



Comunicato Stampa N°10  
Milano, 30 aprile 2010

**Progettare l'esperienza e l'innovazione attraverso il design  
per i settori in evoluzione dell'Entertainment, dell'Ospitalità,  
del Retail, della Ristorazione, dell'Outdoor e dell'Exhibit design.  
La presentazione dei corsi "Design Experience" 2010  
di POLI.Design - Consorzio del Politecnico di Milano  
al Teatro Agorà del Triennale Design Museum.**

Si è svolta al Teatro Agorà, all'interno del Triennale Design Museum, alla Triennale di Milano la presentazione dei corsi di Alta Formazione "**Design Experience**" 2010 rivolti ad architetti e progettisti, e dedicati all'innovazione e al ruolo determinante del design negli spazi dell'Entertainment, Ospitalità, Retail, Ristorazione, Outdoor e nell'ambito degli spazi temporanei e fieristici, settori di mercato in evoluzione a cui **POLI.Design - Consorzio del Politecnico di Milano** dedica 7 innovativi corsi.

Giovedì 15 aprile, nella settimana che vede come ogni anno Milano Capitale del Design, si sono incontrati **Arturo Dell'Acqua Bellavitis, Valeria Iannilli, Matteo Ingaramo** (docenti del Politecnico di Milano), **Giuseppe Dondoni, Carlo Meo, Simone Micheli, Francesco Morace, Marco Piva, Patrizia Pozzi e Luca Scacchetti** (docenti dei corsi POLI.design), in un'approfondita conversazione dedicata all'evoluzione dei diversi settori della progettazione alla luce dei più attuali scenari di tendenze, alla presenza di progettisti, responsabili di aziende e rappresentanti della stampa. Gli interventi sono stati coordinati dai docenti **Andrea Manfredi, Gianpietro Sacchi e Francesco Scullica**.

**I nuovi corsi Design Experience 2010 - 2011**

I corsi di Alta Formazione per il 2010 - 2011, rivolti ad architetti e designer, sono dedicati a queste specializzazioni: "**New Entertainment Design**", il primo corso in Europa dedicato all'ideazione, progettazione e arredamento di locali serali innovativi, "**Hotel Experience Design** – Lobby, Lounge Bar, Wellness & Dehors" dedicato agli spazi comuni alberghieri, "**Outdoor Experience Design** – Progettare e arredare gli spazi esterni", "**Bathroom & Spa Design** - Progettare spazi privati in luoghi pubblici" e "**Food Experience Design**" in due edizioni, una dedicata alla progettazione per il retail alimentare - Panetteria, Pasticceria, Gelateria e Cioccolateria - e una all'ideazione e progettazione di spazi e locali pizzeria innovativi e "**Temporary Space & Exhibition Design** – Design per l'innovazione di spazi espositivi e temporanei.

I programmi e i calendari dei corsi sono disponibili su [www.designexperience.it](http://www.designexperience.it)



POLI.DESIGN

Via Durando 38A  
20158 Milano

T. 02.2399.7206

F. 02.2399.5970

polidesign@mail.polimi.it  
www.polidesign.net

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

REA 1593683

P.iva 12878090153

“POLI.design- Consorzio del Politecnico di Milano, nella grande realtà del Politecnico di Milano ha come compito la formazione extracurricolare dei progettisti. - afferma **Matteo Ingaramo**, direttore di POLI.design – POLI.design è un luogo operativo per creare contatti e collaborazioni tra il sistema formativo e il sistema produttivo. E’ parte, insieme alla Facoltà del Design e al Dipartimento INDACO del Sistema Design al Politecnico di Milano. La formazione extracurricolare di POLI.design intende avvicinare cultura del progetto e cultura d’impresa, cioè far incontrare i professionisti del progetto e le aziende. Le imprese offrono il loro contributo in termini soprattutto di contenuto, e nei corsi Design Experience questo rapporto viene espresso nella forma più alta, perché aziende e progettisti interagiscono direttamente. Le aziende intervengono in aula con i progettisti, e si genera un circolo virtuoso che collega aspetti culturali, formazione avanzata e sistema produttivo. POLI.design gestisce anche altri tipi di master e di prodotti formativi, in una visione olistica del progetto che mette in gioco comunicazione, prodotti e servizi, che coinvolge design e tecnologia e molti altri aspetti, con un occhio attento al Sistema Design italiano ma anche al design internazionale.”

“Spero che molti abbiano avuto modo di visitare questa terza edizione del Museo del Design - spiega **Arturo Dell’Acqua Bellavitis**, Ordinario del Politecnico di Milano e Presidente del Triennale Design Museum - che è oggi, sotto la curatela di Alessandro Mendini, un museo coloratissimo. Ci siamo resi conto di come una collezione di oggetti di design possa essere un’occasione per dialogare anche con il grande pubblico. Il museo si rinnova ogni anno regolarmente perché il dialogo possa continuare, e questo è possibile grazie a progetti strategici, di circolazione delle opere, di apertura al mondo: quanto era in mostra qui fino a ieri oggi è infatti in viaggio verso mostre che si terranno in altre sedi. L’apertura al mondo e al mercato è fondamentale, e nel panorama formativo italiano manca attualmente un percorso che prepari il progettista a vendere, a organizzare il suo lavoro in funzione del rapporto con il mercato. Strumenti come POLI.design permettono invece di plasmare figure professionali in grado di rispondere al mercato. Desidero sottolineare anche che chi ha frequentato un corso in Italia spesso si ritrova, nel proprio Paese, con competenze che lo avvantaggiano sensibilmente rispetto ad altri. POLI.design permette inoltre di ospitare come docenti non solo accademici ma anche grandi professionisti. Questa voglia di sperimentare è nel nostro DNA: forse non abbiamo più grandi maestri, ma abbiamo un grande design giovane. E’ importante formare una classe di giovani che abbiano voglia di cimentarsi e mettersi in relazione con le aziende, capendo dove va il mondo, dove vanno gli scenari. Approfondire questi aspetti, come fa Francesco Morace con il suo Future Concept Lab, ad esempio, può aprire finestre innovative e utili per dare slancio alla nostra cultura di progetto e alla nostra produzione.”

“Lavoro da vent’anni nell’ambito delicato della definizione delle tendenze e degli scenari di tendenze. – spiega **Francesco Morace**, sociologo e presidente dell’istituto di ricerca Future Concept Lab – Vorrei fornirvi uno stimolo unico ma profondo, che permette di capire sia che cosa possa avere successo in questo momento, sia la ragione per cui noi non parliamo più di mode ma di ‘paradigmi’. A

causa della crisi e di diversi altri fattori, oggi, il cambiamento che come ricercatori sentivamo arrivare da alcuni anni, è arrivato. Lavorare in questi ambiti, luoghi pubblici e luoghi di consumo, significa essere in un nuovo paradigma. Le tendenze, in passato, erano molte. I paradigmi invece sono pochi, e sono sfide per le aziende. Un paradigma è l'ecosostenibilità, e un altro grande paradigma è lo sharing, la condivisione. Ne è un esempio il successo dei social network, che rappresentano un momento di espressione personale e privata, ma come sappiamo anche di condivisione con gli amici, il cui numero può ampliarsi al mondo intero... Per quanto riguarda gli spazi per il pubblico, il tema è il rapporto di antagonismo e conflitto tra la qualità dei luoghi pubblici, della città, e i luoghi privati, la 'casa calda', luogo perseguito dalle persone, nel nostro Paese, con grande impegno. Il mondo del bene collettivo, la qualità del pubblico, è sempre stato considerato antagonista del luogo privato e nostro. Ora questo è cambiato. Anche il locale pizzeria, ad esempio, oggi deve rispecchiare la qualità e il confort del luogo privato. E' importante ed è una rivoluzione. La nostra esperienza personale sarà sempre più influenzata dalla frequentazione dei luoghi pubblici. Il transfert tra pubblico e privato, in termini di arredi e di materiali, si vedrà nei luoghi, e nei progetti. Questo paradigma sarà valido per molto tempo, per i prossimi 10 o 20 anni, e sarà una sfida per le aziende. Sarà necessario lavorare su nuove grammatiche che permettano di trasferire valori ed elementi dal privato al pubblico. Questo comporta ad esempio la capacità di lavorare in team, perché se per progettare una casa è sufficiente un solo professionista, per progettare spazi pubblici è necessario imparare a condividere visioni. L'istituzione formativa sarà utilizzata per mantenere il livello di eccellenza che contraddistingue la nostra identità nel mondo. Questo consentirà di allargare la sfida e forse di vincerla. I Paesi emergenti oggi sono 'molto emersi', perché per loro la Storia non striscia, ma salta, e sono molto avanti e molto preparati alla sfida."

"Mi occupo del corso di Hotel Experience Design – Lobby, Lounge Bar, Wellness & Dehors dedicato all'innovazione degli spazi comuni alberghieri, e in questo ambito i concetti illustrati da Francesco Morace sono già evidenti. - illustra **Francesco Scullica** del Politecnico di Milano, condirettore scientifico, insieme a Giuliano Simonelli del corso – Nel rapporto tra spazio pubblico e privato la tipologia alberghiera appare come un ambito significativo di contaminazione tra i due tipi di spazi. Nel mondo del progetto, infatti, si sta sempre più delineando una trasformazione che ha indotto al ripensamento-riconfigurazione e caratterizzazione degli spazi pubblici e privati e delle loro relazioni reciproche. Il corso in oggetto, in particolare, è incentrato sul sistema degli spazi pubblici/comuni, alla luce del loro nuovo ruolo urbano, dato che ospitano sempre più spesso attività e servizi diversi, non solo di tipo intrattenitivo ma anche culturali. Nell'ambito del corso abbiamo voluto provare a rivedere questi spazi, ma sempre riferendoli a 'concept' globali di strutture ricettive. In questo processo sono state determinanti accanto alle lezioni di docenti e di esponenti del mondo delle aziende contract, le lezioni e gli interventi in aula da parte degli architetti Marco Piva, Simone Micheli e Luca Scacchetti, le cui testimonianze hanno contribuito allo sviluppo di soluzioni in linea con l'evoluzione del mercato turistico ricettivo."

"E' un piacere essere qui a ragionare su queste direzioni di sviluppo dei progetti. Le categorie in ambito contract sono sicuramente importanti, ma poi è molto utile

rimescolare le carte, sia in rapporto al progetto che nei confronti delle aziende. - analizza **Marco Piva**, docente del corso Hotel Experience Design- Gli spazi comuni sono una categoria, è vero, ma oggi è tutto così fluido che potremmo benissimo inventarci nuove categorie, diverse da pubbliche e private. Anche perché gli imprenditori, i committenti, sono in questo momento confusi, non sanno come muoversi. E' necessario inventare nuove direzioni per uscire dai dubbi e i progetti devono sapere guidare gli imprenditori a ripensamenti profondi, ma a velocità diverse. Le idee e le pulsioni in Italia ci sono e possono essere esportate. Partiamo dalla nostra capacità di rimescolare le categorie e i concetti, tenendo conto delle traiettorie della socialità, di come si vivono gli spazi dell'albergo e di come si vive il territorio. Ad esempio, non è vero che le camere dell'hotel debbano avere delle porte che si devono per forza chiudere, divise dagli spazi pubblici. Non è più vero. C'è un aspetto a cui noi italiani non siamo preparati: dobbiamo prepararci a confrontarci e a condividere pensieri e competenze, anche sul piano internazionale, perché l'innovazione parte anche dalla struttura e dallo sviluppo del progetto.”

“Quello che cerchiamo di fare nei progetti dei corsi come Hotel Experience Design- afferma **Simone Micheli**, docente di diversi corsi Design Experience – è dare un contributo di esperienza, ma anche di libertà, perché chi progetta possa creare in termini di identità e di veridicità. E anche di amore. Abbiamo appena presentato a Milano un progetto di albergo diffuso nella città, immaginato per un mondo globale, dove le strade diventano percorsi e i negozi dismessi spazi abitativi, e le suite si contaminano con i negozi. Non è una chiave per il futuro, è un case history da esaminare, è un frammento per creare un mondo infinito, che può partire nella testa di ogni progettista. I giovani progettisti dovranno lavorare sui contenuti e sulle reti, come ognuno di noi, confrontandosi con le idee e con la propria capacità di comunicarle. E dovranno lavorare su storie originali e potenti, proponendo nuove esperienzialità e contenuti, e nuovi modi di approcciare il sistema connesso agli spazi per la collettività. I giovani che frequentano questi corsi potranno far nascere molto, moltissimo, guardando nelle loro teste e nel loro cuore, nelle loro pance, per capire dove andranno le nuove storie del design.”

“Considero il rapporto con POLI.design un'attività di grande importanza. - dichiara **Luca Scacchetti**, docente del corso Hotel Experience Design – Il successo dei corsi e il valore del lavoro che vi si svolge risiede anzitutto nel fatto che è la realtà che in essi diviene maestra, essa entra e diventa la protagonista del progetto. Il sistema di regole e i fondamenti teorici compositivi vengono messi in discussione dai problemi reali e, in questo rapporto con la realtà mutevole, siamo obbligati ad abbandonare le certezze e a ritornare alla ricerca e al pensiero. Anche il ruolo delle aziende è fondamentale, sono come le sponde del biliardo su cui rimbalzano le palline del progetto. Un'ulteriore mancanza di certezze nell'hotel, nasce dal fatto che committente e utente non sono la stessa persona, e dobbiamo quindi elaborare sempre una mediazione tra i due. Ci devono così venire in aiuto altre discipline, come la sociologia e l'economia. Dobbiamo diventare un po' più committenti, un po' più utenti e un po' meno architetti, e questo può cambiare in meglio anche il nostro modo di progettare.”

“Mi occupo del corso di New Entertainment Design - racconta **Andrea Manfredi**, coordinatore del corso di New Entertainment Design- il ‘capostipite’ dei sette corsi Design Experience, dedicati a spazi pubblici di tipologie diverse, dall’entertainment all’ospitalità, dalla ristorazione al food retail, dall’outdoor agli spazi espositivi, ma legati da un unico filo conduttore. Sono tutti spazi rivolti al pubblico che in questo momento esprimono innovazione e trasformazione, e che devono produrre reddito. Lo studio degli spazi della socialità è un argomento molto serio, perché sono lo specchio reale della nostra società. L’aspetto più difficile è riuscire ad integrare l’architettura in realtà che esprimano innovazione che stimolino il business. Il filo conduttore è ‘l’experience’, un termine che racconta come sia necessario incentivare il pubblico a frequentare gli spazi di vendita e di consumo. La progettazione e l’interpretazione delle tendenze e del nuovo hanno la funzione di stimolare la frequentazione e la fruizione degli spazi.”

“Il mutare continuo della società come ampio insieme di valori, culturali, mode, tendenze, strategie di sviluppo imprenditoriale e strutturale, di compenetrazioni tra arte, lavoro e business, tutto questo sposta in continuo i riferimenti e le ideologie. - afferma **Giuseppe Dondoni**, progettista specializzato e docente del corso di New Entertainment Design – Il corso New Entertainment Design non dà risposte, ma cerca, mutandosi e interpretando il proprio tempo, di segnare dei percorsi di ricerca e di analisi che in qualche modo definiscono la conoscenza del proprio tempo, anticipando e delineando nuovi contesti tipologici e di progetto. Il valore della conoscenza stabilisce delle piattaforme di inizio su cui edificare nuove traiettorie, sia di concetto che di previsione di nuove realtà su cui operare. Quando questo diventa un parallelismo con il metodo progettuale di un designer diventa un percorso autentico e non legato a superficiali e sterili approcci di progettazione.”

“Andare a toccare con mano la realtà è fondamentale per un progettista. - commenta **Gianpietro Sacchi**, coordinatore di diversi corsi Design Experience – Riteniamo di aver creato a POLI.design un cluster di corsi particolare, perché riunisce progettisti, aziende e professionisti che collaborano tra loro, su temi legati alla progettazione, ma anche su letture sociologiche ampie dell’evoluzione dei mercati, e che crediamo dia buoni frutti. Una formazione di eccellenza non può limitarsi a docenti di eccellenza, ma chiede il confronto con il mercato, attraverso aziende attente, che abbiano tra i loro valori lo stimolo a confrontarsi con i progettisti, e attraverso le fiere specializzate Sia Guest, Sigep, Sun di Rimini e Cersaie di Bologna, che sono osservatori privilegiati sul mercato e vetrine di alto livello dove presentare i risultati dei corsi agli operatori e al mercato. Al termine di ogni corso i progettisti sviluppano e portano a termine un progetto, sapendosi muovere tra i linguaggi e le modalità progettuali in evoluzione. Nel corso di Outdoor Experience Design, ad esempio, si parla di spazi esterni, spazi ‘open door’, ma non necessariamente anche di verde.”

“Nel settore della progettazione per l’outdoor – approfondisce **Patrizia Pozzi**, docente dei corsi Outdoor Experience Design e Hotel Experience Design- tutto è nato e vive nella sperimentazione continua. Nell’ultimo corso di Outdoor Experience Design i progettisti hanno davvero superato ogni limite di sensibilità nella



POLI.DESIGN

Via Durando 38A

20158 Milano

T. 02.2399.7206

F. 02.2399.5970

polidesign@mail.polimi.it

www.polidesign.net

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

REA 1593683

P.iva 12878090153

percezione degli spazi sovvertendo il modo di fruirne e goderne. Attraverso lo spazio aperto si esprime il bisogno di tutti. Si vive all'interno, poi si esce all'esterno e ci si muove seguendo un bisogno profondo. Nei progetti di quest'anno ho visto ricreare il parterre barocco, storicamente il primo modo di eliminare le divisioni tra esterno e interno, direttamente sulla facciata dell'edificio, utilizzando pochi elementi artificiali. Alberi artificiali che fanno ombra, il cui tronco diventa sede di cablaggi per trasmettere energia e permettere connessioni di ogni tipo per poter lavorare all'aperto. Una domanda che spesso gli imprenditori si pongono è come utilizzare in modi nuovi gli spazi esterni, in modo che non siano più solo giardini.”

“ Nel corso Temporary Space & Exhibition Design sono messi in rilievo due aspetti di particolare importanza per l'ambito della 'comunicazione' di prodotto - illustra **Valeria Iannilli**, docente di retail ed experience design alla Facoltà del Design - gli spazi temporanei di vendita e quelli dedicati all'exhibit. Questi nuovi spazi, nelle loro differenti forme ed estensioni, assumono, sempre più, il ruolo di un importante network per l'attivazione delle relazioni sociali, economiche e d'intrattenimento, nonché come luoghi necessari per la visualizzazione e rappresentazione dei valori di impresa. Valori ormai identificabili non solo nel prodotto materiale, ma anche in quel sistema di realizzazioni immateriali che l'azienda, a un certo punto, ha cominciato, non solo a riconoscere, ma a produrre come sistema di valore. Nel corso si sottolinea come la modalità progettuale tenda ad una impostazione che privilegia lo scambio con il pubblico attraverso strumenti relazionali in cui l'innovazione progettuale appare sottesa a quel filone di ricerca che, a partire dagli anni Novanta, ha individuato nell'aspetto esperienziale un imprescindibile valore aggiunto. Se i temporary store sono uno dei lati visibili dei grandi cambiamenti nel comparto retail e del modo con cui le aziende comunicano i propri valori, l'area dell'exhibit mostra altrettanti punti di evoluzione nel panorama del contemporaneo. Sono allestimenti con un ciclo di vita molto breve, si avvicinano, sempre più, al contesto della mostra, che si consuma nel proprio divenire. Tale situazione suggerisce spunti, stimola ricerche e soluzioni che devono durare quanto l'allestimento e che non hanno la possibilità di sopravvivere a questo in quanto pensate e pensabili solo in relazione ad esso. Nell'attuale contesto competitivo le imprese si trovano ad operare scelte strategiche proprio nell'ambito della ricerca di nuove connessioni con i propri pubblici e ne sono testimonianza, ad esempio, l'alto numero di aperture di spazi monomarca. Certamente l'area dell'exhibit e dei temporary store permette una penetrazione nel mercato con un margine di controllo molto più alto, oltretutto di investimento sicuramente più contenuto.”

“Abbiamo contribuito a dare vita a due edizioni del corso di Temporary Space & Exhibition Design, necessario per creare le professionalità mancanti e le esperienze necessarie per rispondere alle nuove opportunità del mercato. - spiega **Stefano Ferri**, responsabile di Publistand e Gelso, Partner Accademici, con Standitalia, del corso - Nel secondo corso la partecipazione delle aziende Sponsor si è concretizzata nella formulazione di brief che hanno espresso le loro esigenze di spazio e di comunicazione. I risultati sono ottimi e sono prodotti che potrebbero essere subito realizzati. Ripeteremo l'iniziativa nei prossimi mesi, con la stessa aderenza realistica alle esigenze concrete, da tutti i punti di vista, i costi, i budget, i tempi di montaggio e allestimento, e con capitoli esemplari.”



POLI.DESIGN

Via Durando 38A  
20158 Milano

T. 02.2399.7206

F. 02.2399.5970

polidesign@mail.polimi.it  
www.polidesign.net

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

REA 1593683

P.iva 12878090153

“Oggi non c’è evento dove il food non sia protagonista e, addirittura, spesso non prevalga sui contenuti dell’incontro.- afferma **Carlo Meo**, sociologo dei consumi e docente dei corsi Design Experience - Sono ormai diversi anni che nei corsi Food Experience Design ne parliamo, stiamo analizzando il settore in modo molto profondo, e devo dire che in giro per il mondo non ci sono molte realtà che facciano altrettanto. Il food oggi è più cool e trendy della moda. Dopo anni di corsi a POLI.design si può fare un bilancio del concetto di ‘esperienza’ che poteva sembrare in passato un aspetto senza valore, invece l’esperienzialità è oggi ‘conditio sine qua non’ nella frequentazione dei luoghi del commercio e dell’intrattenimento, per assurdo siamo soddisfatti di vivere le esperienze anche senza comprare qualcosa. L’esperienzialità è il modo con cui ci relazioniamo con i brand, i prodotti i luoghi e le persone. Oggi le persone, per la congiuntura economica, sono abbastanza tristi, ciò che consola sono le esperienze, uscire, stare con gli altri, magari solo mangiando un panino. Se è così non si possono più proporre esperienze fasulle, come i cocktail tutto ghiaccio e niente liquore: dobbiamo proporre esperienze vere. Del punto di vista dei locali, non possono essere solo begli ambienti, ma per produrre risultati e avere successo, devono avere idee forti.”

“I progettisti che partecipano ai nostri corsi sono architetti, designer e ingegneri che già lavorano e desiderano specializzarsi. Il corso Food Experience Design dedicato ai locali pizzeria ha un notevole successo perché questi locali stanno vivendo un momento di rinnovamento in Italia e nel mondo - illustra **Gianpietro Sacchi**, coordinatore dei corsi Food Experience Design - E’ necessario che i format dedicati al food retail esprimano un livello di eccellenza dal punto di vista del design. Per percorrere questa strada è necessario il sostegno e il contributo di competenza delle aziende, il cui requisito principale è la visione che l’azienda ha del suo mercato di riferimento. E ci sono aziende che fanno ancora di più: Agugiaro & Figna Molini SpA ci ha chiesto di organizzare per la linea di prodotti specializzati ‘Le 5 Stagioni’ un concorso per chiedere ai progettisti come vedono il futuro di questi format.”

“ La collaborazione con POLI.design è iniziata nel 2009 con la sponsorizzazione dei corsi Food Experience Design - spiega **Giorgio Agugiaro**, presidente di Agugiaro & Figna Molini SpA – Il mio entusiasmo è cresciuto vedendo i progetti del corso dedicato ai locali pizzeria. Siamo i principali produttori di farine per pizza in Italia, e anche se il nostro prodotto non si vede come tale, ma viene trasformato dal pizzaiolo per il consumatore finale, dobbiamo essere attenti all’evoluzione del mercato. Da qui è nata l’idea del ‘Premio Le 5 Stagioni – Progettare il futuro dei locali pizzeria’ che, grazie alla pronta risposta di POLI.design è diventato subito realtà. L’organizzazione è stata affidata a POLI.design, ed è un apporto molto importante dal punto di vista della serietà e della profondità della ricerca. Il concorso premierà nel 2011 non solo i nuovi locali più interessanti, ma anche i migliori progetti e un concept selezionato in un Istituto di formazione. Vogliamo essere Sponsor dei corsi con una presenza attiva sul mercato. Abbiamo dato un contributo, ma abbiamo ricevuto molto di più in termini di conoscenza dal lavoro di ricerca dei progettisti.”



POLI.DESIGN

Via Durando 38A

20158 Milano

T. 02.2399.7206

F. 02.2399.5970

polidesign@mail.polimi.it

www.polidesign.net

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

REA 1593683

P.Iva 12878090153

“Rappresento Mec 3, azienda leader che produce ingredienti per la gelateria artigianale - dichiara **Simone Annese**, direttore marketing di Mec 3 – Siamo presenti in oltre 90 Paesi del mondo, e ci rendiamo conto che la qualità di prodotto non è più sufficiente per affermarsi e mantenere una posizione di leadership nei mercati. Abbiamo capito che è necessario qualcosa in più, cioè raccontare ai clienti storie vere e credibili. La collaborazione con POLI.design è esattamente questo: una bella storia! Siamo sponsor del corso di Food Experience Design dedicato all'innovazione nei punti vendita Gelateria Pasticceria e Panetteria, e guardiamo con interesse anche al premio promosso da Agugiaro & Figna Molini. C'è inoltre un altro fattore per noi molto rilevante, che è la possibilità di stabilire un network tra noi, i progettisti, il POLI.design e le altre aziende sponsor con cui possono nascere progetti e sinergie di attività. Sono sicuro che anche quest'anno faremo del bel lavoro insieme, un lavoro che ci permetta di portare nuovo valore aggiunto ai nostri clienti.”

“La parola che ci ha portato qui ad essere sponsor dei corsi di Food Experience Design è ‘innovazione’ - afferma **Marialetizia Mele**, responsabile comunicazione di **Lanterna Alimentari Genova**, azienda di prodotti semilavorati per la ristorazione, come la tipica focaccia genovese – Creare un rapporto tra locali tradizionali e innovazione, come accade nella ricerca e nei risultati del corso Food Experience Design dedicato ai locali pizzeria, è quello che noi come azienda facciamo con i nostri prodotti, con radici profonde nelle tradizioni che si confrontano con il mercato in continua evoluzione, verificando le richieste di nuovi prodotti e nuove modalità di consumo, in Italia e all'estero. Questa è la ragione per cui abbiamo voluto essere Sponsor dei corsi di POLI.design, e abbiamo avuto un grande ritorno in termini di spunti, di conoscenza e proposte di concept sviluppati per il nostro prodotto principale. Ringrazio per questo POLI.design, i docenti e soprattutto i progettisti, per il loro contributo di idee e di stimoli.”

### **Gli Sponsor Accademici dei corsi 2010**

I corsi hanno il supporto attivo degli Sponsor Accademici, che contribuiscono con la loro competenza produttiva e la conoscenza dei mercati di riferimento: le manifestazioni specializzate **Sia Guest**, **Sigep**, **Sun**, che si svolgono a Rimini Fiera, e **Cersaie**, appuntamento fieristico con il settore della ceramica che ha luogo a Bologna, e le aziende, attente alla ricerca e all'innovazione e leader nei diversi settori di attività **Florim Ceramiche**, **Simas Aqua Space**, **Technogym**, **UniEuro**, **Unes/U2**, **BTicino**, **Deborah Milano**, **Levoni**, **Geg Retail Group**, **Cosentino/Silestone**, **ST Rubinetterie**, **Parà Tempotest**, **Dolan**, **Bocchini Contract**, **Mec 3**, **Agugiaro & Figna Molini**, **Divanidea**, **Lamm**, **Seves Glass Block**, **Lanterna Alimentari Genova**, **Publistand**, **Standitalia**, **Gelso**.

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

Gli architetti, designer e progettisti che partecipano ai corsi, selezionati in Italia e all'estero, usufruiscono di **Borse di Studio** messe a disposizione dagli Sponsor Accademici. **Per saperne di più:** POLI.design, Daiana Bossi, [formazione@polidesign.net](mailto:formazione@polidesign.net) [www.borsedistudio.info](http://www.borsedistudio.info) tel.02 23997275