

**ESSERE
IAAD.**

INNOVATION DESIGN

PROJECTS

IAAD.

ISTITUTO
D'ARTE
APPLICATA
E DESIGN

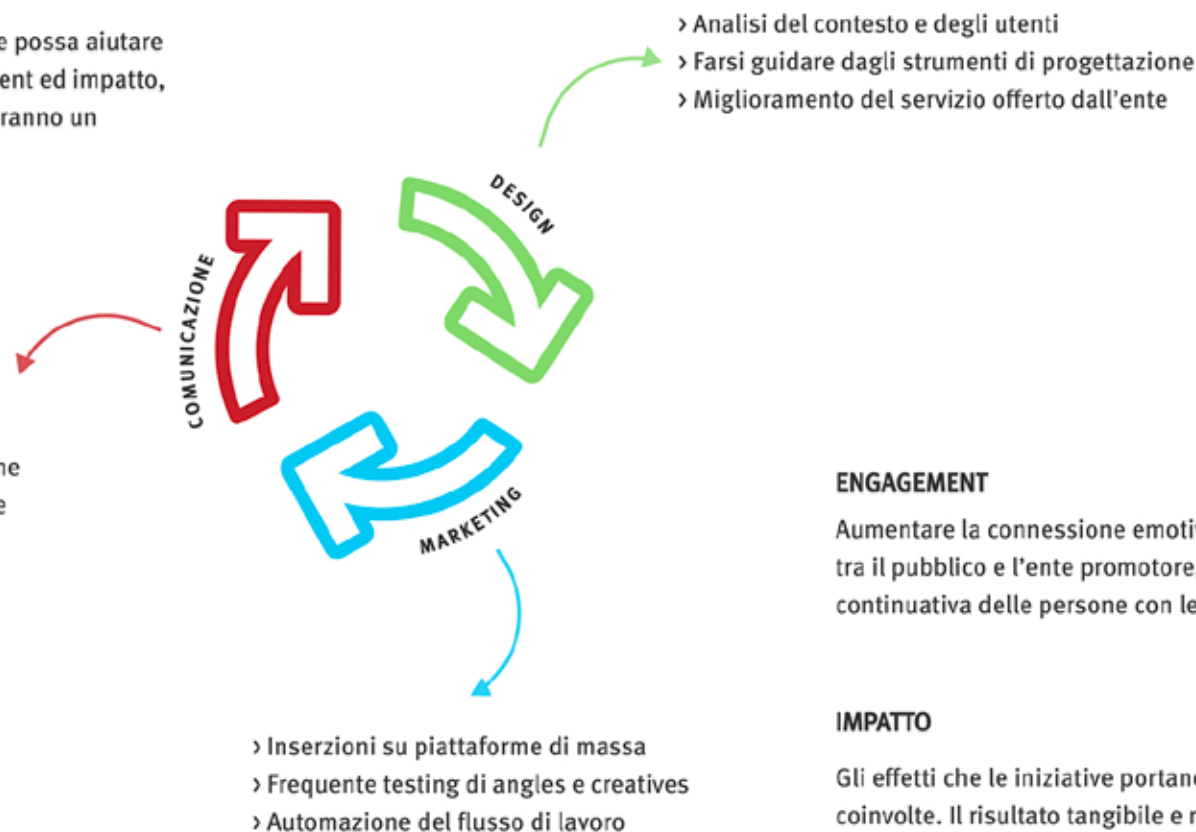




OBIETTIVO

Creare un'infrastruttura solida ed efficace che possa aiutare gli enti a fine sociale ad accrescere engagement ed impatto, attraverso delle linee guida chiare che tracciano un percorso sicuro, ripercorribile e duplicabile.

- › Seguire trend sui social
- › Costanza nella pubblicazione
- › Call to Action ed interazione



ENGAGEMENT

Aumentare la connessione emotiva che si instaura tra il pubblico e l'ente promotore, l'interazione attiva e continuativa delle persone con le iniziative proposte.

IMPATTO

Gli effetti che le iniziative portano alla società e alle persone coinvolte. Il risultato tangibile e misurabile delle azioni intraprese per promuovere il cambiamento sociale.





ABSTRACT

Come possono gli enti a fine sociale accrescere il proprio engagement e l'impatto delle proprie azioni?

Grazie al Social Marketing: la disciplina che prende vita dall'unione di marketing a risposta diretta e social innovation design, per generare un meccanismo unico, virtuoso, ed estremamente efficace.



Cos'è l'economia circolare?

L'economia circolare è un sistema economico che, attraverso un approccio sistemico e olistico, mira a mantenere circolare il flusso delle risorse, conservandone, rigenerandone o aumentandone il valore, e che al contempo contribuisce allo sviluppo sostenibile.

Quanto inquina il settore costruzioni?

Come riportato dalle analisi della commissione europea il settore edile ha un impatto significativo su molti settori dell'economia, sui posti di lavoro locali e sulla qualità della vita. In particolare:

50%

dell'estrazione delle materie prime globali

35%

della produzione di rifiuti totale dell'UE

12%

delle emissioni globali di gas serra



REDUCE



REUSE

RECYCLE

Quali effetti può avere l'adozione di un modello circolare nel settore costruzioni?

Applicare le tre R dell'economia circolare - Riduzione, Riutilizzo, Riciclo - al settore edile comporta molteplici benefici non solo all'ambiente grazie ad una riduzione di CO2, del consumo di materiale ed energia, ma anche alle aziende che, scegliendo questo modello, riducono i costi e ottimizzano la catena di fornitura, acquisendo così competitività sul mercato.

Obiettivo di ricerca

L'obiettivo di questa tesi è di mettere in luce come l'economia circolare possa essere inserita nel settore costruzioni per portare notevoli benefici, non solo all'ambiente, ma anche all'azienda che sceglie di adottare un modello di questo tipo.

webuild circular

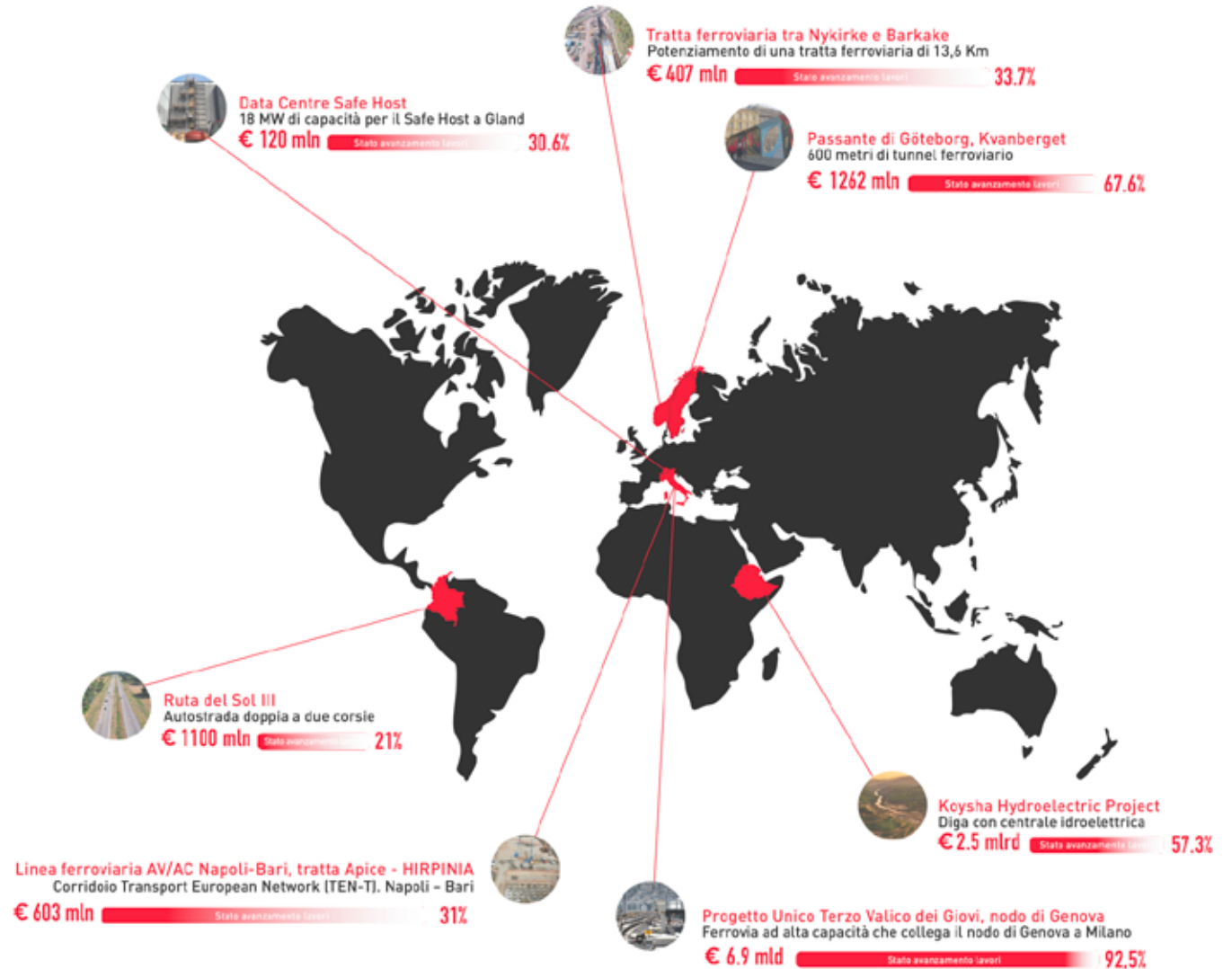
Il Webuild Circular Toolkit è uno strumento volto a supportare i cantieri nel passaggio sistemico alla circolarità attraverso una serie di strategie e misure pratiche che consentano di creare un piano specifico per aumentare il livello di circolarità del cantiere e dell'opera che deve essere costruita.

Come funziona il tool

L'interazione passa principalmente attraverso la compilazione di due form, prima per raccogliere le informazioni e definire un punteggio di circolarità e poi per identificare un piano di miglioramento della stessa tailorizzato per il sito.



Le commesse che hanno preso parte al progetto:





La città delle prossimità

Il potere trasformativo della prossimità

La prossimità è capace di trasformare una città rendendola più vivace e inclusiva. Nella città delle prossimità i servizi e le attività principali sono accessibili entro 15 minuti a piedi o in bicicletta, promuovendo un ambiente umano e sostenibile.

Attualmente città come Barcellona con il suo progetto "Superilles" e Parigi con il "Plan Velo" si stanno impegnando attivamente per avvicinarsi a questa visione di città prossima. Anche Torino mira a diventarlo con le linee programmatiche che ispireranno l'azione dell'amministrazione comunale fino al 2026.

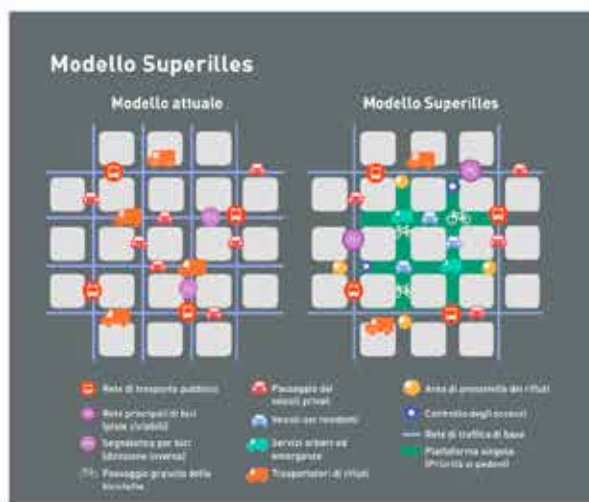
La Prossimità

Strumento per costruire e sviluppare comunità

La società odierna viene messa alla prova con l'insorgere delle disuguaglianze sociali e il degrado delle infrastrutture, che diventano sempre più evidenti.

La prossimità intesa nel progetto va oltre alla mera vicinanza fisica, unendo persone consapevoli e impegnate nella creazione di un impatto positivo nella propria comunità, affrontando problemi di natura sociale e ambientale.

Il concetto parte col trasformare le minacce in opportunità. Una piazza lasciata nel degrado non porta nulla, ma se i residenti cominciano a mettersi d'accordo e a costruirvi un progetto, la piazza diventa qualcosa di più: un luogo d'incontro dove poter giocare, rilassarsi o creare il proprio festival. Quella piazza prende vita grazie alla rete di relazioni che si è creata tramite la partecipazione attiva e collaborativa dei cittadini.





CdQ di San Salvario

La Prossimità e la Comunità di Cura
La Casa del Quartiere di San Salvario si impegna attivamente a creare un ambiente favorevole alla connessione e all'interazione tra i residenti. Le attività prese in esame per il progetto rappresentano un esempio concreto di come una comunità possa prosperare attraverso una rete di progetti e iniziative interconnesse. Nonostante le differenze individuali, si crea un terreno fertile per la formazione di relazioni significative e la costruzione di una comunità di cura resiliente e coesa.

La Casa del Quartiere di San Salvario

Caso studio per promuovere la prossimità

Torino può vantare la presenza della Rete delle Case del Quartiere, un insieme di strutture che promuovono la prossimità, in particolare è stata scelta come oggetto di studio la Casa del Quartiere di San Salvario. Tutte le case sono luoghi aperti e pubblici, fortemente legati alle comunità in cui sono insediati, che ricercano rapporti con tutte le realtà no profit e profit che operano nel territorio. Ogni Casa del Quartiere è situata in una diversa zona della città, coprendo quasi interamente il territorio cittadino.

La Casa del Quartiere di San Salvario si inserisce in un contesto variopinto, accogliendo persone di tutte le età, nazionalità e appartenenze religiose. Offre una vasta gamma di attività e servizi, tra cui eventi culturali, corsi, attività educative, sportelli di consulenza e gruppi autogestiti. È un luogo di prossimità e di cura per la comunità, con l'obiettivo di creare connessioni e sinergie tra le diverse realtà presenti nel quartiere.



ABSTRACT

Per rispondere alle sfide climatiche, le diverse organizzazioni globali stanno adottando nuovi sistemi di efficientamento energetico.

Così nascono le Comunità Energetiche Rinnovabili (CER), associazioni composte da enti pubblici locali, aziende o cittadini privati, che scelgono autonomamente di dotarsi di infrastrutture per la produzione e scambio di energia da fonti rinnovabili.

La sfera socio-relazionale (tra i membri della CER) diventa quindi lo snodo fondamentale per mantenere attiva le funzioni e gli interessi comunitari.

Il progetto si pone quindi l'obiettivo di studiare il livello di engagement interno del caso studio della Comunità Energetica Rinnovabile di Magliano Alpi.

Il fine ultimo è fornire strumenti pratici di co-progettazione interna alla comunità.



COMMUNITY TOOLKIT

Una guida pratica per aumentare il coinvolgimento attivo nel contesto delle nuove Comunità Energetiche Rinnovabili, internalizzando le competenze di community design.

Attraverso l'utilizzo del Community Toolkit, i membri della comunità possono acquisire una migliore comprensione dei problemi e delle esigenze comunitarie.



Le attività incluse nel Community Toolkit consentono anche di esplorare, generare soluzioni, costruire nuove sinergie e aumentare le conoscenze dei membri delle CER per coinvolgere attivamente i membri della comunità.

Il Community Toolkit si presenta come un mazzo di carte, diviso in sei aree legate alle diverse fasi di co-progettazione, ogni fase contiene delle attività con sotto-obiettivi specifici.

Open SPACE è un progetto dell'azienda italiana Argotec, impegnata nella produzione di satelliti di piccole dimensioni per lo spazio profondo e nello sviluppo di soluzioni ingegneristiche volte a supportare il comfort degli astronauti in orbita. Questo progetto ha l'obiettivo di collaborare con aziende esterne al settore aerospaziale per creare insieme soluzioni innovative da lanciare nello spazio. Il progetto più famoso è ISSpresso, la macchina del caffè a bordo dell'ISS progettata con Lavazza.

Dopo un'analisi delle criticità del progetto questa tesi vuole ripensare Open space partendo dai bisogni dell'uomo nello spazio e ripensando il processo con cui avviene.



Da diversi anni, dopo il dominio assoluto delle agenzie spaziali governative come NASA ed ESA, nel mondo dello spazio sono emerse nuove importantissime realtà private come SpaceX, Blue Origin, Virgin Galactic, Axiom Space e Sierra Space. Gli investimenti nel settore spaziale fin ora sono stati di 370 Mlrd ma arriveranno a 640 Mlrd entro il 2030.



Si parla di New Space Economy, un economia spaziale volta verso nuove frontiere e nuove importanti opportunità di business. Uno fra questi è quello della permanenza dell'uomo nello spazio e del turismo di privati oltre l'atmosfera.

Agenzie come Axiom e Sierra stanno infatti costruendo delle Stazioni spaziali private che orbiteranno nell'atmosfera bassa. A bordo di queste stazioni i servizi saranno molto diversi da quelli a cui gli astronauti sono stati abituati fino ad oggi e verranno quindi lanciati oggetti legati alla vita comune.



L'ISSpresso è la prima macchina espresso a capsule per lo spazio, realizzata per la Stazione Spaziale Internazionale da Argotec e Lavazza in partnership pubblico-privata con l'Agenzia Spaziale Italiana (ASI).



Argotec è un'azienda che fa molta attenzione al benessere degli astronauti in orbita, ha infatti creato ISSpresso per fornire maggiore comfort.

Questo progetto è stato un enorme successo sia dal punto di vista funzionale che economico.



Questo progetto ha dato via al programma OPEN SPACE di Argotec, che ha l'obiettivo di replicare lo stesso processo con altri oggetti e altre aziende in modo da creare interessanti partnership e di creare più comfort in orbita agli astronauti.



PARTIRE DAI BISOGNI

L'idea dell'ISSpresso ebbe origine grazie all'illuminante idea di David Avino, CEO e fondatore di Argotec. Tuttavia New Open Space richiede che l'idea di partenza si fondi su un metodo ben strutturato e che non dipenda solamente dal genio momentaneo di un individuo.

Proprio perché la prospettiva dei viaggi futura è legata alle agenzie private, alle stazioni commerciali e al turismo spaziale NEW OPEN SPACE vuole esplorare quali potrebbero essere i bisogni primari e non primari dell'uomo da poter portare in orbita.



Grazie a quell'analisi si può progettare partendo dai bisogni e soprattutto avendo la certezza che ciò che si sta creando sia utile.

NEW OPEN SPACE - Il nuovo processo



AREA DI PROGETTAZIONE: partendo dalla lista di bisogni si andrebbe a capire in quale area si vorrebbe intervenire.

SCelta DELL'OGGETTO: una volta elaborato il bisogno verrebbe scelto il mezzo con cui soddisfarlo, quindi l'oggetto che verrebbe selezionato.



STUDIO DI FATTIBILITÀ: una volta scelto l'oggetto X, Argotec farebbe uno studio di fattibilità interno per capire se sarebbero in grado di produrlo, e la stima del budget richiesto.

RICERCA MIRATA DEI PARTNERS: la scelta delle aziende partner sarebbe mirata in quanto si andrebbero a contattare solo aziende che producono oggetti X.



SCelta DEL PARTNER: si andrebbe a selezionare quello che offrirebbe di più a livello economico o che per varie ragioni sembrerebbe avere i migliori asset.

AVVIO DEL PROGETTO



VANTAGGI PER LE AZIENDE

Vantaggio competitivo: da queste progettazioni nascono brevetti e tecnologie interessanti che possono poi essere applicate sulla terra.

Prestigio: essere un'azienda non del settore aerospaziale con un progetto di proprietà nello spazio è un fattore importante per l'immagine.

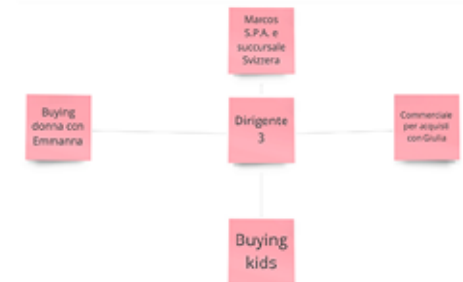
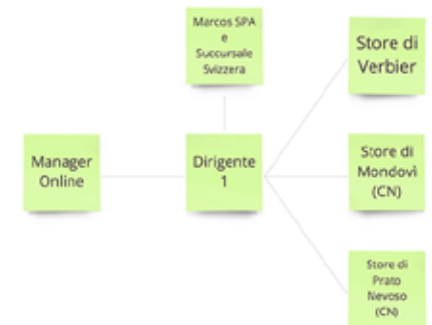
Ritorno economico 7x: In quanto investire nel settore spaziale ha nell'insieme dei ritorni economici pari a sette volte la somma che verrebbe ricavata sulla terra.

Marketing: Sicuramente per un'azienda, mandare un oggetto con il proprio nome nello spazio è un punto di partenza molto interessante per delle grandi campagne pubblicitarie e di marketing sulla terra.





	1	2	3	4	5	6	7	8
1
2
3
4
5
6
7
8



Abstract:

L'obiettivo di questo progetto di tesi è quello di approfondire l'organizzazione interna di un'azienda S.P.A. di abbigliamento attraverso lo studio, la ricerca, l'analisi della struttura e le dinamiche organizzative.

Il metodo che è stato utilizzato sono le interviste ai collaboratori dell'azienda e un workshop per i dirigenti per vedere il loro punto di vista dell'organizzazione interna.



Dopo un'analisi dell'organizzazione attuale interna sono state individuate delle possibili azioni di miglioramento da implementare nell'azienda in futuro tra cui un Re - design della struttura organizzativa.



Cos'è la VR?

La realtà virtuale offre un'esperienza coinvolgente e interattiva attraverso la simulazione di mondi digitali, consentendo agli utenti di immergersi e interagire con un ambiente virtuale tridimensionale utilizzando dispositivi speciali come visori e controller.

Mercato del VR

Il mercato della realtà virtuale è in rapida crescita come riportato da numerosi studi e ricerche.



Interviste

Durante la fase di analisi sono state effettuate delle interviste ad enti culturali e possibili utenti finali del servizio offerto.

Gli enti intervistati sono stati **Recontemporary** di Torino, **M9** di Mestre e il **castello di Rivoli**. Sono risultati fondamentali per una maggiore definizione del servizio e per verificare la domanda da parte di enti di diverse dimensioni nel contesto che ci circonda.

REC



Abstract: La tecnologia della realtà virtuale ha registrato un notevole progresso negli ultimi anni. La capacità di creare ambienti virtuali interattivi e coinvolgenti ha attirato l'attenzione di un vasto pubblico che ricerca esperienze innovative e stimolanti.

Per questo motivo nasce l'idea di **Reboot Reality**, una start up che offre delle esperienze virtuali per valorizzare nuove forme di espressione artistica, di formazione e di edutainment, per realtà come enti culturali, aziende, scuole e università.



JUSTACTIVE

TEMI PRINCIPALI



JustActive è il nuovo corner di Just The Woman I Am che assiste i runner di Torino per la corsa outdoor.

Il servizio è studiato per gli sportivi under 25 ed offre loro un punto di incontro per fare nuove conoscenze e una base per gli allenamenti all'aperto.

L'obiettivo generale del progetto è aumentare la partecipazione dei giovani all'evento sportivo organizzato da Just The Woman I Am, tramite la sua promozione presso il corner open-air JustActive.

La proposta di valore unica del progetto è dare la possibilità ai giovani di vivere uno spazio all'aperto, che accomuna la loro vita sportiva con quella conviviale, attraverso servizi accessibili e nuove esperienze.

CALENDARIO



La missione di JustActive è promuovere l'empowerment e l'inclusione, creando un ambiente stimolante e accogliente per gli universitari, al fine di favorire la sensibilizzazione alla prevenzione al cancro tramite l'attività fisica.

Attraverso un piano annuale si è pensato ad una challenge sportiva tra gli universitari; dopo l'iscrizione al servizio si viene divisi in squadre ed ognuno può aumentare lo score del proprio team frequentando il corner per allenarsi.



La nuova strategia di promozione dell'evento Just The Woman I Am consiste nella realizzazione di un presidio fisico, che trae spunto dal modello della portineria di quartiere, inserita in un contesto di area verde urbana di Torino.

Lo spazio è stato pensato per essere allestito al Parco del Valentino e offre un servizio bar, uno spogliatoio con locker e un'area dedicata allo stretching.



LE LINEE GUIDA PROGETTUALI

- Introdurre **prodotti per la cura delle labbra** per soddisfare nuove esigenze del mercato
- Sviluppare una **linea di make-up circolare e sostenibile** per offrire soluzioni complete per il viso, combinando colore e cura della pelle.
- Integrare **l'approccio sostenibile** in ogni fase del progetto, utilizzando metodi di ricerca eco-compatibili, materiali naturali e biodegradabili e collaborando con fornitori locali.
- Progettare il **packaging** con un focus sulla sostenibilità, utilizzando materiali eco-friendly e riciclabili.

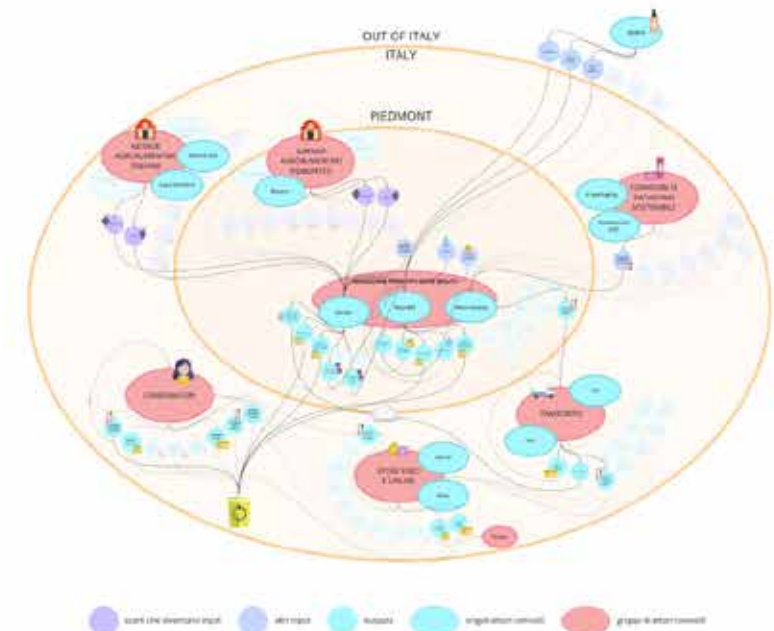
IL CONCEPT DEL PROGETTO

Ideazione di un **lip balm circolare e sostenibile** utilizzando i semi dell'uva e le vinacce come ingredienti naturali provenienti dalla produzione vinicola, al fine di promuovere la sostenibilità e l'armonia con l'ambiente nell'azienda Naste Beauty.



IL NUOVO SISTEMA CIRCOLARE DEL PROGETTO

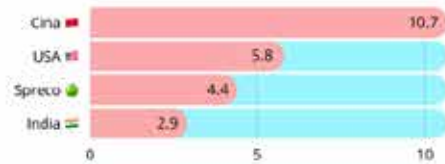
Una volta identificati i processi per il nuovo prodotto di Naste Beauty, si è proceduto all'integrazione **dei nuovi input e degli output** nel sistema.



IL PROBLEMA DELLO SPRECO ALIMENTARE

Ogni anno **viene sprecato o perso un terzo di tutta la produzione alimentare del pianeta**; la questione, però, non riguarda solo il cibo che viene gettato, ma anche l'enorme quantità di acqua e di energia utilizzate per produrlo.

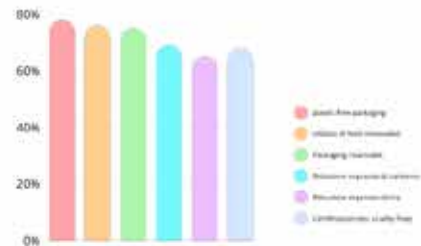
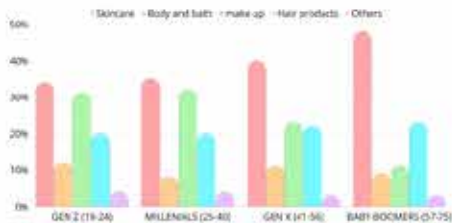
Gigatonnellate di CO2 emesse



"Se lo spreco alimentare fosse un paese, sarebbe la terza più grande fonte di emissioni di gas a effetto serra al mondo".

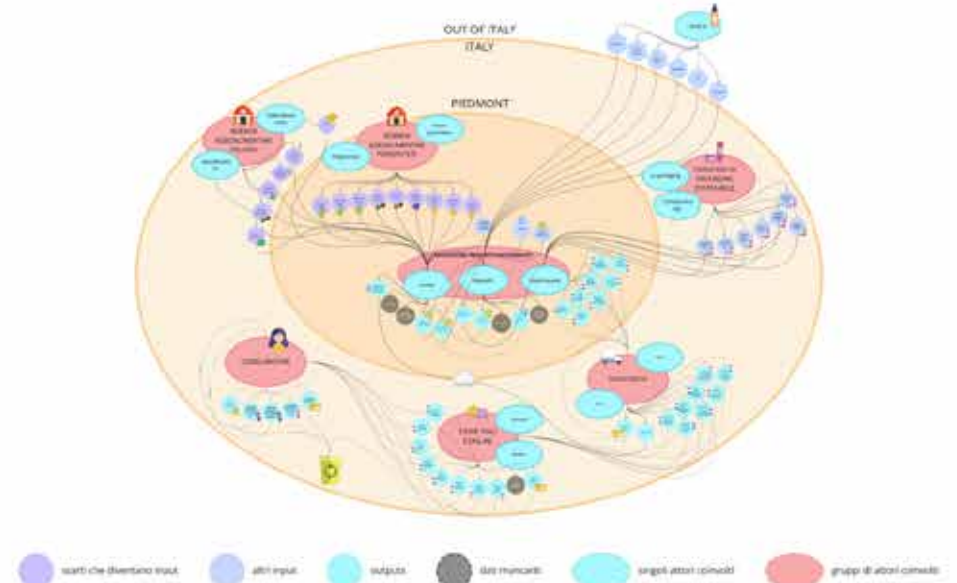
IL MERCATO DEL BEAUTY

Parallelamente, il make up e il beauty sono diventati una parte importante della vita quotidiana di molte persone; il consumatore beauty di oggi cerca marchi e prodotti **allineati ai propri valori**, con tutela dell'ambiente e sostenibilità etica al primo posto.



LA SOLUZIONE DELL'ECONOMIA CIRCOLARE: IL CASO DI NASTE BEAUTY

Una soluzione alle problematiche citate è rappresentata dall'**economia circolare**, applicata dall'azienda Naste Beauty, che ha sviluppato l'idea di dare **una seconda vita agli scarti di produzione del succo di mela impiegandoli in campo cosmetico**, dando vita ad un modello virtuoso per il settore cosmetico.



PER APPROFONDIMENTI SUL CORSO CONTATTA L'UFFICIO ORIENTAMENTO

CLICCA QUI PER

[PRENOTARE UN COLLOQUIO](#)

orientamento-to@iaad.it

