

Crea©tivity

RICERCA & INNOVAZIONE NEL DESIGN

EVENTO PROMOSSO DA



Comune di Pontedera



FONDAZIONE PIAGGIO

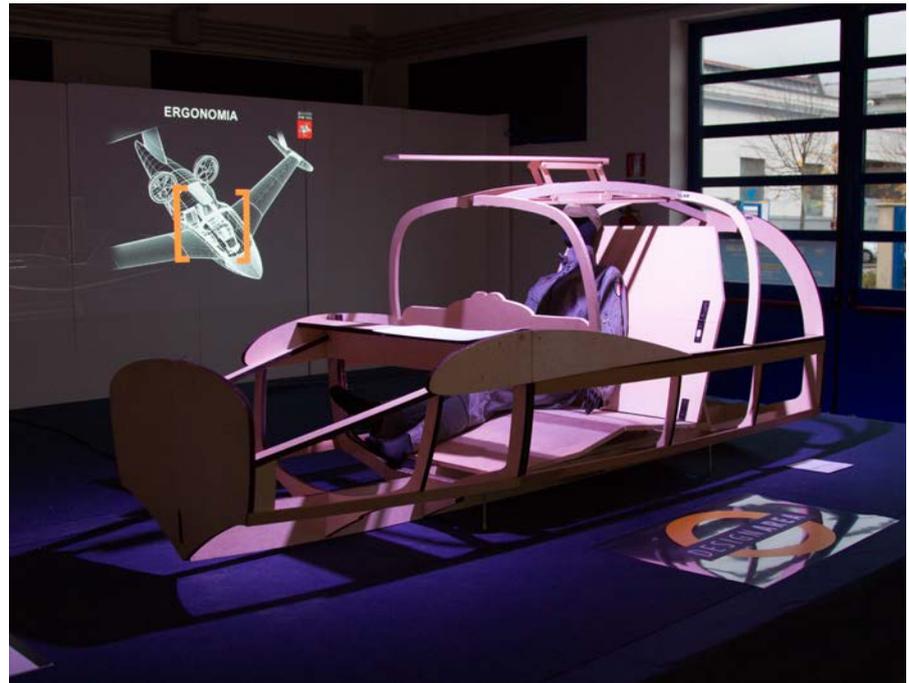


CON IL PATROCINIO DI



PROVINCIA DI PISA





Crea©tivity 2015

A cura di / Written by
Simone Millozzi
 Sindaco di Pontedera
Liviana Canovai
 Assessore alla Cultura

Il sistema dell'economia globale, con l'impiego di nuove tecnologie e con la crescita dell'importanza della componente qualitativa, richiede in misura maggiore la creazione di prodotti ad alto livello, capaci di sostenere le nuove sfide dei mercati internazionali e di avere un impatto rilevante e trainante sul sistema economico nazionale.

L'Italia gode di una reputazione di "nazione creativa" grazie alla sua storia, al suo patrimonio culturale, alle alte professionalità. Proprio in virtù di queste caratteristiche occorre sostenere il potenziale creativo italiano e incoraggiare strumenti di sostegno finalizzati all'ingresso e al rafforzamento della creatività emergente. Questo genere di supporto, se coordinato in un'ottica di sistema, può generare ricadute sul turismo culturale e in settori importanti della produzione italiana, valorizzando le eccellenze e i nuovi talenti.

Ecco perché salutiamo con entusiasmo la decima edizione di Crea©tivity 2015 presso il prestigioso Museo Piaggio e presso un'altra eccellenza della città la Biblioteca G. Gronchi; l'evento rafforza la presenza di un'offerta di innovazione e di nuove tecnologie sul territorio, stabilendo un collegamento continuo e diretto tra ricerca, sperimentazione e formazione.

E' un vero e proprio laboratorio culturale che coniuga arte, scienza e tecnologia, nel quale emerge come l'innovazione, l'invenzione e la creatività non siano fenomeni casuali, bensì processi costanti e misurabili, atti a produrre idee e concetti competitivi a livello globale.

L'evento offre una straordinaria opportunità ai giovani studenti, così da generare nuove ondate di creatività e di progresso. Importante è la partecipazione delle Aziende del territorio della Valdera, presenti all'Expo 2015 come esempi di eccellenza innovativa, testimonianza di come pubblico e privato, in diversa misura, investano in attività di ricerca e sviluppo, ritenendo che l'innovazione non sia solo un atto di geniale creatività, ma soprattutto l'esito di un intenso percorso formativo e lavorativo.

Un grazie sincero va ai promotori e a quanti continuano a credere in Crea©tivity.

The system of the global economy, with the use of new technologies and the growing importance of the qualitative component, requires in a greater extent the creation of high-level products, capable of supporting the new challenges of international markets and to have a significant and driving impact on national economy. Italy enjoys a reputation as a "creative nation" because of its history, its cultural heritage, its high professionalisms. Precisely because of these characteristics, it is necessary to support the Italian creative potential and encourage support tools finalized for entering and strengthening the emerging creativity. This kind of support, when coordinated in a system, can generate effects on cultural tourism and in important sectors of Italian production, enhancing its excellence and new talents.

That's why we greet with enthusiasm the tenth edition of Crea©tivity 2015 at the prestigious Piaggio Museum and in another excellence of city, the Library G. Gronchi; the event reinforces the presence of an offer of innovation and new technologies in the territory, establishing a direct and continuous connection among research, experimentation and training. It 'a real cultural

laboratory that combines art, science and technology, in which innovation, invention and creativity emerge not as casual phenomena, but as constant and measurable processes, capable of producing ideas and concepts which are competitive at a global level. The event offers an extraordinary opportunity for young students, in order to generate new waves of creativity and progress. Important is the participation of companies in the territory of Valdera, which were present at Expo 2015 as examples of innovative excellence, proof of how public and private, to varying degrees, invest in research and development, believing that innovation is not only an act of creative genius, but above all the result of an intensive training and working route.

Sincere thanks go to the promoters and to those who continue believing in Crea©tivity.

Crea@tivity. Dieci anni

A cura di / Written by
Giuseppe Furlanis
Direttore ISIA di Firenze

Crea@tivity è giunto alla sua decima edizione, un'occasione importante per fare un bilancio dei risultati raggiunti e per prefigurare un suo possibile sviluppo. Se si osservano i dati relativi alla partecipazione, appare evidente il successo di questa iniziativa che, avviata nel 2005 attraverso una convenzione tra Fondazione Piaggio e ISIA, ha saputo coinvolgere numerose scuole, istituzioni, enti locali, e i principali protagonisti del design italiano e internazionale. Nel ripercorrere la storia di Crea@tivity, il primo ricordo è per Tommaso Fanfani che questa iniziativa ha voluto, sostenuto e seguito con passione.

Sin dalla prima edizione Crea@tivity ha affrontato il tema dell'innovazione nel design ponendo particolare attenzione al contributo offerto dalla tecnologia. Un argomento, questo, centrale nella formazione e nella ricerca ma spesso affrontato con un eccessivo schematismo che, per usare una classificazione cara a Umberto Eco, vede il contrapporsi tra "integrati e apocalittici".

Crea@tivity ha viceversa sostenuto una riflessione critica nei confronti dello sviluppo tecnologico per considerarne i fondamentali contributi e, al tempo stesso, analizzare le sue implicazioni sociali e ambientali. Un orientamento che ha trovato evidenza nella scelta di ospitare, dal 2007 e per diversi anni, IDEA (International Design Education Award), concorso internazionale promosso dal Ministero dell'Università e della Ricerca come sezione speciale del Premio Nazionale delle Arti. Un'importante iniziativa, di rilievo internazionale, che ha permesso di mettere a confronto progetti, sviluppati dalle principali scuole di design italiane e di altri paesi, nei quali l'innovazione tecnologica fosse orientata verso un design di impegno sociale.

In questi anni Crea@tivity, che ha avuto in Max Pinucci il suo principale animatore e nel Museo Piaggio il luogo delle sue attività, ha favorito sinergie tra istituzioni, scuole e università; ha messo a confronto il mondo della ricerca con quello del lavoro favorendo diverse forme di trasferimento delle conoscenze tecnologiche. Un contributo, il suo, essenziale in un momento in cui il design deve confrontarsi con sistemi economici, sociali e culturali più complessi che richiedono, ancor più che in passato, di concepire l'atto progettuale come un processo di ricerca e di sperimentazione in cui è indispensabile una sinergia tra competenze specialistiche diverse. In questo senso Crea@tivity si è configurato come una preziosa opportunità per l'ISIA per avviare alcune importanti collaborazioni che hanno permesso all'istituto di aggiornare la propria didattica e avviare nuove attività di ricerca.

Tra queste, siglata all'interno di Crea@tivity, la convenzione tra l'ISIA e la Scuola Superiore Sant'Anna per lo sviluppo di master congiunti nell'ambito della "robotica con particolare riferimento all'approccio human centered design"; convenzione che fa seguito ad alcune collaborazioni tra le due istituzioni per lo sviluppo di alcune tesi di design la cui qualità ha trovato riscontro nei premi e riconoscimenti ricevuti. Altrettanto significativa la collaborazione con il Dipartimento di Ingegneria Aerospaziale (DIA) dell'Università di Pisa con il quale, e con altri soggetti pubblici e privati, è stato sviluppato il progetto IDINTOS finalizzato alla realizzazione di un nuovo idrovolante; un progetto sostenuto dalla Regione Toscana, che ha trovato, anch'esso, in Crea@tivity un terreno fertile per il suo sviluppo e che si auspica possa essere un primo passo verso l'istituzione di un "Polo Aeronautico della Toscana".

Crea@tivity is now in its tenth edition, an important opportunity to weight up its achievements and to prefigure its possible development. Looking at the data relating to participation, it is clear that the success of this initiative that, launched in 2005 through an agreement between Piaggio Foundation and ISIA, was able to involve numerous schools, institutions, local authorities and the main protagonists of Italian and international design.

In retracing the history of Crea@tivity, the first memory is for Tommaso Fanfani who wanted, supported and followed this initiative with passion.

Since its first edition, Crea@tivity dealt with the theme of innovation in design with particular attention to the contribution offered by technology. A central topic in training and research, but often faced with too much schematism that, to use a classification dear to Umberto Eco, assists to the counteract between "insiders and apocalypitics". Crea@tivity has conversely sustained a critical reflection towards technological development to consider its fundamental contributions and, at the same time, analyze its social and environmental implications. An orientation that has found evidence in the choice of hosting, since 2007 and for several years, IDEA (International Design Education Award), an international competition sponsored by the Ministry of University and Research as a special section of the Arts National Award. A significant initiative of international importance, which allowed to compare projects, developed by Italian and foreign leading design schools, where technological innovation was geared towards a design of social commitment.

During these years Crea@tivity has experienced in Max Pinucci

its main animator and in the Piaggio Museum the place of its business, has fostered synergies among institutions, schools and universities; it has compared the world of research with that of work by promoting various forms of transfer of technological knowledge. Its contribution is essential at a time when design has to face complex economic, social and cultural systems which require, even more than in the past, to conceive the act of design as a process of research and experimentation in which a synergy is indispensable among different specialist skills. In this sense, Crea@tivity has configured as a valuable opportunity for ISIA to start some important partnerships that have enabled the institute to upgrade its didactics and start new research activities. Among these, signed in Crea@tivity, the agreement between ISIA and Sant'Anna High School for the development of joined masters as part of the "robotics with particular reference to the human centred design approach"; agreement that follows a number of collaborations between the two institutions for the development of some theses of design in which quality was reflected by the prizes and awards received. Equally significant the collaboration with the Department of Aerospace Engineering (DIA) of the University of Pisa with which, together with other public and private subjects, was developed the IDINTOS project, aimed at creating a new seaplane; a project supported by the Region of Tuscany, which has found, too, in Crea@tivity a fertile ground for its development and that it's hoped to be a first step towards the establishment of a "Tuscany Aeronautical Pole".

VESPA

Come la creatività ha contribuito ad unificare l'Italia

Il prossimo anno la Vespa compie 70 anni, sette decenni di successi senza soluzione di continuità e di passioni suscitate negli utenti di tutto il mondo. Icona indiscussa del made in Italy, la Vespa è stata ed è celebrata come esempio di genialità creativa e di affascinante mix tra tecnologia, design e rispondenza alle esigenze dei consumatori. Il Museo Piaggio è il "tempio della Vespa", un luogo magico dove si respira la storia della sua continua innovazione. E' anche per questo motivo che la Fondazione Piaggio ospita da 10 anni Cre@ctivity e partecipa attivamente alla sua organizzazione, con la consapevolezza che la creatività e l'innovazione siano i motori di sviluppo dell'economia di ogni paese. La Vespa è diventata un mito internazionale ma non tutti gli Italiani conoscono il ruolo importante che essa ha svolto a favore dell'unificazione del nostro paese. Pochi sono infatti i prodotti industriali che hanno rappresentato un punto di riferimento indiscusso per tutti i cittadini Italiani, di qualsiasi regione e di qualsiasi estrazione sociale, e tra questi la prima è stata sicuramente la Vespa. La Vespa ha facilitato la mobilità e la socializzazione dell'Italia del dopoguerra: è stata non solo il veicolo che ha motorizzato gli italiani ma anche la concretizzazione del loro sogno di libertà individuale, il mezzo che ha permesso a persone diverse di superare i limiti territoriali delle proprie città, di sprovvincializzarsi, di incontrarsi, di conoscersi, di scoprire passioni comuni. E' proprio per questo connubio tra funzione d'uso e concretizzazione di sogno che il rapporto tra il vespista ed il suo veicolo è stato da subito intenso, simbiotico e quasi passionale. I proprietari di Vespa hanno formato subito una comunità che si muove, si incontra, condivide stili di vita. I raduni di vespisti degli anni '50 hanno permesso a cittadini di diverse parti d'Italia di conoscersi e "scoprirsi", uniti orgogliosamente dal possesso dello stesso veicolo e dallo spirito che ha sempre animato i vespisti di tutto il mondo: il piacere di vivere la vita in libertà, con il vento nei capelli, in amicizia. L'unità di una nazione si basa su comuni basi storiche e culturali ma anche su comuni ideali e comuni passioni ed è per questa passione comune che ha unito e che unisce ancora milioni di Italiani che alla Vespa riconoscono un importante contributo al processo di sviluppo della nostra identità nazionale. Con l'affermazione della Vespa fuori dei nostri confini nazionali, i vespisti hanno inoltre assommato al piacere della mobilità ed a quella che vorrei definire "fratellanza vespistica" l'orgoglio di possedere un simbolo della tecnologia, della creatività e del buon gusto italiano. Ma questo orgoglio non si è limitato ai soli vespisti. Vedendo quanti onori internazionali sono stati tributati alla Vespa, per la sua innovazione, per il suo design e per la sua funzionalità (vedendo ad esempio la Vespa esposta al MOMA di New York) l'orgoglio di essere Italiani subisce in tutti noi una decisa impennata. E' un fenomeno emotivo di grande rilevanza, come quando vincono la Ferrari o la nostra nazionale di calcio o di rugby. Lo spirito di una nazione si esalta anche così.

A cura di / Written by
Riccardo Costagliola
Presidente Fondazione Piaggio

Next year it's Vespa's 70th birthday, seven decades of seamless success and passions aroused in users around the world. Undisputed icon of Made in Italy, Vespa has been and is celebrated as an example of creative genius and fascinating mix of technology, design and responsiveness to the needs of consumers. The Piaggio Museum is the "temple of Vespa", a magical place where you can breathe the history of its continuous innovation. It's also for this reason that the Piaggio Foundation hosts Cre@ctivity since 10 years and is actively involved in its organization, with the awareness that creativity and innovation are the engines of economic development of each country. Vespa has become an international myth but not all Italians know the important role it has played in favour of the unification of our country. There are very few industrial products that were an undisputed reference point for all Italian citizens, of any region and no matter what social background, and among these the first was definitely Vespa. Vespa has facilitated mobility and socialization of post-war Italy: it was not only the vehicle that motorized Italians, but also the realization of their dream of individual freedom, the means that allowed different people to overcome the territorial limits of their cities, get out of the province, to meet each other, to know each other, to discover common passions. And it's just for this combination between functional use and realization of a dream that the relationship between the Vespa rider and his

vehicle was immediately intense, symbiotic and almost passionate. The owners of Vespa immediately formed a community that moves, meets, shares lifestyles. Vespa gatherings in the 50s have allowed citizens from different parts of Italy to meet and "discover" each other, proudly united by the possession of the same vehicle and the spirit that has always animated Vespa fans around the world: the pleasure of living life in freedom, with the wind in your hair, in friendship. The unity of a nation is based on common cultural and historical basis but also on common ideals and common passions and it's for this common passion that united and still unites millions of Italians that Vespa is recognized as an important contribution to the development process of our national identity. With the affirmation of Vespa outside our national borders, Vespa riders added up to the pleasure of mobility and to what I would call "Vespa brotherhood" the pride of owning a symbol of technology, creativity and Italian good taste. But this pride is not limited to Vespa riders only. Seeing how many international honours have been bestowed on Vespa, for its innovation, design and functionality (see for example Vespa exhibited at the MOMA in New York), the pride of being Italian in all of us strongly surges. It's an emotional phenomenon of great significance, as when Ferrari or our national football or rugby teams win. The spirit of a nation is also enhanced this way.

Riassunto dalla X stilizzata che campeggia nella comunicazione della sua decima edizione, il tempo trascorso attorno al Creativity è cristallizzato in un collage di istantanee, di momenti, di risultati. Difficile condensare dieci anni in questa introduzione, o semplificare il racconto del raggiungimento di un traguardo. Anni trascorsi velocemente, con determinazione febbrile, mentre cercavamo di raccogliere energie e persone attorno a questo delicato meccanismo che, alimentato dalla conoscenza, potesse generare interesse, passione. Un team motivato e testardo, che, indifferente ai problemi (e ce ne sono tanti) ha saputo portare avanti e affinare il Crea©tivity senza perdere nessuna delle caratteristiche del suo format: la freschezza, l'energia, la profondità, il suo essere ponte tra uno spazio territoriale e una dimensione internazionale.

Vorrei ringraziare tutti, compagni di viaggio, partner, scuole, ospiti per aver contribuito a questa avventura, che ha dato la possibilità a migliaia di studenti delle scuole superiori e delle università, a docenti e ricercatori, a professionisti ed aziende, di dare vita ad un confronto sulle tematiche della cultura del progetto.

Crea©tivity nasce per riunire differenti aree, professionalità, indirizzi formativi, ponte tra competenze e obiettivi progettuali. E questo mi fornisce lo spunto per ricordare una persona che, inconsapevolmente, è stato per noi riferimento e stimolo, una persona che aveva in sé un germe, mix di curiosità, passione e ambizione, e che un mese fa ci ha lasciato: Isao Hosoe. Nel 2003 ho organizzato, con il supporto di Giuseppe Furlanis, ISIA Firenze e del compianto Tommaso Fanfani, Fondazione Piaggio, il primo evento dedicato al design tra le mura del Museo Piaggio: Pegasus, Toscana tra le Nuvole. Punto di incontro tra mondo del volo e design, voleva essere un momento di connessione di competenze, esperienze, conoscenze. Gli ospiti si avvicendavano sul palco, svelando visioni, ricamando attorno al tema dell'evento. Ma uno in particolare aveva colpito tutti: un ingegnere aeronautico, nato e laureatosi in Giappone, che aveva lasciato il proprio Paese e la sua specifica formazione per dedicarsi al campo dell'arredo e del design, arrivando a stabilirsi nella Milano, icona del made in Italy, portando con sé la sua profonda cultura, tecnica e filosofica, per arricchire un differente ambito e un differente mercato. Isao Hosoe aveva parlato una lingua nuova, quel giorno: quella della migrazione delle idee, della cultura meticcica, dell'importanza del vedere oltre il progetto, oltre l'obiettivo, della fluidità che contraddistingue il nostro essere e il nostro progettare:

“Immaginiamo di lanciare un sasso nell'acqua. Questo sasso cadrà sulla sua superficie e produrrà una serie di onde circolari: una parte di queste onde avanzerà, per così dire, nel futuro, una parte tornerà indietro. (...) Progettare è come lanciare un sasso in uno specchio d'acqua, le onde si propagano in tutte le direzioni, verso il futuro e verso la persona che ha lanciato il sasso.”

Da dieci anni, le onde circolari che si sono prodotte nel Creativity hanno lambito i territori del progetto e della formazione, facendo crescere tutti coloro che ne hanno fatto parte, da ogni parte della sponda.

Summarized by the stylized X that stands in the communication of its tenth edition, the time spent around Crea©tivity is crystallized in a collage of snapshots, moments, results. Hard to condense ten years in this introduction, or simplify it in the account of the achievement of a goal. Years passed quickly, with feverish determination, as we tried to collect energy and people around this delicate mechanism which, powered by knowledge, could generate interest, passion. A motivated and stubborn team, that, indifferent to problems (and there are many), has been able to maintain and sharpen Crea©tivity without losing any of the features of its format: freshness, energy, depth, its being a bridge between a territorial space and an international dimension. I would like to thank all, travelling companions, partners, schools, guests for having contributed to this adventure, which has made it possible for thousands of students in high schools and universities, teachers and researchers, professionals and businesses, to give birth to a confrontation on issues of design culture. Crea©tivity was born to unite different areas, professionalisms, educational paths, bridge between skills and project objectives. And this gives me an opportunity to remember someone who, unwittingly, has been our reference and stimulus, a person who had in himself a germ, a mix of curiosity, passion and ambition, and that a month ago left us: Isao Hosoe. In 2003 I organized, with Giuseppe Furlanis of ISIA of Florence and Tommaso Fanfani of Piaggio Foundation, the first event dedicated to design within the

walls of the Piaggio Museum: Pegasus, Tuscany among the Clouds. Meeting point between the world of flight and design, it wanted to be a moment of connection of skills, experiences, knowledge. The guests took turns on stage, revealing visions, embroidering on the theme of the event. But one in particular had impressed everyone: an aeronautical engineer, born and graduated in Japan, who had left his country and his specific training to go into the field of furniture and design, coming to settle in Milan, icon of Made in Italy, bringing with him his profound culture, technical and philosophical, to enrich a different context and a different market. Isao Hosoe spoke a new language, that day, that of the migration of ideas, of hybrid culture, of the importance of seeing beyond the project, beyond the objective, of the fluidity that characterizes our being and our designing:

“Imagine the act of throwing a stone into water. The stone will hit the surface and produce rings of waves. Some of the waves will spread outward, as if into the future, and others will turn back (...) Design is like throwing a stone in a pond, the waves propagate in all directions, towards the future and towards the person who threw the stone”

For ten years, the circular waves that were produced in Crea©tivity have lapped territories of project and training, increasing all who have been involved, from every part of the bank.



I NUMERI DEL CREATIVITY

Crea@tivity X 2015
RICERCA & INNOVAZIONE NEL DESIGN

10

EDIZIONI
DAL 2006

13

ANNI DI
EVENTI
DEDICATI AL
DESIGN AL
MUSEO PIAGGIO

81

SCUOLE E
ISTITUTI
ITALIANI E
INTERNAZIONALI

156

ESPERTI
OSPITI
TUTOR

350

POSTI DISPONIBILI
PER IL WORKOUT 2015

2.897

ISCRITTI AI WORKSHOP
WORKOUT

OSPITI 2006-2015

2006

Biagio Cisotti
Rodolfo Frascoli | Marabese Design
Isao Hosoe
Zoran Jedrejic
Alberto Meda
Benjamin De Haan | Marc Newson
Marc Sadler

2007

Daniele Bandiera | Piaggio&C.
Avetik Kalashyan | Design Innovation
Angelo Minisci
Vanni Pasca | Univ. di Palermo
Simone Paternich
Franco Raggi
Denis Santachiara
Alberto Seassaro | Polit. di Milano
George Sowden
Ivan Zignego

2008

Andrea Boffetta
Carmelo Di Bartolo | Design Innovation
Veronica Bogao | Polimoda
Carmine Deganello
Antonio Glessi
Zoran Jedrejic
Anthony Lee
Mirco Pecorari | Aircraft Design Studio
Marco Pieve | Piaggio&C.
Carlo Spoldi
Andries Van Onck

2009

Marco Vichi | NOKIA Italia
Stefano Stravato | FIAT Automobiles
Adriana De Cesare | Fond. Sistema
Toscana
Angelo Minisci
Anthony Lee
Zoran Jedrejic
Stefano Adami | Soc. Italiana Marketing
Francesco Fumelli
Anna Monesi
Cornelia Bamert
Danilo Rea
Pietro Tonolo
Paolo Damiani

2010

Luca Mascaro | UX Conference
Leandro Agrò | Frontiers of interaction
Paolo Iabichino | Ogilvy One
Mario Santucci | Piaggio & C.
Marco Ferreri
Fabrizio Boratto | Miss Sixty
Olga Niescier | Viamoda
Anthony Lee Angelo Minisci
Lucy Salamanca
Sabrina Sguanci | Artex

2011

Luigi Bandini Buti | Polit. di Milano
Benito Giovannetti | Giovannetti
Franco Raggi
Gregor Veble | Pipistrel Light Aircraft
Angelo Minisci
Simone Di Sacco | Piaggio&C.
Arianna Giovannini | Istituto Modartech
Marco Paoli | LABA
Lars Ebert | ELIA
Riccardo Lanzara
Giuseppe Furlan

2012

Roberto Semprini
Maurizio Galluzzo | IUAV Venezia
Rodolfo Frascoli
Carmen Alampi | Istituto Modartech
Manola Del Testa | RCR
Paolo Pieri Nerli | Palazzo Spinelli
Luigi Trenti
Roberta Villata
Emanuele Amodei | Palazzo Spinelli
Riccardo Lanzara | Pont-Tech
Manrico Ferrucci | Fondaz. Piaggio
Francesco Ciulli

2013

Paolo Bettini
Dagmara Czarnecka
Marco Lambri | Piaggio&C.
Franco Raggi | ISIA Firenze
Aldo Frediani | Dip Ing. Univ. di Pisa
Franco Di Ciò | CNR - INSEAN
Eugenio Baronti | Zefiro
Cesare Stefanini | Scuola Sup. Sant'Anna
Maurizio Galluzzo
Laura Menichelli
Sergio Barlocchetti
Aldo Piombino

2014

Stefano Dominella | Gattinoni
Federico Ferretti | Coninum
Enrico Dini | Dini Engineering
Ales Hace | Univ. Maribor
Giommi Bazzoni | 3logic
Masco Luise | Toscanaspazio
Gualtiero Fantoni | TOI
Cesare Stefanini | Scuola Sup. Sant'Anna
Luigi Trenti
Simone Paternich
Andrea Moscardini
Carlo Spoldi
Onorino Di Tanna | Piaggio & C.
Carmelo De Maria | Fablab
Olivia Spinelli | IED
Adel Matar | Altair
Alessandro Meucci | Dassault Systèmes
Riccardo Ceccanti | Autodesk

2015

Francesca Anzalone | Ceo Netlife, Venezia
Biagio Cisotti | Designer, docente ISIA
Firenze
Alessandra Carta | Fashion Designer e
Visual Merchandising Consultant
Ferdinando Cassese
Gualtiero Fantoni
Maurizio Galluzzo
Eugenio Leone | Responsabile dell'evento
Valdera per Expo
Luca Mazzanti | Mazzanti Automobili
Alberto Mazzoni | Docente Scuola
Superiore Sant'Anna
Francesco Nepi | CEO di Elfra SA
Simone Paternich | Designer, docente
ISIA Firenze
Francesca Piani
Angela Pirri
Caterina Rorro | Lectra, Milano
Denny Rustichini
Luca Sacchi

Crea@tivity [EVENTO 2015]
Ricerca & Innovazione nel Design

Una pubblicazione / Publication by
Crea@tivity
www.progettocreativity.com

A cura di / Edited by
Massimiliano Pinucci

Editing
MBVision

Coordinamento/Coordination
Angelo Minisci
Silvia Masetti
Chiara Pilia
Luigi Trenti

Grafica
Elena Degl'Innocenti

Web
Marco Ferracci

Allestimenti/Exhibit
Beatrice Dicci
Marco Ferracci

Immagini di copertina /
Cover images
EVANTRA Mazzanti Auto
AIRLANDER Oceansky

Traduzioni di / Translation
Ilaria Mosca

Foto di / Photo by
Alberto Ammirati
Friederike Haase
Raffaele Inglesè
Giacomo Lazzeri
Camilla Macchi
Bruno Paparozzi
Maria Letizia Rossi
Giuseppe Summa
Moreno Vassallo

Testi a cura di:
Simone Millozzi
Liviana Canovai
Giuseppe Furlanis
Riccardo Costagliola
Massimiliano Pinucci
Franco Raggi
Luca Mazzanti
Francesco Nepi
University of Maribor
hybridairvehicles
Snezana Djurisc
Stefania Ricci
Enza Spadoni
Pericle Salvini
Alessandra Carta
Francesca Anzalone
ELIA - European
League of Institutes of
the Arts
Isia Firenze
Laba Firenze
Enza Spadoni
Ferdinando Casese
Istituto Modartech
Angelo Minisci

Un evento promosso da
Event produced by
Comune di Pontedera
Fondazione Piaggio
ISIA Firenze
Pont-Tech
MBVision

Curatore e coordinatore
Director and coordinator
Massimiliano Pinucci

Comitato scientifico
Scientific committee
Liviana Canovai
Riccardo Costagliola
Giuseppe Furlanis
Riccardo Lanzara
Angelo Minisci
Dario Paolo
Massimiliano Pinucci

Con il patrocinio di / Patronage
Regione Toscana
Provincia di Pisa
ADI - Delegazione Toscana
Associazione per il Disegno
Industriale
ELIA European League
of the Institutes of Arts

Partner accademici
Academic Partners
Scuola Superiore Sant'Anna,
Polo Sant'Anna Valdera
Istituto Modartech
ISIS Marco Polo/Cattaneo
LABA Firenze - Libera
Accademia di Belle Arti
Università di Pisa

In collaborazione con/ Patronage
ANCI-Città dei Motori
ARTEX
Continuum
KNARR
Lectra
Mazzanti Automobili
MOVET
Mudeto, Museo del Design
Toscana
Museo Ferragamo
Netlife
OceanSky
TOI- Things on Internet
University of Maribor
Zucchetti

Media partner
InToscana.it
Il Tirreno

Organizzazione
Production
MBVision
Pecha Kucha Night Pisa
Mario Cenci
Giuseppe Magliano
Edoardo Marchetti

Opiti Keynote
Francesca Anzalone
Biagio Cisotti
Alessandra Carta
Ferdinando Casese
Gualtiero Fantoni
Maurizio Galluzzo
Luca Mazzanti
Alberto Mazzoni
Francesco Nepi
Simone Paternich
Francesca Piani
Angela Pirri
Caterina Rorro
Denny Rustichini
Luca Sacchi

Video interventi
Carl-Oscar Lawaczek
Tine Tomazic

WorkOut 2015
Coordinatore / Coordinator
Angelo Minisci

I luoghi / Locations
Communication design
Museo Piaggio
Mobility
Museo Piaggio
Product design
Scuola Sup. Sant'Anna
Fashion Design
Biblioteca Comunale

Tutor / Tutors from
ISIA Firenze
LABA
Istituto Modartech
Scuola Sup. Sant'Anna
MOVET
TOI - Things on Internet

Pecha Kucha
Night Pisa
CM2Team
Eugenio Leone

Si ringrazia
Acknowledgements

Costanza Baldini
Massimo Battaglini
Aldo Beltrando
Alessandro Bertini
Liviana Canovai
Giovanni Cipolla
Katia Cirinei
Riccardo Costagliola
Micaela Ciuccio
Paolo Dario
Carla Delfos
Stefano Dominella
Francesco Foto
Sergio Galli
Massimo Innocenti
Riccardo Lanzara
Mauro Manetti
Daniele Mazzei
Simone Millozzi
Andrea Moscardini
Rocco Musolino
Andrea Puccini
Annalisa Rossi
Mario Donato Santucci
Mariamargherita Scotti
Sabrina Sguanci
Enza Spadoni
Cesare Stefanini
Giancarlo Torri

Un grazie particolare a tutti coloro che, con il loro contributo, impegno e dedizione, hanno reso possibile questo evento.

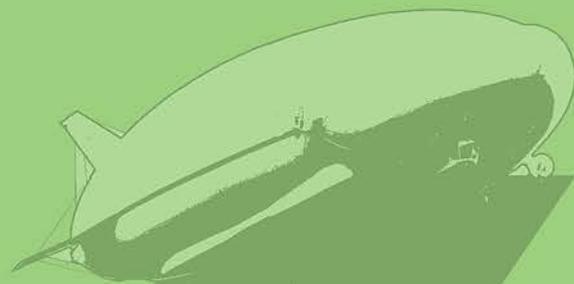
> Prefazione / Preface Simone Millozzi, Liviana Canovai, Giuseppe Furlanis, Riccardo Costagliola, Massimiliano Pinucci	3
> Isao Hosoe Franco Raggi	12
> AIRSHIPS Bruce Dickinson	14
> I Numeri del Crea@tivity	18
> Evantra, Mazzanti Automobili Luca Mazzanti	20
> Nuovi Concetti di Mobilità Francesco Nepi	22
> HYPSTAIR University of Maribor	24
> È nato Airlander Hybrid Air Vehicles	26
> The KNARR™ Cargo Airship Snezana Djurisc	28
> Museo Ferragamo Stefania Ricci	34
> L'arte dei robot Pericle Salvini e Enza Spadoni Scuola Sup. Sant'Anna	38
> La moda sostenibile Alessandra Carta	40
> Design "immateriale" dei beni culturali Francesca Anzalone	42
> ISIA Firenze : Una nuova sede Giuseppe Furlanis	48
> 15° Anniversario LABA Firenze Laba Firenze	50
> Viaggio all'interno del corpo umano Scuola Sup. Sant'Anna	52
> A Pontedera una nuova Galleria tecnologica Ferdinando Casese	54
> Fashion e Robotica, Artigianalità e Tecnologia Istituto Modartech	56
> 14th Conferenza Biennale ELIA ELIA - The European League of Institutes of the Arts	60
> MuDeTo Luigi Trenti	66
> Six Modular Lamp	67
> Ludociclo	68
> BUM Better, Upper Mobility	69
> Ricerca & Design Biagio Cisotti	70
> Pecha Kucha Night, Pisa	71
> Crea@tivity WorkOut 2015	72
> WorkOut: 2014 winners	74
> Crea@tivity E-Magazine	75

Stampa / Printed by
Grafiche Cappelli S.r.l.
Sesto Fiorentino (FI)

Tutti i diritti sono riservati:
nessuna parte di questa
pubblicazione può essere
riprodotta in alcun modo
(compresi fotocopie e microfilms)
senza il permesso scritto.

All rights reserved. No part of this
publication may be reproduced or
distributed in any form or by any
means, or stored in a database or
retrieval system, without the prior
written permission of the publisher.

COVER STORIES



10

EDIZIONE
EDIZIONE



ISAO HOSOE

A cura di / Written by
Franco Raggi
Architetto, Docente ISIA Firenze

Isao Hosoe fa parte di quel ristretto gruppo di progettisti giapponesi gentili e schivi che negli anni '60 hanno scelto di lavorare a Milano facendo da ponte tra due culture del progetto lontane ma affini. Non essendo designer ma ingegnere aerospaziale aveva la mente sgombra da pregiudizi teorici e culturali e vedeva nella tecnica e nella manualità una forma di filosofia pratica, una filosofia delle soluzioni. Gli ho parlato a lungo una sola volta nel novembre 2007 in un dialogo poi pubblicato sulla rivista Flare. Da ingegnere coltivava un rapporto fiducioso nella tecnologia riconoscendo però che essa, come una leva, permette di sollevare lo sguardo oltre il mero dato tecnico e funzionale: "Nella Tecnologia abita lo spirito" mi disse per raccontare il suo specialissimo rapporto con le tecniche le forme e la storia. Riconosceva di essere debitore alla sua miopia infantile se fin da piccolo aveva amato giocare e perdersi con i dettagli e le piccole cose, considerando quasi un vantaggio il vedere il mondo lontano, sfumato e vago e potersi concentrare sul "vicino". Aveva amato e frequentato di nascosto più che la scuola, l'acqua rituale dei bagni pubblici giapponesi dove costruiva e faceva galleggiare forme di legno piccole e fluide per capire, così sperimentando, le leggi che governano il mondo naturale e i rapporti di necessità armonica che gli artefatti umani possono intrattenere con esso.

Alla 14a Triennale del 1968 portò avventurosamente dal Giappone un suo progetto di aereo a propulsione umana, ma le turbolenze del '68 ne impedirono l'esposizione. Hisao lo ricordava chiamando il suo aereo una "macchina" e sottolineando come l'estetica della macchina fosse una interessante mitologia sulla quale lavorare, perché "...noi abbiamo bisogno di mitologie".

Potrei classificare Hisao come un "grandissimo bambino" che ha portato nell'approccio al progetto il contenuto e l'atteggiamento del gioco. Il gioco come fatto globale, intellettuale come possibile fondamento di una civiltà della leggerezza.

Forma e gioco, sapienza e sorriso; nel gioco delle antinomie Hisao portava la qualità tutta giapponese di coniugare senza sforzo arte e tecnica, poesia e funzione, rito e forma.

Come in un piccolo rito iniziatico, a chi si proponeva come collaboratore nel suo studio, imponeva come prima esperienza pratica, un esercizio di modellazione a scelta di piccoli oggetti o strutture, tutte con cartoncino azzurro.

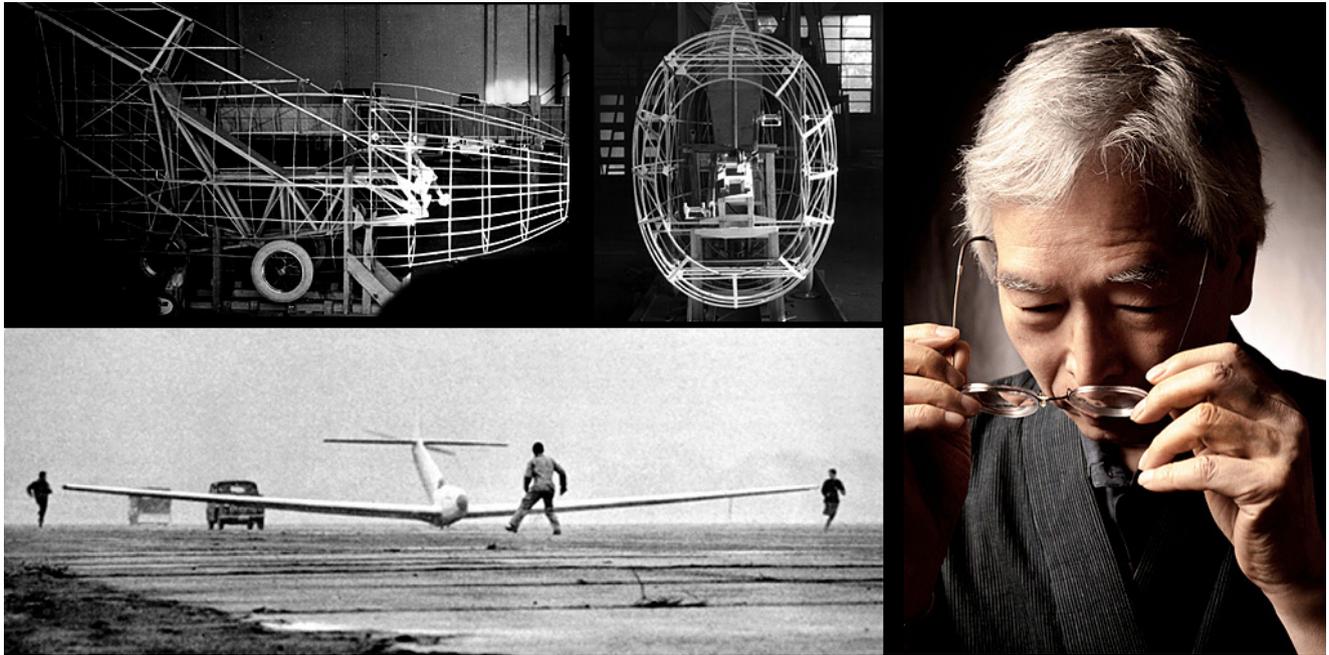
Hisao sapeva che solo il lavoro con le mani e l'osservazione attenta del come le cose sono fatte cercandone qualità caratteri e difetti fa scoccare la magica scintilla che porta dalla idea alla forma. Hisao Osoe, nella riservatezza del suo mestiere ha fatto da ponte tra la razionalità tecnica occidentale e la sapienza poetica del Tao orientale, costruendo un collegamento virtuoso che ci lascia come insegnamento.

Hisao Osoe fa parte di quel ristretto gruppo di progettisti giapponesi gentili e schivi che negli anni '60 hanno scelto di lavorare a Milano facendo da ponte tra due culture del progetto lontane ma affini. Non essendo designer ma ingegnere aerospaziale aveva la mente sgombra da pregiudizi teorici e culturali e vedeva nella tecnica e nella manualità una forma di filosofia pratica, una filosofia delle soluzioni. Gli ho parlato a lungo una sola volta nel novembre 2007 in un dialogo poi pubblicato sulla rivista Flare. Da ingegnere coltivava un rapporto fiducioso nella tecnologia riconoscendo però che essa, come una leva, permette di sollevare lo sguardo oltre il mero dato tecnico e funzionale: "Nella Tecnologia abita lo spirito" mi disse per raccontare il suo specialissimo rapporto con le tecniche le forme e la storia. Riconosceva di essere debitore alla sua miopia infantile se fin da piccolo aveva amato giocare e perdersi con i dettagli e le piccole cose, considerando quasi un vantaggio il vedere il mondo lontano, sfumato e vago e potersi concentrare sul "vicino". Aveva amato e frequentato di nascosto più che la scuola, l'acqua rituale dei bagni pubblici giapponesi dove costruiva e faceva galleggiare forme di legno piccole e fluide per capire, così sperimentando, le leggi che governano il mondo naturale e i rapporti di necessità armonica che gli artefatti umani possono intrattenere con esso.

Alla 14a Triennale del 1968 portò avventurosamente dal Giappone un suo progetto di aereo a propulsione umana, ma le turbolenze del '68 ne impedirono l'esposizione. Hisao lo ricordava chiamando il suo aereo una "macchina" e

sottolineando come l'estetica della macchina fosse una interessante mitologia sulla quale lavorare, perché "...noi abbiamo bisogno di mitologie".

Potrei classificare Hisao come un "grandissimo bambino" che ha portato nell'approccio al progetto il contenuto e l'atteggiamento del gioco. Il gioco come fatto globale, intellettuale come possibile fondamento di una civiltà della leggerezza. Forma e gioco, sapienza e sorriso; nel gioco delle antinomie Hisao portava la qualità tutta giapponese di coniugare senza sforzo arte e tecnica, poesia e funzione, rito e forma. Come in un piccolo rito iniziatico, a chi si proponeva come collaboratore nel suo studio, imponeva come prima esperienza pratica, un esercizio di modellazione a scelta di piccoli oggetti o strutture, tutte con cartoncino azzurro. Hisao sapeva che solo il lavoro con le mani e l'osservazione attenta del come le cose sono fatte cercandone qualità caratteri e difetti fa scoccare la magica scintilla che porta dalla idea alla forma. Hisao Osoe, nella riservatezza del suo mestiere ha fatto da ponte tra la razionalità tecnica occidentale e la sapienza poetica del Tao orientale, costruendo un collegamento virtuoso che ci lascia come insegnamento.



AIRSHIPS

A cura di / Written by
Bruce Dickinson
Musicista, Imprenditore



Bruce Dickinson, musicista e scrittore, è noto in tutto il mondo come la voce del gruppo heavy metal Iron Maiden. Ma è anche affascinato dal sogno del volo, dalla sua storia, dal suo futuro. Pilota di aerei che vanno dal Fokker Dr.I al Boeing 747, è azionista della Hybrid Air Vehicle e del suo nuovo dirigibile: Airlander. Questo suo testo è la prefazione del libro "Airship | Dirigibili. Designed for greatness, the illustrated history" di Max Pinucci, un volume che racconta, tramite centinaia di illustrazioni e decine di fotografie, la storia (parzialmente dimenticata) dei dirigibili e delle loro conquiste tecnologiche. Max Pinucci ha lavorato per quattro anni a fianco di esperti internazionali, che hanno dato il loro contributo al libro: Gregory Alegi, Sergei Bendin, Basilio Di Martino, Dan Grossman, Andreas Horn, Carl-Oscar Lawaczek, Thibault Proux, Alastair Reid. Il libro traccia una panoramica sull'evoluzione di questi imponenti mezzi, dal 1900 ai giorni nostri, terminando con i nuovi dirigibili, tra i quali Airlander, attualmente il più grande oggetto volante, che ha attirato l'interesse di tecnici, scienziati, investitori e sognatori. Uno dei quali, appunto, è Bruce Dickinson.

Bruce Dickinson, a musician and a writer, is known worldwide as the voice of the British heavy metal band Iron Maiden. But he is also fascinated by the dream of flying, its history, its future. A pilot of aircraft ranging from Fokker Dr.I to Boeing 747, he is a shareholder of Hybrid Air Vehicle and of their new airship: the Airlander. This text he wrote is the preface of the book «Airship- Dirigibili. Designed for Greatness, the Illustrated History" by Max Pinucci, a volume that recounts, through hundreds of illustrations and dozens of photographs, the history (partly forgotten) of airships and their technological achievements. Max Pinucci has been working for four years with international experts, who gave their contribution to the book: Gregory Alegi, Sergei Bendin, Basilio Di Martino, Dan Grossman, Andreas Horn, Carl-Oscar Lawaczek, Thibault Proux, Alastair Reid. The book traces an overview of the evolution of these impressive vehicles, from 1900 to the present day, ending with the new airships, including the Airlander, currently the largest flying object, which has attracted the interest of technicians, scientists, investors and dreamers. One of which is, in fact, Bruce Dickinson.

Sono sempre stato affascinato da meccanismi e sistemi di trasporto. Stranamente, non le supercar o i lussuosi yacht galleggianti, come ci si potrebbe aspettare da un cantante rock di una band heavy metal, ma i veicoli che hanno aperto l'epoca del trasporto di massa.

Da ragazzo me ne stavo su un viadotto ferroviario a farmi avvolgere dalla nebbia ansimante dei treni a vapore. La mia ispirazione veniva dall'anima poetica che abitava nella macchina stessa. Ero un figlio della Guerra Fredda, con il suo trionfo di sottomarini atomici, viaggi nello spazio e macchine volanti incredibili come l'SR-71 Blackbird, il Concorde e naturalmente il Boeing 747, il Jumbo Jet. Tra tutte le caratteristiche che mi colpiscono, quella che ci prende tutti è forse la più semplice: la grandezza. Oltre la pura tecnologia, al centro del trasporto moderno c'è un sogno. Lo stesso sogno che ci spinge ad andare per mare, con un transatlantico o la più piccola delle barche a vela. La nostra epoca ha sostanzialmente sterilizzato la natura elementale dello spostarsi per il mondo. Eppure le nostre tecnologie vengono umiliate dai fenomeni naturali: nebbia, vento, ghiaccio e persino macchie solari e disturbi magnetici. Marketing e fiducia cieca nella modernità ci hanno di fatto isolati dalla natura, dandoci l'illusione dell'invulnerabilità. Ed eccomi qui a presentare questo magnifico libro. Perché per me questo libro, per quanto meravigliosamente eseguito e per quanto basato sui più piccoli dettagli tecnici, non è solo una storia tecnica. È il ritratto dell'animo umano in cerca del volo. Il sogno di un oceano nel cielo, navigato da flotte di grandi galeoni d'alluminio che sollevano il loro prezioso carico, di uomini o merci. Ma è anche una storia del lato oscuro di questi sogni. Di natura non siamo del tutto pacifici, e la razza umana è pressoché unica nella sua capacità di massacrare la propria specie per fini politici. Nel caso delle aeronavi, durante la Prima Guerra Mondiale gli aerei si trasformarono presto in spade,

I have always held a fascination for the mechanisms and systems of transportation. Strangely, not supercars or floating luxury yachts, as you might perhaps expect of a rock singer in a heavy metal band, but vehicles that pioneered the age of mass transportation.

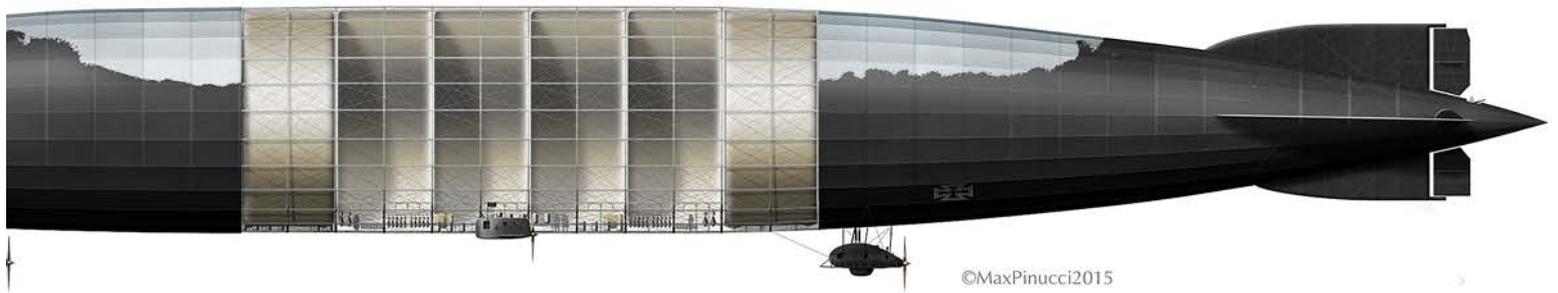
As a boy, I stood on a railway bridge as the steam trains enveloped us in their panting fog. It was the poetic soul that inhabited the very machine itself which was my inspiration.

I was a child of the cold war, with its triumphs of nuclear submarines, of space travel and incredible flying machines like the SR71 Blackbird and the Concorde and of course the Boeing 747, the jumbo jet. Of all the characteristics which I find impressive it is perhaps the simplest which enthralls us all, sheer size.

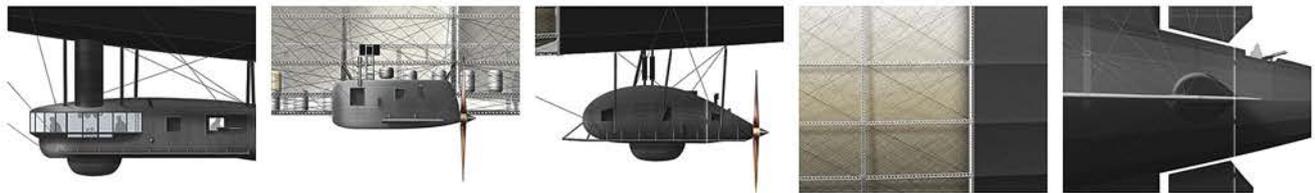
At the heart of modern transportation beyond mere technology, lies a dream. It is the same dream that inspires us to go to sea, whether it be in ocean liners, or in tiny windswept sailing boats. The elemental nature of moving around the world has been largely sanitised in our age. Yet still our most modern

technologies are humbled by the natural phenomena: fog, wind, icing and indeed sunspots and magnetic disturbances. We have been isolated by and large, from nature, and given the illusion of invulnerability by marketing and blind faith in modernity.

So now to introduce this magnificent book. Because this book, whilst beautifully executed and whilst drawing on excruciating technical detail, is not for me merely a technical history. It is a depiction of man's soul in his quest for flight. The dream of an ocean in the sky, through which would sail armadas of great aluminium galleons, bearing aloft their precious cargo, whether human or commercial. It is also a story of the dark side of such dreams. Our natures are not altogether pacific, and the human race is almost unique in its capacity for slaughter of its own species for political ends. In the case of airships, the ploughshares were soon pressed into swords during the Great War, and even afterwards, their very size became a propaganda tool to emphasise national virility and efficiency, often with tragic results.



©MaxPinucci2015



ed anche dopo le dimensioni stesse ne fecero uno strumento di propaganda per esaltare la virilità e l'efficienza delle nazioni, con risultati spesso tragici.

Alle grandi aeronavi si chiedevano caratteristiche tecniche molto al di là dei materiali e delle possibilità del proprio tempo. Eppure, a causa delle loro dimensioni e della capacità di incantare popoli interi, i costruttori chiesero ai dirigibili di fare l'impossibile. E di conseguenza lo stesso fecero i governi che li finanziavano. Nulla di tutto questo dovrebbe oscurare i loro successi, oggi comodamente dimenticati. Né bisognerebbe disprezzare quella che è forse l'unica forma di aviazione in grado di funzionare a emissioni quasi zero, con minimo impatto ecologico – cosa che peraltro all'epoca d'oro dei dirigibili era probabilmente l'ultima priorità. Dobbiamo infine rendere onore agli uomini, perché erano in gran parte uomini, che queste macchine svilupparono e impiegarono. Erano un'élite. Sommergibilisti dell'aria, con le proprie tradizioni, ma sempre gestendo il proprio battello come una nave dell'aria anziché un frutto della tecnologia alata. E infatti mentre gli aeromobili ad ala fissa tentavano di portare una o due persone attraverso gli oceani, i grandi dirigibili servivano le rotte transatlantiche con sempre maggior frequenza. I tedeschi dominavano il settore tecnologico, e sarebbe infantile dire altrimenti. Zeppelin è quasi un sinonimo di dirigibile, ma i progressi tedeschi furono rapidamente assimilati da altre nazioni. La Gran Bretagna visse una grande passione per il più leggero dell'aria, culminata nelle enormi aeronavi R100 e R101, quest'ultima tragicamente perduta nel suo volo inaugurale. In questo incidente morirono più persone che in quello dell'Hindenburg, e nel piccolo cimitero di Cardington c'è ancora una struggente tomba comune. I grandi hangar nei quali queste macchine furono costruite e dai quali partirono per i loro tragici voli sopravvivono ancora. L'incidente dell'Hindenburg, tanto famoso perché ripreso su pellicola e accompagnato da una radiocronaca squassata dall'emozione, fu la campana a morto per i viaggi in dirigibile.

Eppure durante la Seconda Guerra Mondiale e la Guerra Fredda che la seguì i dirigibili continuarono a fornire servizi unici. Potendo restare in aria per settimane, e addirittura di rifornirsi in mare, proprio come le navi, diedero agli USA una potente arma antisommergibili. Poco era cambiato dalla Grande Guerra, un'epoca priva di radar nella quale erano i dirigibili a proteggere la flotta britannica. Come per molte tecnologie, era solo questione di tempo perché strutture, materiali e propulsori raggiungessero sogni e progetti. L'elicottero fu intravisto e progettato da Leonardo da Vinci secoli prima che esistesse quel che ne avrebbe resa possibile la costruzione. Lo stesso vale per le aeronavi. Una nuova alba sta sorgendo, fatta di compositi, comandi digitali, propulsori leggeri e compatibili

La sezione di uno Zeppelin, lo L35 (LZ 80) del 1917.
Tavola di Max Pinucci

The section of a Zeppelin, the L35 (LZ 80) of 1917.
By Max Pinucci

The technical demands put upon the great airships far exceeded the materials and capability of their age. Yet still, because of their size and their ability to enthral entire populations, the airships were tasked with the impossible by their constructors. And by inference, the Governments that funded them. None of this should preclude their triumphs which in this day and age are conveniently forgotten. Nor should we sneer at what is possibly the only form of aviation which has the possibility to be almost carbon-free in its execution, leaving a minimal ecological impact, even though this was possibly the last priority during the age of the great airships.

Lastly we must honour the men, and they were largely men, who developed and operated these machines. They were an elite. Aerial submariners with their own traditions, but all the time operating their vessel as if it were a ship of the sky, not an outcrop of winged technology.

Indeed as fixed wing aircraft struggled to get one or two men across the oceans, the great airships were plying transatlantic routes with increasing frequency. The Germans were predominant in this technology. It would be churlish to pretend otherwise. The association of zeppelin and airship is almost synonymous, but German advances were rapidly assimilated by other nations, and Britain in particular was consumed by a pas-

sion for lighter than air flight. This culminated in the huge R100 and R101 ships, the latter coming to a tragic end on her maiden flight. The loss of life was far greater than the Hindenburg accident and a poignant mass grave remains in the small churchyard in Cardington. The great sheds which built these machines and from where they departed on their fateful voyage, still remain. The Hindenburg accident, so notorious because of its being caught on film, along with the emotion-wracked radio commentary was the final death knell for airship travel.

Yet throughout the second world war and the cold war that followed, the airships continued to give a unique service. Their ability to remain aloft for weeks at a time, and indeed to refuel at sea, just like a ship, gave the U.S.A. a massive anti-submarine weapon. Little had changed since the Great War, when British naval airships protected the fleet in the days before radar. As with many technologies it only took time before structures, materials and propulsion caught up with dreams and design. The helicopter was designed and envisioned by Leonardo Da Vinci centuries before the materials to enable its construction were available. So it is with airships. A new dawn is breaking using composites, fly by wire, lightweight, eco-friendly propulsion units and hybrid flying wing body shapes. I defy any poetic soul not to well up with pride and



e forme ibride da ala volante. Sfido qualsiasi spirito poetico a non riempirsi d'orgoglio e ammirazione all'unione di cielo e terra incarnata da questi giganti gentili.

Anche nei tempi bui della guerra, nella mente dei progettisti albergavano soprattutto sogni di usi pacifici. Quando l'aviazione era nella propria infanzia concepire un mezzo che avrebbe portato passeggeri attraverso l'Atlantico meridionale senza scalo era davvero cosa audace. Ma dotarli di sale fumatori, piano bar, cabine letto individuali era addirittura sorprendente. Se un tale aeromobile esistesse oggi, mi ci trovereste senz'altro a bordo. Viviamo sul confine tra due diverse filosofie. Spostarsi fisicamente sempre più in fretta o lasciare che a correre siano i dati mentre l'umanità rallenta, lasciando sul nostro ambiente un'impronta più leggera? I leviatani del cielo degli anni Venti e Trenta potrebbero oggi essere i precursori di una nuova età dell'oro di viaggi ecosostenibili e senza stress. Immaginiamo un'aeronave ibrida che salpa per New York con 500 passeggeri a bordo, bruciando pochissimo combustibile, tutto biologico. Come facevano i dirigibili di un tempo, il grande vascello cavalca i venti favorevoli attorno alle tendenze meteo, ma sfruttando le previsioni satellitari. I passeggeri dormono nei propri letti, guardano il panorama, assistono a spettacoli dal vivo, magari giocano al casinò o si godono il centro benessere. Le procedure doganali e di frontiera si svolgono a bordo, e volendo ci sono ovviamente una palestra e internet gratuito. Dopo una buona notte di riposo la nave atterra verticalmente sull'Hudson, sbarcando i passeggeri nel cuore della Città Che Non Dorme Mai. Immaginiamo un'aeronave delle stesse dimensioni che depositi un intero ospedale in una zona remota dell'Africa, dove non esistono né strade né tanto meno aeroporti. Ma il carico potrebbe ugualmente essere 50 tonnellate di acqua potabile purissima, per combattere qualche epidemia. Quando composi la canzone *Empire Of The Clouds* raccontai la tragedia dell'R101. Nella parte finale, poco prima dei commenti sulla tomba di Cardington, mi sentii in dovere di onorare lo spirito e il coraggio di tutti i coraggiosi dirigibilisti scomparsi come marinai del cielo. Non devo dunque scusarmi nel dedicare a questo libro quei versi così come li scrissi davanti al sepolcro di Cardington, con lo sguardo rivolto ai grandi hangar nei quali gli R100 e 101 erano stati costruiti.

“Qui giacciono i loro sogni, davanti a me che al sole
Calpesto la terra sulla quale furono costruiti, e i motori corse-
ro. Alla luna e alle stelle, cosa abbiamo fatto ora?
Benché i sognatori possano morire
I sogni continuano a vivere
I sogni vivono ancora”

Bruce Dickinson
30 ottobre 2015

admiration at the union of heaven and earth expressed by these gentle giants. Even in the dark days of warfare, the dreams of peacetime applications were always uppermost in airship designers' minds. To conceive a vessel in the infancy of aviation which would take passengers across the south Atlantic non-stop was bold indeed. Yet to provide them with smoking rooms, piano bars and personal bedrooms was nothing short of astonishing. Were such a vessel to exist today, I would certainly be on it. We live on the cusp between two philosophies. Do we physically rush around faster or do we let information do the running, and mankind goes slower, leaving a more gentle footprint on our environment? The great behemoths of the sky in the 20's and 30's could now be the precursors to a new golden age of stress-free ecologically viable travel. Imagine a hybrid airship with 500 passengers aboard, setting sail for New York. Burning minimal fuel, all of it biofuel. The great vessel rides the tailwinds surrounding the weather patterns, as the airships of old did, but this time with satellite weather prediction. On board, our passengers sleep in their own beds, sightsee, take in live entertainment, perhaps a casino, perhaps a spa treatment. Customs & Immigration take place on board and should you wish, there is of course, a gym and free internet. After a good night's sleep, the ship lets down on the Hudson River landing vertically, and the passengers disembark into the City That Never Sleeps. Consider the same size vessel depositing an entire hospital in a remote region of Africa where no roads exist, and certainly no airports. Or perhaps the cargo is 50 metric tonnes of

In questa pagina
On these page
L'Airlander in volo
The Airlander in flight

Nella pagina destra
Right page
Una tavola comparativa di
Max Pinucci dedicata ai più
famosi dirigibili

A comparative plate of the
most famous airships by Max
Pinucci

Una tabella riassuntiva dedica-
ta ad Airlander realizzata dagli
studenti ISIA Firenze Baruzzo,
Fulgeri, Uljarevic

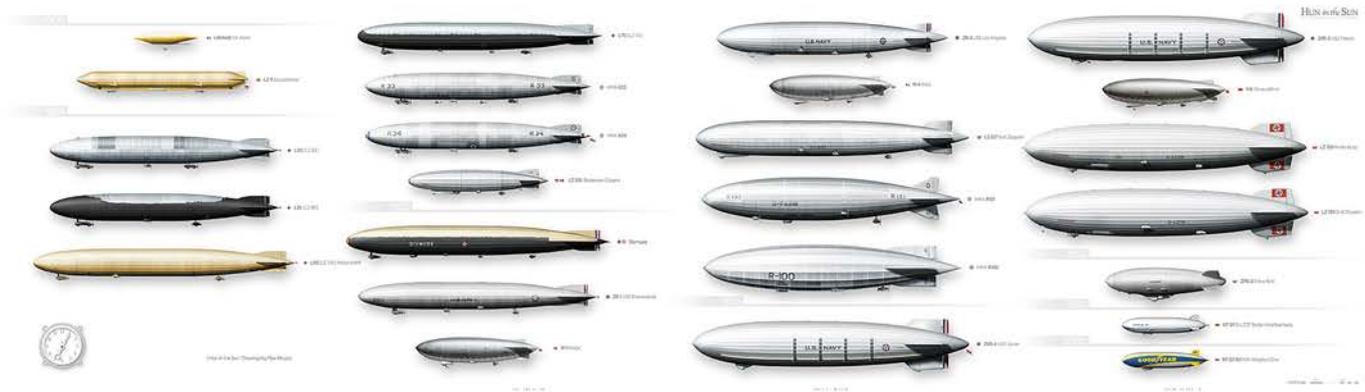
A table dedicated to Airlander
by the students Baruzzo, Fulgeri,
Uljarevic of ISIA Firenze

pure drinking water, to combat the scourge of disease.

When I wrote the song Empire Of The Clouds it was about the R101 tragedy. At the end of the song, just before the observations about the tomb in Cardington, I felt duty-bound to honour the spirit and courage of all the brave airshipmen, the sky sailors, who had gone before. I make no apology therefore for dedicating these lines to this book. I wrote them standing before the tomb in Cardington, facing the great sheds where the R101 and R100 were constructed:

*“Here lie their dreams, as I stand in the sun
On the ground where they built,
and the engines did run
To the moon and the stars now
what have we done?
Oh the dreamers may die
But the dreams live on,
Dreams live on”*

Bruce Dickinson
30 ottobre 2015



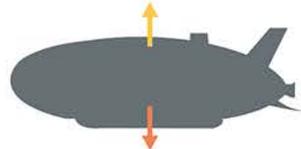
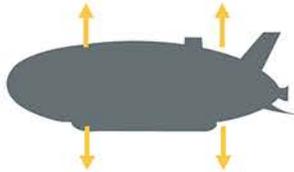
Height Length Speed cruise Max range

26 m 92 m 148 km/h 3200 km

Aerodynamic Lift Vectored Thrust Lift Bouyant Lift

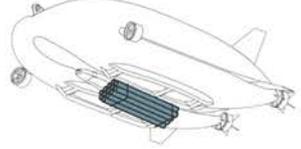
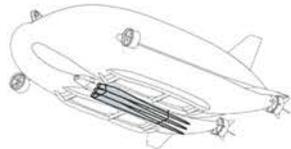
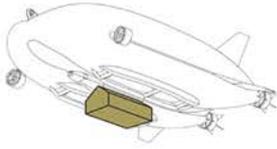
Increase Lift efficiency 40%

Provides zero energy lift for long endurance flight



Transport of mining, gas and oil industry Complex building project Oversized cargo market

NOW



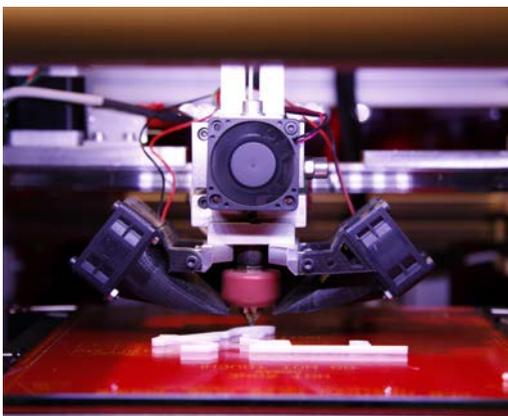
Airlander 10 Airlander 50 Airlander 200



cargo M3
payload 10 t

cargo 500 M3
payload 50 t
in 2019

cargo 1850 M3
payload 200 t
in the future



NUOVE
FORME
DI MOBILITÀ



10
EDIZIONE
EDITION



EVANTRA Mazzanti Automobili

A cura di / Written by
Luca Mazzanti
CEO Mazzanti Automobili



Nato a Pistoia nel 1974, fin da piccolo Luca Mazzanti si dimostra appassionato di motori, frequenta curioso l'officina e inizia a disegnare automobili, modificare modellini. Verso la fine degli anni '80, continuando parallelamente gli studi, lavora già nella carrozzeria di famiglia, fino a quando, nei primi anni '90, inizia l'intensa e fondamentale collaborazione con il suo grande maestro – Mario Faralli – In poco più di venti anni, infatti, ha modo di rimodellare, restaurare e fare ricerca

su alcune tra le più rare ed importanti automobili mai costruite. Negli stessi anni, l'amore per la velocità lo spinge anche a partecipare a numerose gare in salita con vetture sport prototipo ed Abarth restaurate personalmente. Intanto il crescente impegno sulle vetture in restauro, fa sì che Mazzanti si trovi giorno dopo giorno a interpreta-



re lo stile ed i metodi di costruzione dei più importanti carrozzieri della storia dell'automobile accrescendo eccezionalmente il proprio know-how. Questo serrato e qualificatissimo apprendistato – per molti aspetti paragonabile al tirocinio nelle botteghe artistico-artigiane dei secoli scorsi –, unito a numerosi anni di esperienza lavorativa acquisita sulle auto moderne, germina prima e quindi sviluppa in modo sempre più marcato un'autonoma «identità stilistica» in Mazzanti, che, avverte l'urgenza di proporsi non più esclusivamente

Born in Pistoia in 1974, since he was little Luca Mazzanti proves to be keen of engines, goes often to the garage with curiosity and begins drawing cars and modify models. In the late 80s, while continuing his studies, he already works in the body shop of the family, until, in the early 90s, he starts the intense and fundamental collaboration with his great teacher - Mario Faralli. In just over twenty years, in fact, he was able to reshape, restore and do research on some of the rarest and most important cars ever built. In the same years, the love for speed led him also to participate in various competitions uphill with prototype sports cars and Abarth restored personally. Meanwhile, the growing commitment on cars restoration, causes Mazzanti construing day after day the style and methods of construction of the most important designers of motor-car bodies in the history of the automobile, exceptionally increasing his know-how. This tight and highly qualified apprenticeship - in many ways comparable to the training in artistic and handicraft workshops of past centuries - combined with many years of work experience gained on

modern cars, germinates first and then develops an ever more marked autonomous "stylistic identity" in Mazzanti, who feels the urge to offer no longer exclusively as "re-maker" of other people's projects, but as a complete "author", risking so, directly - both personally and from a business perspective - with his own concept of design and construction: after years of dedication to the art of the great "painters", he feels the time has come to start painting on a "blank canvas". In 2001 he carries out his first "coupe" designed together with Walter Faralli; this will be the true spring that will push him to give life to the brand F & M and to the first car entirely designed, engineered and manufactured in-house: Antas. A very rapid escalation is determined since the presentation of the model, and that means the gradual increasing of commitment and intensity of numerous projects "tailored" for customers and, in parallel, a significant acquisition of image and credibility in a very short time given by the new brand, especially through the on-scratch creations - the primitive model Antas (from the Etruscan word meaning 'eagle') followed by

in qualità di «rifacitore» di progetti altrui, bensì come «autore» a tutto tondo rischiando perciò direttamente – sia personalmente che dal punto di vista aziendale – con un proprio concetto progettuale e costruttivo: dopo anni dedicati alle opere d'arte dei grandi «pittori», sente il momento di iniziare a dipingere su una «tela bianca». Nel 2001 realizza così la prima «barchetta» disegnata insieme a Walter Faralli; questa sarà la vera molla che lo spingerà a dare vita al marchio F&M e alla prima automobile interamente disegnata, progettata e realizzata in proprio: Antas. Dalla presentazione del modello si determina un'assai rapida escalation, ovvero l'aumento graduale d'impegno e intensità su numerosi progetti creati «su misura» per i clienti e, parallelamente, una notevole acquisizione di immagine e credibilità raccolta in brevissimo tempo dal nuovo marchio, soprattutto attraverso le creazioni ex-novo, – al primitivo modello Antas (dal termine etrusco che significa «aquila») seguono le altrettanto fortunate «berlinette» Vulca, invitate ad esibirsi presso i più esclusivi eventi motoristici mondiali e all'interno di importanti produzioni cinematografiche – in particolare Antas è protagonista del film Speed Racer. Nel 2011, dopo tre anni di lavoro, Luca Mazzanti presenta la prima vettura a motore centrale marchiata Mazzanti Automobili. Pensata per una piccola, esclusiva e ultra-personalizzata produzione, la nuova supercar è un sapiente ed accorto mix di grintosità moderna e rispettosa continuità col passato e la storia morfologica della tipologia che trova anche nel nome – Evantra (dall'appellativo col quale il popolo etrusco designava la dea dell'immortalità). Durante il 2012 vengono realizzati i primi modelli in scala reale, i primi stampi per la produzione delle carrozzerie ed inizia la costruzione del primo esemplare di Evantra. Il 2013 è un anno magico: la Evantra viene tenuta a battesimo dal Principe Alberto di Monaco durante la World premiere a Top Marques Monaco e Mazzanti ottiene l'attenzione dei principali media internazionali. Nel frattempo l'azienda evolve costantemente, raddoppia l'area produttiva dell'atelier di Pontedera, acquista nuove attrezzature e imposta l'assetto per la produzione delle nuove Evantra; acquisisce importanti collaboratori, nuovi agenti nelle diverse aree del mondo e nuovi partner. Nel 2014 e 2015 si arriva alla consacrazione di Mazzanti e della Evantra con la produzione e la fama dell'azienda che aumenta giorno dopo giorno dall'apparizione nel film "Transporter" di Luc Besson fino alla sua entrata al Casinò di Montecarlo: la prima ed unica auto nella storia a varcare la storica entrata.

the equally successful "berlinette" Vulca, invited to perform at the world's most exclusive motor events and in important film productions – in particular Antas is the protagonist of the movie Speed Racer. In 2011, after three years of work, Luca Mazzanti presents the first mid-engined car marked Mazzanti Automobili. Designed for a small, exclusive and ultra-customized production, the new supercar is a wise and shrewd mix of modern mordant and respectful continuity with the past and the history of type morphology that is also found in the name - Evantra (from the appellation with which the people designated the Etruscan goddess of immortality). During 2012 the first full-size models and the first moulds for the production of car bodies are carried out, and the construction of the first

unit of Evantra begins. 2013 is a magical year: the Evantra is held in baptism by Prince Albert of Monaco during the World premiere at Top Marques Monaco and Mazzanti gets the attention of main international media. Meanwhile the company is constantly evolving, doubles the production area of the atelier of Pontedera, buys new equipment and sets the arrangement for the production of new Evantras; It acquires important collaborators, new agents in different areas of the world and new partners. In 2014 and 2015 the consecration of Mazzanti and Evantra takes place with the production, and fame of the company increases day by day, from the appearance in the movie "Transporter" by Luc Besson to its entry in the Casino of Monte Carlo: the first and only car in history to cross the historic entrance.



Nuovi Concetti di Mobilità

A cura di / Written by
Francesco Nepi
CEO di Elfra SA

La mobilità è una necessità ma produce congestione e inquinamento. Il mezzo privato rimane presente nel panorama delle soluzioni di mobilità ed ha un significativo impatto ambientale.

Due innovazioni per la mobilità.

Fra i temi d'innovazione in atto, due hanno il potenziale per indurre cambiamenti nell'industria della mobilità: la trazione elettrica e l'open-source. La trazione elettrica può ridurre l'impatto ambientale specialmente se rifornita con energia ricavata da rinnovabili. Inoltre i veicoli elettrici, quando connessi a smart-grid, possono aumentare l'efficienza di tutto il sistema elettrico.

Trazione elettrica.

È probabile che i veicoli tradizionali saranno sostituiti da veicoli elettrici. La trazione elettrica comporterà impatti significativi sia per le aziende costruttrici di veicoli che per le società petrolifere. Le aziende costruttrici tradizionali adottano una politica di "wait-and-see". Chi, tra i costruttori già affermati, propone veicoli elettrici, cerca di farlo con modelli che non cannibalizzano quelli tradizionali. Si apre quindi uno spazio per nuovi entranti.

Tesla, ad esempio, sta acquisendo quote di mercato ed è ormai una marca ambita.

Questo mette la concorrenza di fronte ad un dilemma: non fare niente e perdere quote o agire rischiando un impatto finanziario negativo?

La scelta comune è stata quella di aspettare. Tuttavia, recentemente, una casa automobilistica ha dichiarato di voler contrattaccare. Il prezzo di vendita di un veicolo elettrico è superiore di quello di un analogo veicolo tradizionale a causa dell'elevato costo delle batterie e della produzione in piccola serie.

Comparare i soli prezzi d'acquisto è fuorviante. Infatti, ad ogni pieno "elettrico", si risparmia. Anche la manutenzione costa meno. Vi possono essere incentivi fiscali e tariffari. Invece dei prezzi di acquisto, bisognerebbe paragonare i costi del ciclo di vita. Questo calcolo viene raramente effettuato dai privati mentre è comune tra i gestori di flotte.

Sia consumatori che reti distributive sono diffidenti verso l'elettrico. Il consumatore medio è conservatore.

Questo impone adeguate strategie commerciali.

Toyota ha offerto la Prius ai tassisti, dimostrandone l'affidabilità ai privati. La distribuzione diffida perché la vendita e l'assistenza di veicoli elettrici comportano investimenti sia finanziari che tecnici che i concessionari hanno difficoltà ad effettuare. L'autonomia del veicolo elettrico e la ricarica sono tra le prime

Mobility is a necessity but produces congestion and pollution.

Private vehicle remains present in the world of mobility solutions and has a significant environmental impact.

Two innovations for mobility.

Among the current innovation topics, two have the potential to induce changes in the industry of mobility: electric drive and open-source. The electric traction can reduce the environmental impact,

especially if supplied with energy from renewables.

Also, electric vehicles, when connected to smart grid, can increase the efficiency of the entire electrical system.

Electric Drive.

It is probable that traditional vehicles will be replaced by electric vehicles. Electric drive will imply significant impacts to both manufacturers of vehicles and oil companies. The traditional manufacturing companies adopt a policy of "wait-and-see".

Who, among already established



Tesla Model S all'uscita di fabbrica
Photo by Steve Jurvetson

Tesla Model S exiting the factory
Photo by Steve Jurvetson



domande dei consumatori. E' importante fornire al cliente un'autonomia superiore a quella richiesta dalla sua percorrenza media. Per la ricarica, si deve disporre di un posto macchina attrezzato o di colonnine pubbliche. In Olanda, all'acquirente di un'auto elettrica viene riservato un posto macchina vicino a casa con colonnina di ricarica offerta dal comune. Tesla sviluppa reti di "Superchargers" a ricarica rapida, strategicamente posizionati per i viaggi extraurbani. Sviluppa anche una rete di "Destination Chargers", presso ristoranti, alberghi e centri commerciali.

L'Open-Source.

Nato nel software, l'open-source si è sviluppato anche nell'hardware e nella mobilità. E' possibile scaricare gratuitamente dalla



Stazione di Ricarica Tesla con Supercharger
Foto: Jusdafax derivative work: Mariordo
[CC BY-SA 3.0 (<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/>)], via Wikimedia Commons

Tesla Charging Station with Superchargers
Photo: Jusdafax derivative work: Mariordo
[CC BY-SA 3.0 (<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/>)], via Wikimedia Commons

rete il progetto di un veicolo. Usando l'open-source, si riducono tempi e investimenti necessari a realizzare un nuovo veicolo. L'offerta open-source può prevedere, a pagamento, la fornitura di componenti, del veicolo in kit e di consulenza tecnica. Una di queste società è OSVehicle che ha percorso questo modello di business. Un'altra è Ampool, espressione della volontà della regione Aquitania di sviluppare progetti innovativi. Ampool è nata su piattaforma OSVehicle per poi evolversi in un veicolo diverso. Il modello di business "open-source" deve ancora fare le sue prove ma sta suscitando un grande interesse.

manufacturers, offers electric vehicles, tries to do it with models that do not cannibalize traditional ones. It then opens a space for new entrants.

Tesla, for example, is gaining market share and is now a sought-after brand.

This puts the competitors in front of a dilemma: doing nothing and lose share or acting risking a negative financial impact?

The common choice was to wait. However, recently, an automaker has declared the intention to counterattack.

The selling price of an electric vehicle is higher than that of a similar conventional vehicle, because of the high cost of batteries and the production in small series.

Mere comparison of prices is misleading. In fact, for every "electric" refuel, you're saving money.

Also maintenance costs less. There may be tax and tariff incentives.

Instead of the purchase price, you should compare the cost of the life cycle. This calculation is rarely carried out by individuals while is common among fleet managers.

Both consumers and distribution networks are suspicious of the electric. The average consumer is conservative. This imposes adequate business strategies. Toyota has offered its Prius to taxi drivers, proving its reliability to privates. The distribution is suspicious because sale and service of electric vehicles involve both financial and technical investments that dealers have difficulties in making.

The autonomy of the electric vehicle and recharging are among the top consumer questions.

It's important to provide the customer with a greater autonomy than that required by its average distance. For recharging, you need to have an equipped parking slot or public stations. In the Netherlands, the purchaser of an electric car gets a reserved parking place close to home with recharging station provided by the municipality.

Tesla develops networks of quick charge "Superchargers", strategically placed for trips out of town. It also develops a network of "Destination Chargers", at restaurants, hotels and shopping centres.

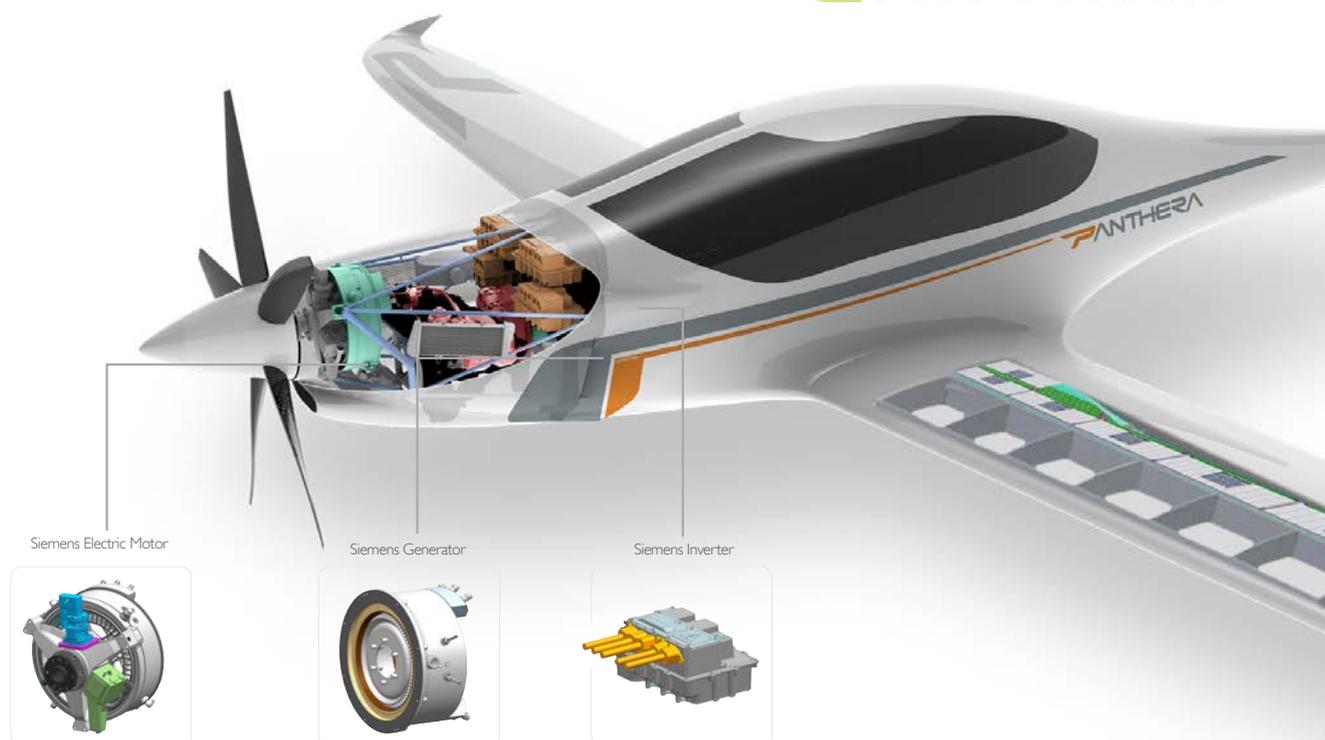
The Open-Source.

Born in the software, the open-source has also developed in hardware and mobility. It's possible to free download from the network the project of a vehicle. Using the open-source, time and investment required to build a new vehicle are reduced. The open-source offering could include, for a fee, the supply of components, vehicle kits, and technical advice. One such company is OSVehicle that pioneered this business model. Another one is Ampool, expression of the will of the Aquitaine region to develop innovative projects. Ampool was born on the OSVehicle platform, then evolving into a different vehicle. The "open source" business model has yet to face its trials, but is attracting great interest.

HYPSTAIR: verso un velivolo ibrido di serie certificato

A cura di / Written by
University of Maribor

 HYPSTAIR



Il progetto HYPSTAIR sta affrontando la sfida della progettazione e costruzione di componenti di un sistema a trazione ibrida, destinati ad essere utilizzati in aeromobili dell'aviazione generale di piccole dimensioni. Un concetto di velivolo ibrido di serie presenta attualmente la migliore efficienza rispetto al compromesso dell'assortimento nel segmento dell'aviazione leggera.

Specialità del progetto è un'interfaccia uomo-macchina dedicata (HMI), che è in fase di progettazione e che consente una semplicità d'uso per un sistema ibrido complesso. Insieme all'affidabilità dei motori elettrici e all'uso di una duplice fonte di energia, la sicurezza di volo, come previsto da un sistema costruito su questi componenti, verrà migliorata.

Nel corso degli ultimi mesi, è stato sviluppato un modello di simulatore di volo (HyPSim) per un velivolo ibrido ed ha realizzato diverse simulazioni, tra cui interessanti approfondimenti su possibili condizioni critiche. Accanto, l'interfaccia uomo-macchina, alcuni componenti sono stati progettati con effetti aptici, che presentano un nuovo approccio nella comunicazione tra pilota e aereo. Inoltre, il sistema completo di batterie è stato dettagliato, prendendo in considerazione la potenza necessaria, un decollo silenzioso, peso e dimensioni per questioni di realizzazione.

Nei prossimi mesi, i partner saranno coinvolti attivamente nella progettazione finale e nella produzione dei componenti del siste-

HYPSTAIR project is addressing the challenge of designing and building components of a hybrid drive system, intended for use in small general aviation aircraft. A serial hybrid aircraft concept currently presents the best efficiency versus range compromise in the light aviation segment. Speciality of the project is a dedicated human-machine interface (HMI) that is being designed allowing simple operation of a complex hybrid system. Together with the reliability of electric motors and use of dual energy source, safety of flying as provided by a system built upon these components, will be improved. During the last months, a flight simulator model (HyPSim) for a hybrid aircraft was developed and carried out several simulations including interesting insights on possible critical conditions. Alongside, the human-ma-

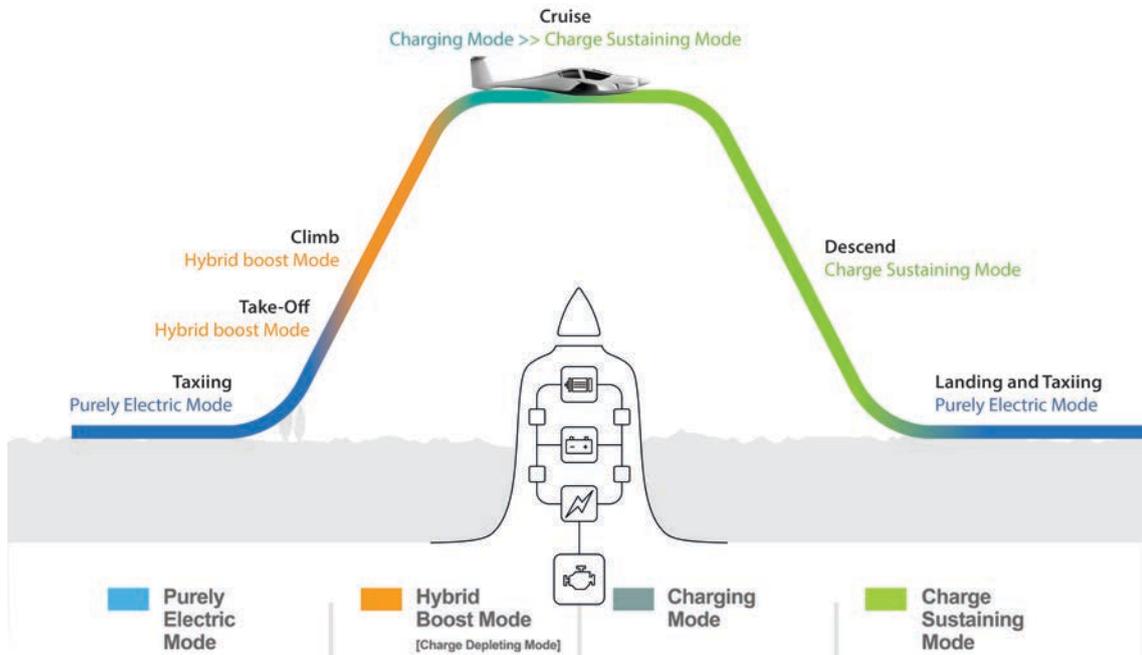
chine interface, some components were designed with haptics effects, which present novel approach in communication between a pilot and an aircraft. Moreover, complete battery system has been detailed, taking in consideration the necessary power, silent take-off, weight and size for matters of implementations. In upcoming months, partners will be actively involved in final designing and manufacturing of hybrid system components, namely motor, inverter, generator and control system. All the components and HMI will be integrated into the component integration platform and then subjected to functional safety analysis. The validation of enhanced level of safety for a small aircraft, both through demonstrated reliability of all the components as well as through demonstration of suitability of the



"Questo progetto ha ricevuto finanziamento dal Settimo Programma Quadro dell'Unione Europea per la ricerca, sviluppo tecnologico e dimostrazione sotto convenzione di sovvenzione n. 605305".



"This project has received funding from the European Union's Seventh Framework Programme for research, technological development and demonstration under grant agreement no. 605305".



ma ibrido, vale a dire il motore, l'inverter, il generatore e il sistema di controllo. Tutti i componenti e l'HMI saranno integrati nella piattaforma di integrazione dei componenti e poi sottoposti ad analisi di sicurezza funzionale. Verrà effettuata la convalida di un livello di sicurezza maggiore per un piccolo velivolo, sia grazie all'affidabilità dimostrata di tutti i componenti che alla dimostrazione dell'idoneità del HMI proposto per consentire un funzionamento sicuro ed efficiente del velivolo ibrido. Dato che attualmente non esistono norme per sistemi a trazione ibrida in aviazione, definire tali norme in collaborazione con le autorità sarà un contributo importante del progetto, aprendo la strada per introdurre sul mercato tecnologie ibride ed elettriche.

I risultati del progetto contribuiranno a creare una catena di fornitura competitiva per i componenti della propulsione ibrida e a ridurre i tempi di commercializzazione per i produttori di cellule che intendono introdurre la propulsione elettrica ibrida nelle loro cellule.

proposed HMI to enable safe and efficient operation of hybrid aircraft, will be carried out. As there currently exist no regulations for aviation hybrid drive systems, defining these in collaboration with the authorities will be an important contribution of the project, paving the way for hybrid and

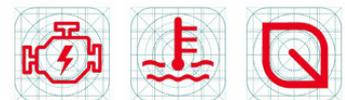
electric technologies to be introduced to the market. Project's results will help to create a competitive supply chain for hybrid drive components and reduce the time to market for airframe manufacturers willing to introduce hybrid electric drives into their airframes.

Font for Hypstair HMI

QWERTYUIOPASDFGHJKLZXCVBNM
1234567890

QWERTYUIOPASDFGHJKLZXCVBNM
1234567890

QWERTYUIOPASDFGHJKLZXCVBNM
1234567890



È nato Airlander

A cura di / Written by
Hybrid Air Vehicles



L'Airlander è un ibrido tra un aereo e un dirigibile, con la capacità di un elicottero di volare a punto fisso aggiunta in buona misura. Con i suoi 92 metri di lunghezza, l'Airlander è il più grande velivolo al mondo.

Il Team Airlander ha compreso il potenziale di avere una struttura leggera che non utilizzi molta energia e potenza per decollare. Un Boeing 747 vuoto pesa circa 100 tonnellate, e brucia una quantità enorme di combustibile per decollare. E brucia una quantità enorme di combustibile per mantenere questo peso in aria.

Se si potesse realizzare un velivolo che pesi quasi nulla, l'unica energia che utilizzerebbe sarebbe quella per spingersi in avanti. Esistono molti modi di utilizzare aeromobili per cui non è necessaria velocità, ma è necessaria efficienza. In questo sta l'innovazione dell'Airlander.

Lo scafo viene riempito con elio inerte, che è più leggero dell'aria. Il principio è: più leggero è il veicolo, maggiore è il carico che può essere trasportato dal velivolo. Non vi è alcuna struttura interna nell'Airlander - mantiene la sua forma grazie alla pressione dell'elio all'interno dello scafo e al materiale resistente di cui è fatto.

L'Airlander è stato originariamente costruito per l'esercito degli Stati Uniti, avendo conseguito con successo il suo primo volo nell'agosto 2012. Ora è tornato a casa nel Regno Unito, ed è attualmente ospitato in un enorme hangar per vecchi dirigibili, a nord di Londra.

Al momento stiamo ricomponendo l'aeromobile, riparandolo e migliorandolo, e sarà pronto per il primo volo nel Regno Unito all'inizio del 2016.

Le capacità dell'Airlander sono infinite. Può rimanere in volo per molti giorni alla volta; ideale per la sorveglianza, il lavoro di indagine, le riprese ed i safari! Il tutto con un'inferiore emissione di anidride carbonica rispetto agli aerei.

L'Airlander può trasportare 10 tonnellate di carico.

L'Airlander può atterrare su laghi ghiacciati, paludi e acqua.

*Every industry has its maverick, creative genius:
Steve Jobs in computing, Albert Einstein in physics,
Vivienne Westwood in fashion.*

*The airship industry has one too, Roger Munk.
Way back in the 1970s, Roger was frustrated with airships.
Frustrated that they should inherently be an efficient,
comfortable and green way to fly, but no one had really cracked
the problem of getting them to work in strong winds
and without lots of people to help them land on the ground.
Roger dedicated his life to finding the solution.*

*The Airlander was born.
The Airlander is a hybrid of an
aeroplane and an airship, with the
hovering capability of a helicopter
thrown in for good measure. At
92 metres in length, the Airlander
is the largest aircraft in the world.
The Airlander Team realised the
potential of having a lightweight
structure that doesn't use lots of
energy and power to get it off the
ground. An empty Boeing 747
weighs around 100 tonnes, and
burns an enormous amount of
fuel to get itself into the air. And
burns an enormous amount of
fuel to keep this weight of aircraft
in the air. If an aircraft could be
made that weighs almost nothing,
the only energy it would use would
be to push it forward. There are
many aircraft uses that don't need
speed, but do need efficiency.
This is where the Airlander is
groundbreaking. The hull is filled*

*with inert helium, which is lighter
than air. The principle is: the lighter
the vehicle, the more cargo that
can be carried by the aircraft.
There is no internal structure in
the Airlander - it maintains its
shape due to the pressure of the
helium inside the hull and the
strong material it is made of. The
Airlander was originally built for
the US Army, having its successful
first flight in August 2012. It has
now returned home to the UK,
currently housed in a huge old
airship hangar to the north of Lon-
don. We are currently putting back
together the aircraft, repairing and
improving it, ready for first UK
flight at the beginning of 2016.
The capabilities of the Airlander
are never-ending. It can stay
airborne for many days at a time;
ideal for surveillance, survey work,
filming and safaris! All with a
lower carbon footprint than aero-*

Ogni settore ha il suo cane sciolto, il suo genio creativo: Steve Jobs nel settore informatico, Albert Einstein in fisica, Vivienne Westwood nella moda. Anche l'industria dei dirigibili ne ha uno, Roger Munk.

Nei lontani anni '70, Roger era frustrato dai dirigibili. Frustrato dal fatto che dovessero di per sé essere un modo efficace, comodo e verde di volare, ma che nessuno avesse veramente risolto il problema di farli lavorare con vento forte e senza un sacco di persone per aiutarli ad atterrare.

Roger ha dedicato la sua vita alla ricerca di una soluzione.



L' Airlander non necessita di una pista e quindi può atterrare in aree con poca o nessuna infrastruttura, o direttamente a destinazione senza bisogno di un taxi.

Può volare ad una velocità massima di 85 miglia all'ora e quando in crociera ha solo bisogno di utilizzare i motori posteriori, risparmiando una considerevole quantità di combustibile. Le possibilità di utilizzo per l'Airlander sono infinite. Saremo in grado di bypassare l'ostacolo degli aeroporti, sia a terra che in aria, rendendo il viaggio molto più piacevole. Il mercato del turismo sarebbe l'ideale, con safari di lusso, visite guidate e pranzi-crociera come punto di partenza. Immaginate di galleggiare serenamente e silenziosamente con una vista ininterrotta della natura del Serengeti che si dispiega sotto di voi. Mentre sorsegiate un cocktail con la comodità dell'aria condizionata. Potrete persino aprire una finestra o uscire sulla piattaforma panoramica, visto voleremo basso. L'altro utilizzo che stiamo esplorando è un servizio di trasporto notturno, in particolare per tratte brevi dal Regno Unito verso l'Europa e viceversa. Perché non trascorrere la serata con la propria famiglia e gli amici, e prendere il volo notturno Airlander con cabina letto delle 23:00 per la vostra destinazione, arrivando freschi e riposati in tempo per quelle riunioni mattutine?

Con il silenzio e la mancanza di vibrazioni, e con molto più spazio a disposizione per letti, stanze e docce che su altri velivoli, questo sarebbe un cambiamento radicale in comfort e convenienza. Roger ha visto il suo sogno diventare realtà, anche se è morto prima che si verificasse il primo volo. Ora alla Airlander HQ siamo in grado di commercializzare il suo sogno di cane sciolto, e di renderlo parte integrante dei cieli sopra il mondo.

Tenete d'occhio le notizie perché il primo volo nel Regno Unito è previsto per il 2016. In pochi anni, vedrete l'Airlander volare alto.

planes. The Airlander can carry 10 tonnes of cargo. The Airlander can land on frozen lakes, marsh land and water. The Airlander doesn't require a runway so can land in areas with little or no infrastructure, or straight at location without the need for a taxi. It can fly at speeds up to 85mph and when in cruise it only needs to use the rear engines, saving considerable amounts of fuel. The possibilities for Airlander uses are endless. We'll be able to bypass the clog of airports, both on the ground and in the air, making travel much more enjoyable. The tourism market would be ideal, with luxury safaris, sightseeing and dining cruises as a starting point. Imagine floating serenely and silently with an uninterrupted view of the Serengeti wildlife unfolding beneath you. While you sip a cocktail in air-conditioned ease. You can even open a window or go outside onto the viewing platform, because

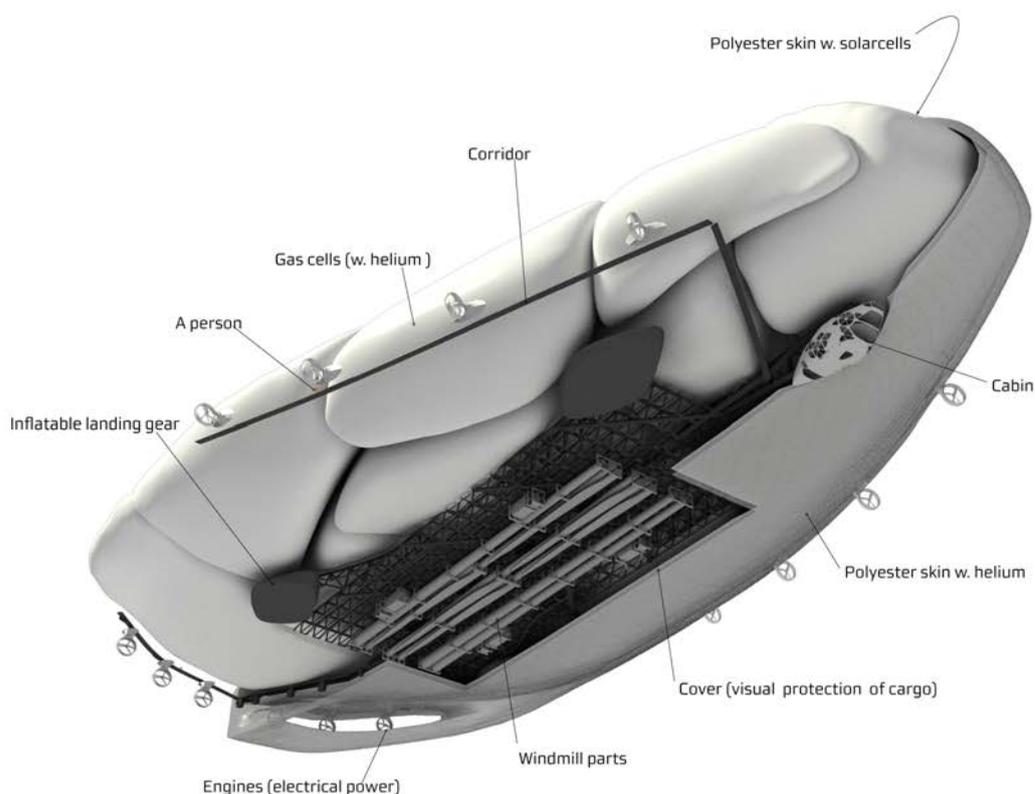
we will fly low in the air. The other use we're exploring is as a sleeper service, in particular for short hops from the UK to Europe and back. Why not spend the evening with those same family and friends, and catch the 11pm Airlander sleeper service overnight to your destination, arriving fresh and refreshed in time for those morning meetings. With the silence and lack of vibration, and with much more space available for beds, rooms and showers than on other aircraft, this would be a step-change in comfort and convenience. Roger saw his dream become reality, though died before the first flight occurred. We at Airlander HQ can now commercialise his maverick dream, and make it a mainstream part of the skies above the world. Keep your eye on the news because first UK flight is scheduled for 2016. In a few years, you will see the Airlander flying overhead.



The KNARR™ Cargo Airship

at the crossroad between
sci-fi and reality

A cura di / Written by
Snezana Djuricic



E' cominciato con la rinascita del dirigibile - Il Dirigibile Cargo Knarr™ - un concetto di trasporto a turbina eolica sostenibile dalla moderna tecnologia dirigibile. E' stato originariamente iniziato come un progetto di laurea per colmare il divario tra progettazione e logistica della produzione in un contesto industriale. Ha ispirato un nuovo modo di pensare il design in un quadro di produzione su larga scala.

Non scoraggiati dai commenti del loro professore come 'troppo grande', 'non realistico' e 'fantascienza pura', nel gennaio 2008 i due aspiranti architetti danesi Rune Kirt e Mads Thomsen riuscirono a concettualizzare il trasporto a turbina eolica sostenibile da moderna tecnologia dirigibile come progetto di laurea presso la Facoltà di Architettura di Aarhus. Il prodotto finale è stato il Dirigibile Cargo Knarr™. Ha applicato nuove tecnologie e soluzioni altamente innovative, comprese cellule fotovoltaiche per raccogliere l'energia solare come carburante, e materiali versatili come la vetroresina per costruzioni leggere.

Come gli architetti laureandi ebbero a scoprire, pensare in grande - non solo in termini di ambizione, ma anche in termini di scala fisica - era audace e non convenzionale,

It began with the rebirth of the airship - The KNARR™ Cargo Airship - a concept of sustainable wind turbine freight by modern airship technology. It was originally initiated as a graduation project to bridge the gap between design and manufacturing logistics in an industrial setting. It inspired a new way of thinking design into a large-scale production framework.

Not discouraged by their professor's comments like 'too big', 'unrealistic' and 'pure science fiction', in January 2008 the two aspiring Danish architects Rune Kirt and Mads Thomsen set to conceptualize sustainable wind turbine freight by modern airship technology as a graduation project at the Aarhus School of Architecture. The end product was the KNARR™ Cargo Airship. It

applied new technologies and highly innovative solutions, including solar cells to harvest solar power for fuel, and versatile materials like fiberglass for lightweight constructions.

As the graduating architects were to discover, thinking big - not only in terms of ambition but also in terms of physical scale - was bold and unconventional, and attracted attention from the World's leader in wind energy, Vestas, who quickly picked up on the concept for delivery of oversized wind turbine components by aviation. The idea of transporting wind turbine parts from production site to installation site using a cargo airship, seemed as an intriguing alternative to the freight business of heavy cargo, reducing the vast energy consumption associated with today's

ed attrasse l'attenzione del leader mondiale nel settore dell'energia eolica, Vestas, che raccolse in fretta il concetto della consegna di componenti delle turbine eoliche di grandi dimensioni per via aerea. L'idea di trasportare parti di turbine eoliche dal luogo di produzione al luogo di installazione utilizzando un dirigibile cargo, sembrava un'alternativa intrigante per l'attività di trasporto di carichi pesanti, riducendo il vasto consumo di energia associata al trasporto attuale di turbine eoliche. Si potrebbe rendere semplice e conveniente la consegna utilizzando aeromobili con una resistenza potenzialmente infinita, in grado di attraversare oceani e continenti rimanendo in aria per diversi giorni e notti di fila.

Il progetto Knarr™ ha condotto Rune Gonna e Mads Thomsen ad un impiego presso la Vestas. Tuttavia, il passaggio da idea e concettualizzazione a logistica di produzione è stato impegnativo. Il migliore produttore di turbine eoliche del mondo, Vestas, aveva ordinato strutture e linee guida per i processi di sviluppo che erano nuove per i due architetti. Si resero conto che questa industria a conduzione ingegneristica era caratterizzata da una mentalità conservatrice, che spesso ha prolungato il processo di ricerca e sviluppo. Integrando la loro esperienza manuale nel settore con le loro conoscenze e background in architettura e design, Rune Kirt e Mads Thomsen sono stati in grado di introdurre nuovi strumenti di pensare le discipline del design in una produzione su vasta scala usando una combinazione di tecniche di progettazione e analitiche avanzate per visualizzare idee complesse, ed offrire soluzioni tecniche verso un'innovazione più orientata al design.

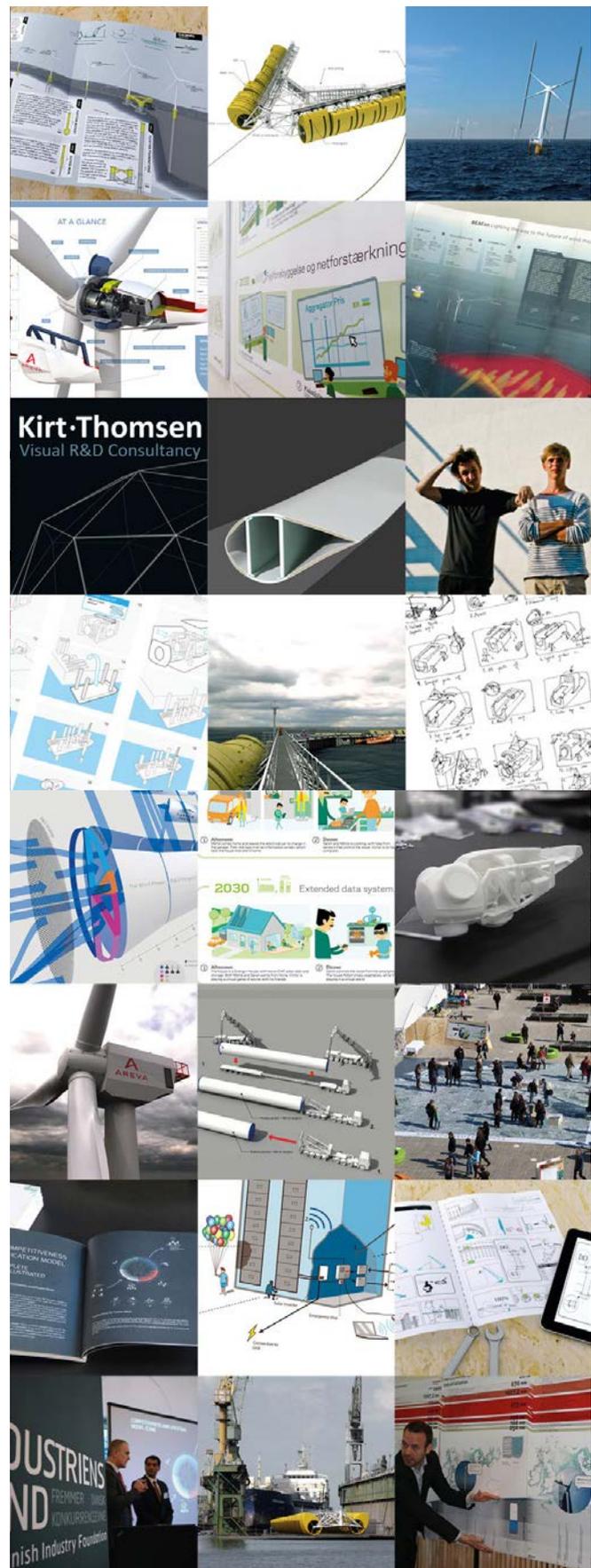
Il loro lavoro alla Vestas ha ispirato Rune Gonna e Mads Thomsen a proseguire i lavori di consulenza in proprio utilizzando le nuove conoscenze acquisite nel settore dell'industria della tecnologia pulita. Fondarono la KurtvThomsen Visual R&D Consultancy nel 2011, che offre un approccio basato sul design per progetti di innovazione sia nelle fasi iniziali che in quelle avanzate del processo di sviluppo creativo. L'obiettivo generale è quello

wind turbine freight. It could make delivery simple and cost-effective using aircrafts with virtually endless endurance, capable of crossing oceans and continents by remaining in the air for several days and nights in a row.

The KNARR™ project landed Rune Kirt and Mads Thomsen employment at Vestas. However, the transition from idea and conceptualization to manufacturing logistics was challenging. The World's top wind turbine manufacturer, Vestas, had ordered structures and guidelines for development processes new to the two architects. They realized that this engineer-driven industry was characterized by a conservative mindset, which often prolonged the R&D process. Integrating their hands-on experience from

the industry with their knowledge and background in architecture and design, Rune Kirt and Mads Thomsen were able to introduce new means of thinking design disciplines into a large-scale production using a combination of advanced analytical and technical design techniques to visualize complex ideas, and offer technical solutions towards a more design-driven innovation.

Their work at Vestas inspired Rune Kirt and Mads Thomsen to continue their consulting work on their own using their newly acquired knowledge of the cleantech industry. They established Kirt•Thomsen Visual R&D Consultancy in 2011, which offers a design-driven approach to innovation projects in both early and late stages of the creative



di comprendere ed aiutare a risolvere i problemi, aumentare la comunicazione e accelerare l'innovazione.

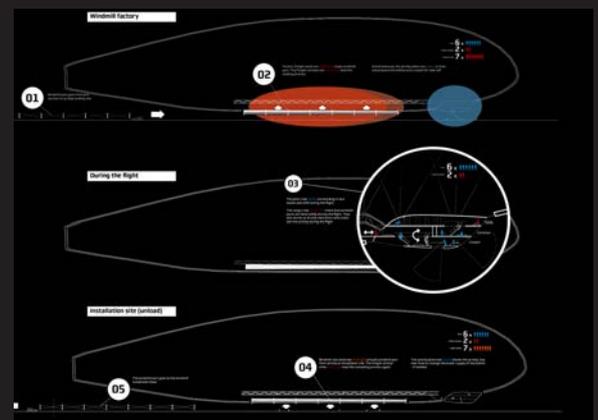
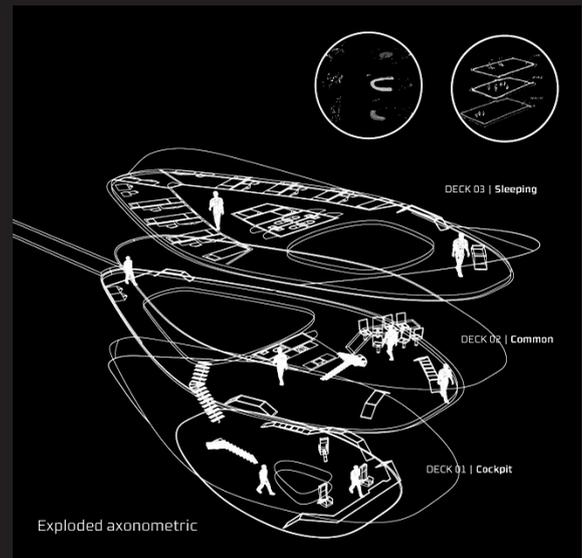
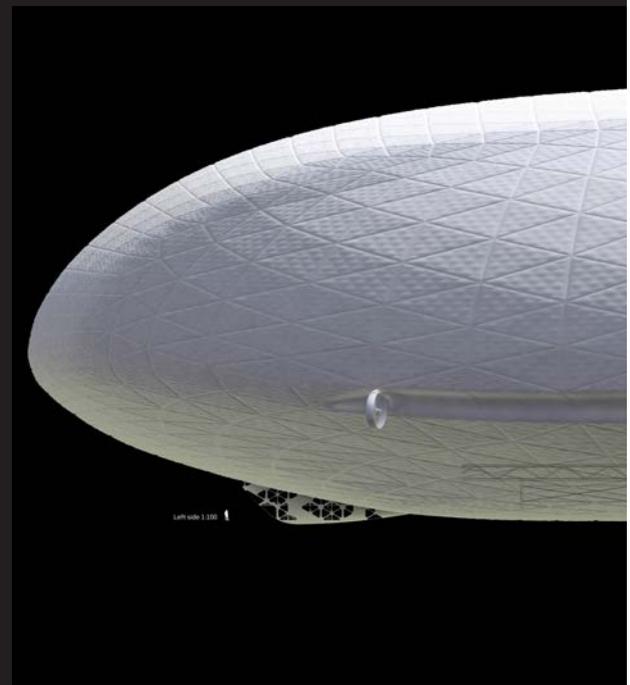
Oggi, la KirtvThomsen si concentra sull'integrazione dell'orientamento al design nei mercati della tecnologia pulita caratterizzati da elevata complessità tecnica; dall'energia eolica, solare e delle maree a veicoli elettrici e smart grid. La KirtvThomsen ha costruito una clientela impressionante che comprende grandi imprese internazionali, le PMI e le organizzazioni pubbliche nel settore energetico delle tecnologie pulite, tra cui protagonisti come DONG Energy, AREVA Wind, WEPTOS, SEAS-NVE e la Città di Copenaghen. E mentre il futuro è molto promettente per i due architetti, ci si potrebbe chiedere cosa ne è stato dell'idea 'futuristica' e 'irrealistica' da cui tutto ha avuto inizio. Bene. Nell'autunno 2014 la KirtvThomsen ha formato una partnership con la Swedish OceanSky nello sforzo di realizzare il trasporto di turbine eolica sostenibili tramite la moderna tecnologia dirigibile, portando Rune e Mads indietro fino alle fondamenta degli inizi: pensare in grande, e riportare la fantascienza nel presente.



developmental process. The overall aim is to understand and help solve problems, boost communication and accelerate innovation.

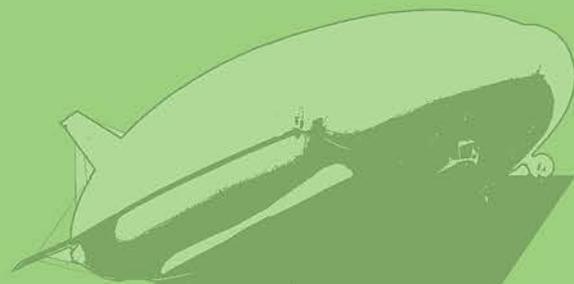
Today, Kirt•Thomsen focuses on integrating design thinking into cleantech markets characterized by high technical complexity; from wind, solar and wave power to electrical vehicles and smart grid. Kirt•Thomsen has build an impressive clientele which comprises large-scale international enterprises, SME's and public organizations in the cleantech energy sector, including key play-

ers such as DONG Energy, AREVA Wind, WEPTOS, SEAS-NVE and City of Copenhagen. And while the future holds great promise for the two architects, one might wonder what became of the 'futuristic' and 'unrealistic' idea that started it all. Well. In Autumn 2014 Kirt•Thomsen formed a partnership with Swedish OceanSky in effort to realize sustainable wind turbine freight by modern airship technology, bringing Rune and Mads back to the building stones of the very beginning: thinking big, and bringing science fiction back to present time.





OSPITI & TEMATICHE

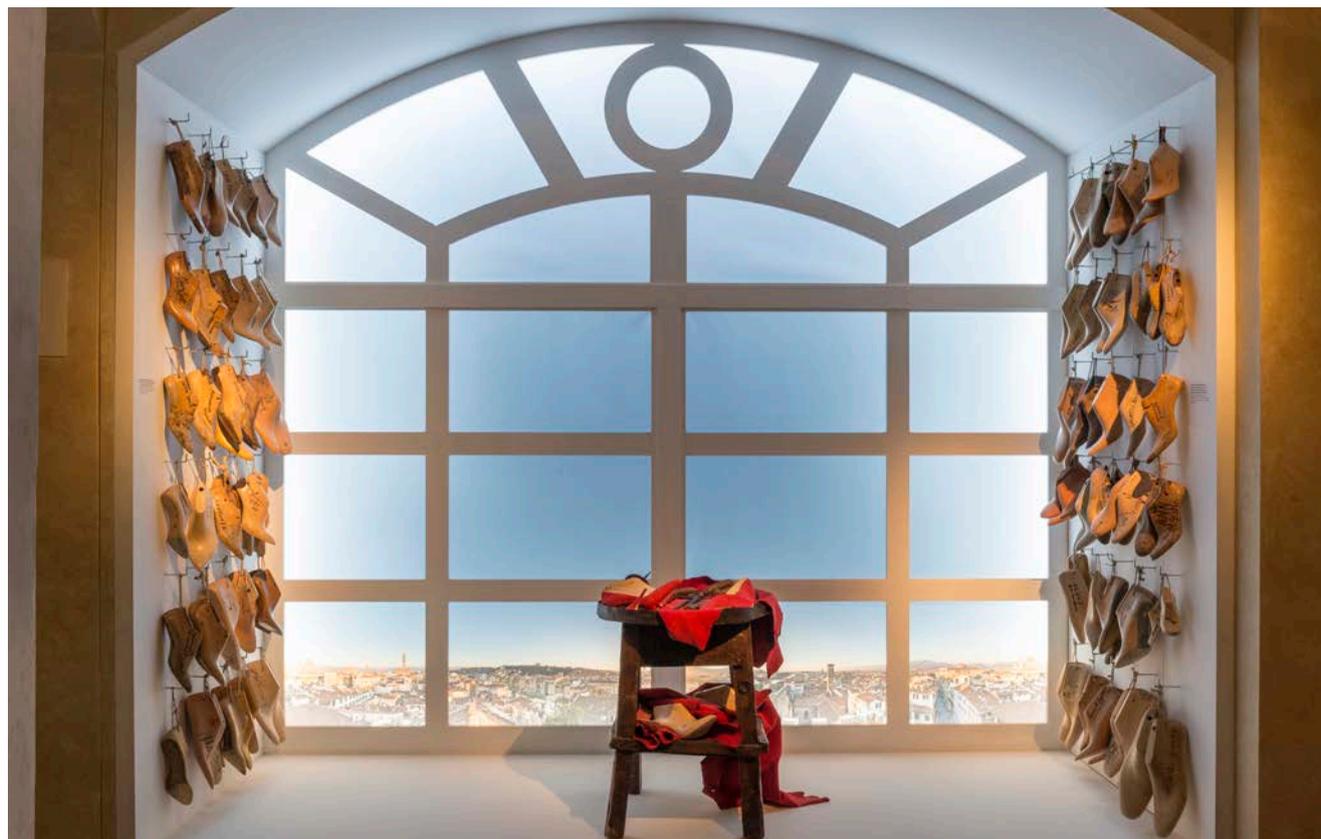


10
EDIZIONE
EDITION



Museo Salvatore Ferragamo

A cura di / Written by
Stefania Ricci
Direttrice del Museo Salvatore Ferragamo



Seguendo una consuetudine cara a Salvatore Ferragamo che raccoglieva ogni testimonianza del proprio lavoro, la sua famiglia, al momento della morte del capostipite avvenuta nel 1960, ha continuato questa pratica e, alla documentazione iniziale, ha aggiunto, anno dopo anno, quella corrente, inglobando, nell'originario archivio, oltre alle calzature, le borse, la piccola pelletteria, gli stampati in seta, l'abbigliamento, uomo e donna, i profumi, i gioielli, gli occhiali e ogni tipo di accessorio. Questo enorme patrimonio storico è stato organizzato dal 1984 in un archivio sistematico che ha dato vita nel 1995 al Museo Salvatore Ferragamo, situato al secondo piano di Palazzo Spini Feroni, sede dell'azienda dal 1938. Nel maggio dell'85 fu organizzata presso Palazzo Strozzi la prima mostra dedicata alla vita e all'opera del fondatore dell'azienda che permise di capire una cosa fondamentale, essere cioè l'impresa un fatto economico ma anche culturale. Il progetto iniziale diventò in breve un'esposizione itinerante, ospitata in alcuni dei musei più prestigiosi del mondo, dal



Following a tradition dear to Salvatore Ferragamo who used to collect each evidence of his work, his family, at the time of death of the founder

in 1960, continued this practice and, at the initial documentation, added, year after year, the current one, incorporating, to the original archive, as well as footwear, handbags, small leather goods, printed silk, men and women clothing, perfumes, jewellery, glasses and any kind of accessories. This huge historical heritage has been organized since 1984 in a systematic archive that gave birth in 1995 to the Salvatore Ferragamo Museum, located on the second floor of Palazzo Spini Feroni, the company's headquarters since 1938. In May of '85, the first exhibition dedicated to the life and work of the founder of the company

Victoria and Albert Museum a Londra (1987), al Los Angeles County Museum in California (1992), alla Sogetsu Kai Foundation a Tokyo (1998), al Museo des Bellas Artes di Città del Messico (2006), al Museum of Contemporary Art di Shanghai (2008), con qualche modifica nei contenuti e nell'allestimento rispetto alla versione originale, necessaria a rendere l'iniziativa adeguata alle aspettative e al cambiamento di pubblico. Alla sua nascita il museo era considerato il salotto buono in cui accogliere la clientela, effettiva e potenziale, ma grazie al grande riscontro ottenuto con le prime esposizioni, si rese necessario

was held at Palazzo Strozzi, which allowed to understand something fundamental, that the enterprise is an economic fact, but also cultural. The initial project quickly became a travelling exhibition, hosted in some of the most prestigious museums in the world, the Victoria and Albert Museum in London (1987), the Los Angeles County Museum in

of more than 700 square meters capable of offering more exhibition room and easier access from the road. The initiatives promoted, organized and managed around the world since 1995 by Salvatore Ferragamo Museum have been numerous, one for all the exhibition on the elegance of Audrey Hepburn, who was Ferragamo customer



il trasferimento nel 2006 nel basement di Palazzo Spini Feroni, uno spazio di oltre 700 metri quadri in grado di offrire una maggiore superficie espositiva e un più facile accesso dal piano stradale. Le iniziative promosse, organizzate e curate dal 1995 in tutto il mondo dal Museo Salvatore Ferragamo sono state numerose, basti solo citare la mostra sull'eleganza di Audrey Hepburn, cliente Ferragamo dagli anni Cinquanta, che ha fatto il giro di molti musei, dalla Germania, al Giappone, all'Australia raggiungendo oltre un milione di visitatori, e la costituzione, all'interno dei flagship store Ferragamo nelle capitali della moda, di spazi dedicati ad ospitare mostre del museo o materiali provenienti dall'archivio. Nel 1999 la Salvatore Ferragamo, grazie alle numerose attività organizzate in pochi anni di vita del museo, viene insignita del "Premio Guggenheim-Impresa e Cultura" per il lavoro curatoriale svolto e per il supporto dato al mondo dell'arte e della cultura. Il nuovo spazio espositivo, grazie proprio al vissuto storico, ha inciso nel cambio di impostazione del museo, sempre meno aziendale e più luogo di

California (1992), the Sogetsu Kai Foundation in Tokyo (1998), the Museo des Bellas Artes in Mexico City (2006), the Museum of Contemporary Art in Shanghai (2008), with some modifications in contents and in setting over the original version, which was needed to adapt the initiative to the expectations and the change of audience. At its birth, the museum was considered the parlour in which to welcome customers, actual and potential, but thanks to the great success obtained with the first exhibitions, it became necessary the relocation in 2006 in the basement of Palazzo Spini Feroni, a space

during the fifties, that went around many museums, from Germany, to Japan, to Australia, reaching more than one million visitors, and the establishment, within the Ferragamo flagship store in the capitals of fashion, of spaces dedicated to host the museum's exhibits or materials from the archives. In 1999, the Salvatore Ferragamo company, thanks to the many activities organized in the few years of life of the museum, was awarded the "Guggenheim Prize - Enterprise and Culture" for the curatorial work done and for the support given to the world of art and culture. The new exhibition space, right

studio e eventi dedicati alla cultura contemporanea della moda in tutti quegli aspetti che esprimono l'apertura e l'interesse costante di un'azienda di moda verso i fenomeni più attuali e significativi che dall'arte, il design, lo spettacolo, il costume, la comunicazione, l'informazione, estendono la loro influenza allo stile e alle forme del vestire e del vivere. Negli anni è stato sviluppato un programma educativo variegato, con l'organizzazione di workshop per bambini, rivolti a diffondere la cultura dell'artigianato, e di conferenze nelle scuole per far conoscere la storia della moda e le sue implicazioni.

Con l'obiettivo di formare le nuove generazioni sui principi che hanno motivato lo sviluppo dell'azienda Ferragamo e la vita del suo fondatore, nel 2013 è nata la Fondazione Ferragamo. Per rendere dinamica la vita del museo, come lo è quella di un'azienda, e fare in modo che il pubblico locale, non solo il turista, torni più volte a visitare il museo come un appuntamento costante, dal 2006 è stato pensato di selezionare ogni anno un tema di ricerca, che, partendo dall'esperienza di Salvatore Ferragamo, dalla storia della sua vita, dalle sue creazioni, dalle clienti che ha servito e dai valori in cui ha creduto, viene indagato in modo trasversale, coniugando il mondo Ferragamo con altri ambiti come l'arte, l'architettura, il design, la storia economica e sociale, la filosofia. Ogni volta il museo si presenta diverso. Cambiano i contenuti e cambia l'allestimento. Il comune denominatore che unisce progetti tanto diversi è il legame con Salvatore Ferragamo e il coinvolgimento emotivo del visitatore, che è chiamato non solo ad approfondire le sue conoscenze, ma a fare un'esperienza autentica.

I centocinquanta anni di Firenze capitale d'Italia (1865-1870) hanno suggerito, nella primavera del 2015, la mostra sulla storia del Palazzo Spini Feroni, che nell'Ottocento ospitava il Comune di Firenze e che, nel 1938, era il luogo dove Ferragamo aveva i suoi laboratori di scarpe fatte a mano e oggi l'azienda ha la sua sede legale. Attraverso sette secoli di percorso storico, dalla sua edificazione nel 1289, il monumentale edificio, da sempre al centro della vita cittadina, viene restituito ai fiorentini, che ne possono godere la visita e conoscerne le vicende. I risultati numerici di questi anni possono dire molto di più delle parole: è stata raggiunta una media tra i 45.000 e i 50.000 visitatori a mostra, 220 sono i progetti espositivi realizzati in venti anni; 250 musei sono in contatto con il Museo Salvatore Ferragamo e più di 200 scuole e università hanno rapporto costante con questa istituzione e con la Fondazione per programmi di studio e di ricerca.

thanks to its historical background, played a role in the change of setting of the museum, becoming less and less corporate and more a place for the study and for events dedicated to contemporary culture of fashion in all those aspects that express openness and constant interest of fashion company to the most current and significant phenomena that from art, design, show business, custom, communication, information, extend their influence to the style and forms of dressing and living. Over the years, a diverse educational program has been developed, with the organization of workshops for children, aimed at promoting culture and handicraft, and lectures in schools to raise awareness of the history of fashion and its implications. With the aim of forming the new generations on the principles that motivated the development of the Ferragamo company and on the life of its founder, the Foundation Ferragamo was born in 2013. In order to make the life of the museum dynamic, as is that of a company, and make sure that the local audience, not only tourists, come back several times to visit the museum as a regular appointment, since 2006 it was decided to select every year a research topic, which, starting from the experience of Salvatore Ferragamo, the story of his life, his creations, customers he served and values in which he believed, gets investigated in a transversal way, combining the world Ferragamo with other areas such as art, architecture, design, economic and social history, philosophy. Every time the museum

looks different. Content and setting change. The common denominator that unites such different projects is the connection with Salvatore Ferragamo and the emotional involvement of the visitor, which is called not only to deepen his knowledge, but to do an authentic experience.

The one hundred and fifty years of Florence capital of Italy (1865-1870) have suggested, in the spring of 2015, the exhibition on the history of the Palazzo Spini Feroni, that in the nineteenth century was hosting the Municipality of Florence and that, in 1938, was the place where Ferragamo had its laboratories of handmade shoes and where today the company has its registered office. Through seven centuries of historical journey, from its construction in 1289, the monumental building, since always at the centre of city life, has returned to the Florentines, who can enjoy the visit and learn about its vicissitude. The numerical results of these years can say much more than words: it was reached an average between 45,000 and 50,000 visitors per exhibition, 220 are the exhibition projects actualized in twenty years; 250 museums are in contact with the Salvatore Ferragamo Museum and more than 200 schools and universities have ongoing relationship with this institution and with the Foundation for programs of study and research.







A cura di / Written by
Pericle Salvini e Enza Spadoni
Scuola Superiore Sant'Anna

L'arte dei robot, i robot come oggetto e soggetto artistico

La tecnologia può generare arte?

Ad "arte" e "tecnologia" diamo in generale contenuti molto diversi. Eppure "tecnologia" proviene dal greco: *tékhnē* + *lōghia*, che vuol dire discorso/trattato sull'arte, intesa come "saper fare". E la parola "arte" era intesa nel senso di "abilità in un'attività produttiva".

Mario Costa, un filosofo contemporaneo, dice che "l'arte è una estetizzazione della tecnica" (L'estetica dei media: avanguardie e tecnologia, 1990). La pittura a olio è una "tecnica" di pittura che ha determinato una forma d'arte specifica. Tecnica (un modo con cui esprimere il saper fare) e tecnologia (uno strumento di realizzarlo) possono contribuire all'arte. Ma cosa accade quando lo strumento diviene esso stesso tecnica e risultato insieme? Oggi si parla di "arte robotica".

E' l'arte robotica "in effetti" arte?

Afferma E. Kac, artista brasiliano che indaga le dimensioni filosofiche e politiche dei processi di comunicazione, che "Uno degli aspetti più problematici della cosiddetta arte robotica è la definizione stessa di ciò che è un robot" (Foundation and Development of Robotic Art, Art Journal, 1997). "Non posso definire cos'è un robot, ma lo riconosco se lo vedo", sostiene J. Engelberger, uno dei padri fondatori della robotica industriale.

Can technology generate art?

To "art" and "technology" we generally give very different contents. Yet "technology" comes from the Greek: *tékhnē* + *lōghia*, which means speech / treatise on art, in the sense of "know-how". And the word "art" was intended as "skills in a productive activity".

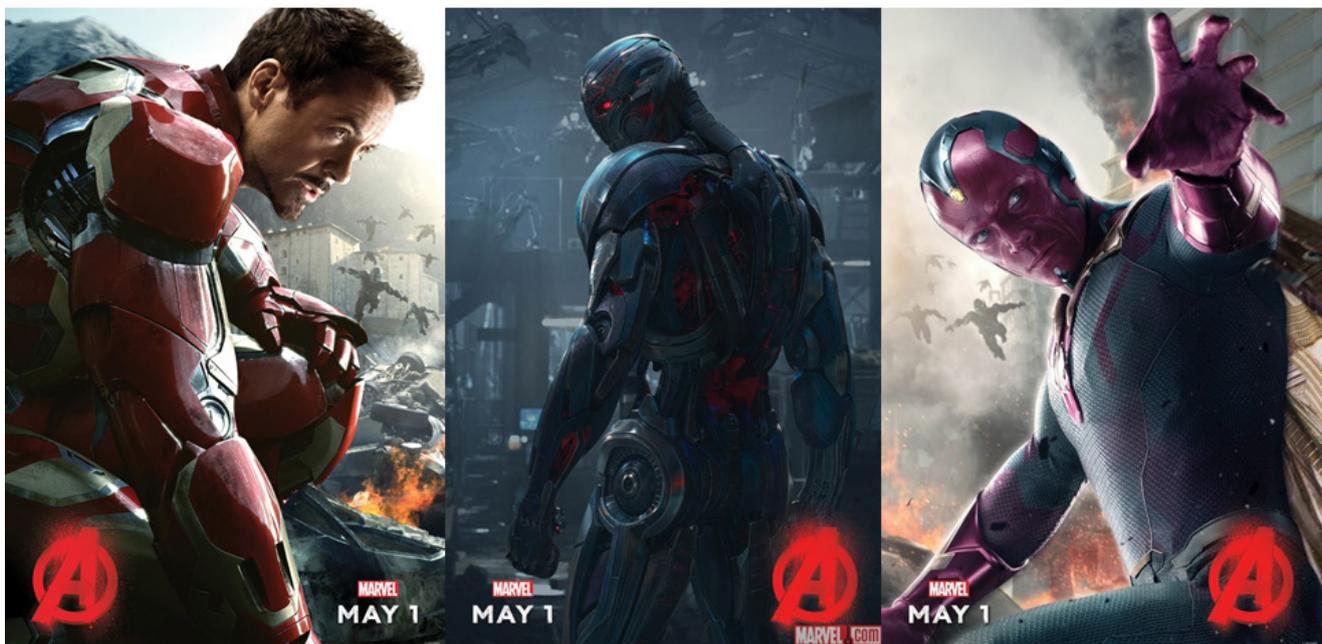
Mario Costa, a contemporary philosopher, says that "art is an aestheticism of technique" (The aesthetics of the media: avant-garde and technology, 1990). Oil painting is a "technique" of painting that led to a specific form of art. Technique (a way to express the know-how) and technology (a tool to achieve it) may contribute to art. But what happens when the tool becomes itself technique and achievement together? Today we

talk about "robotic art".

Is robotic art "in fact" art?

E. Kac, a Brazilian artist who investigates the philosophical and political dimensions of communication processes, states that "One of the most problematic aspects of the so-called robotic art is the very definition of what is a robot" (Foundation and Development of Robotic Art, Art Journal, 1997).

"I cannot define what a robot is, but I recognize it when I see it," says J. Engelberger, one of the founding fathers of industrial robotics. The most common and popular interpretation of robot is the one that refers to a physical object, located in a given environment, which has properties of autonomy, intelligence and human appearance. The etymology of the word



La più usuale e popolare interpretazione di robot è quella che si riferisce a un oggetto fisico, situato in un dato ambiente, che ha proprietà di autonomia, intelligenza e aspetto umano. Sorprende l'etimologia della parola che proviene dal cecco Robot, estratto da Robota, ovvero lavoro forzato, divenuto il nome degli automi che agiscono come operai in un dramma di K. Čapek (1890-1938): in "robot" sono impliciti un lavoro e un automatismo che in qualche modo presuppongono un "comportamento" più o meno significativo da parte di un oggetto che altrimenti sarebbe "inanimato". Alla base dell'"animazione" di un oggetto sta il concetto di "programmabilità", ovvero l'abilità di eseguire un "programma", e quindi un'azione pianificata secondo una struttura, al fine di svolgere un determinato compito, insieme alla possibilità di implementare un comportamento grazie alle proprietà dell'artefatto che ne rendano possibile l'esecuzione.

Esiste un cospicuo filone di opere artistiche il cui tema rappresenta robot, uno per tutti U. Boccioni, con il suo "Forme uniche della continuità nello spazio", 1913, anche raffigurato nelle nostre monete da 20 centesimi. Nonostante rappresentino robot o figure ad essi affini, le opere in cui manchi l'elemento della programmabilità non rientrano nella definizione di arte robotica. Essa si fa risalire a E. Ilnatowicz (1926-1988) che negli anni '60 realizzò una scultura robotica controllata da un computer. L'elemento della programmabilità era in questo caso evidente e diede origine alla nuova area. La scultura era programmata per interagire con gli spettatori, divenendo "soggetto" in un ambiente con cui interagisce. L'interazione comporta a sua volta un ritorno, la "risposta" dell'ambiente (ad esempio un pubblico di spettatori) alle sollecitazioni percepite, che lo rende soggetto "sensibile" in quanto capace di mutare in modo intelligente il suo comportamento: ecco che il robot diviene "soggetto", appunto, artistico. Come conciliare il concetto di "presenza" in teatro con quello di un completo automatismo di attori robot in scena, come concepire una reciprocità "artificiale" quando il pubblico riceve uno stimolo emotivo da qualcosa di artificiale che eppure lo induce a una manifestazione del suo apprezzamento, l'applauso, e come armonizzare da un punto di vista estetico il tipo di reazione nei confronti di una macchina con l'autenticità di un sentimento di contentezza, a teatro come nel caso di un dipinto generato da un algoritmo? Non è l'uomo che realizza l'"opera", ma l'opera diviene tale nel modo in cui riflette un sentire in chi l'osserva, portandolo alla luce e quindi svelandolo? E' possibile pensare che la mente umana possa non essere necessaria?

Figura 1

La con-fusione tra essere umano e macchina è meno minacciosa nella cultura giapponese, dove (semplificando) l'uomo è sempre stato visto come parte di un tutto, che in occidente, dove l'uomo è immagine divina e quindi viene visto come altro rispetto alla natura o ai propri stessi artefatti. Avanguardia della cultura giapponese sono i manga, dove il con-fondersi di uomo e macchina è prassi comune. Qui ne vediamo due esempi storici complementari: a destra, "Ghost in the Shell" (Shirow, 1989) che come chiaro fin dal titolo dibatte del tema di quanto (quando) macchine sempre più simili all'uomo possano sviluppare una coscienza. A destra: "Akira" (Otomo, 1982) in cui il co-protagonista Tetsuo è posseduto da un potere tale da non riuscire più a tracciare limiti tra sé e il mondo circostante, e dopo aver sopperito alla perdita di un braccio costruendosi una protesi robotica si trova a fondersi con le macchine circostanti. L'idea sarà poi ripresa, senza il lato spirituale, dall'omonimo protagonista del film "Tetsuo: Iron Man" (Tsukamoto, 1989).

Figura 2

Il recente blockbuster "Age of Ultron" ci permette di analizzare come siano viste le interazioni tra uomo e macchina nell'immaginario hollywoodiano e quindi mondiale. Questi tre personaggi del film rappresentano infatti tre stadi distinti. Iron Man / Tony Stark è l'uomo con l'esoscheletro: il robot è esterno all'uomo e viene da questo controllato. Nel film Stark crea la propria stessa nemesis: Ultron, un robot umanoide perfetto. Stark non è in grado di sconfiggere Ultron: la tecnica autosufficiente è superiore alla tecnica eterodiretta. Ultron verrà infine sconfitto da Visione, una intelligenza artificiale ma neuromorfa, in un corpo organico. La birobotica, la combinazione dei vantaggi dell'organico e dell'inorganico, sconfigge la robotica novecentesca dell'acciaio. Da notare che in "Iron Man 3" il protagonista si fonde con le proprie stesse macchine e trasforma la propria armatura in una raffinatissima neuroprotesi.

surprises, it comes from the Czech Robot, extracted from Robota, that means forced labour, became the name of automatons that act as workers in a play by K. Čapek (1890-1938): in "robot", a work and an automatism that somehow presuppose a more or less significant "behaviour" from an object which would otherwise be "inanimate", are implicit. At the basis of the "animation" of an object lies the concept of "programmability", i.e. the ability to execute a "program", and therefore an action planned according to a structure, in order to perform a given task, along with the possibility to implement a behaviour thanks to the properties of the artefact that will make the execution possible. There is a conspicuous vein of artistic works the theme of which represents robots, one for all U. Boccioni, with his "Unique Forms of Continuity in Space", 1913, also depicted in our 20 cents coins. Although they represent robots or figures related to them, the works in which the element of programmability is missing don't fall within the definition of robotic art. It goes back to E. Ilnatowicz (1926-1988) who in the '60s created a robotic sculpture controlled by a computer. The element of programmability was in this case clear and gave rise to the new area. The sculpture was scheduled to interact with viewers, becoming "subject" in an environment with which it interacts. The interaction in turn entails a return, the "response" of the environment (for example, an audience of spectators), to the stress perceived,



which makes it "sensitive" subject as capable of intelligently changing his behaviour: so the robot in fact becomes artistic "subject". How to conciliate the concept of "presence" in theatre with that of a full automatism of robot actors on stage, how to conceive an "artificial" reciprocity when the public receives an emotional urge from something artificial that yet leads to a demonstration of its appreciation, the applause, and how to harmonize from an aesthetic point of view the type of reaction towards a machine with the authenticity of a feeling of contentment, in a theatre as well as in the case of a painting generated by an algorithm? Isn't it the man who creates the "opera", or does the work become so in the way it reflects a feeling in the observer, bringing it to light and then unveiling it? Is it possible to think that the human mind cannot be necessary?

Picture 1

The con-fusion between human and machine is less threatening in Japanese culture, where (simplifying) man has always been seen as part of a whole, than in the West, where the man is the image of God and thus is seen as other from the nature or his own artefacts. Vanguard of Japanese culture are Manga, where the con-fusion of man and machine is common practice. Here we see two complementary historical examples: on the right, "Ghost in the Shell" (Shirow, 1989) that, as already clear from the title, discusses the topic of how (when) machines more and more similar to humans can develop a conscience. On the right "Akira" (Otomo, 1982) in which the co-protagonist Tetsuo is possessed by such a power that he is unable to draw boundaries between himself and the world around him, and after having overcome the loss of an arm building a robotic prosthesis, is to merge with the surrounding machines. The idea is then resumed, without the spiritual side, by the namesake protagonist of the film "Tetsuo: Iron Man" (Tsukamoto, 1989)

Picture 2

The recent blockbuster "Age of Ultron" allows us to analyze how interactions between man and machine are seen in Hollywood, and therefore worldwide, imaginary. These three characters in the film in fact represent three distinct stages. Iron Man / Tony Stark is the man with the exoskeleton: the robot is external to man and is controlled by this. In the film, Stark creates his own nemesis: Ultron, a perfect humanoid robot. Stark is not able to defeat Ultron: the self-sufficient technique is superior to the hetero-directed technique. Ultron is finally defeated by Vision, an artificial but neuromorphic intelligence, in an organic body. The birobotics, combination between the advantages of organic and inorganic, defeats twentieth-century steel robotics. Note that in "Iron Man 3" the protagonist merges with his own machines and transforms his armour in a very refined neuroprosthesis.



A cura di / Written by
Alessandra Carta
Fashion Designer e Visual Merchandising Consultant

La moda sostenibile

Lo spirito del tempo, le intuizioni emergenti nella società, le visioni anticipatorie, le esperienze e le previsioni, individuando nuove direzioni rappresentano il motore principale del cambiamento e dell'innovazione nelle industrie creative. L'arte e la scienza di prevedere e impostare tendenze future si basa su una ricerca, uno studio dei fenomeni estetici, sociologici, antropologici, culturali e politici per poi tradurli, decodificarli e interpretarli nella Moda. Fornendo gli elementi concettuali e

Zeitgeist, the spirit of our time, intuition emerging among society, visions of the future, experience and forecasts, all identifying new directions, represent the driving force for change and innovation in the design industries. The art and science of predicting and

ingly sophisticated, requiring identification, are subject to change but at the same time aware. Seeking value not only in the price-quality ratio, but in the identification of a brand as a whole. Among the most significant guidance are sustainability, responsi-



creativi per poter sviluppare una nuova collezione. La **ricerca tendenze** rappresenta uno strumento primario e vitale per le aziende del mondo del Fashion, un ambito altamente dinamico e competitivo dove i gusti dei consumatori sono sempre più sofisticati, necessitano di identificazione, sono mutevoli ma anche consapevoli. Ricercando il valore non solo nel rapporto qualità-prezzo, ma nell'identificazione con un brand nel suo complesso. Tra i più significativi orientamenti, ci sono la sostenibilità, la responsabilità, i valori, l'etica, l'impatto ambientale: la cosiddetta **Corporate Social Responsibility - CSR** in ambito aziendale, che diventa elemento integrante della "value proposition" di un'azienda, con implicazioni di natura sociale, etica ed ecologica. Il prodotto è protagonista, la moda ha un forte potere comuni-

setting future trends is based on research, a study of aesthetic, sociological, anthropological, cultural and political phenomena which are then translated, decrypted and interpreted in Fashion. This provides the conceptual and creative elements for the development of a new collection. **Fashion trend research** is a primary, crucial tool for companies in the Fashion world, a highly dynamic and competitive environment where consumer tastes become increas-

bility, values, ethics and environmental impact: **Corporate Social Responsibility - CSR** becomes an integrating element of the "value proposition" of a company, with implications of a social, ethical and environmental nature. The product is the leading player. Fashion has enormous communications and symbolic power, representing a means of identifying and influencing individuals. "Beautiful and well made" are the lynchpin of Made in Italy



cativo e simbolico, rappresentando un elemento che identifica ed influenza gli individui. Il "bello e ben fatto" rappresenta l'elemento cardine dell'eccellenza del Made in Italy: la centralità della qualità, dell'innovazione del prodotto e dell'impresa legata al territorio, devono coniugarsi con l'etica. Con nuovi linguaggi, nuove forme ed un nuovo approccio che inglobi valori continuativi nel tempo e che colleghi tutti gli attori della filiera moda in un fare comune e sostenibile. Focalizzando l'attenzione sulla sostenibilità, il concetto di qualità di prodotto non può prescindere dalla tracciabilità, denominazione d'origine, un'organizzazione del lavoro attenta ai bisogni delle persone e un ciclo di produzione e distribuzione rispettoso del territorio. Un progresso sociale e ambientale, elemento imprescindibile per un responsabile sviluppo economico.

Fondamentale in particolare l'**eco-sostenibilità** che deve considerare tutte le azioni che l'azienda può implementare per ridurre l'impatto ambientale nel suo ciclo di vita: identificare materie prime e materiali che pongano attenzione anche alla loro qualità ambientale e sociale; includere nel processo creativo l'attenzione alla riduzione di rifiuti e scarti di lavorazione; valutare la possibilità di utilizzare materiali riciclati e rigenerati e sperimentare modi per reinterpretare prodotti e materiali arrivati a fine vita.

Questi sono alcuni esempi tratti dal Manifesto della sostenibilità per la moda italiana promosso dalla Camera Nazionale della Moda Italiana. A cui si aggiungono il Detox Commitment di Greenpeace e in tema di CSR, Fashion4Development iniziativa dell'ONU, il report Deeper Luxury del WWF e Ethical Fashion Initiative dell'International Trade Center per citare alcune delle iniziative istituzionali in corso.

Attenzione alla sostenibilità ambientale non solo nell'ambito dell'industria della moda, ma anche in ambito formativo, dove i giovani creativi vengono educati a porre una grande importanza alla scelta delle materie prime e ai materiali più eco-compatibili, provenienti da coltivazioni tracciabili e a minor impatto ambientale (per le fibre di origine vegetale) e che rispettino il benessere animale (per le fibre di origine animale, per i pellami e i materiali pregiati). Proteggendo la biodiversità, evitando di utilizzare materiali che provengano da specie in via di estinzione, prediligendo materiali lavorati con sostanze naturali o con trattamenti che riducano i consumi di acqua e utilizzando alternative all'uso delle sostanze chimiche pericolose.

Una coscienza ambientale e un atteggiamento proattivo ed etico per coltivare un approccio green nei giovani talenti, futuri professionisti del mondo del lavoro.

excellence: the focus on quality, product innovation and ties between the producer and the country, all have to be combined with ethics. With new jargon, new forms and a new approach that encapsulates long-lasting values and links all players in the fashion chain in a common, sustainable way of doing business.

Focusing on sustainability, the concept of product quality has to involve traceability, guaranteed origin, work organisation that considers the needs of personnel and a production and distribution cycle suited to its location and environment. Social and environmental progress, a vital element in responsible economic development.

*One of the key concepts is **environmental sustainability**, which has to take into account all the actions a company can take to reduce a product's impact on the environment throughout its life cycle: the identification of raw materials that also offer environmental and social quality; the inclusion in the design cycle of reducing general and processing waste; assessment of the option of using recycled and reprocessed materials and of experimenting ways to reinterpret products and materials that have reached the end of their useful lives. These are just a few examples taken from the Manifesto of sustainability for Italian fashion promoted by the National Chamber for Italian Fashion. Added to this manifesto are Greenpeace's Detox Commitment and - on the issue of CSR*

- the UN's Fashion4Development initiative, the WWF's Deeper Luxury report and the Ethical Fashion Initiative of the International Trade Center, to name but a few of the institutional initiatives already under way.

A focus on environmental sustainability, not only within the fashion industry, but also in the academic sphere where the young designers are educated, so as to give greater emphasis to the choice of raw and other materials that are more environment friendly, originating from traceable crops and with a lower environmental impact (for plant fibres) and which respect the well-being of animals (for animal fibres, animal skins and high quality materials). Protection of biodiversity, avoiding the use of materials from endangered species, preferring materials processed with natural substances or treatments that reduce water consumption and use alternatives to dangerous chemical agents. Environmental awareness and a proactive and ethical approach to cultivate a strong sense of green in young talent, future professionals of working population.



COMMUNICATION

Design "immateriale" dei beni culturali: l'innovazione delle forme

L'Italia sta cambiando, l'Europa è cambiata, i trasporti sono cambiati, le infrastrutture tecnologiche sono cambiate, il modo di comunicare, informarsi, aggiornarsi è cambiato: siamo nell'era della velocità, degli spostamenti, del real time, dell'informazione partecipata. Siamo nella social society dove ciascuno di noi è chiamato a partecipare diventando un vero e proprio influencer del mercato.

Benvenuti nella società dell'Innovazione. Siamo nell'epoca del cambiamento, dell'Open Innovation e della Trasformazione Digitale, dove tutti i settori sono chiamati ad innovarsi e dove i Beni Culturali non sono estranei a ciò, anzi, possono ricoprire un ruolo strategico nel rilancio del Made in Italy. Partendo dal presupposto che l'Italia dispone del più grande patrimonio culturale al mondo: con le sue città d'arte, il paesaggio, i musei, i siti archeologici, le biblioteche e gli archivi; e che la domanda di turismo culturale è in continuo aumento e rappresenta uno dei segmenti più significativi del mercato turistico europeo; considerando che il 40% di coloro che decide di intraprendere un viaggio in Italia è mosso dal desiderio di partecipare ad attività culturali, si apre un nuovo

A cura di / Written by
Francesca Anzalone

*Dalla fissità delle forme siamo passati
a nuove linee in continuo divenire.
Il bene acquisisce nuovi significati
trasformandosi costantemente*

Italy is changing, Europe has changed, transportation has changed, technological infrastructures have changed, the way we communicate, inform, update has changed: we are in the era of speed, of moving, of real time, of participated information. We are in the social society where each of us is called to participate becoming a real influencer of the market. Welcome to the society of Innovation. We are in the era of change, of Open Innovation and Digital Transformation, where all sectors are called upon innovating and where Cultural Heritage is no strangers to this, it can indeed play a strategic role in the revival of the Made in Italy.

tion, publishing, crafts, construction, creativity), if "re-designed" may become strategic elements in the revival of the Made in Italy. The Innovation of the national system also involves Cultural Heritage with a goal of valorisation and strategic attraction, because innovation is not just about technology and digital, it means rethinking new models in line with market needs, but above all it means challenging oneself. The renewal begins from here and develops with the will of creating worth systems to connect history, culture, places, knowledge, community and companies. Putting to system means creating strategic connections among

*From the fixity of the forms
we have moved to new lines
in constant evolution.*

*The asset acquires new meanings
steadily transforming*



Assuming that Italy has the largest cultural heritage in the world, with its cities, the landscape, museums, archaeological sites, libraries and archives; and that the demand for cultural tourism is constantly increasing and is one of the most significant segments of European tourism market; whereas 40% of those who decide to take a trip to Italy is motivated by the desire to participate in cultural activities, a new scenery is being opened in which the valorisation of cultural heritage and the promotion of cultural tourism and of the whole connected economic sector (gastro-nomy, hospitality, transporta-

these realities to enhance their capacity, amplify their vision, create new opportunities. Keyword and strategic model of this new "era" is "system", or transforming to common factor all the realities which enter the game in the economic process and of mutual support. To this goal also draws the MIBACT with its strategy of targeted communication campaigns and diversified promotions; an objective that subtends to promotion and valorisation as well as the natural safeguard.
Which is the link and which the value generated by a system involving Cultural Heritage?
New models for generating value.

scenario in cui la valorizzazione dei beni culturali e la promozione del turismo culturale e di tutta la filiera economica ad esso collegata (enogastronomia, ospitalità, trasporti, editoria, artigianato, edilizia, creatività), se “ridisegnati” possono diventare elementi strategici nel rilancio del Made in Italy. L’Innovazione del sistema Paese coinvolge anche i Beni Culturali con un obiettivo di valorizzazione e di attrattore strategico, perché innovare non significa solo tecnologia e digitale, significa ripensare a nuovi modelli che siano in linea con le esigenze del mercato, ma soprattutto significa mettersi in discussione. Il rinnovamento comincia da qui e si sviluppa con la volontà di creare sistemi di valore per collegare storia, cultura, luoghi, conoscenza, comunità e imprese. Mettere a sistema significa creare delle connessioni strategiche tra queste realtà per potenziarne la portata, amplificarne la visione, creare nuove opportunità. Parola chiave e modello strategico di questa nuova “era” è il “sistema” ovvero il mettere a fattor comune tutte le realtà che entrano in gioco nel processo economico e di supporto reciproco. E a questo obiettivo si rifà anche il MIBACT con le sue strategie di campagne di comunicazione mirate e promozioni diversificate; un obiettivo che sottende alla promozione e valorizzazione oltre che alla naturale tutela.

Quale il legame e quale il valore generato da un sistema che coinvolge i Beni Culturali?

Nuovi modelli per la generazione di valore. Ma soprattutto cambio di fruizione del Bene Culturale e modo di sperimentarlo e viverlo anche nella sua quotidianità. Oggi il bene non è solo fruito dal turista, ma coinvolge il cittadino che oltre a beneficiarne dal punto di vista culturale ne diventa parte attiva nella tutela e valorizzazione. Il bene acquisisce un nuovo ruolo, un circuito di senso identitario di una comunità che si unisce nel territorio di appartenenza ed insieme si integra per produrre valore e scambio con la comunità stessa. Si tratta appunto di un “sistema” che genera e promuove valore intorno al Bene stesso che, nella sua nuova dimensione dinamica, coinvolge e fidelizza anche il fruitore locale. Un sistema che amplifica la portata e si orienta su un obiettivo comune: quel costante “redesign” di spazi e opere esposte che permette nuove e continue letture.

I flussi turistici, oggi, sono aumentati grazie a proposte a basso costo, dell’ultimo minuto, ma anche grazie all’accesso immediato a servizi e soluzioni articolate, distribuendosi sull’intero territorio nazionale. Oggi attrattore può essere anche il piccolo comune che si sa raccontare, che si sa promuovere, che offre il supporto necessario al visitatore, in altre parole, che ha saputo rinnovarsi e ricrearsi. Bene culturale è un patrimonio che racconta la storia, la società, il territorio, che ci accompagna alla scoperta delle origini e del senso di identità nel quale ci ritroviamo o attraverso il quale, grazie ad analogie culturali approfondiamo, scopriamo o ci avviciniamo ad altre culture ampliando la nostra visione. Nascono così nuovi modelli di Musei come quelli sociali o diffusi che ampliano la proposta culturale di un territorio e aumentano le potenzialità attrattive.

Perché oggi parliamo di nuovo modello?

E in questi anni di costante evoluzione, anche il bene ha cambiato modello, da luogo immobile di pura fruizione puramente conservativo è divenuto centro attivo e dinamico di un territorio in continua trasformazione. Dalla fissità delle forme siamo passati a nuove linee in continuo divenire. Il bene acquisisce nuovi significati. Siamo di fronte a modelli e paradigmi di fruizione innovativi, nuove forme di beni (ridisegno il paesaggio, contesti e sistemi di



But above all the change of use of the Cultural Heritage and the way to experience it and live it daily. Today the asset is not only enjoyed by tourists, but involves the citizen who, as well as benefiting from the cultural point of view, becomes an active part in its safeguard and enhancement. The asset acquires a new role, a circuit of sense of identity of a community that is united in its belonging territory and together integrates to produce value and sharing with the community itself. It is precisely a "system" that generates and promotes value around the Asset itself which, in its new dynamic dimension, also builds loyalty and involves the local user. A system that amplifies the scope and tends towards a common goal: that constant "redesign" of spaces and exhibited artworks that allows new and continuous readings.

The flow of tourists, today, have increased thanks to low cost proposals, last-minute, but also thanks to immediate access to services and articulated solutions, distributing throughout national territory. Today attractor can also be the small town that can tell about itself, promote itself, offering the necessary support to the visitor, in other words, that has been able to renew and recreate itself. Cultural Heritage is an asset that tells the story, the society, the territory, which takes us to

discover the origins and sense of identity in which we find ourselves, or through which, thanks to cultural analogies, we go deeper, discover or get closer to other cultures, expanding our vision. This is how new models of Museums such as the social or the diffused be born, that expand the cultural offer of a territory and increase the potential attractions.

Why do we talk about new model today?

And in these years of constant evolution, even the asset has changed model, from merely conservative motionless place of pure enjoyment, it has become the active and dynamic center of constantly changing territory. From the fixity of the forms we have moved to new lines in constant evolution. The asset acquires new meanings. We are facing innovative models and fruition paradigms, new forms of assets (redrawing the landscape, frameworks and offer systems), but especially a potentially unlimited heritage. Redesigning processes and relations of the asset in its patrimonial, historical, civil, symbolic, social fruition means to expand, strengthen and make the potential so vast that you can aspire to a differentiated, extensive but also local audience. Then creating platforms and connection systems capable of relating territories and communities



offerta), ma soprattutto di fronte ad un patrimonio potenzialmente illimitato. Ridisegnare i processi e le relazioni del bene nella sua fruizione patrimoniale, storica, civile, simbolica, sociale significa ampliare, potenziare e rendere talmente vasto ed articolato il potenziale da poter aspirare a pubblico eterogeneo, vasto, ma anche locale. Creare quindi, piattaforme e sistemi di connessione in grado di mettere in rapporto i territori e le comunità attraverso cultura e conoscenza, ridisegnando contemporaneamente le relazioni tra locale e globale, tra tradizione e innovazione, tra pubblico e privato. Ogni contenuto, attraverso un processo di "rinnovamento" acquisisce una nuova identità e un nuovo percorso d'uso, ovvero la possibilità di una nuova fruizione e contemporaneamente un nuovo ruolo, quello di parte di un sistema che, attraverso un flusso multidirezionale promuove e contemporaneamente viene promosso, valorizza e contemporaneamente viene valorizzato.

Siamo nell'era della Trasformazione, una trasformazione che si contamina con il digitale, realtà da cui non è possibile prescindere. Innovare significa trasformare.

Oggi il concetto di Bene culturale ha diverse funzioni: legami con la comunità e il territorio (Istituzionale), formativo e identitario (civile), di integrazione e partecipazione (sociale), elemento di sviluppo, leva per generare come conseguenza e non come obiettivo, una crescita economica e sociale.

Ed è da questa nuova consapevolezza che bisogna iniziare a "ridisegnare" processi, modelli, percorsi e connessioni tra le realtà, affinché ciascuna conosca e riconosca il proprio ruolo strategico. In questa nuova visione non mancano i Musei d'Impresa che, sempre più, arricchiscono le proposte di un territorio e sempre più diventano connettori e rappresentanti di un'identità territoriale oltre che custodi di cultura d'Impresa. Turismo culturale inteso quindi come un turismo che ama la cultura nella sua totalità, cultura che non esclude quella storica di un'azienda e che può ampliare la propria visione "assorbendo" anche il cosiddetto turismo industriale. Ecco che anche i musei d'impresa acquisiscono un ruolo di supporto e raccordo tra territorio, comunità e musei istituzionali. Un territorio che si racconta e si valorizza attraverso il valore che produce, supportando, in altre parole, la crescita economica e sociale. Ridisegnare i beni culturali significa quindi valorizzare un nuovo modello che parte dall'esigenza dei fruitori, del territorio e della comunità, ma soprattutto che impara a raccontarsi e valorizzarsi attraverso i nuovi sistemi e le nuove strategie che il mercato contemporaneo ci offre.

through culture and knowledge, while redesigning the relationship between local and global, between tradition and innovation, between public and private. Every content, through a "renewal" process, acquires a new identity and a new route in use, namely the possibility of a new fruition and at the same time a new role, as part of a system that, through a multidirectional flow, promotes and simultaneously gets promoted, enhances and simultaneously gets enhanced.

We are in the era of Transformation, a transformation that is contaminated with the digital, reality that can not be ignored. Innovation means to transform. Today the concept of cultural Heritage has several functions: connections to the community and the territory (Institutional), education and identity (civil), integration and participation (social), element for development, a lever to generate as a result and not as a goal, economic and social growth. And it is from this new awareness that we must begin to "redesign" processes, patterns, routes and connections among realities, so that each of them knows and recognizes its strategic role. In this new vision, Enterprise Museums are not missing that, increasingly, enrich the proposals of a territory and more and more become connectors and representatives of local identity as well as guardians of corporate culture. Cultural tourism is understood then as a tourism that loves culture as a whole, that does not exclude the historical culture of a

company and that can expand its vision by "absorbing" even the so-called industrial tourism. So, even enterprise museums acquire a supporting and connection role among territory, community and institutional museums. A territory which tells itself and is valued through the value that produces, supporting, in other words, economic and social growth. Redesigning the cultural heritage therefore means to enhance a new model that starts from the need of the users, the territory and the community, but especially that learns to tell itself and increase its value through the new systems and the new strategies that contemporary market offers. Design vision extends into new fruition sceneries and listens to the constantly changing needs of the user and of the territory in which it is inlaid. The design then, besides the concrete project of technological components, performance, aesthetics and communication of fruition assets, has expanded its expertise. Today the vision widens to the System-product, and the asset becomes a "cultural product" to be communicated, transmitted, experimented to retain the user-visitor.

Cultural Heritage or Cultural Product?

So today the cultural Heritage becomes a "cultural product" in presence and at a distance that amplifies opportunities exponentially. An identity which is not just physical but also virtual, putting its assets at the disposal of anyone who researches it, and even that

La visione del design si allarga a nuovi scenari d'uso e si mette in ascolto delle esigenze in continuo cambiamento sia del fruitore che del territorio in cui si inserisce. Il design quindi oltre alla progettazione concreta delle componenti tecnologiche, prestazionali, estetiche e comunicative dei beni d'uso ha allargato le sue competenze.

Oggi la visione si allarga al sistema-prodotto, e il bene diventa "prodotto culturale" da comunicare, trasmettere, fare sperimentare e a cui far fidelizzare l'utente-visitatore.

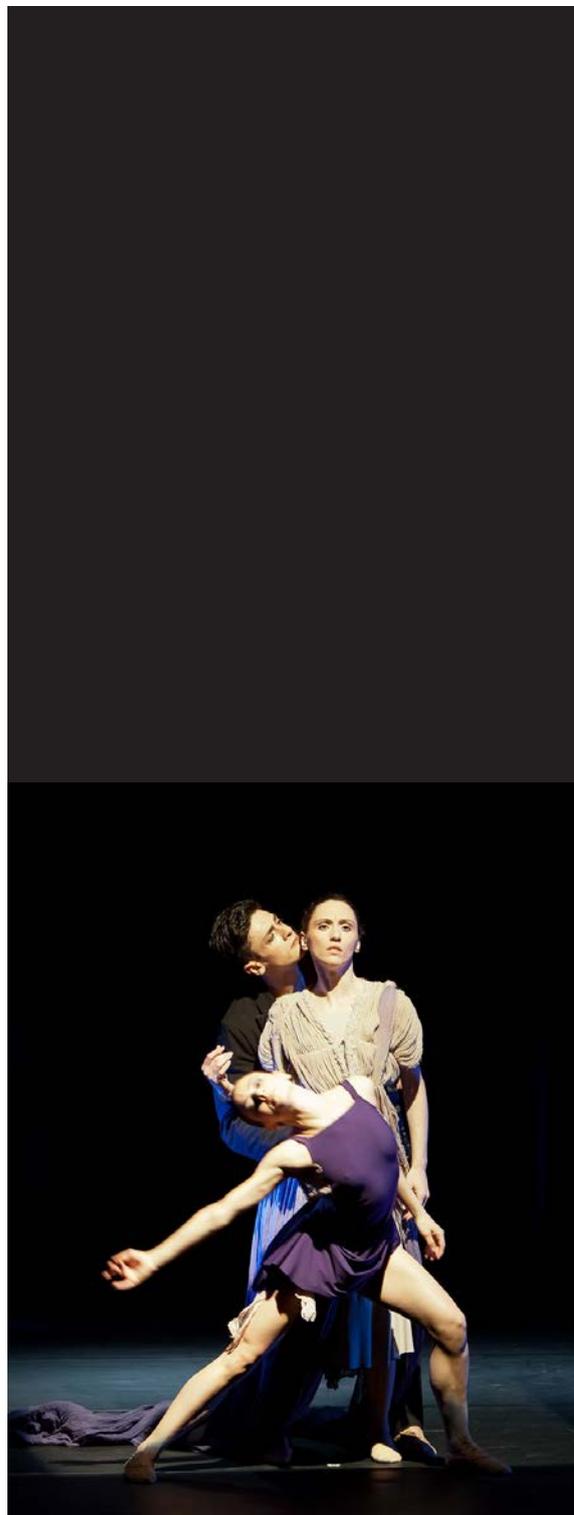
Bene Culturale o Prodotto Culturale?

Oggi quindi il Bene culturale diventa un "prodotto culturale" in presenza e a distanza che amplifica le opportunità in maniera esponenziale. Un'identità quindi non solo fisica ma anche virtuale che mette il proprio patrimonio a disposizione di chiunque ne faccia ricerca, e addirittura, che si proponga anche a chi non ne conosce l'esistenza.

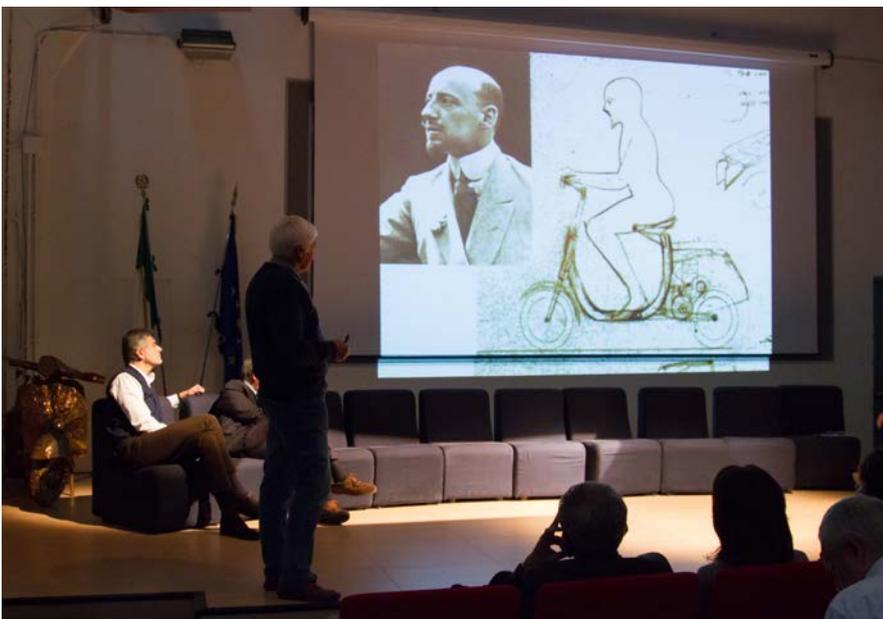
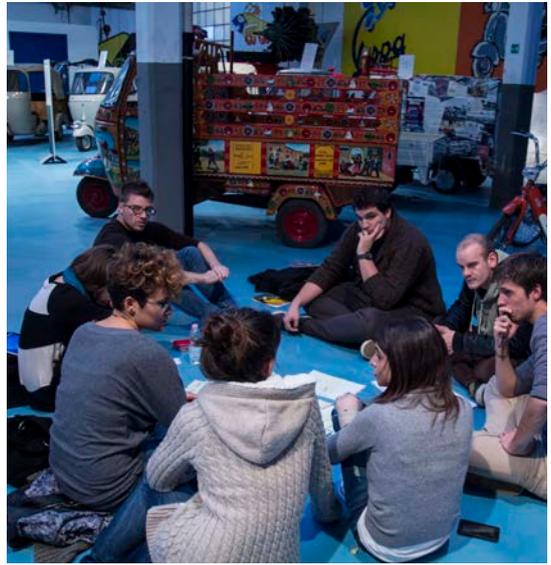
Grandi Musei hanno già adottato strategie e politiche di promozione e valorizzazione attraverso la digitalizzazione dei propri archivi, la condivisione delle esperienze, la creazione di Network culturali, la fidelizzazione di pubblico, la creazione di associazioni di supporto, l'utilizzo di marketing di prossimità, l'analisi del comportamento del visitatore, l'uso di realtà aumentata, IOT, Big Data, Open Data, video emozionali, e-commerce ... Ma paradossalmente anche piccole realtà supportate da un frizzante e creativo territorio e da un accurato e strategico uso di strumenti digitali sono riuscite ad emergere. Archivi per i beni culturali (attività di catalogazione), digitalizzazione e gestione dei beni culturali, knowledge management e design, tecnologia di prossimità e IOT possono essere delle strategie e strumenti che aumenteranno le potenzialità del bene, così come il design di prodotti museali da vendere nel proprio e-commerce, Bookshop o in veri e propri Showroom. Ma il vero valore sarà il riuscire a disegnare nuove prospettive comunicative, con linee sempre in movimento, in grado di mettere a sistema il territorio e i beni culturali, mettere in relazione il bene con la comunità e con tutti gli attori della filiera economica attraverso un obiettivo comune. Sarà quindi attraverso incontri, condivisione degli obiettivi e identificazione dei ruoli di ciascun attore che il "disegno" sarà completo.

proposes itself to those who do not know its existence. Great Museums have already adopted strategies and policies for the promotion and enhancement through the digitization of its archives, the sharing of experiences, the creation of cultural Network, the loyalty of the audience, the creation of associations of support, the use of proximity marketing, the analysis of visitor behaviour, the use of augmented reality, IOT, Big Data, Open Data, emotional videos, e-commerce ... But paradoxically, also small realities, supported by a bubbly and creative territory and by a thorough and strategic use of digital tools, have managed to emerge. Archives for cultural heritage (cataloguing), digitization and management of cultural heritage, knowledge management

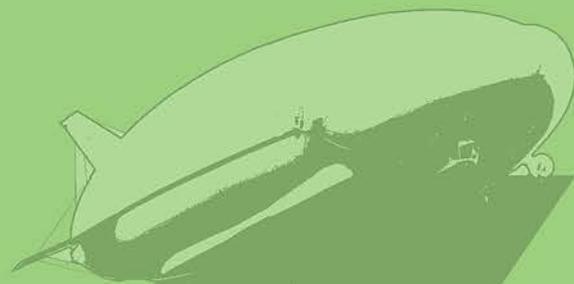
and design, proximity technology and IOT may be the strategies and tools that will increase the potential of the asset, as well as the design of museum products for sale in e-commerce, Bookshop or real showroom. But the real value will be to be able to draw new communication perspectives, with lines on the move, capable to put in system the territory and cultural heritage, to relate the asset to the community and to all the actors in the economic chain through a common target. It will therefore be through meetings, sharing of objectives and identification of the roles of each actor that the "drawing" will be complete.



"Eleonora Duse - arte, passione e Mito"
Photo credits Paolo Laudicina



LA PAROLA AI PARTNERS



10
EDIZIONE
EDITION



ISIA Firenze

Una nuova sede

A cura di / Written by
Giuseppe Furlanis
Direttore ISIA di Firenze



ISIA

Firenze

Nel mese di novembre l'ISIA di Firenze si è trasferito nelle "Scuderie di Villa Strozzi"; edificio storico fatto costruire verso la metà del XVI secolo da Giovan Battista di Lorenzo Strozzi in uno dei più importanti parchi della città conosciuto dai fiorentini come "il boschetto". Un edificio prestigioso in un luogo incantevole ma che non sarà la sede definitiva dell'ISIA, in quanto il Comune di Firenze, la Regione Toscana e il MIUR hanno sottoscritto un accordo che assegna all'ISIA una parte del "Meccanotessile", il più importante edificio di archeologia industriale presente nel capoluogo toscano che fu sede all'inizio del '900 delle Officine Galileo. Il "Meccanotessile", per la sua tipologia architettonica e per le sue dimensioni, si presta sicuramente bene a ospitare le molteplici attività di ricerca e di sperimentazione dell'ISIA.

Va però osservato che, sebbene le "Scuderie di Villa Strozzi" siano una sede transitoria, probabilmente meno adeguata rispetto al "Meccanotessile" ad ospitare un'istituzione di progettazione industriale, la loro qualità architettonica e la loro particolare posizione, offrono all'ISIA nuove opportunità per sviluppare la propria offerta formativa e per valorizzare le molte iniziative promosse dall'Istituto nell'ambito del design.

Il Comune di Firenze, e in particolare il quartiere 4, hanno individuato questo luogo, ossia il parco di Villa Strozzi con i suoi edifici storici, come un importante centro culturale. Di fronte alle scuderie, sede dell'ISIA, troviamo Villa Strozzi in cui è ospitato "Temporeale", centro di ricerca, sperimentazione e produzione musicale fondato nel 1987 da Luciano Berio, il cui archivio è stato riconosciuto dalla Sovrintendenza dei Beni Archivistici della Toscana come patrimonio di interesse storico e rappresenta un importante punto di riferimento per gli studi sulla musica contemporanea.

Nello stesso edificio, negli spazi che sino a qualche anno fa erano occupati dal Polimoda, è ora presente il "Sino-Italian Design Exchange Center". Frutto della collaborazione tra i comuni di Firenze e di Shanghai, questo centro è finalizzato alla cooperazione e alla creazione di opportunità formative, espositive ed imprenditoriali per imprese italiane e cinesi nei settori delle industrie creative e del design. Sempre nei pressi della sede dell'ISIA troviamo la "Limonaia", edificio da poco restaurato e dedicato dal quartiere 4 ad ospitare mostre, convegni e altre iniziative culturali; tra queste si ricorda "Source - mostra di design autoprodotta" che ha visto, negli anni, la partecipazione di molti studenti e diplomati dell'ISIA. Proprio per la presenza di queste molteplici attività, l'ISIA ha l'opportunità di valorizzare ancor più le proprie iniziative nell'ambito del design. Tra queste ricordiamo "Lezioni di design". Un'iniziativa che, attuata dall'ISIA in collaborazione con Selfhabitat Cultura e l'Associazione Italiana Storici del Design (A/I/S design), ha saputo coinvolgere

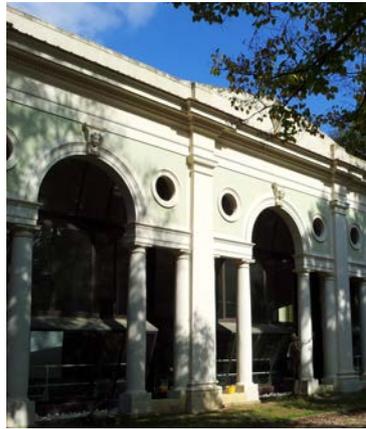
In November ISIA of Florence moved in the "Stables of Villa Strozzi"; historical building, commissioned in the mid-sixteenth century by Giovan Battista di Lorenzo Strozzi in one of the most important parks of the city known by Florentines as "the grove". A prestigious building in a lovely place but that won't be the permanent location of ISIA, since the City of Florence, the Tuscany Region and the Ministry of Education have signed an agreement that allocates ISIA in a portion of "Meccanotessile", the most important industrial archaeology building in Tuscan chief town that was home at the beginning of '900 of Officine Galileo. The "Meccanotessile", for its architectural style and for its size, is certainly well suited to accommodate the multiple activities of research and experimentation of ISIA.

It should however be noted that although the "Stables of Villa Strozzi" is a temporary home, probably less adequate than the "Meccanotessile" to host an institution of industrial design, its architectural quality and particular position offer ISIA new opportunities to develop its training offer and to enhance the many initiatives promoted by the Institute in design.

The City of Florence, and in particular the district 4, has identified this place, which is the park of Villa Strozzi with its historical buildings, as a major cultural centre. In front of the stables, home of ISIA, we find Villa Strozzi that hosts "Temporeale", a music research, experimentation and production centre, founded in 1987 by Luciano Berio, whose

archive has been recognized by the Superintendent of Archival Heritage of Tuscany as a patrimony of historical interest and which represents an important point of reference for studies on contemporary music. In the same building, in the spaces that until a few years ago were occupied by Polimoda, is now present the "Sino-Italian Design Exchange Center". Result of the collaboration between the cities of Florence and Shanghai, this centre is aimed at cooperation and at creation of educational, expositive and business opportunities to Italian and Chinese companies in the areas of creative industries and design. Always nearby the headquarters of ISIA we find the "Limonaia", a building recently restored and dedicated by the district 4 to host exhibitions, conferences and other cultural events; among these, to be remembered "Source - exhibition of self-produced design" that involved, over the years, the participation of many students and graduates of ISIA.

Precisely because of the presence of these multiple activities, ISIA has the opportunity to enhance even more its initiatives in design. These include "Lessons of Design". This initiative, implemented by ISIA in collaboration with Selfhabitat Cultura and Italian Association of Design Historians (A / I / S design), was able to involve many Florentine museums and the most prestigious protagonists of Italian design. If we enlarge the look beyond the Tuscan chief town, it is worth remembering the exhibition "SIACONVIVIODESIGN" that presented the most interesting projects developed in recent years by



numerosi musei fiorentini e i più prestigiosi protagonisti del design italiano. Se si allarga lo sguardo oltre il capoluogo toscano, merita di essere ricordata la mostra "ISIACONVIVIODESIGN" che ha presentato i progetti più interessanti sviluppati negli ultimi anni dai quattro ISIA, Firenze, Faenza, Roma e Urbino. La mostra, curata da Marco Bazzini, presidente dell'ISIA di Firenze, già direttore artistico del Centro per l'Arte Contemporanea Pecci di Prato, e dalla storica del design Anty Pansera, è stata allestita nella prestigiosa cornice di Santa Maria Incoronata a Milano come evento speciale dell'EXPO. Le ricerche e i progetti presentati hanno messo in evidenza le capacità di innovazione dei quattro ISIA, ma anche la loro attenzione verso quelle problematiche sociali e ambientali che assumono sempre maggior rilevanza. Sebbene la mostra sia ormai conclusa è ancora possibile vedere i progetti presentati attraverso il libro-catalogo "IsiaDeignConvivio" edito da AIAP (Associazione italiana di comunicazione visiva).

La nuova sede ISIA Firenze presso le "Scuderie di Villa Strozzi", edificio storico fatto costruire verso la metà del XVI secolo da Giovan Battista di Lorenzo Strozzi

The new location of ISIA Firenze at "Scuderie di Villa Strozzi", historic building built in the mid- sixteenth century by Giovan Battista di Lorenzo Strozzi

La Limonaia di Villa Strozzi a Firenze, sede di mostre, convegni e altre iniziative culturali

The Limonaia di Villa Strozzi in Florence, a venue for exhibitions, conferences and other cultural events

Lezioni di Design

Ciclo di conferenze sui grandi temi del design, organizzato da ISIA Firenze insieme a A/V/S/Design e Selfhabitat Cultura. L'edizione 2015 si è focalizzata sul tema dell'abitare tra arredamento, architettura e design.

Lezioni di Design

Series of lectures on the major issues of design , organized by ISIA Florence with A/V/S/ Design and Selfhabitat Cultura. The 2015 edition focused on the theme of living in furniture, architecture and design .



the four ISIA of Florence, Faenza, Rome and Urbino. The exhibition, edited by Marco Bazzini, President of ISIA of Florence, former artistic director of the Pecci Centre for Contemporary Art, and by design historian Anty Pansera, was staged at the prestigious Santa Maria Incoronata in Milan as a special event in EXPO. The research and projects presented highlighted the

innovation capacities of the four ISIA, but also their attention to the social and environmental issues that are becoming increasingly important. Although the exhibition is now over, it's still possible to see the projects presented through the book-catalogue "IsiaDeignConvivio" published by AIAP (Italian Association of Visual Communication).

ISIA Design Convivio

Sperimentazione didattica: progetti, scenari e società 6 - 26 giugno 2015 - Biblioteca Umanistica dell'Incoronata. Mostra che ha raccolto una selezione delle esperienze didattiche svolte dai quattro istituti pubblici di alta formazione nell'ambito del design: ISIA Faenza, ISIA Firenze, ISIA Roma e ISIA Urbino

ISIA Design Convivio

Experimental teaching projects ,scenarios and Society 6 - 26 June 2015 - Humanities Library of Incoronata. Te exhibition has gathered a selection of educational experiences carried out by the four public institutes of higher education in design: ISIA Faenza ISIA Florence , Rome and ISIA ISIA Urbino

15° Anniversario della LABA di Firenze per Crea©tivity

A cura di / Written by
LABA Firenze
Libera Accademia di Belle Arti



La LABA è un network formativo con sedi in Italia e all'estero che ha attivi indirizzi di: Fotografia, Graphic Design & Multimedia, Arti Visive, Design e Fashion Design. Un'Accademia di Belle Arti legalmente riconosciuta che ha puntato da sempre su percorsi "innovativi".

I Corsi Accademici strutturati sul 3+2, sono equipollenti a Lauree Brevi e di specializzazione in indirizzi legati alle nuove tecnologie che prevedono l'utilizzo di supporti multimediali. La LABA ha lavorato per creare importanti sinergie, coinvolgendo Fondazioni, Associazioni e Istituzioni pubbliche come Musei, Comuni, Provincie, Regioni; ma è soprattutto collaborando con Aziende di Livello Internazionale che viene completato il percorso formativo professionale. Attraverso la definizione dei contenuti formativi, la cooperazione nel campo della ricerca, la LABA e i suoi Partner hanno reso possibile una crescita continua del lavoro prodotto e sviluppato dagli studenti.

Da sempre in questa ottica l'Accademia partecipa ogni anno a Crea©tivity, un'opportunità unica per i giovani designers toscani.

L'istituto è diventato, col tempo, un luogo di continui scambi culturali ed etnici, dove ragazzi di costumi, culture, religioni ed etnie diverse si incontrano, discutono e verificano le proprie conoscenze intorno all'arte, alla creatività, al bello e all'armonia.

Per il quindicesimo anniversario della sua attività la LABA ha confermato la già numerosa serie di collaborazioni riuscendo ad implementare e perfezionare le connessioni con il mondo del lavoro.

La LABA di Firenze nell'Estate 2015 per celebrare la ricorrenza ha inoltre passato i confini nazionali e si è proposta come modello da cui trarre ispirazione per comprendere lo stato dell'arte in Italia di settori come il Design, la Fotografia, la Moda e le Arti Visive.

Attraverso l'organizzazione del Festival della Cultura Italiana in Repubblica Ceca si sono attivate sinergie in chiave internazionale; dando ancor più forza ad un'offerta formativa che fa parte di un sistema studiato a livello europeo, European Credit Transfer System, utile ad agevolare lo spostamento degli studenti non solo tra Facoltà Universitarie, ma anche all'interno dei paesi della Comunità Europea; con la possibilità quindi di effettuare, ad esempio, un triennio formativo in Italia ed il biennio successivo in uno degli stati membri dell'UE.

LABA is an educational network with offices in Italy and abroad with orientation active on: Photography, Graphic Design and Multimedia, Visual Arts, Design and Fashion Design. A legally recognized Academy of Fine Arts That always focused on "innovative" paths.

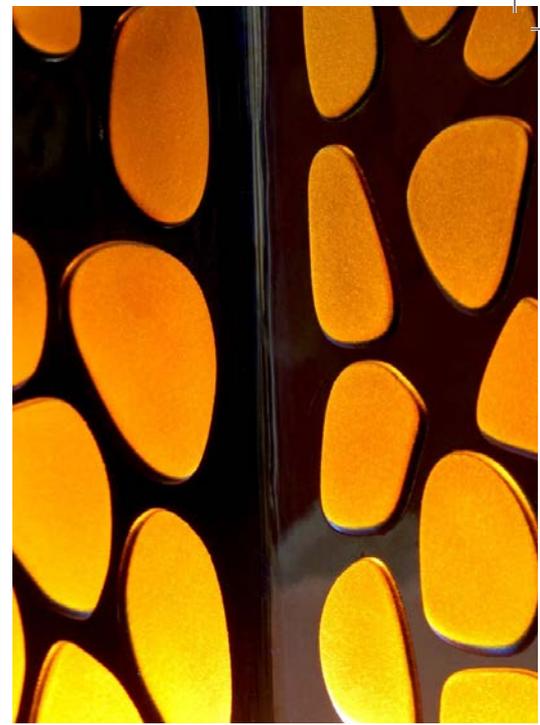
The Academic Courses, structured on 3 + 2, are equivalent to Short Degrees and specialization oriented on new technologies involving the use of multimedia support. LABA has worked to create significant synergies, involving Foundations, Associations and public Institutions such as Museums, Municipalities, Provinces, Regions; but it is especially working with International Level Companies that the professional training is completed. Through the definition of educational contents, cooperation in the field of research, LABA and its partners have made possible a continuous growth of the work produced and developed by the students. Always in this spirit, the Academy annually participates in Crea©tivity, a unique opportunity for young Tuscan designers. The institute has become, over time, a place of continuous cultural and ethnic exchanges, where young people from different cu-

stom, cultures, religions and ethnic groups come together, discuss and verify their knowledge about art, creativity, beauty and harmony. For the fifteenth anniversary of its activity, LABA confirmed the already large series of collaborations succeeding the implementation and improvement of connections with the business world.

LABA of Florence, in Summer 2015, to celebrate the anniversary, has also passed the national boundaries and has proposed itself as a model from which to draw inspiration to understand the state of the art in Italy of areas such as Design, Photography, Fashion and Visual Arts. Through the organization of the Festival of Italian Culture in the Czech Republic, synergies in an international key have been enabled; giving even more strength to an educational offer that is part of a system laboured at European level, the European Credit Transfer System, useful to facilitate student mobility not only among university faculties, but even within countries of the European Community; with the possibility therefore to attend, for example, a three-year training in Italy and the next two years in one of the other EU member states.

LABA
Libera Accademia
di Belle Arti di Firenze

Informazioni:
info@laba.biz
tel. +39 0556530786
fax +39 0556530787



VIAGGIO ALL'INTERNO DEL CORPO UMANO

I dispositivi minimamente invasivi
dell'Istituto di BioRobotica

Alle origini, secondo una definizione della Robotics Industry Association, i robot erano visti come “manipolatori riprogrammabili, multifunzionali, progettati per spostare materiali, componenti o altri attrezzi specifici per lo svolgimento di un compito con azioni programmate” ed erano storicamente utilizzati in ambito industriale, in particolare per l'industria manifatturiera. Successivamente il ruolo di semplice manipolatore viene arricchito dall’“intelligenza”: siamo negli anni '80 e il robot è ora “la connessione intelligente di percezioni e azioni” (Michael Brady, Artificial Intelligence and Robotics, Artificial Intelligence 1985). Il viaggio affascinante nella robotica e in particolare in quella che sarebbe diventata la “bio” Robotica ha conosciuto tante tappe, spesso anche molto difficili. La proficua e vincente intuizione è stata quella di lavorare e fare ricerca sin da subito nella Robotica per le applicazioni non industriali. Dagli anni '80 si è sviluppata la cosiddetta Robotica di Servizio, per operazioni che risultavano pericolose per l'uomo o di assistenza, e più recentemente la BioRobotica, “unione di vita e macchina” i cui campi di applicazione spaziano da quello biomedico a quello assistenziale. Dai primi progetti che sviluppavano attuatori a memoria di forma ci si è orientati rapidamente verso applicazioni biomediche con una visione che, legando a queste ultime materiali innovativi, ha consentito un'altra tappa importante: la prima pietra del lungo percorso che ha aperto alla Robotica Chirurgica per applicazioni minimamente invasive. Attraverso il coinvolgimento in un importante e ampio progetto coreano per lo sviluppo di capsule endoscopiche intelligenti, l'Intelligent Microsystem Program, nel 2000 il governo coreano lancia una “call” internazionale con l'obiettivo di realizzare un dispositivo endoscopico senza fili in grado di navigare all'interno del corpo umano. Il gruppo di ricerca della Scuola Superiore Sant'Anna partecipò alla competizione coreana proponendo lo sviluppo di sistemi endoscopici in grado di muoversi attivamente all'interno del corpo, con il particolare compito di realizzare la parte di locomozione attiva dei dispositivi senza fili. Il sistema che si sarebbe dovuto realizzare era infatti nella sua interezza molto complesso, prevedendo, oltre alla locomozione, anche aspetti inerenti la visione, la terapia, l'energia, etc. La collaborazione con la Corea è andata avanti dal 2000 al 2010, così il gruppo di Paolo Dario e Arianna Menciassi è diventato riferimento per lo sviluppo di capsule endoscopiche, sia in Corea che a livello internazionale. Dopo alcuni anni dall'inizio dell'iniziativa coreana, la Scuola

A cura di / Written by
Scuola Superiore Sant'Anna



Sant'Anna
Scuola Universitaria Superiore Pisa

Tratto da:
“PONTEDERA città dei motori e dell'innovazione. Dai dirigibili ai robot - La storia dell'Istituto di BioRobotica della Scuola Superiore Sant'Anna”, Valentina Filidei, Michele Quirici, Enza Spadoni, Tagete Edizioni 2015, per la Collana “L'industria della memoria”

Originally, according to a definition of Robotics Industry Association, robots were seen as “multifunctional reprogrammable manipulators, designed to move materials, components or other specific tools for carrying out a task with planned actions” and were historically used in industry, in particular for manufacturing sector. Subsequently, the role of simple manipulator was enriched by “intelligence”: we are talking about the 80s, when the robot is “the intelligent connection of perceptions and actions” (Michael Brady, Artificial Intelligence and Robotics, Artificial Intelligence, 1985). The fascinating journey in robotics, and in particular in what later became the “bio” Robotics, has experienced many steps, sometimes to a high difficulty. The fruitful and successful intuition has been to work and from the very beginning do research for non-industrial applications in Robotics. Since the 80s it has developed the so-called Service Robotics, for operations that were dangerous to humans or for assistance, and more recently the BioRobotics, “union of life and machine”, whose applications range from the biomedical to the welfare. From the early projects that were developing shape memory actuators, there is a rapid orientation towards biomedical applications quickly with a vision

Taken from:
“PONTEDERA città dei motori e dell'innovazione From airships to robots - The history of the Institute of biorobotics of Sant'Anna School”, Valentina Filidei, Michele Quirici, Enza Spadoni, Tagete Editions 2015, for the series “The memory industry”

that, by binding to the letter innovative materials, has allowed another milestone: the first stone of the long journey that opened towards Surgical Robotics for minimally invasive applications. Through involvement in an important and wide Korean project for the development of intelligent endoscopic capsules, the Intelligent Microsystem Program, in 2000, the Korean government launched an international “call” with the aim of creating a wireless endoscopic device capable of surfing within the human body. The research group of Sant'Anna High School took part in the Korean competition proposing the development of endoscopic systems able to actively move inside the body, with the particular task of creating the part of locomotion active in wireless devices. The system that should have been carried out was in fact very complex in its entirety, providing, in addition to the locomotion, also aspects concerning the vision, therapy, energy, etc. The cooperation with Korea has been going on 2000-2010, so the group of Paul Dario and Arianna Menciassi has become a reference for the development of endoscopic capsules, both in Korea and internationally. After a few years from the beginning of the Korean initiative, Sant'Anna High School has clearly demonstrated to be able to identify the problem from the

Superiore Sant'Anna ha dimostrato chiaramente di essere stata in grado di individuare il problema dal punto di vista scientifico e di risolverlo con un primo dispositivo, filato, ma di nuova concezione: un colonoscopio robotico ad auto-propulsione che ha portato alla nascita di una delle prime spin off del gruppo, Era Endoscopy srl, oggi Endotics. L'azienda commercializza un colonoscopio a forma di bruco che, anziché deformare il colon, lo segue grazie all'imitazione del movimento dell'animale da cui ha tratto ispirazione.

Il tema della bioispirazione per i dispositivi biomedicali accompagnerà sempre quello dello sviluppo di soluzioni diagnostiche e terapeutiche di nuova concezione: BIOLOCH - BIO-mimetic structures for LOComotion in the Human body, VECTOR - Versatile Endoscopic Capsule for gastrointestinal TumOr Recognition and therapy, ARAKNES - Array of Robots Augmenting the KINematics of Endoluminal Surgery, MICROVAST - MICROSystems for Vascular diagnostics and interventions, STIFF-FLOP - Stiffness Controllable Flexible and Learn-able Manipulator for Surgical Operation, sono solo alcuni esempi di iniziative europee e nazionali dell'Istituto di BioRobotica che mirano allo sviluppo di soluzioni robotiche per applicazioni biomedicali e per la chirurgia mini-invasiva.

scientific point of view and solve it with a first device, yam, but of new conception: a self-propulsion robotic colonoscope that led to the birth of one of the first spin-off of the group, Era Endoscopy S.r.l., today Endotics. The company commercializes a caterpillar shaped colonoscope that, instead of deforming colon, follows it thanks to the imitation of the movement of the animal from which it was inspired.

The theme of bio-inspiration for biomedical devices will always accompany the one of the development of diagnostic and therapeutic solutions of new conception: BIOLOCH - Bio-mimetic structures for locomotion in the Human body; VECTOR

- Versatile Endoscopic Capsule for gastrointestinal Tumor Recognition and Therapy; ARAKNES Array of Robots Augmenting the Kinematics of Endoluminal Surgery; MICROVAST - Microsystems for Vascular diagnostics and interventions; STIFF-FLOP - Stiffness Controllable Flexible and Learn-able the Manipulator for Surgical Operation, are just some examples of national and European initiatives of the Institute of BioRobotics that aim to the development of robotic solutions for biomedical applications and minimally invasive surgery.

dall'alto
foto di Massimo Brega

Capsule Endoscopiche sviluppate dal gruppo della prof.ssa Menciasci per l'Istituto di BioRobotica (A.I.B.)
Fonte: Archivio Istituto di BioRobotica (A.I.B.).

Tubingen, Germania, marzo 2003, un team multidisciplinare (medici, ingegneri, imprenditori) ed internazionale (italiani, tedeschi e coreani) durante le prove di validazione su anatomia umana del colonoscopio bioispirato ad auto propulsione.
Al centro Arianna Menciasci (A.I.B.)

from the top
Picture by Massimo Brega

Endoscopic capsules developed by the group of Prof. Menciasci for the Institute of biorobotics (A.I.B.).
Source: Archive Institute biorobotics (A.I.B.).

Tubingen, Germany, in March 2003, a multidisciplinary team (doctors, engineers, contractors) and international (Italian, German and Korean) during the validation tests on human anatomy of the colonoscope bioispirato self propulsion.
At the center Arianna Menciasci (A.I.B.)



A Pontedera una nuova Galleria tecnologica che "profuma" di corse

A cura di / Written by
Ferdinando Cassese
Direttore Generale DTM srl



Arriva in Toscana un po' dell'esperienza tecnica che proviene dal mondo delle corse. Ad ospitare questa nuova Galleria tecnologica sarà Pont-Tech, presso il proprio incubatore, a poche decine di metri dal "Museo Piaggio", un altro importante Centro che testimonia al mondo l'eccellenza del saper fare italiano.

L'iniziativa è realizzata grazie al Comune di Pontedera e alla DTM Technologies, azienda modenese del settore aerospazio, derivata del Centro Studi Ferrari Engineering. Il compito assegnato a DTM è quello allestire una Galleria tecnologica "viva", all'interno della quale sperimentare soluzioni ingegneristiche parenti strette di quelle che consentono alle moderne vetture di Formula 1 di raggiungere i loro incredibili livelli di performance.

Il visitatore, se lo desidera, potrà progettare, con l'aiuto di un ingegnere ex-Ferrari, componenti meccanici hi-tech ed effettuare attività sperimentali nei laboratori presenti.

Con l'apertura della Galleria, prevista per gennaio 2016, Pontedera e la Toscana aggiungono dunque un tassello importante al proprio sistema di innovazione a sostegno dell'industria meccanica regionale. Ecco le sezioni in cui si snoda la mostra.

Fusioni in lega leggera per motori di vetture da competizione.

Qui si presenta un laboratorio di modellazione per fonderia, che comprende le "casse d'anima" per i condotti interni, le canalizzazioni dell'olio di lubrificazione, dell'acqua di raffreddamento, i condotti, le materozze e i canali di colata del metallo fuso.

Questa sezione sarà corredata di gruppi meccanici importanti (cambi, blocchi motore...) tali da rendere comprensibili le varie fasi "percorse" dal pezzo prima del suo completamento.

PontTech, in its new 300 square meters Auditorium located in front of the "Museo Piaggio", will host an interesting, innovative Automotive racing technology Museum.

This will be possible thanks to the support of the Comune di Pontedera, and also thanks to the cooperation with DTM Technologies, an aerospace company of Modena, spin-off of the famous Ferrari of Maranello. Formerly DTM Technologies has been in fact operating as Ferrari "Space Division" since the year 2001, when Ferrari decided to put its aerospace activity in outsourcing. DTM has been requested by PontTech and the Comune di Pontedera to "invent" something special for their Auditorium: not a "static" old-fashioned museum, but a living, interactive Technological Gallery for the visitor, who will be directly operating in the two laboratories, settled within the exhibition area, in order to test his/her technical skills. Obviously the visitor will not be left alone: an ex-Ferrari engineer will be always there to help and to act as a precious, expert supervisor.

The Technological Gallery of Pontedera is planned to be ready at the beginning of 2016, hoping to involve international visitors travelling through Italy, as well as the students of the Italian technical schools and of the near Pisa University. The main sections of this Gallery are here synthetically described.

Light-alloy castings for racing automotive engines

This section of the Gallery presents to the visitor aluminium and magnesium castings for racing engines and gearboxes of Formula 1 cars, coming mainly but not only from Ferrari. In fact also the "competition" industry will be present, including Mercedes, Nissan and some of the other main automotive companies racing in Formula 1 and in the German DTM championship.

Body work construction area

The wireframe and the complete front section of the famous Mercedes 300SL, called also "Gull's wings", are presented in this area of the Gallery. The wireframe, shown in the following picture, was used





Pagina sinistra
 Allestimento della sezione di questo primo laboratorio. L'immagine è stata scattata in Ufficio tecnico DTM, e sarà riprodotta presso la Galleria Tecnologica.

On the left
 a couple of pictures showing a magnesium gearbox casting disassembled from a 1998 Ferrari Formula 1 car. Nowadays, as it will be well explained in the Gallery, the modern technology tends to avoid large castings, since fabricated (welded) steel and titanium have been found to be more efficient in terms of rigidity/mass ratio.

Area di costruzione della carrozzeria

Quest'area mostra come si lavorava, a partire dagli anni '50, in ambito carrozzeria ad opera dei battilastra del tempo. Sarà presentato "manichino" di vettura da alte prestazioni, fedelmente riprodotto nella geometria esterna, e due pannelli di carrozzeria significativi a diverso livello di finitura (sbozzato grezzo e particolare pre-finito) che saranno posizionati dal visitatore sul wireframe così da verificare la correttezza delle forme ottenute.

Sistema di sicurezza per elicottero

Quest'area della Galleria prevede l'installazione di un elicottero della DTM. Date le dimensioni del mezzo, per recuperare spazio e rendere più visibile la macchina al visitatore, si realizzerà uno "scivolo" con angoli perfetti per l'osservazione di ogni componente interno del velivolo.

Laboratorio per la progettazione di una fusione in lega leggera o Titanio

Il laboratorio comprende una workstation dotata di software per il calcolo scientifico, e plotter per la stampa degli elaborati ottenuti dal visitatore al termine dell'esercizio. Il visitatore, usando i classici strumenti di misura che gli saranno messi a disposizione, effettuerà un rilievo del campione e lo ottimizzerà variando spessori, caratteristiche del materiale.

Laboratorio per realizzare componenti di carrozzeria in materiali compositi

Qui si vuole mettere il visitatore alla prova per verificarne le capacità manuali; gli sarà infatti richiesto di cimentarsi nella laminazione di un componente aerodinamico di vettura da corsa.

Il laboratorio è dotato di banco di laminazione su cui è posto lo stampo di carbonio. Inoltre è disponibile pre-preg fresco da usare per la laminazione, e i tool e accessori necessari.

L'obiettivo è quello di riuscire a far costruire a un visitatore anche non esperto un oggetto del tipo di quello riportato nell'immagine seguente: un "musetto" di Formula 1. Alla fine del lavoro il volenteroso visitatore potrà portarsi a casa, con legittimo orgoglio, il "suo" manufatto come esclusivo souvenir...

by the craftsmen of the 50's and 60's ("battilastra" in Italian) to create the correct geometrical shape of the car's body work starting from a light flat aluminium sheet. No large presses were available at the time, also due to the very limited production numbers of these special cars ("fuoriserie"), and the perfect final aerodynamic shape of the front panel, hood and fenders was possible only thanks to the skill of these very special workers that now, unfortunately, do not exist any more.

Structural analysis laboratory

This area of the Gallery includes a workstation where a Finite Element program is installed. The visitor, constantly supported by an expert ex-Ferrari engineer, will be requested to test his/her skill by designing a new engine's cylinders block, or a new gearbox whose main characteristics (mass, thickness, rigidity, strength..) are stored in the workstation. So, it will be very easy and instructive for the visitor to verify the effect on performances of materials or thicknesses modifications with respect to the original, well proven project. We believe that it is very unusual for a visitor of a "conventional" Technology Museum to have the opportunity to become, also if for half an hour only, a Ferrari engine designer himself...

Carbon fibre components manufacturing laboratory

This is probably the most interesting and unusual section of the Gallery. The visitor, once again with the precious support of an ex-Ferrari engineer, will manufacture by himself a Nose-cone of a Ferrari Formula 1, and at the end of the visit at the Pontedera's Technical Gallery he/she can bring home, as a nice souvenir, the component just laminated and polymerised in a dedicated small autoclave.

Fashion e Robotica,
Artigianalità e Tecnologia:
DICOTOMIE
APPARENTI

A cura di / Written by
Istituto Modartech



La moda è un filo conduttore che decodifica i cambiamenti della società per tradurli in nuove sperimentazioni.

La ricerca tendenze stimola il processo creativo con ispirazioni, intuizioni emergenti e proposte di design e fornisce elementi tangibili per lo sviluppo di una nuova collezione. Un'immersione nei dettagli di ambientazione, ispirazioni, materiali e armonie di colori. Per esplorare le vie della creatività, con idee, visioni ed esperienze. E mondi apparentemente lontani o addirittura contrapposti si incontrano e si ritrovano collegati in una liaison surreale ed inaspettata.

Da una dicotomia apparente è nato un progetto innovativo che ha portato alla collezione realizzata dagli studenti del Corso Design e Progettazione della Moda dell'Istituto Modartech: Fashion e Robotica, dove i robot diventano oggetto e soggetto di moda, aspettando l'Atelier della Robotica, un'infrastruttura dell'Istituto di BioRobotica della Scuola Superiore Sant'Anna che consoliderà la vocazione di Pontedera come città dell'innovazione, del design e della cultura. La robotica, la scienza e la tecnologia verranno coniugate e "confezionate" su misura per differenti esigenze proprio come accade in

Fashion is the central thread unravelling the changes in society and transforming them into new experimentations. Trend research stimulates the creative process with inspirations, emerging intuitions and design ideas, providing tangible elements for the development of a new collection. Steeped in background details, inspirations and colour blends. Creative pathways are explored with ideas, visions and experiences. And apparently distant or even opposing worlds meet and come together in a surreal and unexpected liaison. It is an apparent dichotomy that gave rise to the innovative Fashion and Robotics project and thus the

collection devised by the students on the Fashion Design Course at Modartech Institute. Here robots become the object and subject of fashion, as we await the Robotics Atelier, an offshoot of the Scuola Superiore Sant'Anna BioRobotics Institute that will consolidate the vocation of Pontedera as a city of innovation, design and culture. Robotics, science and technology will be combined and "packaged" to size according to requirements, just like in a haute couture atelier. And the central theme that has inspired the creative work of the Modartech Institute students is robotics. "Fashion Forward - Waiting for the Robotics Atelier" is the project



a sinistra
Moda, innovazione e
tecnologia

Left
Fashion, innovation
and technology

a sinistra
Moda, saperi
tradizionali e
artigianalità

Left
Fashion, traditional
know-how and
craftsmanship

sopra
Bozzetti progetto
"Fashion Forward
-Waiting for
Robotics Atelier"

on the top
"Fashion Forward
-Waiting for
Robotics Atelier"
project sketches

a destra
e pagine seguenti
Dettagli
collezione robotica

Right
and next pages
Robotics collection
details



un atelier di alta moda. E come filo conduttore il tema della robotica ha ispirato il lavoro creativo realizzato dagli studenti dell'Istituto Modartech.

"Fashion Forward - Waiting for Robotics Atelier" rappresenta il progetto che dall'idea, alla progettazione, alla scelta dei materiali e degli accessori innovativi, a realizzazioni strutturate e sperimentali giunge a creazioni che valorizzano il talento degli studenti e si esprimono con proposte di design di assoluto interesse per il mondo aziendale.

Realizzazioni che esprimono i valori di Modartech e del polo d'eccellenza territoriale in cui si inserisce, nel cuore di un importante e vivace distretto industriale del mondo dell'abbigliamento, degli accessori, della calzatura, del design e dell'innovazione, caratterizzato da una filiera manifatturiera d'eccellenza.

Evidenziando fattori chiave quali il futuro, la robotica, la trasformazione, la tecnologia, l'innovazione e anche la sostenibilità. Dove la "leggerezza" dei materiali si contrappone alla "rigidità" degli stessi.

Dall'organza, tulle, neoprene, ecopelle, nylon, all'uso di pvc, resina, plexiglass. Gli abiti e gli accessori acquistano leggerezza, trasparenza e versatilità, abbinati a un'anima futuristica e avveniristica.

Un lavoro animato dall'artigianalità supportata dalla tecnologia. Una collezione che ha visto il contributo di partner tecnici e dei loro materiali, la cui filosofia unisce tecnologie di ultima generazione e responsabilità ambientale, con tessuti conformi all'impegno DETOX di Greenpeace, a ridotto impatto ambientale, innovativi impianti di galvanica che riducono i consumi di acqua, cotone biologico e poliestere riciclato.

Ed ecco che Artigianalità e Tecnologia si coniugano nei lavori degli studenti e rappresentano i fattori decisivi per l'impresa contemporanea del Fashion system.

La Moda, caratterizzata dall'artigianalità vera e concreta arte antichissima, viene supportata dalla modernità della tecnologia e dell'innovazione, con uno sguardo attento anche alla sostenibilità, in una logica di rispetto ambientale, responsabilità

that from the idea, planning, choice of innovative materials and accessories, as well as structured and experimental prototype stages, arrives at creations that bring out the students' talents. And the resulting design ideas are immensely interesting for the world of business.

The final products express the values of Modartech and the creative district where it is located, in the heart of an important, energetic industrial zone with a top manufacturing chain for clothing, accessories, footwear, design and innovation. Highlighting key factors such as future, robotics, transformation, technology, innovation and sustainability too.

Where the materials contrast from "light" to "rigid". From organza, tulle, neoprene, eco-leather and nylon, to the use of PVC, resin and plexiglass. The clothes and accessories acquire lightness, transparency and versatility, together with a futuristic and pioneering soul. Work driven by an artisan spirit, supported by technology. A collection that has seen the contribution of technical partners and their materials, with a philosophy that joins latest generation technologies and responsibility for the environment.

It uses fabrics that comply with the Greenpeace DETOX programme for a reduced impact on the environment, innovative electroplating plants that reduce the consumption of water, organic cotton and recycled polyester. And so Craftsmanship and Technology combine in the students' work and form the elements that make the difference for contemporary enterprises in the fashion system. Fashion, featuring real craftsmanship and a true ancient art, is supported by modern technology and innovation, while keeping a careful eye on sustainability, in a logic of respect for the environment, social responsibility and enhancement of traditional skills and know-how. Key elements at the basis of the growth of the Made in Italy label's competitive edge in the Fashion System. Making the new Fashion paradigm.

The impact of technology on the fashion system is indeed fundamental. Craftsmanship is enhanced by the use of innovative technologies as part of the creative and production processes. In a dynamic market, which at times can become frenetic in today's fashion sector, with its internationalised markets and ever new and hardened rivals,

sociale, valorizzazione delle competenze e dei saperi tradizionali. Elementi chiave alla base della crescita competitiva del Made in Italy nel Sistema Moda.

Caratterizzando il nuovo paradigma del Fashion.

L'impatto della tecnologia, nel sistema moda, rappresenta infatti un elemento fondamentale.

L'artigianalità viene valorizzata adottando tecnologie innovative nell'ambito dei processi creativi e produttivi.

In un mercato dinamico, che nel settore moda assume talvolta toni frenetici e dove l'internazionalizzazione dei mercati e la competizione con una sempre nuova ed agguerrita concorrenza estera rappresentano gli attuali scenari, l'azienda deve infatti adottare metodologie progettuali e produttive innovative, finalizzate alla crescita competitiva.

Design e tecnologia diventano strettamente correlate, dalla definizione di uno spunto ideativo, alla ricerca sui materiali, alla progettazione basata su strumenti innovativi integrati e alla comunicazione e vendita tramite nuove piattaforme e ultime soluzioni disponibili.

Arte e mestiere, qualità e innovazione infatti rappresentano vantaggi competitivi solo se opportunamente pubblicizzati, e la comunicazione è un elemento imprescindibile per valorizzare il prodotto stesso e la sua unicità, mediante strategie multicanale innovative, per raggiungere e coinvolgere un consumatore sempre più attento e partecipativo.

In risposta alle esigenze delle aziende e quale base formativa per preparare le nuove generazioni a svolgere al meglio le professioni richieste dal mondo del lavoro.

companies have to adopt innovative design and production methods, with a view to becoming more competitive.

Design and technology become closely correlated, right from the first creative idea up to the research into materials, design based on integrated innovative tools and communication and sales through new platforms and the latest available solutions.

However, art and craft, quality and innovation are only competitive advantages if they are given suitable publicity.

So to boost the product itself and its uniqueness, communication is a must, using innovative multi-channel strategies to reach and involve the increasingly attentive and participative consumer.

Responding to business needs and providing the educational basis to prepare the new generations to perform the professions required by the world of work to the best possible standards.





14th Conferenza Biennale ELIA

Trasformare specchi in finestre

A cura di / Written by
ELIA - The European League of Institutes of the Arts

14th Conferenza Biennale ELIA
Trasformare specchi in finestre
30 Novembre - 3 Dicembre 2016, Firenze, Italia

Un evento di livello mondiale che profila gli attuali sviluppi nel campo dell'educazione artistica superiore e che facilita il dialogo.

La Conferenza Biennale ELIA è la più grande conferenza sull'educazione artistica superiore a livello mondiale, disegnando una platea di circa 450 docenti, ricercatori, artisti, dirigenti e altri rappresentanti di istituti e università di educazione artistica superiore da tutto il mondo. Il programma degli eventi prevede relatori rinomati, discussioni plenarie, eventi di networking e molto altro ancora.

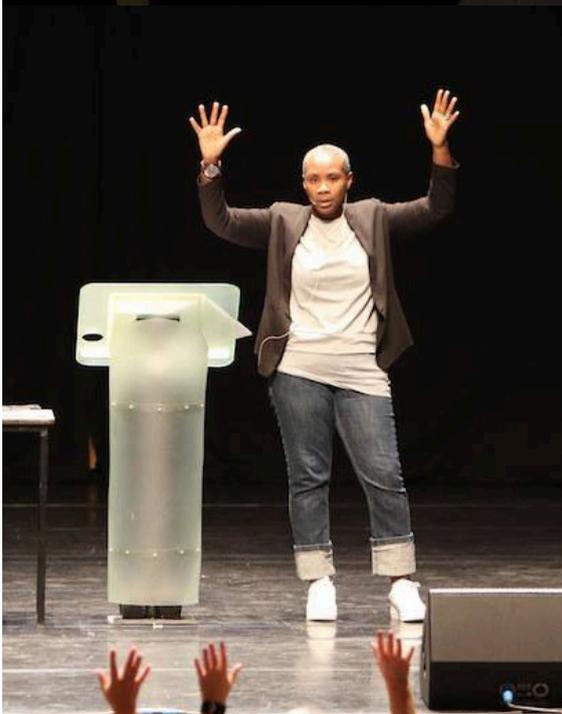
Dalla conferenza di fondazione ad Amsterdam 25 anni fa, la Conferenza Biennale ELIA è stata ospitata da istituti d'arte in tutta Europa. Per la prossima 14^o edizione, che si terrà dal 30 Novembre al 3 Dicembre 2016, è la volta di Firenze, organizzata in collaborazione con Palazzo Spinelli e le autorità culturali della città. Sullo sfondo di Firenze e della sua storia ricca e vivace, il tema di quest'anno 'TRASFORMARE SPECCHI IN FINESTRE' sarà discusso tra partecipanti, presentatori e oratori.

14th ELIA
Biennial Conference
Turn Mirrors into Windows
30 November - 3 December
2016, Florence, Italy.

A world-class event profiling current developments in higher arts education and facilitating dialogue. The ELIA Biennial Conference is the largest conference on higher arts education worldwide, drawing an audience of approximately 450 lecturers, researchers, artists, leaders and other representatives from higher arts education institutions and universities across the globe. The programme of events includes high profile

speakers, plenary discussions, networking events and much more. Since the founding conference in Amsterdam 25 years ago, the ELIA Biennial Conference has been hosted by arts education institutes all over Europe. For the upcoming 14th edition, taking place 30 November - 3 December 2016 it's Florence's turn, organised in partnership with Palazzo Spinelli and cultural authorities of the city. Against the background of Florence and its rich and vibrant history, this years' theme 'TURN MIRRORS INTO WINDOWS' will be discussed between participants, presenters and keynote speakers.





8th

NEW NOW Festival

22-26 Settembre 2016,

Amsterdam, Olanda

Un'iniziativa di ELIA –

Lega Europea degli Istituti delle Arti

NEW NOW supporta artisti emergenti in Europa. Presenta il lavoro di coloro che avanzano da accademie d'arte verso la loro carriera professionale, e fornisce loro un quadro di riferimento per un ulteriore sviluppo nel corso di un festival di cinque giorni al Westergasfabriek di Amsterdam. Il programma del festival comprende mostre, spettacoli teatrali, concerti, proiezioni di film, incontri con artisti ed eventi speciali.

Il festival annuale NEW NOW presenta una selezione di lavori di tutte le discipline e le accademie d'arte in tutta Europa. Durante il festival, gli artisti sono invitati a partecipare ad un programma di sviluppo professionale progettato per incoraggiare la collaborazione e creare opportunità future. Scuole d'arte provenienti da tutta Europa e oltre nominano il loro artista laureando di maggior talento (gli artisti devono essere nel loro ultimo anno di studio o entro un anno dalla laurea per essere ammissibili) che verrà esaminato da una giuria di 15 esperti d'arte internazionali. Da centinaia di candidature, vengono selezionate circa 30 opere d'arte all'interno di cinque grandi categorie permeabili per la presentazione al festival di Amsterdam: Design / Architettura, Film / Animazione, Musica / Suono, Teatro / Danza e Arti Visive.

Oltre agli artisti presentati al festival, il sito NEW NOW dispone anche di una selezione di altre opere di importanti artisti emergenti. In totale, NEW NOW 2015 ha agito come una piattaforma per 90 opere d'arte provenienti da 24 paesi. Un tempo festival itinerante, le precedenti edizioni della manifestazione portavano il nome di 'NEU / NOW' e si sono svolte a Vilnius, Tallinn, Nantes, Porto, Amsterdam e Glasgow. Il festival è tornato ad Amsterdam nel 2015, trovando casa al Westergasfabriek di Amsterdam come NEW NOW, dove continuerà a svolgersi nel 2016 e 2017.

L'invito per gli artisti a partecipare al NEW NOW 2016 sarà lanciato il 1° Dicembre 2015.

Per ulteriori informazioni, visitare il sito www.newnow.eu

NEW NOW supports Europe's emerging artists. It presents the work of those advancing from art academies towards their professional careers, and provides them with a framework for further development over the course of a five day festival at Amsterdam's Westergasfabriek. The festival programme includes exhibitions, theatre performances, concerts, film screenings, artist talks and special events.

The annual NEW NOW festival showcases a selection of work from all disciplines and art academies across Europe. During the festival, the artists are also invited to participate in a professional development programme designed to encourage collaboration and create future opportunities.

Art schools from across Europe and beyond nominate their most talented graduating artist (artists must be in their final year of study or within one year of graduation to be eligible) for review by a jury of 15 international arts experts. From hundred of nominations, approximately 30 artworks are selected within five broad and permeable categories for presentation at the festival in Amsterdam: Design/Architecture, Film/Animation, Music/Sound, Theatre/Dance and Visual Arts.

In addition to the artists featured at the festival, the NEW NOW website also features a selection of other works of outstanding emerging artists. In total, NEW NOW 2015 acted as a platform for 90 artworks from across 24 countries.

Formerly a travelling festival, previous editions of the event went under the name 'NEU/NOW' and were held in Vilnius, Tallinn, Nantes, Porto, Amsterdam and Glasgow. The festival returned to Amsterdam in 2015, making a home for itself at Amsterdam's Westergasfabriek as NEW NOW, where it will continue to take place in 2016 and 2017.

The call for artists to participate in NEW NOW 2016 will be launched 1 December 2015.

For more information, please go to www.newnow.eu



TRASFORMARE SPECCHI IN FINESTRE

L'essenza dell'Europa si è trasformata in modo quasi irriconoscibile dal luogo che era cinquant'anni fa. Grazie all'evoluzione tecnologica e alle politiche di aperture delle frontiere, ci troviamo a lavorare e vivere in stretta connessione con il resto del mondo.

Allo stesso tempo, l'ideale dell'Europa come luogo di tolleranza, inclusione e la prosperità è sempre più messo in discussione da questioni complesse come ad esempio i processi di grande migrazione, l'invecchiamento della popolazione, il radicalismo emergente e poteri economici mutevoli.

Che cosa vediamo quando guardiamo il mondo, le nostre istituzioni, noi stessi?

Fino a che punto ci adattiamo, utilizziamo o anche contribuiamo alle sfide e alle opportunità che si presentano? E come possiamo andare avanti?

TRASFORMARE SPECCHI IN FINESTRE affronterà i percorsi che ci hanno portato qui, discuterà e dibatterà il ruolo culturale, sociale ed economico attuale degli individui creativi e delle istituzioni nella società di oggi, ed esplorerà ciò che immaginiamo per il futuro. Firenze è la città ideale in cui discutere di queste questioni chiave con gli altri, in quanto è considerata la culla del Rinascimento, uno dei centri medievali europei della finanza e del commercio con una storia politica turbolenta in sé.

Per ulteriori informazioni, visitare il sito www.eliabiennial.com

TURN MIRRORS INTO WINDOWS

The essence of Europe has transformed almost beyond recognition from the place it was fifty years ago. Thanks to technological evolution and open border policies, we find ourselves working and living in close connection to the rest of the world. At the same time Europe's ideal as a place of tolerance, inclusion and prosperity is increasingly challenged by complex issues such as large migration processes, an ageing population, emerging radicalism and shifting economic powers.

What do we see when we look at the world, at our institutions, at ourselves? To which extent do we adapt, make use of or even contribute to the challenges and opportunities presented? And how shall we move forward?

TURN MIRRORS INTO WINDOWS

will address the paths that took us here, discuss and debate the current cultural, social and economic role of creative individuals and institutions in today's society, and explore what we imagine for the future. Florence is the perfect city in which to discuss these key questions with each other, as it is considered the birthplace of the Renaissance, one of Europe's medieval centres of finance and trade with a turbulent political history in itself.





La Lega Europea degli Istituti delle Arti - ELIA

Celebrando il suo 25° anniversario quest'anno, la Lega europea degli Istituti delle Arti - ELIA è la principale organizzazione network indipendente per l'educazione artistica superiore. Con oltre 300 membri in 47 paesi, rappresenta circa 300.000 studenti in tutte le discipline artistiche. ELIA sostiene le arti a livello europeo, creando nuove opportunità per i suoi membri e facilitando lo scambio delle pratiche migliori. ELIA ha oltre 25 anni di esperienza nel rappresentare l'educazione artistica superiore in Europa. Il suo Ufficio Esecutivo, la commissione eletta, i gruppi direttivi di specialisti e i membri tutti forniscono l'organizzazione di una ricchezza di competenze che rafforza la sua divulgazione e forma una vasta risorsa per la ricerca, lo sviluppo di nuovi progetti e reti, la revisione delle politiche e la futura pianificazione di scenari. Insieme alle istituzioni aderenti, ELIA propone conferenze, convegni, simposi, pubblicazioni e progetti di ricerca, rivolti a tutti i settori della comunità di istruzione artistica superiore - artisti, insegnanti, dirigenti, manager e studenti - così come il grande pubblico.

Gli obiettivi di ELIA includono:

- rafforzare la posizione e l'influenza delle arti e dell'educazione artistica superiore a livello regionale, nazionale, europeo e internazionale
- promuovere i valori dell'educazione artistica superiore all'interno della Società Europea della Conoscenza e della Creatività
- promuovere la funzione delle arti come aspetto centrale contribuito alla strategia di sviluppo e rigenerazione culturale ed economica
- sostenere e promuovere la diversità delle culture e per favorire la comunicazione tra le culture europee e non europee viste come partner in una società culturale globale
- sostenere la creazione e il mantenimento di adeguate condizioni sociali e politiche per il libero sviluppo della formazione alle arti ed alle esigenze specifiche di formazione alle arti e alla produzione artistica

ELIA ha ben stabilito legami con altre reti ed organizzazioni culturali di tutto il mondo e con le autorità nazionali e internazionali. Nuovi progetti ed associazioni sono sempre in cantiere, sia avviati con un occhio agli interessi dei soci che in risposta alle opportunità create attraverso un più ampio sviluppo delle politiche educative e dei programmi.

Per ulteriori informazioni, visitare il sito www.elia-artchools.org

The European League of Institutes of the Arts - ELIA

Celebrating its 25th anniversary this year, the European League of Institutes of the Arts - ELIA is the primary independent network organisation for higher arts education. With over 300 members in 47 countries, it represents some 300,000 students in all art disciplines. ELIA advocates for the arts on the European level, creating new opportunities for its members and facilitating the exchange of best practices. ELIA has over 25 years' experience in representing higher arts education in Europe. Its Executive Office, elected Board, specialist steering groups and members all provide the organisation with a wealth of expertise that bolsters its advocacy and forms an extensive resource for research, the development of new projects and networks, policy review and future scenario planning. Together with its member institutions, ELIA initiates conferences, symposia, publications and research projects, targeting all sectors of the higher arts education community - artists, teachers, leaders, managers and students - as well as the wider public.

ELIA's objectives include:

- strengthening the position and influence of the arts and higher arts education at regional, national, European and international levels

- promoting the values of higher arts education within the European Society of Knowledge and Creativity
- promoting the function of the arts as a central aspect contributing to the strategy for cultural and economic development
- regeneration upholding and promoting the diversity of cultures and to foster communication between European and non-European cultures viewed as partners in a global cultural society
- supporting the establishing and the maintaining of adequate social and political conditions for the free development of education in the arts and the specific needs of education in the arts and of art production

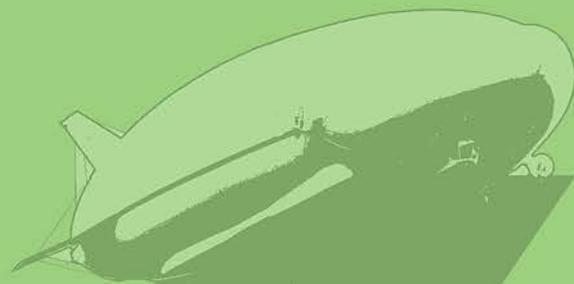
ELIA has well established links with other networks and cultural organisations worldwide and with National and International authorities.

New projects and partnerships are always in the pipeline, whether initiated with an eye to the interests of members or in response to opportunities created through broader educational policy development and programmes.

For more information, please go to www.elia-artchools.org



FOCUS EDIZIONE X



10
EDIZIONE
EDITION



MuDeTo

una virtuale realtà



Due anni sono trascorsi dalla fondazione di **MuDeTo**, museo del design online - concepito come primo nucleo di un network museale virtuale italiano - e sono già una ventina le acquisizioni e oltre trenta gli associati fra aziende e progettisti.

Si sta finalmente concretizzando il Comitato Scientifico di esperti in vari settori che insieme al Consiglio Direttivo da me presieduto contribuirà a selezionare e motivare i prodotti meritevoli di acquisizione.

Qualche settimana fa abbiamo presenziato al battesimo del **MuDeFri**, prima estensione per questa rete museale in Friuli, mentre è notizia di questi ultimi giorni il conferimento del patrocinio da parte di **Fondazione Architetti di Firenze**.

Al Crea@tivity presenteremo l'ambizioso piano dell'opera e l'annuario 2014 che raccoglie le prime dodici acquisizioni, mentre una di queste, la supercar **Evantra** di **MazzantiAutomobili** farà bella mostra di sé all'interno del Museo Piaggio.

A cura di / Written by
Luigi Trenti
Presidente MuDeTo
Museo del Design Toscano

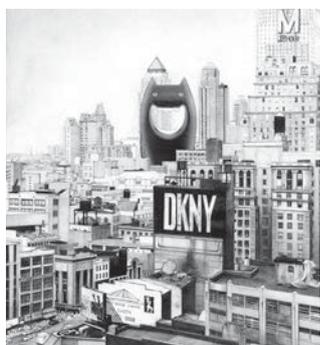


Two years have passed since the foundation of **MuDeTo**, museum online of design - conceived as a first nucleus of an Italian virtual museum network - and about twenty already are the acquisitions and over thirty associates among companies and designers.

It is finally becoming concrete the Scientific Committee of experts in various fields that, together with the Executive Board I chair, will help to select and motivate the products worthy of acquisition.

A few weeks ago we attended the baptism of **MuDeFri**, first extension to this museum network in Friuli, while news of recent days is the conferral of patronage by the **Foundation Architects of Florence**.

At Crea@tivity we present the ambitious work plan and the 2014 yearbook that collects the first twelve acquisitions, while one of those, the supercar **Evantra** of **Mazzanti Automobili**, will be proudly shown inside the Piaggio Museum.



SIX

Modular Lamp

A cura di / Written by
Ilaria Valenza
Tesi di laurea/
LABA - Libera Accademia di Belle Arti



La tesi ha il titolo: "**Six**: dal progetto al prodotto". Gestione del progetto e sviluppo prodotto. Tale tesi, discussa a Giugno 2015, affronta teoricamente e praticamente le problematiche legate allo sviluppo di un prodotto in ambito aziendale, nonché la gestione del progetto e l'ingegnerizzazione del prodotto finale.

Il progetto sviluppato è la lampada **Six**, una lampada modulare ed orientabile a LED, con scocca in alluminio satinato, delle dimensioni di 130 x 300 x 15 mm (chiusa).

Il suo snodo è costituito da un perno frizionato che consente al

*The thesis titles: "**Six**: from design to product. Project management and product development. This thesis, discussed in June 2015, deals theoretically and practically with issues related to the development of a product within the company, as well as project management and engineering of the final product.*

*The developed project is the lamp **Six**, a modular and adjustable LED lamp, with brushed aluminium body, sized 130x300x15 mm (closed). Its joint is constituted by a clutched pivot that allows the internal frame to rotate freely, allowing to the lamp an adjustable orientation.*

*The project provides a dual application for the module **Six**: this in fact can be used individually (table lamp) or placed inside an electrified track to compose a floor and / or wall lighting system. The project **Six Modular Lamp***



*was the winner of a competition issued by **WivaGroup**, with which I worked for nine months to the research and development of the lamp. During the development of the product, problems concerning the management of the project within the company, 3D modelling, prototyping for 3D printing, analysis of competitive products, packaging and marketing have been faced and incorporated in the thesis research. It has also been carried out the executive prototype from solid machined and electrified aluminium and now **Six** is a working product, waiting to be certified.*



frame interno di ruotare liberamente, permettendo alla lampada un orientamento regolabile. Il progetto prevede una duplice applicazione per il modulo **Six**: questi infatti può essere utilizzato singolarmente (lampada da tavolo) oppure inserito all'interno di un binario elettrificato per andare a comporre un sistema di illuminazione da terra e/o parete. Il progetto **Six Modular Lamp** è stato vincitore di un concorso diramato dalla **WivaGroup**, con la quale ho collaborato per 9 mesi alla ricerca e allo sviluppo della lampada. Durante lo sviluppo prodotto sono state affrontate e riportate nella ricerca di tesi problematiche riguardanti la gestione del progetto in ambito aziendale, la modellazione 3D, la prototipazione per 3D printing, l'analisi dei prodotti concorrenti sul mercato, il packaging ed il marketing. Inoltre è stato realizzato il prototipo esecutivo in alluminio lavorato dal pieno ed elettrificato ed ora **Six** è un prodotto funzionante, in attesa di essere certificato.



LUDOCICLO

A cura di / Written by

Gianna Ghelardoni

Tesi di laurea

LABA - Libera Accademia di Belle Arti



Ludociclo, un gioco-bici capace di racchiudere molte idee in un solo progetto. Non ci sono pulsanti da premere, né batterie da installare, per "funzionare" servono solo mani, testa, gambe e tanta voglia di giocare. Adatto ai bambini a partire dai due agli otto, con la possibilità di aggiungere i pedali alla bicicletta pedagogica di partenza, che rende agevole al bambino metabolizzare più naturalmente l'equilibrio, e pertanto la fase successiva, quella dell'inserimento dei pedali avverrà spontaneamente. **Ludociclo**, si rivolge ad un'utenza con particolari esigenze, deve far fronte a molti vincoli e al rispetto della sicurezza.

Tutto ciò che serve per generare la nostra bicicletta si trova all'interno di un packaging, esternamente si presenta come una valigetta in tessuto, il colore del manico corrisponde al colore della bici contenuta. Al suo interno vi sono delle tasche che racchiudono oltre ai pezzi per comporre la bici, alcuni accessori, disposti secondo la logica di assemblaggio; su ogni tasca viene raffigurato ciò che si trova al suo interno.

Cosa c'è di meglio che costruire il proprio mezzo? Iniziare a giocare prima di partire? E' capace di innescare un piccolo genio, dando al bambino la libertà di manipolare, costruire e progettare le proprie esperienze. Oltre all'unicità di questo prodotto, trovo importante offrire la possibilità di coinvolgere genitori e figli in un progetto comune, divertendosi. Quindi è un gioco di costruzione che permette ai bambini di sviluppare l'immaginazione, la logica e la precisione e che incoraggia l'interazione e aiuta a sviluppare la cognizione dello spazio, oltre all'attività motoria. Forme, dimensioni e materiali rispettano in tutta sicurezza i più piccoli.

Ludocycle, a bike-game capable of enclosing many ideas into one project. There are no buttons to push, no batteries to install, in order to "operate" it only needs hands, head, legs and a great desire to play. Suitable for children aged two to eight, with the possibility of adding pedals to the starting pedagogical bicycle, which allow the child to metabolize more naturally balance, so that the next step, the integration of the pedals, will happen spontaneously. Ludocycle, addresses to a user with special needs, it has to face many constraints and safety compliance.

All you need to generate our bike is inside a packaging, the outside looks like a fabric briefcase, the colour of the handle matches the colour of the bike contained. There are pockets inside which contain, in addition to the pieces to compose the bike, some accessories, arranged according to the assembly logic; on each pocket is depicted what lies inside.

What is there better than building your own vehicle? Beginning to play before you start? It's capable of triggering a little genius, giving the child freedom to manipulate, build and design its own experiences. In addition to the uniqueness of this product, I find it important to offer the possibility of involving parents and children in a common project, while having fun. So it's a building game that allows children to develop their imagination, logic and accuracy and that encourages interaction and helps develop the cognition of space, in addition to motor activity.

Shapes, dimensions and materials comply safely younger children.



BUM

Better, Upper Mobility



Il progetto di tesi esplora la tematica della mobilità urbana personale. La smart mobility è la mobilità che riesce a integrare le infrastrutture tecnologiche fisiche e digitali della città e con gli aspetti sociali, culturali e umani, incrementando il benessere di chi vive la città. BUM si pone l'obiettivo di identificare i parametri (descritti nei punti seguenti) che i veicoli del futuro dovrebbero rispettare ed, in base a questi, propone tre concept.

1. Propulsione elettrica
2. Footprint minimo
3. In linea con i canoni estetico/ergonomici attuali
4. Versatile

I concept che derivano da questo ragionamento hanno rispettivamente una, due e tre ruote, il che significa proporre una gamma di prodotti instaurando una continuità di valori: confort, versatilità e innovazione tipologica/ergonomica facilmente fruibile. I primi due sfruttano la tecnologia del Segway, con semplici movimenti del corpo attiviamo la marcia del veicolo.

1. NINA:

Ripensare qualcosa di esistente e migliorarla, per migliorare l'esperienza del fruitore. Ibridazione tra un piccolo personal mover (pensiamo all'Honda U3-X) e un kit bici come il Rubbee. Per mantenere le promesse di versatilità e flessibilità, Nina è applicabile a tutti i tipi di bicicletta.

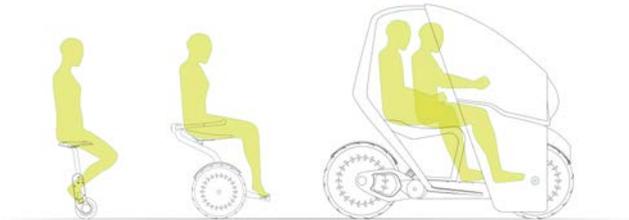
2. PINTA:

È l'ottimizzazione di un veicolo esistente: il Segway. La particolare posizione di guida eretta (nel Segway) viene sostituita da quella seduta. Oltre al maggiore comfort, questa soluzione permette di abbassare il baricentro del veicolo, rendendolo più sicuro ed eliminando la sensazione di instabilità iniziale.

3. SANTAMARIA:

Fusione tra city car e scooter. L'obiettivo di questo concept è quello di migliorare il confort di uno scooter tradizionale, piuttosto che proporre l'ennesima city car ridotta ai minimi termini (sia di abitabilità che di prestazioni).

A cura di / Written by
Salvatore Lipari
 Tesi di laurea
 ISIA Firenze



The thesis project explores the issue of personal urban mobility. The smart mobility is the mobility that can integrate physical and digital technological infrastructure of the city and with the social, cultural and human aspects increasing the wellbeing of those who live in cities. BUM aims to identify the parameters (described in the following paragraphs) that future vehicles should respect and, based on these, it proposes three concepts.

1. Electric propulsion
2. Minimum footprint
3. In line with current aesthetic / ergonomic standards
4. Versatile

The concepts that derive from this reasoning are respectively one, two and three wheeled vehicles, which means offering a range of products establishing a continuum of values: comfort, versatility and easily accessible typological / ergonomic innovation. The first two use the technology of the Segway, with simple body movements we enable the vehicle to ride.

1. NINA

Rethinking something existing and improving it, to enhance the experience of the user. Hybridization between a small personal mover (like Honda U3-X) and a bike kit as Rubbee. To keep the promises of versatility

and flexibility, Nina is applicable to all types of bicycle.

2. PINTA:

It is the optimization of an existing vehicle: the Segway. The special upright riding position (on the Segway) is replaced with the sitting one. In addition to the increased comfort, this solution allows to lower the centre of gravity of the vehicle, making it safer and eliminating the feeling of initial instability.

3. SANTAMARIA

Fusion between city car and scooter. The objective of this concept is to improve the comfort of a traditional scooter, rather than proposing yet another city car reduced to minimum terms (both of habitability and performance).



Ricerca & Design

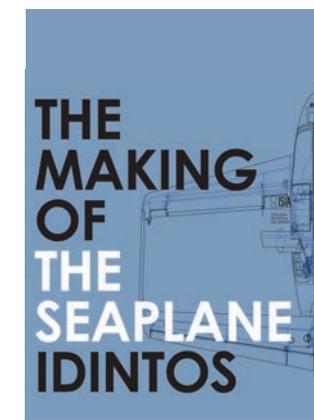
Al panorama delle pubblicazioni dell'ISIA Firenze si aggiunge il volume "The making of the seaplane Idintos", curato da Biagio Cisotti, docente e designer, e arricchito da numerosi contributi di esperti. Dedicato al progetto di un idrovolante, nato dalle ricerche di Aldo Fedriani. Università di Pisa, portato avanti da un partenariato di aziende private, ha visto l'ISIA Firenze impegnata nelle soluzioni dell'abitacolo e dell'ergonomia di bordo. Il volume, un vero viaggio nel percorso progettuale, verrà presentato durante il Creativity 2015 al Museo Piaggio, luogo dove è nata la sinergia che ha portato al finanziamento da parte della Regione Toscana e alla realizzazione del prototipo. Il progetto è stato selezionato dall'Associazione per il Disegno Industriale per l'ADI Index 2014, concorrendo al prestigioso Compasso d'Oro.



Idintos è un progetto di ricerca esemplare per la metodologia di sviluppo, l'originalità dell'approccio e la composizione multidisciplinare del gruppo di lavoro. La progettazione e lo sviluppo di un idrovolante ultraleggero con configurazione alare Prandtlplane si è rivelata una sfida professionale di grande interesse, sia per gli aspetti d'innovazione tecnologica e di design del prodotto, sia per la particolare concezione interdisciplinare che ha caratterizzato tutto lo sviluppo della ricerca, dalle prime fasi di studio alla realizzazione del prototipo. Il progetto è stato attuato attraverso la collaborazione tra professionisti e ricercatori che operano in diversi settori, favorendo in tal modo un'integrazione tra competenze specialistiche diverse; una concezione interdisciplinare del design che si è configurata come il principale fattore di successo dell'operazione. L'apporto dei docenti ISIA, da me coordinati, si è concentrato principalmente verso il design del prodotto, della comunicazione del medesimo, e delle interfacce, coinvolgendo le varie competenze che la scuola ha e che la caratterizzano come istituzione di alta specializzazione nell'ambito della progettazione industriale. Oltre ad un nutrito e competente gruppo di docenti, sono stati coinvolti nelle fasi di sviluppo anche un piccolo gruppo di neodiplomati dell'istituto, assieme ad esperti quali Sergio Barlocchetti, Max Pinucci e Luigi Bandini Buti. Il progetto Idintos è stato indubbiamente un'esperienza professionale e didattica durante la quale ISIA ha potuto dare un importante contributo nel ambito del design. L'esito finale rende visibile un'intuizione, per andare oltre le attuali figurazioni del volo. Idintos si qualifica come oggetto di design unico e innovativo.

A cura di / Written by
Biagio Cisotti
Estratto del Libro
"The making of the
seaplane Idintos"

Another book has been added to the range of the publications by ISIA Florence: "The Making of The Idintos Seaplane", developed by Biagio Cisotti, a lecturer and designer, and supplemented with several contributions. Dedicated to the project of a seaplane, created through researches by the University of Pisa, carried on by a partnership of private companies, it kept ISIA Florence engaged in interior solutions and



on-board ergonomics. The volume, a true journey in the design process, will be presented during the 2015 « Creativity » at the Piaggio Museum, birthplace of the synergy which led to the financing by the Tuscany Region and to the construction of the prototype. Idintos was selected by the Industrial Design Association for Industrial Design for the 2014 ADI Index, competing in the prestigious « Compasso D'Oro ».

a fianco
Il progetto Idintos
segnalato nell'ADI
Design Index 2014

by side
The project Idintos
reported in the ADI
Design Index 2014

Idintos is an exemplary research project for the development methodology, originality of the approach and multidisciplinary composition of working groups. The design and development of an ultra-light seaplane with Prandtlplane wing configuration proved to be a great professional challenge, for both aspects of technological innovation and product design, and for the particular interdisciplinary conception which characterized the entire research development, from the early stages of study to the creation of the prototype. The project was implemented through collaboration between professionals and researchers working in different fields, thus promoting integration among different specialized skills; an interdisciplinary concept of design that has configured as the main factor of success of the operation. The contribution of teachers from ISIA, who I coordinated, mainly focused towards product design, its communication, and interfaces, involving the various

skills of the school and that characterize it as an institution of high specialization in industrial design. In addition to a large and competent group of teachers, also a small group of graduates of the institute has been involved in the development stages. In a first phase, main functional, technological and aesthetic problems have been identified; in this concern experts were invited to intervene by bringing their specialized contribution. Particularly important were the meetings which developed the themes of flight and design of ultra-light, with contributions by Barlocchetti and Pinucci and Luigi Bandini Buti. Project Idintos was undoubtedly a professional and educational experience during which ISIA could give an important contribution in the field of design. The final outcome makes an intuition visible, to go beyond current figurations of flight. Idintos qualifies as a unique and innovative design feature.



Pecha Kucha Night, Pisa

Pecha Kucha è l'onomatopea giapponese per definire il clima della chiacchiera tra amici e da il nome all'evento ideato da Klein Dytham Architecture organizzato per la prima volta nel 2003 a Tokio: PECHA KUCHA NIGHT. PKN è un format divenuto ormai internazionale dalla struttura semplicissima ed efficace: l'oratore (o speaker) avrà a disposizione 20 immagini ciascuna per 20 secondi, entro cui esporre la propria creatività espressa in molteplici forme. Le 20 immagini scorreranno senza possibilità di pause: 6 minuti e 40 secondi di tempo con cui il designer, l'architetto, l'artista di ogni genere creativo possa far conoscere in maniera rapida, leggera ed efficace il proprio lavoro e la propria passione aprendosi ad una rete di esperienze diverse con cui crescere e migliorarsi. Pecha Kucha offre la possibilità a giovani creativi, a professionisti affermati o a chiunque altro di mettersi in gioco e proporsi attraverso un canale alternativo di comunicazione che parte dall'evento cittadino per avere immediata risonanza internazionale. Il format offre spazio alla cultura, all'incontro e al divertimento. Ogni evento PKN è in grado di generare una rete reale di conoscenze e scambio, è una serata culturale che esprime la leggerezza necessaria per permettere alle idee di conoscersi e contaminarsi. Il format Pecha Kucha entra all'interno della proposta culturale pisana grazie a CM2, team di professionisti che ne diviene gestore nel 2012 a Pisa. CM2 team è formato da ingegneri ed architetti accomunati da percorsi condivisi di progettazione e ricerca che decidono di unire le proprie esperienze in un progetto comune. I diversi ambiti formativi dei singoli, legati sinergicamente, permettono a CM2 team di approfondire il dibattito sulla progettazione sviluppando temi eterogenei. Pecha Kucha Night diviene il momento di riflessione sulla ricerca creativa dei protagonisti del territorio. Sono stati organizzate dal febbraio 2012 cinque serate PKN che hanno creato una rete di creativi in continuo contatto. La terza edizione, svoltasi proprio nel Museo Piaggio nel 2012, ha visto la collaborazione nell'organizzazione tra PKN Pisa e PKN Firenze stabilendo un legame duraturo tra i "cugini" toscani gestori dell'evento. CM2 team ringrazia tutto lo staff organizzativo di Crea@tivity per l'opportunità che offre ai creativi di poter esprimere il proprio lavoro.

A cura di / Written by
Pecha Kucha Night, Pisa
 CM2 Team

Pecha Kucha is the Japanese onomatopoeia for setting the tone of the chatter among friends and the name of the event created by Klein Dytham Architecture organized for the first time in 2003 in Tokyo : PECHA KUCHA NIGHT . PKN is a format that has become internationally by the simple structure and effective : the speaker (or speakers) will have 20 pictures each for 20 seconds within which to expose their creativity expressed in many forms. The 20 images change without possibility of breaks : 6 minutes and 40 seconds of time with the designer , architect , artist of all kinds creative can make known in a quick, light and effective their work and their passion opening to a network of different experiences with which to grow and improve. Pecha Kucha offers the opportunity for young creatives, established professionals or anyone else to get involved and to propose an alternative channel of communication through which the citizen from the event for immediate international attention. The format provides space to culture, meeting and entertainment. Each event PKN is able to generate a real network of knowledge and exchange, is a

cultural evening that expresses lightness necessary to allow ideas meet and become contaminated. Pecha Kucha format comes within the cultural proposal of Pisa thanks to CM2, team of professionals who started the series of events in 2012. CM2 Team was established in 2011 formed of three professionals, sharing common styles of planning and research, connecting their experience into a common project. The different areas of individuals education associated synergically allow to "CM2 team" to deepen the debate on planning by developing mixed issues. Since February 2012 three Pecha Kucha Nights events have taken place creating a network of artists continuously interconnected. The fourth event took place in the Piaggio Museum in 2012 and was organized by PKN Firenze together with PKN Pisa linking strongly the two Tuscan managers of PKN. CM2 team would like to thank all the Crea@tivity's staff for the opportunity it provides to express people own creative works.



Workout 2015, non solo workshop Dieci anni di sperimentazione interdisciplinare del design.

Comprendere a fondo la portata di una piccola rivoluzione, in qualunque sfera essa occorra, proprio mentre è in pieno svolgimento, è impresa ardua, se non impossibile. Come prevedere quali e quante tre le promesse o le minacce, le aspettative o i timori saranno confermati dopo dieci o venti anni? E quante volte ciò che sembrava una rivoluzione al momento, riconsiderata con la consapevolezza che la storia ci regala, si rivela una semplice correzione di rotta, o una superficiale agitazione? E tuttavia in nessun momento previsioni, attese, speranze, certezze si manifestano come nel corso di una rivoluzione. Questi sono stati e sono i primi dieci anni di Crea@tivity e del suo workout. Se il progetto, come occasione di crescita e trasmissione della conoscenza, può essere descritto come un processo cognitivo, la visualizzazione, in altre parole, la capacità di tradurre il progetto in immagini, gioca un ruolo fondamentale, sia sul piano della generazione di proposte innovative che su quello della loro comunicazione. Il miglior modo di prevedere il futuro è progettarlo, dargli forma. Il "buon design" è prima di tutto progetto dell'idea, poiché è il significato che plasma l'oggetto; si basa sulla contaminazione fra discipline, perché da questo nasce l'identità del progetto; sperimenta linguaggi e diviene messaggio. Un nuovo prodotto non può limitarsi a essere il risultato di una giusta combinazione di valori estetici e funzionali, ma ha senso di esistere solo se ha realmente qualcosa da raccontare; deve essere in grado di comunicare da sé il senso della propria esistenza e della propria funzione. L'obiettivo delle giornate di Crea@tivity, in questi anni, è stato quello di creare relazioni su cui innestare dei percorsi per lo sviluppo di progetti di design fornendo ai partecipanti le competenze e gli strumenti indispensabili per acquisire capacità progettuali alla costruzione di un progetto condiviso. È un'esperienza densa, collettiva che stimola una progettazione spontanea e consapevole in cui i flussi di progetto sono accelerati e s'intrecciano portando i partecipanti a esplodere gli orizzonti di riferimento con un confronto continuo. Il pensiero creativo consiste nel farsi domande e nell'affrontare problemi o quesiti da solide conoscenze ma adottando nuove prospettive, con l'obiettivo di trovare soluzioni innovative ed efficaci qualsiasi sia l'ambito di applicazione. Novità di questa edizione sarà quella di avere un referente per ogni area, il quale segnalerà esperti avrà l'onere di gestire gli ospiti per l'Open Conference e i tutor d'Area per il Workout. Mentre l'apertura

A cura di / Written by
Angelo Minisci
Coordinamento progetto workshop
Designer, docente ISIA Firenze

To deeply understand the scope of a small revolution, in whatever sphere it occurs, right while it is fully underway, is a arduous task, if not impossible. How to predict which and how many among promises or threats, expectations or fears will be confirmed after ten or twenty years? And how many times what seemed a revolution at the moment, reconsidered in the awareness that history gives us, it reveals to be a simple course correction, or a superficial agitation? Yet at no time predictions, expectations, hopes, certainties manifest the same way as during a revolution. These were and are the first ten years of Crea@tivity and its workout. If the project, as an opportunity for growth and transmission of knowledge, can be described as a cognitive process, the visualization, or in other words the ability to bring the project into images, plays a key role, both in terms of generation of innovative proposals and of their communication. The best way to predict the future is to design it, shape it. The "good design" is first of all project of the idea, since is the meaning that shapes the object; it is based on the contamination among disciplines, because it is from this that comes the identity of the project; it experiences languages and becomes message. A new product cannot simply be the

result of the right combination of aesthetic and functional values, but it makes sense to exist only if it really has something to tell; it has to be able to communicate by itself the meaning of its own life and purpose. The aim of the days of Crea@tivity, in these years, has been to create relations on which to implant routes for the development of design projects by providing participants with indispensable skills and tools to acquire design capabilities for the construction of a shared project. It's a dense, collective experience, that stimulates a spontaneous and conscious design in which the project flows are accelerated and intertwined bringing the participants to blow up the horizons of reference with a constant comparison. Creative thinking consists of asking oneself questions and facing problems or queries by solid knowledge but adopting new perspectives, with the aim of finding innovative and effective solutions whatever the scope. News in this edition will be to have a contact person for each area, who will signal experts, be in charge of managing guests for the Open Conference and the Area tutors for the Workout. While the opening will provide (in addition to the institutions) for the presence on stage of eight speakers (2 per area) and video-interventions (2'),



prevedrà (oltre all'intervento delle Istituzioni) la presenza sul palco di 8 relatori (2 per Area) e di video-interventi (2'), le aree si arricchiscono per questa decima edizione di tematiche specifiche. Area Product Tematica: Creative Engineering Design Coordinamento di ISIA Firenze e Scuola Sup. Sant'Anna Area Communication Tematica: Design per i Beni Culturali Coordinamento di LABA, Area Mobility Tematica: nuovi concetti di mobilità Coordinamento di MOVET, Area Fashion Tematica: Fashion Forward Coordinamento di Istituto Modartech. Questo stile di pensiero si esprime in un processo che ha andamenti non sempre lineari, e consiste nel raccogliere, selezionare e riconfigurare le informazioni necessarie tra tutte quelle disponibili, individuando connessioni utili a generare conclusioni nuove. Le esperienze fatte, sono una piccola parte del necessario, bisogna costruire e stabilire delle relazioni con il territorio, attivare dei rapporti di scambio. In conclusione, e non ultimo, parliamo di nuove professioni pensando a una ricollocazione di professioni consolidate da tempo, ma con una visione nuova, interdisciplinare, in cui le pratiche lavorative saranno vicine agli orizzonti aperti dalle esperienze virtuali, in cui sarà possibile interagire in uno spazio neutro rispetto alla resistenze fisiche e culturali.

the areas get enriched for this tenth edition of specific issues. Product Area Topics: Creative Engineering Design, Coordination by ISIA Florence and Sant'Anna High School; Communication Area Topics: Design for Cultural Heritage, Coordination by LABA; Mobility Area Topics: new concepts of mobility, Coordination by MOVET, Fashion Area Topics: Fashion Forward, Coordination by Modartech Institute. This style of thought is expressed in a process that not always has linear trends, and it is to collect, select and re-configure the necessary information among all those available,

identifying connections useful to generate new conclusions. Experiences made are a small part of the need, you have to build and establish relationships with the territory, enable exchange ratio. Last, but not least, we talk about new professions considering a relocation of long established ones, but with a new vision, interdisciplinary, where labour practices will be close to the horizons opened by virtual experiences, in which it will be possible to interact in a space that is neutral compared to the physical and cultural resistance.

Vespa Prize 2014

Per fare innovazione è necessario sviluppare la capacità di immaginare il futuro. Creativity ha dimostrato che, sebbene non ci siano certezze su come nascano le idee, e sempre possibile offrire occasioni perché queste, le idee appunto, siano in grado di svilupparsi e, nell'intreccio di diverse esperienze creative, orientarsi con la possibilità di costruire nuove visioni.

Il Vespa Prize, concorso sui temi dell'innovazione, del trasferimento di tecnologie e di saperi nell'ambito della progettazione, conferito dalla Fondazione Piaggio intitolato alla memoria del Prof. Tommaso Fanfani, esplora questi scenari possibili. Ed in questo senso va dato merito al progetto vincitore dell'edizione 2014: Trasporto urbano con volo a bassissima quota, sviluppato dallo studente Chen Zhiyao dell'Isia di Firenze.

To create innovation we need to develop the ability to imagine the future. Crea@tivity demonstrated that, although there is no certainty about how ideas are born, it is always possible to offer opportunities for these ideas to be able to grow and, in the interweaving of different creative experiences, to orient with the possibility of building new visions. The Vespa Prize, com-

petition on innovation, technology transfer and know-how in the design, awarded by the Piaggio Foundation entitled to the memory of Prof. Tommaso Fanfani, explores these possible sceneries. And in this regard it deserves credit the winning project of 2014: Urban transport with flying at very low altitude, developed by the student Chen Zhiyao from ISIA of Florence.

WorkOut: 2014 winners



Scuola Superiore/School
ISA Lucca

Progetto/Project
Lo spazio delle Idee

Studenti/Students
Francesco De Conno,
Martina Diridoni

Università/University
LABA

Progetto/Project
CLEAN RING

Studenti/Students
Edoardo Macchione,
Edoardo Gherardini

Segnalazione

Scuola Superiore/School
Marco Polo

Progetto/Project
PACQUA

Studenti/Students
Daniele Castelloni

Università/University
Disegno Industriale
Calenzano

Progetto/Project
BE YOU

Studenti/Students
Martina Follesa,
Martina Di Simone



Scuola Superiore/School
ITIS Marconi Pontedera

Progetto/Project
SKATE BAG

Studenti/Students
Fangione Tommaso,
Albarella Simone,
Lari Tommaso,
Fagiolini Gianluca,
Labruna Lorenzo,
Luongo Angelo,
Salvaroni Lorenzo,
Gerignani Carlo Alberto

Università/University
ISIA Firenze

Progetto/Project
EXA

Studenti/Students
Marco Zemolin,
Davide Buondi,
Elisa Fulgeni,
Arianna Maiello,
Tommaso Mazzoni



Scuola Superiore/School
Liceo Artistico Firenze
Porta Romana

Progetto/Project
Personal Cape
Studenti/Students
Cristina Ruggero,
Valeria Salvadori,
Arianna Susini,
Irene Baldini,
Jenni Ciucchi,
Erika Giannone

Università/University
ISIA Firenze

Progetto/Project
ARMONEISIA
Studenti/Students
Federica Carriaggio,
Clelia Birrer Chenuand

Segnalazione

Scuola Superiore/School
Marco Polo Cecina

Progetto/Project
MOON WALK

Studenti/Students
Elisabetta, Maria, Romina,
Giada, Dora, Angela

Università/University
Modartech

Progetto/Project
CRISTALED

Studenti/Students
Chiara Giannaccini,
Laura Stellato,
Beatrice Bazzano,
Irene Gonnelli,
Giovanni Santucci,
Sara Bindi



Scuola Superiore/School

Progetto/Project
Ulisse 2.0
Studenti/Students
Pagliarulo,
HerNandez,
Saracini,
Cabalag,
Castrosanto

Università/University

Progetto/Project
Il Manifesto
Studenti/Students
Matteo Anichini,
Giulia Degli Esposti

Segnalazione

Scuola Superiore/School
Marco Polo

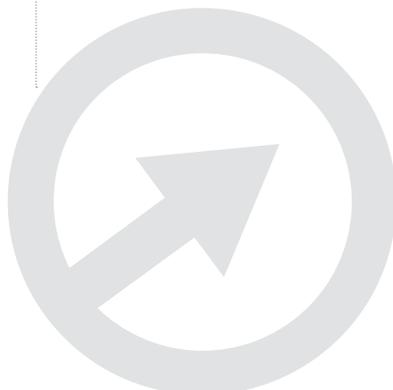
Progetto/Project
PACQUA

Studenti/Students
Daniele Castelloni

Università/University
Disegno Industriale
Calenzano

Progetto/Project
BE YOU

Studenti/Students
Martina Follesa,
Martina Di Simone



Crea©tivity E-Magazine

A partire dalla seconda edizione di Crea©tivity (2007) è stato presentato il "Catalogo I.D.E.A.", a cura della Fondazione Piaggio e ISIA Firenze. Realizzata in occasione dell'omonimo premio I.D.E.A., International Design Education Award, la pubblicazione raccoglie, attraverso tavole e profili, i progetti degli istituti italiani ed europei ospiti all'evento. Il volume, edito da Alinea Editrice fa parte della collana ISIA "Didattica del Design" ed è stampato in italiano e inglese.

L'idea di trasformare il catalogo in una rivista semestrale interamente dedicata, oltre che al premio I.D.E.A., al design, alla ricerca e all'innovazione, è nata nel 2009 in occasione della terza edizione del premio I.D.E.A., International Design Education Award. La rivista contiene, oltre ai progetti degli studenti ospiti a Crea©tivity, articoli inediti e redazionali dedicati al design, alla ricerca e all'innovazione.

IDEA '07

COLLANA
Didattica del Design
Alinea Editrice
edizione bilingue

A CURA DI
Fondazione Piaggio
ISIA Firenze

CONTRIBUTI
Nando dalla Chiesa
Giorgio Bruno Civello
Giuseppe Furlanis
Tommaso Fanfani
Max Pinucci



IDEA '08

COLLANA
Didattica del Design
Alinea Editrice
edizione bilingue

A CURA DI
Fondazione Piaggio
ISIA Firenze

CONTRIBUTI
Paolo Marconcini
Giuseppe Pizza
Giuseppe Furlanis
Tommaso Fanfani
Stefano Maria Bettega
Max Pinucci



IDEA '09

COLLANA
Didattica del Design
Alinea Editrice
edizione bilingue

A CURA DI
Fondazione Piaggio
ISIA Firenze

CONTRIBUTI
Giuseppe Pizza
Simone Millozzi
Rodrigo Rodriguez
Stefano Maria Bettega
Massimiliano Pinucci
Angelo Minisci



CREACTIVITY +IDEA '10

A CURA DI
Fondazione Piaggio
ISIA Firenze
MBVision

CONTRIBUTI
Leonardo Masotti
Rodrigo Rodriguez
Simone Millozzi
Stefano Maria Bettega
Massimiliano Pinucci
Angelo Minisci



CREACTIVITY E-MAGAZINE 11

A CURA DI
Fondazione Piaggio
ISIA Firenze
MBVision

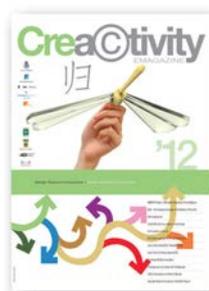
CONTRIBUTI
Roberto Morese
Giuseppe Furlanis
Max Pinucci
Angelo Minisci
Pipistrel Light Aircraft doo
Daniel Pelavin
Floris Solleveld



CREACTIVITY E-MAGAZINE 12

A CURA DI
Fondazione Piaggio
ISIA Firenze
MBVision

CONTRIBUTI
Simone Millozzi
Riccardo Costagliola
Max Pinucci
Aldo Frediani
Vittorio Cipolla
Gregor Veble



CREACTIVITY E-MAGAZINE 13

A CURA DI
Fondazione Piaggio
ISIA Firenze
MBVision

CONTRIBUTI
Simone Millozzi
Riccardo Costagliola
Max Pinucci
Aldo Frediani
Vittorio Cipolla
Gregor Veble



CREACTIVITY E-MAGAZINE 14

A CURA DI
Fondazione Piaggio
ISIA Firenze
MBVision

CONTRIBUTI
Simone Millozzi
Liviana Canovai
Giuseppe Furlanis
Riccardo Costagliola
Max Pinucci



