

Territorial Poltentialities

*Original*

Territorial Poltentialities / Barbero, Silvia; Bistagnino, Luigi; Peruccio, Pier Paolo; Fassio, Franco; van der Haegen, Charles; Pauli, Gunter; Puddu, Eugenio. - STAMPA. - (2015), pp. 1-46.

*Availability:*

This version is available at: 11583/2650741 since: 2016-09-26T07:29:16Z

*Publisher:*

*Published*

DOI:

*Terms of use:*

This article is made available under terms and conditions as specified in the corresponding bibliographic description in the repository

*Publisher copyright*

(Article begins on next page)



# TERRITORIAL POTENTIALITIES

*POTENZIALITÀ  
del  
TERRITORIO*

**#territorialpotentialities**



# TERRITORIAL POTENTIALITIES

## POTENZIALITÀ del TERRITORIO

Design è un sostantivo inglese che significa “progetto”, deriva dal latino pro-iacere (gettare in avanti) a indicare un’attività che contiene in sé l’idea di proiezione in avanti, di futuro.

La parola design ha acquisito nel tempo molteplici significati: oggi non riguarda solo più il prodotto e la comunicazione ma anche i servizi, le strategie e i sistemi intrecciando in modo sempre più stretto i temi della sostenibilità ambientale. I designers oggi devono occuparsi non soltanto dello sviluppo di un singolo prodotto, ma dell’intero sistema-prodotto collocato in un preciso contesto sociale, politico, economico e culturale. Il designer sistemico, in particolare, progetta relazioni virtuose tra persone e attività produttive generando ricadute positive a scala sociale e ambientale.

La mostra “Le Potenzialità del territorio” restituisce le direzioni più innovative della ricerca in design offrendo alcune indicazioni progettuali su come valorizzare un contesto sociale e territoriale caratterizzato da attività industriali e agricole non relazionate tra loro. Si propone un nuovo modello economico-produttivo che renda coese e forti le relazioni tra i diversi soggetti, generando benefici, anche in termini di salute, per l’intera collettività.

Il territorio è qui visto come un’opportunità da studiare e valorizzare in tutte le sue componenti sociali, culturali, materiali e climatiche.

Oggi il mondo naturale e quello artificiale hanno traiettorie che non si intersecano: è più che mai urgente riavvicinarli ricostruendo la trama dei loro rapporti.

*Design è un sostantivo inglese che significa “progetto”, deriva dal latino pro-iacere (gettare in avanti) a indicare un’attività che contiene in sé l’idea di proiezione in avanti, di futuro.*

*La parola design ha acquisito nel tempo molteplici significati: oggi non riguarda solo più il prodotto e la comunicazione ma anche i servizi, le strategie e i sistemi intrecciando in modo sempre più stretto i temi della sostenibilità ambientale. I designers oggi devono occuparsi non soltanto dello sviluppo di un singolo prodotto, ma dell’intero sistema-prodotto collocato in un preciso contesto sociale, politico, economico e culturale.*

*Il designer sistemico, in particolare, progetta relazioni virtuose tra persone e attività produttive generando ricadute positive a scala sociale e ambientale.*

*La mostra “Le Potenzialità del territorio” restituisce le direzioni più innovative della ricerca in design offrendo alcune indicazioni progettuali su come valorizzare un contesto sociale e territoriale caratterizzato da attività industriali e agricole non relazionate tra loro. Si propone un nuovo modello economico-produttivo che renda coese e forti le relazioni tra i diversi soggetti, generando benefici, anche in termini di salute, per l’intera collettività.*

*Il territorio è qui visto come un’opportunità da studiare e valorizzare in tutte le sue componenti sociali, culturali, materiali e climatiche.*

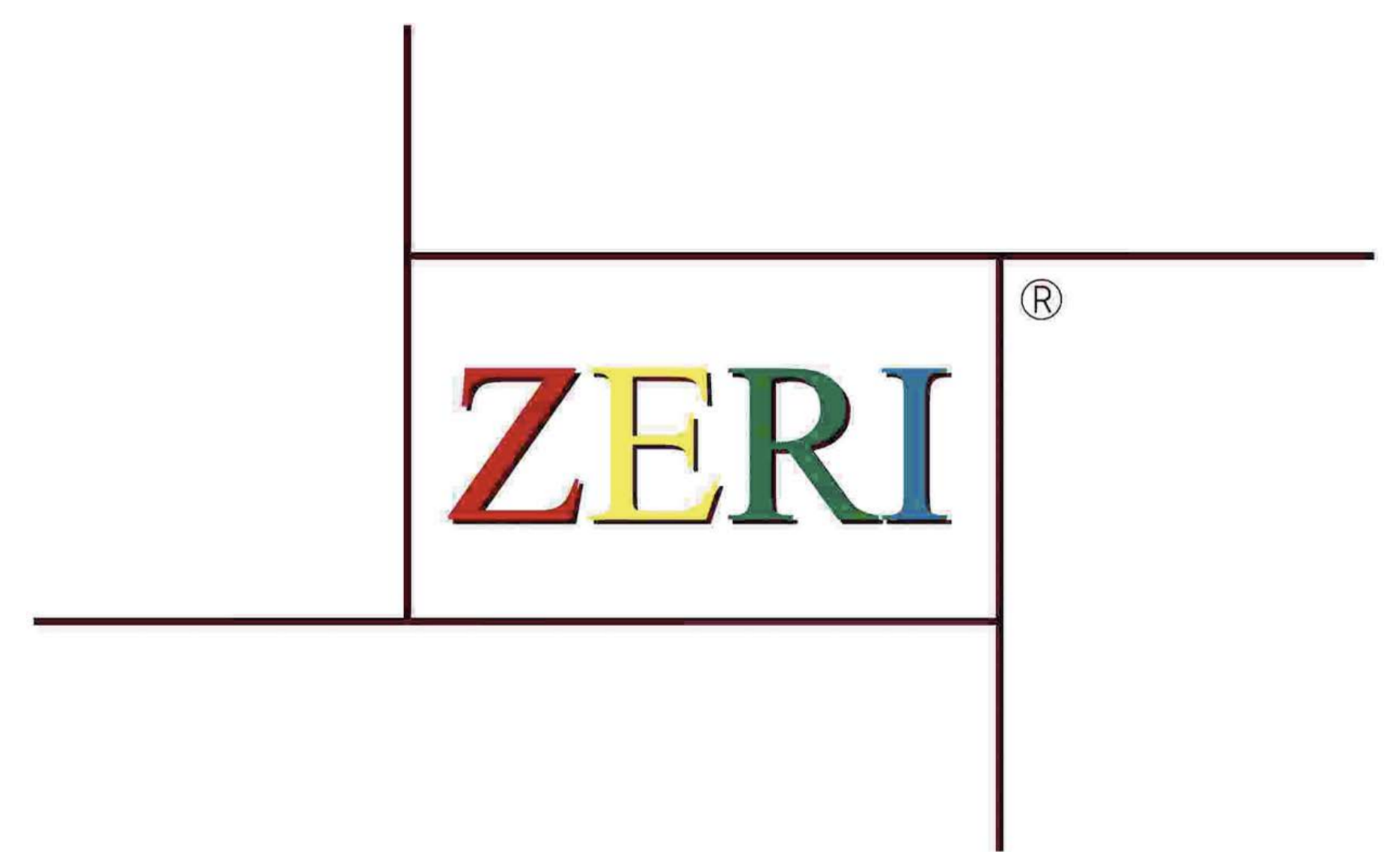
*Oggi il mondo naturale e quello artificiale hanno traiettorie che non si intersecano: è più che mai urgente riavvicinarli ricostruendo la trama dei loro rapporti.*



**POLITECNICO  
DI TORINO**  
  
Dipartimento di  
Architettura e Design



**SA** Systemic Approach  
foundation



**edited by** A CURA DI

S. Barbero, L. Bistagnino, F. Fassio, C. van der Haegen, G. Pauli, P. P. Peruccio, E. Puddu

**WITH CON**

C. Battistoni, M. Bicocca, E. Fiore, V. Gallio, A. Pallaro

**AND E**

G. Cuzzolin, A. Ferru, V. Piccato, L. Sorgente, A. Spadetto, A. Spagnuolo

the students of the module *Open Systems* of the master “A. Peccei” in Systemic Design, Politecnico di Torino

*gli studenti del modulo Sistemi Aperti LM “A. Peccei” in Design Sistemico, Politecnico di Torino*

**in collaboration with** *in collaborazione con*

**Deloitte.**

**AND E**



cattedra UNESCO “Paesaggi di Cura”

UNIGE e Azienda ospedaliera universitaria Careggi Firenze

**book**

*libro di riferimento*



microMACRO,  
ed. Ambiente

**with the patronage of** *con il patrocinio di*



Consulta Europea  
Regione Piemonte



Slow Food®



Confartigianato



CAMERA DI COMMERCIO  
INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA  
DI TORINO



Confederazione Nazionale  
dell’Artigianato e della Piccola  
e Media Impresa



**website**

*sito web di riferimento*



[www.systemsdesign.polito.it](http://www.systemsdesign.polito.it)

**comments**

*commenti*

**#territorialpotentialities**



Unione Comuni Val Sangone

**graphic project coordinator** *coordinazione progetto grafico*

E. Calaon

# methodology

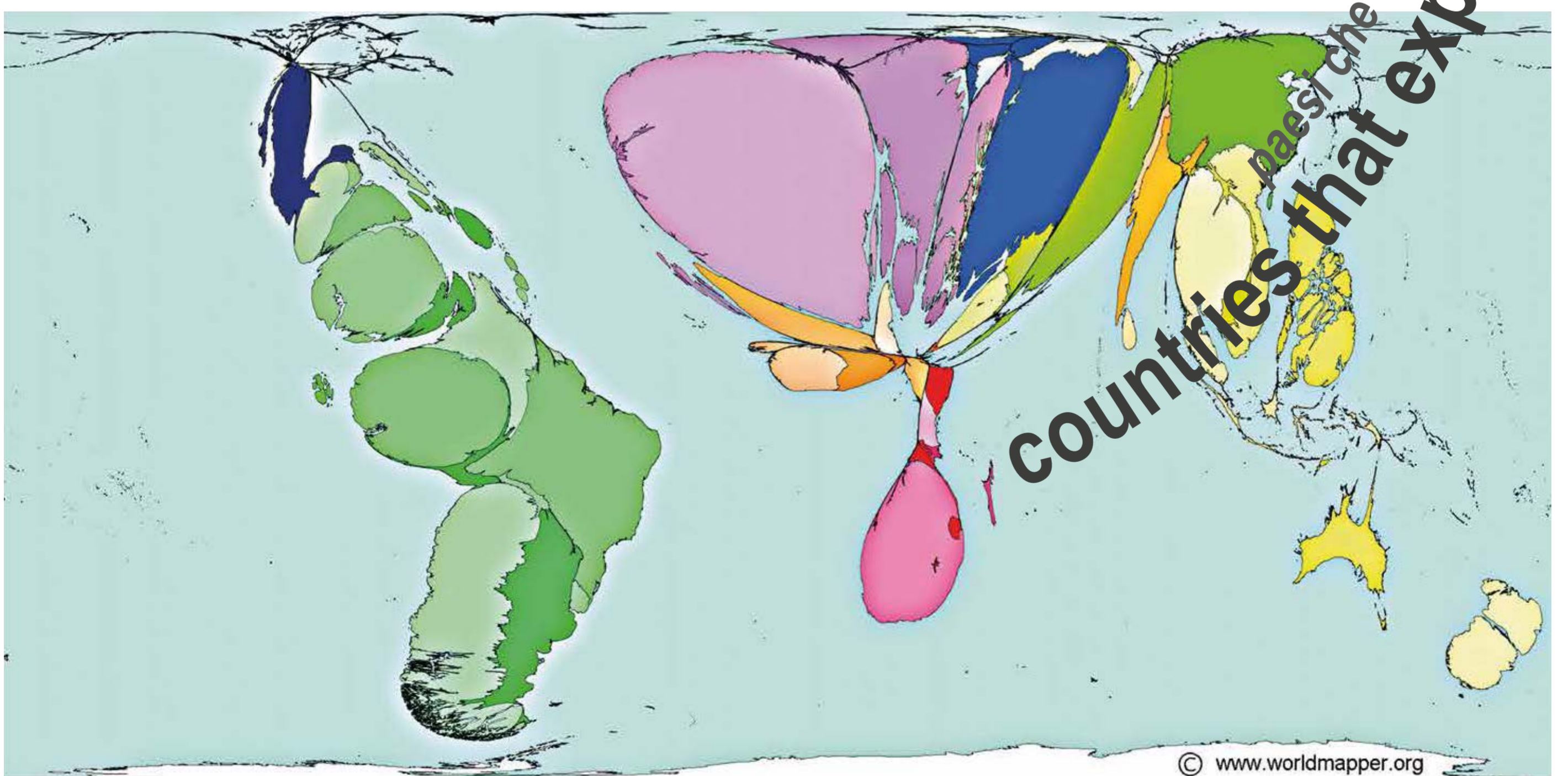
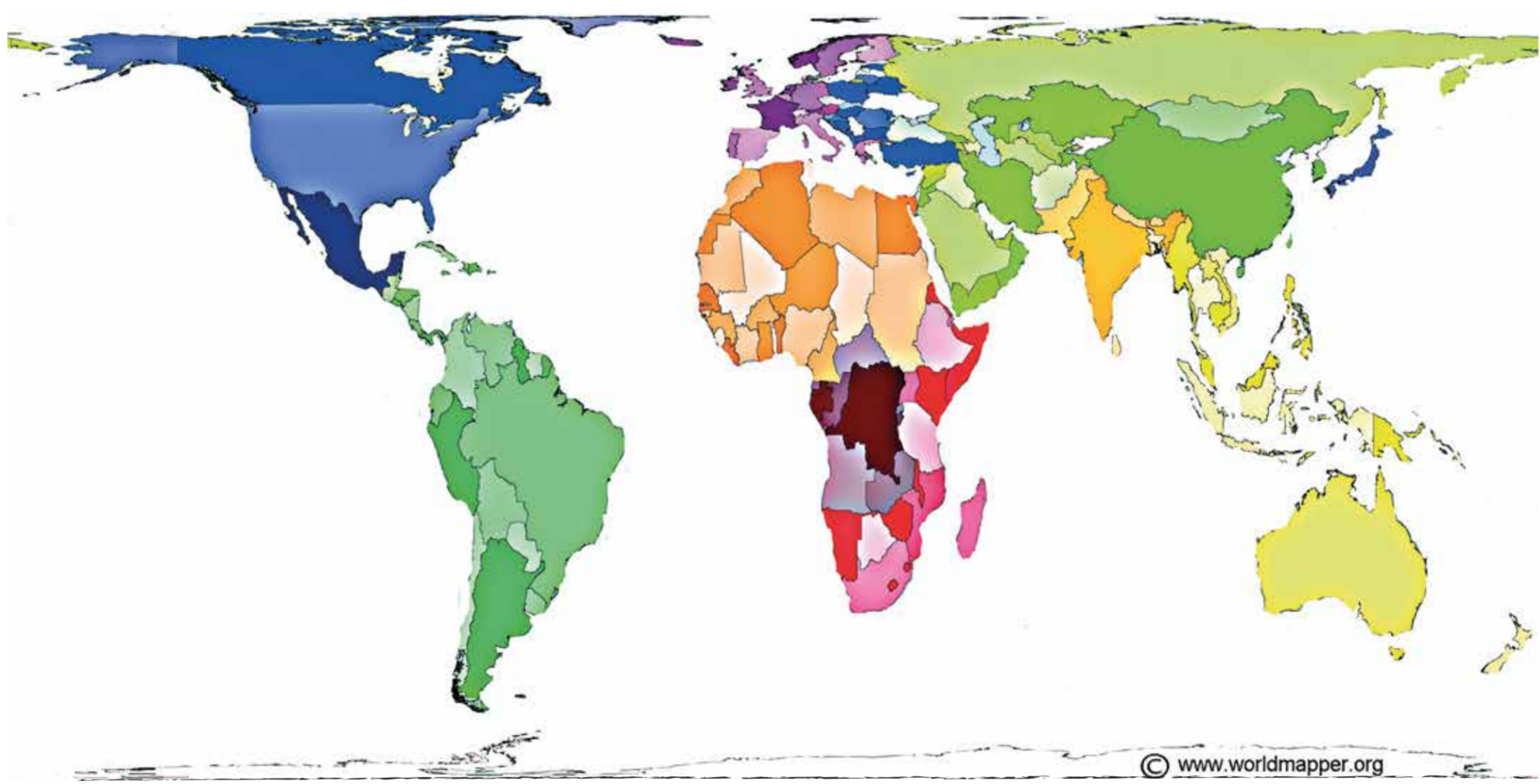
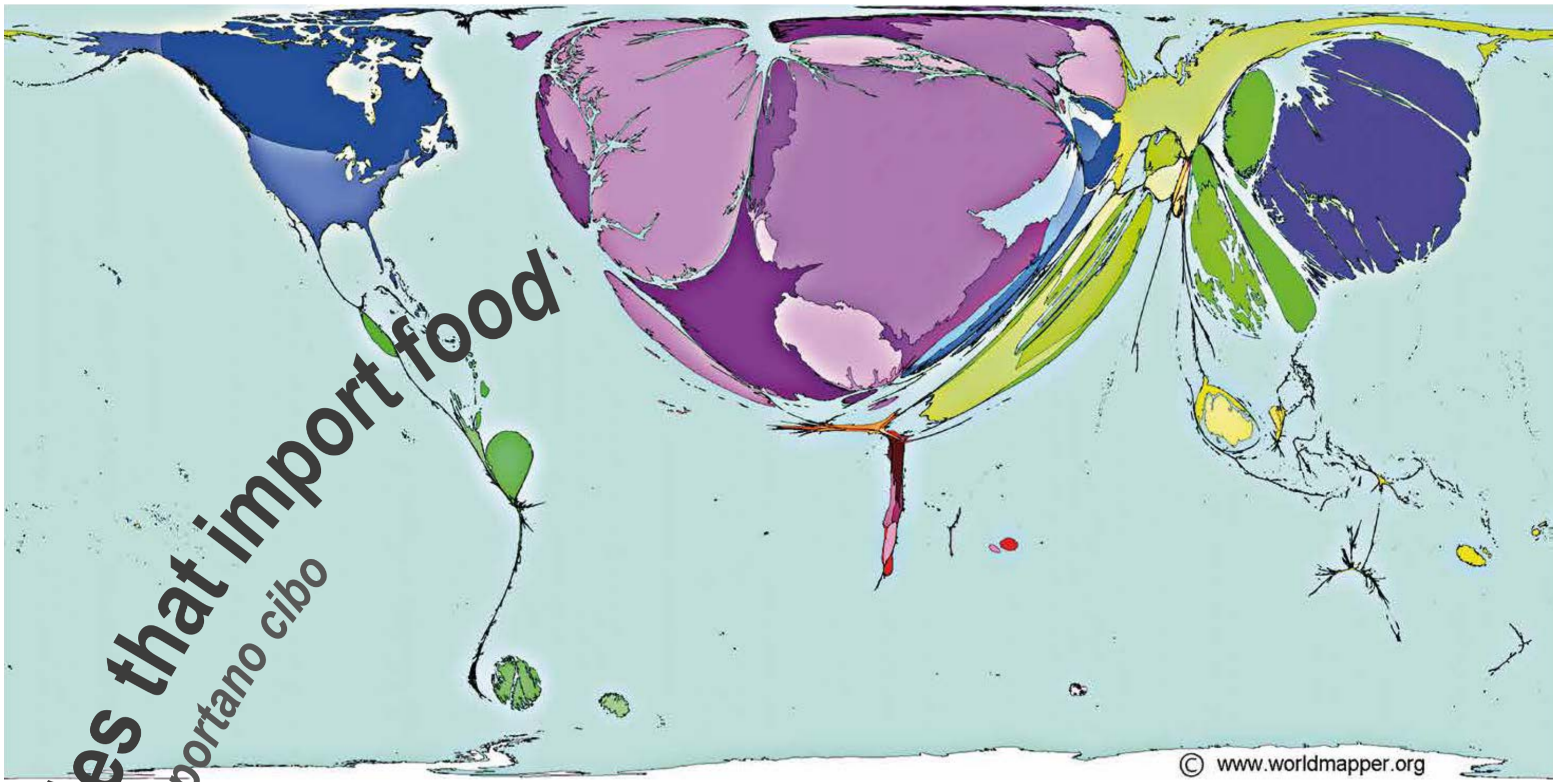
## metodologia

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.

*La situazione attuale del nostro pianeta obbliga noi tutti a riflettere seriamente sul nostro futuro. L'attuale modello produttivo e consumistico attinge risorse dall'ambiente, genera merci basate sul principio dell'obsolescenza programmata e, infine, produce scarti destinati alle discariche. E' necessario e urgente riprogettare i flussi di materia ed energia, sul modello di quanto avviene in Natura, in modo tale che gli stessi possano fluire da un sistema all'altro senza ottenere scarti. Se l'output di un sistema è l'input di un altro, e se non esiste differenza di pregio tra la materia in ingresso e quella in uscita, le attività produttive si riconfigurano naturalmente nei loro processi migliorando il risultato economico e il territorio nel quale operano.*

# CONSUMPTION MODEL CURRENT

MODELLO DI CONSUMO - ATTUALE



**GLOBALIZATION  
distorts territories**

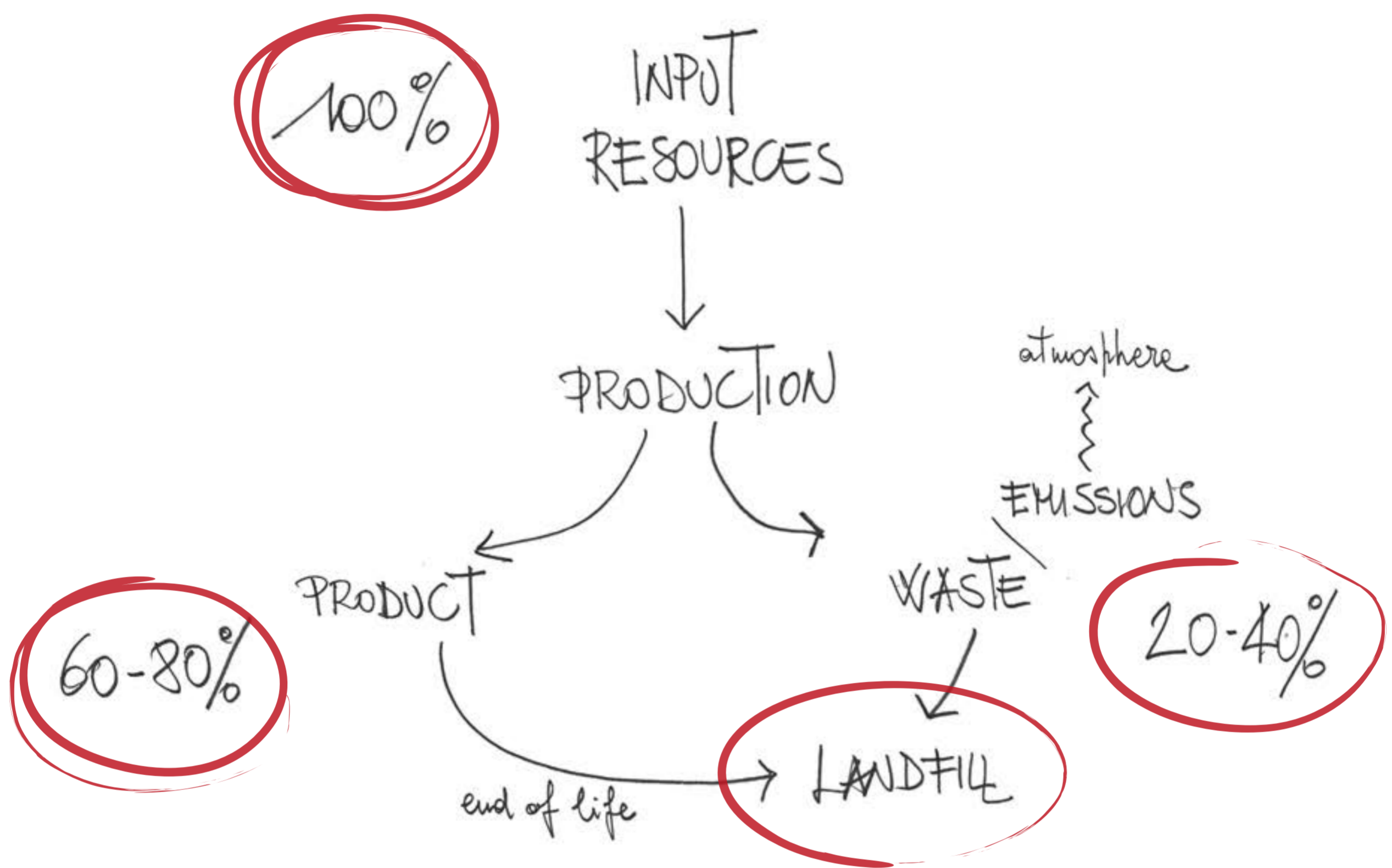
GLOBALIZZAZIONE deforma i territori

# PRODUCTION MODEL CURRENT

## MODELLO PRODUTTIVO - ATTUALE

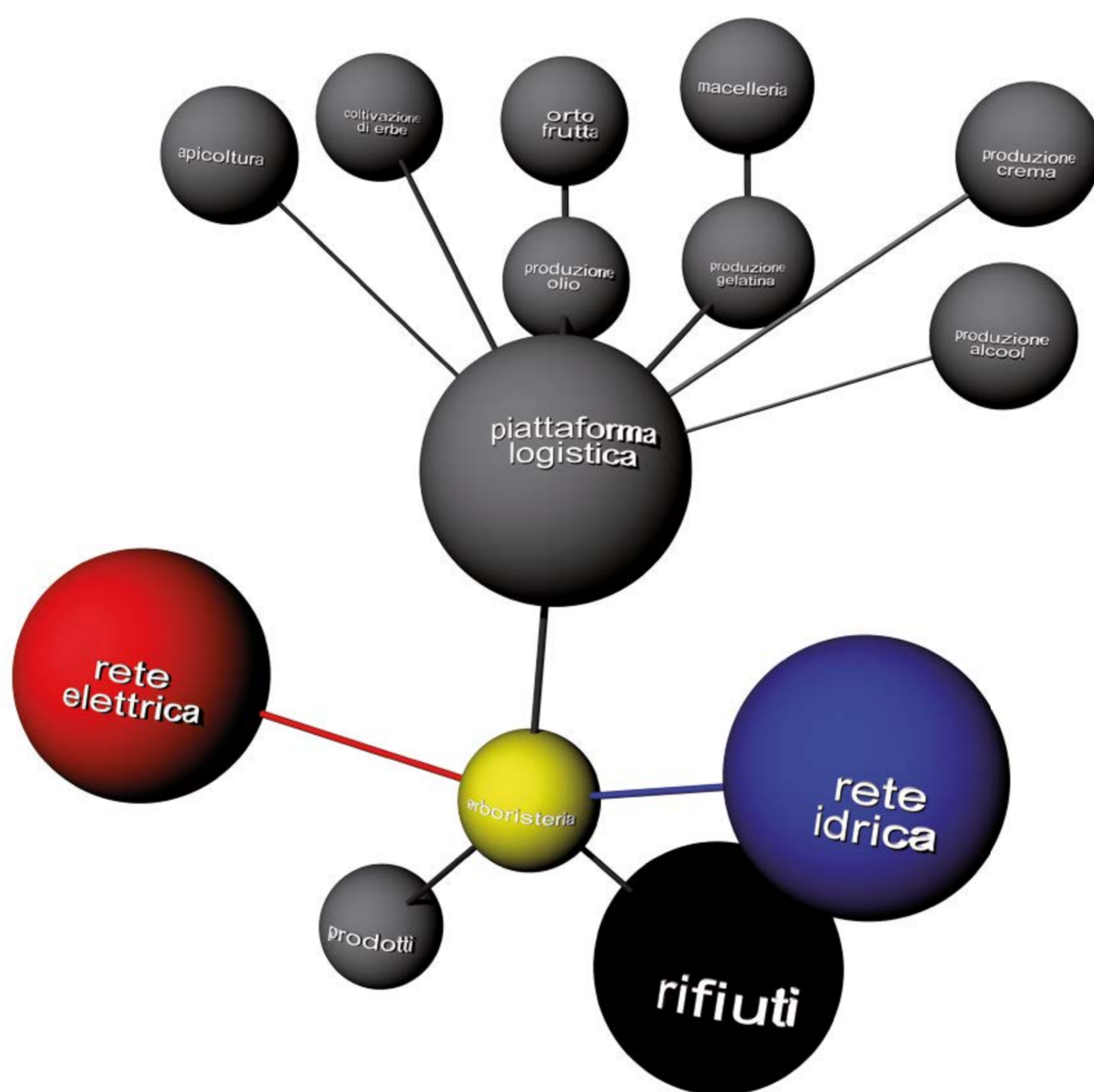
The **currenti production model** is based on finding **resources on a global scale**, on **identifying with products**, and their continuous **obsolescence**, on **competition** and on having **poor care of generated waste**. It is a series of actions related each other that delineate a **“linear action model”**.

*Il modello produttivo attuale si basa sul reperire risorse su scala mondiale, sull'acquisto di prodotti status-symbol che invecchiano rapidamente, sulla competizione continua e sul disinteresse nei confronti della produzione di scarti. È un susseguirsi di azioni collegate le une alle altre che definiscono un modello produttivo di tipo lineare.*



The scheme shows the percentage of the resources used by current production model

*Schema del modello produttivo lineare attuale con le percentuali delle risorse utilizzate*



Linear macromolecule: the model shows the dependence of the various processes from centralized networks (logistics, water and electricity supply, waste ...)

*Macromolecola lineare: il modello mostra la dipendenza dei vari processi dalle reti centralizzate (logistica, rete idrica ed elettrica, rifiuti...)*

# UNBALANCING

## between the individual activities

*SBILANCIAMENTO tra le attività individuali*



# METHODOLOGY SYSTEMIC DESIGN

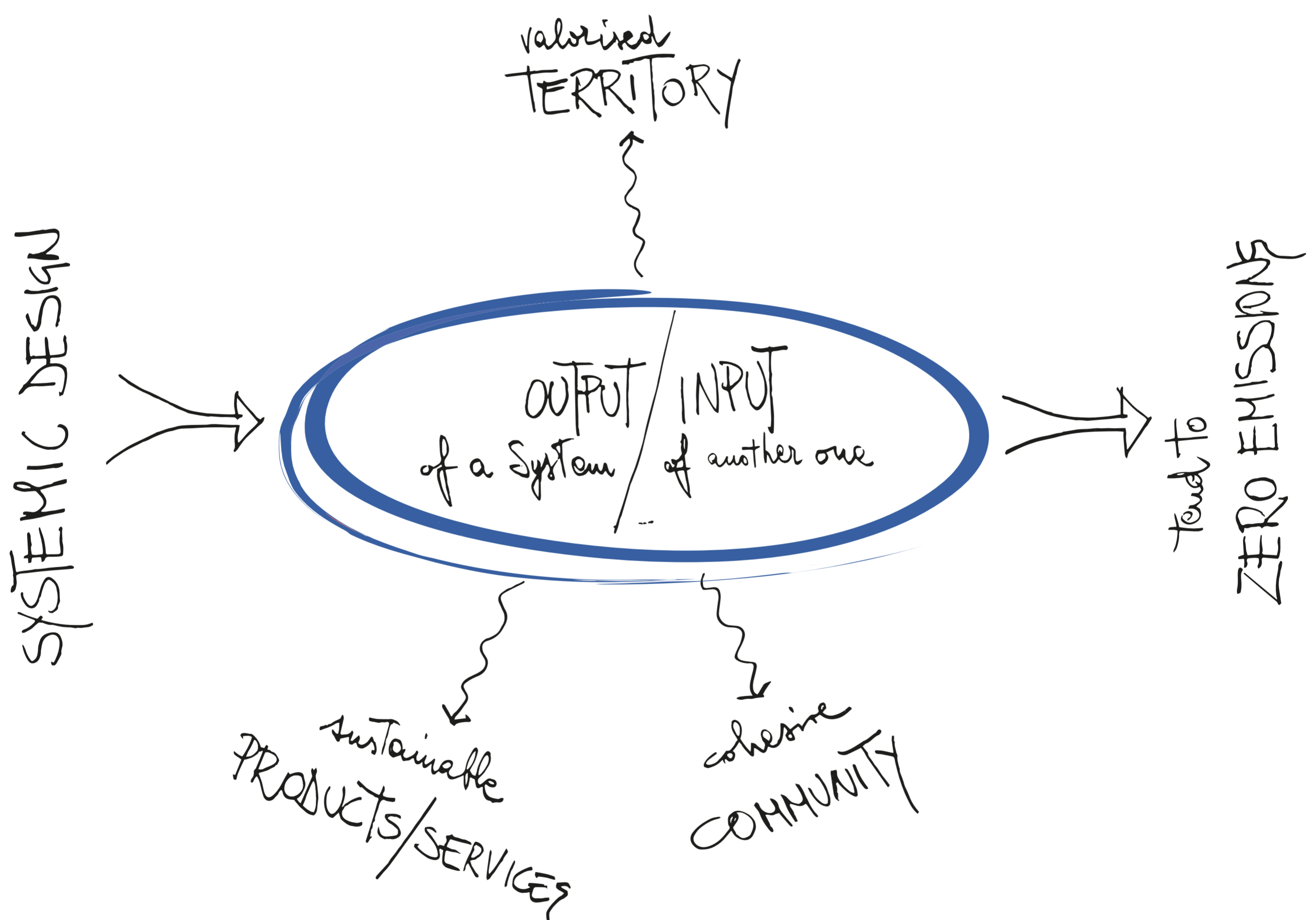
## METODOLOGIA - DESIGN SISTEMICO

The Systemic Approach methodology is the basis for the creation of a relational network in which the output of a system becomes the input of another one.

This promotes the relationships between people, leads to social wellness, activates an economic flow that involves all stakeholders, redefines the production system thanks to the continuous transformation of the matter. In this sense the system of values and culture of the society will be spontaneously redefined.

This leads to take naturally care of the environment\*.

\* see: L. Bistagnino, Systemic Design, 2° edition ebook, Slow Food edition, 2011.



La metodologia dell'Approccio Sistemico è la base per la creazione di una rete relazionale in cui l'output di un sistema diventa l'input di un altro. Ciò favorisce la creazione di network di relazioni, produce un miglioramento del benessere degli individui, attiva flussi economici tra i vari attori del sistema e migliora il processo di produzione attraverso la trasformazione continua della materia. Il sistema valoriale e culturale della società verrà in tal senso ridefinito spontaneamente con benefici diretti sull'ambiente.

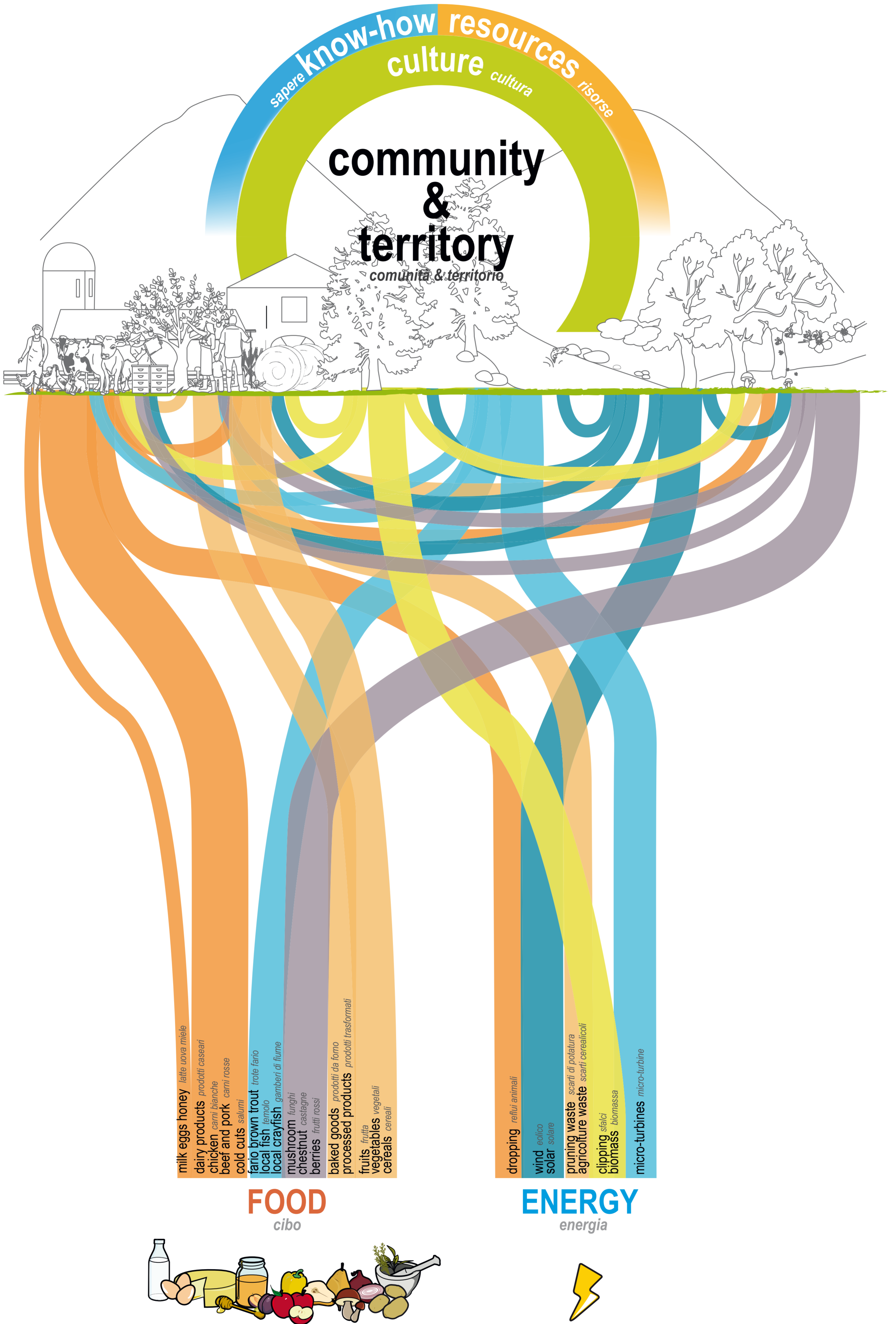
\* vedasi: L. Bistagnino, Design Sistemico, 2° edizione ebook, Slow Food editore, 2011 (disponibile in italiano e in inglese).





# CONSUMPTION MODEL SYSTEMIC DESIGN

MODELLO DI CONSUMO - DESIGN SISTEMICO



Symbol of the territorial identity of the products and productions belonging to the system.  
Simbolo dell'appartenenza dei prodotti e delle produzioni al sistema territoriale.

roots in  
**TERRITORY**  
radici nel TERRITORIO





# ACTIVITIES COMPARISON IN PRACTICE ATTIVITÀ - CONFRONTO APPLICATO

example of a system  
esempio di sistema

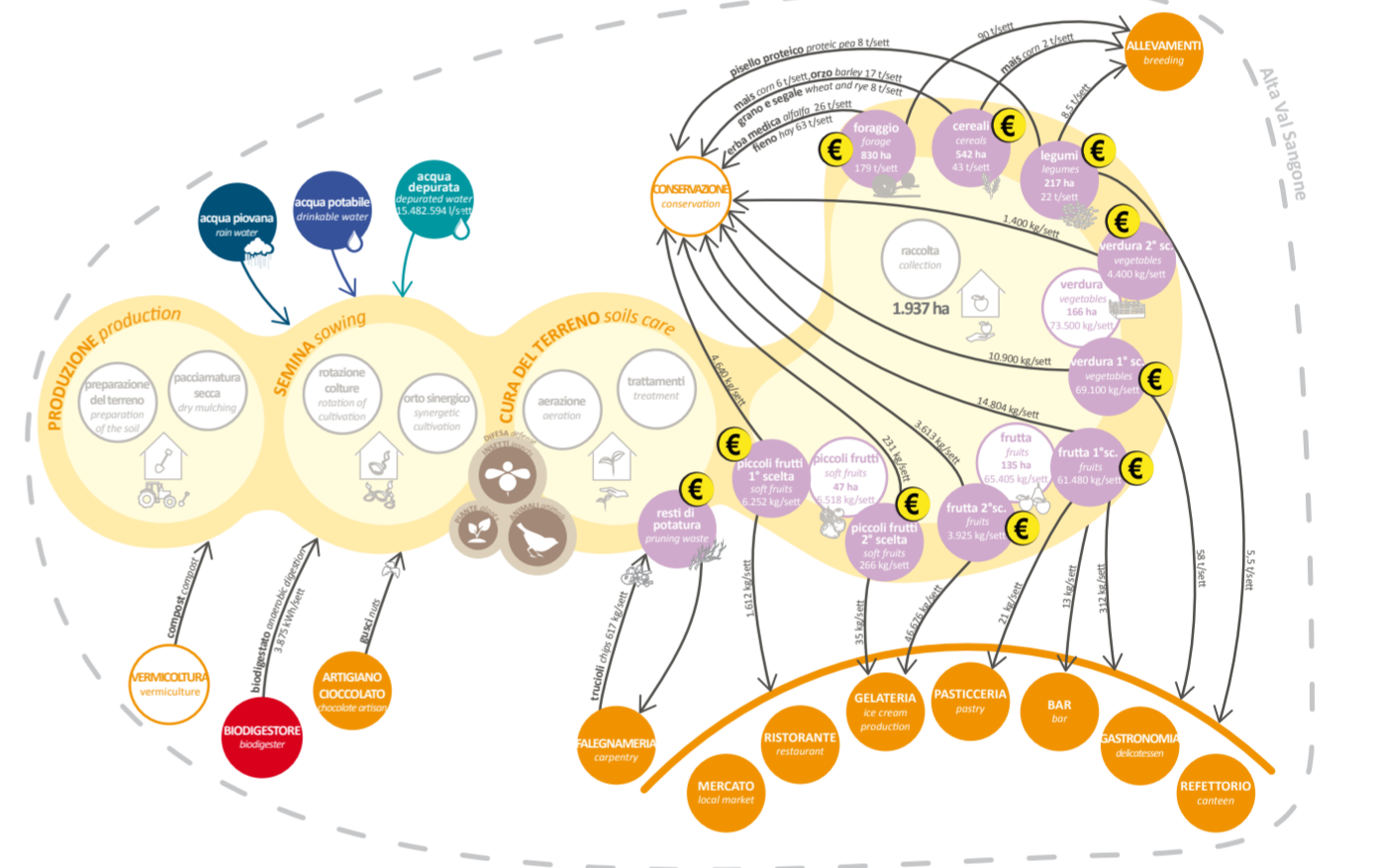
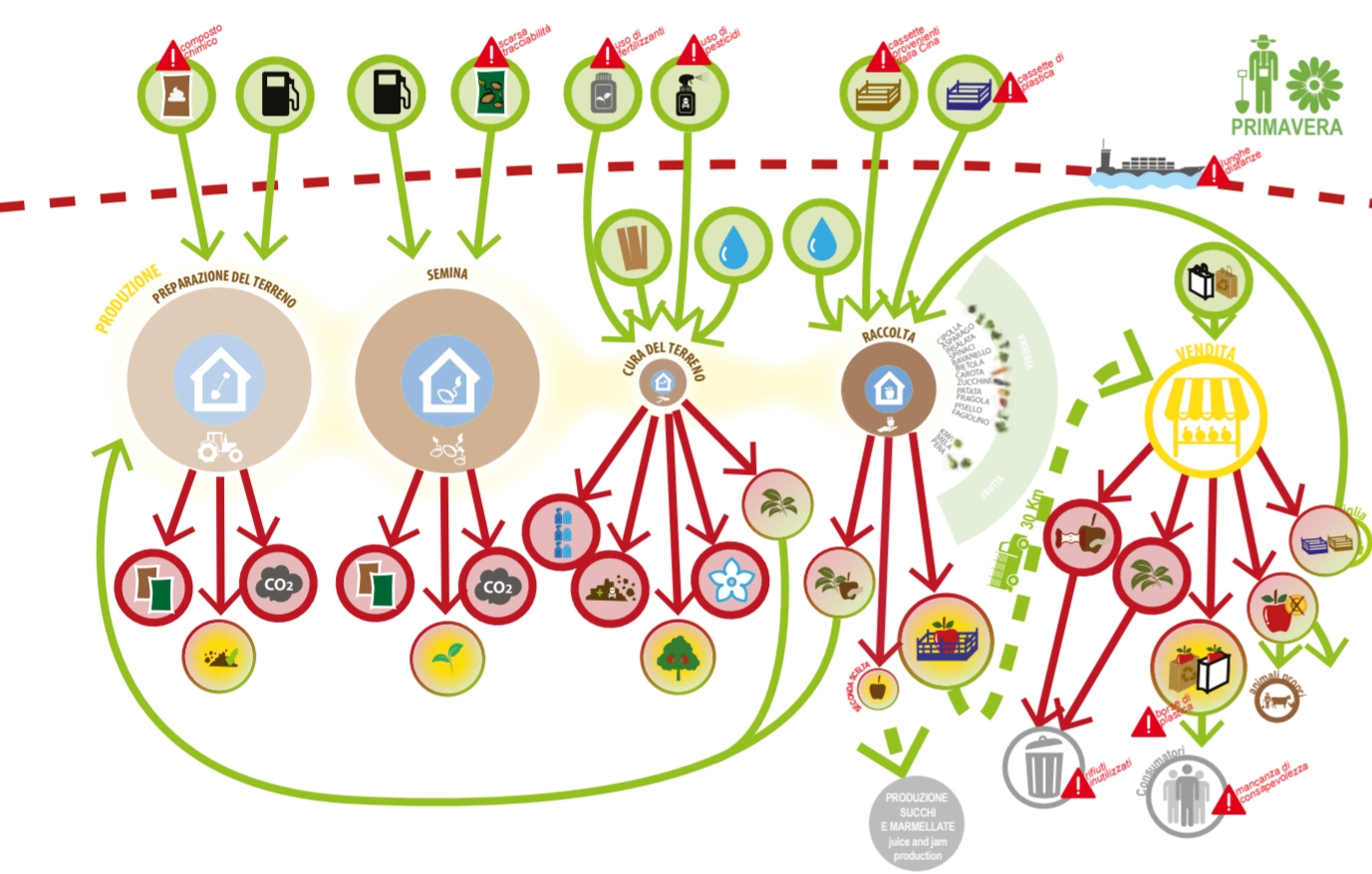
## AGRICULTURE AGRICOLTURA

**CURRENT**  
attuale

**SYSTEMIC**  
sistemico



attuale **current** PRODUCTIVE MODEL **systemic** sistemico  
MODELLO PRODUTTIVO



**MOTIVATIONS FOR CHANGE**  
LEVE PER IL CAMBIAMENTO

**ADVANTAGES/NEW OPPORTUNITIES** ✓  
VANTAGGI / NUOVE OPPORTUNITÀ

use of **fertilizers** and **chemical pesticides**  
uso di fertilizzanti e pesticidi chimici

**seeds non local**  
semi non autoctoni

**long produttiva chain**  
lunga filiera produttiva

**low quality of products**  
bassa qualità dei prodotti

**intensive cultivation**  
coltivazione intensiva

use of **fertilizers** and **natural pesticides**  
uso di fertilizzanti e pesticidi naturali

selection of **local seeds**  
selezione di sementi autoctone

**short production chain**  
filiera produttiva corta

**high quality of products**  
alta qualità dei prodotti

**respect for biodiversity**  
rispetto per la biodiversità

attuale **current** PRODUCTS COMPARISON **systemic** sistemico  
CONFRONTO TRA I PRODOTTI



attuale **current** ECONOMICAL COMPARISON **systemic** sistemico  
COMPARAZIONE ECONOMICA

costs/year  
costi/anno

medium farm: 6 ha  
azienda agricola media: 6 ha

year/income  
annocicavo

income/year  
ricavo/anno

medium farm: 6 ha  
azienda agricola media: 6 ha

year/costs  
anno/costi

raw materials materie prime	-3.700 €
utilities utilenze	-4.200 €
salaries salari	-60.000 €
<b>TOTAL TOTALE</b>	<b>+67.900 €</b>

sell vendita	+75.000 €
<b>TOTAL TOTALE</b>	<b>+75.000 €</b>

sell vendita	+85.000 €
production for the transformation produzione per la trasformazione	+15.000 €
pruning waste resti di potatura	+500 €
<b>TOTAL TOTALE</b>	<b>+100.500 €</b>

soil's care cura del territorio	-4.000 €
utilities utilenze	-2.500 €
salaries salari	-60.000 €
<b>TOTAL TOTALE</b>	<b>-66.500 €</b>

**EBT +3.000 €**

**+12.500 € EBT**

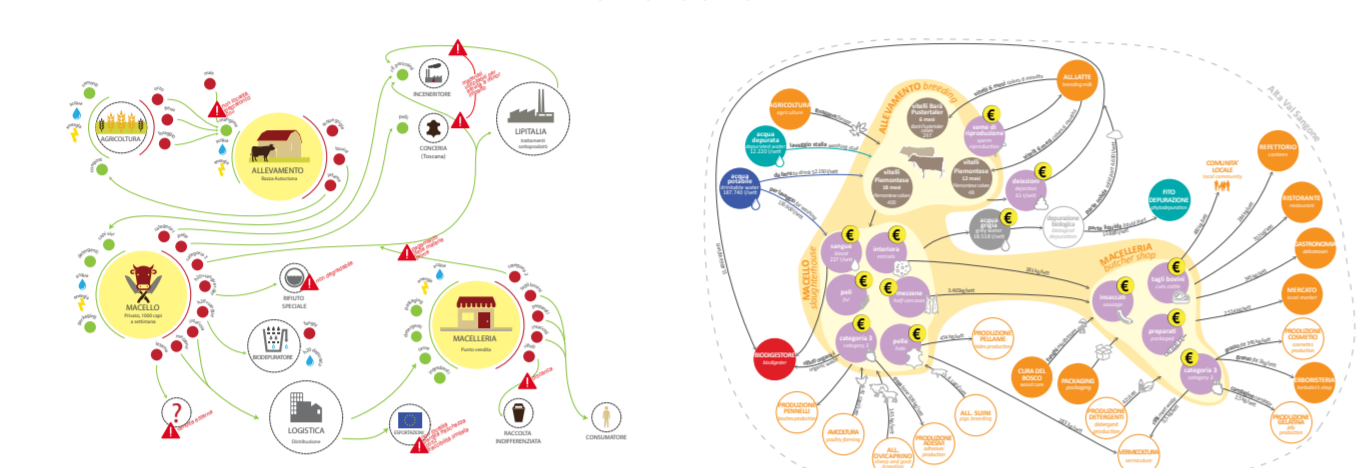
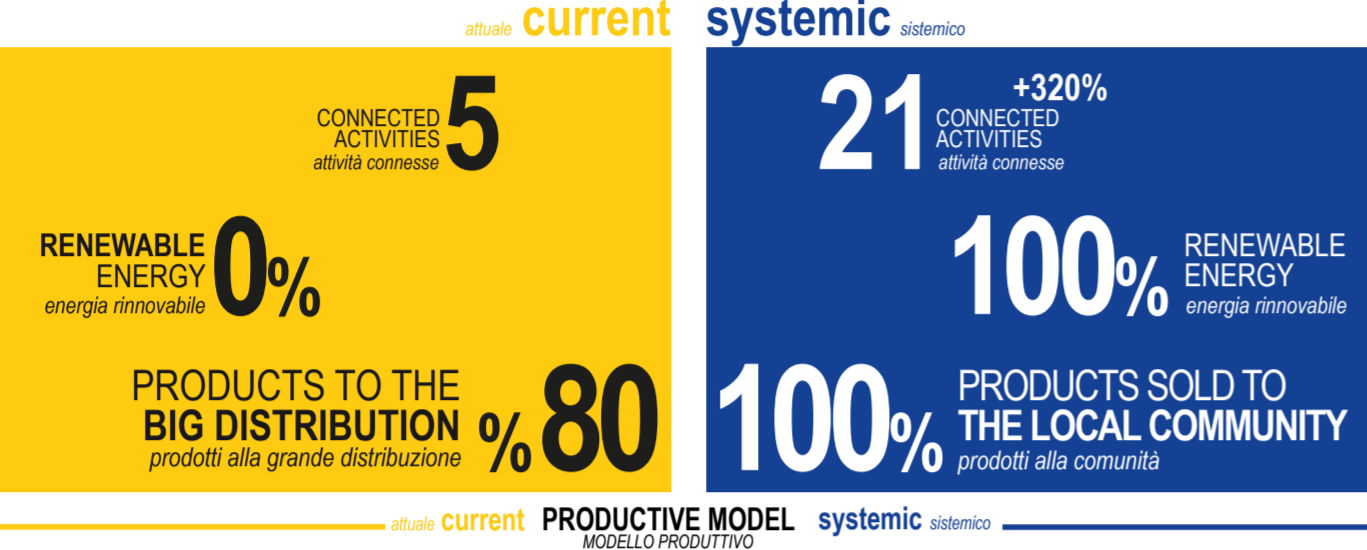
# ACTIVITIES

## COMPARISON IN PRACTICE

### ATTIVITÀ - CONFRONTO APPLICATO

other systems  
altri sistemi

#### MEAT BREEDING, SLAUGHTER HOUSE AND BUTCHER SHOP ALL. CARNE, MACELLO E MACELLERIA



- MOTIVATIONS FOR CHANGE** LEVE PER IL CAMBIAMENTO  
waste to the incinerator  
risks for human health  
low quality products  
use of intensive breeding  
limited control on the production chain
- ADVANTAGES / NEW OPPORTUNITIES** VANTAGGI / NUOVE OPPORTUNITÀ  
generation of energy from biogas  
safety for human health  
local races  
feeds are from the territory  
complete control on production chain

attuale **current** PRODUCTS COMPARISON **systemic** **systemic**  
CONFRONTO DI PRODOTTI

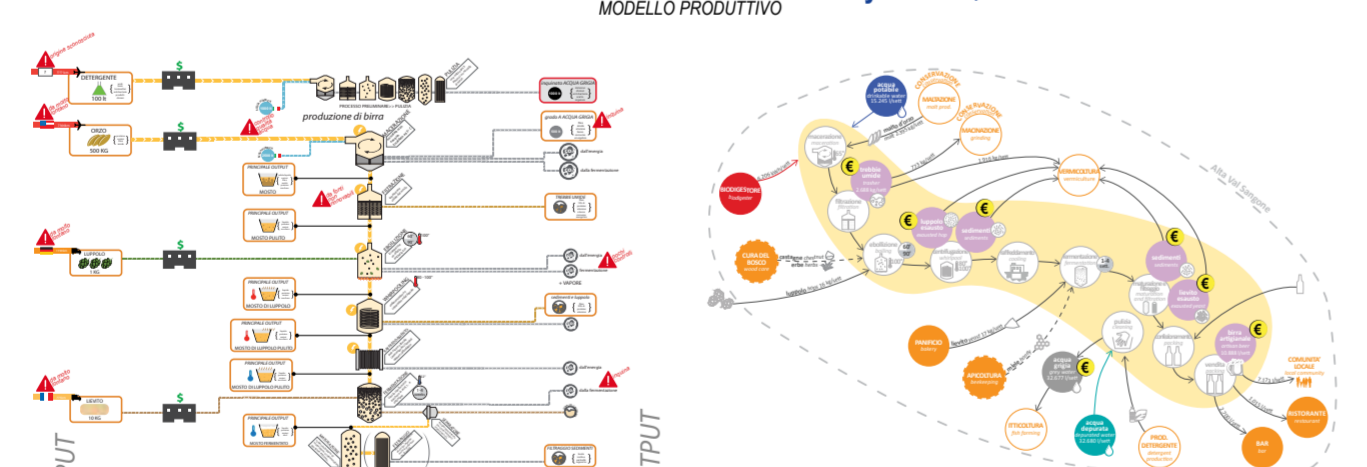
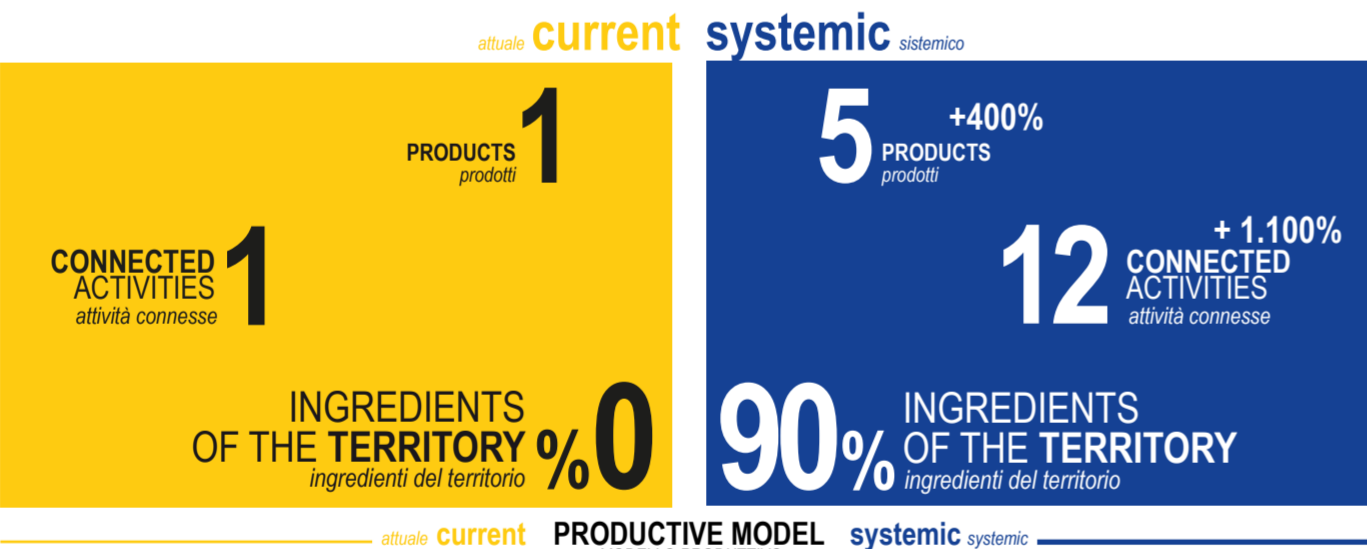


attuale **current** ECONOMICAL COMPARISON **systemic** **systemic**  
CONFRONTO ECONOMICO

medium breeding: 31 animals			medium breeding: 31 animals		
costs/year	yearIncome	income/year	costs/year	yearIncome	income/year
animal feeds: -21.000 €	+105.200 €	meat: +153.500 €	raw materials: -20.000 €	+48.600 €	milk: +18.000 €
energy: -3.500 €		packaging: +14.700 €	by-products: -2.700 €	+54.300 €	cheese: +45.000 €
gas: -20.000 €		labor: +900 €	cheese: -2.700 €	+28.500 €	cheese: -1.700 €
water: -20.000 €		energy: +4.100 €	by-products: -10.000 €	+28.500 €	cheese: -4.200 €
transport: -10.000 €		water: +1.900 €	active: -1.670 €	+4.000 €	cheese: +10.400 €
medical costs: -5.000 €		labor: +600 €	labor: -45.000 €	+3.200 €	cheese: +800 €
other: -5.000 €		energy: +12.200 €	labor: -13.100 €	+4.200 €	cheese: -40.800 €
TOTAL: -90.100 €	+105.200 €	TOTAL: -194.400 €	TOTAL: -112.320 €	+142.800 €	TOTAL: -159.900 €

**EBT +8.500 €**    **+37.000 €**    **EBT**

#### BREWERY BIRRIFICIO



- MOTIVATIONS FOR CHANGE** LEVE PER IL CAMBIAMENTO  
raw materials from large industrial production  
long supply chain and main dealers  
low standards of quality  
weak relationship with the territory  
out of social development context
- ADVANTAGES / NEW OPPORTUNITIES** VANTAGGI / NUOVE OPPORTUNITÀ  
ingredients from the territory  
fair trade and job  
beer's best quality and low CO2 emissions  
enhancement of some territory's characteristics  
cultural enhancement

attuale **current** PRODUCTS COMPARISON **systemic** **systemic**  
CONFRONTO TRA I PRODOTTI

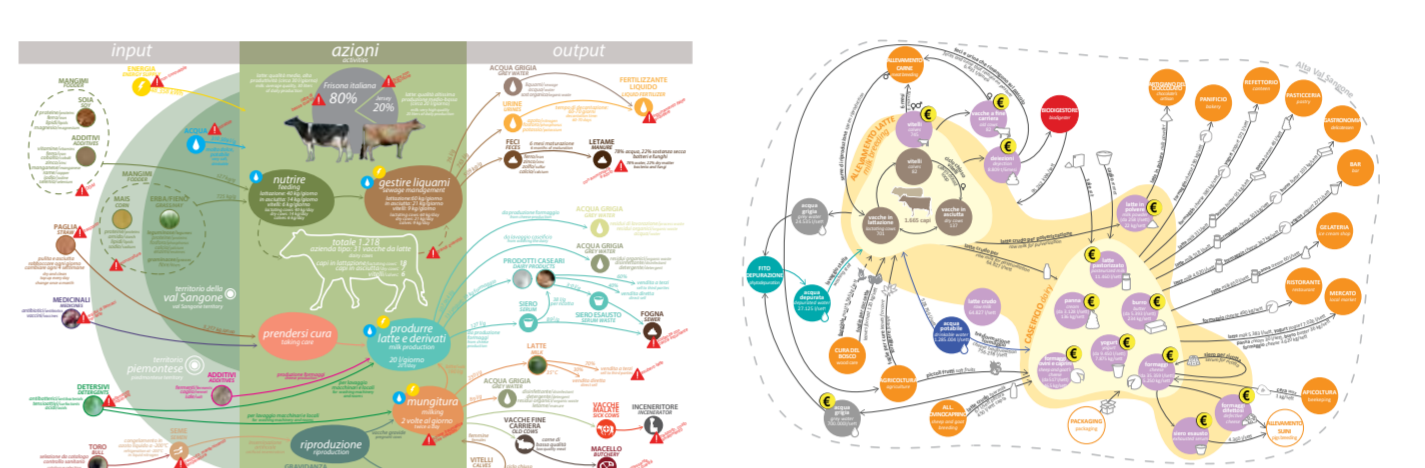
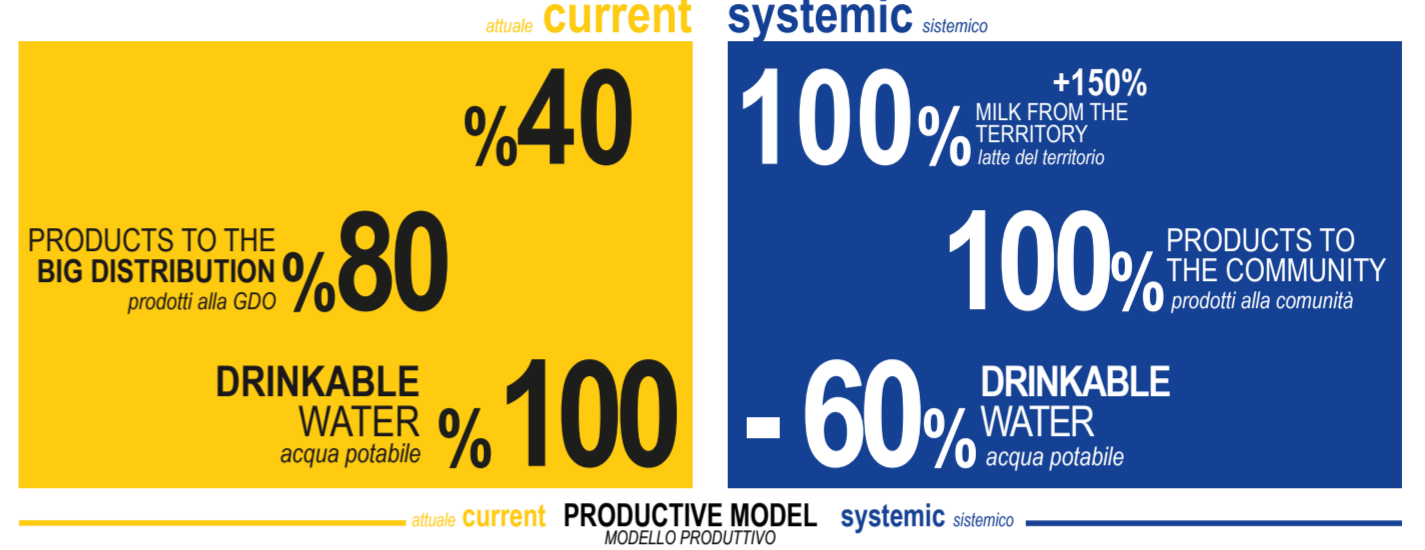


attuale **current** ECONOMICAL COMPARISON **systemic** **systemic**  
CONFRONTO ECONOMICO

medium brewery: 72.000 l/y			medium brewery: 72.000 l/y		
costs/year	yearIncome	income/year	costs/year	yearIncome	income/year
raw materials: -75.000 €	+324.000 €	beer: +360.000 €	raw materials: -75.000 €	+48.600 €	milk: +18.000 €
energy: -20.000 €		labor: +16.000 €	by-products: -2.700 €	+54.300 €	cheese: +45.000 €
gas: -7.500 €		energy: +15.000 €	cheese: -2.700 €	+28.500 €	cheese: -1.700 €
water: -120.000 €		water: +1.900 €	by-products: -10.000 €	+28.500 €	cheese: -4.200 €
transport: -16.900 €		labor: +600 €	active: -1.670 €	+4.000 €	cheese: +10.400 €
medical costs: -10.000 €		energy: +12.200 €	labor: -45.000 €	+3.200 €	cheese: +800 €
other: -5.000 €		energy: +12.200 €	labor: -13.100 €	+4.200 €	cheese: -40.800 €
TOTAL: -273.600 €	+324.000 €	TOTAL: +381.000 €	TOTAL: -283.700 €	+142.800 €	TOTAL: -159.900 €

**EBT +20.000 €**    **+63.000 €**    **EBT**

#### MILK BREEDING AND DAIRY ALL. LATTE E CASEIFICIO



- MOTIVATIONS FOR CHANGE** LEVE PER IL CAMBIAMENTO  
using a big quantity of drinkable water  
use of intensive breeding  
use of foreign animal races  
use of chemical products of synthesis  
poor relationship between the breeding and dairy
- ADVANTAGES / NEW OPPORTUNITIES** VANTAGGI / NUOVE OPPORTUNITÀ  
use of phytodepurated water  
use of free stabulation and pasture  
use of local animal races  
use of feeds from the territory  
the breeding is integrated in the dairy

attuale **current** PRODUCTS COMPARISON **systemic** **systemic**  
CONFRONTO DI PRODOTTI



attuale **current** ECONOMICAL COMPARISON **systemic** **systemic**  
CONFRONTO ECONOMICO

medium breeding: 31 animals			medium breeding: 31 animals		
costs/year	yearIncome	income/year	costs/year	yearIncome	income/year
raw materials: -39.500 €	+105.200 €	meat: +153.500 €	raw materials: -20.000 €	+48.600 €	milk: +18.000 €
energy: -3.500 €		packaging: +14.700 €	by-products: -2.700 €	+54.300 €	cheese: +45.000 €
gas: -20.000 €		labor: +900 €	cheese: -2.700 €	+28.500 €	cheese: -1.700 €
water: -20.000 €		energy: +4.100 €	by-products: -10.000 €	+28.500 €	cheese: -4.200 €
transport: -10.000 €		water: +1.900 €	active: -1.670 €	+4.000 €	cheese: +10.400 €
medical costs: -5.000 €		labor: +600 €	labor: -45.000 €	+3.200 €	cheese: +800 €
other: -5.000 €		energy: +12.200 €	labor: -13.100 €	+4.200 €	cheese: -40.800 €
TOTAL: -90.100 €	+105.200 €	TOTAL: -194.400 €	TOTAL: -112.320 €	+142.800 €	TOTAL: -159.900 €

**EBT +8.500 €**    **+37.000 €**    **EBT**

# case studies

## casi studio

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.

*L'attuale modello di economia, produzione e consumo privilegia le risorse provenienti da paesi lontani: i luoghi in cui viviamo sono pertanto solo marginalmente valorizzati pur avendo grandi potenzialità.*

*Le tavole sul design sistemico applicato nell'area dell'Alta Val Sangone e nella prima e seconda cintura di Torino, restituiscono l'attività di ricerca del DAD- Politecnico di Torino e mostrano un esempio di "Sistema di Sistemi". Dal focus sul solo prodotto si passa all'analisi dei flussi che generano i vari processi: nasce un nuovo sistema basato su una serie di attività produttive che collegate tra loro ne generano altre migliorando la qualità generale del sistema stesso.*

# RESEARCH FIELD

## HIGH SANGONE VALLEY

### A. VAL SANGONE - CONTESTO



Morphology of High Sangone Valley's area  
Morfologia del territorio dell'Alta Val Sangone

## climate and territorial data

*dati climatici e del territorio*

**Surface 140 km<sup>2</sup>**  
*Superficie 140 km<sup>2</sup>*



**Average annual temperature 10/12°C**  
*Temperatura media annuale 10/12°C*

**Altitude 403-506 m a.l.s.**  
*Altitudine 403-506 m s.l.m.*



**Average annual rainfall 1.000 mm**  
*Precipitazioni medie annuali 1.000 mmm*

**Population 21.000 inhabitants**  
*Popolazione 21.000 abitanti*



**Average annual hours of sunshine in 1.690 h**  
*Media annuale ore di sole 1.690 h*

**Sangone stream flow 4,6 m /s**  
*Potenza del Torrente Sangone 4,6 m /s*



**Average annual wind 4 km/h**  
*Media annuale velocità del vento 4 km/h*

## municipality

*comuni*



### GIAVENO

**Inhabitants 16.747**

**Surface 71 km<sup>2</sup>**  
*Superficie*

**Altitude 506 m s.l.m.**  
*Altitudine*

**UAA Utilized Agricultural Area 2.047 ha**  
*SAU Superficie Agricola Utilizzata*

### COAZZE

**Inhabitants 3.339**  
*Abitanti*

**Surface 56 km<sup>2</sup>**  
*Superficie*

**Altitude 750 m**  
*Altitudine*

**UAA Utilized Agricultural Area 266 ha**  
*SAU Superficie Agricola Utilizzata*

### VALGIOIE

**Inhabitants 952**  
*Abitanti*

**Surface 9 km<sup>2</sup>**  
*Superficie*

**Altitude 870 m**  
*Altitudine*

**UAA Utilized Agricultural Area 12 ha**  
*SAU Superficie Agricola Utilizzata*

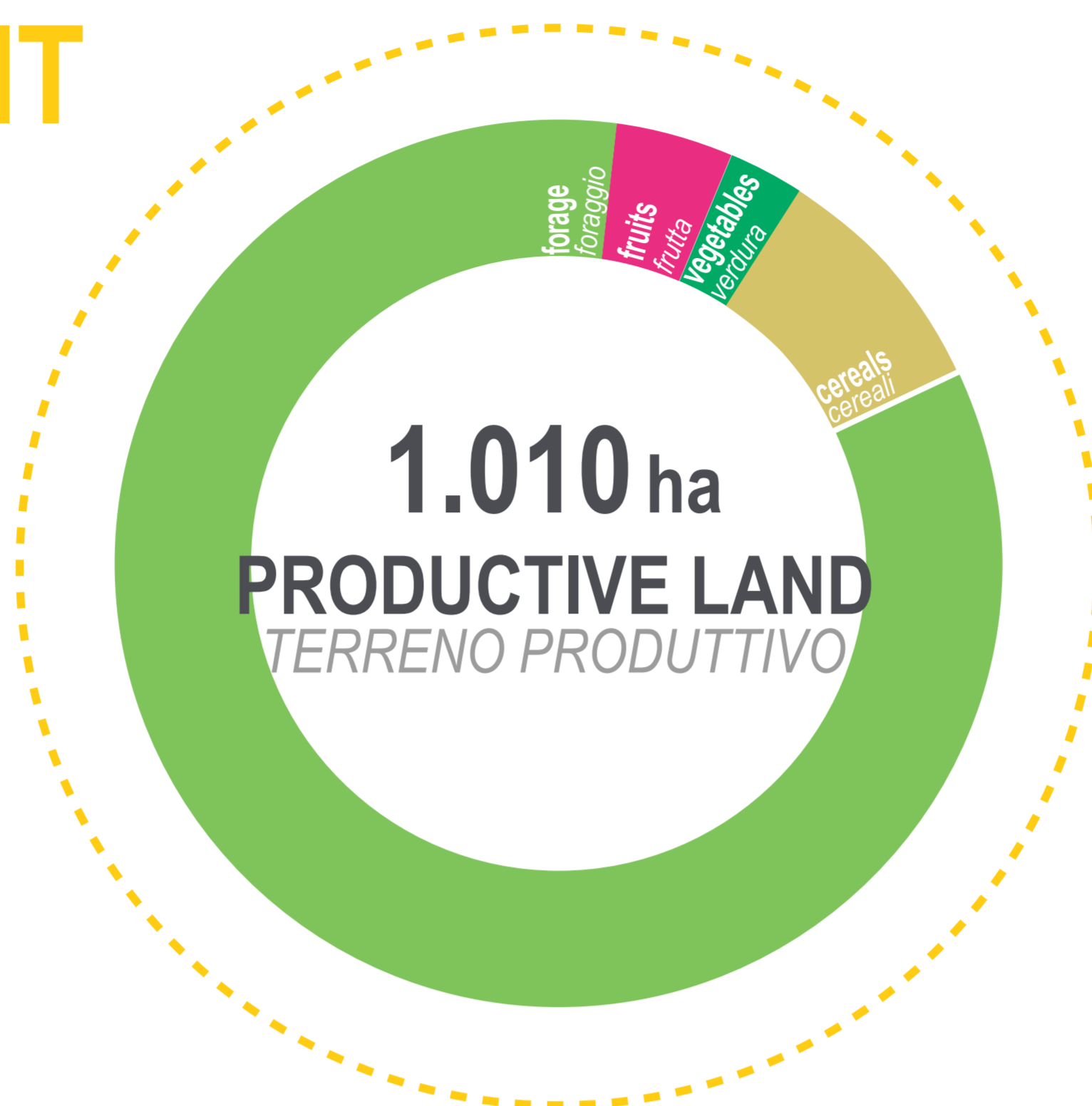
# TERRITORY USE

## HIGH SANGONE VALLEY

### A. VAL SANGONE - USO DEL TERRITORIO

## CURRENT

**U.U.A.**  
Utilized Agricultural Area  
Superficie Agricola Utilizzata  
**5.481 ha**



**unbalanced**  
sbilanciamento

Morphology of High Sangone Valley's area  
Morfologia del territorio dell'Alta Val Sangone

## territorial resources\*

risorse del territorio

\*percentage in reference to the needs of the citizens  
\*percentuale calcolata rispetto al fabbisogno degli abitanti

### agricultural products dall'agricoltura

**30%**  
vegetables  
verdura

**30%**  
fruits  
frutta

**70%**  
berries  
piccoli frutti

**0%**  
pasta/rice  
pasta/riso

**5%**  
bread  
pane

**0%**  
legumes  
legumi

### breeding products dall'allevamento

**5%**  
cow meat  
carne bovina

**5%**  
eggs  
uova

**2%**  
poultry meat  
carne avicola

**10%**  
milk  
latte

**0%**  
pork meat  
carne suina

**10%**  
dairy products  
latticini

### woodland products dal bosco

**100%**  
mushroom  
funghi

**100%**  
chestnuts  
castagne

### others altri

**70%**  
honey  
miele

**10%**  
sweets  
dolci

**0%**  
fish  
pesce

**-81%**  
**USE OF DRINKABLE WATER**  
USO DI ACQUA POTABILE

**10%**  
autoproduced  
autoprodotta  
**PRODUCTION OF ENERGY POWER**  
PRODUZIONE DI ENERGIA ELETTRICA  
**90% imported** importata

**not valorized**  
**POTENTIALITIES**  
POTENZIALITÀ non valorizzate

# TERRITORY USE

## HIGH SANGONE VALLEY

### A. VAL SANGONE - USO DEL TERRITORIO

## SYSTEMIC

**U.U.A.**  
Utilized Agricultural Area  
Superficie Agricola Utilizzata  
**2.644 ha**



**balanced**  
bilanciamento

Redefining of agricultural land use  
and differentiation of cultures  
Ridefinizione dell'utilizzo della superficie  
agricola e differenziazione delle culture

## territorial resources\*

risorse del territorio

\*percentage in reference to the needs of the citizens  
\*percentuale calcolata rispetto al fabbisogno degli abitanti

**agricultural products**  
dall'agricoltura

**100%**  
vegetables  
verdura

**100%**  
berries  
piccoli frutti

**100%**  
bread  
pane

**100%**  
fruits  
frutta

**0%**  
pasta/rice  
pasta/riso

**100%**  
legumes  
legumi

**breeding products**  
dall'allevamento

**100%**  
cow meat  
carne bovina

**5%**  
poultry meat  
carne avicola

**15%**  
pork meat  
carne suina

**20%**  
eggs  
uova

**100%**  
milk  
latte

**100%**  
dairy products  
latticini

**woodland products**  
dal bosco

**100%**  
mushroom  
funghi

**100%**  
chestnuts  
castagne

**others**  
altri

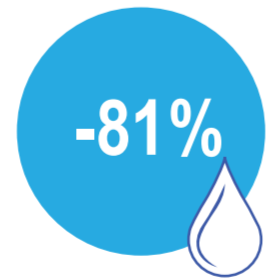
**100%**  
honey  
miele

**60%**  
sweets  
dolci

**30%**  
fish  
pesce



**USE OF PURIFIED WATER**  
USO DI ACQUA DEPURATA  
from phytodepuration  
da fitodepurazione



**-81%** **USE OF DRINKABLE WATER**  
USO DI ACQUA POTABILE



**100% autoproducted** **PRODUCTION OF ENERGY POWER**  
PRODUZIONE DI ENERGIA ELETTRICA  
**75% solar** solare  
**7% hydro** idroelettrica  
**18% biodigester** biodigestore

**surplus energy**  
energia  
**+ 18%**

**valorized**  
**POTENTIALITIES**  
POTENZIALITÀ valorizzate

# THE SYSTEM OF SYSTEMS HIGH SANGONE VALLEY

A. VAL SANGONE - IL SISTEMA DEI SISTEMI

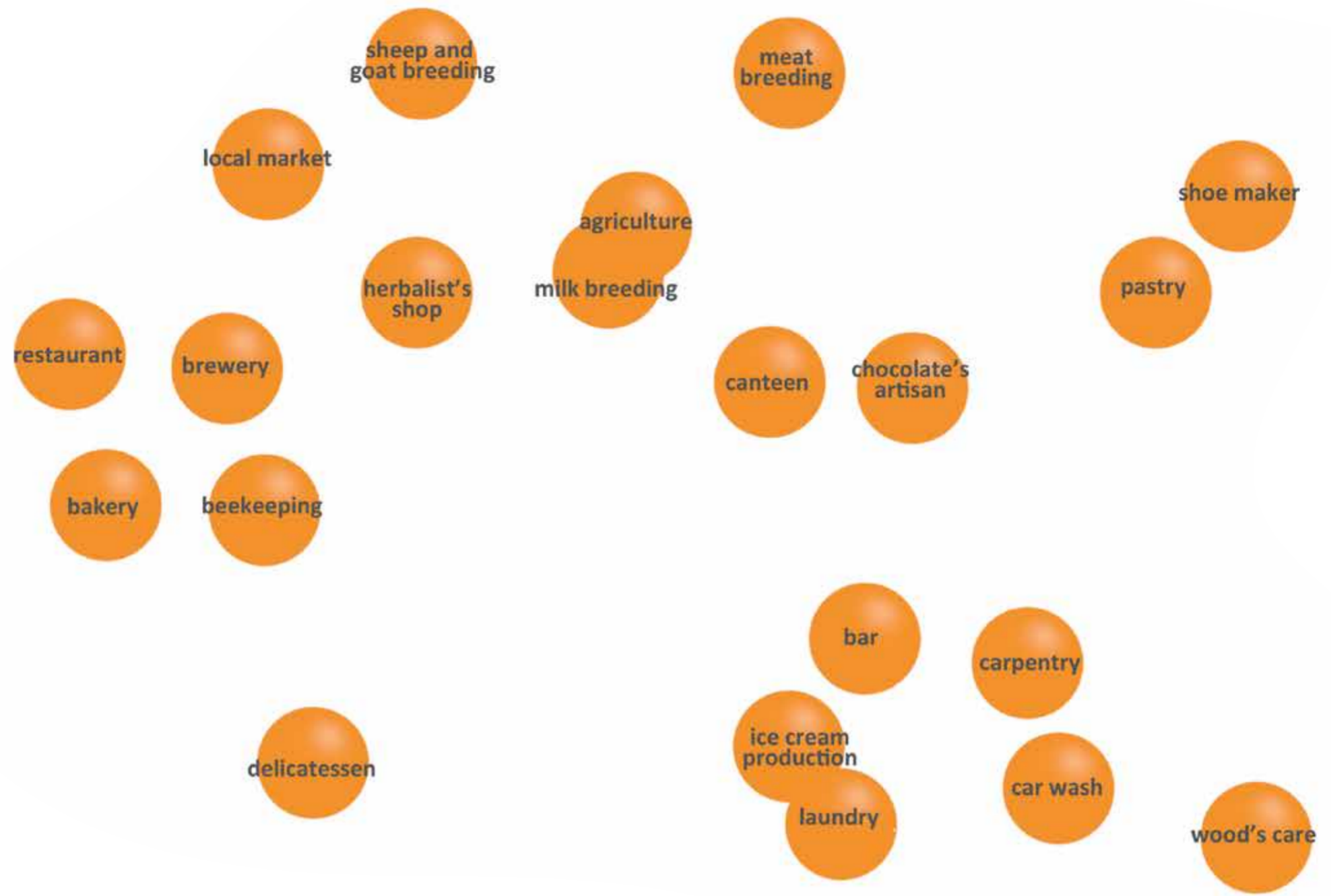
## single activities

*singole attività*

24

analyzed activities

*attività analizzate*



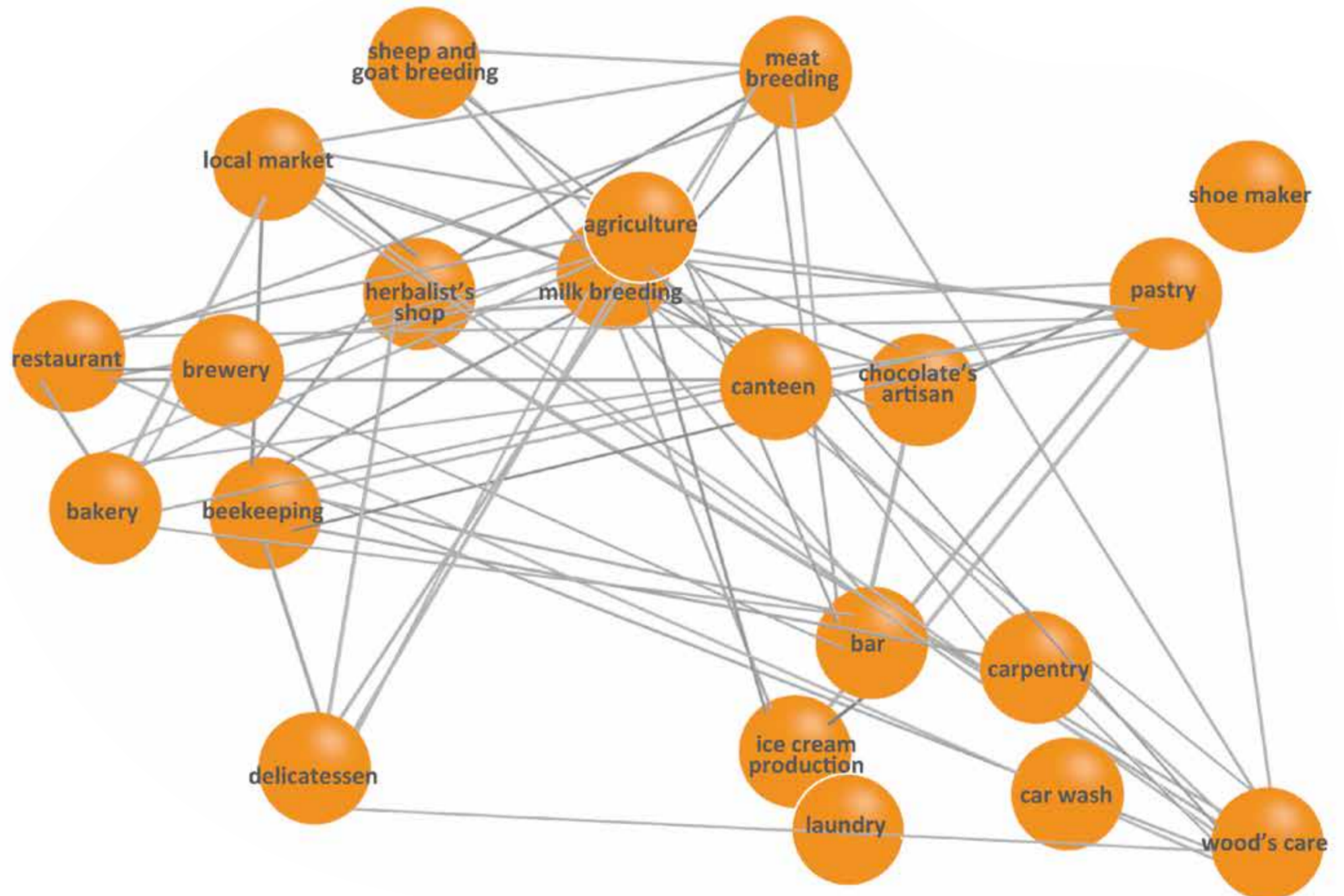
## related activities

*attività relazionate*

24

analyzed activities  
interrelated

*attività analizzate relazionate*



## the whole system with generated activities

*sistema complessivo con le attività generate*

24

analyzed activities

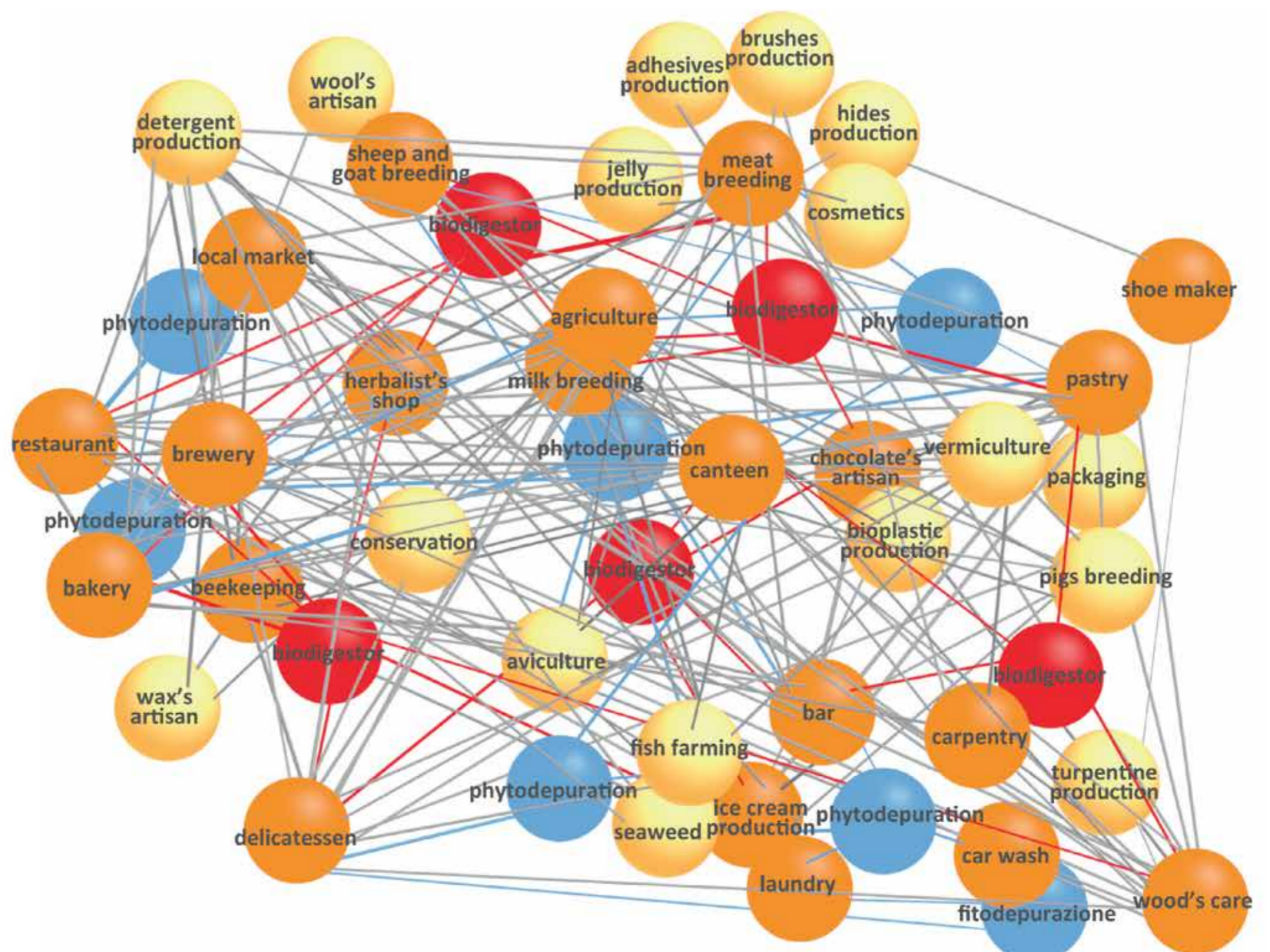
*attività analizzate*

+

26

new activities

*nuove attività generate*

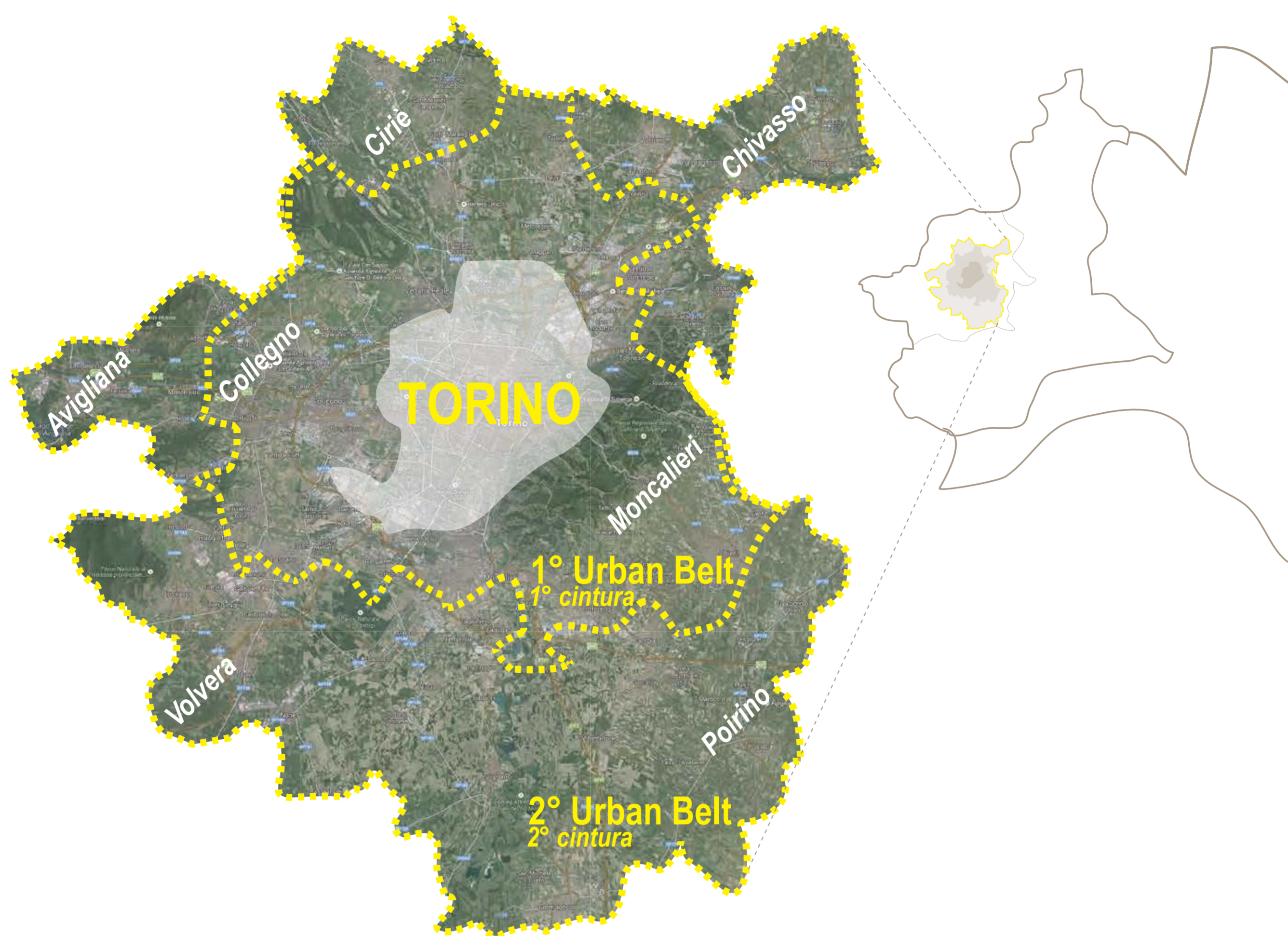




# RESEARCH FIELD

## TORINO, 1<sup>a</sup>-2<sup>a</sup> URBAN BELT

### TO., 1<sup>a</sup>-2<sup>a</sup> CINTURA - CONTESTO



#### climate and territorial data

*dati climatici e del territorio*

**Surface 1.347 km<sup>2</sup>**  
*Superficie*



**Annual temperature 0°-28°C**  
*Temperatura media annuale xx°C*

**UAA Utilized Agricultural Area 60.000 ha**  
*SAU Superficie Agricola Utilizzata*



**Average annual rainfall 833 mm**  
*Precipitazioni medie annuali xx mmm*

**Population 1.800.000 inhabitants**  
*Popolazione xx abitanti*



**Average annual hours of sunshine in xx h**  
*Media annuale ore di sole xx h*

**Municipalities 53**  
*Comuni*



**Average annual wind 6 m/s**  
*Media annuale velocità del vento xxkm/h*

#### municipality

*comuni*



#### TORINO

**Inhabitants 890.000**  
*Abitanti*

#### 1° URBAN BELT

**Inhabitants 600.149**  
*Abitanti*

Alpignano, Baldissero To., Beinasco, Borgaro To., Cambiano, Caselle To., Chieri, Collegno, Druento, Grugliasco, Leini, Moncalieri, Nichelino, Orbassano, Pecetto t., Pianezza, Pino To., Rivalta di To., Rivoli, S. Mauro To., Settimo To., Trofarello, Venaria

#### 2° URBAN BELT

**Inhabitants 270.100**  
*Abitanti*

Airasca, Avigliana, Brandizzo, Bruino, Buttigliera Alta, Candiolo, Carignano, Carmagnola, Caselle To., Costigliole To., Chivasso, Cirie, Gassino To., La Loggia, None, Piobesi To., Piossasco, Poirino, Riva presso Chieri, Rossomanero, Rosta, S. Francesco al campo, S. Maurizio canavese, Santena, Villarbasse, Vinovo, Volpiano, Volvera.





# TERRITORY OUTCOMES SYSTEMIC DESIGN

## RICADUTE SUL TERRITORIO - DESIGN SISTEMICO

Si genera una solida microeconomia locale che garantisce nuovi posti di lavoro e benefici diretti sulla società civile. La distribuzione delle merci avviene a livello locale riducendo drasticamente l'impatto della logistica: ne deriva una valorizzazione del turismo, anche di tipo enogastronomico. In uno scenario di questo tipo gli abitanti acquisiscono la consapevolezza di appartenere a un sistema e a un territorio con una precisa identità. A livello sociale si genera un benessere percepibile, una coscienza del valore e dell'effetto delle proprie azioni sulla comunità e sull'ambiente. Questa proposta vede quindi un miglioramento della qualità dei prodotti e una riscoperta del know-how artigianale locale con ricadute dirette sul territorio e sulla qualità della vita dei cittadini.

*Si genera una solida microeconomia locale che garantisce nuovi posti di lavoro e benefici diretti sulla società civile.*

*La distribuzione delle merci avviene a livello locale riducendo drasticamente l'impatto della logistica: ne deriva una valorizzazione del turismo, anche di tipo enogastronomico.*

*In uno scenario di questo tipo gli abitanti acquisiscono la consapevolezza di appartenere a un sistema e a un territorio con una precisa identità. A livello sociale si genera un benessere percepibile, una coscienza del valore e dell'effetto delle proprie azioni sulla comunità e sull'ambiente.*

*Questa proposta vede quindi un miglioramento della qualità dei prodotti e una riscoperta del know-how artigianale locale con ricadute dirette sul territorio e sulla qualità della vita dei cittadini.*



**strong identity**

*forte identità*

**exploitation of local resources**

*valorizzazione risorse locali*

**tourism and agritourism**

*turismo e agriturismo*



**aware**

*consapevole*

**happy**

*felice*

**health and well-being**

*salute e benessere*



**local know-how**

*saper fare locale*



**local distribution**

*distribuzione locale*

**short distances**

*piccoli spostamenti*



**robust**

*solida*

**local micro-economy**

*microeconomia locale*

**new jobs**

*nuovi posti di lavoro*

# cultural paradigm

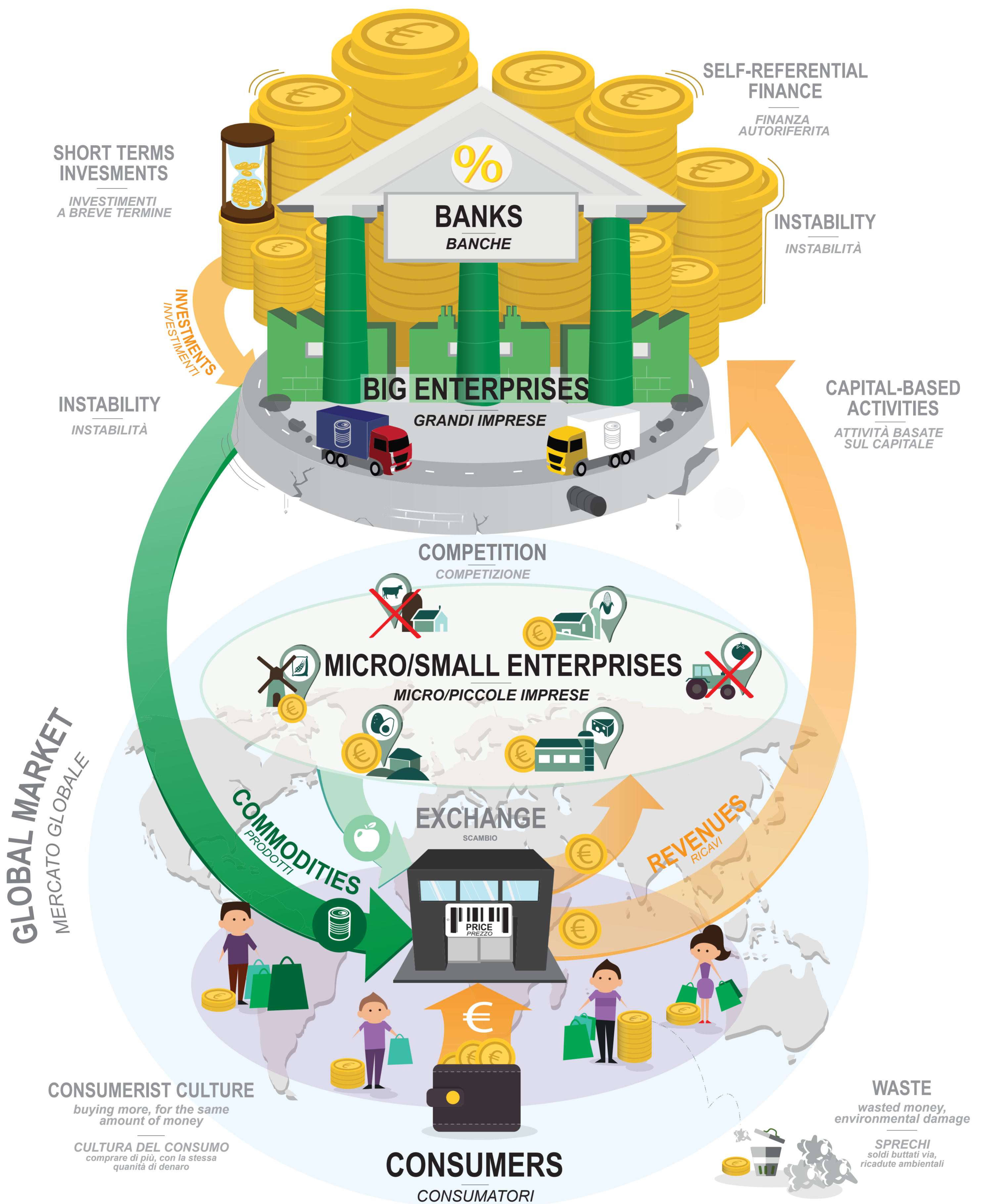
## paradigma culturale

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.

*Il "fare quotidiano" di ciascuno genera conseguenze a vari livelli: alimenta i sistemi produttivi, porta a sviluppare certe tecnologie invece di altre, crea visioni condivise. Può far nascere una cultura, un modo di pensare, di vedere e di fare che si struttura profondamente in leggi e regolamenti adottati in molti contesti, come nella scuola o nel rapporto con l'ambiente. Per restituire la trasformazione dei vari ambiti, dal lineare al sistemico, si è deciso di rappresentare questa complessità descrivendola attraverso l'uso di schemi concettuali grafici, semplici e intuitivi, e nuvole di valori.*

*Il risultato è una sequenza di schemi e immagini che raffrontando la situazione lineare con quella sistemica invita a mettere in discussione la gerarchia attuale dei valori e a riscoprire le potenzialità del territorio in cui viviamo.*

# ECONOMY CURRENT ECONOMIA - ATTUALE



The **Current Economic** system is based on **productive activities** that make **large investments** and generate wealth taking advantage from the difference between the quantities bought and sold. The main objective is to **produce as much as possible** at the **lowest cost**, in order to be competitive in the **global market**. This system favors large and medium-sized enterprises where the decision-making power is in the hand of the **shareholders** who take decisions based on their own revenues thus causing a strongly unbalanced distribution of wealth at the societal level. A **consumerist culture** that pushes society to continuous purchasing and to value customers only according to their purchasing power is promoted. In this context, **banks** prefer to have a privileged relation with large enterprises with which they establish the majority of their relations, while they do not consider the activity of micro and small enterprises that actually produce the majority of national turnover

Il **sistema economico attuale** è basato su **attività produttive** che operano **grandi investimenti** e generano ricchezza sfruttando al massimo la differenza tra costo di acquisto e prezzo di vendita. L'obiettivo principale è quello di **produrre il più possibile al minor costo** per poter essere competitivi sul **mercato globale**. Questo favorisce le grandi e medie imprese nelle quali il potere decisionale è nelle mani degli **azionisti**, i quali decidono in base ai propri proventi, generando così un grande squilibrio nella distribuzione della ricchezza a livello sociale. Si sostiene in questo modo una **cultura del consumo** che spinge la società a un acquisto continuo di merci e a una valutazione dei consumatori solamente sulla base del loro potere di acquisto. In questo scenario le **banche** stabiliscono un rapporto privilegiato con le grandi imprese con le quali instaurano la maggior parte dei loro rapporti, non considerando l'attività di quelle micro e piccole che invece producono la maggioranza del giro d'affari nazionale.

more info



**VALUES**  
VALORI

**GLOBAL MARKET**  
MERCATO GLOBALE

**COMPETITION**  
COMPETIZIONE

**SHORT TERM**  
TEMPI BREVI

**VALUE DETERMINED BY PRICES**  
VALORE STABILITO DAI PREZZI

**CAPITAL**  
CAPITALE

**INSTANT GAIN**  
GUADAGNI IMMEDIATI

**SELF-REFERENTIAL FINANCE**  
FINANZA AUTO-RIFERITA

**INSTABILITY**  
INSTABILITÀ

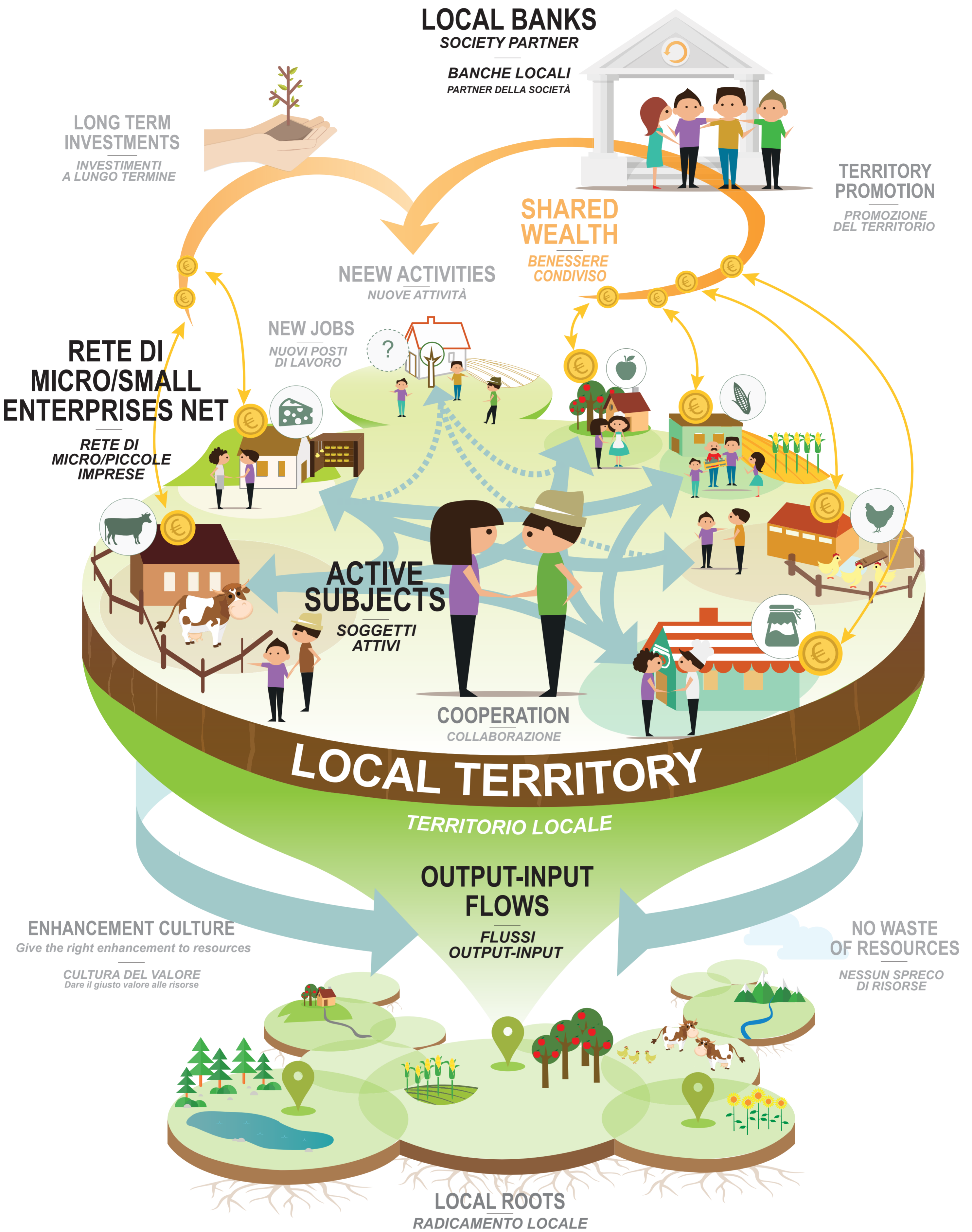
**IMBALANCE OF WEALTH**  
SQUILIBRIO DELLE RICCHEZZA

**RISK**  
RISCHIO

**LESS JOBS**  
PERDITA POSTI DI LAVORO

# ECONOMY SYSTEMIC

## ECONOMIA - SISTEMICA



The systemic economic model is based on the enhancement of the resources and of the cultural identity of a territory. The outputs of some productions become inputs for others: the environmental impact is reduced and new interesting business opportunities and jobs are created. The sharing of common goals and the creation network of micro and small enterprises that work together with local banks, produce resilience for the economic system and well-being for the whole community.

Il modello economico sistemico è basato sulla valorizzazione delle risorse e dell'identità culturale di un territorio. Gli output di alcune produzioni diventano input per altre: si minimizza l'impatto ambientale e si generano interessanti opportunità di business e nuovi posti di lavoro. La condivisione di obiettivi comuni e la creazione di una rete di micro e piccole imprese, che opera insieme alle banche locali, produce resilienza per il sistema economico e benessere per l'intera collettività.

more info



**VALUES**  
VALORI

**LOCAL MARKET**  
MERCATO LOCALE

**COOPERATION**  
COLLABORAZIONE

**FORESIGHT**  
LUNGIMIRANZA

**LOCAL VALUES**  
VALORI LOCALI

**RELATIONS**  
RELAZIONI

**LONG LASTING GAIN**  
GUADAGNI DURATURI

**ETHIC FINANCE**  
FINANZA ETICA

**RESILIENCE**  
RESILIENZA

**DISTRIBUTED WEALTH**  
RICCHEZZA DISTRIBUITA

**SECURITY**  
SICUREZZA

**NEW JOBS**  
NUOVI POSTI DI LAVORO

# CORPORATE MODEL

## CURRENT

### MODELLO SOCIETARIO - ATTUALE

#### CORPORATION

SOCIETÀ DI CAPITALI

#### ONE MAN COMPANY

DITTA INDIVIDUALE

#### COOPERATIVE

COOPERATIVA

##### STRUCTURE

STRUTTURA

##### STRUCTURE

STRUTTURA

##### STRUCTURE

STRUTTURA

##### UPPERMOST CASH COMPONENT

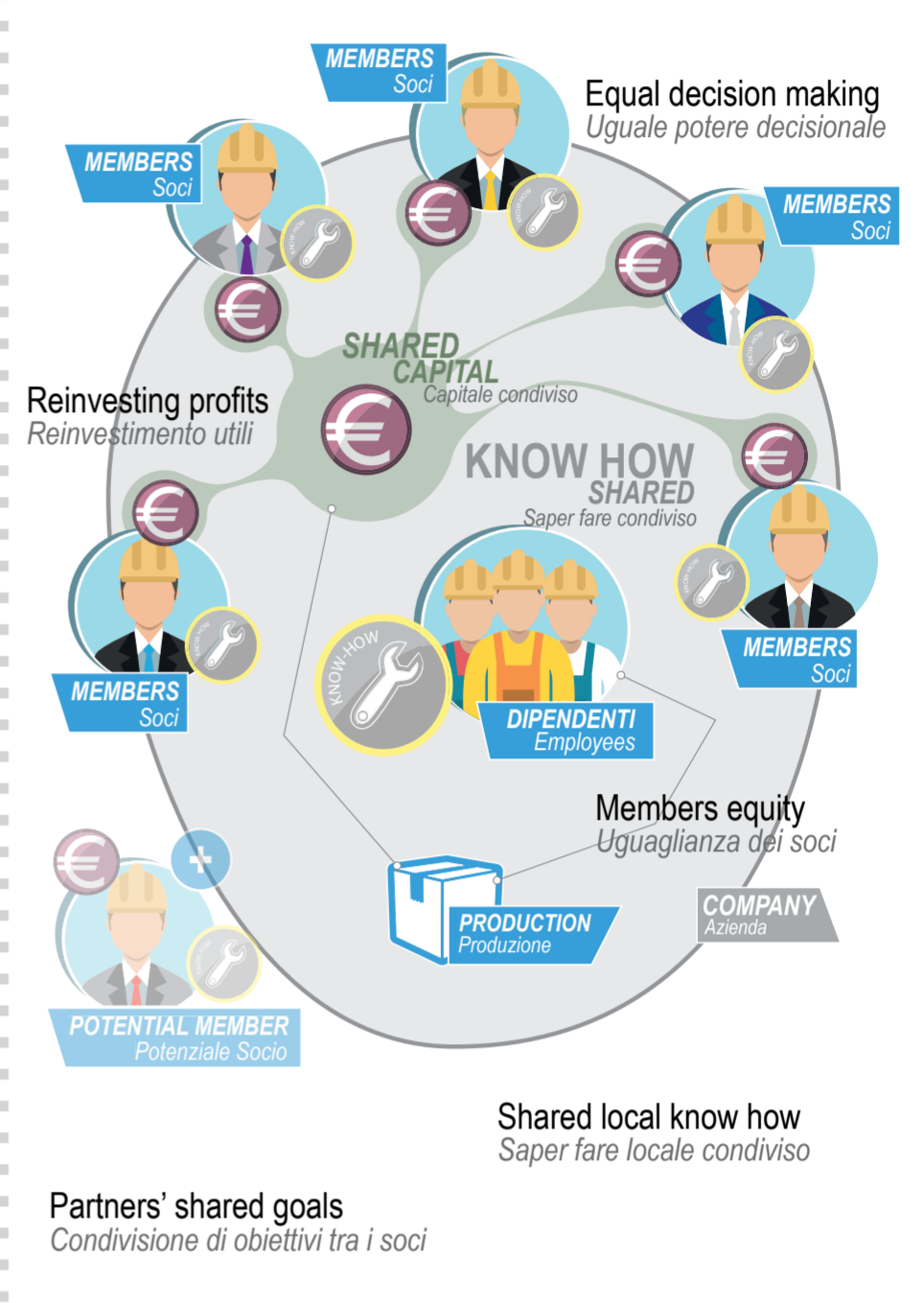
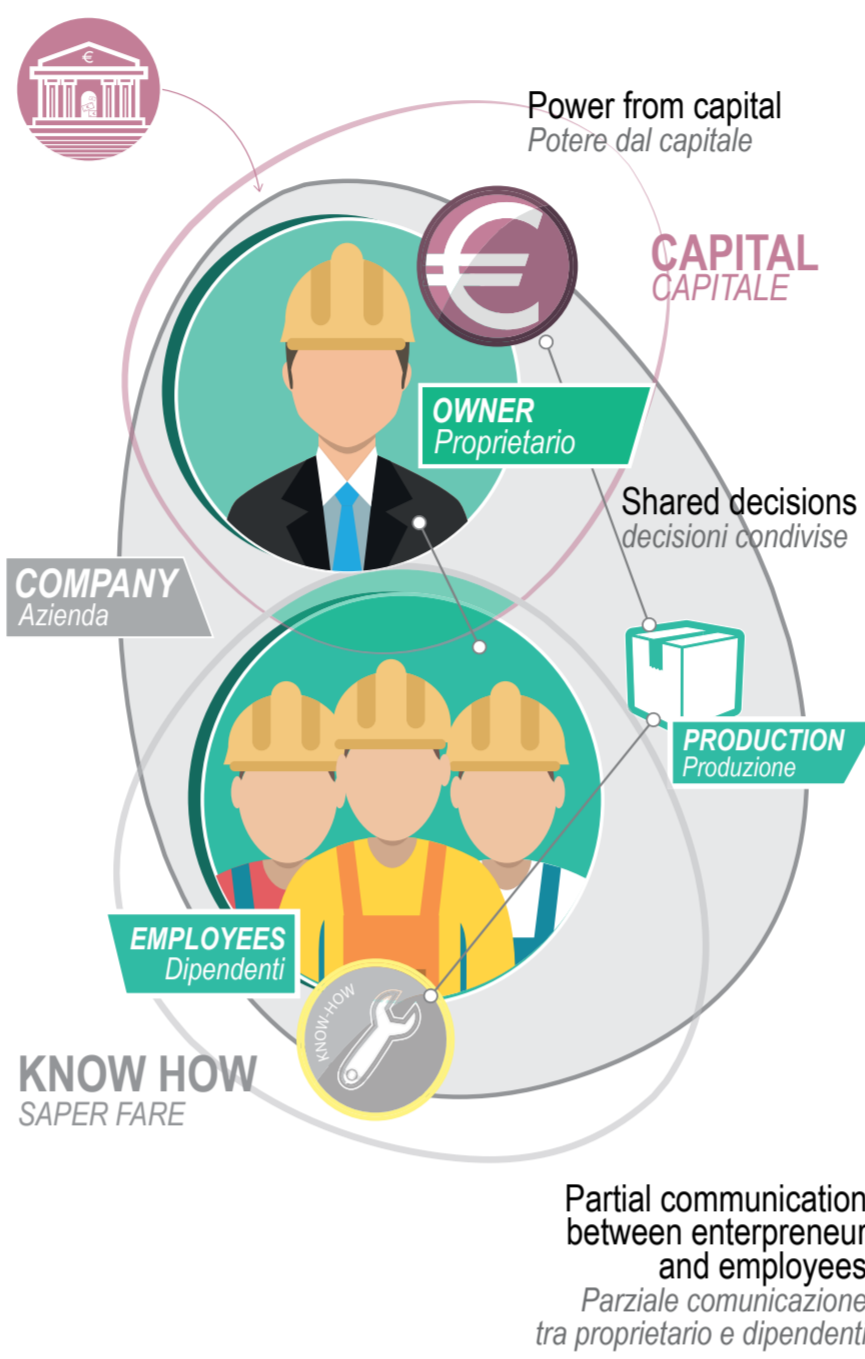
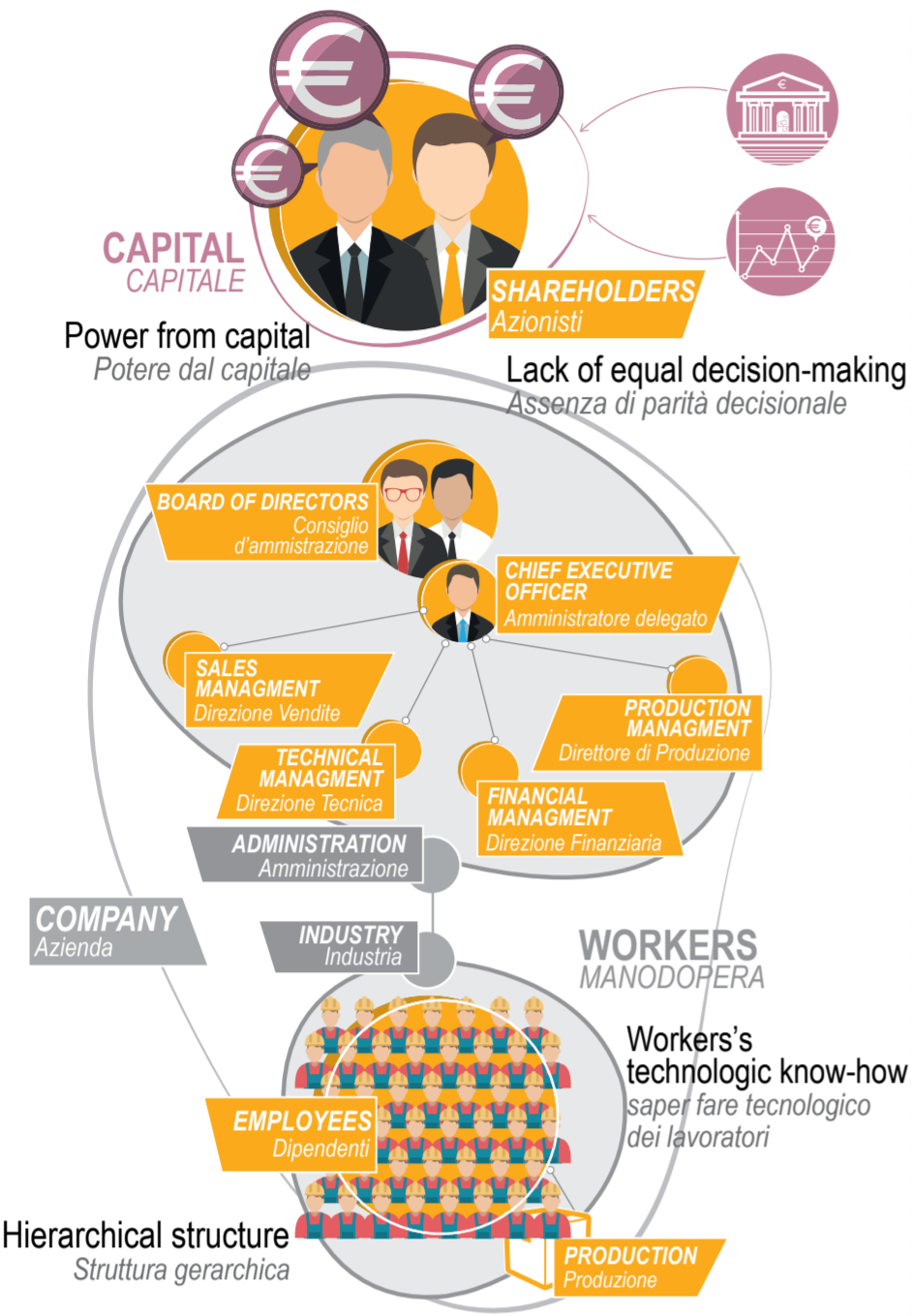
COMPONENTE MONETARIA PREDOMINANTE

##### UPPERMOST CASH COMPONENT

COMPONENTE MONETARIA PREDOMINANTE

##### UPPERMOST CASH COMPONENT

COMPONENTE MONETARIA PREDOMINANTE



##### RELATIONS

RELAZIONI

##### RELATIONS

RELAZIONI

##### RELATIONS

RELAZIONI

##### GLOBAL TERRITORY

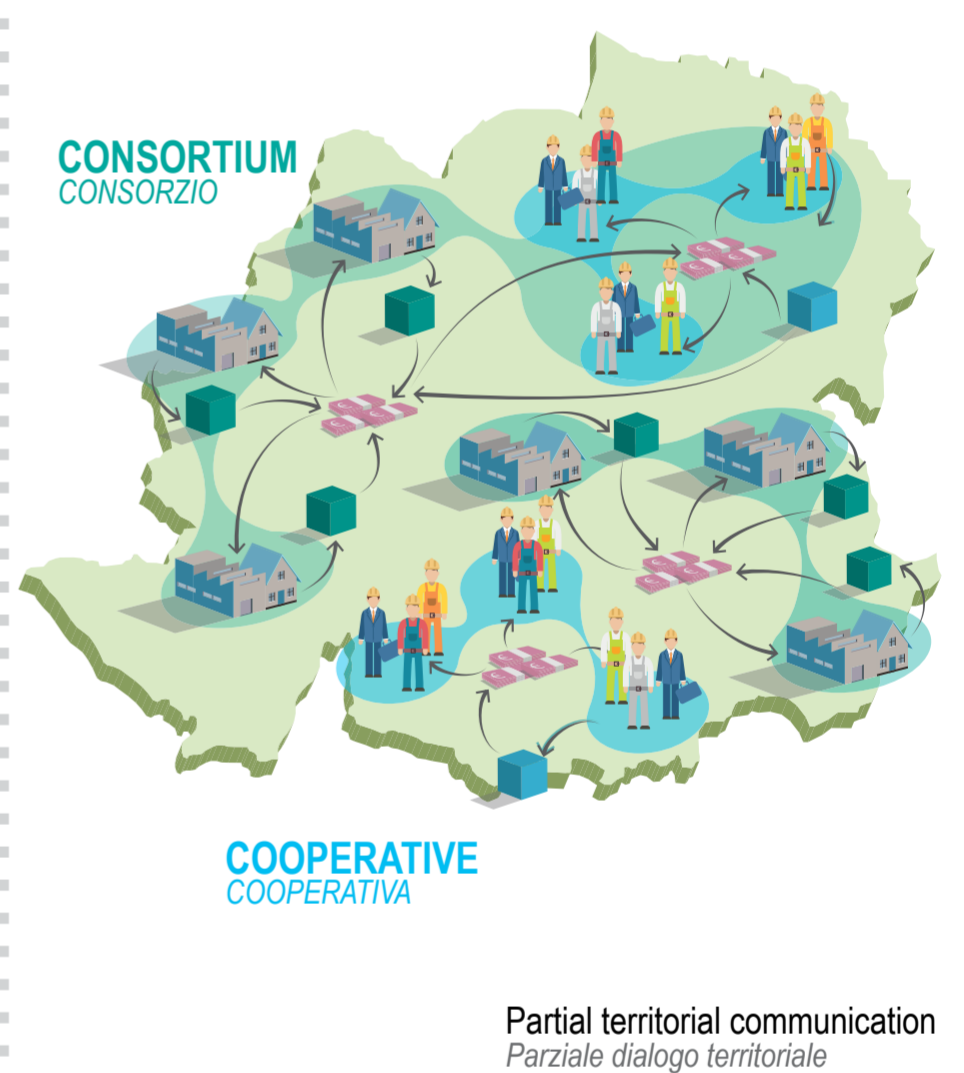
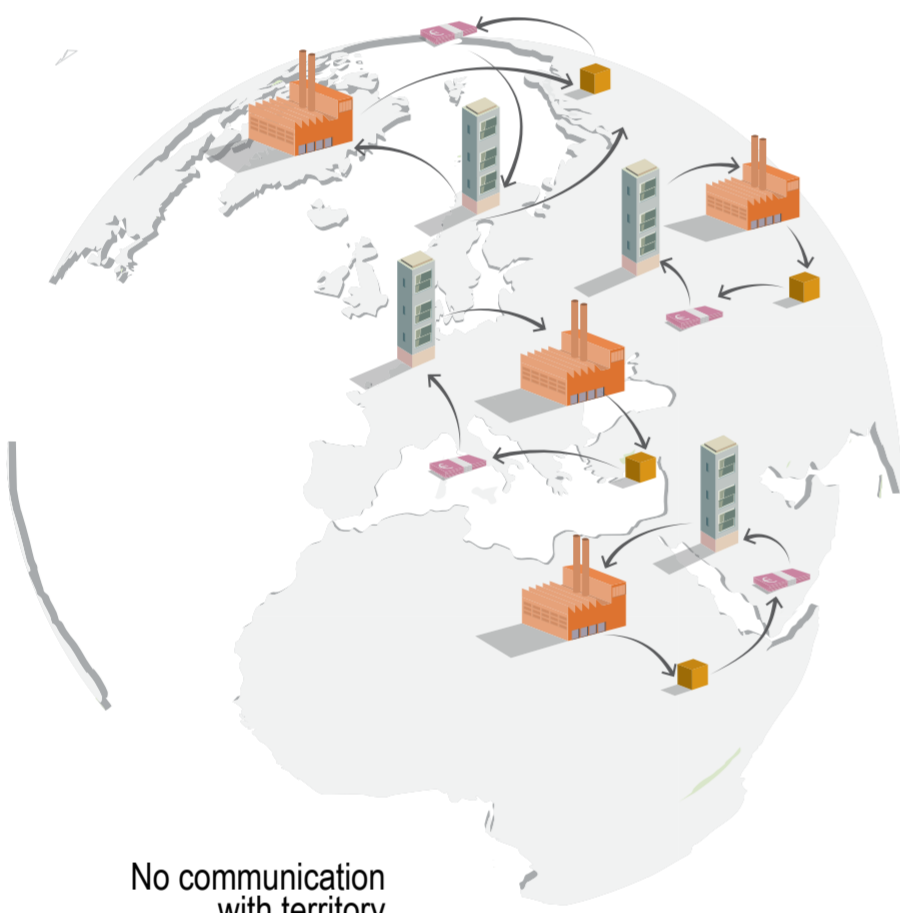
Territorio Globale

##### NATIONAL TERRITORY

Territorio nazionale

##### LOCAL TERRITORY

Territorio locale



To understand the current economic-industrial system it is necessary to know the corporate structure of enterprises (large, medium, small and micro-sized), each with its own history and potentialities. The current structure of **large and medium-sized** enterprises is based on the financial capital and on a strict hierarchy that does not encourage the dialogue between different operating sectors. A **competitive economy** that takes place on a **global level** rather than on the local one where each activity is established is generated. On the other hand, the **cooperative model** is the only one to endorse a monetary and decision-making equity between members, creating a network of collaboration partially connected to the territory.

Per comprendere a fondo il sistema economico-industriale attuale è necessario conoscere l'organizzazione societaria delle aziende (grandi, medie, piccole e micro), ciascuna con la propria storia e le proprie potenzialità. L'assetto attuale delle **grandi e medie aziende** è basato sul capitale finanziario e su una struttura fortemente gerarchica che non favorisce il dialogo tra i vari settori. Si genera un'**economia competitiva** che agisce su un **territorio globale**. Per contro, il modello di tipo **cooperativistico** è l'unico a privilegiare un'equità monetaria e decisionale tra soci generando una rete di collaborazione parzialmente connessa al territorio.

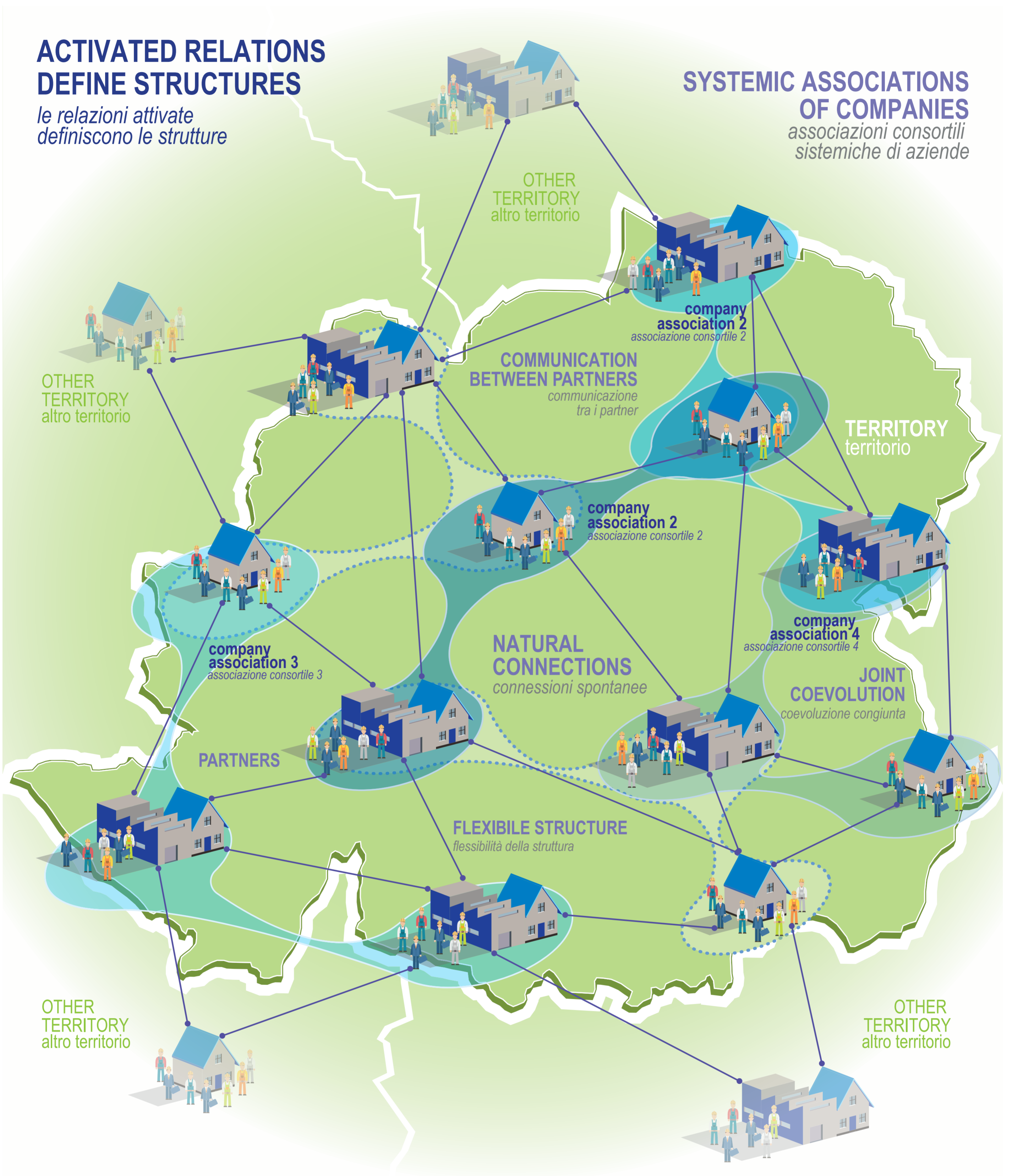
## VALUES

### VALORI



# CORPORATE MODEL SYSTEMIC

MODELLO SOCIETARIO - SISTEMICO



The systemic point of view needs a **new corporate model** focused on the **cooperation** and **local know how** rather than on the capital and on the fragmentation of the internal tasks of the company. A **network of relations between partners** strongly linked with the territory is created: a systemic association of **small and micro enterprises** based on output-input exchange with shared aims, responsibilities and earnings. The **relations activated on the territory** define the structure of the new corporate model and generate an autopoietic system in which connections are established in a spontaneous way creating new activities. The economy generated from the flows that link different small and micro enterprises is local, resilient, able to evolve and easily adapt to the changing of context.

Il punto di vista sistemico presuppone un **nuovo modello societario** che ponga l'accento sulla **cooperazione** e sul **"saper fare" locale** anziché sul capitale e sulla frammentazione delle mansioni interne dell'azienda. Si viene a creare una **rete di relazioni** tra partners fortemente connessa con il territorio: un'associazione sistemica di **piccole e micro aziende** fondata sullo scambio di output-input con obiettivi, responsabilità e utili condivisi. Le **relazioni attivate** sul territorio determinano la struttura del nuovo modello societario e fanno nascere un sistema autopoietico in cui le connessioni si stabiliscono in maniera spontanea generando nuove attività. L'economia ottenuta dai flussi che collegano le diverse imprese micro-piccole è di tipo locale, resiliente, capace di evolversi e adattarsi facilmente ai vari cambiamenti nel contesto.

more info



**VALUES**  
VALORI

**QUALITY**  
QUALITÀ

**LOCAL KNOW HOW**  
SAPER FARE LOCALE

**LOCAL MARKET**  
MERCATO LOCALE

**HUMAN CAPITAL**  
CAPITALE UMANO

**EQUITY**  
EQUITÀ

**COMMUNICATION**  
COMUNICAZIONE

**COOPERATION**  
COLLABORAZIONE

**INTEGRATED SKILLS**  
COMPETENZE INTEGRATE

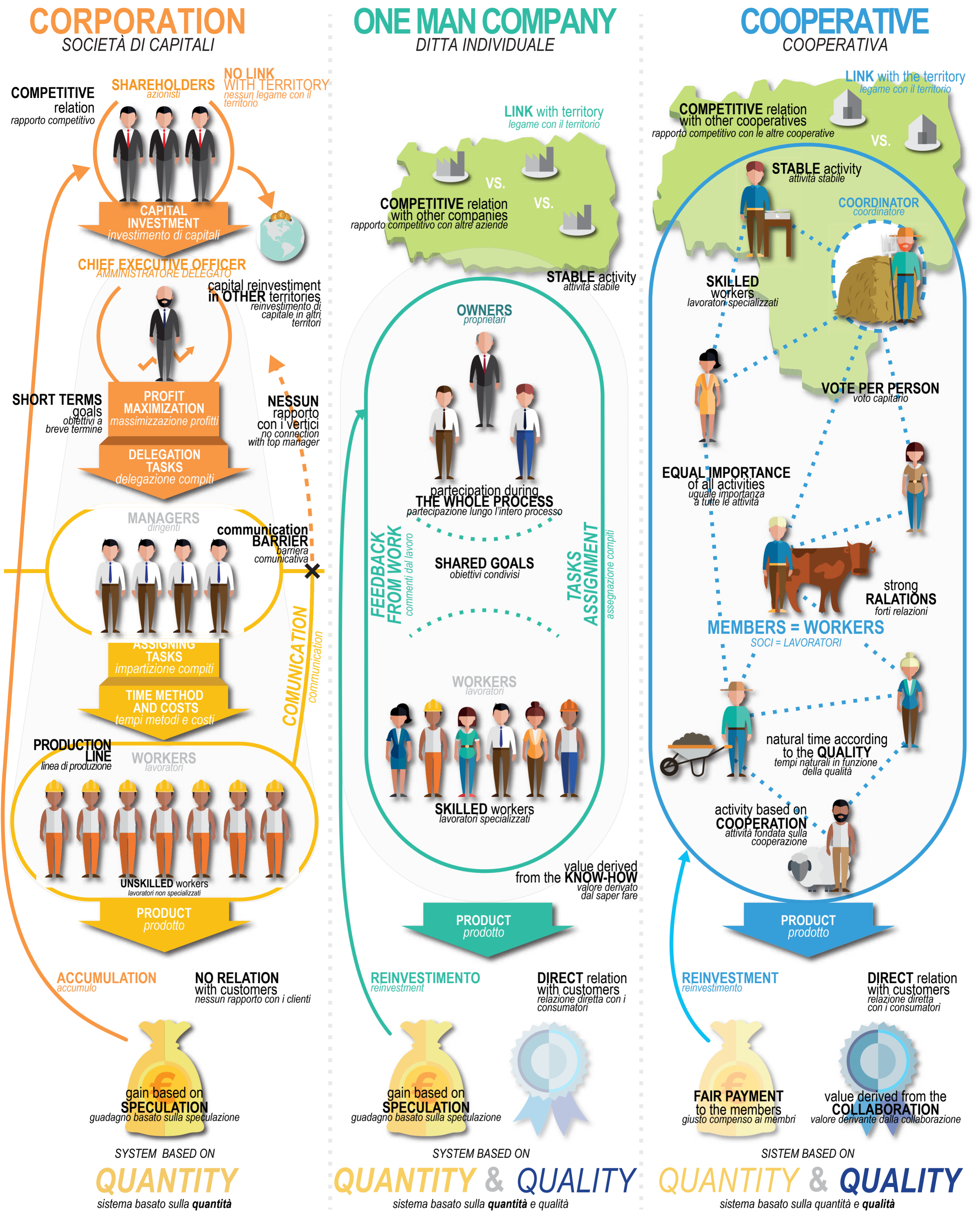
**SHARED GOALS**  
OBIETTIVI CONDIVISI

**RESILIENT ECONOMY**  
ECONOMIA RESILIENTE

**LOCAL NETWORK**  
RETE LOCALE

**TERRITORIAL RESOURCES**  
RISORSE TERRITORIALI

# ENTERPRISE CURRENT AZIENDA - ATTUALE



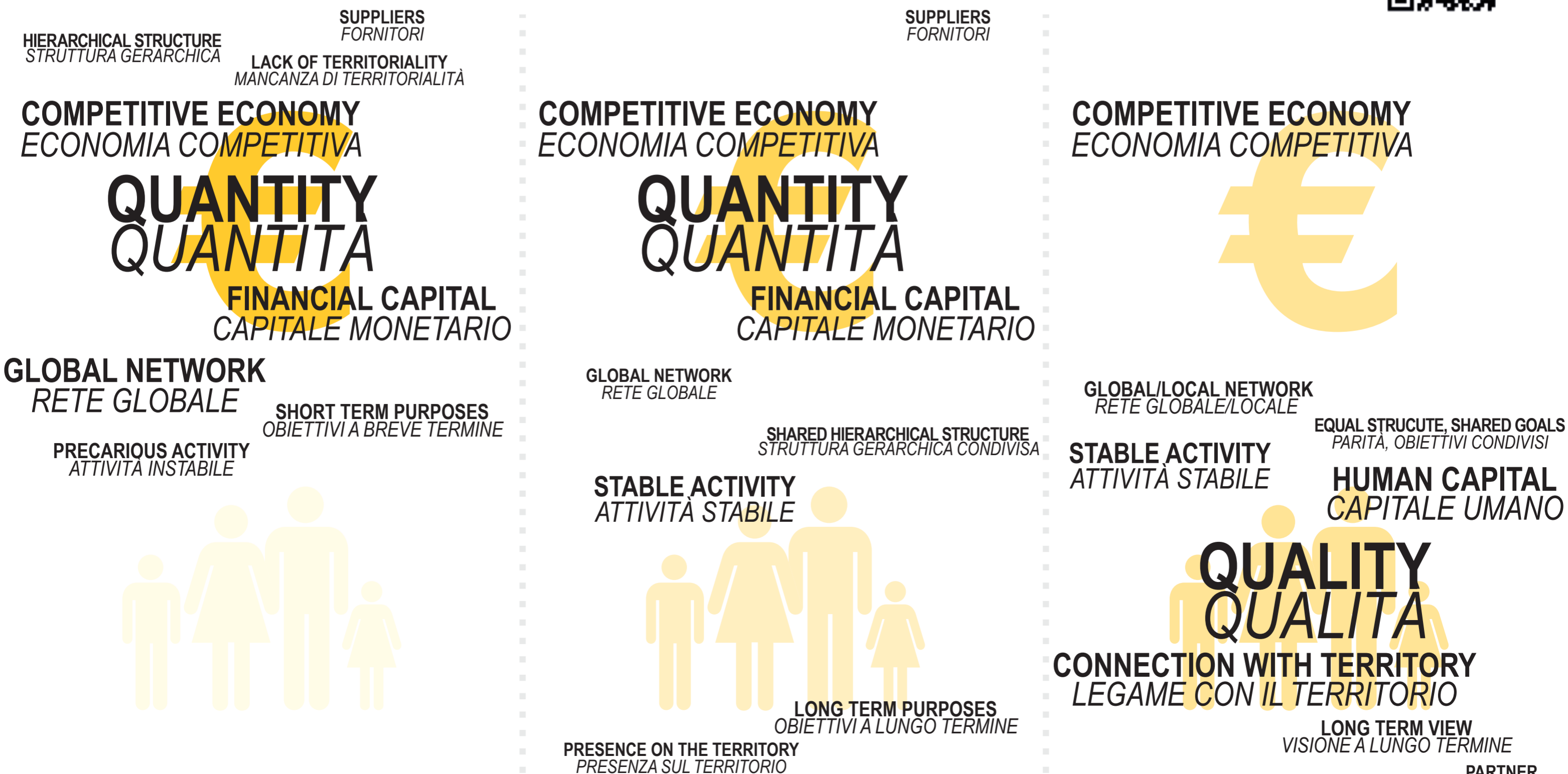
Analyzing the current business realities, **three business models** can be identified. **Corporations**, where the decision-making power depends on the quantities of stocks: the aim is to focus on the quantity of production, looking at the global market, to quickly maximize profits. **One man companies**, better integrated in the territory, where the company management shares the production goals with the workers that have a local know how. **Cooperatives**, even more linked to the territory, are the third business model: they base their goal on the promotion of cooperation between people-members to realize their products to reach a overall quality. These three realities are flanked on the **global market** and they all prefer the selling to **large scale retail**.

Le attuali realtà aziendali sono schematizzabili in **tre modelli d'impresa**. Le **società di capitali**, in cui il potere decisionale è dato dalla quantità di azioni possedute. L'obiettivo è puntare sulla quantità di produzione, guardando a un mercato globale, per poter massimizzare i profitti in breve tempo. Le **ditte individuali**, maggiormente integrate al territorio, in cui la dirigenza aziendale condivide gli obiettivi produttivi con i lavoratori che possiedono un "saper fare" locale. Le **cooperative**, ancor più collegate al territorio, rappresentano il terzo modello d'impresa: queste basano la propria finalità facendo cooperare le persone-soci per realizzare i propri prodotti mirando a una qualità complessiva. Queste tre realtà si affiancano sul **mercato globale** e prediligono tutte la vendita alla **grande distribuzione organizzata**.

more info



## VALUES VALORI

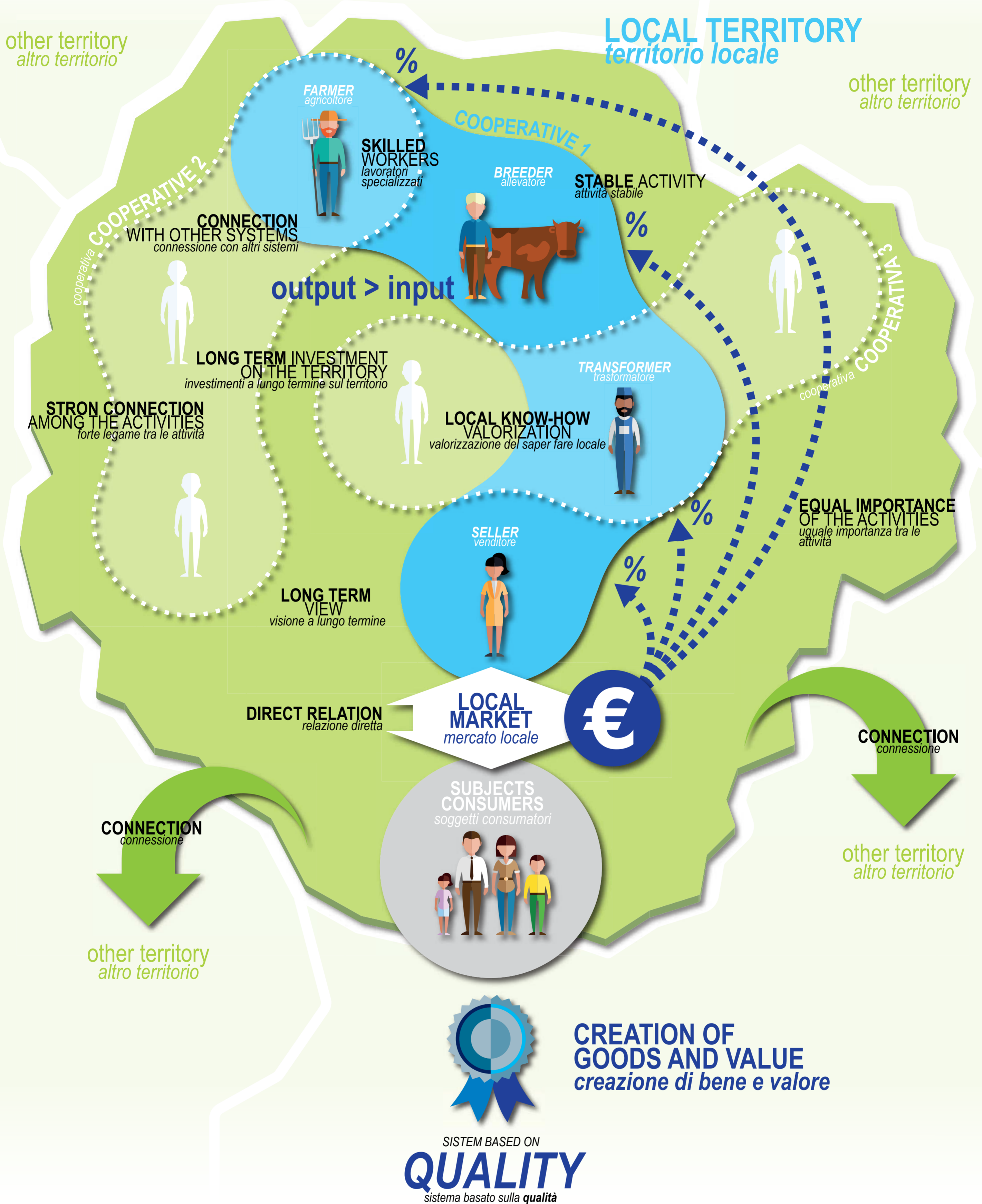


# ENTERPRISE SYSTEMIC

## AZIENDA - SISTEMICA

### SYSTEMIC CONSORTIUM

CONSORZIO SISTEMICO



Compared to the current corporate structure, the **systemic vision** has different aims: the goal is to enhance the **qualities** that exist in the **territory** by the promotion of communication between the **various small production entities** that, joining their forces, know-how, products and especially their output-input flows, pursue common objectives and generate new activities, sharing costs and benefits. This **cooperation** removes competitive relations: each activity becomes essential for the survival of the others, and it is enhanced by preserving the culture of the territory. The systemic company has a **direct relation** with customers: it sells on the **local market at the retail scale**, distributing the revenues proportionally among different partners.

Rispetto all'azienda attuale, nella visione sistemica gli obiettivi sono diversi: si punta a far emergere le **qualità che esistono sul territorio** facendo dialogare tra loro le varie **piccole realtà produttive** che, mettendo insieme le proprie forze, il saper fare, i prodotti e soprattutto il flusso output-input, perseguono dei fini comuni e generano nuove attività, dividendone alla fine costi e benefici. Questa **cooperazione** elimina i rapporti di competizione: ogni attività diventa indispensabile per la sopravvivenza delle altre e viene valorizzata preservando la cultura del territorio. L'azienda sistemica ha un **rapporto diretto** con i consumatori: vende sul **mercato locale al dettaglio**, ripartendo il ricavato proporzionalmente tra i diversi partner.

## VALUES

VALORI

more info



LOCAL SALE  
VENDITA LOCALE

SHARED GOALS  
OBIETTIVI CONDIVISI

STRONG RELATION WITH TERRITORY  
FORTE LEGAME CON IL TERRITORIO

HUMAN CAPITAL  
CAPITALE UMANO

FOCUS ON QUALITY  
ATTENZIONE ALLA QUALITÀ

ETHIC NETWORK  
RETE ETICA

LONG TERM PURPOSES  
OBIETTIVI A LUNGO TERMINE

LOCAL KNOW-HOW  
SAPER FARE LOCALE

STABLE ACTIVITY  
ATTIVITÀ STABILE

COOPERATION BETWEEN INDUSTRIES  
COOPERAZIONE TRA LE FILIERE

PARTNER  
PARTNER

# DISTRIBUTION CURRENT DISTRIBUZIONE - ATTUALE



Currently, products reach **large platforms of logistics** that distribute them all around the world through the so called **"highway of the sea and sky"**. After the journey inside containers (refrigerated for the food) the products reach continental platforms of logistics, linked to the territory through infrastructures such as highways and railways that re-distribute them to various **local platforms of logistics**. The last step of this long chain includes storage of goods (for the ripening of fruits) in dedicated warehouse to subsequently sort them to various shops. These platforms need a **high financial investment** that makes them the compulsory reference for the distribution of any product: as a consequence, a **perverse spiral** of growth of the infrastructures that connects them and that therefore increases even more the pollution is triggered.

*I prodotti normalmente raggiungono le grandi piattaforme di logistica che provvedono a distribuirli in tutto il mondo attraverso le cosiddette "autostrade del mare e del cielo". Dopo il viaggio all'interno di container, i prodotti (refrigerati per gli alimenti) arrivano alle piattaforme logistiche continentali, collegate al territorio tramite infrastrutture quali autostrade e ferrovie, che li ridistribuiscono alle varie piattaforme logistiche locali. L'ultimo passaggio di questa lunga catena prevede lo stoccaggio delle merci (per la maturazione nel caso della frutta) in appositi magazzini per finalmente smistarli ai vari punti vendita. Le piattaforme richiedono un investimento finanziario molto alto che le fa diventare il riferimento obbligato per la distribuzione di qualunque prodotto: s'innescava così una spirale perversa di crescita delle infrastrutture che le collegano e, di conseguenza, del livello di inquinamento.*

more info

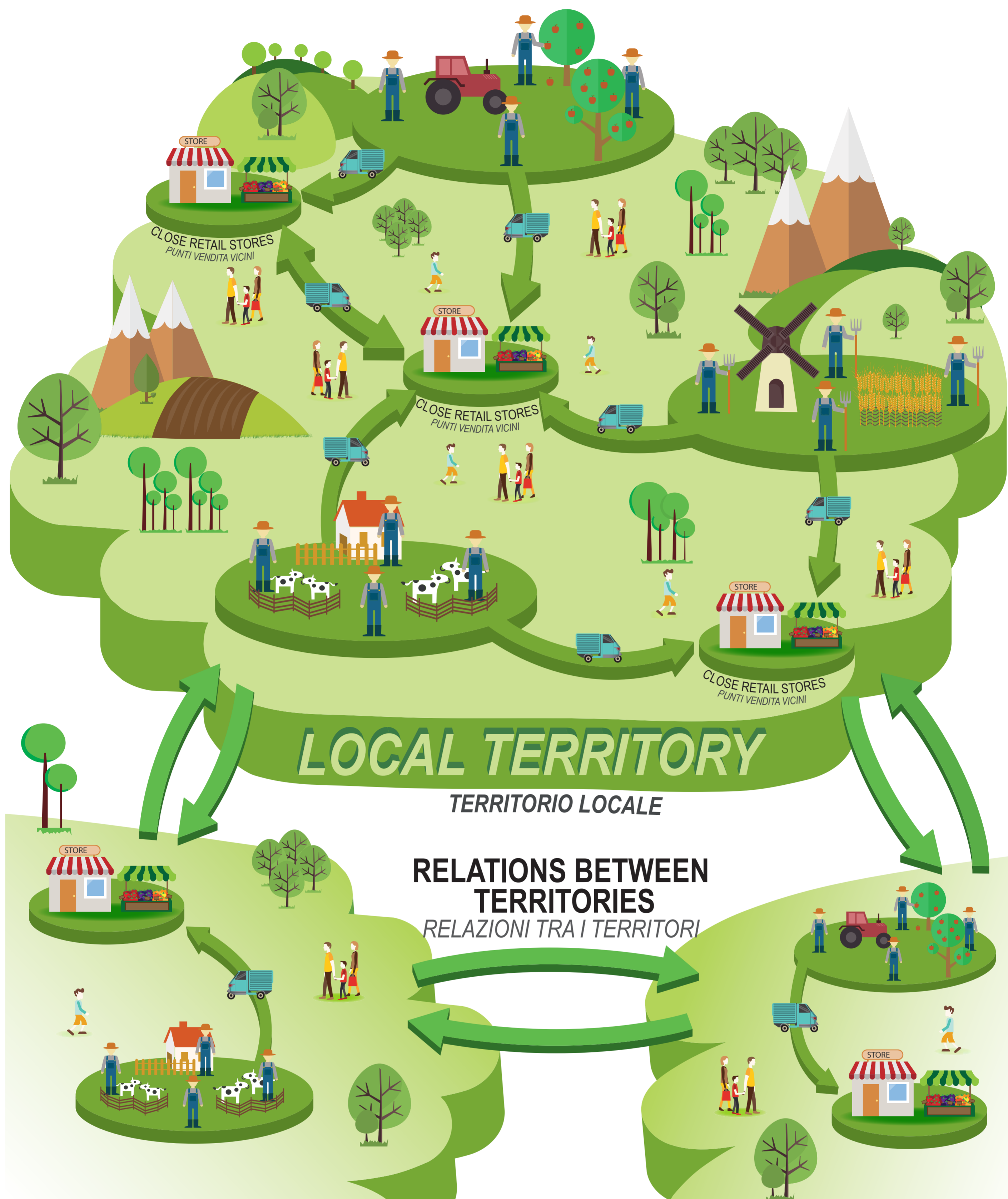


## VALUES VALORI

- INFRASTRUCTURES  
INFRASTRUTTURE
- WASTES  
RIFIUTI
- NO SEASONALITY OF PRODUCTS  
NO STAGIONALITÀ DEI PRODOTTI
- LARGE STOCKS  
GRANDI MAGAZZINI
- COLD CHAIN  
CATENA DEL FREDDO
- QUANTITY  
QUANTITÀ
- PROFIT  
PROFITTO
- LONG TRANSPORTS  
TRASPORTI LUNGH
- LONG SUPPLY CHAIN  
FILIERA LUNGA
- GLOBAL PRODUCTS  
PRODOTTI GLOBALI
- POLLUTION  
INQUINAMENTO
- COMPETITION  
COMPETIZIONE
- LOW TRACEABILITY  
BASSA TRACCIABILITÀ
- NO CULTURAL IDENTITY  
NO IDENTITÀ CULTURALE
- INCREASE OF PRICES  
INCREMENTO DEI PREZZI

# DISTRIBUTION SYSTEMIC

## DISTRIBUZIONE - SISTEMICA



Manufacturing and processing companies cooperate at the local level selling daily and directly their products. Distribution provides a service through vehicles for short distances. This short supply chain ensures fresh, ripened and seasoned products, reduced costs and a close link between the territory and its inhabitants. The cooperation with neighboring territories can take place both for a mutual exchange of food products that aims at compensation and at the achievement of balanced diet and for the sharing of information and knowledge.

Le aziende di produzione e trasformazione cooperano a livello locale vendendo giornalmente e direttamente i loro prodotti. La distribuzione fornisce un servizio con furgoni per brevi distanze. Questa filiera corta garantisce prodotti freschi, maturi, stagionali, costi ridotti e uno stretto legame tra il territorio e i suoi abitanti. La collaborazione con i territori limitrofi può avvenire sia per un reciproco scambio di beni alimentari finalizzato alla compensazione e al raggiungimento di un'alimentazione equilibrata sia per condivisione di informazioni e conoscenze.

more info



### VALUES VALORI

**DAILY DISTRIBUTION**  
DISTRIBUZIONE GIORNALIERA

**LESS USE OF ENERGY**  
MINOR USO DI ENERGIA

**SHORT TRANSPORTS**  
TRASPORTI BREVI

**RECYCLE**  
RICICLO

**SEASONALITY**  
STAGIONALITÀ

**QUALITY**  
QUALITÀ

**SHORT SUPPLY CHAIN**  
FILIERA CORTA

**SHARING**  
CONDIVISIONE

**FRESH PRODUCTS**  
PRODOTTI FRESCHI

**LOCAL PRODUCTS**  
PRODOTTI LOCALI

**RIGHT PRICES**  
PREZZI GIUSTI

**TRACEABILITY**  
TRACCIABILITÀ

**CULTURAL IDENTITY**  
IDENTITÀ CULTURALE

**ENVIRONMENT CARE**  
ATTENZIONE ALL'AMBIENTE

**COOPERATION**  
COOPERAZIONE

# SALE

## CURRENT

### VENDITA - ATTUALE

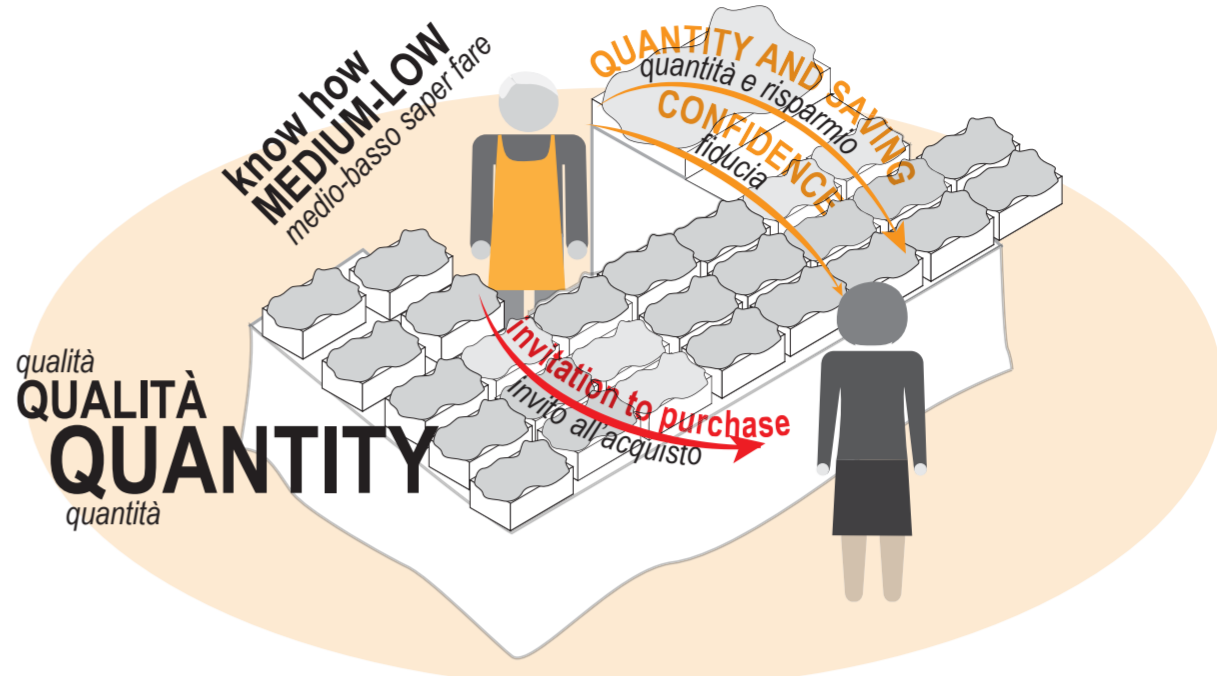
#### RETAIL STORE inner

PUNTO VENDITA interna



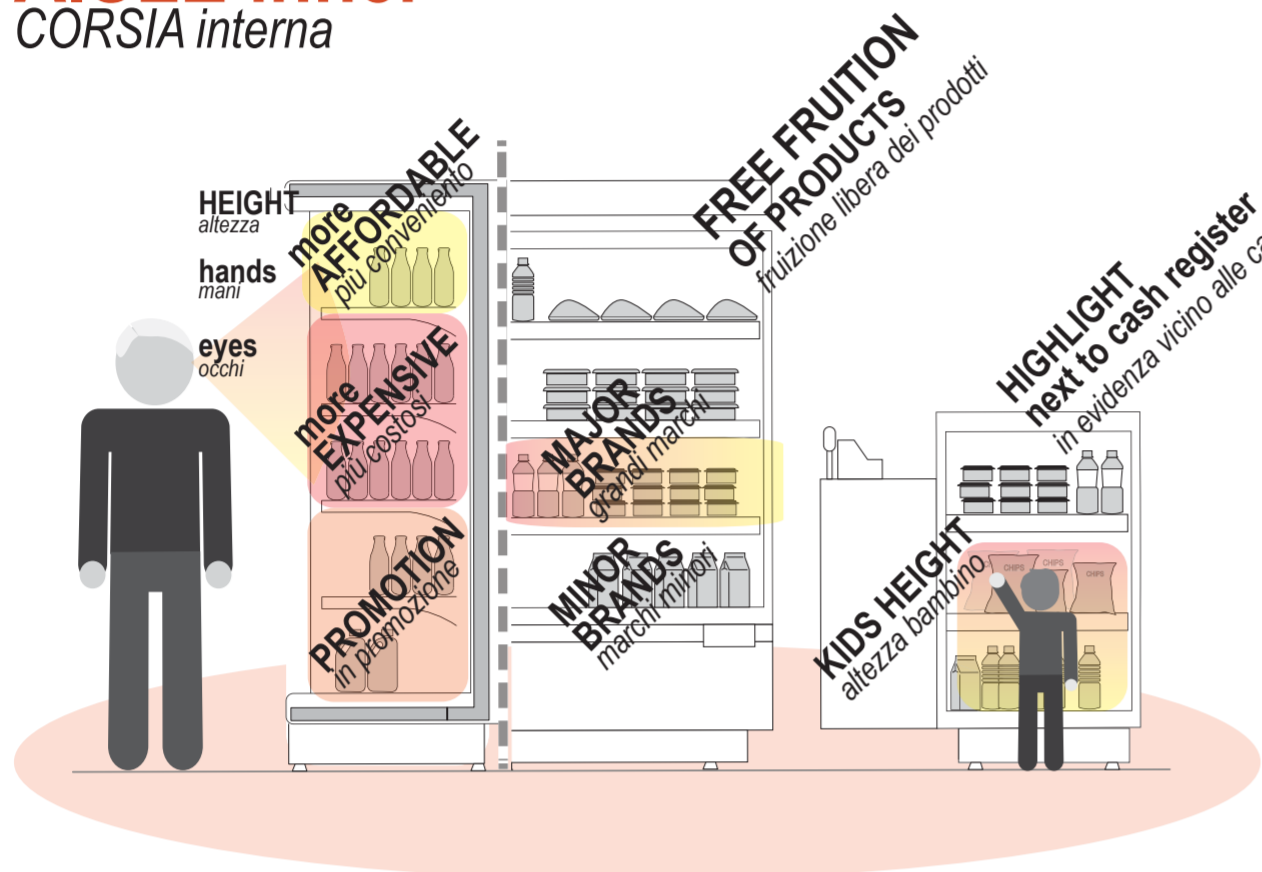
#### RESELLER sell what buy

RIVENDITORE vende ciò che acquista



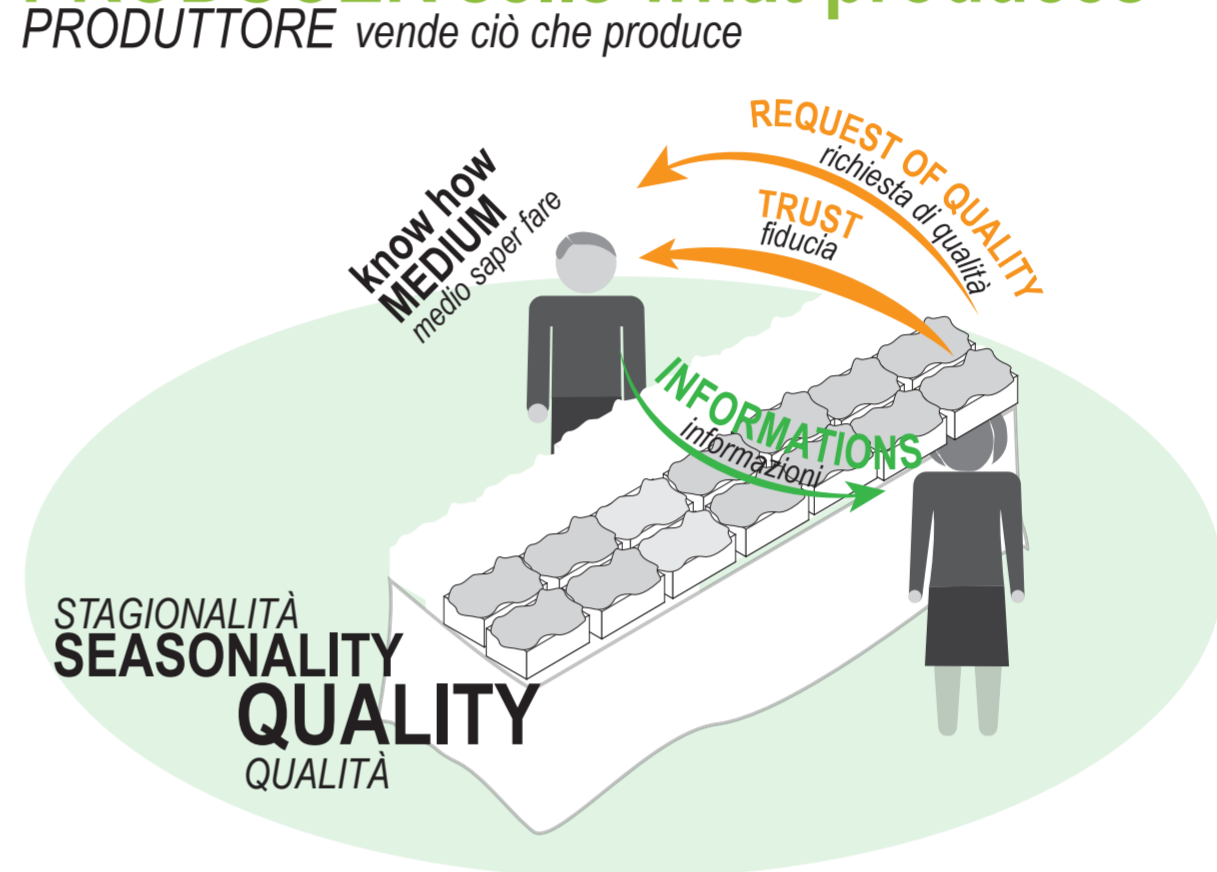
#### AISLE inner

CORSIA interna



#### PRODUCER sells what produces

PRODUTTORE vende ciò che produce



#### Large Scale Retail

Grande Distribuzione Organizzata

# LSR



UNFAIR COMPETITION CONCORRENZA SLEALE  
**COMPETITION** COMPETIZIONE  
 LACK OF COOPERATION MANCANZA DI COLLABORAZIONE



Today the sale of food is organized in three main ways: the Large Scale Retail distribution of the supermarket, the small district shops and the open air market. The appearance of large retail distribution and the aggressive policy of price (and quality) reduction of goods they implemented cause district shops to close. Moreover, LSR distribution does not use the resources of the territory in which it is placed: it makes extensive use of marketing strategies and persuasion of customers and adopts a market logic based on quantity. The district shop, that is usually seen as a "trusted place" and that has a history well rooted in the local community, over the years has lost this value to implement marketing techniques closer to ones used in the supermarket. The current market is instead characterized by the predominant sale of goods coming from the large platforms of logistics offering commodities that are not local and the wealth created does not remain in the territory.

Oggi la vendita del cibo è organizzata in tre modalità principali: la grande distribuzione organizzata (GDO) dei supermercati, la bottega di quartiere e il mercato. La comparsa delle GDO e la politica aggressiva da loro attuata di riduzione dei costi (e della qualità) delle merci provoca la chiusura dei negozi di prossimità. La grande distribuzione, inoltre, non utilizza le risorse del territorio in cui sorge; fa un uso massiccio di strategie di marketing e persuasione dei clienti e ha logiche di mercato basate sulla quantità. La bottega di quartiere, che generalmente si presenta come "luogo di fiducia" e una storia ben radicata in un contesto, ha perso nel corso degli anni quella valenza per abbracciare tecniche di vendita e strategie simili a quelle attuate nella GDO. Il mercato attuale è invece caratterizzato dalla vendita preponderante di merci provenienti dalle piattaforme di logistica offrendo merci non locali e la ricchezza creata non rimane sul territorio.

## VALUES

VALORI



LONG SUPPLY CHAIN  
FILIERA LUNGA

GLOBALIZATION  
GLOBALIZZAZIONE

DISCONNECTED FROM TERRITORY  
SCONNESSO DAL TERRITORIO

MARKETING  
MARKETING

QUANTITY  
QUANTITÀ

PERSUASION  
PERSUASIONE

NO RELATIONS  
NO RELAZIONI

NO INFORMATIONS  
NO INFORMAZIONI

POOR KNOW-HOW  
SCARSO SAPER FARE

WIDE ARRAY  
GRANDE VARIETÀ

RETAILERS  
RIVENDITORI

NO SEASONALITY  
NO STAGIONALITÀ

MAXIMIZATION  
MASSIMIZZAZIONE

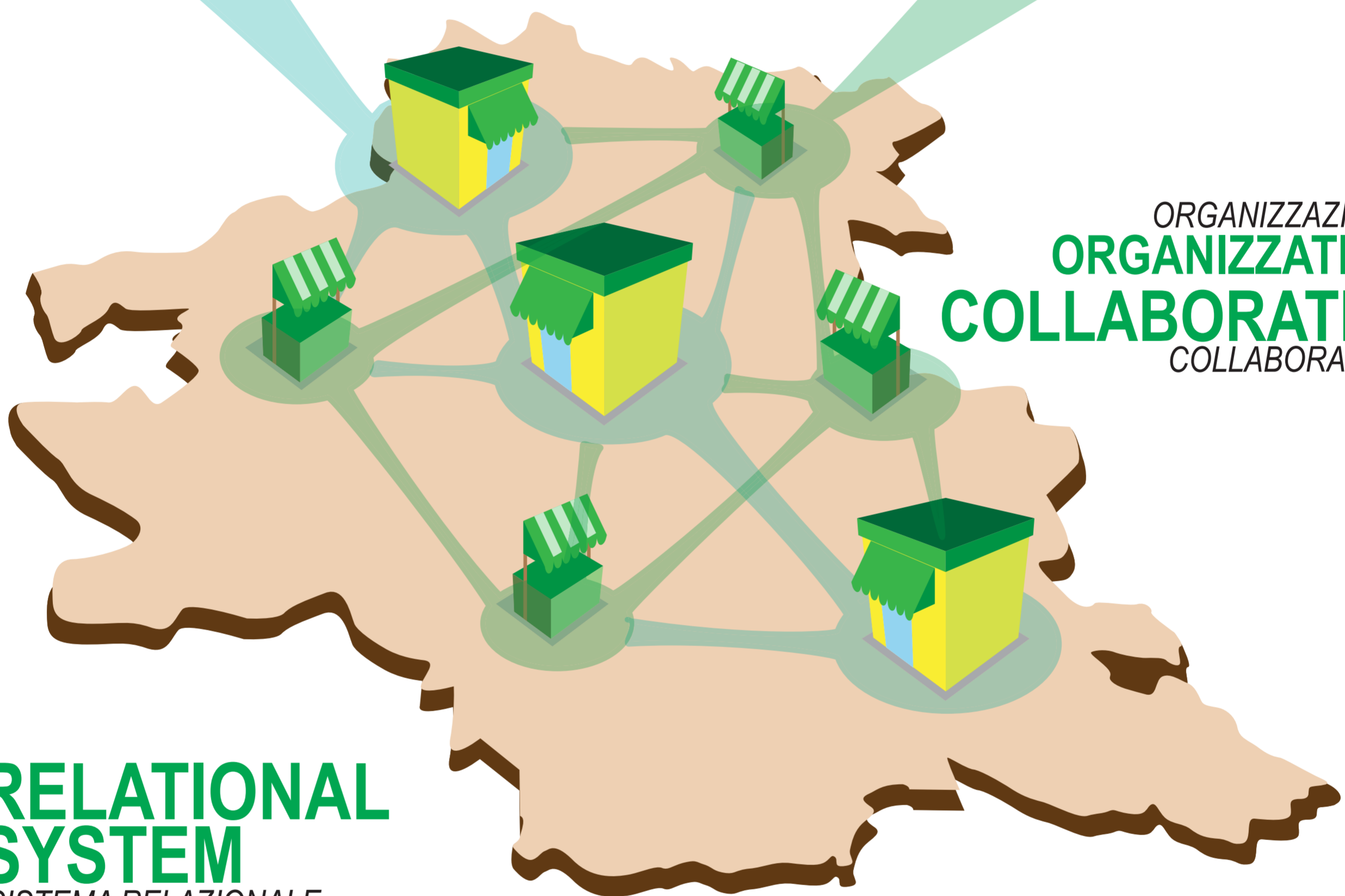
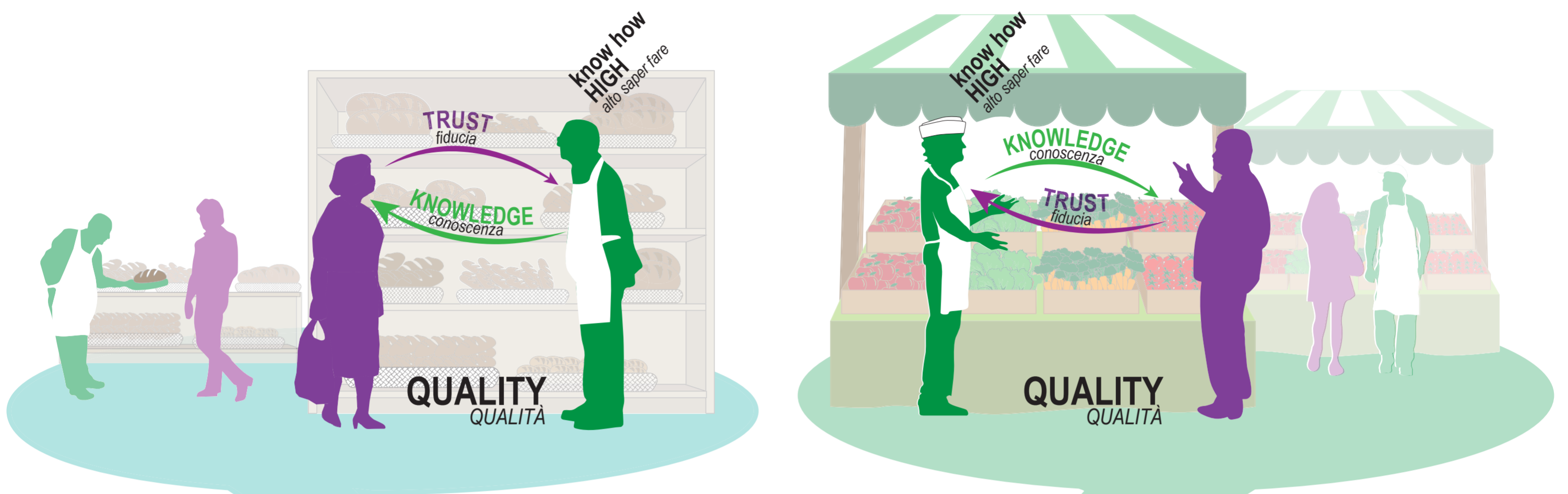
# SALE SYSTEMIC

## VENDITA - SISTEMICA

**TERRITORIAL QUALITY** TERRITORIALE QUALITÀ  
**SEASONAL** STAGIONALE

**NO BARRIERS**  
 assenza barriere

**DIRECT CONTACT**  
 producer-client  
 contatto diretto produttore-cliente



**RELATIONAL SYSTEM**  
 SISTEMA RELAZIONALE

The core values around which the systemic model is developed are the resources belonging to the territory and the material culture. Applying the Systemic Design approach, even the current terms of sale undergo profound changes: the small district shop and the market, located in the urban fabric, become ideal places for the sale of products coming from local cooperatives. In this kind of scenario between the producer-seller and the client an extremely important relation based on mutual trust and on the exchange of knowledge is created.

I valori cardine attorno ai quali ruota il modello sistemico sono le risorse appartenenti al territorio e la cultura materiale locale. Con l'approccio sistemico anche le attuali modalità di vendita subiscono profondi cambiamenti: la bottega e il mercato, collocati all'interno del tessuto cittadino, diventano luoghi ideali di vendita di prodotti provenienti da cooperative locali. In uno scenario di questo tipo tra il produttore-venditore e il cliente si instaura un rapporto - molto importante - di fiducia reciproca e di scambio di conoscenze.

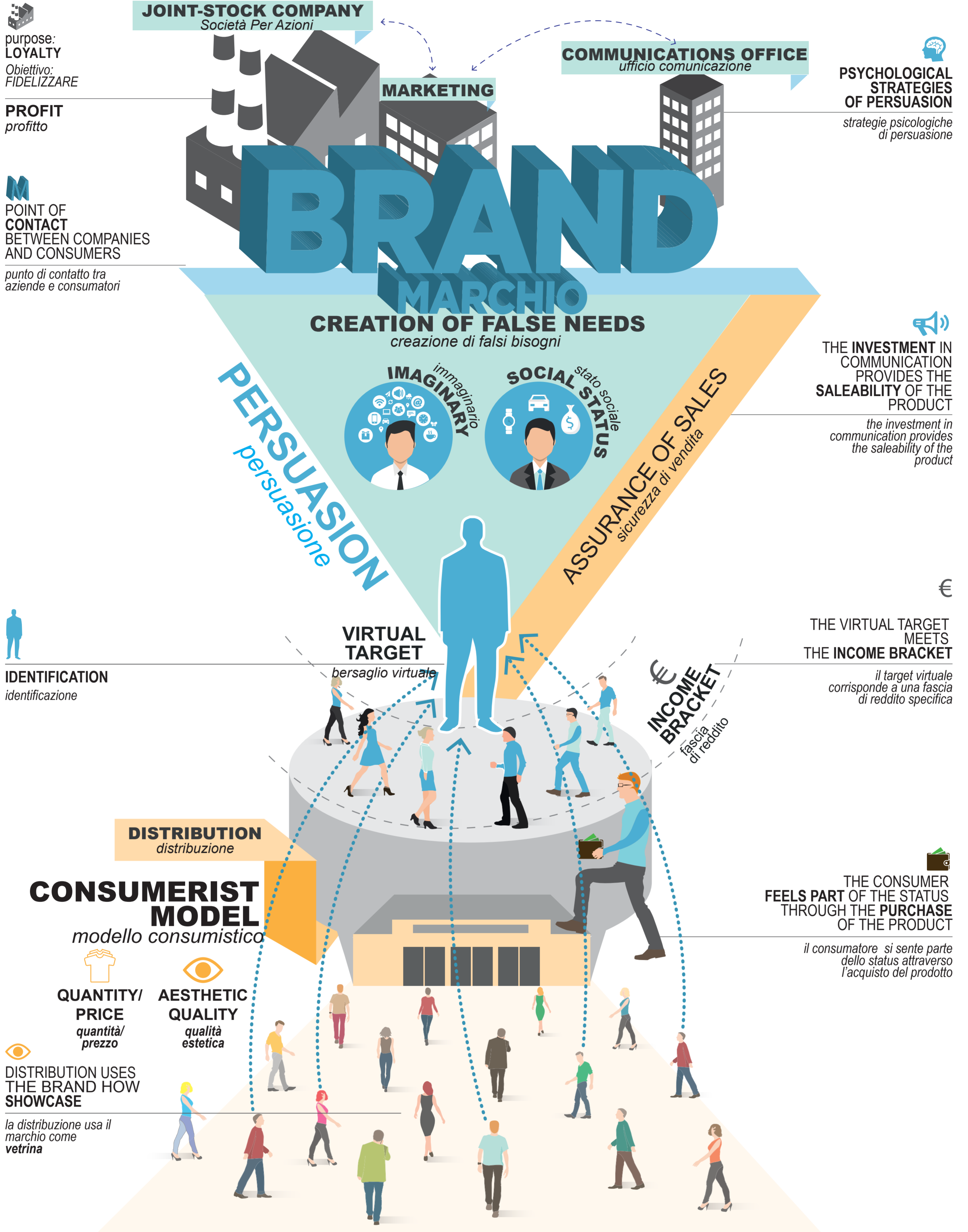
**VALUES**  
 VALORI



# COMMUNICATION

## CURRENT

### COMUNICAZIONE - ATTUALE

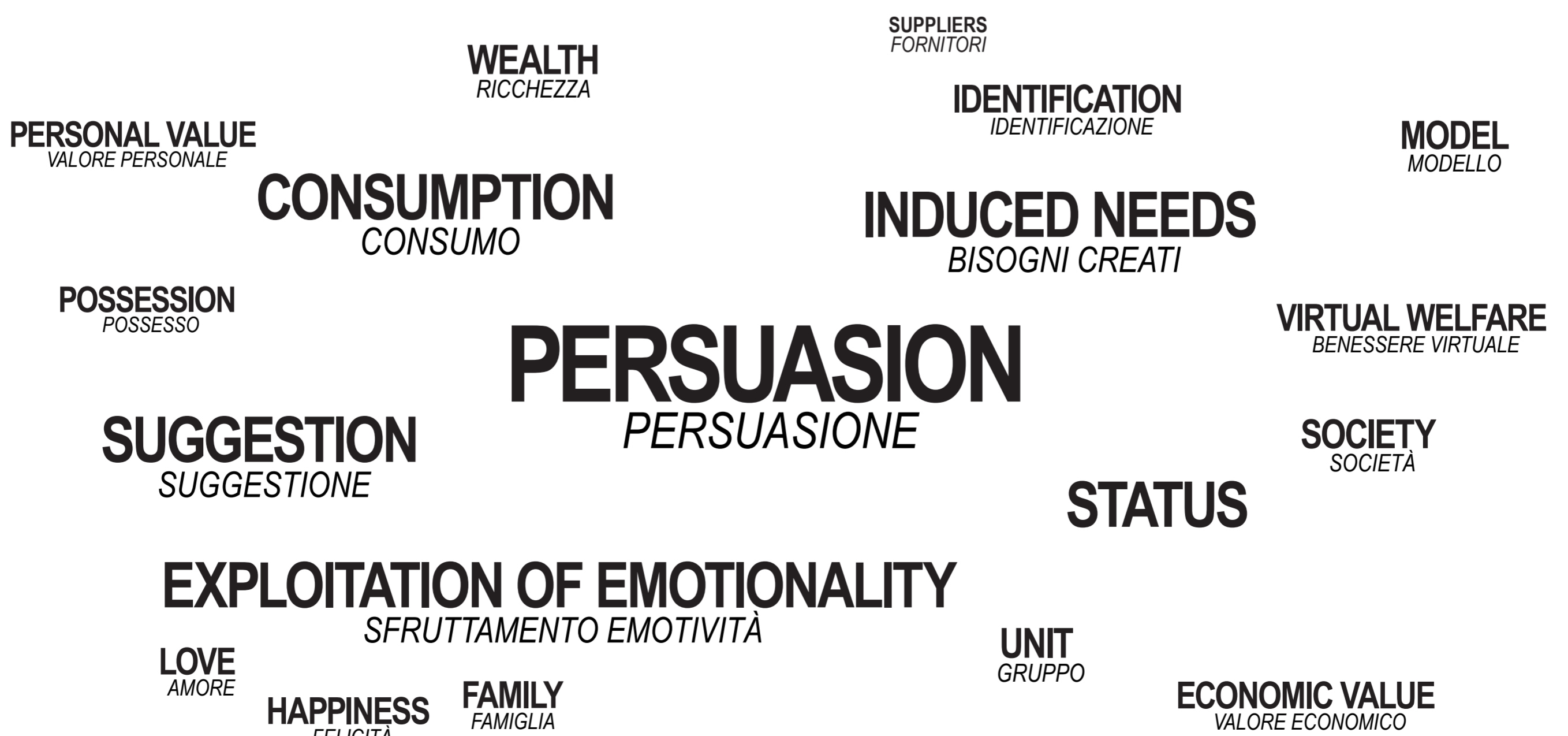
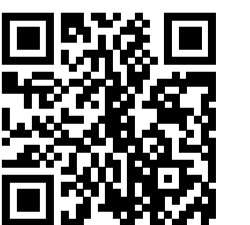


In the **linear communication**, the company invests in order to reinforce the image of the brand through mechanisms of **persuasive psychology**. Indeed, an **unconscious and a social status** which are not connected to the quality of the product, but that are **evocative and desirable**, are associated to the **brand**. The communication does not address people themselves but a **virtual target** that belongs to a certain income bracket in which the consumer must be able to identify itself and be part of it by buying the product. The large scale distribution uses the recognizability of the brand as a showcase and guarantor of the fidelity of the customer.

Nella **comunicazione lineare** l'azienda investe per rendere forte l'immagine del marchio attraverso **meccanismi psicologici di persuasione**. Al marchio vengono associati, infatti, un **immaginario e uno status sociale** non connessi alle qualità del prodotto, ma **evocativi e desiderabili**. La comunicazione non si rivolge alle persone, ma a un **target virtuale**, a una fascia di reddito, in cui il consumatore deve potersi identificare e farne parte attraverso l'acquisto del prodotto. La GDO utilizza la riconoscibilità del marchio come attrazione e garante della fidelizzazione del cliente.

## VALUES VALORI

more info



# COMMUNICATION SYSTEMIC

COMUNICAZIONE - SISTEMICA



In the **systemic communication**, the territory communicates itself through the **quality of the product**. This shows the **cultural background** from which it originates -made of local resources, traditions and techniques of production- through the communication of the "know how" of the people who live there. The product is thus placed in a **community** where **micro enterprises and conscious consumers cooperate**, where the direct contact between the producer and the consumer allows the diffusion of **information** about the **quality**. The network of relations guarantees the honesty of data, the transparency of the information and makes each actor consciously linked to the others

Nella **comunicazione sistemica** il territorio comunica se stesso attraverso la **qualità del prodotto**. Si restituisce il **retroterra culturale** da cui proviene fatto di risorse locali, di tradizioni e tecniche di produzione attraverso la comunicazione del saper fare delle persone che lo abitano. Il prodotto è così inserito in una **comunità** in cui **cooperano micro imprese e consumatori attivi**, in cui il contatto diretto tra chi produce e chi consuma permette la diffusione di un'informazione relativa alla **qualità**. La stretta rete di relazioni garantisce la correttezza dei dati, la trasparenza delle informazioni e fa sì che ciascun attore sia consapevolmente relazionato agli altri.

## VALUES VALORI

more info



**RELATIONSHIP**  
*RELAZIONI*

**CULTURE**  
*CULTURA*

**EQUITY**  
*EQUITÀ*

**COMMUNITY**  
*COMUNITÀ*

**KNOWLEDGE**  
*CONOSCENZA*

**COOPERATION**  
*COOPERAZIONE*

**INFORMATION**  
*INFORMAZIONE*

**AWARENESS**  
*CONSAPEVOLEZZA*

**TRANSPARENCY**  
*TRASPARENZA*

**RESOURCES**  
*RISORSE*

**QUALITY**  
*QUALITÀ*

**TERRITORY**  
*TERRITORIO*

**ATTENTION**  
*ATTENZIONE*

**REAL PERCEPTION**  
*PERCEZIONE REALE*

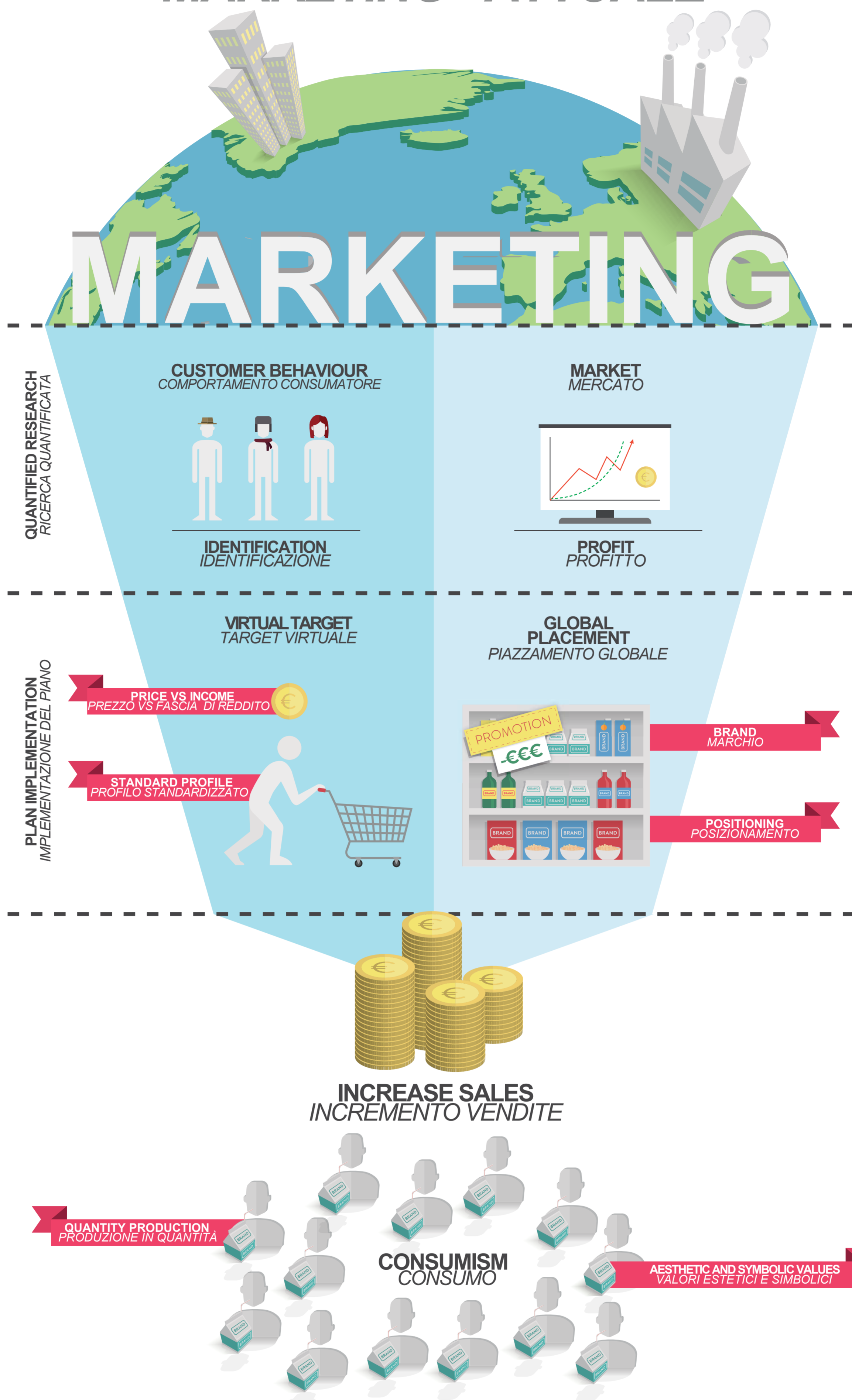
**CRAFTSMANSHIP**  
*ARTIGIANALITÀ*

**KNOW-HOW**  
*SAPER FARE*

# MARKETING

## CURRENT

### MARKETING - ATTUALE



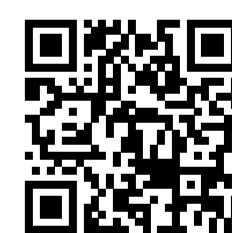
Marketing is a process developed by the companies that has as main objective the **maximization of profit**. It implies an **exchange of money** for goods or services between producer and consumer in a specific context identified as "market". In order to increase the profit, the company develops market strategies identifying the different socio-economic groups in a **virtual target**. The marketing is based on the idea that people perceive a **status of deprivation**, a condition of desire known as "**need**". The aim is thus to increase the number of customers and the quantity of products/services to sell, satisfying the "needs" of specific market groups.

Il marketing è quel processo sociale diretto dalle imprese che ha come obiettivo finale la **massimizzazione del profitto**. Implica che ci sia uno **scambio di carattere monetario** di beni tangibili o servizi tra chi produce e chi acquista in un contesto identificato come "mercato". Per poter incrementare il profitto l'azienda sviluppa delle strategie identificando i diversi gruppi socio-economici in un **target virtuale**. Il marketing si basa sull'idea che gli individui percepiscano uno **stato di privazione**, una condizione nota come "**bisogno**". L'obiettivo è quindi di aumentare il numero di clienti e la quantità di prodotti-servizi da vendere soddisfacendo dei "bisogni" in un mercato specifico di riferimento.

## VALUES

### VALORI

more info



INDIVIDUALISM  
INDIVIDUALISMO

RESEARCH  
RICERCA

STANDARDIZATION  
STANDARDIZZAZIONE

MARKET  
MERCATO

GLOBAL  
GLOBALE

QUANTITY  
QUANTITÀ

SALES  
VENDITE

BRAND  
MARCHIO

MONEY  
DENARO

CONSUMISM  
CONSUMISMO

COMPETITION  
CONCORRENZA

TARGET  
TARGET

# MARKETING SYSTEMIC

## MARKETING - SISTEMICO



**Systemic marketing** is focused on the analysis of the territory and of its products. The aim is to **satisfy the real needs** of people who, being conscious, gather in communities. The **territorial marketing** acts on micro enterprises, on local culture and on typical products protecting the territory and increasing this way the sense of belonging. By satisfying the **real needs** of the community and enhancing the territory where people live, a shared well-being is created and the quality of life is improved.

*Il marketing sistemico si basa sull'analisi del territorio di riferimento e dei suoi prodotti. L'obiettivo è di soddisfare i bisogni reali delle persone che, consapevoli, si riuniscono in vere e proprie comunità. Il marketing territoriale agisce sulle micro imprese, sulla cultura locale e sui prodotti tipici tutelando il territorio e aumentando così il senso di appartenenza. Soddisfacendo i bisogni reali della comunità e valorizzando il territorio in cui vivono le persone si crea un benessere condiviso e si aumenta anche la qualità della vita*

**VALUES**  
VALORI

more info



**COMMUNITY**  
COMUNITÀ

**KNOWLEDGE**  
CONOSCENZA

**RELATIONS**  
RELAZIONI

**MATERIAL CULTURE**  
CULTURA MATERIALE

**LOCAL**  
LOCALE

**VALORIZATION**  
VALORIZZAZIONE

**QUALITY**  
QUALITÀ

**REAL NEEDS**  
BISOGNI REALI

**RESOURCES**  
RISORSE

**TERRITORY**  
TERRITORIO

**WELLNESS**  
BENESSERE

**PEOPLE**  
PERSONE

# CURRENCY CURRENT MONETA - ATTUALE

## ACCUMULATION

ACCUMULO



Money is an **exchange medium** that represents a "measure of value", unit of account and store of value (**speculative instrument**). It is generated by the current monetary system, which is governed by a set of rules accepted by the society. The **banking and finance systems** have control on issuance and circulation of money, defining a **money monopoly** in which the value is imposed from above and in which citizens do not have decision-making power. The creation of money is done through the granting of a credit by **central banks** to states or by banks in general to a citizen, they both automatically contract a debt, on provided guarantees, and on which they will have to pay an **interest**. Therefore the currency is a **virtual tool**, of which people lose the perception of value, because it becomes the end and not the exchange instrument: **competitive relationships** between actors, whose only interest is the accumulation of money, which has as main effect an unequal distribution of capital and well-being, are established.

La moneta è un **mezzo di scambio** che ha la funzione di "misura del valore", unità di conto e fondo di valore (**strumento speculativo**). È generata dal sistema monetario attuale, che è regolato da un insieme di norme accettate dalla società. Il **sistema bancario e la finanza** detengono il controllo sull'emissione e sulla circolazione della moneta, definendo un **monopolio monetario** nel quale il valore viene imposto dall'alto e all'interno del quale i cittadini non hanno alcun potere decisionale. La creazione del denaro avviene attraverso la cessione di un credito da parte delle **banche centrali** allo stato o da parte delle banche in generale a un cittadino, entrambi automaticamente contraggono un debito, su garanzie fornite, e sul quale dovranno anche pagare un **interesse**. La moneta è uno **strumento virtuale**, di cui si perde la percezione del valore, in quanto diventa il fine e non il mezzo di scambio: si instaurano **relazioni competitive** tra le parti il cui unico interesse è l'accumulo che porta a una distribuzione non equa del capitale e del benessere.

more info



## VALUES VALORI

GLOBAL EXCHANGE  
SCAMBIO GLOBALE

DEBT/CREDIT  
DEBITO/CREDITO

BACKLOG  
ACCUMULO

VALUE ESTABLISHED FROM ABOVE  
VALORE STABILITO DALL'ALTO

CURRENCY SPECULATION  
SPECULAZIONE MONETARIA

INDIVIDUALISM  
INDIVIDUALISMO

ACCUMULATION OF MONEY  
ACCUMULO DI DENARO

LACK OF WELFARE  
MANCANZA BENESSERE

OVERCONSUMPTION  
IPERCONSUMO

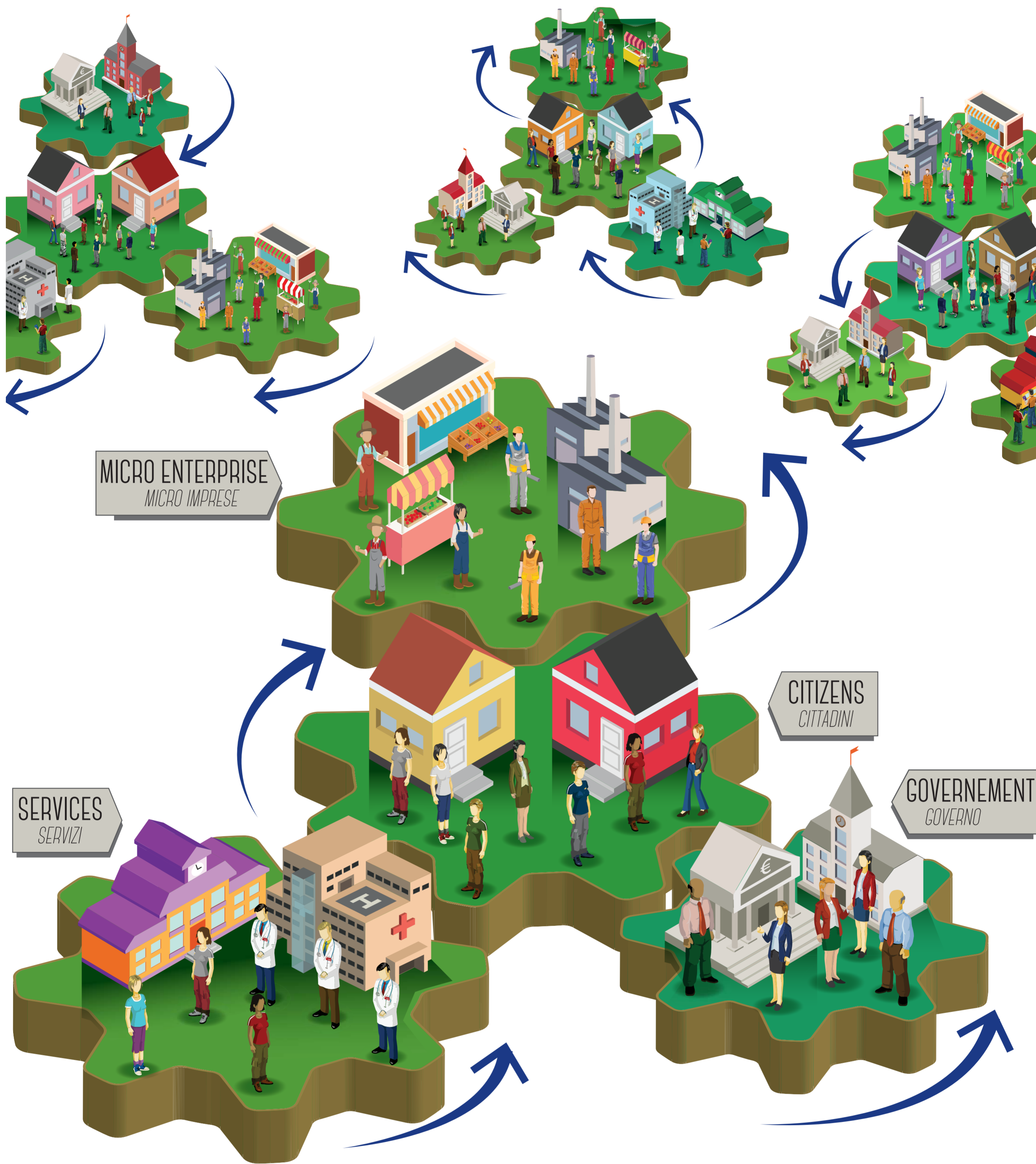
MONEY TRUST  
MONOPOLIO MONETARIO

RIVARLY/COMPETITION  
CONCORRENZA/COMPETIZIONE

CONCENTRATION OF CAPITAL  
CONCENTRAZIONE DI CAPITALI

MONETARY DEMATERIALIZATION  
DEMATERIALIZAZIONE MONETARIA

# CURRENCY ALTERNATIVE MONETA PARALLELA



## COLLABORATION COLLABORAZIONE

The **parallel currency** is an exchange tool to trade goods and services, alongside the official currency, through which it is possible to commute goods and services. The value of the currency is set by an agreement between the members who participate **voluntarily** to the circuit and it is based on time. Time becomes the main medium of exchange within a network in which all members are at the same level: people are thus the gears that help to move the system through cooperation. **Active participation to the community** reinforces the social network, stimulating a sense of belonging and consolidating a **local identity**. It encourages people to take care of their territory, of the community and to invest in activities related to the enhancement of the system. The exchange is based on the **quality** of services that satisfy real needs and not on money and power accumulation. For this reason, the parallel currency helps to offset the negative effects of money increasing the **local and collective well-being**.

La **moneta parallela** è uno strumento di scambio, affiancata alla moneta ufficiale, con cui è possibile commutare beni e servizi. Il suo valore è stabilito tramite un accordo tra coloro che aderiscono **volontariamente** al circuito ed è valutato in funzione del tempo impiegato. Il tempo diventa il principale elemento di scambio all'interno di una rete in cui tutti i membri sono alla pari: le persone sono quindi gli ingranaggi che contribuiscono a far muovere il sistema attraverso la cooperazione. La **partecipazione attiva alla comunità** rafforza la rete sociale stimolando il senso di appartenenza e consolidando l'**identità locale**. Incoraggia gli abitanti ad aver cura del territorio, della comunità e a investire in attività che ne aumentano la valorizzazione. Lo scambio è fondato sulla **qualità** dei servizi forniti che soddisfano bisogni reali e non sull'accumulo monetario e di potere. La moneta parallela in tal senso aiuta a controbilanciare gli effetti negativi del denaro permettendo di aumentare il **benessere collettivo e locale**.

## VALUES VALORI

more info



**NEW JOBS PLACE**  
NUOVI POSTI DI LAVORO

**MUTUAL HELP**  
MUTUO AIUTO

**LOCAL ECONOMY**  
ECONOMIA LOCALE

**DIRECT CONTACT**  
CONTATTO DIRETTO

**RELATIONS**  
RELAZIONI

**DISTRIBUTED WELFARE**  
BENESSERE DISTRIBUITO

**ACTIVE PARTICIPATION**  
PARTECIPAZIONE ATTIVA

**AWARE CONSUMPTION**  
CONSUMO CONSAPEVOLE

**EXCHANGE TIME & SERVICE**  
SCAMBIO TEMPO E DENARO

**COLLABORATION**  
COLLABORAZIONE

**VALORIZATION OF THE TERRITORY**  
VALORIZZAZIONE DEL TERRITORIO

**IDENTITY CONSOLIDATION**  
CONSOLIDAMENTO IDENTITÀ

**SHORT CHAIN**  
FILIERA CORTA

**MATERIAL CULTURE**  
CULTURA MATERIALE

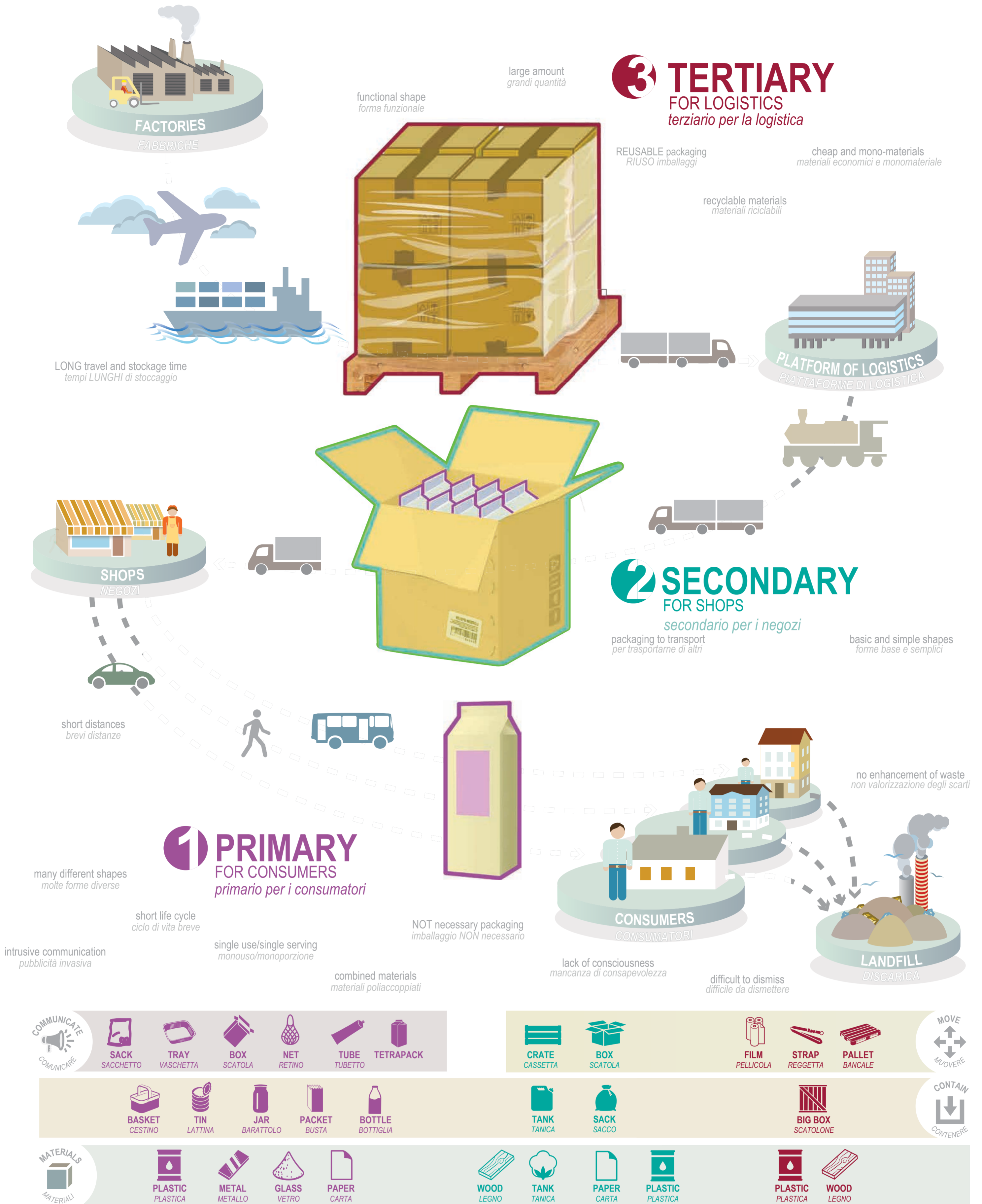
**MEMBERSHIP**  
APPARTENENZA

**KNOW HOW**  
SAPER FARE

# PACKAGING

## CURRENT

### IMBALLAGGIO - ATTUALE



The packaging, in the current production system, consists of three main types: **tertiary packaging**, used for transport and handling of large quantities over great distances; **secondary packaging**, contained in the tertiary, that collects in one unit a large number of primary packaging to transport products from large retail chains to stores; **primary packaging**, containing the single product to preserve, allow its visibility in the shop, and to provide a communication support to the customer. Tertiary and secondary packaging are usually bulky and made by an excess of materials to protect the goods in the many movements and transfer via sky, sea and land. The primary packaging is the one that varies the most for shapes and materials that often create problems related to the reuse and disposal.

L'imballaggio nell'attuale sistema produttivo è costituito da tre principali categorie tipologiche: **packaging terziario** utilizzato per trasporto e movimentazione di grandi quantità su lunghe distanze; **packaging secondario**, contenuto dal terziario e che raccoglie in un'unità una serie di imballaggi primari per il trasporto dei prodotti dalle grandi catene di distribuzione ai punti vendita; **packaging primario** che contiene il prodotto singolo per preservarlo, permetterne l'esposizione nel punto vendita, e fornire anche il supporto comunicativo al consumatore. Il packaging terziario e secondario sono generalmente molto ingombranti e costituiti da un eccesso di materiale per la protezione del carico nelle frequenti movimentazioni e nei lunghi trasferimenti via aria, mare e terra. Il primario è il più vario per uso di forme e materiali, spesso fonte di problemi nel riuso e smaltimento.

## VALUES VALORI



**LONG TRAVEL**  
LUNGI TRAGITTI

**COMPETITION**  
COMPETIZIONE

**BUYERS**  
INTERMEDIARI

**SHORT LIFE CYCLE**  
CICLO DI VITA BREVE

**DISPOSABLE PACK**  
IMBALLAGGI MONOUSO

**INPUT → PRODUCTION → WASTE**  
INPUT → PRODUZIONE → RIFIUTI

**OVERBUNDANCE OF PACK**  
SOVRABBONDANZA DI PACKAGING

**COMMUNICATION TO SELL**  
COMUNICAZIONE INVASIVA

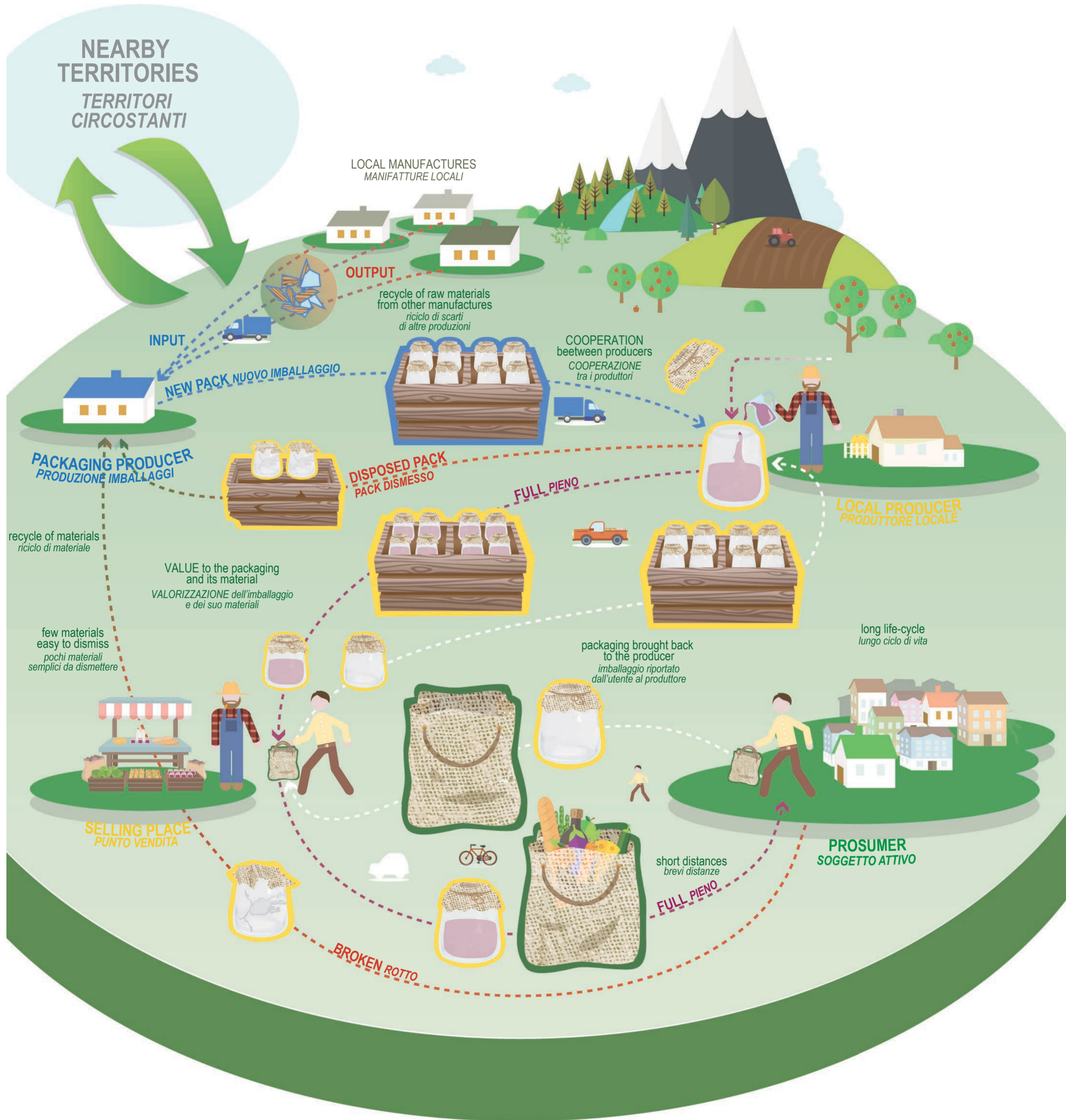
**NO CONSCIOUSNESS**  
NO CONSAPEVOLEZZA

**GLOBAL**  
GLOBALE

**QUANTITY AND MONEY**  
QUANTITÀ E GUADAGNO

# PACKAGING SYSTEMIC

## IMBALLAGGIO - SISTEMICO



MOVE MUOVERE	CONTAIN CONTENERE	INFORM INFORMARE	SACK SACCO	TANK TANICA	BOX SCATOLONE	BAG SACCHETTO	CRATE CASSETTA	JAR BARATTOLO	BAG BORSA	BOX SCATOLA	BOTTLE BOTTIGLIA		
MATERIALS MATERIALI	WASTE MATERIALS MATERIALI DI SCARTO	RECYCLED MATERIALS MATERIALI DI RICICLO	TEXTILE TESSUTO	WOOD LEGNO	METAL METALLO	GLASS VETRO	PAPER CARTA	INNOVATIVE MATERIALS MATERIALI NUOVI E INNOVATIVI	ORGANIC TISSUE TESSUTI BIOLOGICI	RICE PAPER CARTA RISO	WAX CERA D'API	BIODEGRADABLE PAPER CARTA BIODEGRADABILE	BIOPLASTICS BIOPLASTICHE

In the systemic vision value is given to the **packaging materials** that as output can become inputs for new purposes. The **strong reduction of distances** between producers and consumers makes the tertiary packaging **unnecessary**. Primary packaging, more related to the **unpacked distribution**, will not be pre-determined but it will be the result of a **customer's choice** (based on his needs) and will lead to a strong reduction of the waste of material. Also this one will be enhanced: materials will change and the materials of the tradition will be retrieved or new ones produced, for example, from bio-plastics will be used. Since persuasive communication related to the brand will not be used, it will be possible to invest on the product reducing or even deleting the packaging. Systemic packaging is not anymore the objectification of a products, but the **exaltation of its qualities**.

Nell'ottica sistemica si dà valore ai **materiali** di imballaggio che da scarto possono diventare input per nuovi impieghi. La **drastica riduzione delle distanze** tra produttore e consumatore porta a **non aver più bisogno** del packaging terziario. Il primario, invece, più legato a una modalità di **distribuzione in sfuso**, non sarà predeterminato, ma sarà il risultato di una **sceita dell'utente** (in base alle sue esigenze) e porterà a una riduzione considerevole dello spreco di materiale. Anche quest'ultimo sarà **valorizzato**: cambieranno e si recupereranno quelli della tradizione o se ne utilizzeranno di nuovi ottenuti, per esempio, da bio-plastiche. Mancando la comunicazione persuasiva legata al marchio sarà possibile investire sul prodotto riducendo o eliminando anche l'imballaggio. L'imballaggio sistemico non è più l'oggettivizzazione di un prodotto, ma l'**esaltazione delle sue qualità**.

more info



## VALUES VALORI

LOCAL  
LOCALE

CONSCIOUSNESS  
PRESA DI COSCIENZA

NO BUYERS  
NO INTERMEDIARI

VALUE TO RESOURCES  
VALORE ALLE RISORSE

SHORT TRAVEL  
TRAGITTI BREVI

CORRECT USE OF RESOURCES  
CORRETTO USO DELLE RISORSE

OUTPUT → INPUT

ZERO WASTE  
ZERO RIFIUTI

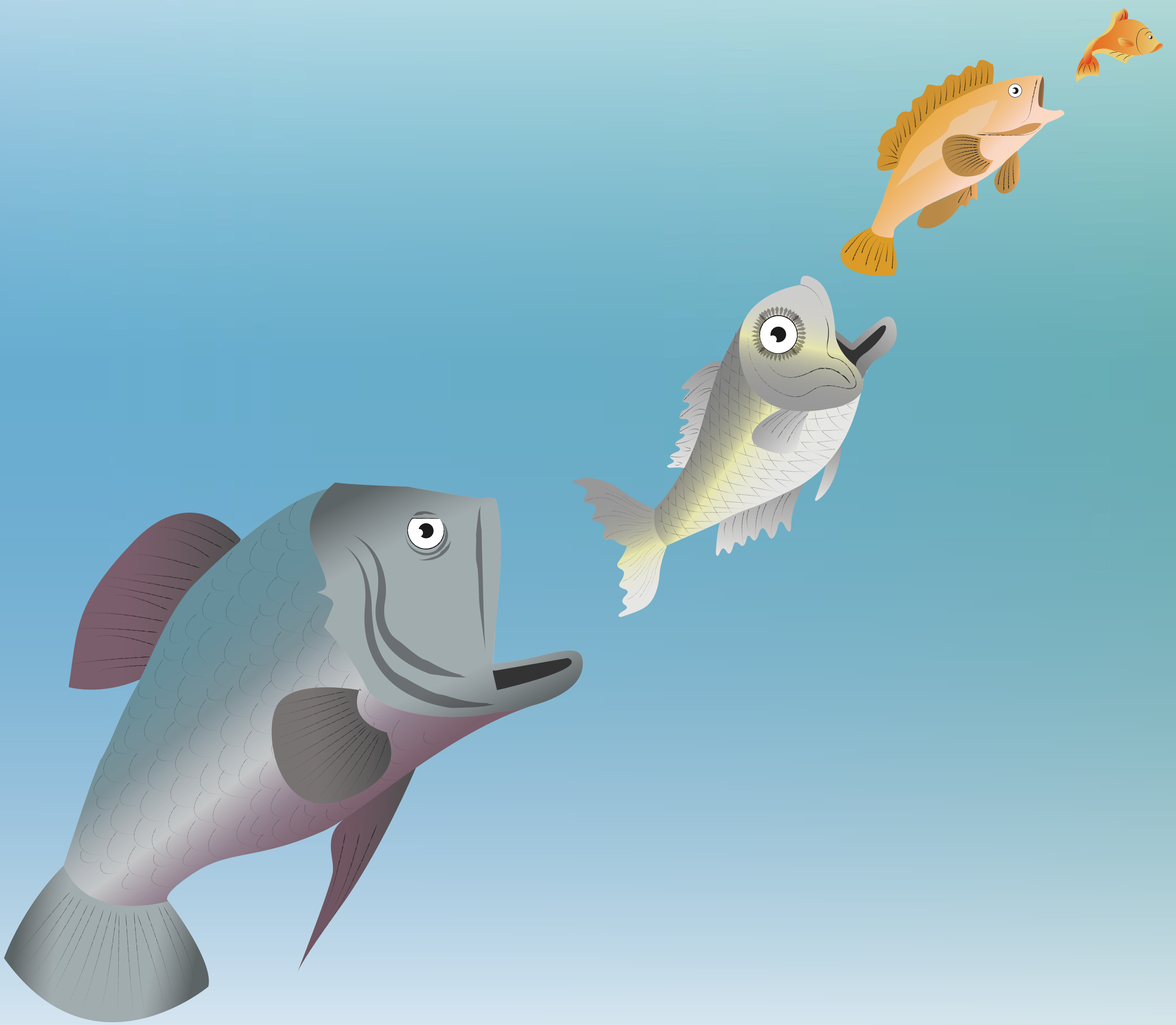
BASIC AND SIMPLE SHAPES  
BASIC AND SIMPLE SHAPES

ESSENTIAL PACKAGING  
IMBALLAGGI ESSENZIALI

QUALITY  
QUALITÀ

COLLABORATION  
COLLABORAZIONE

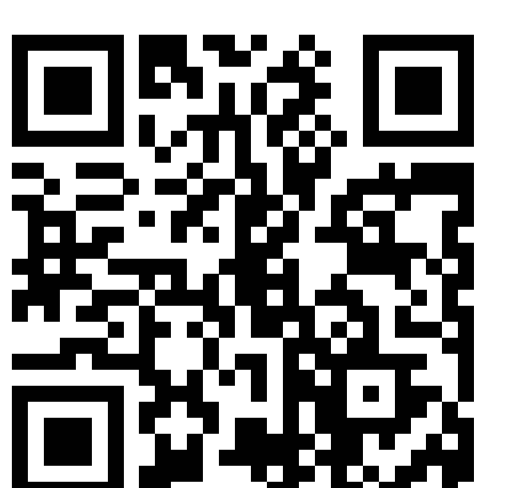
# SOCIETY CURRENT SOCIETÀ - ATTUALE



The current society is based on some key values. The importance given to the **monetary capital** is representative of a culture built on the accumulation of money, where the socio-economic predominance is reserved to a privileged few. The lack of dialogue between who has decision-making power and who undergoes it determines a system based on **hierarchical structures**. The **competition** brings to a contrast among all the actors of the corporate system while the presence of values (target) only virtually shared, creates homologated realities all around the world. The global production, ruled by quantitative logic, is embodied by a dominant **standardized model** (so-called western model), which imposes itself over the local cultures making them disappear.

La società odierna poggia su alcuni valori cardine. L'importanza attribuita al **capitale monetario** è rappresentativa di una cultura fondata sull'accumulo di denaro, con la predominanza socio-economica, privilegio di pochi. L'assenza di dialogo tra chi esercita potere decisionale e chi invece lo subisce determina un'impostazione basata su **rigide strutture gerarchiche**. La **competizione** porta a una contrapposizione tra tutti gli attori del sistema societario, mentre la presenza di valori (target), condivisi solo virtualmente, genera realtà omologate in tutto il mondo. La produzione globale è governata da logiche quantitative e si concretizza con l'adozione di un **modello standardizzato** dominante (cosiddetto occidentale) che si impone sulle culture territoriali facendole scomparire.

more info

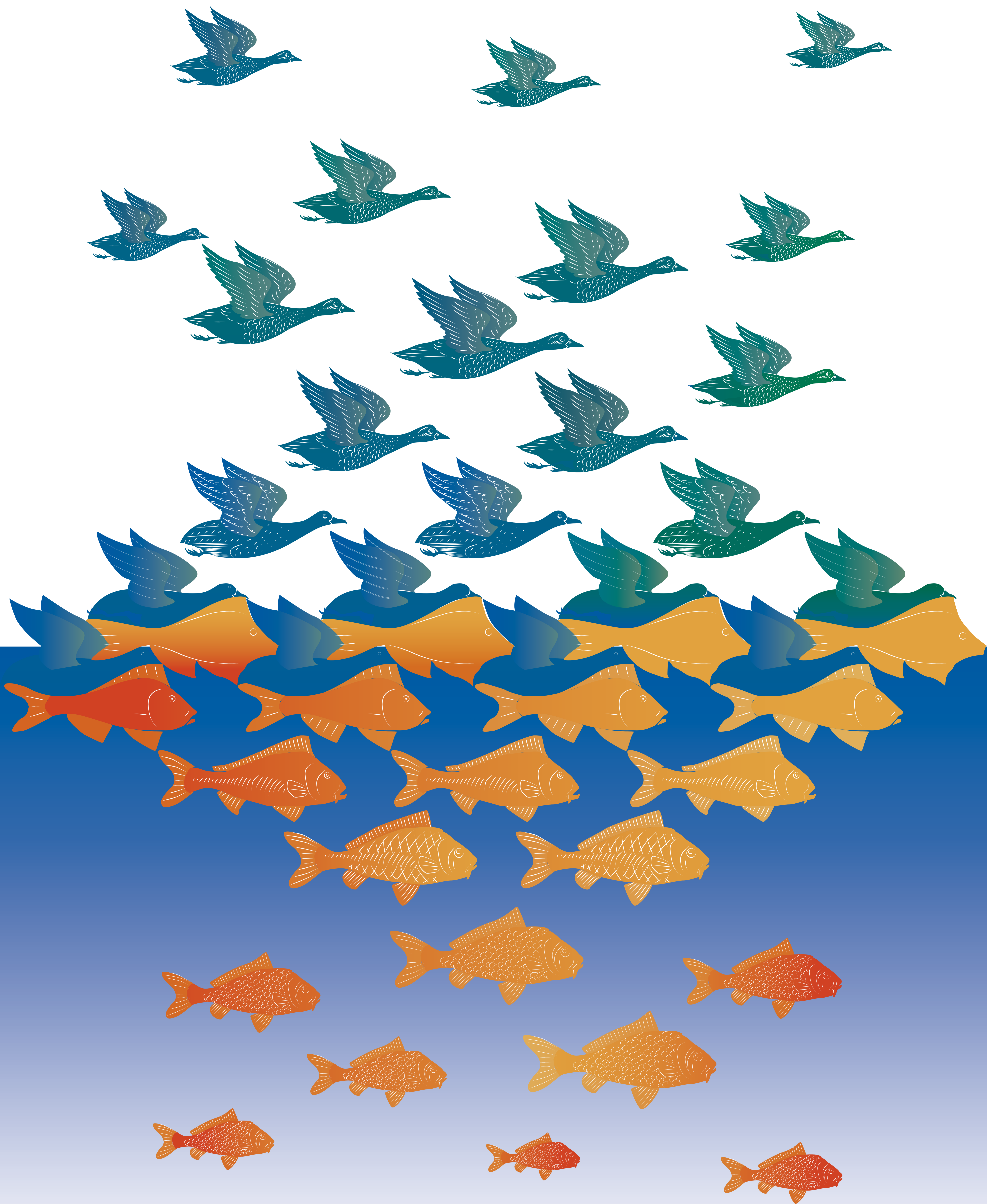


## VALUES VALORI



# SOCIETY SYSTEMIC

## SOCIETÀ - SISTEMICA



liberamente ispirato a M. C. Escher

The systemic society is based on a **network of relations** among people, enterprises and public administration that eases the development of the **territory**. The basic element is the awareness, established and spread through the transparency of information.

It makes the **subject**, not anymore a simple user, **conscious** of his own real needs, of the values of resources, of the know-how and of the identity, and favors the development of quality products and services. The aims are shared and achieved through mutual **cooperation**. The systemic society, active and responsible takes spontaneously care of the territory and is able to satisfy the needs of the community respecting the people and the environment generating shared well-being.

La società sistemica si basa su una **rete di relazioni** tra individui, attività e pubblica amministrazione che favorisce lo sviluppo del **territorio**. La caratteristica fondante è la consapevolezza che si sviluppa e divulga tramite la trasparenza dell'informazione. Rende il **soggetto**, non più semplice utente, **cosciente** dei propri bisogni reali, del valore delle risorse, del saper fare e dell'identità, e favorisce lo sviluppo di prodotti e servizi di qualità. Gli obiettivi sono condivisi e si ottengono con la **collaborazione** reciproca. La società sistemica, attiva e responsabile, ha spontaneamente cura del territorio e riesce a soddisfare le esigenze della collettività nel rispetto delle persone e dell'ambiente generando un benessere condiviso.

more info



## VALUES VALORI



**thanks to the contribution of** *grazie al contributo di*

the students *gli studenti*

module *OPEN SYSTEMS* del modulo *SISTEMI APERTI*

MASTER “A. Peccei” in SYSTEMIC DESIGN *LAUREA MAGISTRALE “A. Peccei” in DESIGN SISTEMICO*

years from 2011 to 2015 *A.A. 2011-2015*

Politecnico di Torino

Arianna Agostini, Andrea Aimar, Fabrizio Giorgio Alessio, Noushin Alishahi, Claudia Altobelli, Carolina Amorim Lourenco, Matilde Argentero, Nicola Attardi, Emanuele Avagnina, Sumeyra Ayengin, Milena Barbalinardo, Carmine Basile, Chiara Battistoni, Ravi Bellardi Tavares Dos Santos, Relin Mary Bellino, Federica Bertot, Laura Bisio, Rosalia Germana Borzellieri, Daniele Bucci, Gianluca Buttinelli, Joao Paulo Cabral, Diomar Elena Calderon Riano, Ludovico Canale, Mauricio Carvajal Villamizar, Katia Andrea Carvalhaes Pego, Enrico Giuseppe Casale, Enrico Catalano, Jingyi Chen, Marco Ciola, Santiago Ciurlo Aragon, Margherita Clemente, Sara Cominetto, Fabio Conte, Thayana Cordeiro De Meneses, Giulio Cravino, Annalisa Crescimanna, Jie Cui, Alessandra Daghero, Danila D'angelo, Stefano Danna, Gabriela Cristina De Souza Silva, Mattia Della Libera, Carola Demarchi, Gianpiero Di Cecca, Miroslava Djordjevic, Li Dong, Carlos Filipe Dos Santos Umbelino, Rossana Elia, Esril Erdogan, Jin Feng, Paolo Fenoglio, Graziana Ferracane, Andrea Fighera, Gabriel Figueiredo Arantes, Eleonora Fiore, Farnaz Fooladshekan, Dario Forneris, Francesco Fortino, Laura Freilone, Gionata Fronduti, Giulia Gaido, Maliheh Ghajargar, Chiara Ghietti, Alessio Gianotti, Andrea Giraldo Lopez, Carolina Gomez Naranjo, Sandra Rocio Gomez Puertas, Yuanyuan Gong, Lorena Gresl, Gaetano Grippaudo, Feilin Gu, Nataly Andrea Guataquira Sarmiento, Fatemeh Hakimrabet, Zahra Hassanipour, Min Hua, Zhengyang Jiang, Meng Jin, Zoran Jordanovski, Sara Khan, Parisa Khosravidehkordi, Matteo Lamini, Costanza Lancia, Stefano Lattanzio, Luca Lenzi, Jiayin Li, Na Li, Min Li, Flavia Liggi, Xin Liu, Stefano Lo Iacono, Daniele Locci, Eliana Paola Lopez, Dana Andreea Lupascu, Maria Luce Lupetti, Lisa Macheda, Viviana Malagon Cotrino, Claudio Mansueto, Andrea Marchesani, Emanuele Marchesini, Tatiana Martinez Salazar, Federico Martorana, Omar Meletti, Rossana Melito, Madeleyn Eugenia Mendoza Marquez, Fabrizio Mesiano, Chiara Migliore, Marco Mignone, Catalina Minotta Quebradas, Giulia Miretti, Silvia Moggia, Andrea Monte, Carlo Morando, Francesca Moschetti, Maria Fatima Mudoni, Martina Muggiri, Christian Andres Naranjo Moreno, Aleksandra Novakovic, Adriana Olaya, Sara Origlia, Sergio Andres Ortiz Rincon, Morgan Pagliasso, Fabrizio Pasquero, Valentina Pastori, Federica Pensa, Marcio Pereira Campos De Pinho, Liliana Perez Rojas, Malisa Perona, Sebastiano Pirisi, Francesco Pisapia, Costanza Pratesi, Luca Proglino, Francesco Provenzano, Marco Radicchi, Alessio Ravera Chion, Michela Regis, Chiara Lorenza Remondino, Daniela Restrepo, Manuela Ribero, Valeria Ricci, Sergio Ricci, Elena Richeri, Alejandra Maria Rodriguez Cardozo, Noemi Romano, Azin Roozbehani, Federica Rossetto, Michele Rosso, Benedetta Ruda', Willmar Ricardo Rugeles Joya, Gloria Carolina Russi Lince, Maria Chiara Saccone, Nicole Santini, Patricia Santos Delgado, Mina Sarafzadeh, Jacopo Scannapieco, Marzia Schioppetti, Valentina Sciutto, Nadia Scotti, Alessandro Severini, Xiang Song, Cristina Sotira, Perla Sperandei, Barbara Stabellini, Elena Strina, Ao Su, Zhaoyang Su, Martina Tamagnone, Ruoshi Tao, Alice Tedesco, Alejandro Tobon Duque, Sorana Toma, Alessandro Traversi, Danilo Tribenga Quaranta, Valentina Tron, Alberto Turina, Denise Valentini, Adolfo Vargas Espitia, Giulia Vaschetto, Veronica Liseth Vergara Palencia, Mengxue Xia, Tianyi Xu, Chuanhai Zhang, Liu Yang Zhang, Rongrong Zhang, Huping Zhou, Xinyan Zhuang, Luca Zuliani

Arianna Agostini, Andrea Aimar, Fabrizio Giorgio Alessio, Noushin Alishahi, Claudia Altobelli, Carolina Amorim Lourenco, Matilde Argentero, Nicola Attardi, Emanuele Avagnina, Sumeyra Ayengin, Milena Barbalinardo, Carmine Basile, Chiara Battistoni, Ravi Bellardi Tavares Dos Santos, Relin Mary Bellino, Federica Bertot, Laura Bisio, Rosalia Germana Borzellieri, Daniele Bucci, Gianluca Buttinelli, Joao Paulo Cabral, Diomar Elena Calderon Riano, Ludovico Canale, Mauricio Carvajal Villamizar, Katia Andrea Carvalhaes Pego, Enrico Giuseppe Casale, Enrico Catalano, Jingyi Chen, Marco Ciola, Santiago Ciurlo Aragon, Margherita Clemente, Sara Cominetto, Fabio Conte, Thayana Cordeiro De Meneses, Giulio Cravino, Annalisa Crescimanna, Jie Cui, Alessandra Daghero, Danila D'angelo, Stefano Danna, Gabriela Cristina De Souza Silva, Mattia Della Libera, Carola Demarchi, Gianpiero Di Cecca, Miroslava Djordjevic, Li Dong, Carlos Filipe Dos Santos Umbelino, Rossana Elia, Esril Erdogan, Jin Feng, Paolo Fenoglio, Graziana Ferracane, Andrea Fighera, Gabriel Figueiredo Arantes, Eleonora Fiore, Farnaz Fooladshekan, Dario Forneris, Francesco Fortino, Laura Freilone, Gionata Fronduti, Giulia Gaido, Maliheh Ghajargar, Chiara Ghietti, Alessio Gianotti, Andrea Giraldo Lopez, Carolina Gomez Naranjo, Sandra Rocio Gomez Puertas, Yuanyuan Gong, Lorena Gresl, Gaetano Grippaudo, Feilin Gu, Nataly Andrea Guataquira Sarmiento, Fatemeh Hakimrabet, Zahra Hassanipour, Min Hua, Zhengyang Jiang, Meng Jin, Zoran Jordanovski, Sara Khan, Parisa Khosravidehkordi, Matteo Lamini, Costanza Lancia, Stefano Lattanzio, Luca Lenzi, Jiayin Li, Na Li, Min Li, Flavia Liggi, Xin Liu, Stefano Lo Iacono, Daniele Locci, Eliana Paola Lopez, Dana Andreea Lupascu, Maria Luce Lupetti, Lisa Macheda, Viviana Malagon Cotrino, Claudio Mansueto, Andrea Marchesani, Emanuele Marchesini, Tatiana Martinez Salazar, Federico Martorana, Omar Meletti, Rossana Melito, Madeleyn Eugenia Mendoza Marquez, Fabrizio Mesiano, Chiara Migliore, Marco Mignone, Catalina Minotta Quebradas, Giulia Miretti, Silvia Moggia, Andrea Monte, Carlo Morando, Francesca Moschetti, Maria Fatima Mudoni, Martina Muggiri, Christian Andres Naranjo Moreno, Aleksandra Novakovic, Adriana Olaya, Sara Origlia, Sergio Andres Ortiz Rincon, Morgan Pagliasso, Fabrizio Pasquero, Valentina Pastori, Federica Pensa, Marcio Pereira Campos De Pinho, Liliana Perez Rojas, Malisa Perona, Sebastiano Pirisi, Francesco Pisapia, Costanza Pratesi, Luca Proglino, Francesco Provenzano, Marco Radicchi, Alessio Ravera Chion, Michela Regis, Chiara Lorenza Remondino, Daniela Restrepo, Manuela Ribero, Valeria Ricci, Sergio Ricci, Elena Richeri, Alejandra Maria Rodriguez Cardozo, Noemi Romano, Azin Roozbehani, Federica Rossetto, Michele Rosso, Benedetta Ruda', Willmar Ricardo Rugeles Joya, Gloria Carolina Russi Lince, Maria Chiara Saccone, Nicole Santini, Patricia Santos Delgado, Mina Sarafzadeh, Jacopo Scannapieco, Marzia Schioppetti, Valentina Sciutto, Nadia Scotti, Alessandro Severini, Xiang Song, Cristina Sotira, Perla Sperandei, Barbara Stabellini, Elena Strina, Ao Su, Zhaoyang Su, Martina Tamagnone, Ruoshi Tao, Alice Tedesco, Alejandro Tobon Duque, Sorana Toma, Alessandro Traversi, Danilo Tribenga Quaranta, Valentina Tron, Alberto Turina, Denise Valentini, Adolfo Vargas Espitia, Giulia Vaschetto, Veronica Liseth Vergara Palencia, Mengxue Xia, Tianyi Xu, Chuanhai Zhang, Liu Yang Zhang, Rongrong Zhang, Huping Zhou, Xinyan Zhuang, Luca Zuliani

