



### DESIGN E FORMAZIONE

Luisa Collina, Francesco Scullica, *Designing Designers: Design Evolution By East and West. New ambients, new products, new designers. Convention of University Courses in Design 2005.* Edizioni POLLdesign. Attraverso progetti, interviste e analisi di mercati e culture, il design è proposto come fattore cruciale nel continuo sviluppo del rapporto tra mercato e società cinese e italiana, e più in generale tra Occidente ed Oriente.

[LIBRI]



### DESIGN

Si tratta della seconda pubblicazione dell'Associazione del Politecnico di Torino. Altrimenti è una comunità che intende promuovere la cultura dell'industrial design. Magazine di industrial, graphic e virtual design, propone progetti di studenti e giovani designers, spunti per prodotti e servizi, e un'intervista a Gunter Pauli, fondatore dello Zero Emission Research Institute. Vi segnaliamo il relativo sito: [www.fucina-altrimenti.it](http://www.fucina-altrimenti.it)

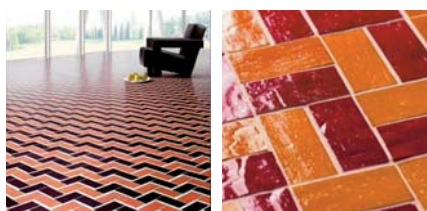
[PERIODICI]



### DESIGN

L'ADI (Associazione per il Disegno Industriale) pubblica "Imprese e design", una selezione di aziende italiane per diversi settori produttivi del design. Ad ogni azienda è dedicata una scheda che ne descrive la storia, le linee produttive, i campi di innovazione, i riconoscimenti ricevuti e le collaborazioni con designer internazionali. Tra le aziende, Piaggio, Guzzini, Kartell, Baleri, Artemide, Agape, TVS, Valcucine, Vimar e molte altre.

[PUBBLICAZIONI]



### VETRI

Nell'archivio di POLLteca, sezione vetri, è presente un nuovo campionario della ditta veneziana ORSONI, un catalogo di smalti veneziani, tessere di smalto di vetro dai colori accesi e brillanti frutto di produzione e taglio completamente artigianali, proposte nei formati 2x2, 2x4, 4x4 cm e fornite incollate su film, pronte per la posa. Le combinazioni di formati e colori sono personalizzabili. Codice: VET - 00 120/0056.

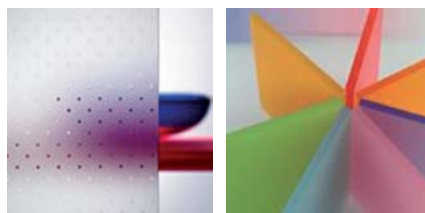
[CAMPIONI]

### CREATIVE BOX

Nella sezione dedicata al PMMA è stata aggiunta una raccolta di materiali prodotti dalla ditta Degussa Röhm Plexiglas, tutti in acrilico, con differenti caratteristiche per applicazioni quali: coperture, separatori, arredamento, applicazioni illuminotecniche come box retro-illuminati, protezione dai raggi UV e retroproiezione, con proprietà antiriflesso, e dall'elevata luminosità.

Codice: PMMA - 00 410.1.05/0074 - 94.

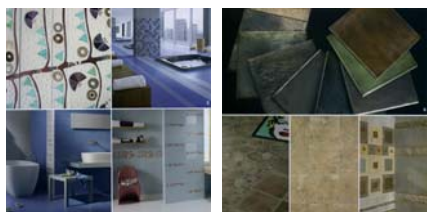
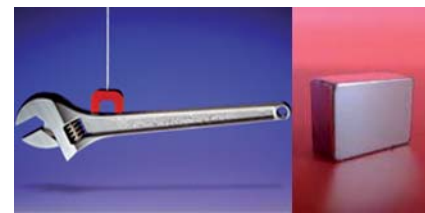
[CAMPIONI]



### ITALFIT MAGNETI

In POLLteca, sezione 'altri metalli', sono presenti dei campioni, prodotti da ITALFIT Magneti, di magneti in samario cobalto, costituiti da un compound di terre rare sinterizzate, disponibili in varie forme e dimensioni; presentano un'ottima resistenza alla corrosione e un'elevata resistenza magnetica alla temperatura, fino a 350°C. Possono essere sottoposti ad un trattamento di nichelatura. Codice: AM - 01 090/0004.

[CAMPIONI]



### RIVESTIMENTI IN CERAMICA

Il n.17 di "CER Magazine Italia" presenta le tendenze nel settore della ceramica, mostrando le più recenti realizzazioni in Italia e nel mondo di pavimenti e rivestimenti in piastrelle ceramiche italiane. Sfogliando la rivista, spicca la cura che le aziende dedicano alla ricerca dei dettagli di colore, disegno e finitura superficiale, creando abbinamenti dal design interessante e ottenendo risultati estetici di sicuro pregio.

[PERIODICI]

### PORTE E PARETI MOBILI

Tramite il prof. Garaventa, SCEd ha ottenuto i nuovi cataloghi di Tre-P e Tre-Più Spa, azienda lombarda nota per la sua produzione di porte.

Attualmente la divisione Tre-P si occupa delle porte 'tradizionali', che non disdegnano tuttavia un occhio attento all'innovazione e al design, come nella linea Polis'05, in cui la struttura tipicamente verticale della porta dialoga fluidamente con il disegno verticale o diagonale delle venature.



La divisione Tre-Più invece, con la collaborazione di Antonio Citterio, ha messo a punto, fra l'altro, le linee di pannelli e porte 'Pavilion' e 'Planus', perfettamente integrabili fra loro nel sistema 'Pavilion and Planus', che consentono di realizzare partizioni, in parte fisse e in parte mobili, trasparenti oppure opache, abbinando diversi materiali (alluminio, acciaio, titanio, vetro, legno) per personalizzare al meglio gli spazi abitati.

[CATALOGHI]

MAST

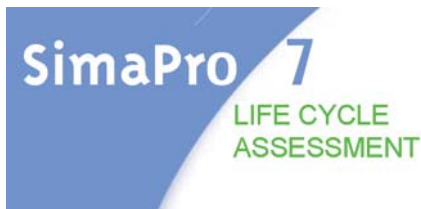
MaterialieDesign

SCEd

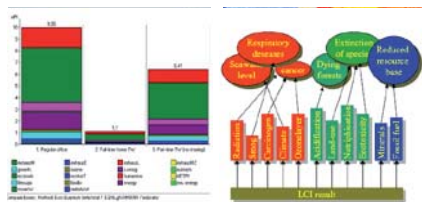
## LIFE CYCLE ASSESSMENT

SimaPro 7.0, software per la valutazione di impatto ambientale sul ciclo di vita di prodotti e servizi, incrementa le proprie funzionalità attraverso due nuovi database: la banca dati Danish LCA Food e la banca dati Danish 99.

La prima contiene dati e informazioni del comparto agroalimentare, mentre la seconda è molto utile nel caso in cui manchino dati precisi sul prodotto studiato poiché permette, in alternativa, di utilizzare le tavole di input e output relative al settore a



[SOFTWARE]



cui il prodotto appartiene. Le due nuove banche dati affiancano i database Idemat, Buwal, che già da diversi anni sono a disposizione degli utilizzatori di SimaPro per effettuare analisi di impatto ambientale (LCA Life Cycle Assessment). Ricordiamo che il software SimaPro 7.0 è disponibile sulle postazioni della POLIteca. Alcuni manuali cartacei completano la documentazione e facilitano l'apprendimento della metodologia dell'LCA.

## EFFETTI AMBIENTALI

È disponibile l'ultimo numero di "Inquinamento", mensile ufficiale dell'A.I.C.A. (Associazione Italiana Consulenti Ambientali). Di particolare interesse: 'Un metallo per amico' di A. Pellegrini: l'articolo descrive le caratteristiche ambientali del rame. 'Un cemento dal nobile principio' di R. Catania: descrizione del principio attivo fotocatalitico per prodotti cementizi concepito per abbattere gli inquinanti presenti in atmosfera.

[PERIODICI]



## MIROGLIO

Giulio D., Carugati R., *VestebeneMiroglio - Cinquant'anni di storia attraverso la Moda*, Milano, Mondadori Electa, 2005, pp. 108, [ISBN 88-370-3819-4].

La storia dei Miroglio ha inizio nei primi anni del Novecento ed è legata al tessile. Quella della Vestebene è conseguenza dell'intuizione di Giuseppe nella direzione della produzione di abbigliamento femminile a destinazione popolare. Sono gli anni della nascita del prêt à porter italiano e mentre stilisti e imprendi-



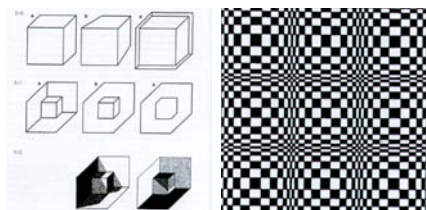
[LIBRI]



tori influiscono sui consumi creando degli status symbol, la confezione di serie porta il marchio Vestebene. Fu una vera e propria rivoluzione per le donne ancora legate alle sartine se non addirittura alla propria manualità. Ovviamente nel successo conquistato anni dopo anni non sono mancati i periodi di difficoltà, ma parallelamente alle sfide superate nascevano nuovi marchi nel marchio: Elena Mirò che guarda alle taglie morbide over 46, Caractère con abiti sobri e lineari, dedicata alla fascia di mercato



medio-alto, Mötivi per le ragazze dalle contenute capacità di spesa, ma sempre attente agli ultimi dettami moda. Oltre marchio lanciato in prosecuzione naturale a Mötivi per la clientela femminile non più giovanissima, che non rinuncia a un'immagine aggiornata e moderna. Una vocazione quella della Vestebene ad accompagnare la cliente lungo l'intero corso della sua vita, favorendola nei cambiamenti di peso, corporatura, stile di vita.



## ERETICOLO

Da un'analisi psicologica e culturale dello spazio di vita dell'uomo e del lavoro d'ufficio e di come questo venga percepito, M. Osnaghi dà forma al progetto di un apparecchio di illuminazione secondo il principio di rottura della rettilineità della Gestalt Psicologie all'ambiente ufficio, sfruttando gli strumenti, gli arredi, e le architetture che li circondano per dar vita a un evento 'artistico' che rompa con gli schemi classici dell'ambiente ufficio.

[TESI]



## IN FRIGO VERITAS

"Ogni anno un ipermercato di medie dimensioni getta nella spazzatura 1500 Kg di generi alimentari invenduti". Dopo una scrupolosa analisi dello stato di fatto sul tema rifiuti, M. Savoldi introduce il concetto di 'scarto non alimentare' e realizza una proposta per la riduzione degli sprechi in ambito domestico, tramite un sistema elettronico di controllo mensile delle scadenze dei prodotti collegato al proprio frigorifero.

[TESI]



## THE NOISE IS THE MESSAGE

P. Corraini indaga il problema del rumore nella comunicazione visiva partendo dall'assunto McLuhaniano 'il medium è il messaggio'. Ogni medium è caratterizzato da rumori peculiari che ne descrivono la natura e sono inscindibili da ogni tipo di comunicazione. La tesi dimostra che anche il rumore comunica, in maniera meno diretta ma con eguale efficacia, ed è parte costituente del messaggio, nobilitato poi con 6 installazioni interattive.

[TESI]