

- **NASCE NEI PRIMI DEL 1900 NEL NORD-OVEST EUROPEO**
- **SI SVILUPPA ATTRAVERSO TEORIE E MOVIMENTI CULTURALI, COME IL BAUHAUS, CHE VANNO OLTRE IL FUNZIONALISMO, ENFATIZZANDO L'IMPORTANZA DELLA SEMPLICITÀ, DELLA GEOMETRIA, DELL'ECONOMICITÀ E DELLA PRECISIONE**
- **TRASPORTA IL CONCETTO DI TECNOLOGIA E FUNZIONE ALL'ESTERNO, ATTRAVERSO IL DIALOGO DELLA FORMA. COINVOLGE SOPRATTUTTO ARCHITETTI ED INGEGNERI.**
- **NEGLI STATI UNITI, 1925/30, L'APPROCCIO È DIVERSO. SONO ILLUSTRATORI E SCENOGRAFICI CHE VENGONO CHIAMATI A DEFINIRE L'ESTERNO DEI NUOVI PRODOTTI. LA FORMA È "ARRICCHITA" DA ELEMENTI NON FUNZIONALI E SUPERFLUI, CON IL SOLO FINE DI ESALTARE UNA PRESTAZIONE NON FORNITA DAL PRODOTTO.**
- **NEGLI ANNI PRECEDENTI LA "II GUERRA MONDIALE", IL DESIGN EUROPEO È INFLUENZATO DALLE EVOLUZIONI POLITICHE CHE CARATTERIZZANO QUESTI ANNI; AUMENTA IL PESO DELL'ESTERIORITÀ DEL PRODOTTO. INIZIA A DIVENIRE IMPORTANTE NEL MONDO, IL DESIGN ITALIANO (SOPRATTUTTO NEI SETTORI PIÙ AVANZATI).**
- **NEL DOPOGUERRA LE TEORIE EUROPEE INFLUENZANO FORTEMENTE IL DESIGN USA. CONCETTI QUALI ROBUSTEZZA, SEMPLICITÀ ED ERGONOMIA COMINCIANO A CARATTERIZZARE I NUOVI PRODOTTI.**

- **IL DESIGN ITALIANO PRENDE PIEDE IN EUROPA, SOPRATTUTTO NELL' AUTO, NELLA MODA E NELL'ARCHITETTURA.**

- **NEGLI ANNI 70 IL DESIGN INIZIA A DIVENIRE UN FATTORE DI DIFFERENZIAZIONE CHE AIUTA A VENDERE. LE GRANDI COMPAGNIE INTRODUCONO LO STUDIO DEL DESIGN COME ATTIVITÀ DI NORMALE SVILUPPO.**

- **OGGI L'INDUSTRIAL DESIGN SOCIETY OF AMERICA (IDSA) DEFINISCE IL DESIGN COME: "ATTIVITÀ PROFESSIONALE PER LA RICERCA E LO SVILUPPO DI CONCEPT CHE OTTIMIZZINO LA FUNZIONE, IL VALORE E LA FORMA DI UN NUOVO PRODOTTO AVANTAGGIO DEL PRODUTTORE E DEL CONSUMATORE "**



SITUAZIONE AL 1989

Modello sostitutivo
Dynatac



40 ore per
costruzione ed
assemblaggio

composti da 3000 parti

Micro TAC



1.500 MLD di fatturato
nei primi due anni

Elettronica e hard-ware
secondo specifiche militari

Elevata ergonomia
di prodotto

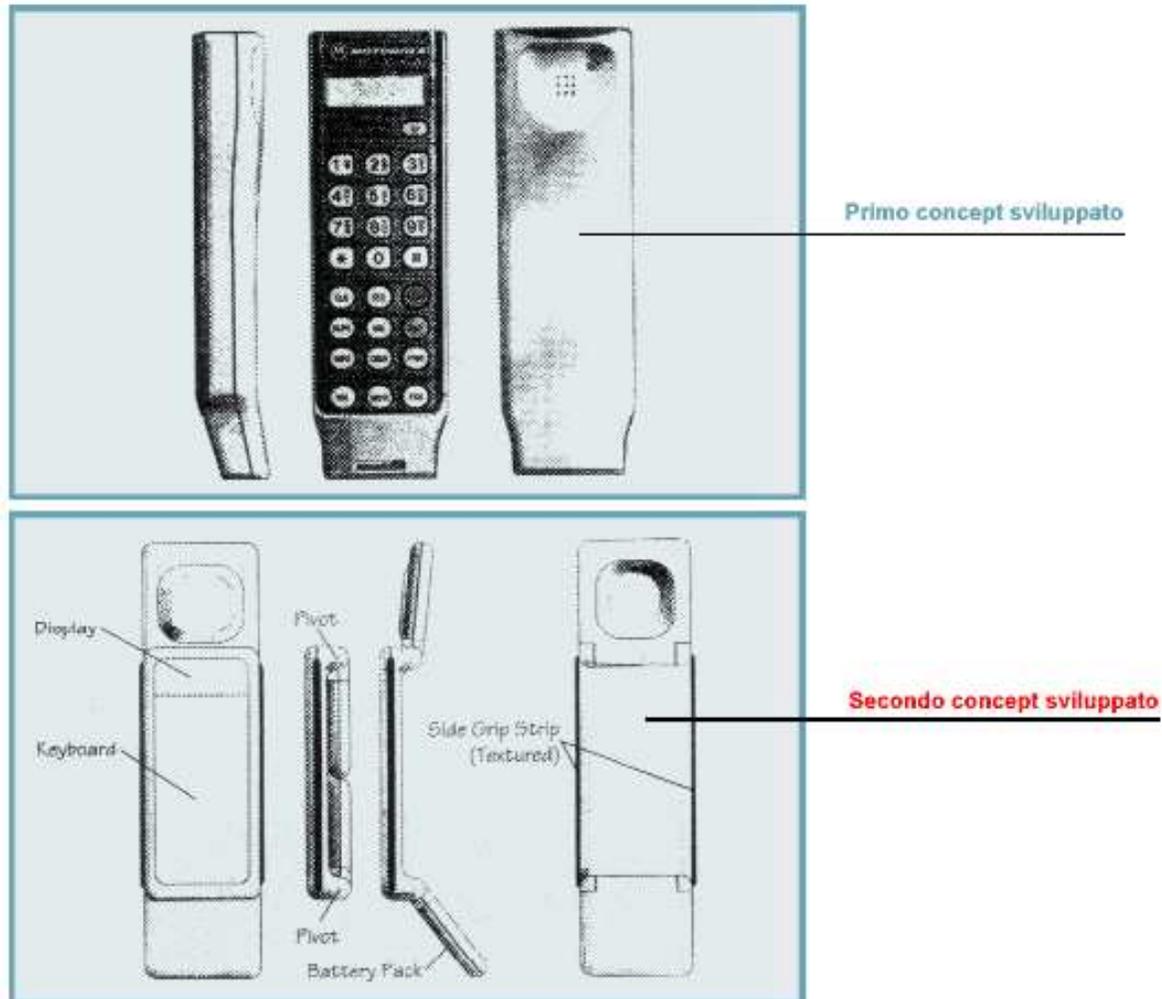
Batterie Slim 220 c.c. di
volume 300gr. di peso

Prodotto più piccolo
sul mercato

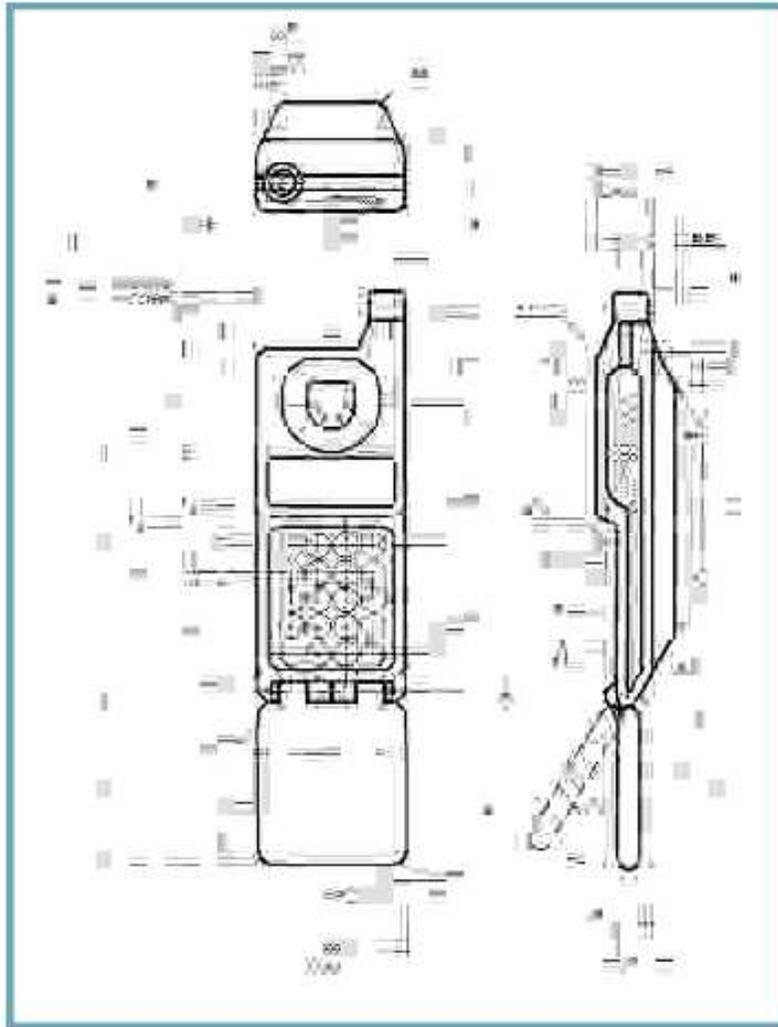
2 ore per costruzione
ed assemblaggio

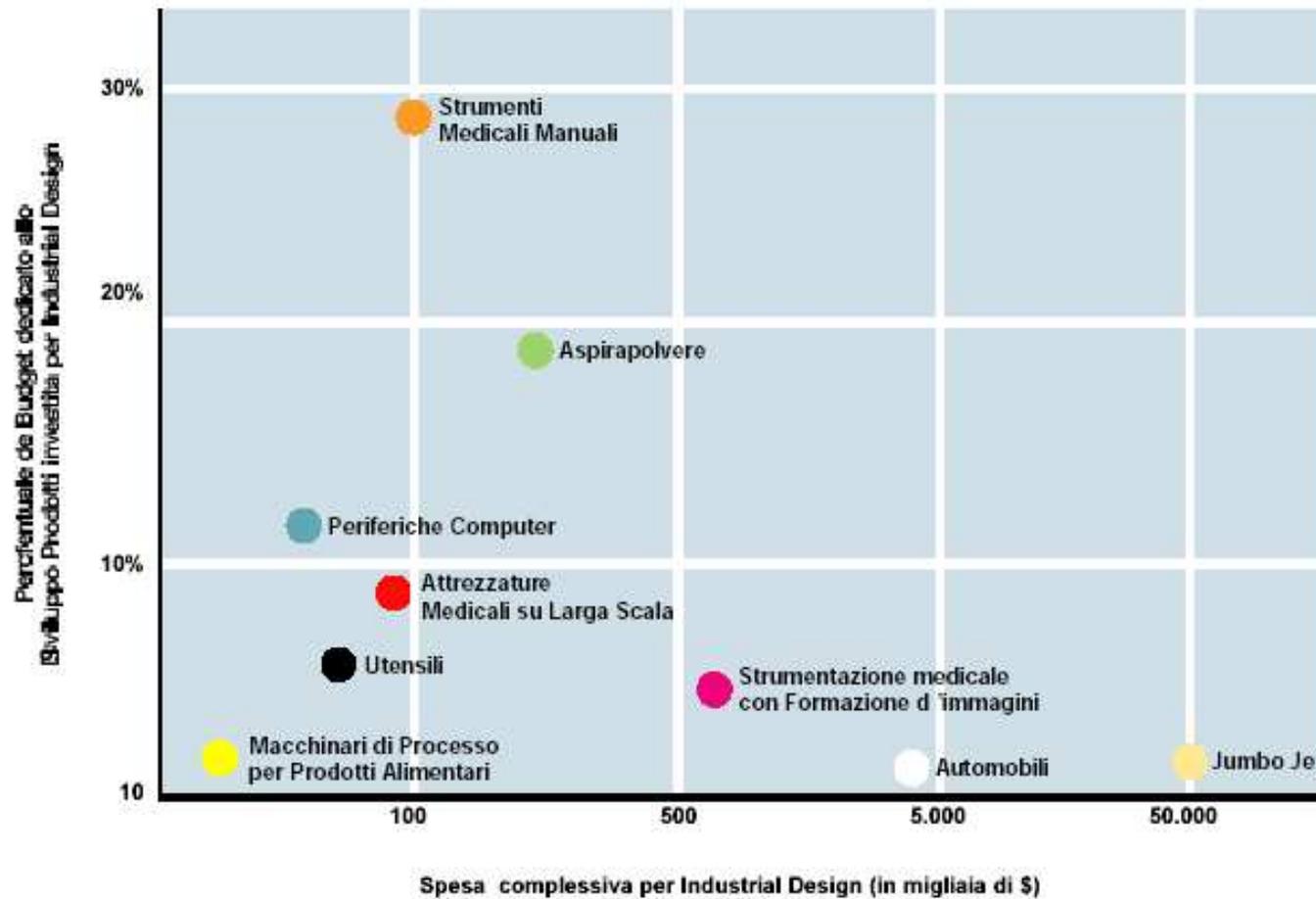
30' di conversazione conb batt.
slim 70' con batterie standard

Composto da 400 parti



Lezione 12 • 20

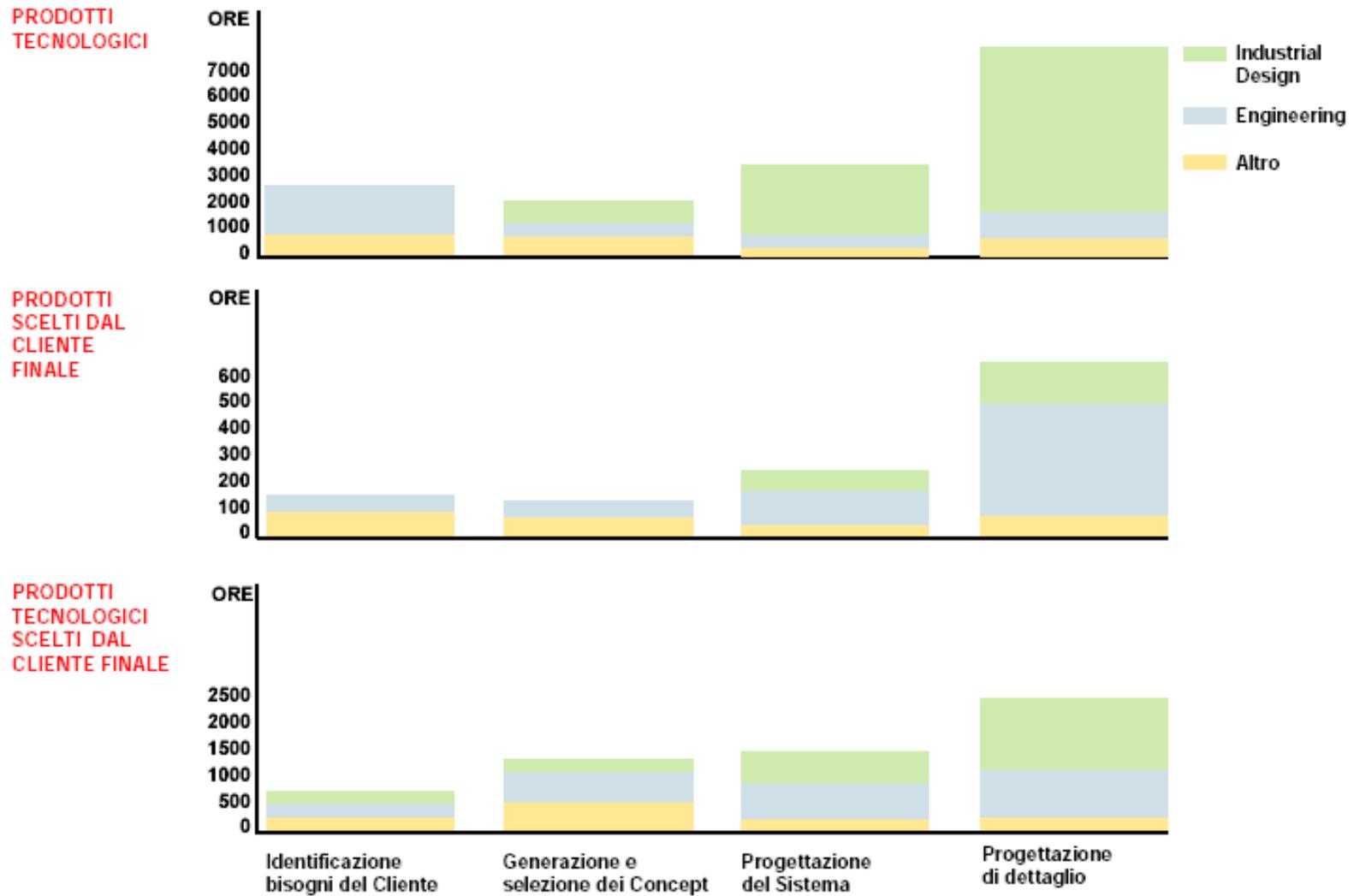




Lezione 12 • 22

- STEP 1** CONOSCENZA DEI BISOGNI DEL CLIENTE, “STATO DELL’ARTE”
DELLA CONCORRENZA E “TREND DEL SETTORE”
- STEP 2** “BRIEFING” PER DEFINIZIONE DEGLI OBIETTIVI
- STEP 3** CONCETTUALIZZAZIONE E PRIME IPOTESI DI SOLUZIONI
- STEP 4** COSTRUZIONE MOCK-UP
- STEP 5** SCELTA DELLE SOLUZIONI (3/4)
- STEP 6** COORDINAMENTO CON MARKETING, PROGETTAZIONE,
MANUFACTURING E VENDITE
- STEP 7** AFFINAMENTO E SCELTA DELLA SOLUZIONE
- STEP 8** PRESENTAZIONE DELLA SOLUZIONE DEFINITIVA
(EVENTUALMENTE MARKET TEST)
- STEP 9** IMPLEMENTAZIONE DEFINITIVA CON LA PROGETTAZIONE
(PROTOTIPI, ECC.)

Lezione 12 • 23





■ APPLE: IMAC, 1998



■ B&O: BEOSAUND, 1996



■ AUDI: TT



■ B&O: BEOVISION, 1974

Lezione 12 • Allegato 1 - 02



■ B&O: HYPERBO, 1934



■ BREUER: WASSILY, 1925



■ CASTIGLIONI:
PARENTESI, 1970



■ **DE LUCCHI:
TOLOMEO, 1989**



■ **GRUPPO STRUM:
PRATONE, 1966**



■ **EAMS: CHILDRENCHAIR,
1945**



■ **IBM:PC, 1999**



■ KARTELL: **COMPONIBILI**, 1967.



■ PHILIPS: **NINO**, 1998.



■ LECORBUSIER:
CHAISELONGUE, 1928



■ SAPPER: **TIZIO**, 1972



■ **SOTTASS:**
VALENTINA, 1968



■ **STARK:**
SPREMIAGRUMI, 1990