista topografico ma che mostrasse in maniera chiara le relazioni tra le stazioni piuttosto che l'effettiva posizione geografica. Nel 1931 il progetto venne respinto dal Dipartimento Pubblicità sotterranei. L'insistenza di Beck si concluse con una prova di successo di 500 copie che fu distribuita in alcune stazioni selezionate, nel 1932. L'anno successivo, la mappa fu pubblicata e furono stampate settemtomila copie. Secondo alcuni resoconti, Beck non fu mai formalmente incaricato di sviluppare la sua idea iniziale e lavorò sulla mappa solo nel tempo libero. Beck morì il 18 settembre 1974 a Southampton. La sua importanza fu riconosciuta postuma, e dal 2018 l'affermazione 'This diagram is an evolution of the original design designed in 1931 by Harry Beck' è stata stampata su ogni mappa della metropolitana di Londra. Come parte del programma di attività Transported by Design, il 15 ottobre 2015, dopo due mesi di votazioni pubbliche, la mappa della metropolitana di Harry Beck è stata eletta dai londinesi come numero 3 delle 10 icone del design dei trasporti preferite.

Fig. 3: Mappa della metropolitana di Londra; Henry Charles Beck nel 1932.

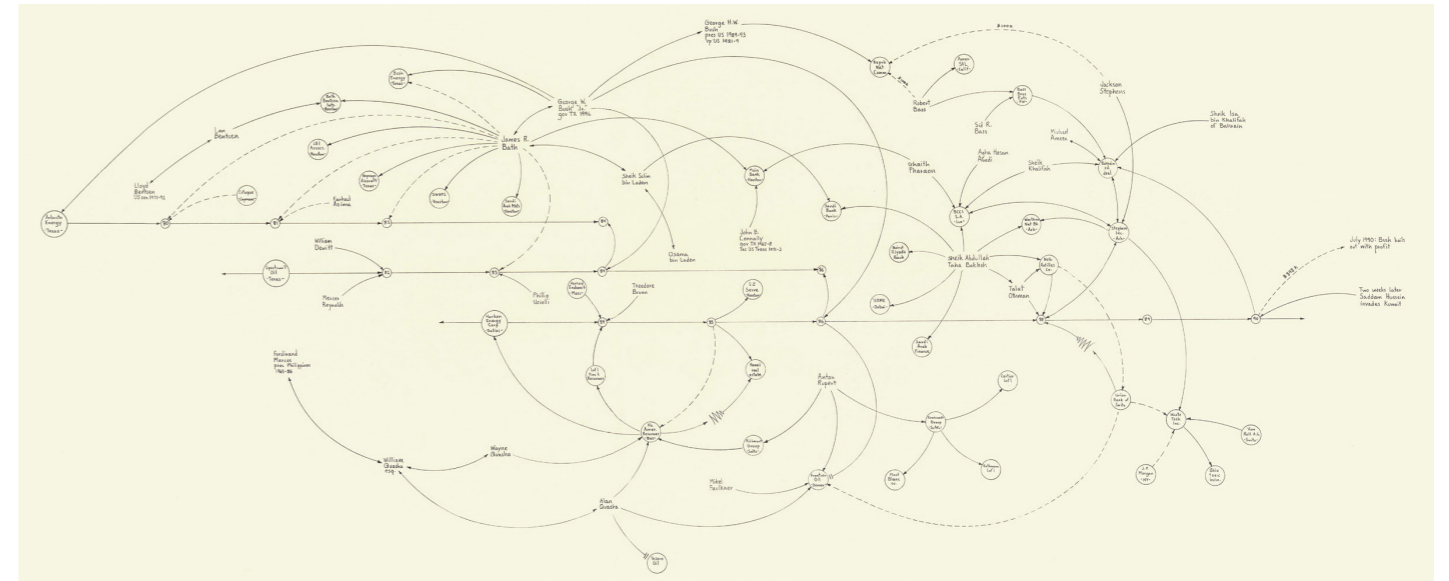


2.2.3 Mark Lombardi



Mark Lombardi (1951-2000) figura purtroppo poco conosciuta, rappresenta un caso perfetto di congiunzione tra informazione, rappresentazione del dato e arte. Nasce nella città di Manlius, nello stato di New York. Si laurea in storia dell'arte e lavora in seguito come curatore, ricercatore, gallerista, bibliotecario, scrive alcuni saggi, si dedica poi interamente all'arte. Nel 1990 comincia in maniera ossessiva a studiare scandali economici e politici, raccogliendo migliaia di schede informative che trasforma in sofisticati diagrammi e schemi grafici che definisce "strutture narrative"¹⁰. Così ogni suo disegno diventa la documentazione razionalizzata e visivamente certificata di frodi finanziarie, mappa dei traffici della criminalità, resoconti di operazioni politiche e illegali. Le sue opere sono caratterizzate da grandi stilizzazioni, intrecci, linee, segmenti, didascalie chiarificatrici che danno corpo a opere esteticamente perfette. Mai opere così concettuali ed astratte sono state così aderenti alla realtà. Nel 1999 dedicò una sua analisi a George W. Bush dove mostrava le connessioni tra l'ex presidente americano e le famiglie di Bin Laden e gli interessi comuni in Texas e in tutto il mondo. Dopo l'attacco alle Torri Gemelle l'11 Settembre il "Boston Globe" sottolineava l'interesse dell'FBI per le opere di Lombardi. Armoniosi grafici densi di notizie non erano solo arte ma rappresentavo materiale sensibile. Il suo obiettivo era agevolare la libertà di pensiero, esattamente come l'arte è manifestazione di libertà espressiva, in senso grafico e non solo. Mark Lombardi, nei suoi lavori, lo ha saputo fare benissimo, mettendoci davanti agli occhi diverse analisi di geopolitica internazionale sugli ultimi 30 anni e mostrano come l'arte sappia illuminare la parte più oscura e torbida della realtà.

Fig.4: George W. Bush, Hrakten Energy e Jackson Stephens 1979,1990. Quinta versione
Mark Lombardi



10 Mappe del sapere; Gianluigi Colin, Antonio Traiano; La lettura, Rizzoli; 2014; pag 13

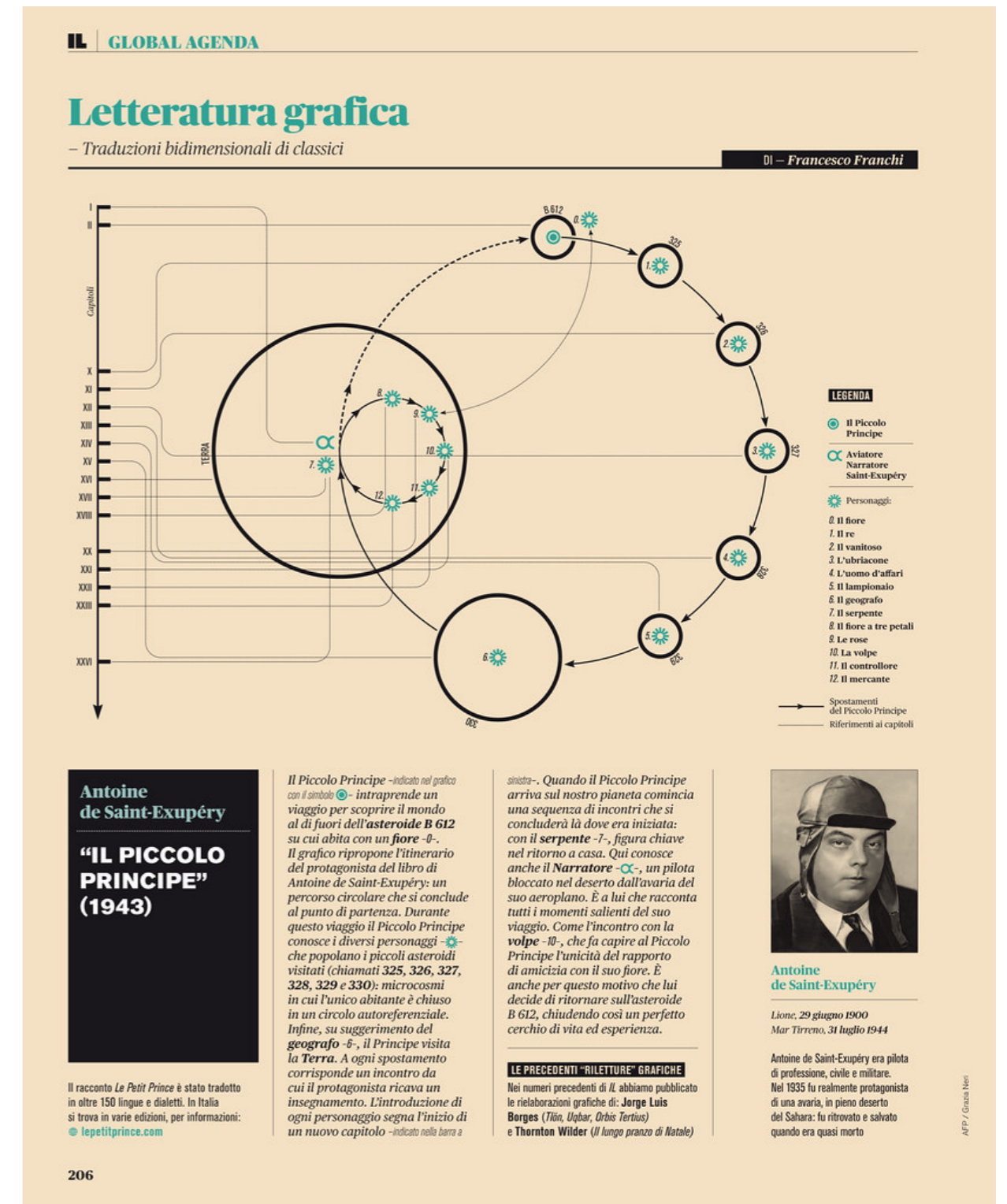
2.2.4 Francesco Franchi



Francesco Franchi nato nel 1982 è un graphic designer e un giornalista italiano. Dal 2008 è direttore creativo di IL, la rivista de Il Sole 24 ORE. Si è laureato con lode al Politecnico di Milano, dove ha conseguito un Master in Disegno Industriale nel 2007. La sua tesi si è concentrata sulla progettazione di giornali e ha suggerito un nuovo paradigma di design per la riprogettazione di un giornale. Francesco Franchi è docente presso l'Università IUAV di Venezia e IED Istituto Europeo di Design, e docente presso la Singapore Management University, New York School of Visual Arts, Politecnico di Milano, SISSA Trieste, Fabrica, SUPSI Lugano, Domus Academy, IULM, e Università Cattolica del Sacro Cuore. Nel corso della sua carriera ha vinto numerosi premi tra cui European Design Awards, D&AD Awards, SPD Awards e il Compasso d'Oro ADI Award. I suoi lavori sono stati pubblicati ed esposti in diversi paesi, come ad esempio al V&A Museum di Londra e al Cooper Hewitt Smithsonian Design Museum di New York. Costruisce rappresentazioni visive efficaci delle informazioni, crede fermamente che i grafici debbano filtrare le informazioni, stabilire relazioni, discernere modelli e rappresentarli in un modo che consenta al consumatore di tali informazioni di elaborare e digerire conoscenze significative. "I diagrammi e la grafica dei dati sono diventati il linguaggio a cui ci rivolgiamo per incarnare dati astratti e allo stesso tempo per astrarre dalla realtà complessa. Mentre le parole e le frasi fanno parte del sistema di comunicazione verbale, le immagini e le rappresentazioni grafiche sono gli elementi chiave per la comunicazione visiva. Poiché le infografiche utilizzano una combinazione di immagini, parole e numeri, operano in un sistema ibrido che tocca entrambi i campi, quello verbale e quello visivo. Per questo motivo ci offrono la più grande opportunità per aumentare l'efficacia delle nostre comunicazioni."¹¹ Nella sua rubrica Letteratura Grafica, pubblicata sulla rivista IL, Francesco Franchi tenta di tradurre alcuni pezzi di letteratura classica in modo non lineare attraverso grafiche e mappe a due dimensioni. L'obiettivo è

quello di produrre mappe sinottiche che permettano di vedere le relazioni tra gli elementi della narrativa letteraria e, nello specifico, di raccontare relazioni complesse nel modo più facilmente comprensibile utilizzando forme lineari.

Fig. 5: Letteratura Grafica, tradizioni bidimensionali di classici; IL; Francesco Franchi



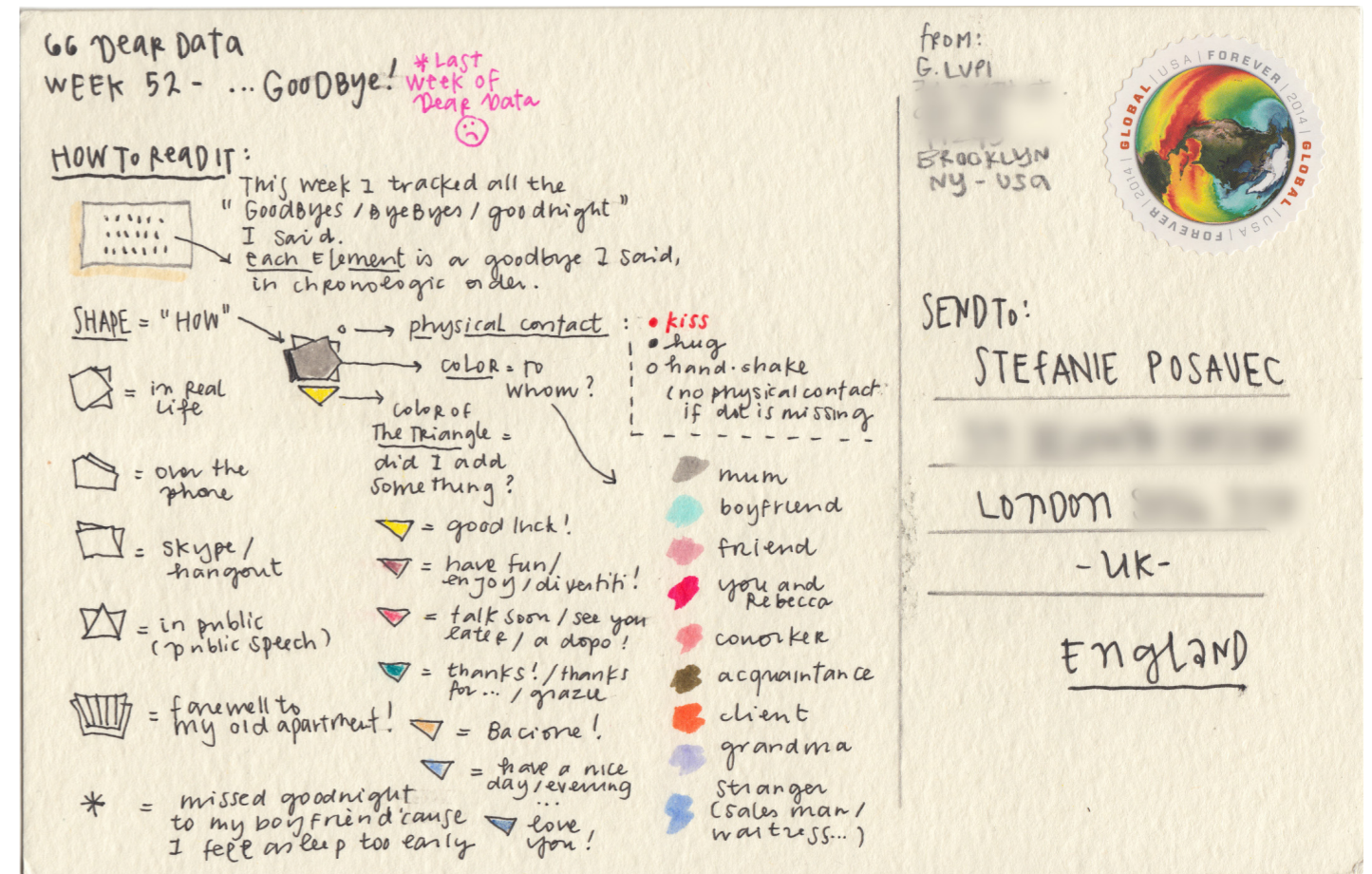
11 <https://www.elleddecor.com/it/people/a30593226/francesco-franchi-arti-director-intervista/>

2.2.5 Giorgia Lupi



Giorgia Lupi è un'artista, information designer e advocate for data humanism è co-fondatrice di Accurat, studio di data-driven design con sedi a Milano e New York del quale è direttrice. Dopo aver conseguito la laurea in Architettura all'Università di Ferrara e il PhD in Design al Politecnico di Milano, si è trasferita a New York dove vive. È autrice di Dear Data, volume di hand drawn data visualization realizzato con Stefanie Posavec con l'obiettivo di far emergere e raccontare l'umanità dei dati. Le cartoline che compongono il libro è stato acquisito nella collezione permanente del MoMA. Dopo aver conseguito il master in Architettura, ha conseguito il dottorato di ricerca in Design presso il Politecnico di Milano. Nel 2011, ha co-fondato Accurat, una società di design data-driven di fama internazionale con uffici a Milano e New York. È stata nominata una delle 100 persone più creative nel mondo degli affari di "Fast Company" nel 2018, quando è entrata a far parte del MIT Media Lab come Director's Fellow. Il lavoro di Giorgia Lupi sintetizza dati e storytelling in modi innovativi per creare espressioni uniche e singolari del brand. Giorgia Lupi progetta narrazioni visive coinvolgenti basate sui dati usando come supporto la stampa, i media digitali e ambientali. La sua principale convinzione è "che i dati abbiano la capacità di renderci tutti più umani migliorando la nostra intelligenza, il nostro impegno e la nostra gioia." Giorgia approccia i dati in maniera umana. Lei non li vede impersonali e noiosi ma bensì colorati e vicinissimi a noi, quasi come degli amici che ci aprono gli occhi e ci aiutano a comprendere meglio la nostra natura umana e gli aspetti della nostra società. Le infografiche progettate da Giorgia Lupi umanizzano il numero per farli parlare la nostra stessa lingua perché, a suo avviso, questo è l'obiettivo ultimo di qualsiasi lavoro di design, soprattutto con i dati. Spesso combina i dati originali con strati di informazioni più morbide e qualitative che rendono e presentano i suoi aspetti più sfumati e più umani di noi. Ciò che le interessa sono i dati che non vediamo, i dati che non sono già sotto forma di dati ma che spesso possono aiutarci a vedere di più, e ci aiutano a vedere meglio.

Fig:6: Dear Data; Week 52, a week of goodbyes; Giorgia Lupi to Stefanie Posavec

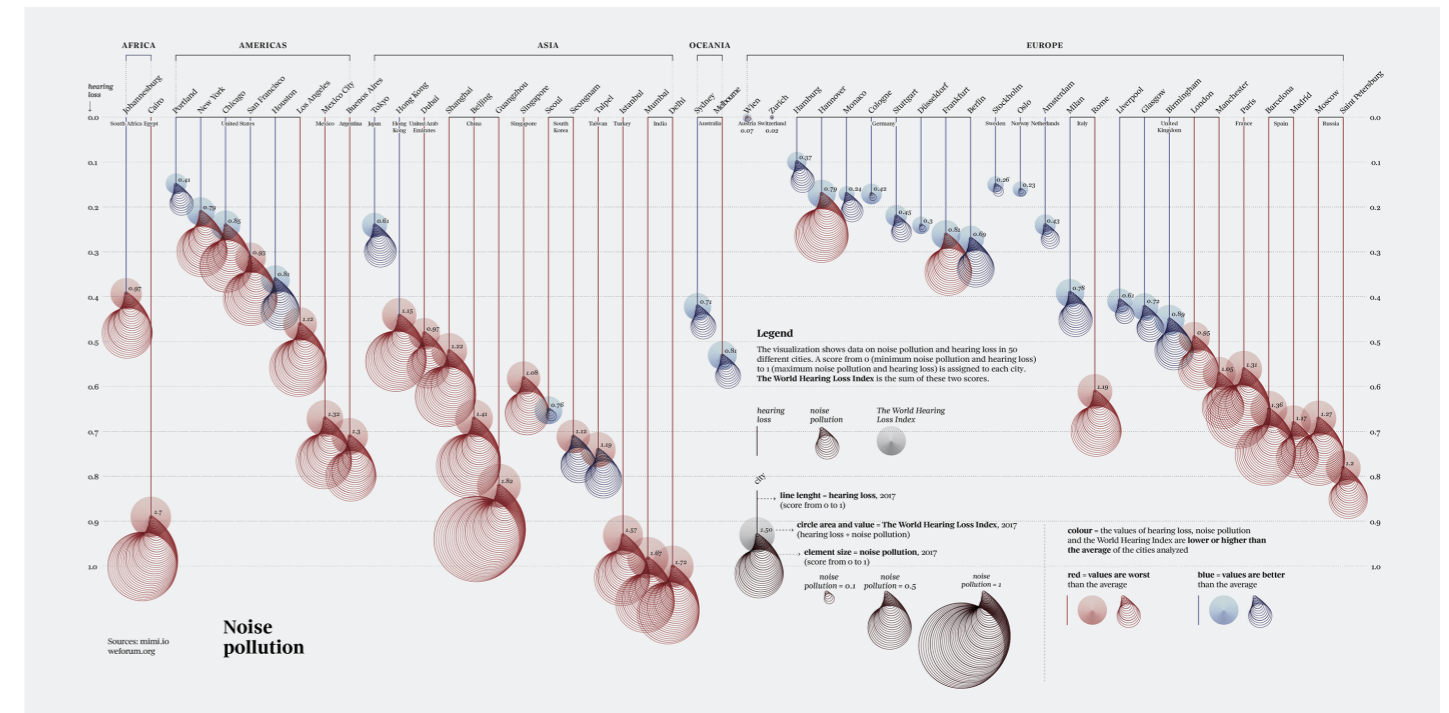


2.2.6 Federica Fragapane



Federica Fragapane è un'information designer freelance residente a Milano, il cui lavoro è stato pubblicato in relazioni delle Nazioni Unite, e riviste e giornali tra cui Wired Italia e La Lettura. Recentemente ha vinto la menzione d'onore nella visualizzazione dei dati al Kantar Information is Beautiful Awards. Ha iniziato a dedicarsi all'information design per il giornalismo al Politecnico di Milano, dove ha frequentato il corso DensityDesign Studio. Ha lavorato per due anni ad Accurat. “Le persone non hanno una visione polarizzata tutto il tempo, e la loro percezione può cambiare a seconda degli eventi, ma anche secondo come i media ritraggono l’argomento in momenti diversi nel corso degli anni¹².” Fragapane integra i dati con eleganza, consentendo ai partecipanti di vedere la visualizzazione di questi come qualcosa di non “troppo lontano” dalla vita quotidiana. Nella rappresentazione dei dati si lascia ispirare dalla natura, utilizza principalmente forme visive come “linee” o “rami”. “In questo campo è molto importante mantenere un equilibrio tra estetica e validità dei contenuti e questo è uno degli aspetti che più mi intriga: ho imparato a tenere sempre a mente entrambi i fattori. Ogni visualizzazione racconta una storia ed è importante scegliere i dati appropriati da utilizzare e il modo appropriato per visualizzarli al fine di creare una narrazione significativa e interessante. Inoltre, penso sia importante trarre ispirazione da tutte le forme visive che ci circondano e conservare un archivio di queste fonti di ispirazione. I nuovi linguaggi nascono spesso dalla combinazione di diverse forme visive.”¹²

Fig. 7: Noise pollution; Corriere della Sera; La Lettura Federica Fragapane



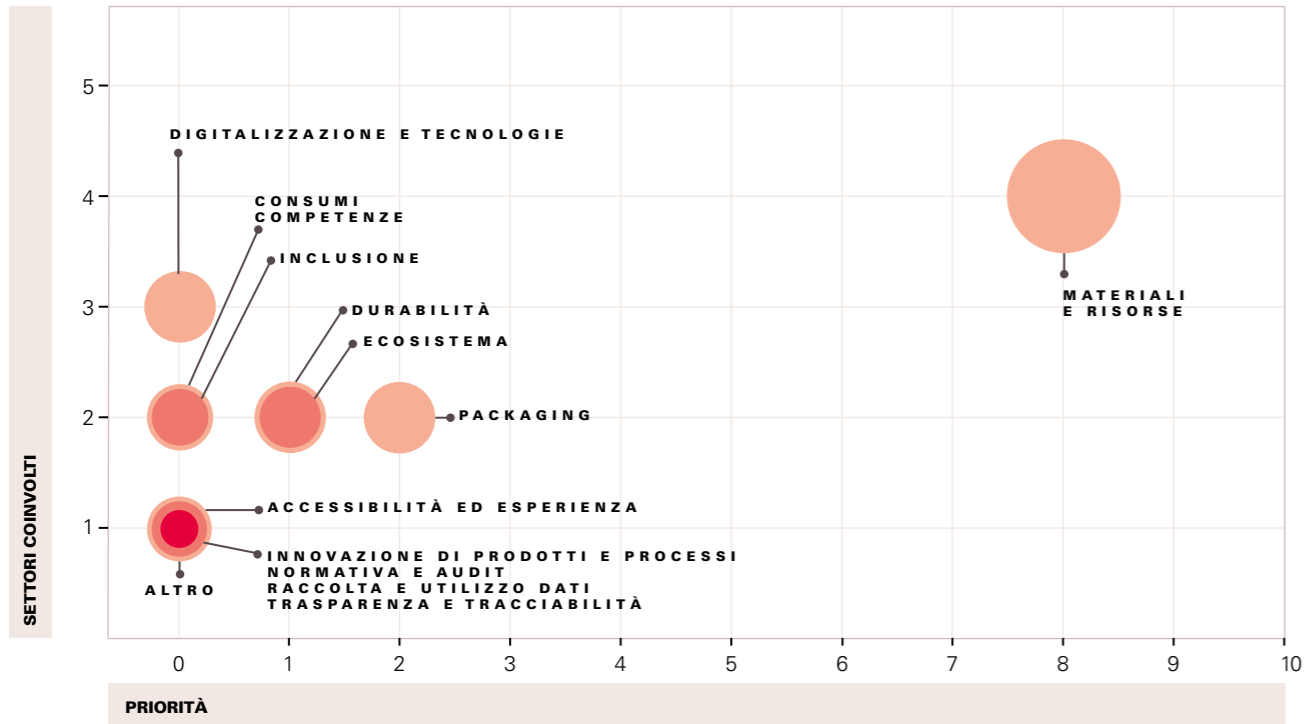
¹² <https://www.storybench.org/federica-fragapane-on-using-minimalistic-shapes-lines-and-tree-branches-to-convey-powerful-stories/>

Capitolo 3

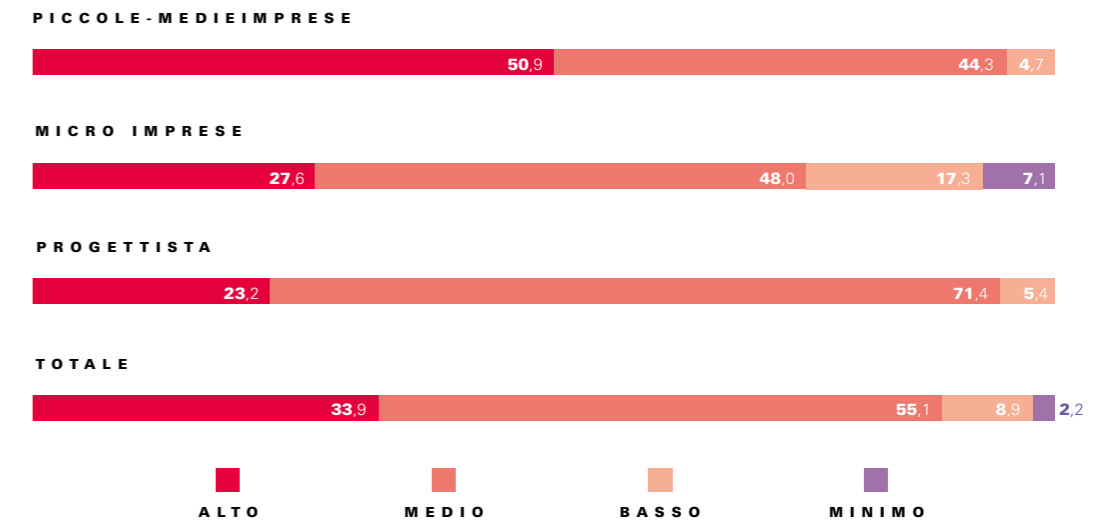
I casi studio

3.1 Symbola, The Design Economy

Symbola è la Fondazione che promuove e aggrega le Qualità Italiane. Attraverso l'utilizzo di ricerche, eventi e progetti raccontano aziende e istituzioni che migliorano il Paese puntando su innovazione e sviluppo. Dal 2005 raccontano il Made in Italy al fine di aumentarne la competitività interna e farla crescere. Questo continuo racconto, che si può trovare negli articoli pubblicati dalla fondazione ma anche e soprattutto nelle ricerche che annualmente restituisce (the design economy, lo sono Cultura, GreenItaly ecc.), viene fatto traducendo le informazioni di dati in forma grafica, visuale, al fine di semplificarle, renderle più comprensibili e più umane. In queste rappresentazioni grafiche, viene unita l'estetica alla funzionalità con l'obiettivo di evidenziare approfondimenti, relazioni e aspetti chiave in modo intuitivo. Sebbene questi report restituiscano molti dati e un grande approfondimento sulla realtà del Made in Italy, ne risulta un lavoro molto comprensibile e di facile lettura.

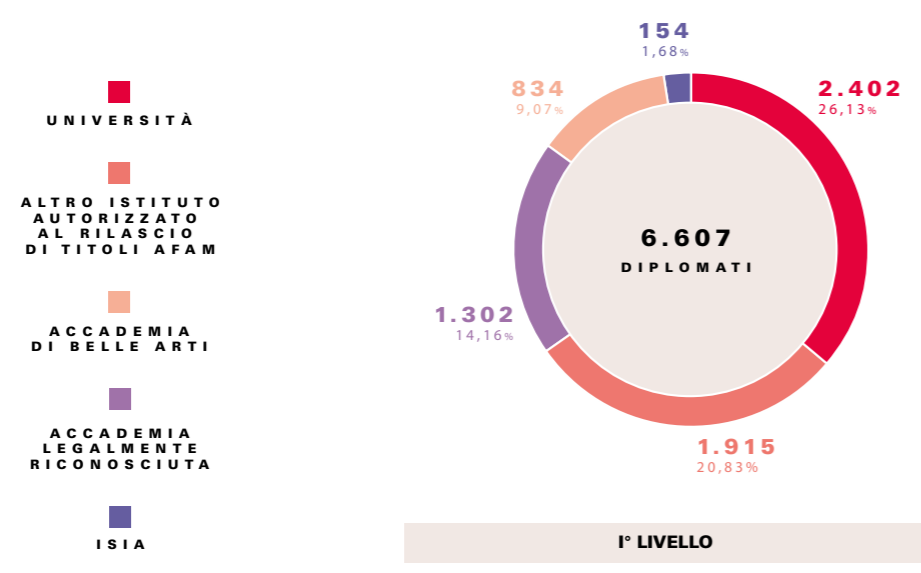


VALUTAZIONE SUI LIVELLI DI COMPETENZA DELL'IMPRESA SUI TEMI AMBIENTALI
composizioni percentuali (anno 2021)

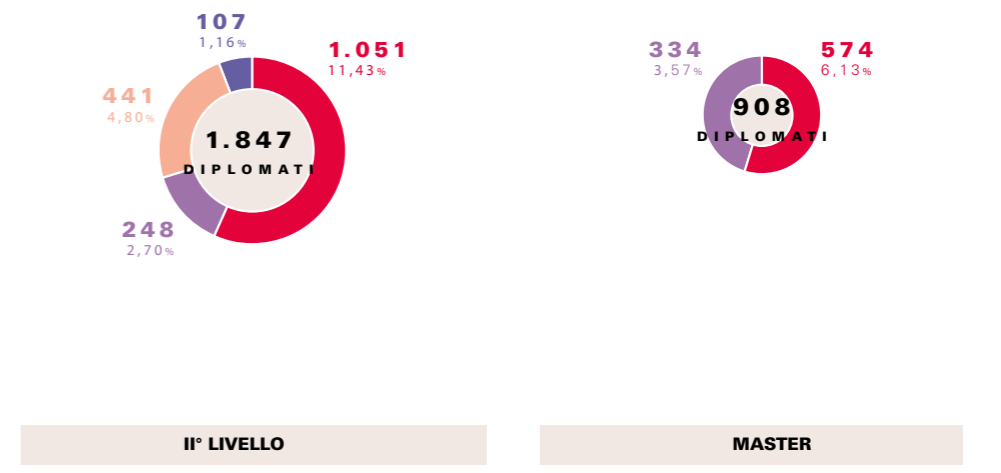


FONTE : Indagine indipendente di Fondazione Symbola, Deloitte Private, PoliDesign, ADI, autunno 2021

DISTRIBUZIONE DEI DIPLOMATI PER CICLI FORMATIVI E ISTITUTO
% sul totale dei diplomati



DISTRIBUZIONE DEI DIPLOMATI PER CICLI FORMATIVI E ISTITUTO
% sul totale dei diplomati



3.2 The Image of the Studio

Image of the Studio, è stata una mostra organizzata in Ottobre 2013 al The Herb Lubalin Study Center of Design and Typography presso la Cooper Union, dove venivano presentati oltre 75 studi di graphic design di New York, da grandi e medie imprese a collettivi e studi di una persona. Ogni studio presentò le proprie opere e i ritratti originali così come una serie di dati progettati per documentare la struttura, la storia e la cultura di ciascuno. Il nome della mostra fa riferimento al libro The Image of the City di Kevin Lynch. Nel suo innovativo studio del 1960, l'urbanista Kevin Lynch osservò che "Dare forma visiva alla città è un tipo speciale di problema di design". Nell'indagare la "immaginabilità" dello spazio urbano, Lynch ha sollevato la questione della relazione tra esperienza vissuta e forma visiva, definendo termini chiave (percorsi, bordi, nodi, distretti e punti di riferimento) per descrivere come formuliamo "mappe cognitive" delle città in cui viviamo e ci muoviamo. Per Lynch, queste non sono semplicemente immagini mentali o impressioni soggettive, ma forme grafiche che possono essere descritte, alterate e soprattutto progettate. Al di là della sua immediata rilevanza per architetti e urbanisti. L'immagine della città è anche uno studio di progettazione grafica e come traduciamo il mondo visibile in forma tangibile, al fine di cogliere "un senso del tutto". In "The Image of the Studio" vengono usate le idee di Lynch nel tentativo di rispondere alle seguenti domande: come vivere e lavorare a New York forma la pratica dello studio contemporaneo a livello di scala, geografia e organizzazione quotidiana? Che aspetto ha il graphic design a New York? Oltre al lavoro originale e ai ritratti fotografici, ciascuno degli studi partecipanti ha completato un questionario online progettato per documentare i dettagli delle discipline, della storia, della struttura, del team, dello spazio e della cultura del lavoro. Le visualizzazioni che ne sono conseguite e le storie basate sui dati sono state costruite utilizzando i dati raccolti da ciascun questionario. Le risposte a queste domande sono state poi organizzate, i dati sono stati analizzati e raggruppati al fine di progettare delle visualizzazioni grafiche delle informazioni

per documentare e fornire un'immagine completa della progettazione grafica di New York nel 2013, disciplina dinamica in una città in continua evoluzione. Al termine di questa mostra, tutti i materiali, comprese delle video interviste ai designer, sono stati archiviati presso il Centro Studi Herb Lubalin e online sulla piattaforma web: imageofthestudio.com. Il sito racconta la mostra, presenta un profilo di ciascuno studio intervistato usando i dati raccolti dal questionario e rappresenta nelle seguenti macroaree la grafica newyorkese nel 2013: "by the numbers" vengono considerati il rapporto tra la struttura dello studio e l'output, e quantificate la ripartizione del sesso e dell'età dei team degli studi; "do's and don'ts" dove si scopre di cosa si occupano e di cosa non si occupano gli studi; "influences" dove i designer spiegano chi sia stata la più grande influenza della propria carriera; "passions & mantras" in cui vengono mostrati i loro mantra per la progettazione; "virtues & vices" le virtù e i vizi di cui si compongono gli studi; "studio culture" una finestra sulle abitudini degli studi grafici di New York a partire dai gusti musicali; "the principles" quello che hanno imparato dai 161 individui che dirigono i 78 studi partecipanti; "when/where" dove e quando sono stati fondati gli studi; "workaday" come gli studi passano la loro giornata lavorativa.

Studios Conversations Explore Exhibition Info About

Image of the Studio

A Portrait of New York City Graphic Design

October 1–28, 2013
41 Cooper Gallery, Cooper Union

Welcome the online archive. The exhibition will be permanently archived at The Herb Lubalin Study Center of Design and Typography at 41 Cooper Square.

Why New York?

Prem Krishnamurthy / Steven Heller / Eddie Opava
Matt Owens / Louise Fili / Ryan Dunn / Todd St. John
Jason Gnewikow / Geoff Halber / Bob Gill

78 Participating Studios See All

21 SQ. FT. Conversations

Visualizations

2x4
Alfa Studio
Anti/Anti
Arch & Loop
AREA 17
Athletics
Avec
Barrel
Base
Bob Gill
Brand New School
C&G Partners
Carbone Simolan Agency
Carin Goldberg Design
Chermayeff & Geismar & Haviv
Craig & Karl
Demo
Doubleday & Cartwright
dress code
Eight and a Half

Employee Number 1
ETC
Everything Studio
Flat
For Office Use Only
Franklyn
Gatta Design & Co
Graham Hanson Design
GrandArmy
Gretel
Heavy Meta
Hinterland
Hugo & Marie
HunterGatherer
Hyperakt
James Victore Inc.
karlssonwilker inc.
Kind Company
Kiss Me I'm Polish
Labour

Landers Miller
Little Fury
Louise Fili Ltd
McMillian + Furlow
MEMO
Method
MGMT.
Miloby
MTWTF
Mucca Design
OCD | The Original Champions of Design
Office of Paul Sahre
Omnivore
Open
Open Project
Other Means
Pentagram
Primary&Co.
Project Projects
pulp, ink.

Pure+Applied
Red Antler
RoAndCo Studio
Rogers Eckersley Design (RED)
STUDIO KUDOS
Studio Lin
STUDIO NEWWORK
Studio Works / Keith Godard
Tanamachi Studio
Topos Graphics
Triboro
Tsang Seymour
Two Arms Inc.
Two Twelve
Willi Kunz Studio
Wolf Oims
WORKSHOP
Zut Alors!

THE HERB LUBALIN STUDY CENTER THE COOPER UNION

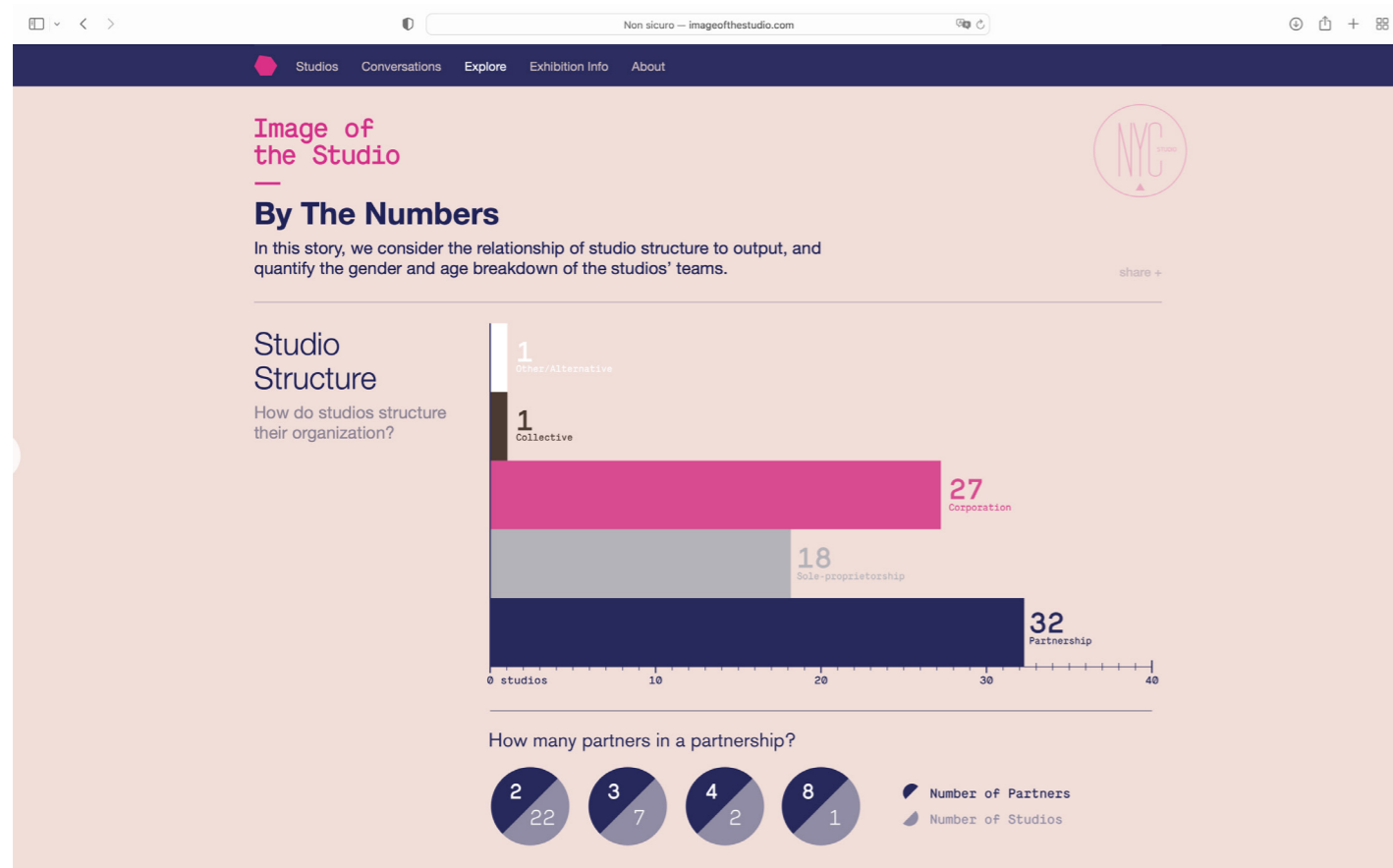
Sponsored by Adobe Typekit

Contact: Herb Lubalin Study Center, Cooper Union
41 Cooper Square Room LL119, New York NY
exhibition@imageofthestudio.com
lubalincenter.cooper.edu

More Info: About the Exhibition
Exhibition Info
Credits
Studio Login

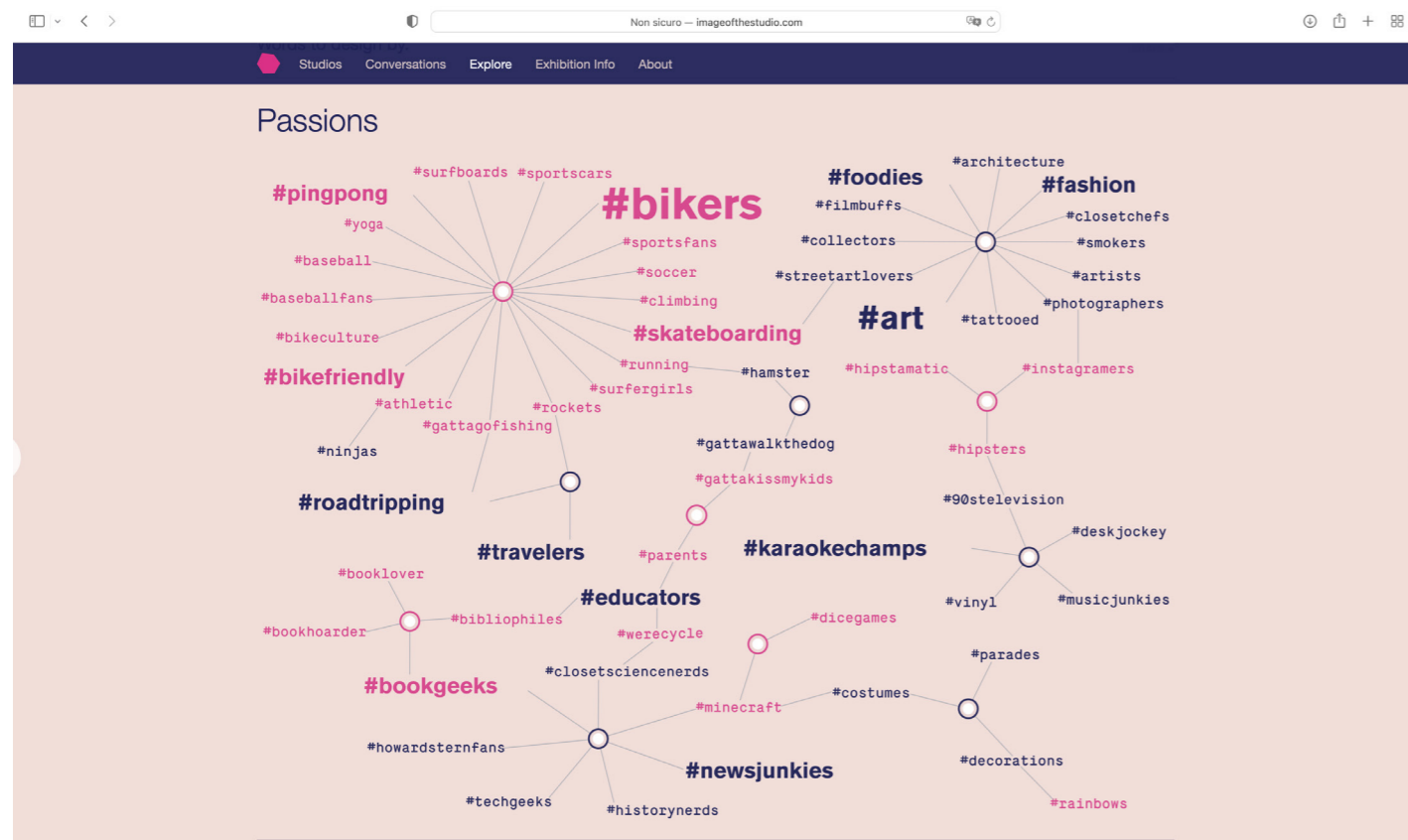
Elsewhere: Twitter: @imgofthestudio
Instagram: @imageofthestudio

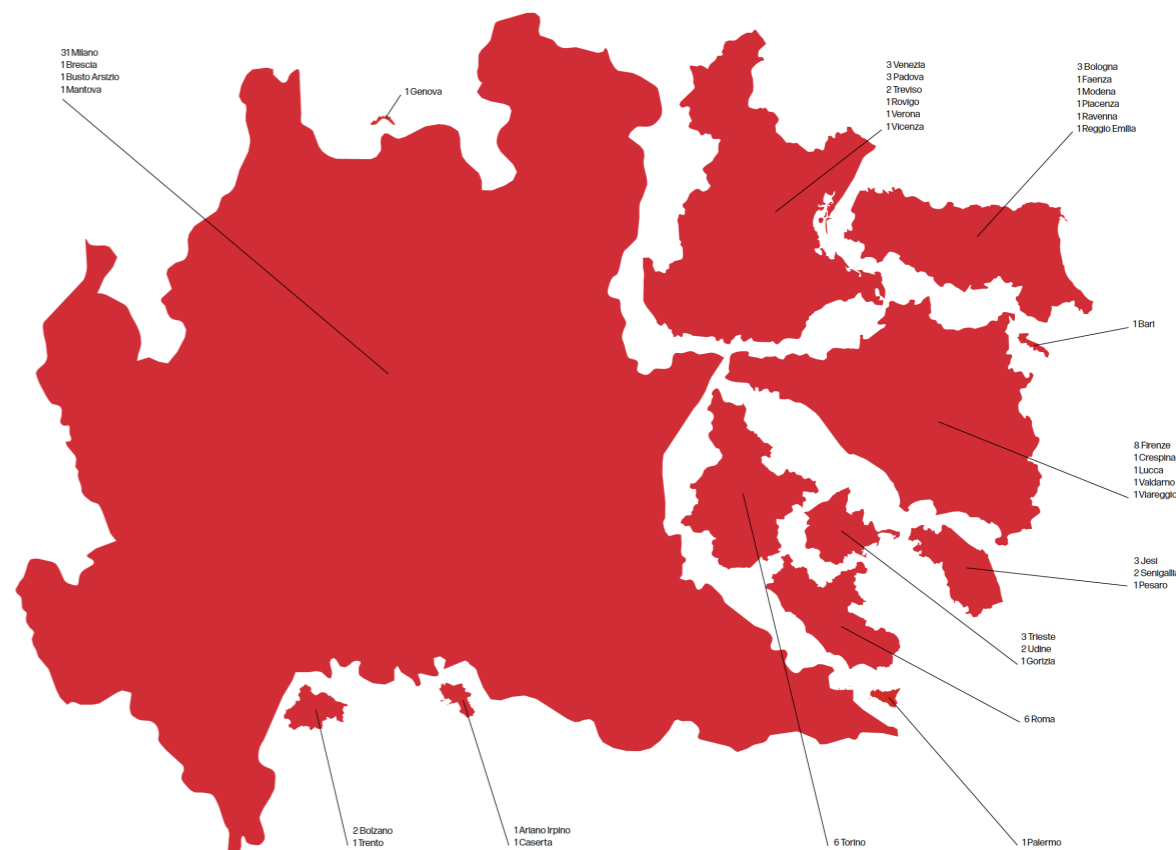
All studio information used for studio profiles, information graphics, and data stories was provided to us by each studio through a questionnaire completed in July 2013. Given the ever-evolving nature of a studio, all information is subject to change.
© 2022 Athletics, The Herb Lubalin Study Center at the Cooper Union
Site by design & development by Athletics



3.3 Grafica Italia, un'indagine sullo stato dell'arte della professione

Grafica Italia è la tesi di laurea di Flavia Lunardi laureata all'ISIA di Urbino nel 2018. Grafica Italia ha come obiettivo quello di dissipare tutti i dubbi che sorgono, soprattutto agli studenti, alla fine di un percorso universitario o accademico che si stanno per affacciare alla professione e cerca di tracciare un perimetro per delineare il profilo della grafica Italiana, "se esistente". Questa tesi si articola in 3 parti: la prima in cui viene trattata la parte storica, dove si scopre l'evoluzione della figura del grafico basandosi sulle mostre di grafica, in primis la V Triennale di Milano nel 1933, poichè le mostre sono una grande occasione per il grafico per mostrarsi al resto del mondo. La seconda sezione contiene una raccolta di interviste a professionisti e nell'ultima sezione sia ha l'indagine. I dati sono stati raccolti tramite un questionario Google Form inviato via email a 189 studi italiani. Di 189 studi hanno partecipato 95. La selezione degli studi è stata fatta in maniera soggettiva considerando la differenza che c'è tra "Studio" e "Agenzia", (l'agenzia è formata da altre figure professionali oltre ai designer e quindi le decisioni, sia pratiche che progettuali, vengono prese da tutte queste figure e non solo da progettisti) e selezionando solo gli studi. Gli studi sono stati cercati da Flavia Lunardi su internet e su cataloghi di mostre come ad esempio "Millennials/la nuova scena della grafica italiana". Le domande presenti nel questionario sottoposte ai designer indagano la provenienza dei designer, la posizione e l'anno della fondazione dello studio, la composizione e la formazione dei progettisti. Molte sono le domande sull'organizzazione della propria professione e molte quelle che indagano l'aspetto più umano. I risultati poi sono stati elaborati e sono stati tradotti in forma grafica per facilitarne la lettura e l'analisi, in un prodotto editoriale.





Italia 2018 Grafica

2018 Grafica Italia

Grafica Italia 2018

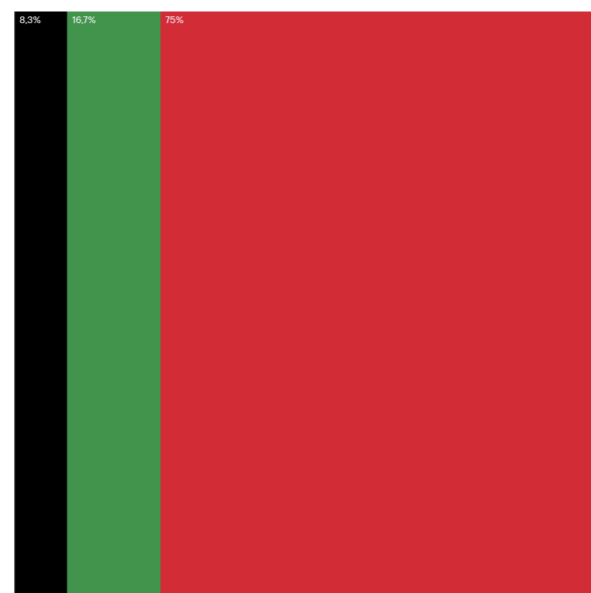
19 77/95
Siete Interessati a trovare uno spazio espressivo all'interno del lavoro?



<p>Si (9)</p> <p>Sempre (2)</p> <p>Certo (4)</p> <p>L'espressione personale è il valore aggiunto di ogni lavoro.</p> <p>Dipende dalla tipologia di lavoro. In generale sì.</p> <p>Il lavoro non è scollegato dalla mia vita personale come pensiero e valori.</p> <p>Certo per me è necessario.</p> <p>Sì, in ogni lavoro pubblichiamo le rispettive relazioni sulle piattaforme web e social.</p> <p>Sì, il proprio questo uno dei punti cardine del nostro approccio al lavoro.</p> <p>Sempre. Cerco di interpretare i bisogni del cliente e fornire un servizio che sia appagante anche per la mia ricerca personale.</p> <p>C'è sempre la propria interpretazione in ogni lavoro.</p> <p>Certo. È il motivo per il quale mi piace fare questo lavoro. Il nostro lavoro non è un atto meccanico. Non credo si possa prescindere dall'esperienza.</p> <p>Sì, è il nostro approccio ad ogni progetto.</p> <p>Sì, ogni progetto ha la mia interpretazione il più delle volte, ovvero quando è possibile.</p> <p>Una volta un famoso grafico mi ha detto che i mio lavoro sono come i miei figli.</p> <p>Certo, crediamo che - in qualche modo - il progettista della comunicazione sia un operatore culturale, e se questa funzione viene esercitata in maniera consapevole può essere un'azione mutagena rispetto al contesto, ed assumere quindi un valore e un impatto sociale.</p>	<p>Si ma non in senso autoritario o narcisistico.</p> <p>Sì, determino il proprio stile e fondamentale.</p> <p>È la sola cosa che può portare beneficio oltre che ai miei stessi ai nostri clienti.</p> <p>Cerchiamo spazi personali ma non attraverso i lavori commerciali, li desidero a fare ora.</p> <p>Quasi sempre, in quasi ogni progetto c'è una quota della nostra personale espressività.</p> <p>Certamente anche nel lavoro cerchiamo di trasmettere i nostri valori che caratterizzano lo stile dello studio.</p> <p>Certo che sì, pensiamo che alla fine ogni lavoro parli un po' anche di noi, ed è proprio per il nostro modo di vedere le cose che vorremmo ci venissero commissionati progetti.</p> <p>Sì, crediamo sia necessario. Quando si intende creare un ambiente di lavoro su misura alle proprie esigenze e il proprio approccio progettuale, si tende inevitabilmente a mettere una sorta di "firma" su un lavoro. È importante riuscire a rifilargli una propria fetta di pubblico: oggi. Ad ogni modo sia che si tratti di un progetto indipendente o su commissione ci interogliamo sempre sulle capacità comunicative da esprimere e potenziare, solo che con un cliente avviene più una riflessione partecipata e condivisa. Non tentiamo quindi di imporre il nostro "qualità" estetico ma cerchiamo di farlo diventare renderlo il più possibile perfetto e destinato al progetto. Nel nostro caso è un lavoro espressivo che mette insieme quattro teste diverse, per cui lavoriamo per trovare il nostro "taglio" visivo.</p> <p>Certo, cerchiamo di farlo con ogni lavoro e a volte ne paghiamo il prezzo. Ma non siamo degli eroi e altre volte accettiamo dei compromessi.</p> <p>La risposta è sì a tutte le domande, solo che non sempre ci riusciamo. È vero però che molti clienti li scegliamo anche in base alla loro affinità con il nostro modo di pensare.</p>	<p>Il designer è un interprete e inevitabilmente interpreta secondo la propria cultura, la propria sensibilità, le proprie idee. L'importante è non astenersi e non imporre se stessi allo scopo del progetto e la necessità del cliente.</p> <p>Non crediamo sia possibile tenere fuori sé stessi.</p> <p>C'è un altro modo? Comunicare è esprimersi.</p> <p>Sì, dando il nostro punto di vista mantenendolo però sempre al centro i contenuti e il cliente.</p> <p>Dedico molto impegno all'università, i committenti comunque ne beneficiano.</p> <p>Cerchiamo di mettere sempre la nostra personalità all'interno di ogni lavoro.</p> <p>Sì, certamente è il nostro obiettivo principale.</p> <p>Sicuramente la componente personale è sempre viva, ed è ciò che caratterizza il lavoro di ogni designer.</p> <p>Sì riteniamo la ricerca e la progettazione i valori centrali su cui basare ogni progetto, finalizzando le soluzioni più adatte ad ogni committenza.</p> <p>Dipende dal tipo di progetto, ma in generale credo che l'espressione personale sia sempre percepibile.</p> <p>Quando ci mettiamo al lavoro crediamo di poter migliorare e rendere più interessante quanto è esistente. Lo stile è il conseguenza di questo approccio che è molto pratico e funzionale, ma che al contempo mira a realizzare qualcosa di visivamente bello. La bellezza è qualcosa di importante e spesso viene sottovalutata.</p> <p>Beh, l'interpretazione della realtà è già di per sé stessa una forma di espressione. Il ruolo dell'arte è sempre stato quello di rappresentare il mondo. Il nostro lavoro è molto vicino a quello del pittore dei secoli passati. Guardare il mondo attraverso il proprio personale obiettivo non troppo obiettivo in realtà.</p> <p>Sì, e viceversa a trasferire nella pratica personale valori e conoscenze professionali.</p>	<p>Si anche se espressione personale è un termine che non si addice, siamo comunque legati a una tradizione di design "narcisistico" (non tutte le contraddizioni che questo termine si porta dietro oggi). Ma all'interno di questo "frame" diamo sempre una nostra visione personale perché il lavoro modo in cui siamo in grado di progettare. Sotto il lavoro di un progettista c'è sempre un'interpretazione personale.</p> <p>Abbiamo la fortuna di avere clienti dalla mentalità aperta, che ci permettono di esprimere le nostre abilità e gusto estetico.</p> <p>Sì, è una cosa che cerchiamo sempre di fare, perché per noi è importante come espressione della nostra personalità all'interno del lavoro.</p> <p>Il lavoro è sempre usato come pretesto per studiare.</p> <p>Il processo progettuale e l'espressione creativa sono sicuramente influenzati dai nostri valori personali.</p> <p>Progettare vuol dire sempre mettersi in gioco in prima persona.</p> <p>È inevitabile che qualcosa di noi si riversi nei progetti che si fanno, anche a livello inconsueto.</p>	<p>No (3)</p> <p>Ovviamente dipende dal cliente, ma in generale cerchiamo di escludere il nostro gusto dalle valutazioni in fase di progetto per un approccio oggettivo. Naturalmente è inevitabile che la forza espressiva individuale trovi in qualche modo la sua strada.</p> <p>Cerchiamo di non farlo per quanto possibile.</p> <p>Cerchiamo di trovare spazi espressivi nei progetti personali, non in quelli commerciali, come forma di rispetto per il cliente. Il nostro lavoro come studio consiste nell'usare le nostre competenze per aiutare il cliente a capire di cosa ha bisogno e a conciliarlo, in una strategia in cui il designer si mette all'ascolto e non è certamente al centro del processo. Chiaro che poi rimane perfettamente oggettivo è impossibile il design è sempre un po' politico, come la persona che lo realizza. L'espressione personale però deve sempre fermarsi nel po' prima di primare quella del cliente.</p> <p>No, mettiamo al primo posto le esigenze del cliente e i suoi obiettivi comunicativi.</p> <p>No, lo consideriamo un lavoro. La nostra creatività o ciò in cui crediamo li applichiamo al modo di gestire il progetto ma non avanziamo il lavoro di aspettativa. Inevitabilmente essendo progetti molto su misura rispecchiano il nostro modo di vedere le cose, ma crediamo come altri professionisti che ricorriamo un ragionamento dalla A alla Z su tutta la filiera.</p> <p>I nostri clienti ci rappresentano.</p>	<p>Si, ma non è una componente prioritaria.</p> <p>Non credo, ma nel contempo non credo che ciò che esce da qui non abbia una sua impronta.</p> <p>Sì e no. Il designer è sempre al servizio di un committente. Diciamo che mette al servizio del cliente le sue capacità progettuali. Nei progetti personali invece sicuramente l'aspetto espressivo personale prevale.</p> <p>La domanda mi sembra feroce.</p> <p>Più no che sì.</p> <p>Quando possibile: {</p> <p>Preferriamo realizzare progetti personali, senza committenza, proprio per avere uno spazio espressivo. Nei progetti commerciali è spesso impossibile veicolare valori propri.</p> <p>Non necessariamente.</p> <p>In ciascun lavoro inevitabilmente viene messa in atto l'interpretazione personale di chi sta eseguendo il progetto. Sicuramente ogni progetto e designer ha il proprio stile e le proprie modalità, che sono quelle che fanno sì che un cliente lo scelga tra altri. Crediamo però che sia importante stare attenti a non far prevalere troppo il proprio gusto o la propria visione su quello che è l'obiettivo del lavoro o l'esigenza del cliente, che rimangono il focus di un progetto.</p> <p>Non tutti i lavori permettono, ma quando ce n'è l'occasione si sfruttano.</p>
---	--	---	--	--	---

designer 55,9%
 graphic designer 26,5%
 creative director 23,4%
 art director 21,7%
 progettista grafico 20,2%
 designer della comunicazione 9,5%
 grafico 7,4%
 altro 37,2%

architetto
 information designer
 progettista
 visual designer
 executive producer
 communication & interaction designer
 operatore video
 facilitatore
 esperto in sistemi di comunicazione
 design manager
 curatore



Dipende (4)
 Il lavoro è sempre collettivo (come minimo cliente + progettista)
 Entrambi senza distinzione
 Preferisco poterli confrontare con clienti e collaboratori

brand, identity 93,6%
 editoria 83,1%
 art direction 75,7%
 packaging 60%
 web, app 54,7%
 wayfinding 48,4%
 allestimenti 46,3%
 interfacce 41%
 illustrazione 40%
 type 35,7%
 campagne sociali e culturali 33,6%
 campagne pubblicitarie 30,5%
 information graphics 28,4%
 motion graphics 21%
 curatela 18,9%
 prodotto 13,6%
 campagne politiche 7,3%
 ricerca 6,3%
 scrittura 5,2%
 altro 8,4%

Design dei processi e dei servizi
 Data visualization
 Progetti artistici
 Scrittura
 Progetti multi-linguistici
 Animazione
 Progetti strategici



4.1 Obiettivi

Obiettivo del progetto è creare un quadro di informazioni che possano risultare una utile bussola per aiutare i giovani designer esordienti e restituire una lettura critica delle direttrici in cui si orienta questa professione oggi; inoltre, considerato il requisito dell'età fondamentale per la selezione dei designer anche riuscire a dar voce a progettisti giovani. I temi che vengono affrontati in questa ricerca sono:

- La composizione dello studio (per genere, per titoli di studio, per anni di esperienza, etc.)
- Le dinamiche (quanti si spostano rispetto ai luoghi di origine per formarsi e successivamente quanti si spostano per l'esercizio della professione)
- Il rapporto con la committenza
- Il rapporto con didattica e ricerca (quanti hanno continuato a studiare, quanti insegnano, sperimentazione o ricerca su materiali e tecniche, affiancamento professione/ricerca...)
- Gli indici di performance (numero di progetti/anno, tasso di successo, condizionamento del mercato, ...)
- L'interdisciplinarietà
- Il rapporto con il pubblico (dialogo con il pubblico, grado di influenza)
- Il rapporto con se (personalismo, soddisfazione e cambio di lavoro)
- La resilienza (rapporto con la pandemia e capacità di adattarsi al cambiamento)
- I valori (aspetti prioritari del progetto, principi, rapporto con la sostenibilità, riparabilità, circolarità, incarichi rifiutabili)

4.2 I Designer intervistati

A partire dall'Osservatorio Permanente del Design, che ogni anno seleziona prodotti o sistemi di prodotto di ogni merceologia per concorrere al premio per l'innovazione ADI Index, sono stati selezionati 45 progettisti nelle categorie: design per l'abitare, design per l'illuminazione, design per la persona, food design, design per il lavoro, design dei materiali e dei sistemi tecnologici, design dei servizi, design per il sociale; aventi i seguenti requisiti:

- 1) Età inferiore ai 45 anni
- 2) Industrial Designer
- 3) Italiani, poichè l'Italia è leader mondiale del settore del design industriale.

Questa selezione di 45 designer, che presenta al loro interno specifiche qualità ed orientamenti, è stata ritenuta funzionale a dare espressione a quelle che sono le tendenze in atto nel panorama dei giovani designer italiani. Di questi, 30 Designer hanno compilato il questionario, che si compone di 35 domande a risposta multipla suddivise in 4 macroaree: la "biografia dei designer", la "filosofia progettuale", "il designer e l'altro" e le "riflessioni".



Davide Anzalone
Product Designer

ADI Index 2016_Design per l'abitare: Brick; Vega
ADI Index 2021_Ricerca per l'impresa: Eitherland-Meaningful workplaces; Metalco



Luca Boscardin
Product Designer, Toy Designer, Communication Designer

ADI Index 2015_Design per la persona:Domino delle creature fantastiche; Arbos
ADI Index 2016: Fantastic creatures Domino, Jungle; 2015



Brogliato Traverso
Product Designer

ADI Index 2016_Design per il lavoro: Hang out; Penta



Turi Buda
Product Designer, UX/UI Designer; Communication Designer; Web Designer

ADI Index 2016_Design per il lavoro: Biorun; BioDiagene; Designed with Vito Lo Re



Lorenzo De Bartolomeis
Product Designer, Design System

ADI Index 2013_Design per il lavoro: Design System; Gruppo Loccioni
ADI Index 2014_Ricerca per l'impresa: Lab@aor-Laboratorio creativo dell'ospedale di Ancona; Loccioni; Designed with Isao Hosoe
ADI Index 2016_Design per il lavoro: Hunova; IIT;
ADI Index 2017_Design per il lavoro: Mel-o; Loccioni, Airbus
ADI Index 2018_Design per il lavoro: Axenon; Loccioni, Bosch
ADI Index 2021_Design per la persona: Twin; IIT



Marco De Masi
Product Designer; Communication Designer

ADI Index 2015_Design per l'abitare: Volta; Officine Tamborrino by Scaff System



Ercoli+Garlandini
Product Designer, Toy Designer; Communication Designer;

ADI Index 2016_Design per l'abitare: BI2 Air; Olimpia Splendid
 ADI Index 2016_Design dei materiali e dei sistemi tecnologici: BI2 Wall;
 Olimpia Splendid



Studio Francesco Faccin
Product Designer, Interior Designer

ADI Index 2012_Design per l'abitare: Stratos; Danese



Simone Fanciullacci
Product Designer

ADI Index 2013_Design per l'abitare: Collezione 273; De Vecchi Milano 1935
 ADI Index 2021_Ricerca per l'abitare: Toy; Martinelli Luce



Jeremiah Ferrarese
Product Designer, Interior Designer

ADI Index 2017_Design per il lavoro: UseMe; SitLand



Mario Ferrarini
Product Designer

ADI Index 2011_Design per l'abitare: Skema; Antonio Lupi Design



Internotrentatre
Product Designer; Toy Designer; Communication Designer

ADI Index 2017_Design per la persona: Makemaki; Milaniwood



Antonio Lanzillo
Product Designer; Design System; Communication Designer

ADI Index 2018_Design per l'abitare: E-Lounge; Repower
 XXVI Compasso d'oro: E-Lounge; Repower



LucidiPevere
Product Designer

ADI Index 2011_Design per l'abitare: Aplomb; Foscarini
 ADI Index 2013_Design per l'abitare: Boiaccia; Kristalia
 ADI Index 2013_Design per l'abitare: Macrame'; Fiam Italia
 ADI Index 2014_Design per l'abitare: Placas; De castelli
 ADI Index 2015_Design per l'abitare: Tool; Debi Brand di Arrmet Group
 ADI Index 2017_Design per l'abitare: Aplomb Large; Foscarini



Alessandro Masturzo
Product Designer; Interior Designer; Creative Director

ADI Index 2017_Design dei materiali e dei sistemi tecnologici: Bistrot; Cadel



Meneghello Paoletti
Product Designer

ADI Index 2013_Design per l'abitare: Il cavalletto; Artceram
 ADI Index 2016_Design per l'abitare: TT; Artceram
 ADI Index 2017_Design per l'abitare: Tweed; Unopiù
 ADI Index 2017_Design dei materiali e dei sistemi tecnologici: Duck; Gibus
 ADI Index 2018_Design per l'abitare: The One; Artceram
 ADI Index 2020_Design per l'abitare: TXT; Gibus
 ADI Index 2021_Design per l'abitare: Si-Si Collection; S°Cab



Studio Natural
Product Designer; Interior Designer

ADI Index 2015_Design per l'abitare: Fluido; Martinelli Luce



Emanuele Pizzolorusso
Product Designer;

ADI Index 2011_Design per la persona: Crumpled City; Palomar
ADI Index 2014_Design per la persona: Lucetta; Palomar



Simone Simonelli
Product Designer; Customer Experience

ADI Index 2015_Design per la persona: Upsens; Optoelettronica Italia



Brian Sironi
Product Designer

ADI Index 2013_Design per l'abitare: Poli; Albed - Delmonte
Compasso d'oro 2011: Elica; Martinelli luce



Valerio Sommella
Product Designer

ADI Index 2016_Design per l'abitare: Sfrido; Alessi
ADI Index 2021_Design per l'abitare: Piega; DGA



Studio Sostanza
Product Designer

ADI Index 2018_Design per il lavoro: Sostanza; Signature



Spalvieri & Del Ciotto
Product Designer

ADI Index 2019_Design per l'abitare: The Roof Chair; Magis



Marco Taietta
Product Designer; Interior Designer; Graphic Designer

ADI Index 2013_Design per l'abitare: Makro Sytems; Makro



Matteo Vilardo
Product Designer; Communication Designer

ADI Index 2014_Design per il lavoro: Esaware_Join the next step; Esa Elettronica
ADI Index 2020_Design per la persona: Root feed the change; V&C Consulting



Francesco Valentini
Product Designer; Interior Designer; Architetto

ADI Index 2020_Design per l'abitare: Eclisse 40 Collection; Eclisse

4.3 Questionario

I dati provengono da un'indagine svolta attraverso un questionario Google Form inviato via mail a 45 studi italiani, a partire dal 10 Dicembre 2021. La raccolta delle risposte si è chiusa il 25 Gennaio 2022. Nell'arco di queste settimane hanno collaborato 30 studi. Il questionario non era anonimo: l'inserimento del nome del designer è stata una scelta facoltativa pertanto alcuni hanno inserito il nome dello studio e altri no. Il questionario è stato progettato dividendolo in 4 parti: la prima biografica ci aiuta a comprendere la natura dei loro studi e i loro primi passi verso la professione; una seconda che indaga il rapporto con le aziende, con gli utenti e la società; una terza che esamina la natura e l'etica su cui si fonda la loro attività progettuale e l'ultima che cerca di porre l'attenzione sugli aspetti culturali del progetto. Le domande sono quasi tutte a risposta multipla, così da facilitare la raccolta dei dati sebbene gli intervistati siano un numero decisamente sotto la soglia statistica e poiché le opzioni di risposta sono state decise da me la ricerca finale non si potrà dunque definire oggettiva e imparziale ma sarà purtroppo vittima del mio punto di vista. Solo tre domande che si trovano nell'ultima sezione, sono aperte per lasciare libero il designer di esprimersi e farci entrare di più nel suo mondo per comprenderne meglio i valori. Le domande sono state redatte in maniera breve e diretta per far capire facilmente quello che si chiedeva e per evitare una durata troppo lunga di compilazione del questionario.

4.4 Codice visivo

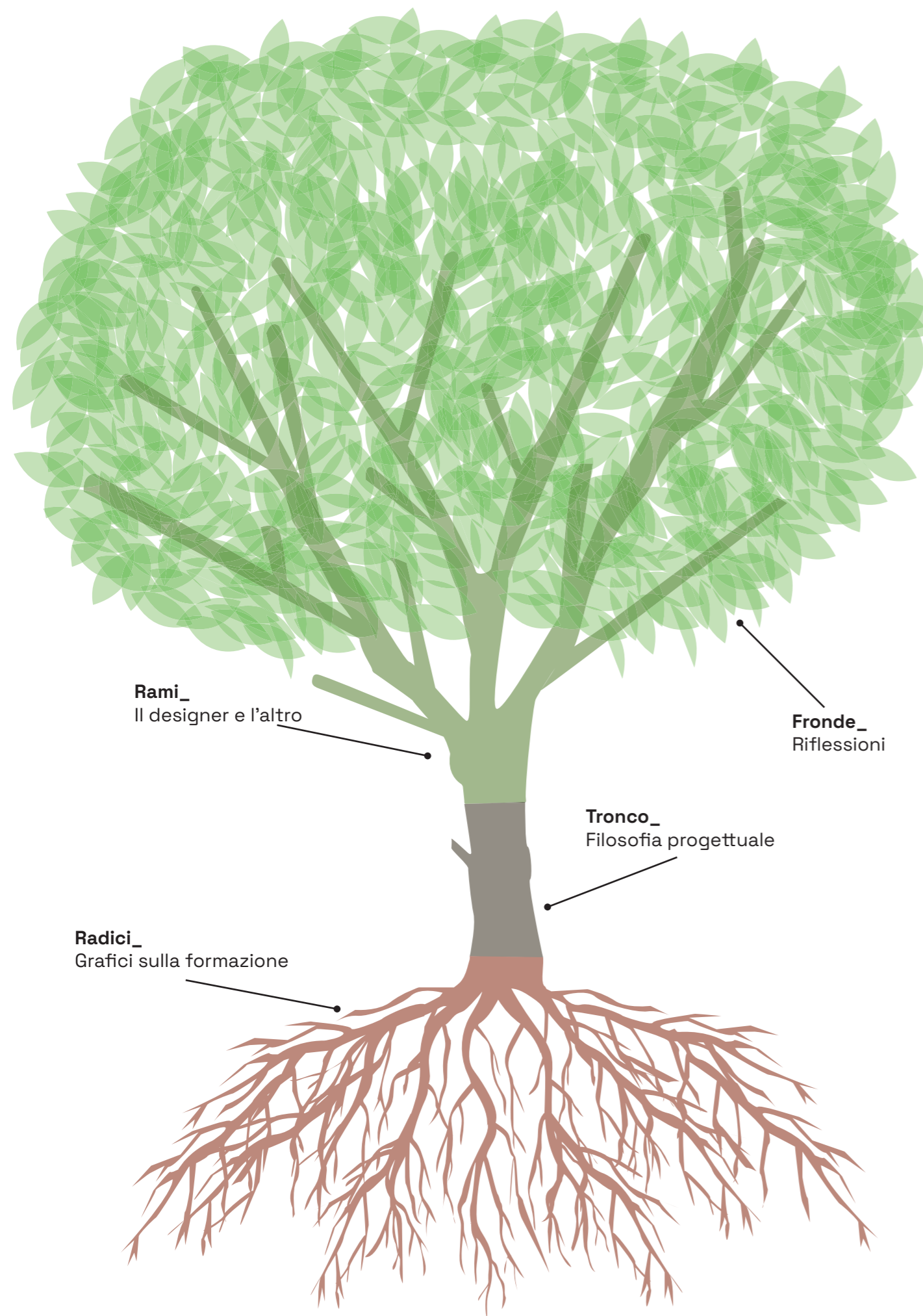
Soggetto del progetto è il designer, che viene rappresentato con un albero (vedi pag. 2).

Ad ogni parte dell'albero (radici, tronco, rami, fronde) corrisponde una sezione nella quale sono stati divisi i grafici.

- 1) Le radici corrispondono alla sezione nella quale si affronta l'argomento della formazione e dello sviluppo dello studio.
- 2) Il tronco dove si trovano tutte le informazioni riguardanti la natura e l'etica sulla quale si fonda il progetto.
- 3) I rami che ci aiutano a capire il rapporto con l'altro, con la committenza e con altre figure professionali
- 4) Le fronde dove si affrontano delle riflessioni sulla professione del designer.

La palette cromatica è composta dai colori caratterizzanti dell'albero, soggetto centrale del progetto, metafora per definire il designer.

Ad ogni sezione dell'albero (rami,fronde ecc.) è stato attribuito un colore e i rispettivi gradienti.



4.4.1 Codici tipografici

Helvetica Neue Regular

È un sans serif gotico. È un carattere con molte particolarità: Helvetica ha tanto spazio negativo (il bianco) che circonda le lettere quanto quello delle linee che compongono i caratteri. In tutti gli elaborati uso questo font per scrivere le didascalie dei grafici e i testi perchè facilita la lettura.

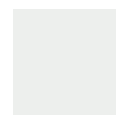
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
123456789


Space Grotesk Bold


Space Grotesk è una variante di carattere sans-serif proporzionale basata sulla famiglia Space Mono a larghezza fissa di Colophon Foundry. In tutti gli elaborati uso questo font per le etichette dei grafici e per indicare le domande che ho posto ai designer.


ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
123456789


La palette cromatica è composta dai colori caratterizzanti dell'albero. Soggetto centrale del progetto. Ad ogni colore è attribuita una sezione dell'albero e quindi una fase di sviluppo e di crescita del designer. A sua volta ogni sezione, nello specifico i suoi grafici, come codice cromatico hanno i gradienti del colore di riferimento.


 R:230; G:231; B:122.
C:12; M:6; Y:13; K:0.

 R:171; G:121; B:96.
C:20; M:57; Y:58; K:10.


 R:53; G:50; B:42.
C:54; M:52; Y:63; K:58.


 R:148; G:168; B:123.
C:45; M:16; Y:58; K:10.


 R:145; G:194; B:103.
C:54; M:0; Y:79; K:0.


 R:171; G:121; B: 96.
C:63; M:52; Y:0; K:100.


Le radici


 R:188; G:173; B:159.
C:24; M:29; Y:32; K:4.


 R:162; G:141; B:123.
C:30; M:40; Y:44; K:12.

 R:171; G:121; B:96.
C:20; M:57; Y:58; K:10.


 R:143; G:119; B:48.
C:39; M:54; Y:58; K:38.


 R:89; G:75; B:65.
C:45; M:54; Y:59; K:47.


 R:46; G:43; B:41.
C:57; M:54; Y:55; K:71.


 R:21; G:21; B: 21.
C:63; M:52; Y:51; K:89.

Il tronco

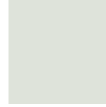
 R:125; G:121; B:89.
C:42; M:37; Y:63; K:25.

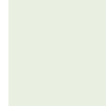
 R:86; G:86; B:64.
C:51; M:43; Y:67; K:55.


 R:35; G:35; B:35.
C:61; M:52; Y:55; K:69.


 R:20; G:20; B:20.
C:63; M:52; Y:51; K:90.


I rami


 R:230; G:231; B:122.
C:12; M:6; Y:13; K:0.

 R:238; G:241; B:229.
C:8; M:2; Y:12; K:0.


 R:193; G:209; B:165.
C:30; M:6; Y:43; K:1.


 R:143; G:179; B:105.
C:52; M:10; Y:74; K:3.


 R:99; G:124; B:71.
C:59; M:23; Y:81; K:28.


 R:63; G:76; B:51.
C:62; M:33; Y:56; K:71.

Le fronde

 R:144; G:192; B:83.
C:53; M:1; Y:89; K:0.

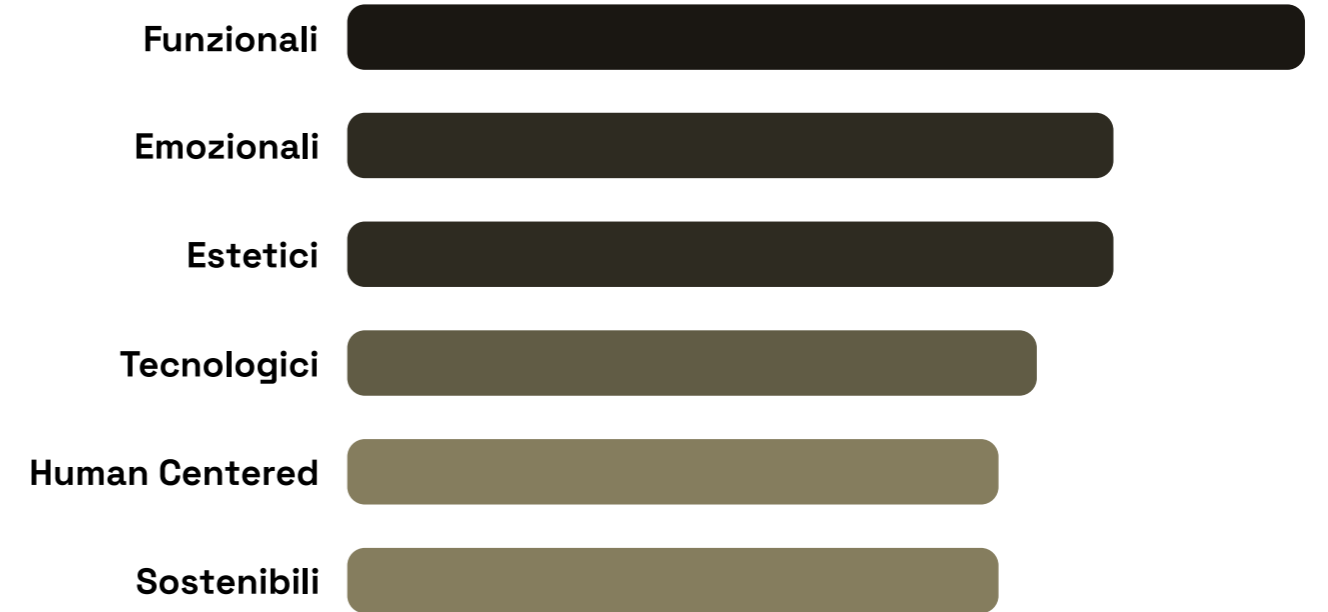
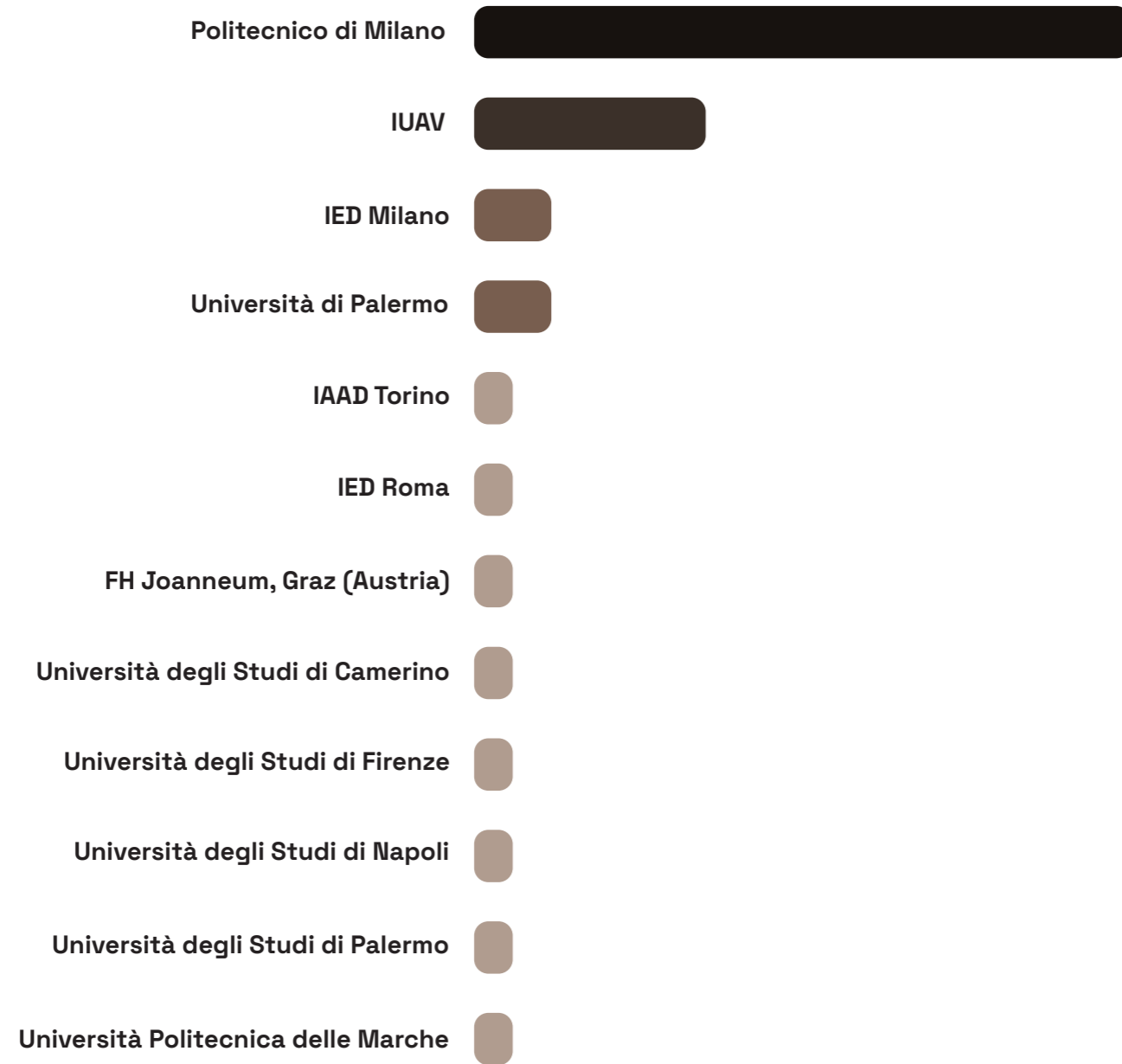
 R:100; G:155; B:65.
C:71; M:95; Y:11; K:4.

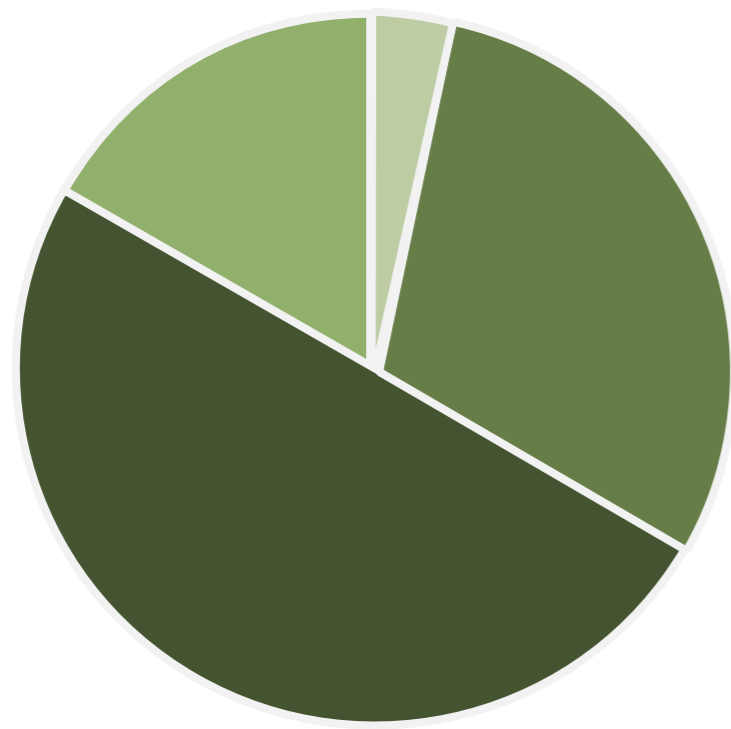
 R:67; G:100; B:50.
C:74; M:25; Y:93; K:38.

 R:36; G:41; B:35.
C:66; M:44; Y:62; K:76.

4.5 La restituzione delle informazioni

I dati sono stati rappresentati con diagrammi a torta, istogrammi e word cloud. Questi sono disposti nelle quattro sezioni dell'albero (metafora per indicare il designer) che partendo dal basso sono: radici, tronco, rami, fronde. Nella sezione "radici" sono contenuti quei grafici che comunicano i dati sulla formazione dei designer; nella sezione "tronco" sono presenti quei grafici che comunicano la filosofia progettuale dei designer; nella sezione rami ci sono i grafici che raccontano il rapporto del designer con la committenza, con gli utenti e con altre figure professionali; nella sezione "fronde" sono presenti quei grafici che ci svelano delle riflessioni sulla professione. Ad ogni sezione è attribuito un colore, caratteristico della parte dell'albero alla quale si riferisce (Fig 1). Da ogni colore sono stati estratti i gradienti con i quali è stato colorato il grafico. Il colore più scuro è stato attribuito al valore più grande e il colore più chiaro al valore più piccolo. A valore uguale corrisponde gradiente uguale.





- Spesso
- Qualche volte
- Poche volte
- Mai

Progetti commissionati da politici / Non coerente con la nostra visione / Gioielli / **Dannoso per ambiente e persone** / Non funzionale / Mal pagato e se non credo in un progetto / Da società benefit non possiamo accettare progetti che non rientrano nello statuto / **Armi o simili** / Dipende da alcune variabili: tempo, soldi, tipo di progetto, tipo di azienda, in base alla disponibilità e qualità dei quattro fattori la risposta cambia / Oggetti inutili / Oggetti non stimolanti e non innovativi / Un giocattolo diseducativo

Si

No

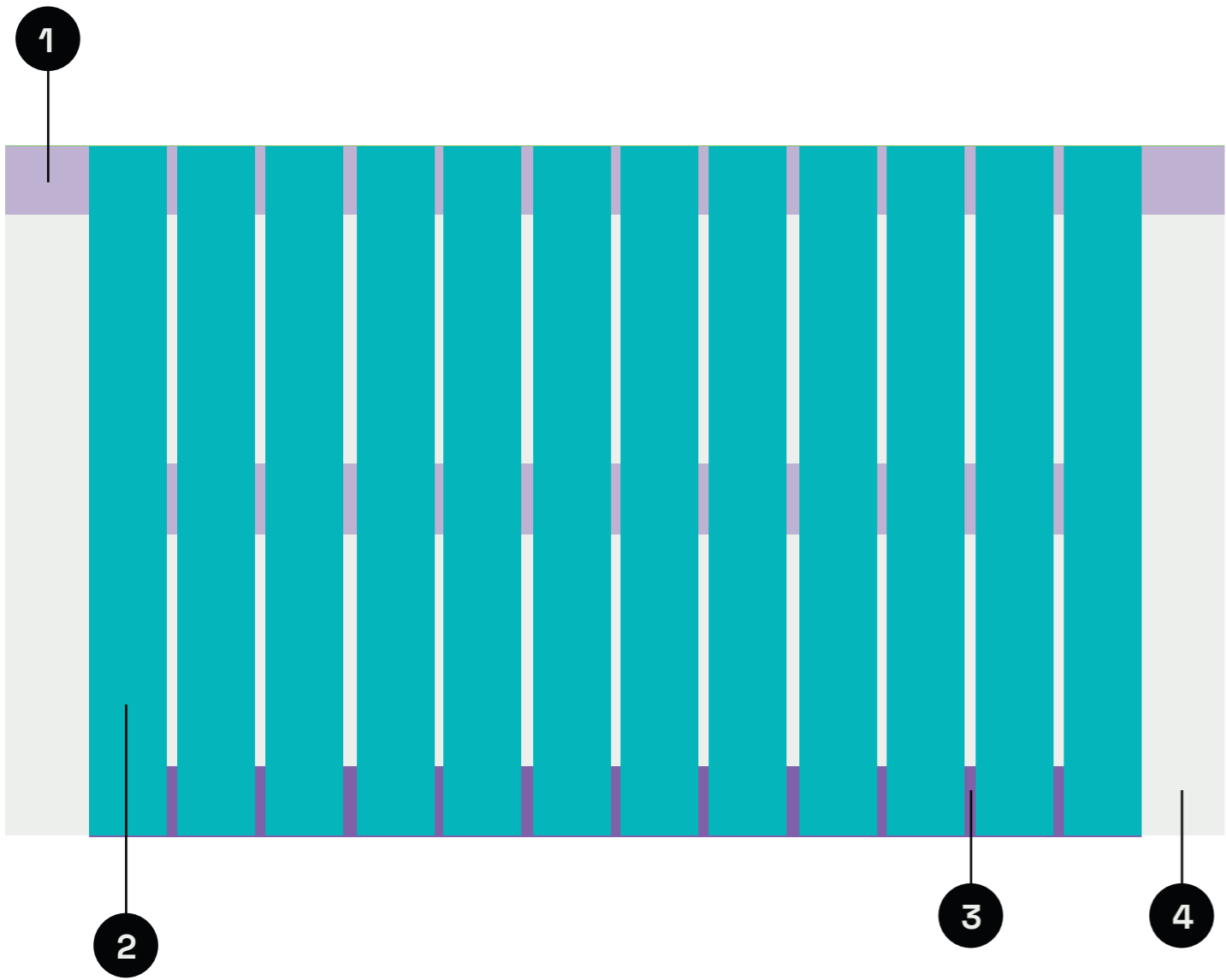
Capitolo 5

Gli artefatti

5.1.1 La piattaforma web

Il canale più efficace per propagare il progetto è rappresentato da internet, pertanto è stato realizzato il sito web “thedesignerstree.com”, sul quale è possibile visionare i dati dell’indagine. La navigazione si svolge tutta sulla home, i grafici e le domande appaiono “in overlay” su questa, così da rendere più semplice l’esperienza dell’utente. Come spirito generale, la piattaforma vuole essere di facile fruizione: uno strumento per la raccolta di dati utili per costruire una definizione del panorama italiano, uno spazio per stimolare e condividere riflessioni.

5.1.2 La griglia

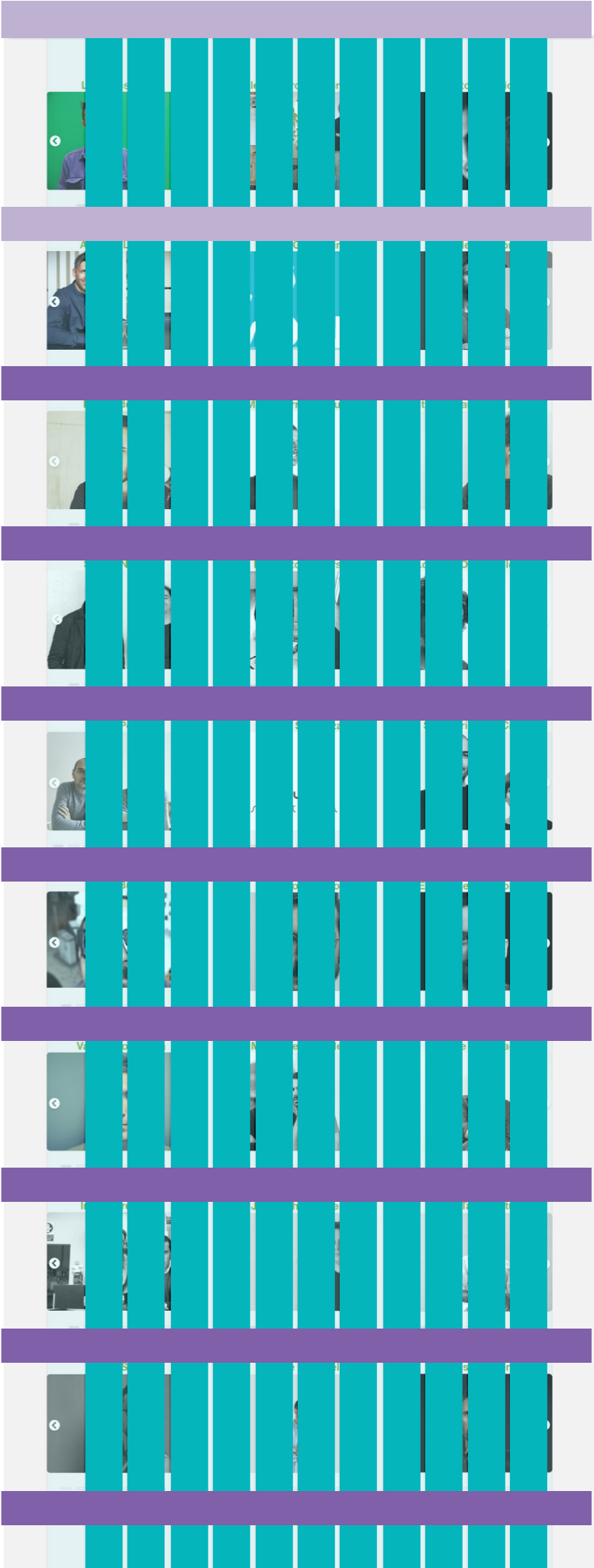


1: App bars

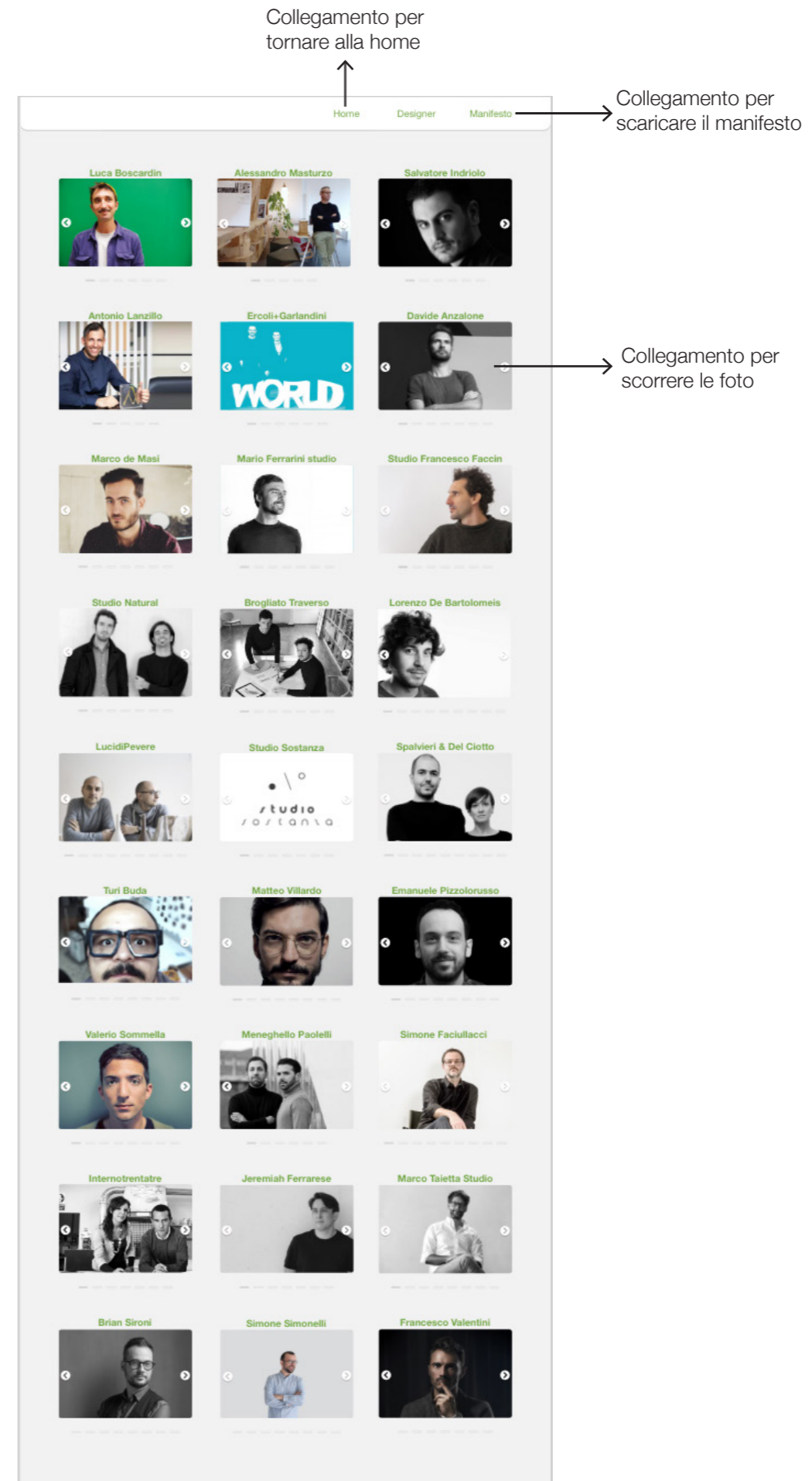
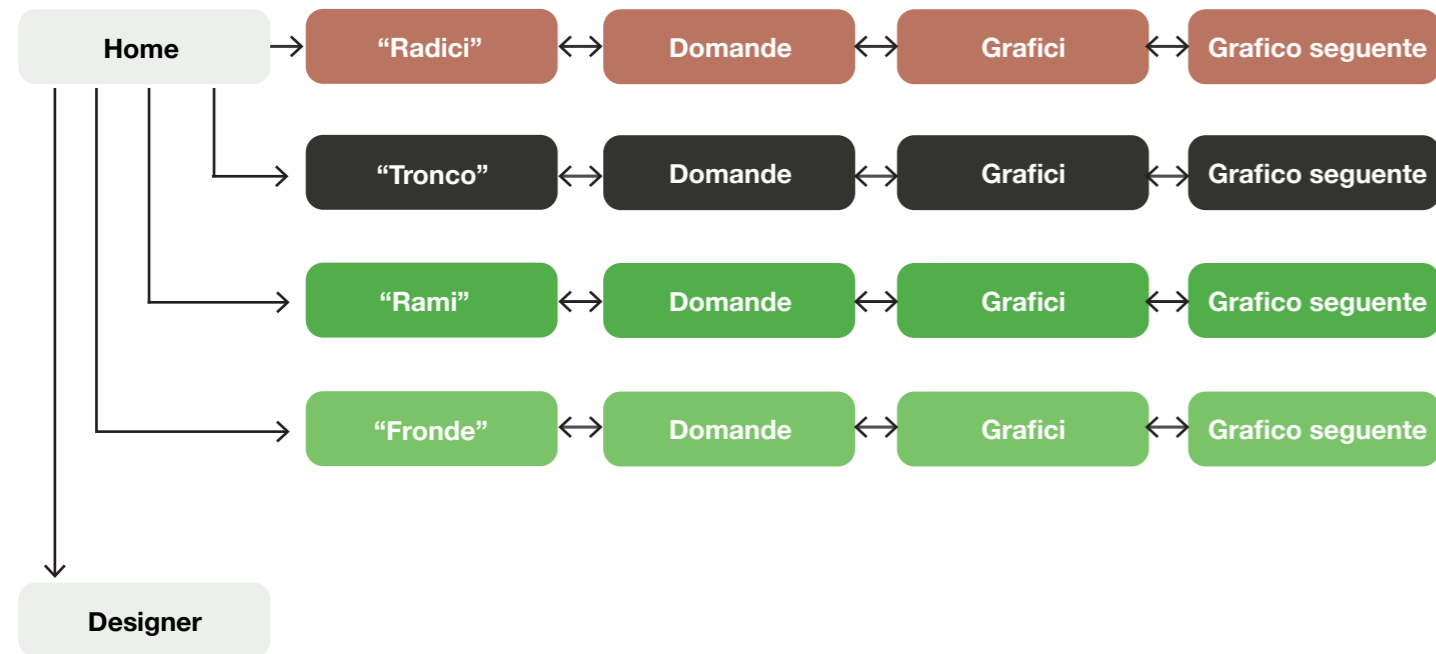
2: Colonne

3: Righe

4: Margine



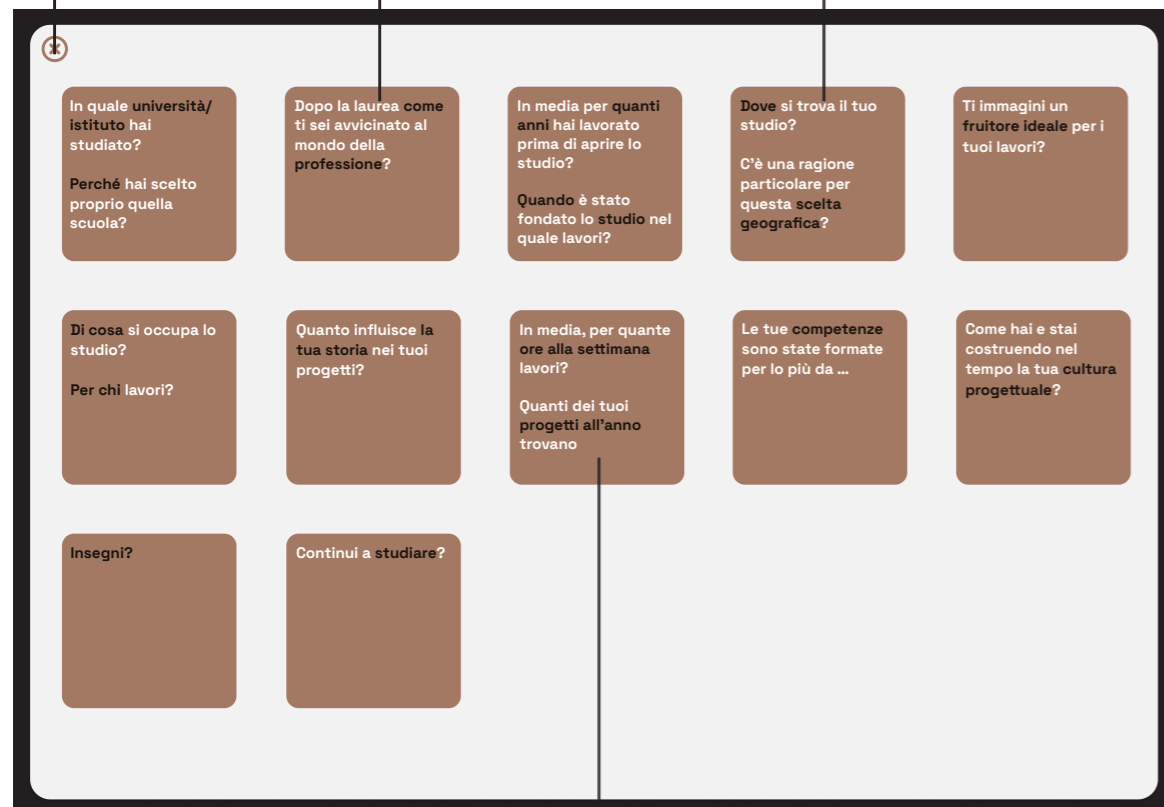
5.1.3 Flowchart



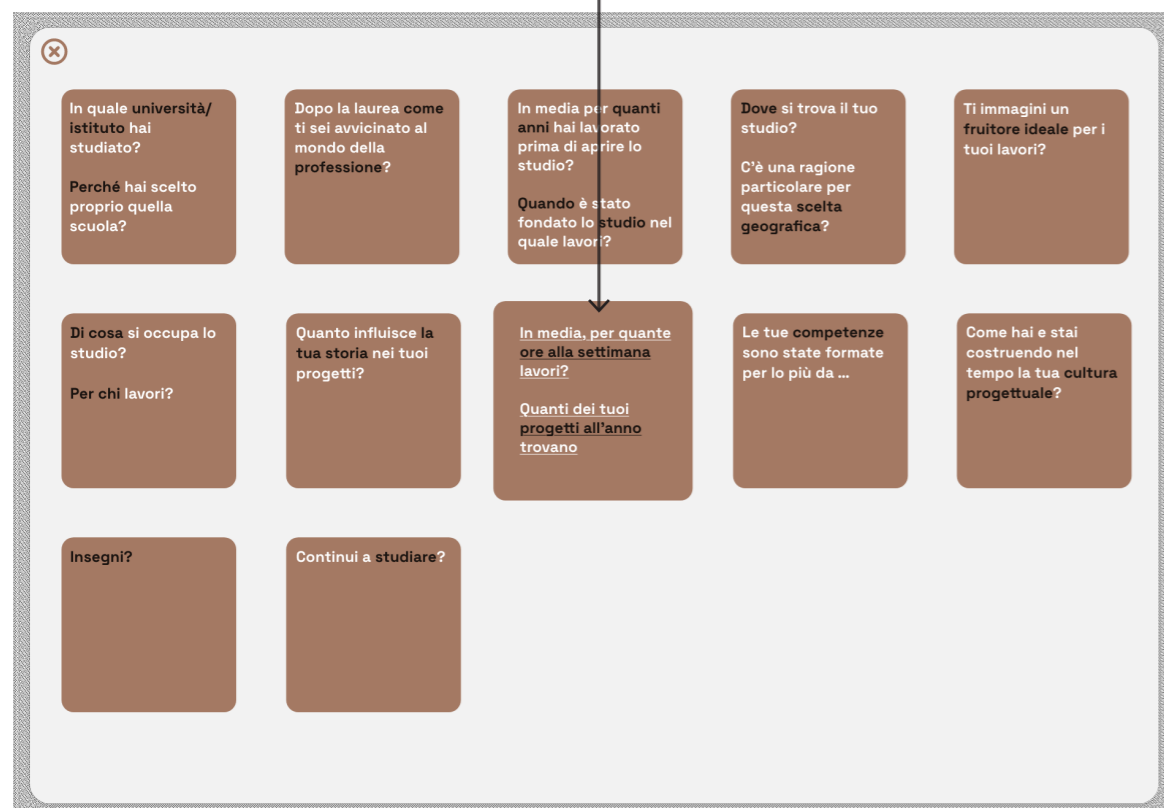
Chiudere la finestra

Collegamento per andare al grafico di riferimento

Le parole chiave sono evidenziate con un altro colore per facilitare la ricerca da parte dell'utente



Al passaggio del mouse sulla card, si ingrandisce per restituire un feedback all'azione dell'utente



Chiudere la finestra



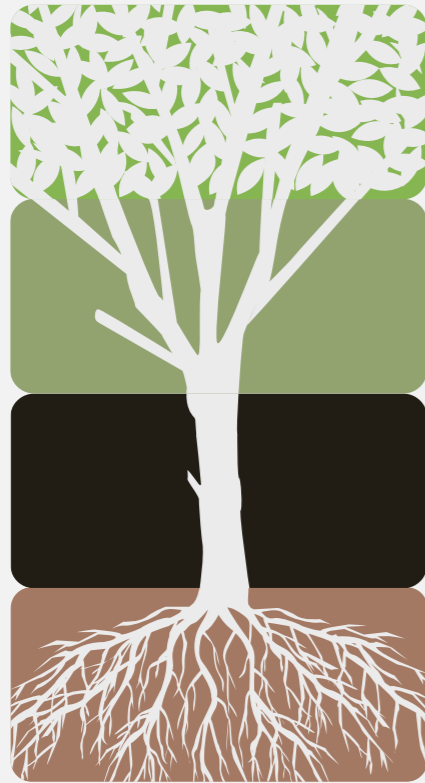
Collegamento per grafico precedente

Collegamento per leggere cosa c'è sotto "altro"

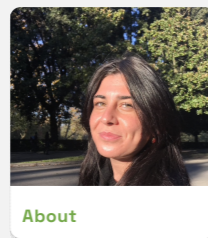
Collegamento per grafico successivo

The Designer's tree

Un dialogo con i designer under 45.



Scarica il manifesto
"The Designer's tree 2022"



Su tutte e tre le card, al passaggio del mouse appare il contenuto

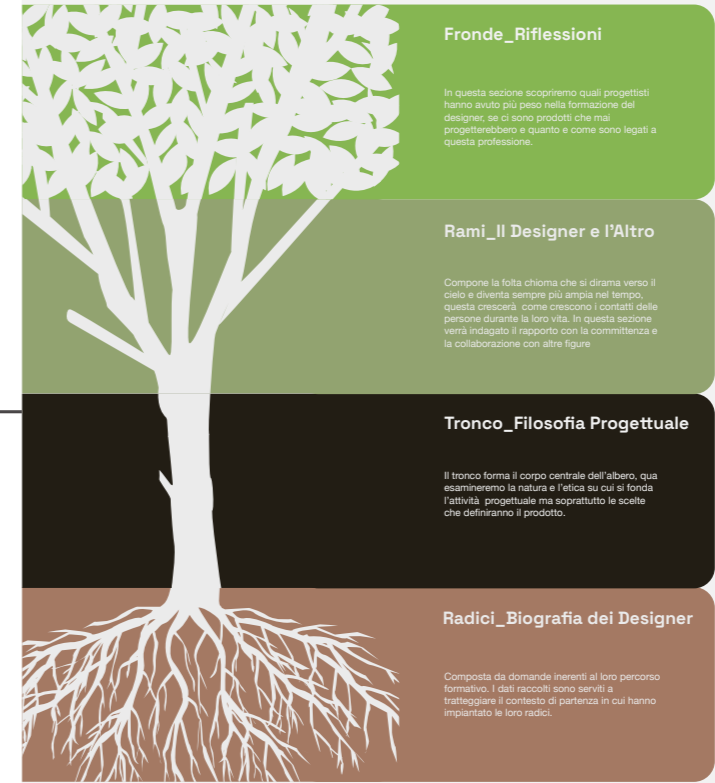
Al passaggio del mouse sul titolo della sezione, si sottolinea per restituire un feedback all'azione dell'utente

Al passaggio del mouse sul pulsante, si ingrandisce per restituire un feedback all'azione dell'utente

Collegamento alla sezione di presentazione dei designer

The Designer's tree

Un dialogo con i designer under 45.



Fronde_Riflessioni

In questa sezione scopriremo quali progettisti hanno avuto più peso nella formazione del designer, se ci sono prodotti che mai progetterebbero e quanto e come sono legati a questa professione.

Rami_Il Designer e l'Altro

Compone la folta chioma che si dirama verso il cielo e diventa sempre più ampia nel tempo, questa crescita, come crescono i contatti delle persone durante la loro vita. In questa sezione verrà indagato il rapporto con la committenza e la collaborazione con altre figure.

Tronco_Filosofia Progettuale

Il tronco forma il corpo centrale dell'albero, qua esamineremo la natura e l'etica su cui si fonda l'attività progettuale ma soprattutto le scelte che definiranno il prodotto.

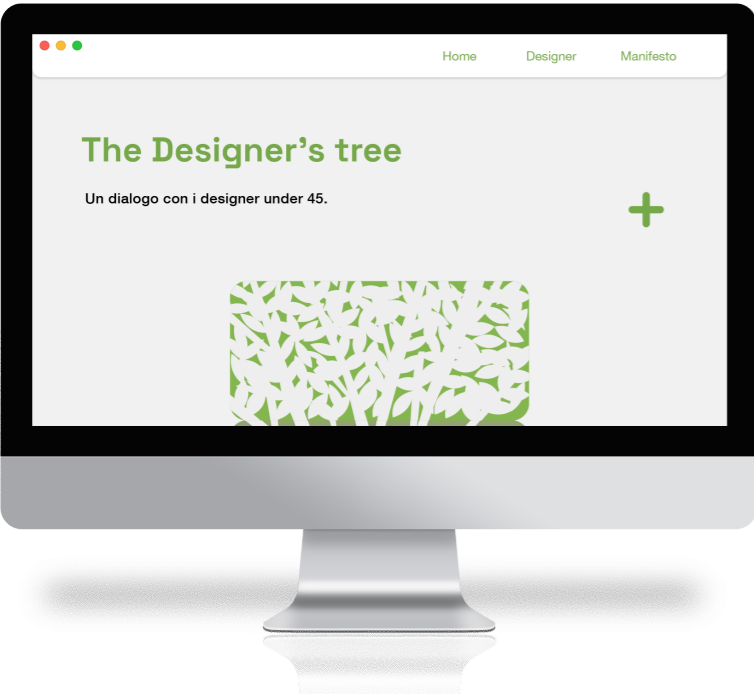
Radici_Biografia dei Designer

Composta da domande inerenti al loro percorso formativo, i dati raccolti sono serviti a tracciare il contesto di provenienza in cui hanno impiantato le loro radici.

Scarica il manifesto
"The Designer's tree 2022"



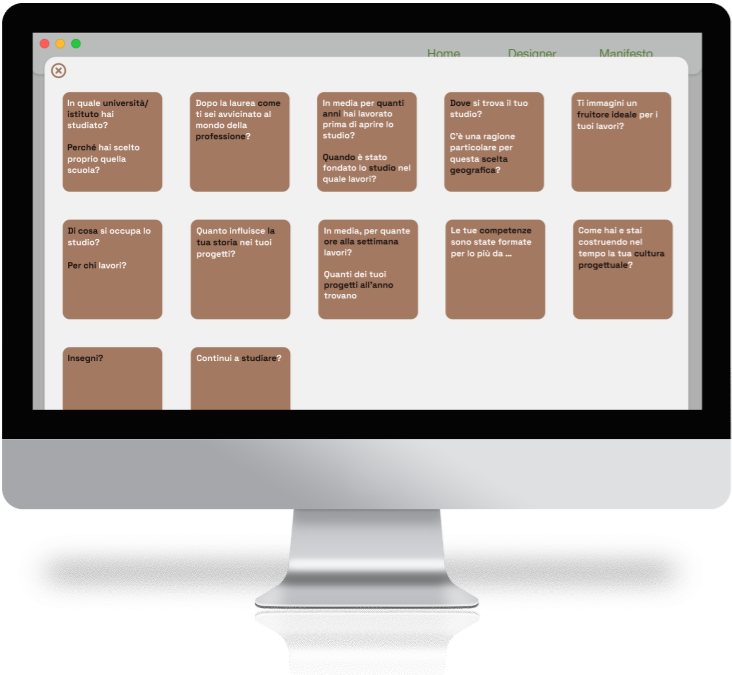
5.1.4 Mockup



Mockup Home Page Da PC e da mobile



Mockup Home Page Da PC e da mobile



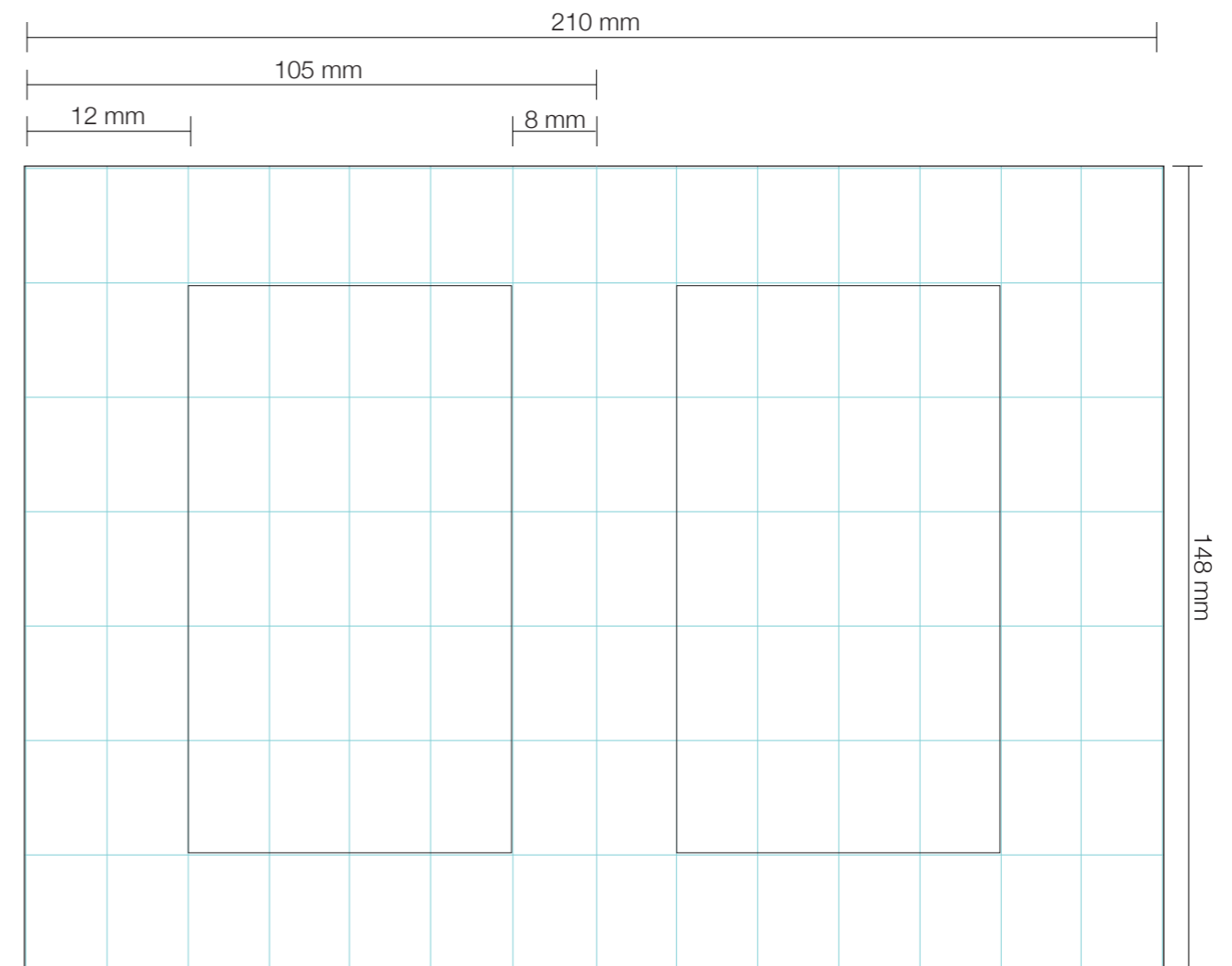
Mockup sezione domande Da PC e da mobile



5.2 Il taccuino

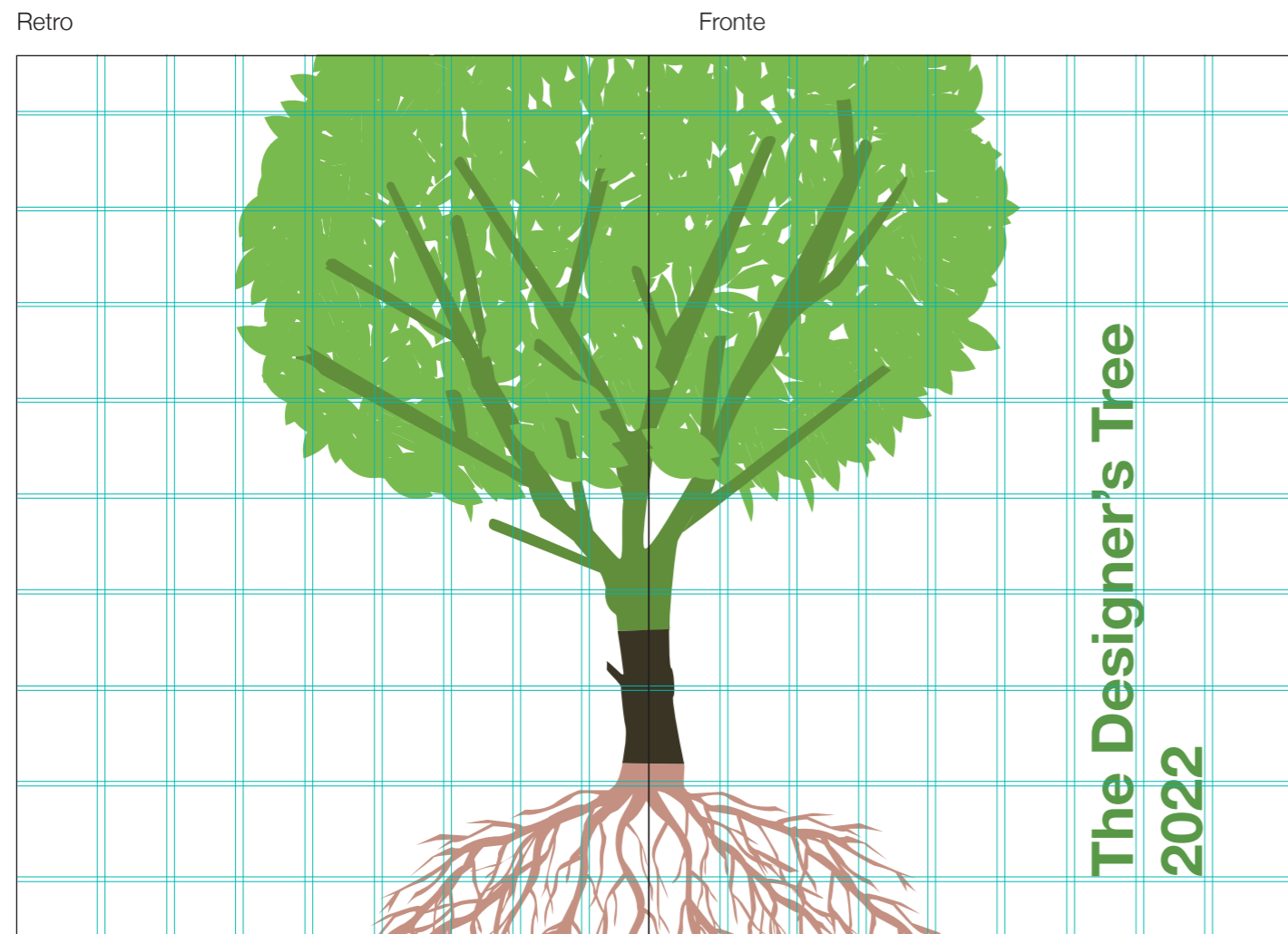
Il taccuino è un supporto alla lettura del sito. Contiene tutte le informazioni per avere una visione più completa del progetto. È una specie di guida che fa capire al lettore il percorso di ricerca che c'è stato dietro la realizzazione di "The Designer's Tree". Si spiegano quali siano gli obiettivi di progetto, si mostra l'identità dei designer e i criteri per i quali sono stati selezionati, come è stato costruito il questionario, si chiariscono le scelte grafiche e si mostrano alcuni grafici dai quali è possibile passare velocemente alla consultazione via web grazie alla presenza di un QR Code che semplifica il collegamento.

5.2.1 La griglia



Griglia 7x7

5.2.2 Copertina



5.2.3 Struttura

Space Grotesk
Bold
17pt

Helvetica Neue
Regular
8pt

Obiettivi

Obiettivo del progetto è creare un quadro di informazioni che possano risultare una utile bussola per aiutare i giovani designer esordienti e restituire una lettura critica delle direttrici in cui si orienta questa professione oggi, inoltre, considerato il requisito dell'età fondamentale per la selezione dei designer anche riuscire a dar voce a progettisti giovani.

I temi che vengono affrontati in questa ricerca sono:

- La composizione dello studio (per genere, per titoli di studio, per anni di esperienza, etc.)
- Le dinamiche (quanti si spostano rispetto ai luoghi di origine per formarsi e successivamente quanti si spostano per l'esercizio della professione)
- Il rapporto con la committenza
- Il rapporto con didattica e ricerca (quanti hanno continuato a studiare, quanti insegnano, sperimentazione o ricerca su materiali e tecniche, affiancamento professione/ricerca...)
- Gli indici di performance (numero di progetti/anno, tasso di successo, condizionamento del mercato, ...)
- L'interdisciplinarietà
- Il rapporto con il pubblico (dialogo con il pubblico, grado di influenza)
- Il rapporto con se (personalismo, soddisfazione e cambio di lavoro)
- La resilienza (rapporto con la pandemia e capacità di adattarsi al cambiamento)
- I valori (aspetti prioritari del progetto, principi, rapporto con la sostenibilità, riparabilità, circolarità, incarichi rifiutabili)

4

Designer

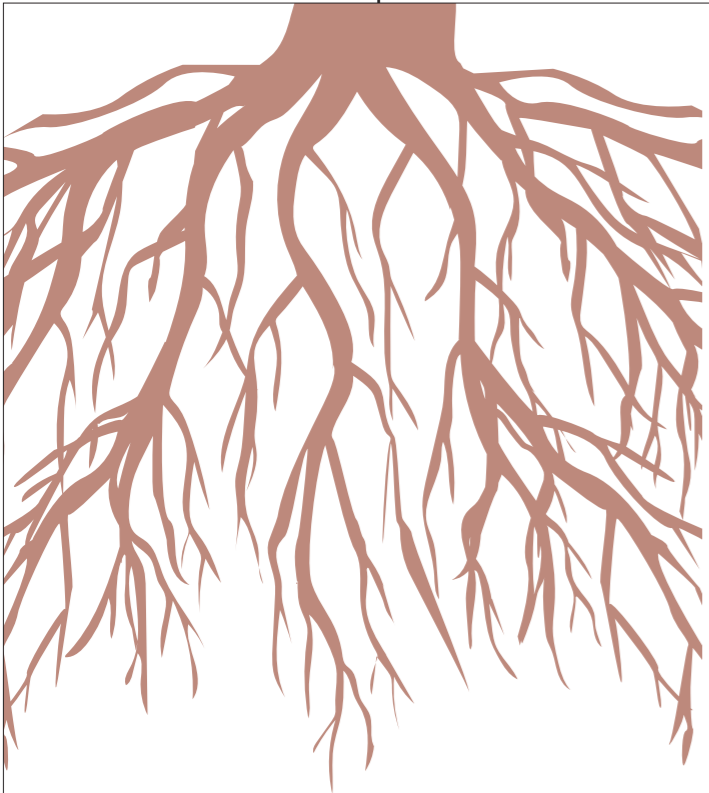
A partire dall'Osservatorio Permanente del Design di ADI Index, che ogni anno seleziona prodotti o sistemi di prodotto di ogni merceologia per concorrere al premio per l'innovazione ADI Index, sono stati selezionati 45 progettisti nelle categorie: design per l'abitare, design per l'illuminazione, design per la persona, food design, design per il lavoro, design dei materiali e dei sistemi tecnologici, design dei servizi, design per il sociale; aventi i seguenti requisiti:

- 1) Età inferiore ai 45 anni
- 2) Industrial Designer
- 3) Italiani, poichè l'Italia è leader mondiale del settore del design industriale.

Questa selezione di 45 designer, che presenta al loro interno specifiche qualità ed orientamenti, è stata ritenuta funzionale a dare espressione a quelle che sono le tendenze in atto nel panorama dei giovani designer italiani. Di questi, 30 Designer hanno compilato il questionario, che si compone di 35 domande a risposta multipla suddivise in 4 macroaree: la "biografia dei designer", la "filosofia progettuale", "il designer e l'altro" e le "riflessioni".

5


Illustrazione che indica in quale sezione ci si trova



Le radici

I prossimi due grafici mostrano le risposte alle domande: "In quale università/istituto hai studiato?" e "Perché hai scelto proprio quella scuola?" Sono state le prime di domande a risposta multipla poste nel questionario.

Per approfondire e accedere direttamente alla sezione nel sito, scannerizza qua:

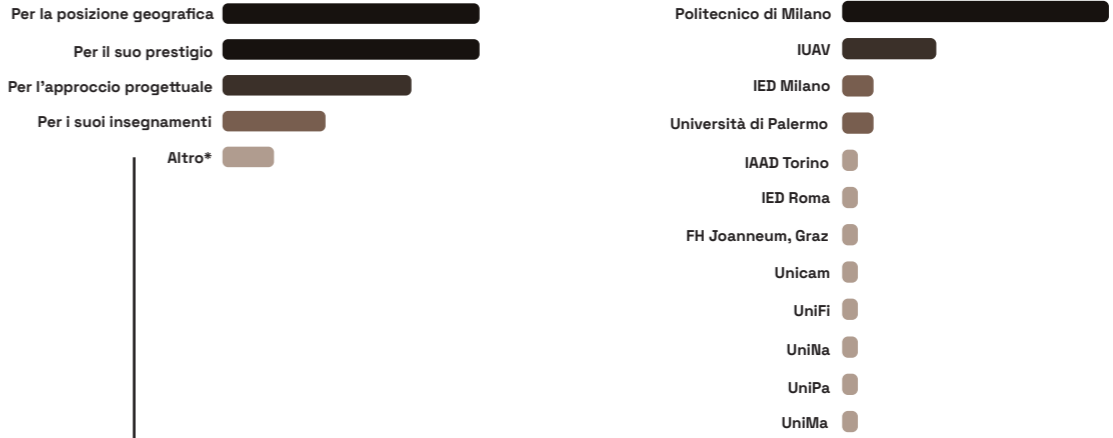


Helvetica Neue
6,5 Pt

Elemento grafico che ci indica in quale sezione ci troviamo

La scelta dell'ateneo è influenzata da moltissimi fattori. Per capire la motivazione principale e quindi quella che direziona la scelta (in questo caso il Politecnico di Milano), è stato chiesto di dare rilevanza alle seguenti opzioni, tra queste il Politecnico di Milano risulta spiccare per prestigio e posizione geografica pertanto a riprova anche del fatto che Milano rappresenta il cuore pulsante del design in Italia

Questo grafico ci mostra dove hanno studiato i designer. Dalla scelta dell'istituto o dell'università di può sapere quale tipo di formazione progettuale hanno avuto. Il Politecnico di Milano, migliore ateneo d'Italia e 139esimo al mondo (Sole 24 ore 8 giugno 2022) si conferma al primo posto come università più scelta.



Motivazione	Politecnico di Milano	IUAV	IED Milano	Università di Palermo	IAAD Torino	IED Roma	FH Joanneum, Graz	Unicam	UniFi	UniNa	UniPa	UniMa
Per la posizione geografica	████████████████████	████████████████	████████████	██████████	████████	██████	████	████	████	████	████	████
Per il suo prestigio	████████████████████	████████████████	████████████	██████████	████████	██████	████	████	████	████	████	████
Per l'approccio progettuale	████████████████████	████████████████	████████████	██████████	████████	██████	████	████	████	████	████	████
Per i suoi insegnamenti	████████████████████	████████████████	████████████	██████████	████████	██████	████	████	████	████	████	████
Altro*	████████████████████	████████████████	████████████	██████████	████████	██████	████	████	████	████	████	████

14

15

Space Grotesk
Bold
6,5 pt

5.2.4 Mockup

Le radici

I prossimi due grafici mostrano le risposte alle domande: "In quale università/istituto hai studiato?" e "Perché hai scelto proprio quella scuola?" Sono state le prime due domande a risposta multipla poste nel questionario.

Per approfondire e accedere direttamente alla sezione nel sito, scannerizza qua:



Mediante la lettura del codice QR si può accedere direttamente alla sezione dei grafici interessata.



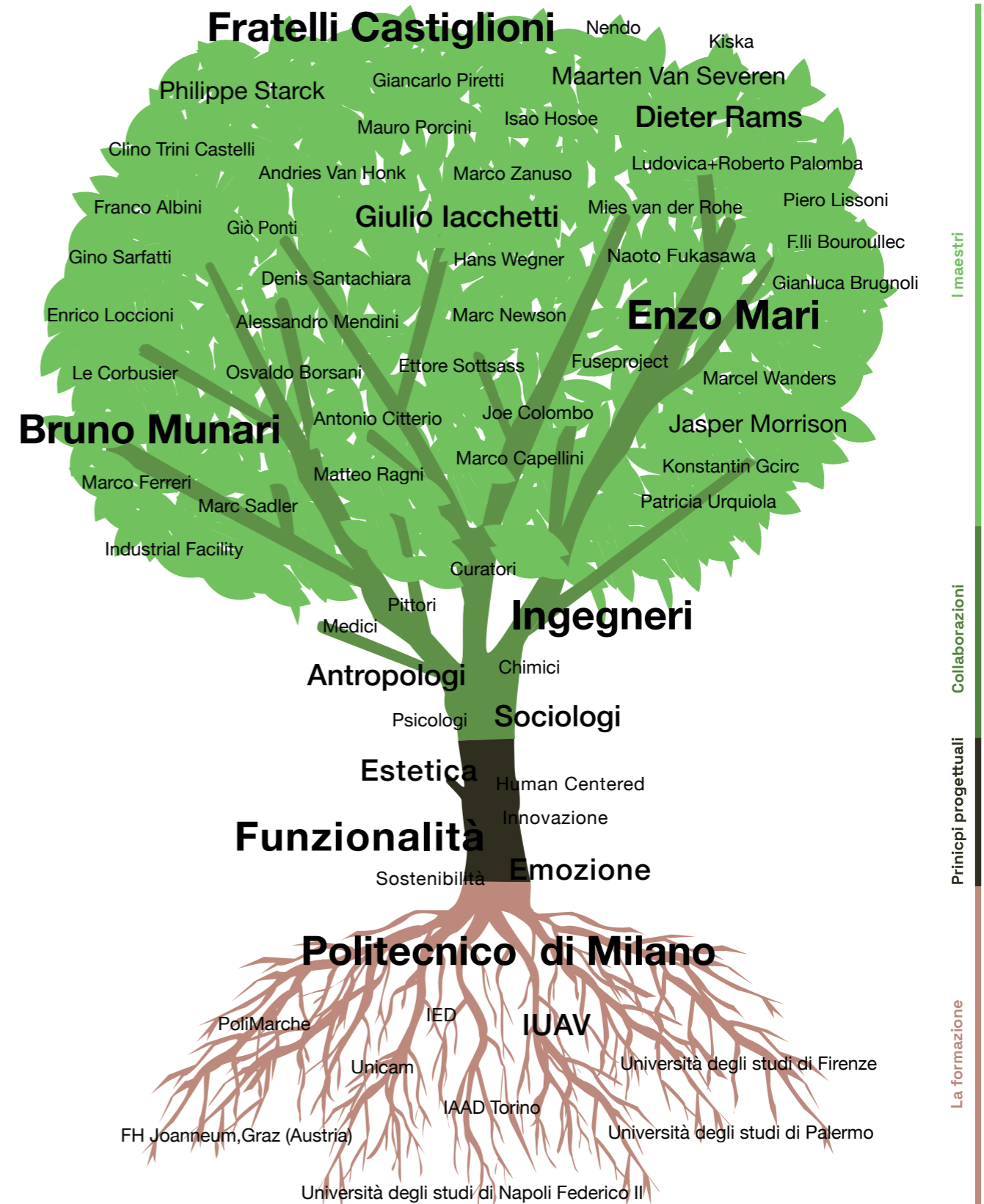
5.3 Manifesto

Il manifesto dà figura ai dati del questionario inviato a Dicembre 2021 e indirizzato a 40 designer Under 45 selezionati dall'Osservatorio Permanente del Design per concorrere al premio per l'innovazione ADI Index. Il questionario era composto da 35 domande a risposta multipla ed era finalizzato a individuare aspetti significativi del ruolo del designer oggi: si restituiscono qui, nel manifesto, alcune risposte ritenute più significative per descrivere tali aspetti.

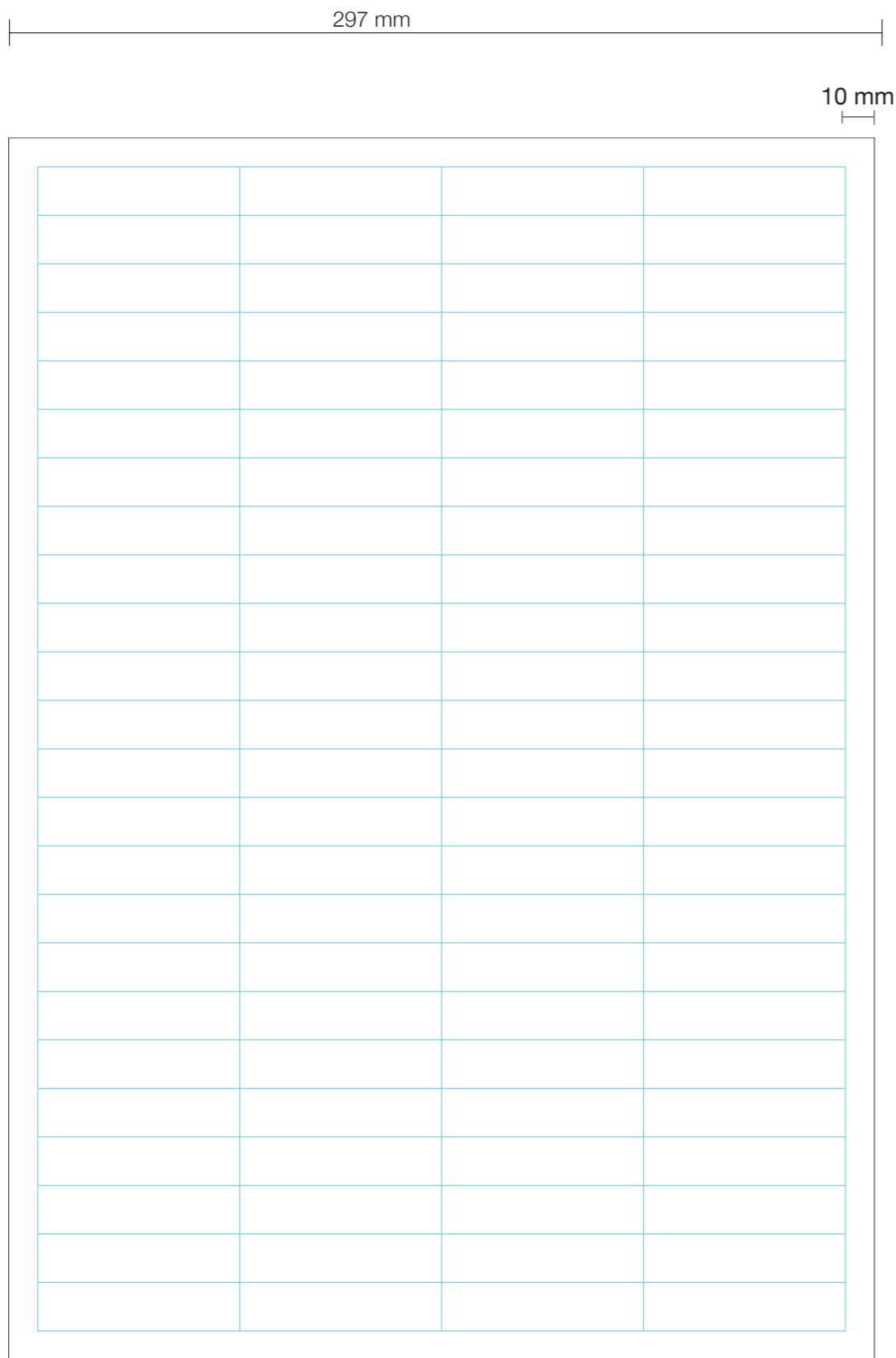
Al centro del manifesto l'albero, il designer, diviso nelle quattro sezioni: radici, tronco, rami e fronde le stesse che ci accompagnano durante tutto il progetto. Nelle radici ho rappresentato i dati riferiti alla formazione, sul tronco quelli riferiti ai principi progettuali, sui rami le collaborazioni più frequenti e sulle fronde i maestri, i punti di riferimento dei Designer. I dati sono rappresentati in forma di Word Cloud.

The designer's Tree 2022

Un dialogo con i designer under 45.



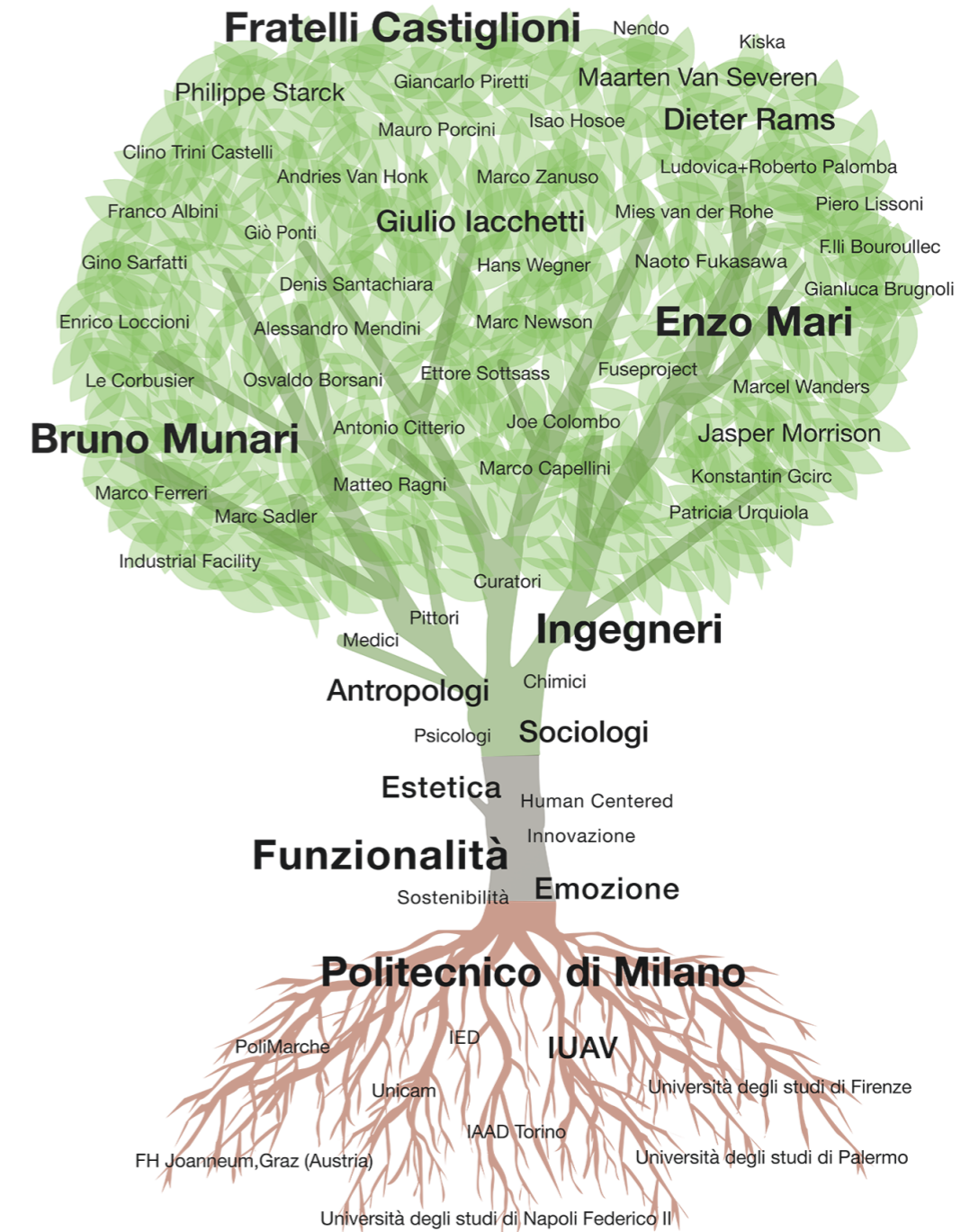
4.8.1 La griglia



Griglia 4x24

The designer's Tree 2022

Un dialogo con i designer under 45.



Bibliografia

Colin G. Troiano A. (2014) *Le mappe del sapere, visual data di arti, nuovi linguaggi, diritti l'infografica ridisegna le conoscenze*; Milano: Rizzoli

Krum R. (2013) *Cool Infographics: Effective Communication with Data Visualization and Design*; Hoboken: Wiley

Shaoqiang W. (2017) *Infographics. Designing & visualizing data*; Roma: Promopress;

Branzi A. (2018) *Il Design, storia e controscoria*; Firenze: Giunti

Schianchi F. (2020) *Il Design salverà il mondo, assunti e riflessioni*; Milano: Bliblion International Monographs

Dardi D. Pasca V. (2019) *Manuale di storia del design*; Milano: Silvana Editoriale

Sitografia

Report Symbola: <https://www.symbola.net>

Selezione Designer_ Adi Index: <https://www.adi-design.org/index.php?q=m=storico&s=index>

Designer:

LucidiPevere: <https://lucidipevere.com/studio/> , <https://www.depadova.com/it/designer/lucidipevere/>

Ercoli + Garlandini: <http://ercoligarlandini.com>

Davide Anzalone: <https://www.davideanzalone.com>, <https://www.behance.net/davideanzalone>

4P1B DESIGN STUDIO: <https://p4.design>

Simone Fanciullacci: <https://www.simonefanciullacci.com/about/>

Peppino Lopez: <https://www.peppinolopez.it/en/>

Francesco Valentini e Lorenzo Ponzelli : <https://www.francesco-valentini.com/bio/> , <https://www.architonic.com/en/microsite/lorenzo-ponzelli/10002496> , <https://mandelli.it/en/designers/lorenzo-ponzelli-francesco-valentini/> , <https://www.professionearchitetto.it/press/prodotti/eclisse-40-collection-incorniciare-nuove-prospettive/>

Alessandro Masturzo Design Studio: <https://www.alessandromasturzo.com> , <https://www.linkedin.com/in/alessandro-masturzo-04a55331/?originalSubdomain=it> , <https://www.archiproducts.com/en/designers/alessandro-masturzo>

Meneghello Paoletti Associati: <https://www.meneghellopaoletti.com> , <https://ceramicabardelli.com/it/designers/meneghello-paoletti-associati-ceramica-designer> , <https://www.luceplan.com/designers/meneghello-paoletti-associati>

Lorenzo De Bartolomeis: http://www.lorenzodebartolomeis.com/lorenzo_de_bartolomeis/index.html , <https://www.unibo.it/sitoweb/lorenzo.de2> , <https://www.tonelli-design.it/lorenzo-de-bartolomeis/>

Turi Buda: <http://www.turibuda.com> , <https://www.linkedin.com/in/turibuda/?originalSubdomain=it> , https://www.pinterest.it/turibuda/_saved/

Matteo Vilardo: <https://mvst.it> , <https://www.linkedin.com/in/matteo-vilardo-09774a20/?originalSubdomain=it>

Salvatore Indriolo: <http://www.salvatoreindriolo.it>, <https://www.zanotta.it/it/heritage/designers/salvatore-indriolo>

Brogliato Traverso: <https://brogliatotraversono.com> , <https://www.cappellini.com/en/designer/brogliatotraversono>

ddpstudio: Gabriele Diamanti, Lorenzo De Bartolomeis Filippo Poli: <http://www.ddpstudio.eu/about-us/> , <https://www.linkedin.com/company/ddpstudio/?originalSubdomain=it>

Studio Sostanza: <http://studiosostanza.it>

Jeremiah Ferrarese: <https://colos.it/it/designer/jeremiah-ferrarese>, <https://www.linkedin.com/in/jeremiah-ferrarese-b28a9943/?originalSubdomain=it>

Emanuele Pizzolorusso: <https://pizzolorusso.com> , https://www.mudeto.it/emanuele_pizzolorusso.htm , <https://www.connox.com/designers/emanuele-pizzolorusso.html>

Luca Boscardin: <https://lucaboscardin.com> , https://monpetitart.com/en/12_luca-boscardin , <https://toydesign.altervista.org/toy-design/>

Antonio Ianzillo: <https://antoniolanzillo.com/about-2> , <https://www.linkedin.com/in/antoniolanzillo/?originalSubdomain=it>

Simone Simonelli: <https://www.linkedin.com/in/simonesimonelli/?originalSubdomain=it>

Studio Natural: <https://www.studionatural.it/about-us>, <https://www.lovetheesign.com/app.php/uk/designer/studio-natural> , <https://www.foscarini.com/it/designer/studio-natural/>

Marco Taietta: https://www.adi-design.org/2013_a02626 , <https://www.marcotaietta.com/chi-sono/>

Brian Sironi: <https://www.briansironi.it/about/> <https://www.ad-italia.it/news/2021/06/19/eccellenza-italiana-adi-design-index-2020/>

CMP Design: <https://www.cmp-design.com/our-studio> , <https://www.pedrali.com/it-it/designers/cmp-design> , <https://www.architonic.com/en/microsite/cmp-design/10000681>

Valerio Sommella: <https://www.sommella.com>

Mario Ferrarini: <https://www.marioferrarini.com/studio/> , <https://www.adi-design.org/index.php?q=m=storico&s=index>

, https://livingdivani.it/en/designers/mario_ferrarini/

Francesco Faccin: https://francescofaccin.it/F_About ,
<https://www.et-al.it/en/designer/francesco-faccin.html>

Spalvieri & Del Ciotto: <https://www.spalvieridelciotto.com/studio/> , <https://www.poltronafrau.com/en/designer/spalvieri-del-ciotto> ,
<https://www.magisdesign.com/it/designer/spalvieri-del-ciotto/>

Marco De Masi : https://www.handsondesign.it/portfolio_page/marco-de-masi/ <https://www.officinetamborri-no.com/it/designers.asp?id=17>

Inernotrentatre: <http://www.internotrentatre.it/about/> ,
<http://www.promotedesign.it/index.php?p=internotrentatre&lang=it>

Italia Leader Mondiale Settore del Design:

https://www.corriere.it/economia/aziende/20_novembre_26/design-economy-2020-l-italia-leader-mondiale-design-aumenta-competitivita-sistema-produttivo-c3ecffb2-2fd5-11eb-a612-c98d07fbf341.shtml

Report Intesa San Paolo: L'industria italiana del mobile: sfide e opportunità di crescita https://group.intesasanpaolo.com/content/dam/portalgroup/repository-documenti/newsroom/news/Industria_Italiana_Mobile_Sfide_Opportunita_Crescita.pdf

Open Knowledge Foundation. Open Data Handbook
- What is Open Data, 2020. <https://opendatahandbook.org/guide/en/what-is-open-data/>.

Open Data definition; Open definition. 2020. <https://opendefinition.com>

Portale Europeo dei dati. Cosa sono i dati aperti?
— Portale Europeo dei Dati, 2020. URL <https://www.europeandataportal.eu/it/training/what-open-data>

Wikipedia. History of Data Visualization, 2020. URL <https://en.wikipedia.org/wiki/DatavisualizationHistoryof-datavisualization>

Image of the studio: <http://imageofthestudio.com/explore/by-the-numbers>

Grafica Italia: un'indagine sullo stato dell'arte della professione: <https://www.frizzifrizzi.it/2020/02/11/grafica-italia-unindagine-sullo-stato-dellarte-della-professione/>

Limes, la forza delle immagini: <https://www.limesonline.com/rubrica/la-forza-delle-immagini>

Cosa è il design oggi? <https://www.frizzifrizzi.it/2016/04/12/design-oggi/>

Webinar: <https://www.symbola.net/approfondimento/design-creativita-e-made-in-italy-il-progetto-come-leva-strategica-per-linnovazione-dimpresa/>

Violetta Barba Sperimentazione: <https://www.violetta-barba.com/we-mould>

Federica Fragapane: <https://www.behance.net/FedericaFragapane>
<https://www.storybench.org/federica-fragapane-on-using-minimalistic-shapes-lines-and-tree-branches-to-convey-powerful-stories/>

Francesco Franchi: <http://www.francescofranchi.com/projects/infographics/analisigrafica>

Data Visualization: <http://tomdavie.design/dataviz>

Density Design Lab: <https://densitydesign.org>

Esempi di Infografiche:

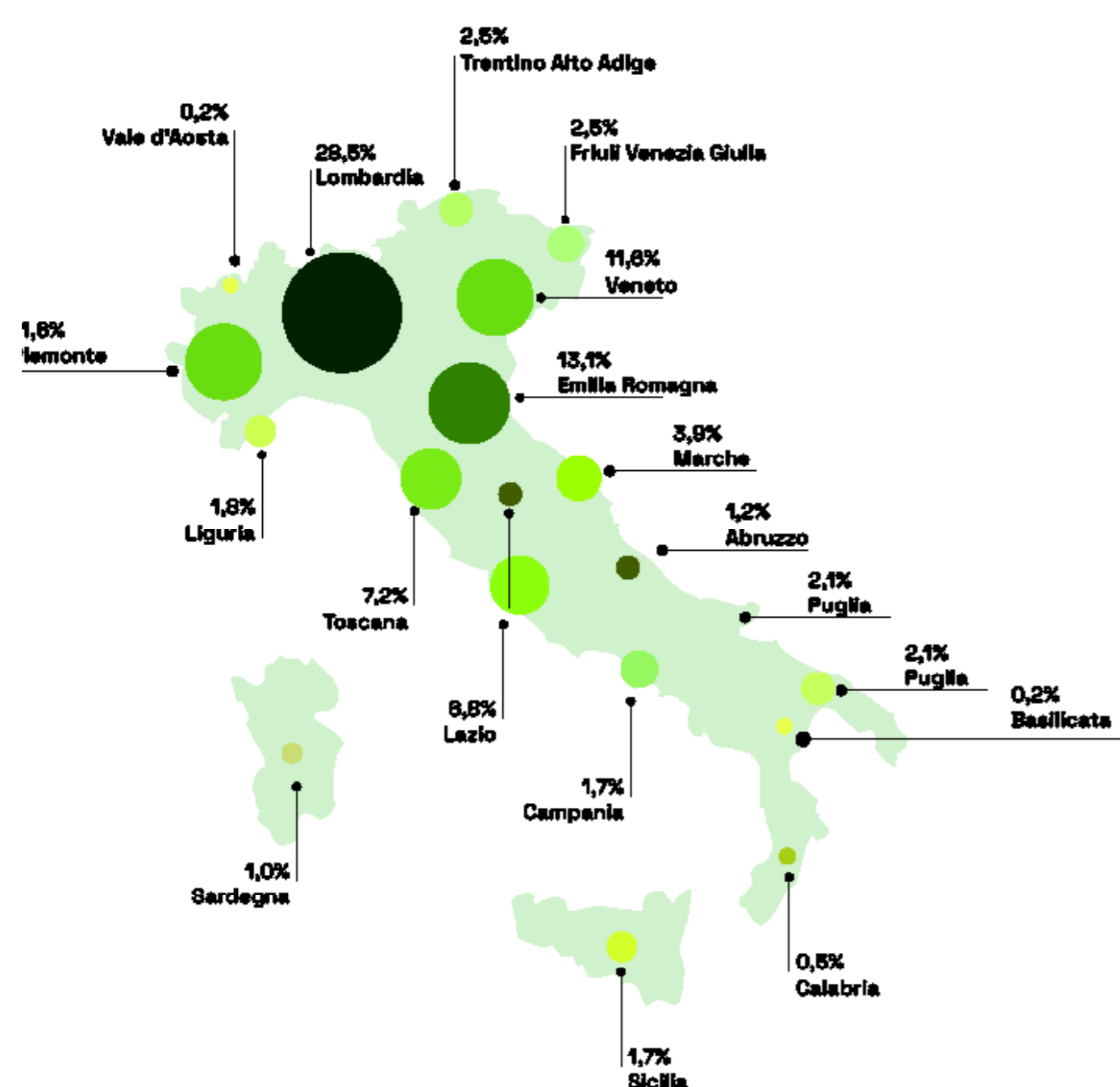
<https://infoetry.densitydesign.org/infoetries/italians-leisure-time-activities.html>
<https://orlaghobrien.com/emotions-colour-research>
<https://www.flickr.com/photos/densitydesign/6431913399/in/album-72157628222445801/>
<https://archive.org/details/usingchartsgraph00whit/page/54/mode/2up>
<http://mgmtdesign.com/flags/>
<https://www.tizianaalocci.com>

The Designer's tree

Scenario di progetto

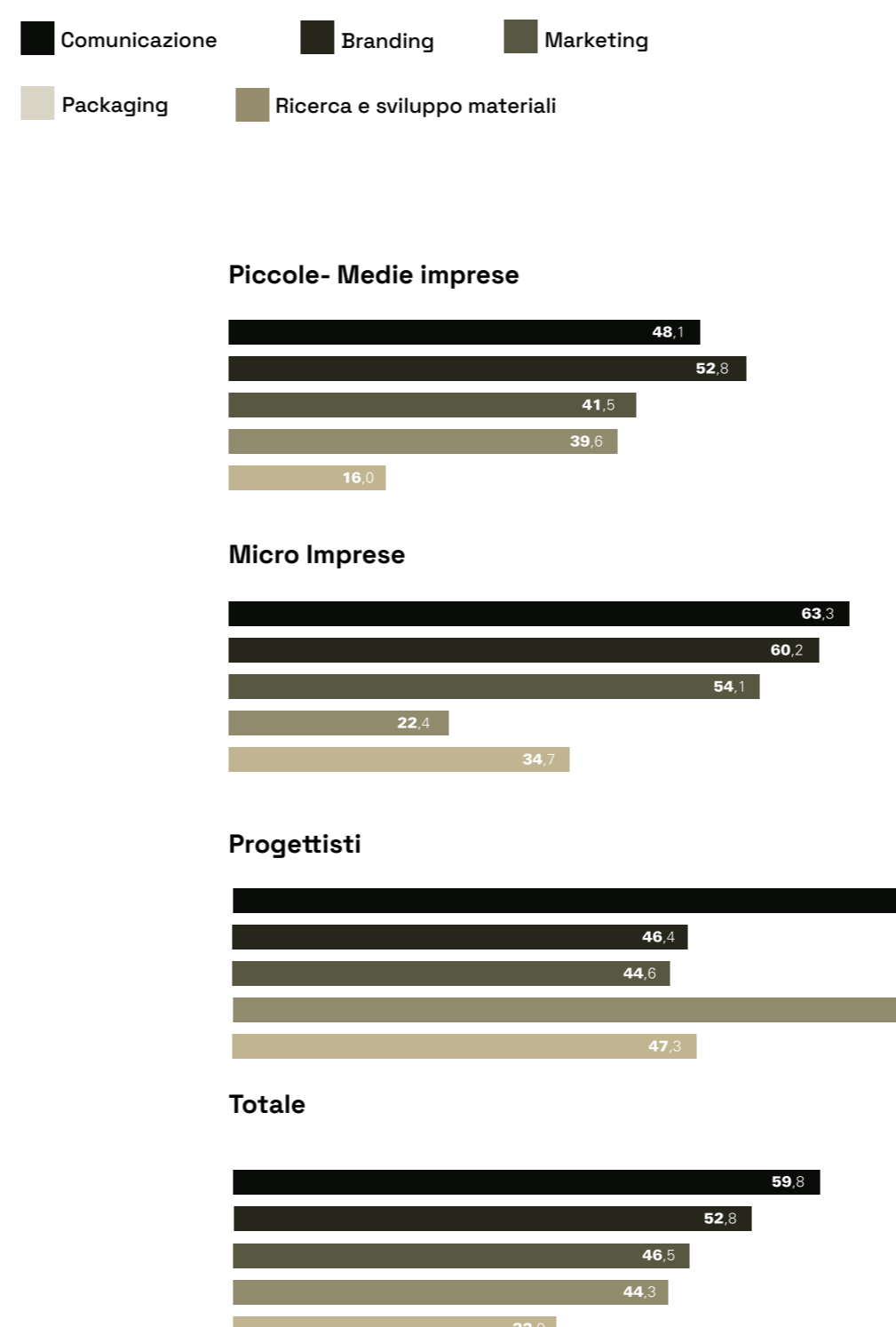
L'obiettivo del progetto è quello di indagare e mappare i temi con cui si confronta il design contemporaneo italiano in un dialogo con gli autori attraverso i temi di ricerca, campi applicativi, influenze culturali, obiettivi della professione, rapporto con la committenza. L'indagine è rivolta ad un pubblico giovane che si avvicina al mondo del progetto. Attraverso la restituzione grafica dei dati aggregati e ragionati, The Designer's Tree intende proporsi come una bussola per orientarsi in uno scenario poliedrico ed articolato del design in Italia

Distribuzione regionale dell'occupazione nel settore del design

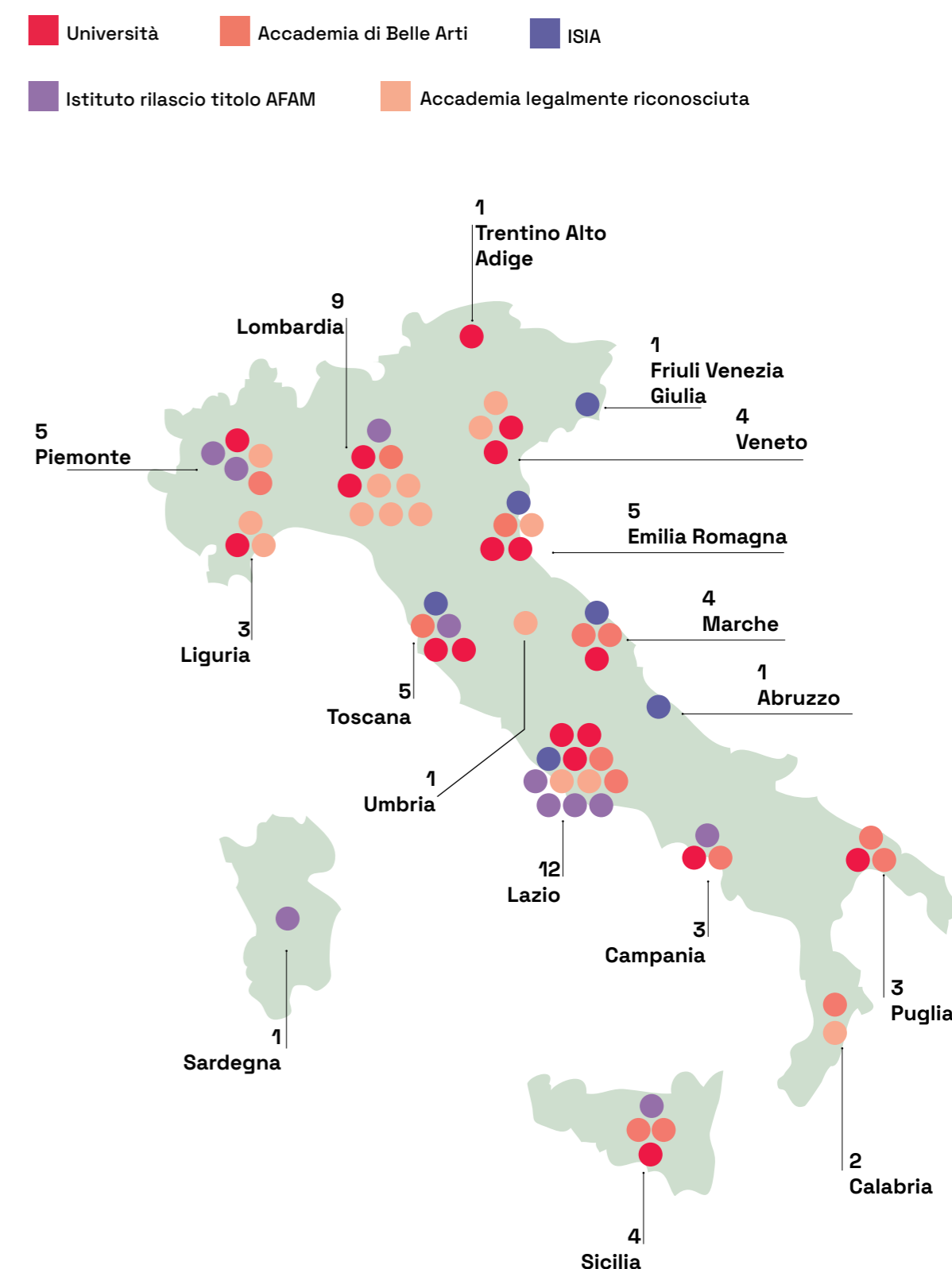


FORNTE: Indagine indipendente Symbola Deloitte Private PoliDesign ADI Autunno 2022

Principali attività correlate ai servizi di design



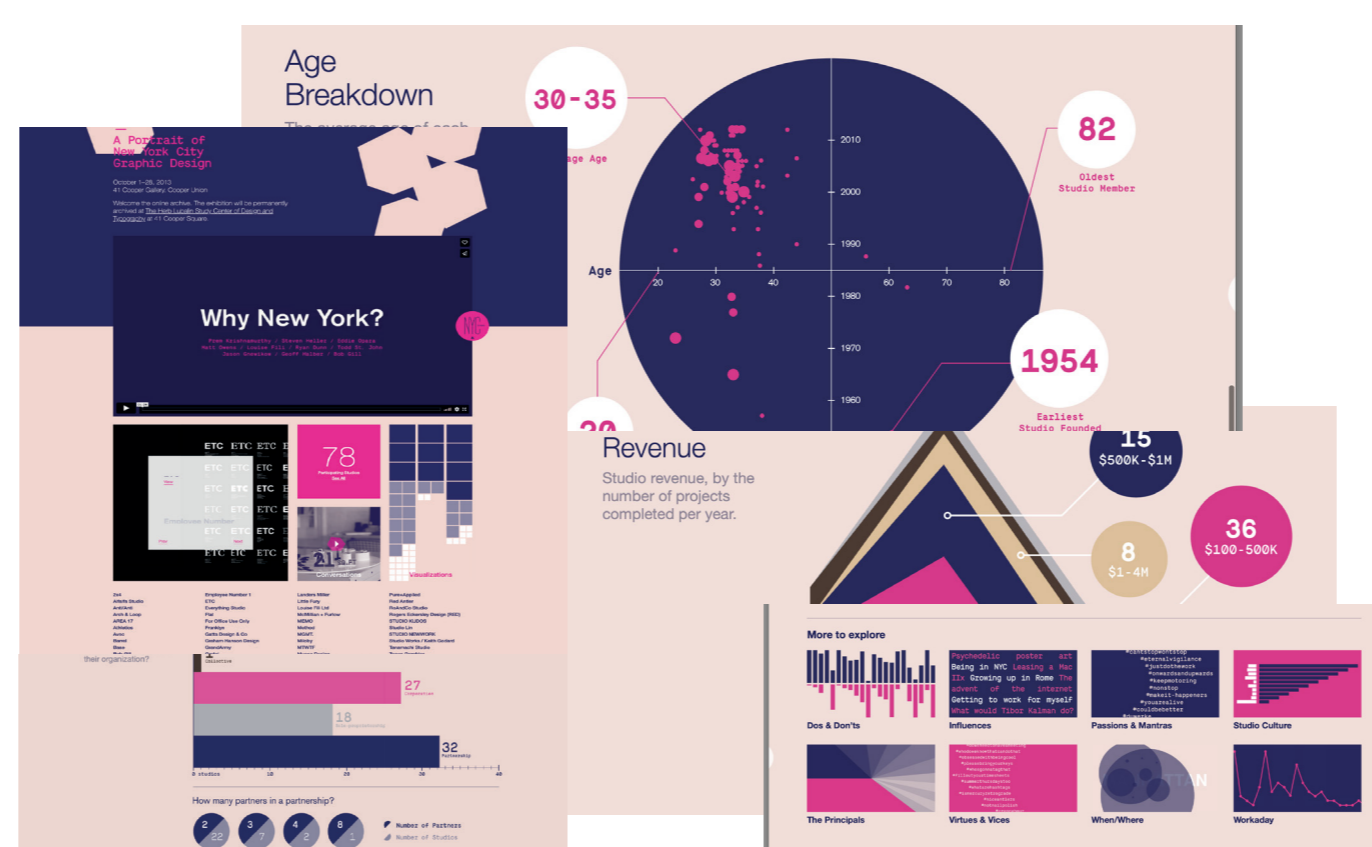
Distribuzione geografica degli istituti di Design



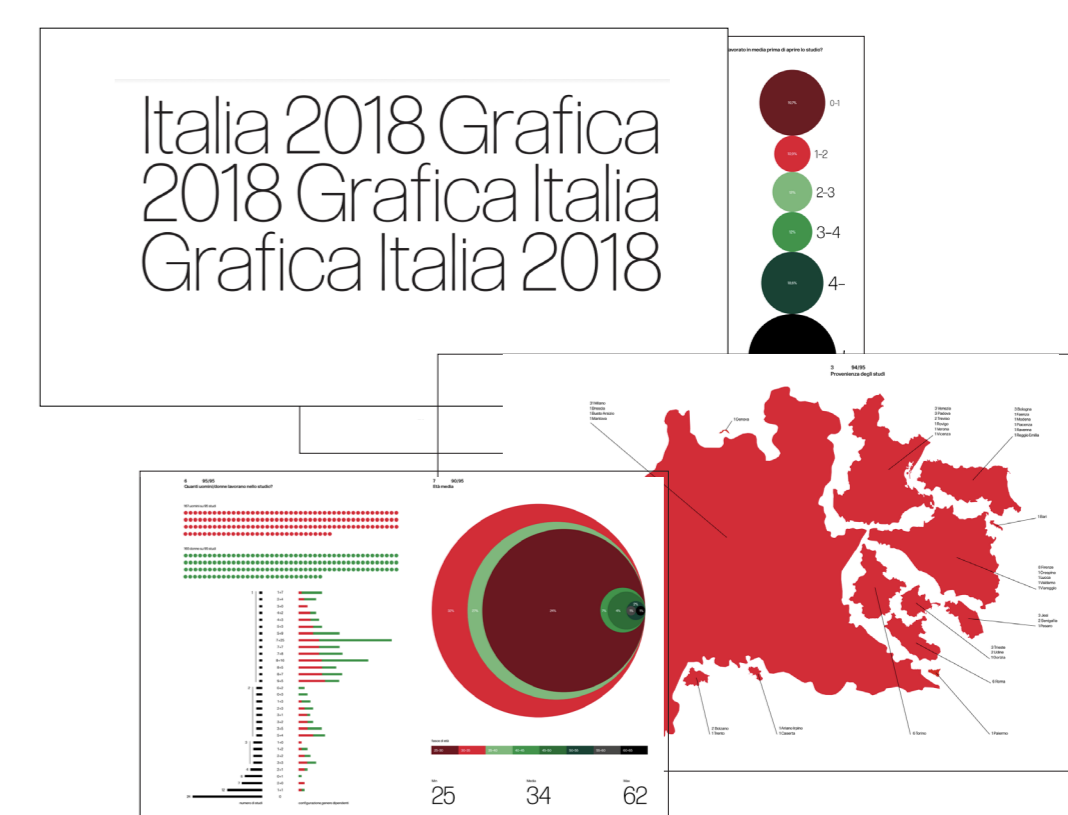
Casi studio



Symbola è la Fondazione che promuove e aggrega le Qualità Italiane. Con ricerche, eventi e progetti raccontiamo aziende e istituzioni che migliorano il Paese puntando su innovazione e sviluppo, bellezza e creatività, capitale umano e territorio.



"Image of the Studio" piattaforma web che presenta i risultati di un questionario che è stato somministrato ai principali studi di grafica con sede a New York.



"Italia Grafica 2018" è il progetto di tesi di Laurea Magistrale all'ISIA di Urbino di Flavia Lunardi. In questo progetto si cerca di chiarire alcuni aspetti sulla professione del grafico in Italia

Alcuni prodotti progettati dai designer under 45 intervistati per meglio comprendere quale sia lo scenario di progetto analizzato e poter immaginare quale sia il panorama futuro



The Designer's tree

Layout e contenuti di progetto

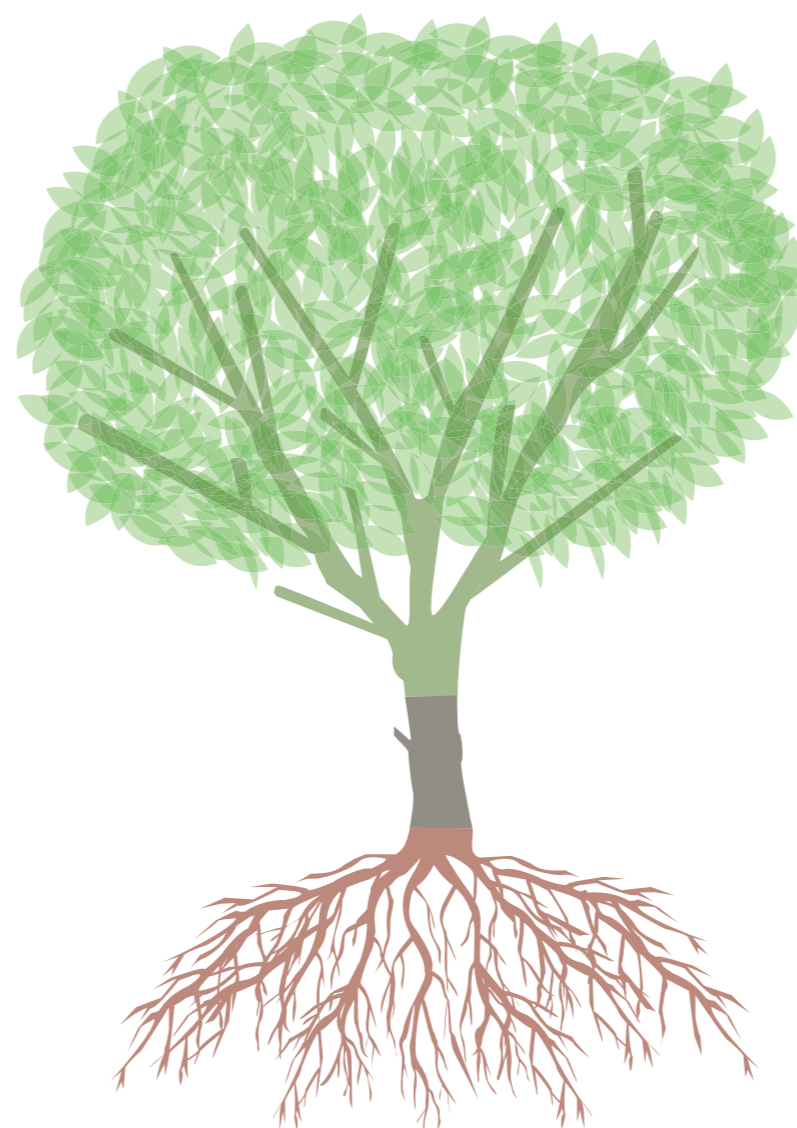
PALETTE CROMATICA

Soggetto del progetto è il designer, che viene rappresentato con un albero. Ad ogni parte dell'albero (radici, tronco, rami, fronde) corrisponde una sezione nella quale sono stati divisi i grafici.

- 1) Le radici corrispondono alla sezione nella quale si affronta l'argomento della formazione e dello sviluppo dello studio.
- 2) Il tronco dove si trovano tutte le informazioni riguardanti la natura e l'etica sulla quale si fonda il progetto.
- 3) I rami che ci aiutano a capire il rapporto con l'altro, con la committenza e con altre figure professionali
- 4) Le fronde dove si affrontano delle riflessioni sulla professione del designer.

La palette cromatica è composta dai colori caratterizzanti dell'albero, soggetto centrale del progetto, metafora per definire il designer. Ad ogni sezione dell'albero (rami, fronde ecc.) è stato attribuito un colore e i rispettivi gradienti.

	R:230; G:231; B:122. C:12; M:6; Y:13; K:0.
	R:171; G:121; B:96. C:20; M:57; Y:58; K:10.
	R:53; G:50; B:42. C:54; M:52; Y:63; K:58.
	R:148; G:168; B:123. C:45; M:16; Y:58; K:10.
	R:145; G:194; B:103. C:54; M:0; Y:79; K:0.
	R:171; G:121; B:96. C:63; M:52; Y:0; K:100.



QUESTIONARIO

I dati provengono da l'indagine svolta attraverso un questionario Google Form inviato via mail a 45 studi italiani e sono stati rappresentati con diagrammi a torta, istogrammi e word cloud.

- I temi che sono stati affrontati in questo studio sono:
- La composizione dello studio
 - I luoghi in cui il designer vive la sua professione
 - Il rapporto con la committenza
 - Il rapporto con didattica e ricerca
 - Gli indici di performance
 - L'interdisciplinarietà
 - Il rapporto con il pubblico
 - Il rapporto con se e i propri valori

CODICI TIPOGRAFICI

Helvetica Neue Regular

È un sans serif gotico. È un carattere con molte particolarità: Helvetica ha tanto spazio negativo (il bianco) che circonda le lettere quanto quello delle linee che compongono i caratteri. In tutti gli elaborati viene questo font per scrivere le didascalie dei grafici e i testi perchè facilita la lettura.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
123456789

Space Grotesk Bold

Space Grotesk è una variante di carattere sans-serif proporzionale basata sulla famiglia Space Mono a larghezza fissa di Colophon Foundry.

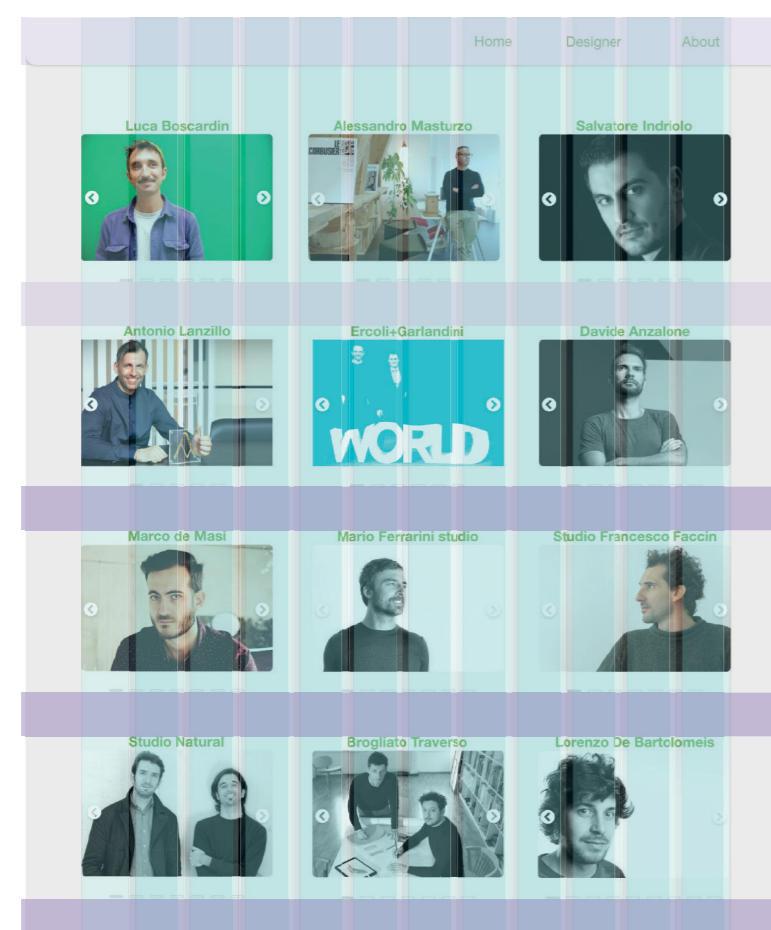
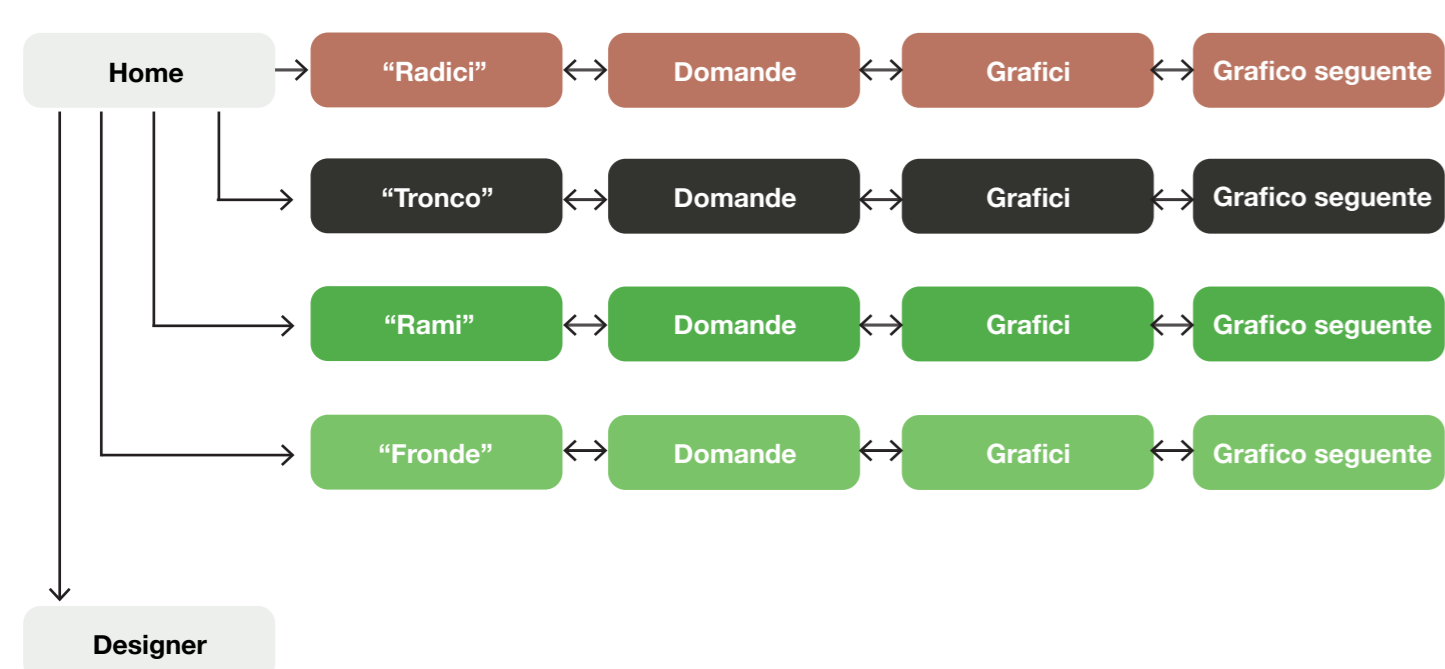
In tutti gli elaborati viene usato questo font per le etichette dei grafici e per indicare le domande che ho posto ai designer.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
123456789

LAYOUT

Sito web

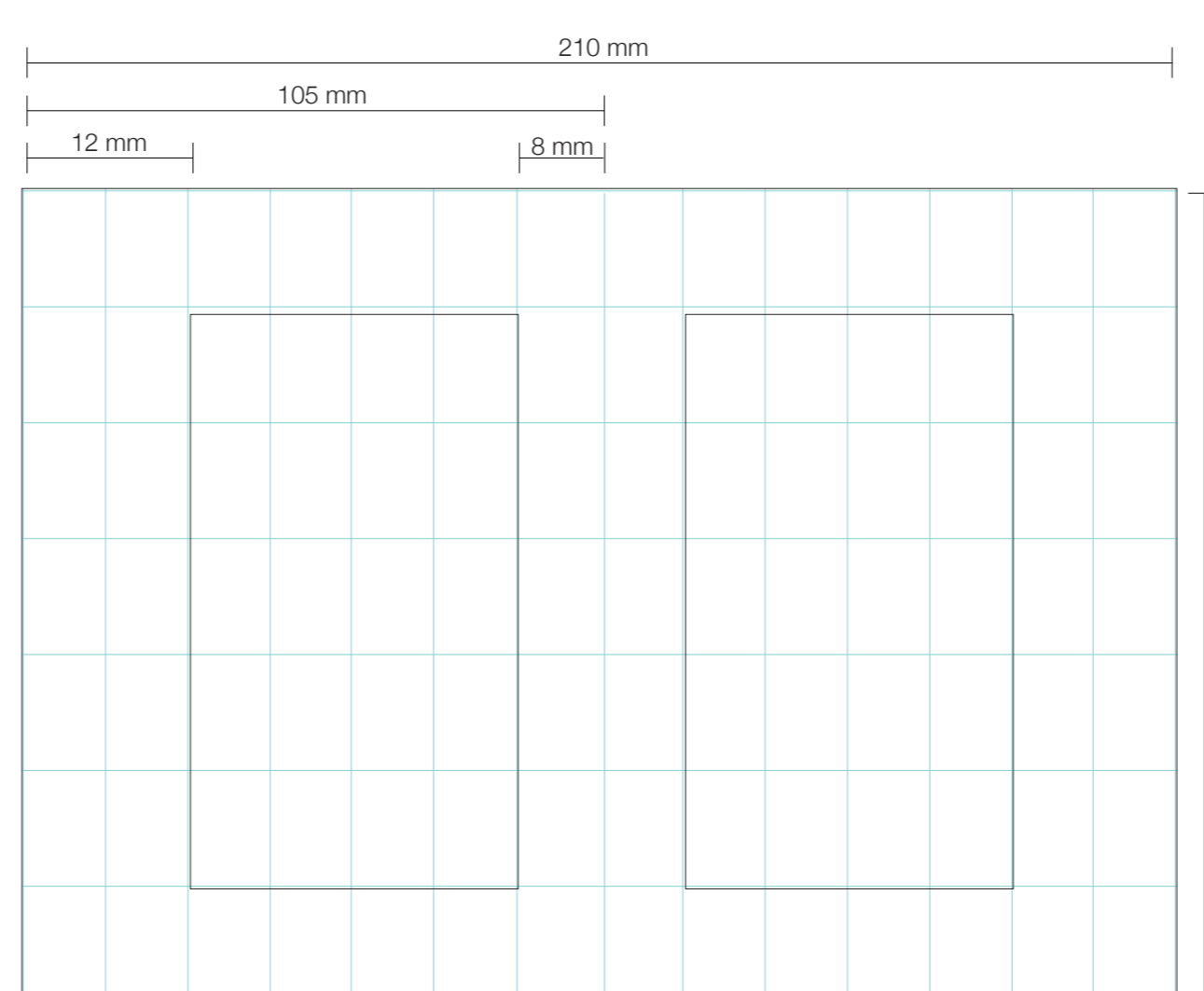
Il metodo più semplice per propagare il progetto passa ovviamente da Internet. Per questo, il progetto prevede la realizzazione del sito "thedesignertree.com", sul quale è possibile visionare i dati dell'indagine



Taccuino

Il taccuino è un supporto alla lettura del sito. Contiene tutte le informazioni per avere una visione più completa del progetto

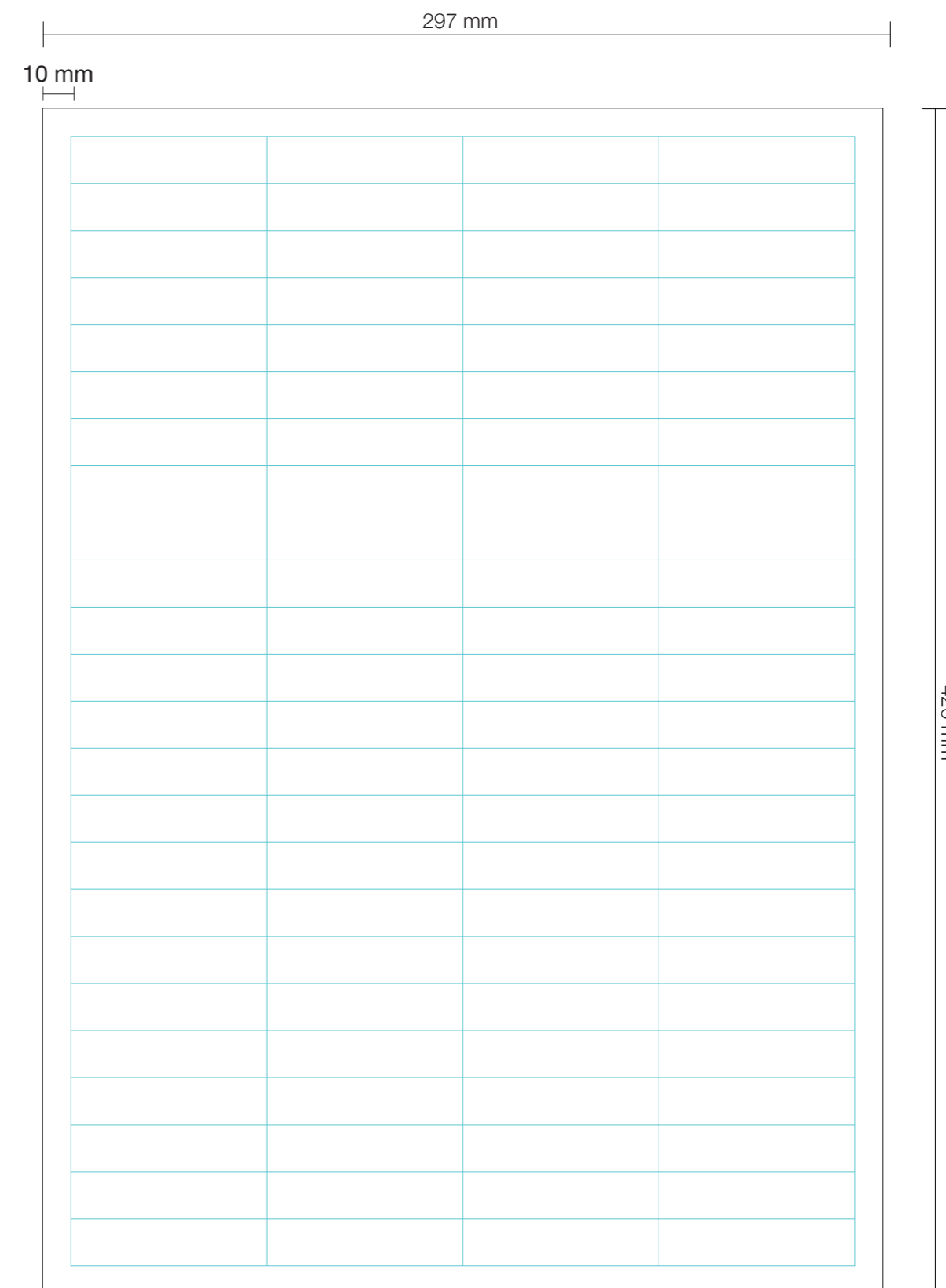
Formato:A6
Griglia 7x7



Manifesto

Nel manifesto si restituiscono alcune risposte ritenute più significative per descrivere aspetti significativi del ruolo del designer oggi

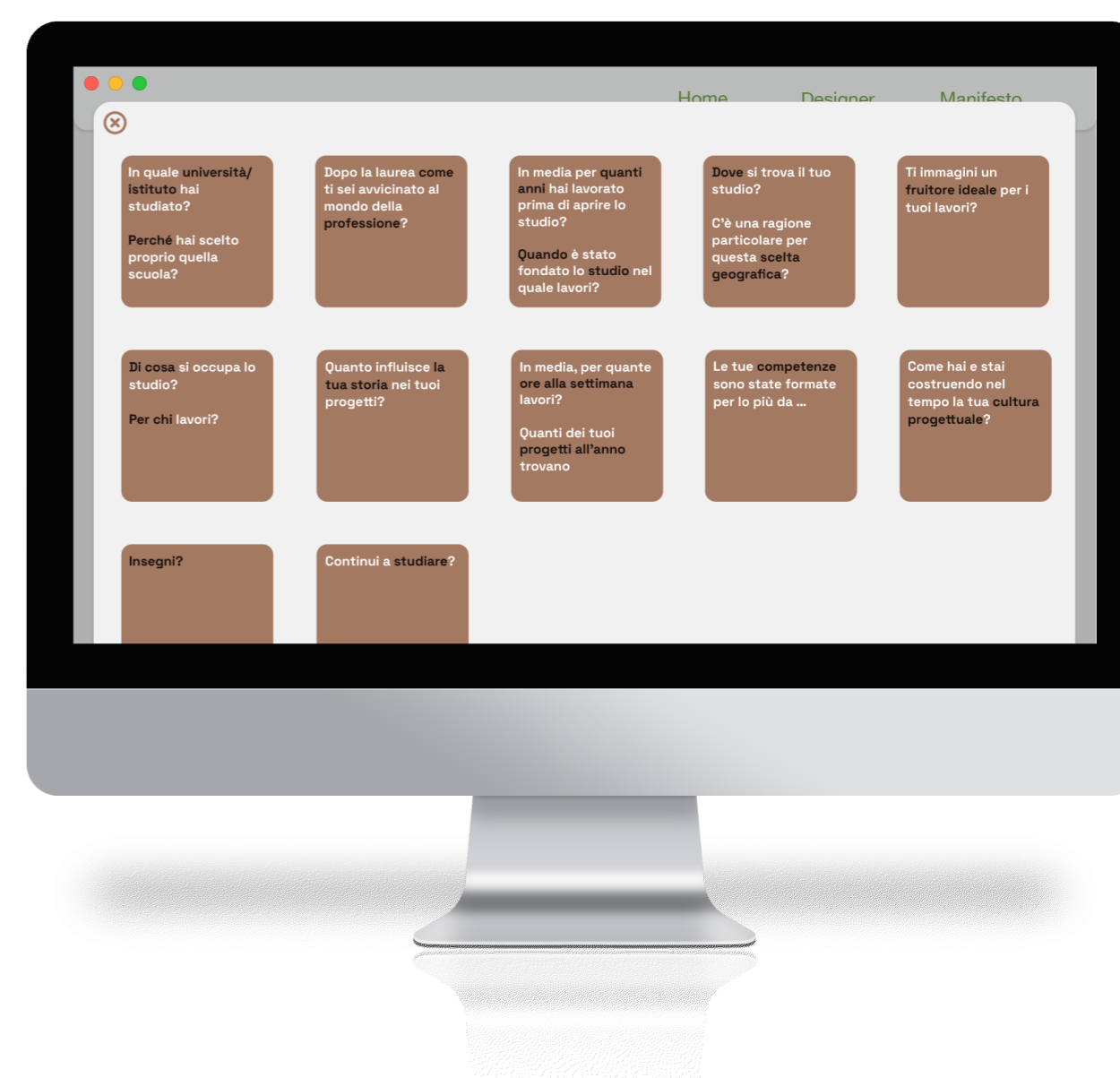
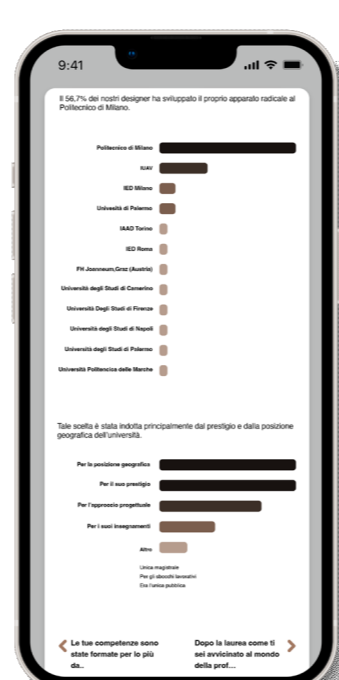
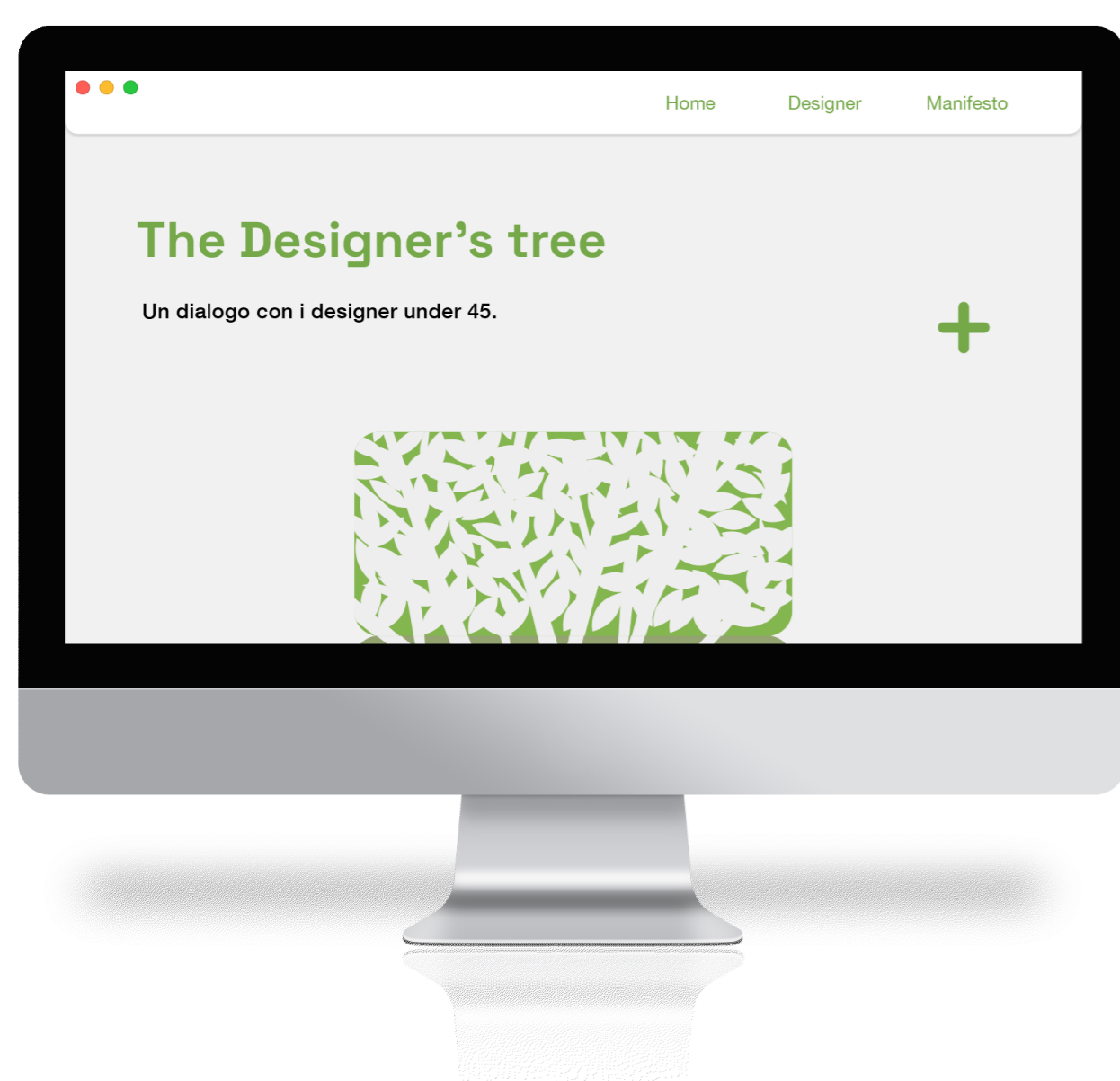
Formato:A3



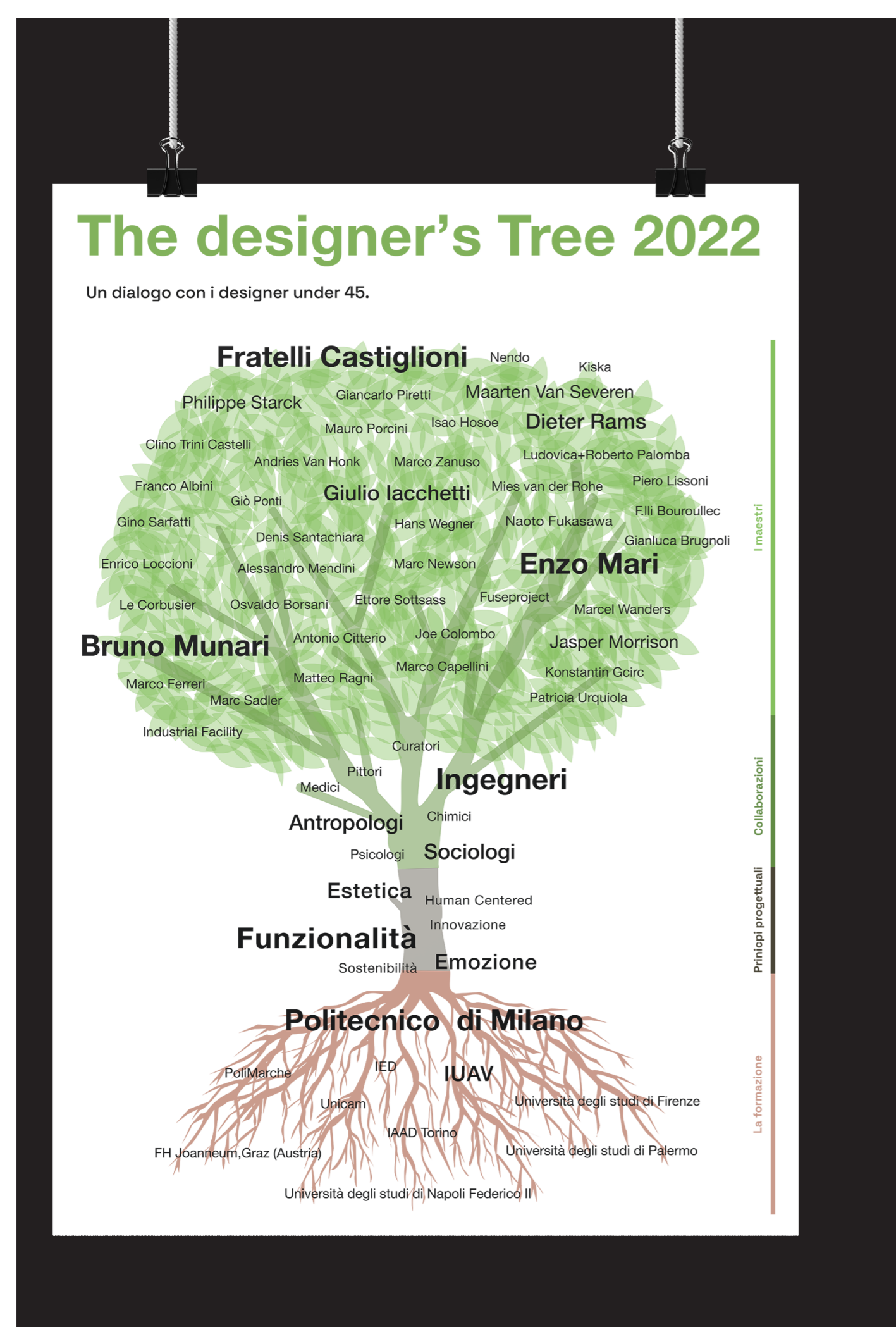
The Designer's tree

Prototipo finale

Sito Web



Manifesto



Taccuino

