

Comunicato Stampa N°23  
Milano, 28 aprile 2009



**POLI.DESIGN**  
Via Durando 38A  
20158 Milano  
T. 02.2399.7206  
F. 02.2399.5970  
polidesign@mail.polimi.it  
www.polidesign.net

C.C.I.A.A. Milano 192631  
REA 1593683  
P.iva 12878090153

**7 nuovi corsi di Alta Formazione per progettare l'innovazione  
nell'Entertainment, nell'Ospitalità, nel Retail,  
nella Ristorazione, nell'Outdoor e negli spazi fieristici.  
Venerdì 24 aprile la presentazione dei corsi "Design Experience"  
di POLI.Design - Consorzio del Politecnico di Milano**

L'appuntamento con il mondo del design è allo spazio  
IAT Provincia di Milano Ex Cobiauchi, in Piazza Duomo.

Al rapporto diretto e sempre più determinante tra innovazione e design nei settori Entertainment, Ospitalità, Retail, Ristorazione, Outdoor e nell'ambito degli spazi temporanei e fieristici, POLI.Design - Consorzio del Politecnico di Milano dedica 7 innovativi corsi di Alta Formazione rivolti ad architetti, designer e progettisti.

Venerdì 24 aprile, nella settimana che vede come ogni anno Milano Capitale del Design, i nuovi corsi di Alta Formazione **Design Experience 2009-2010** saranno presentati nell'ambito di un evento di POLI.design - Consorzio del Politecnico di Milano e Rimini Fiera, Partner Accademico di diversi corsi attraverso le manifestazioni specializzate **SIA GUEST**, **SIGEP** e **SUN**, organizzata con Fiere e Comunicazioni.

L'appuntamento è il 24 aprile, alle ore 17.30, a Milano, presso lo spazio IAT – Provincia di Milano "Ex Cobiauchi", in Piazza Duomo 19/a, storica struttura milanese recentemente ristrutturata, ed ora centralissimo e vivace punto di informazioni culturali, artistiche e turistiche della Provincia di Milano.

Interverranno alla presentazione **Gabriella de Girolamo**, **Nicola De Pizzo** di Rimini Fiera per SIGEP e SIA GUEST, **Sergio Rossi** di SUN, **Luisa Collina**, **Arturo Dell'Acqua Bellavitis**, **Valeria Iannilli**, **Matteo Ingaramo**, **Giuliano Simonelli** (docenti Politecnico di Milano), **Marina Baracs**, **Simone Micheli**, **Francesco Morace**, **Marco Piva**, **Patrizia Pozzi**, **Daniele Beretta**, **Armando Bruno**, **Giuseppe Dondoni**, **Matteo Fiore**, **Francesco Lucchese**, **Carlo Meo**, **Luca Scacchetti** e **Gianluca Sgalippa**, docenti dei corsi Design Experience di POLI.design. Gli interventi saranno coordinati dai docenti **Andrea Manfredi**, **Gianpietro Sacchi** e **Francesco Scullica**.



POLI.DESIGN

Via Durando 38A

20158 Milano

T. 02.2399.7206

F. 02.2399.5970

polidesign@mail.polimi.it

www.polidesign.net

C.C.I.A.A. Milano 192631

REA 1593683

P.iva 12878090153

## I nuovi corsi Design Experience 2009/2010

I corsi di Alta Formazione per il 2009/10, rivolti ad architetti e designer, sono dedicati a queste specializzazioni emergenti: “**New Entertainment Design**”, il primo corso in Europa dedicato alla progettazione di locali serali innovativi, “**Hotel Experience Design** - Lounge, Bar, Dehors & Lobby” dedicato agli spazi comuni alberghieri, “**Outdoor Experience Design** – Progettare e arredare gli spazi esterni”, “**Bathroom Design** - Progettare spazi privati in luoghi pubblici” e “**Food Experience Design**” in due edizioni, una dedicata alla progettazione per il retail alimentare - Panetteria, Pasticceria e Gelateria - e una all’ideazione e progettazione di spazi e locali pizzeria innovativi e “**Temporary Space & Exhibition Design** – Design per l’innovazione di spazi espositivi e temporanei” che ha come Partner Accademico il Consorzio TEXS. Il programma completo dei corsi è disponibile su [www.designexperience.it](http://www.designexperience.it)

POLI.design - Consorzio del Politecnico di Milano ha come missione la promozione del design in tutti i suoi ambiti, culturali, di ricerca e formativi, è un punto di riferimento per la formazione post-universitaria su tematiche legate al design. - spiega **Giuliano Simonelli**, presidente di POLI.design - I nuovi corsi propongono contenuti innovativi su settori emergenti e specializzati, e la collaborazione privilegiata con partner che dialogano in modo diretto con il mercato e le sue veloci variazioni, come Rimini Fiera, permette ai corsi di avere una corrispondenza ancora più aggiornata con le esigenze del mercato in trasformazione.”

“Una collaborazione di alto profilo e dagli importanti contenuti innovativi con istituzioni come POLI.design - Consorzio del Politecnico di Milano, realtà di importanza internazionale per il mondo del design e della ricerca applicata- afferma **Piero Venturelli**, direttore generale di Rimini Fiera - conferma l’attenzione di Rimini Fiera verso l’innovazione e l’evoluzione dei mercati, la trasformazione del gusto e degli stili di vita e lo stimolo produttivo e commerciale per le aziende per cui le nostre manifestazioni sono riferimento, cercano, sia in termini di prodotto, che di visioni internazionali. Siamo Partner Accademici dei corsi Hotel Experience Design e Bathroom Design con la manifestazione SIA GUEST, dedicata al mondo dell’accoglienza, del corso Outdoor Experience Design con la manifestazione SUN, specializzata negli arredi per l’esterno, e delle due edizioni di Food Experience Design con SIGEP, leader nei prodotti, tecnologie e arredi per il settore della gelateria, pasticceria e panetteria e per i locali pizzeria.”

“L’evoluzione a cui stiamo assistendo in questi anni, evidente in diversi settori, influenza il modo di pensare e di progettare gli spazi per il pubblico, non solo nell’entertainment serale, ma anche nell’ospitalità, nella ristorazione e nel retail, sia nei format più tradizionali che si trasformano, sia nelle punte più espressive dell’innovazione, come i temporary shop. – afferma **Matteo Ingaramo**, direttore di POLI.design – “Hotel entertainment” e “retail entertainment”, ad esempio, sono tendenze internazionali che i progettisti devono comprendere e saper interpretare, anche perché coinvolgono, e possono stimolare positivamente, tessuti commerciali e produttivi di notevole importanza .”

“Negli ambiti del retail e degli spazi espositivi si stanno sviluppando aspetti nuovi che giustificano e anzi richiedono una formazione avanzata - spiega **Arturo Dell’Acqua Bellavitis**, Ordinario del Politecnico di Milano e Direttore Scientifico del corso “Temporary Space & Exhibition Design” – Basti pensare ad esempio ai nuovi criteri e ai nuovi punti di vista necessari nell’allestimento delle mostre, che oggi non possono più essere progettate come momenti a sé stanti, ma pensando alla loro dimensione internazionale e ai loro trasferimenti nel mondo e alla loro temporaneità, in termini di materiali, di struttura, e di capacità di comunicare a culture diverse. Nel settore del retail sono sempre più numerosi gli spazi temporanei con forti valenze commerciali, capaci di farci sognare, olistici, multisensoriali: educare i giovani progettisti a lavorare considerando l’effimero è fondamentale, - approfondisce Arturo Dell’Acqua Bellavitis - è una palestra di apertura professionale, che insegna a proiettare le proprie architetture verso nuovi tipi sensibilità, come, ad esempio l’ecosostenibilità.”

“I locali serali e tutte le diverse tipologie di spazi destinati al pubblico sono in continua evoluzione e il design contribuisce a questi continui mutamenti - analizza **Luisa Collina**, professore straordinario del Politecnico di Milano e docente dei corsi- attraverso la creazione di ambientazioni e atmosfere coinvolgenti, la progettazione di soluzioni di arredo e di sistemi d’illuminazione scenografici. Ma non solo. Il designer investiga in merito a forme d’innovazione più incisive, offerte dalle possibilità di ibridare tipologie sedimentate, combinare destinazioni d’uso differenti, ideare nuovi servizi e modalità di fruizione, integrare linguaggi diversi. Un approccio sistemico al design si declina in modo coerente alle diverse scale, dagli oggetti agli spazi, così come nei diversi ambiti disciplinari, dalla comunicazione al product design; dall’interior al design dei servizi. Senza dimenticare il *food design*, ambito di sperimentazione progettuale che registra oggi grande attenzione, innovazione e sperimentazione; è significativa a questo proposito la presenza di una sezione dedicata al food nell’ambito della mostra *New Italian Design* alla Triennale di Milano. Un ambito, quello del food design, a lungo dimenticato, oggi forse fin troppo di moda, ma che costituisce una importante componente del *made in Italy*, un significativo contributo che la cultura del design italiano può offrire a livello internazionale.”

“Le aree comuni degli Hotel sono interessate da una particolare evoluzione che ha determinato un ripensamento totale nell’intera organizzazione dell’hotel, non solo per il tipo di servizi offerti, ma anche e soprattutto per le caratteristiche spaziali e gli elementi d’arredo. Le hall degli alberghi, per esempio, - spiega **Francesco Scullica** del Politecnico di Milano- condirettore scientifico, insieme a Giuliano Simonelli del corso Hotel Experience Design- si sono via via trasformate per ospitare al loro interno funzioni “altre” rispetto a quelle tradizionalmente contemplate e, negli ultimi anni, si propongono sempre più come spazi polivalenti aperti alla città. Questo conduce ad un nuovo modo di pensare e progettare gli spazi della socialità all’interno degli alberghi, oggi definito hotel entertainment. Il progetto di ogni interno alberghiero si pone come progetto di un’atmosfera e di un’esperienza, un “progetto totale”, dallo spazio agli accessori d’arredo, in cui assumono importanza sempre maggiore le componenti sensoriali come illuminazione, colori, decori, suoni, ma



anche il ruolo del personale e delle “messe in scena” dei servizi offerti. E' importante quindi considerare la duplice valenza degli spazi comuni; da una parte, nell'ambito del sistema globale di spazi-servizi dell'hotel questi sono a servizio degli ospiti "interni" all'hotel; dall'altra, il rapporto con l'"esterno", soprattutto negli hotel localizzati nei centri urbani, li relaziona a un pubblico molto più ampio e variegato. Questa duplice valenza impone quindi una modalità di progettazione per questi spazi in modo che si possa rispondere a esigenze diverse in rapporto sia all'utenza (interna o esterna), ma anche a tutti gli operatori (personale di servizio, tecnici,manutentori...) che concorrono al funzionamento quotidiano della "Macchina albergo".

"L'ambiente bagno è uno di quelli sui quali negli ultimi anni si sono compiute più sperimentazioni progettuali, in quanto da spazio meramente funzionale è diventato luogo per il wellness con tutte le differenti accentuazioni che questo comporta, spesso giungendo all'abbattimento delle specifiche definizioni dell'ambiente stesso ed al rifiuto della sua specializzazione, - afferma **Arturo Dell'Acqua Bellavitis** in relazione al corso Bathroom Design- Analogamente si è sviluppata la ricerca materica per le superfici di tale spazio aprendosi verso una ricca gamma di soluzioni che negano le abitudini consolidate. Il design delle singole componenti ha visto l'accentuarsi di un'attenzione ergonomica accompagnata dall'adesione all'olistica ed all'esaltazione del rapporto fisico con la dimensione acqua, rivalutata per i suoi valori simbolici ed evocativi."

"L'abitare fuori non è una tendenza – dice **Sergio Rossi**, della fiera specializzata SUN.- È uno stile di vita cui danno sempre più seguito le nuove tendenze progettuali e le nuove abitudini abitative cambiando la distribuzione dello spazio domestico nella sua interezza. Non più solo arredi da esterno e arredi da interno: l'arredo outdoor è, ormai, arredo domestico. Nella ricerca di appagamento e di un vivere più sano, l'esterno si unisce all'interno, i *dehors* prolungano camere e soggiorni, il verde e l'aria aperta entrano nelle case e divengono più fruibili anche in città, il fuori non è più idealmente separato dal dentro, ma con questo diventa un unico, grande e godibile spazio vitale per soggiornare, lavorare, giocare, rilassarsi. Il rapporto con il mondo della progettazione e degli architetti è importantissimo per SUN e per questo siamo stati promotori del corso di specializzazione Outdoor Experience Design di POLI.design, i cui risultati progettuali, sono oggetto di una presentazione in Fiera."

"**SIA Guest** è un osservatorio privilegiato per leggere, e spesso per anticipare, l'evoluzione del settore dell'accoglienza, l'innovazione che parte dalle aziende più attente e che può stimolare il mercato. – afferma **Nicola De Pizzo**, responsabile della manifestazione - Per questo seguiamo con attenzione i temi e le proposte sviluppate all'interno de corsi Hotel Experience Design e Bathroom Design, di cui la manifestazione è Partner fin dalla prima edizione, che costituisce un interscambio reale tra le imprese e la ricerca, sia durante il corso, che nella fase di esposizione dei progetti in fiera, dove i risultati di questo confronto di esperienze sono messi a disposizione degli operatori del settore."



“**SIGEP**, manifestazione leader di Rimini Fiera, segue con molta attenzione l’evoluzione del retail nei settori Panetteria Pasticceria e Gelateria e nei locali pizzeria, a cui dedica l’area specializzata “I love Pizza”, in forte crescita, dedicata ai prodotti alimentari, alle tecnologie e agli arredi. E’ un mercato numericamente rilevante, nel mondo, dove l’Italia vanta, sia sotto il profilo della produzione delle attrezzature che dei prodotti alimentari, livelli di vera eccellenza.-afferma **Gabriella de Girolamo**, responsabile della manifestazione- Le proposte e i filoni di ricerca sviluppati all’interno di questi Corsi, di cui la manifestazione è Partner fin dalla prima edizione, partono da un confronto concreto con le aziende più attente, sia durante i corsi, sia in fiera, dove attraverso l’esposizione dei progetti, l’innovazione e il contributo del design sono uno stimolo positivo per tutti gli operatori.”

“Collaboro al corso di Hotel Experience Design di POLI.design dalla prima edizione. – spiega **Marco Piva** - Un’iniziativa che parte dal pensiero riguardante le aree della socialità e si estende alla progettazione globale delle strutture e alle loro nuove funzioni. Delle strutture che vedo, in tutto il mondo, mi colpiscono gli elementi di novità di carattere funzionale ed emozionale, come le luci, i materiali. Sono spesso concentrato dalla ricerca e l’impegno progettuale, che rendono le strutture capaci di interpretare il luogo, di esprimere l’atmosfera del territorio in cui sono inserite”.

“In passato gli hotel venivano progettati per essere luoghi immutabili, oggi invece sono in continuo divenire, e devono essere facilmente rinnovabili, per soddisfare l’incalzante trasformarsi di gusti e desideri.- afferma **Simone Micheli**, docente del corso Hotel Experience Design e di diversi corsi Design Experience – Anche le aree comuni, mutano alla stessa velocità, o forse ancor più velocemente, e devono essere progettate considerando la richiesta sempre più forte di un consumo rapido, dinamico, e l’esigenza sempre più frequente di luoghi ibridi, multifunzionali, coinvolgenti.”

“Ciò che è al centro dei miei interessi e quindi della mia didattica è il rapporto stringente e sempre più attuale che si stabilisce tra *luogo* e *progettazione alberghiera*.

Indipendentemente dal tema specifico: l’albergo in generale, i low-cost, i motel, gli spazi comuni, le camere, le SPA, e così via, l’unico elemento che può garantire una buona progettazione, indipendentemente dalle doti personali e da spiccate o meno capacità creative, è il rapporto condizionante che il luogo pone al progetto. Quasi fosse esso, il luogo, una velina da porre sotto i nostri disegni e che ci indica di volta in volta le possibili soluzioni e le scelte da compiere. - dichiara **Luca Scacchetti**, docente del corso Hotel Experience Design -Legata alla complessa questione della globalizzazione come omologazione o della globalizzazione come somma di differenze, la questione del luogo – inteso come luogo fisico, culturale, letterario, cinematografico, cromatico, fatto di atmosfere e di ricordi di altri luoghi – diviene sempre più centrale e su cui si gioca la vera contemporaneità del progetto dopo le esibizioni formalistiche di fine secolo. Una progettazione alberghiera intesa quindi come capacità interpretativa del territorio.”



“Quello che spesso si tende a dimenticare, sono le specificità intrinseche del luogo; tanti hotel negli anni passati si sono clonati a vicenda in giro per il mondo, divenendo spazi senza identità, magari anche lussuosi e di design, ma senza tener conto di quello che noi chiamiamo il “ Sense of Place “ - racconta **Marina Baracs** docente del corso Hotel Experience Design -Il trend degli ultimi anni evidenzia che il cliente è alla ricerca di qualcosa di unico, dove sentirsi a casa. Solo attraverso una attenta analisi e studio dell'ambiente circostante si possono progettare spazi pubblici che riflettono l'anima del luogo che li ospita, facendo vivere al cliente una esperienza unica e irripetibile.”

“Nel profondo cambiamento d'epoca che stiamo vivendo le persone considerano la propria esperienza come un palinsesto continuamente aggiornato sulla base delle sollecitazioni esterne. Questo essere consum-autori e non più solo passivi consumatori, porta tutti noi a vivere e interpretare in modo nuovo l'esperienza extra-domestica e a valorizzare in modo particolare i luoghi dell'ospitalità e dell'accoglienza, della convivialità e del divertimento, che corrispondono al desiderio di un viaggio permanente al di là della crisi. – spiega **Francesco Morace**, sociologo e presidente dell'istituto di ricerca Future Concept Lab - Il design dovrà quindi confrontarsi in modo sempre più incisivo con questa concezione esplorativa della realtà urbana e del territorio, che spesso diventano veri e propri "paradisi parziali" che le persone vivono come momenti importanti di ricarica energetica e culturale. Il corso di Design Experience del POLI.design, al quale il Future Concept Lab collabora fin dalla sua nascita, è stato pensato per andare proprio in questa direzione.

“Il corso Temporary Space & Exhibition Design si inserisce nel contesto dell'offerta formativa di POLI.design che si afferma come il più attuale degli ambiti di approfondimento sulle tematiche dell'Experience Design. Il contesto di consumi e degli strumenti utilizzati dalle imprese in merito alla comunicazione è profondamente cambiato. – illustra **Valeria Iannilli**, architetto e docente di retail ed experience design alla Facoltà del Design - Gli spazi dell'allestimento fieristico e i temporary shop si sono evoluti oltre la comunicazione della produzione d'impresa. Sono potenti mezzi comunicativi che veicolano il sistema di politica d'impresa, di brand e dei servizi erogati: rappresentano la produzione totale, quella che si fa coincidere con l'intero sistema-prodotto di impresa. La variabile “tempo” diviene l'elemento differenziante per le aree di esposizione: tutto in poco tempo e spazi limitanti. I nuovi luoghi del *mostrare* divengono spazi-evento dove è cambiato il rapporto tra la durata e la costruzione totale del messaggio.”

“Al mercato e alle aziende del settore fieristico oggi occorrono professionalità sicure e complete, in grado di agire nei tempi sempre più ridotti imposti dai committenti anche per la realizzazione di progetti che richiedono analisi complesse, programmazione impeccabile e la realizzazione perfetta del progetto - analizza **Stefano Ferri**, presidente del Consorzio TEXS. – Per queste ragioni il Consorzio Temporary & Exhibition Spaces, che riunisce aziende leader nei diversi settori dell'allestimento, dei materiali e delle tecnologie relative a questi ambiti, ha deciso di



promuovere attraverso il corso Temporary Space & Exhibition Design di POLI.design la formazione di professionisti che imparino a parlare la non sempre semplice lingua delle imprese. Abbiamo bisogno di professionisti che sappiano tradurre i desideri dei committenti a chi ne deve essere l'esecutore materiale. Non solo all'interno dei quartieri fieristici ma nel complesso sistema che si sta evolvendo nelle città, nelle sempre più diffuse esposizioni temporanee 'fuorisalone', che comportano competenze ancora più nuove, diverse ed attuali."

"L'illuminazione è un elemento decisivo per l'immagine e la personalizzazione di qualsiasi ambiente. I consueti input come design, efficienza, praticità ed economicità, sono diventati ormai troppo riduttivi. Lo stile, l'atmosfera, il confort visivo, la spettacolarità, la valorizzazione dell'ambiente è il desiderio e lo stimolo più ricorrente per gli operatori di settore. - spiega **Matteo Fiore**, docente di illuminazione dei corsi Design Experience - La luce al calar della sera diventa la vera protagonista, spesso disattesa, per far vivere un luogo e contribuire in modo rilevante alla soddisfazione degli utenti. Il piacere di sostare in un interno non scaturisce dal solo corpo illuminante "indovinato", magari dal design spettacolare, ma da una precisa alchimia in cui si coniugano efficienze pratiche con un'immagine d'impatto emozionale. Alla luce occorre affidare il ruolo di interpretare gli spazi per esprimere non solo un'efficacia estetica e funzionale ma produrre potenzialità di aggregative, socializzanti e produttive. Un persuasore "occulto" del nostro benessere, nel senso più ampio del termine. Al contrario, un'errata illuminazione, impoverisce qualsiasi allestimento, seppur brillante, trasmettendo il disagio di un'occasione perduta."

"Il paesaggio è una questione di equilibrio e di scambi energetici tra natura e architettura: ogni luogo ha un'anima e una vocazione, nel paesaggio si imprime tutti i segni del tempo, di ciò che un luogo è stato, di ciò che un luogo è, di ciò che un luogo sarà; così i paesaggi esprimono ed avvolgono la nostra vita. - analizza **Patrizia Pozzi**, docente dei corsi Outdoor Experience Design e Hotel Experience Design - Occuparsi di architettura del paesaggio significa cogliere il genius loci di un luogo, interpretarlo e tradurlo in un linguaggio attuale, nella più assoluta armonia con il contesto pre-esistente, mediando dunque tra le esigenze ambientali e quelle architettoniche, mantenendo e applicando sempre e comunque un proprio 'stile' progettuale, per accompagnare le caratteristiche, profondamente differenti, dei luoghi in cui l'architetto paesaggista si trova ad operare. La natura non chiede né di stupirci, né tanto meno di essere aggredita con dei 'segni' sul territorio, chiede solo di relazionarsi con l'uomo attraverso i suoi stessi elementi: vegetazione, acqua, vento, luce, colore, movimento, ed è attraverso questi elementi che si muove la ricerca di nuovi stimoli ed emozioni, di un'armonia tra natura ed architettura.

Uno dei principali bisogni dell'uomo è proprio quello di rapportarsi con la natura e i suoi elementi: è proprio da questo scollamento e da queste esigenze che emerge la figura dell'architetto Paesaggista, oggi in Italia. Una corretta architettura è quella che si integra con il paesaggio circostante; il miglior giardino è quello che si integra con gli edifici che ha intorno; il miglior risultato è in assoluto costituito da un insieme in cui architettura e natura diventano una cosa sola. Questo è paesaggio. E per questo



è importante il corso di specializzazione Outdoor Experience Design, proprio per favorire la formazione di una categoria di professionisti di alto livello.”

“Il bagno di domani sarà uno spazio da inventare nel quale l'estro creativo del progettista, mettendo insieme materiali, tecnologie all'avanguardia e attenzione per l'ergonomia, disegna spazi nuovi e prodotti che miscelano forma e funzionalità.- afferma **Francesco Lucchese**, architetto e docente del corso di Bathroom Design - Questi elementi trovano espressione sul piano del progetto attraverso la spettacolarizzazione dell'ambiente bagno, elemento strategico, che può rendere indelebile il ricordo del luogo pubblico. Assistiamo ad una convivenza all'interno dell'area bagno di materiali eterogenei e forme dissimili che hanno ragione di coesistere perché dedicati ad aree distinte con un'identità peculiare; il punto di arrivo è una scenografia in cui materiali, forme, colori creano inediti giochi di ruolo fra gli elementi. Sono da ricercare quindi, in queste differenze, possibili scenari che diventeranno il bagno del futuro.”

“La ricerca del design contemporaneo relativa all'evoluzione dell'ambiente bagno esprime una crescente e attuale creatività, - approfondisce **Gianluca Sgalippa**, architetto e docente del corso in Bathroom Design - sia nelle linee che nelle apparecchiature, spesso molto sofisticate anche in termini di concezione, sia nel progetto degli spazi dedicati alla cura del corpo – dove , come spesso accade in una civiltà edonistica e dell'immagine, il corpo stesso diventa tema di progetto.”

Riprogettare una pizzeria è un po' come rimettere mano alla propria vita: le prime uscite con le fidanzate, le cene dopo il calcetto con gli amici, la prima pizza, mangiata a metà, di tuo figlio. – afferma **Carlo Meo**, sociologo dei consumi e docente dei corsi in Food Experience Design - Ma oggi è proprio questa genericità del format la sua principale debolezza: in un mondo di ipersegmentazione dei bisogni e dei locali, la pizzeria rischia di essere una icona di un made in Italy da cartolina: il Vesuvio dipinto alle pareti e i cartoni per il take-away...Eppure ha insite nelle sue caratteristiche almeno due elementi molto in voga nel settore food internazionale: la cucina mediterranea basata sulla freschezza degli ingredienti e la semplicità delle ricette e il forno a vista nella logica di laboratorio di preparazione dei prodotti. Sogno un mondo di pizzerie diverse tra loro: quella progettate per le famiglie e i bambini, quelle “standardizzate” napoletane da replicare in tutto il mondo, quelle per i “fashion victim” che fanno le ore piccole...e una pura e semplice come Michele a Napoli.”

“Il futuro degli spazi del retail alimentare è già iniziato ed è a disposizione di tutti gli imprenditori e commercianti del settore, e naturalmente dei progettisti che ne comprenderanno i nuovi linguaggi. Le ‘parole chiave’ per anticiparlo, sono ‘atmosfera’, ‘design’ e ‘ibridazione’. Bisogna infatti tenere conto del fatto che oggi molti scenari, molti punti di riferimento sono in continua evoluzione, diventa sempre più difficile catalogarli, omologarli; una volta individuati vengono subito ridefiniti, con modalità sempre diverse. Oggi il pubblico, i consumatori, i clienti dei negozi, sono sempre più esigenti, attenti, preparati e critici nei confronti di ciò che si consuma. Si consuma tutto a velocità crescente, ci si abitua e ci si annoia altrettanto



velocemente. – analizza **Gianpietro Sacchi**, coordinatore del corso Food Experience Design - Anche i ‘luoghi’ vengono in un certo senso consumati e ciò che si definiva ‘nuovo’, in poco tempo può essere percepito come vecchio e superato; si accetta naturalmente tutto ciò che familiare e rassicurante della propria abitazione o quanto è organizzato ed ergonomico del proprio posto di lavoro, ma in altri spazi quali un negozio, un bar, un locale o ad esempio una galleria d’arte, si desiderano sempre meno punti di riferimento abituali e consolidati, si cerca il nuovo, l’innovazione e le parole d’ordine diventano design, ibridazione ed atmosfera. Tutto ciò che non è casa o ufficio oggi deve essere in grado di ‘intrattenerci’, di gratificarci, di darci il piacere di essere lì. Tutti i luoghi dove vengono acquistati e consumati cibo o bevande, ma anche altro, come musica, moda, libri o altro devono essere vere e proprie ‘situazioni’ in grado di rappresentare ed esprimere ciò che accade al loro interno.”

“Oggi nascono, quasi ogni giorno, nuove tipologie di locali in sintonia con i gusti e gli stili di vita del pubblico. E’ complesso sintetizzarne i tratti e probabilmente prematuro voler delineare categorie rigide nel new entertainment: la ricerca continua, da parte di imprenditori e progettisti propone sempre nuove architetture, nuovi stili e tipologie di offerta molto differenziate. – spiega **Andrea Manfredi**, coordinatore del corso di New Entertainment Design - Nella maggior parte dei casi si tratta di locali a forte caratterizzazione estetica e funzionale, dove l’offerta di servizi e di intrattenimento è spiccatamente eterogenea; non solo musica, non solo ristorazione, non solo cocktails o birra. Si propone in genere un’attenta e mai casuale somma di questi elementi che costituiscono la proposta globale del locale calibrata sapientemente ed in grado di implicare vista, udito e gusto in un’esperienza multisensoriale e coinvolgente. Spesso funzioni diverse prendono luogo in zone differenziate, ma armonicamente e stilisticamente collegate tra loro. Questo mix di elementi contribuisce a creare quella situazione di piacevolezza, di comfort e di coinvolgimento che potremmo solo descrivere con la parola “atmosfera”. In queste nuove tipologie di locale lo stile e l’atmosfera dell’ambiente sono assolutamente determinanti; il gusto dell’arredamento, dei dettagli e degli accessori ha soppiantato le vecchie scenografie ad alto impatto visivo.”

“Amo essere stupito e sono condizionato da un interesse continuo quasi costante e con un impeto quasi infantile: conoscere e decifrare il luogo ed il tempo di un mondo che non conosco. Il pensiero dinamico del progettista deve riuscire a leggere ed interpretare le pieghe di un tessuto morfologico che si alterna tra passato e futuro, che si muove e muta in breve tempo. Nuovi spazi non conclamati, contaminazioni tra arte, cultura, tendenze e mode comportamentali, tra luoghi e non luoghi - afferma **Giuseppe Dondoni**, docente del corso di New Entertainment Design - Per chi progetta spazi in trasformazione continua come i locali di entertainment è vitale avere questa conoscenza per generare, poi, un nuovo linguaggio espressivo e concludere con segni progettuali che possano avere un confronto attuale e propositivo con le nuove tematiche in atto ed gli stili di vita. Il corso di New Entertainment Design di POLI.design prepara a progettare i locali del domani, ma un domani attuale da vivere di giorno e di notte senza restrizioni e recinti: un



POLI.DESIGN

Via Durando 38A

20158 Milano

T. 02.2399.7206

F. 02.2399.5970

polidesign@mail.polimi.it

www.polidesign.net

C.C.I.A.A. Milano 192631

REA 1593683

P.iva 12878090153

supermarket con d.j set, un distributore di benzina con drinkbar o un mezzanino della metropolitana con un locale dinamico realizzato e dismesso in un solo giorno o notte. Prepara a dare realtà progettuale a colori e suoni di un mondo nuovo tra la notte e il giorno.”

### **Radio Monte Carlo, radio Partner 2009, e la nuova Guida Zee Milano**

“Radio Monte Carlo è Radio Partner dei nuovi corsi di Alta Formazione 2009. E' una collaborazione ad alto contenuto d'innovazione, che vede per la prima volta un'emittente radio a fianco di un'importante istituzione, partner del design, della ricerca e della formazione avanzata. Riteniamo che questa collaborazione, anche grazie alle sue modalità innovative, contribuirà a valorizzare ulteriormente le iniziative e i risultati di ricerca dei corsi” – sottolinea **Nicola R.Ticozzi**, direttore dei corsi Design Experience.

Nell'ambito dell'evento sarà anche presentata al pubblico la Guida Interni **Zee Milano 2009** Design Art Food Relax Shop, vademecum dei locali, spazi e punti vendita per i visitatori della settimana milanese del Design, inserita nella bibliografia di tutti i corsi e distribuita durante l'anno ai partecipanti.

### **Una location di Giò Ponti per Project Work innovativi**

I corsi si svolgono a POLI.design - Politecnico di Milano (Campus Bovisa) e prevedono lezioni frontali, educational tour diretti dai docenti nelle realizzazioni più significative e un Project Work finale. Ogni corso prevede un massimo di 30 iscritti. Il tema dei Project Work dei nuovi corsi sarà la trasformazione virtuale dello storico palazzo Montecatini progettato da **Giò Ponti nel 1951**, ora sede di **Radio Monte Carlo**, Radio Partner dei Corsi, in diversi ambienti innovativi: un locale serale, una hall-lounge d'albergo, uno spazio pizzeria innovativa, un punto vendita multifunzionale, temporaneo o fieristico, secondo l'indirizzo dei singoli corsi.

### **Borse di Studio per progettisti selezionati**

Gli architetti, designer e progettisti che parteciperanno ai corsi, saranno selezionati in Italia e all'estero, e usufruiranno di **Borse di Studio** messe a disposizione da Partner e Sponsor Accademici. Le borse di studio saranno assegnate in base al curriculum e alla motivazione.

**Per saperne di più:** POLI.design, Michela Mantica, formazione@polidesign.net  
www.borsedistudio.info tel.02 23997248

### **Gli Sponsor Accademici dei corsi**

I corsi hanno il supporto attivo e l'impegno, mirato a sostenere la ricerca e l'innovazione, degli Sponsor Accademici: **Florim Ceramiche, Simas Aqua Space, ST Rubinetterie, Jacuzzi, Bose, Parà, Dolan, De Castelli, Bocchini Contract, Alberta Pacific Furniture, Mec 3, Agugiaro & Figna, Pedrali, Seves Glass Block, Lanterna Alimentari Genova, Publistand, Standitalia, Oxidal e Color Design.**

Informazioni per i giornalisti: Giovanna Belli g.belli@polidesign.net

Le descrizioni dei corsi, i comunicati stampa e le immagini dei concept sono scaricabili dai siti dei corsi alla voce “I progetti” attraverso [www.designexperience.it](http://www.designexperience.it)