

# FUTURIZZAZIONI IN FESTA

**Microlaboratori in tempo reale  
di ossigenazione creativa.**  
Da "Surfando l'onda di merda":  
un'ispirazione di Alessandro D'Alatri.

Mercoledì 16 Marzo **h. 10-18** Politecnico di Milano  
**Campus Bovisa** Via Durando 10 **Edificio N**

# Una giornata di sperimentazione stra-ordinaria infiammata da ospiti grandiosi,

ognuno cuore pulsante di un microlaboratorio di poche ore:  
gloriosi direttori creativi di potenti agenzie di comunicazione, Franco Mussida  
e i giovani musicisti del Centro Professione Musica di Milano,  
docenti eretici e visionari del Politecnico di Milano.

Una giornata in cui guardare il mare di orrori e vederlo fecondo di opportunità da surfare,  
in cui scatenare gli ormoni creativi e ibridarsi con specie differenti: designer, musicisti,  
amanti della scrittura, creativi per i brand.

Una giornata di balzi evolutivi verso una capacità di creare  
più efficace grazie allo scempio sistematico delle routine  
progettuali divenute castrazioni chimiche e mentali.

Una giornata organizzata dagli studenti del master LaboratorioMiniera in art direction  
e copywriting del Politecnico di Milano per tutti gli studenti e docenti che vorranno  
partecipare. Perché dopo tanti lamenti e tanti "se solo si potesse" è giunto il momento  
di costruire un work-in-progress – con tutte le imperfezioni del caso – verso una qualità  
di progetto, una vivacità culturale e un godimento del fare mostruosamente più grande.



*In un'epoca di negatività abbiamo scelto  
un percorso di positività... o vogliamo stare  
fermi e subire l'onda?*



**D'Alatri, Ciccognani e Mussida i fondatori di Futurizzonti in festa**

16 Marzo h. 10-18 | Politecnico di Milano | Via Durando 10 | Edificio N, piano interrato

## elenco ospiti promotori

Luis Ciccognani e Marisa Galbiati

Direttori del master LaboratorioMiniera in art direction e copywriting  
del Politecnico di Milano e i loro giovani creativi

Franco Mussida

Fondatore del Centro Professione Musica di Milano e i suoi giovani musicisti

## project leader

Franco Moretti

Presidente Art Directors Club Europe e creativo leggendario  
È stato DCE per McCann Worldwide su CocaCola e di LeoBurnett Italia

Pasquale Barbella

Copywriter leggendario

Francesco Guerrera

Direttore creativo esecutivo di TBWA Italia

Campagne: Campari Soda, Eni con Ilana Yahav e i suoi disegni con la sabbia,  
"Who is Patrizia?" per Patrizia Pepe, McDonald's Italia

Pietro Maestri

Ex Direttore creativo esecutivo JWT

Campagne: Heineken Auditorium e Beer Gloss, Museo del fumetto, Kraft, Maxibon

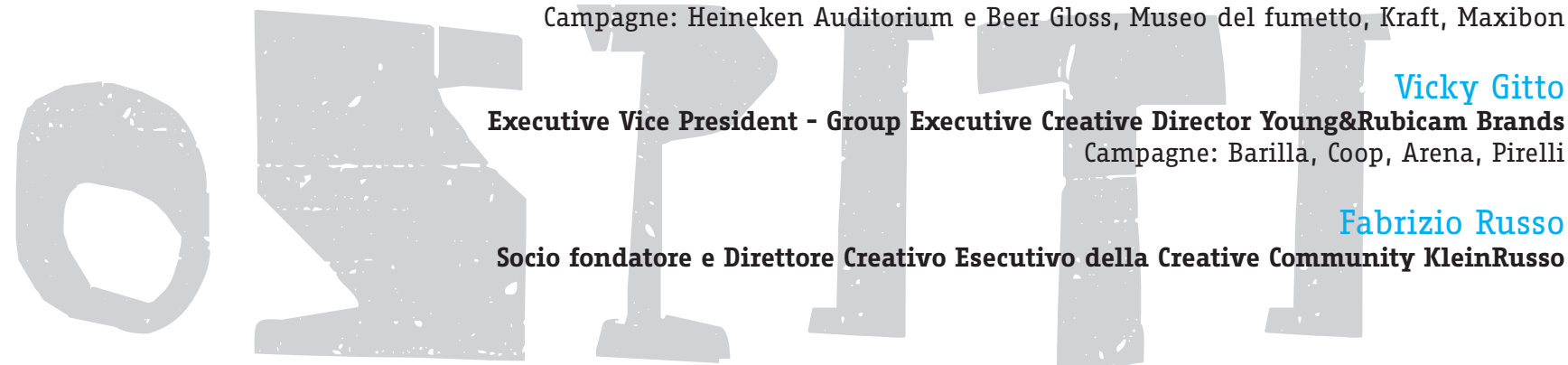
Vicky Gitto

Executive Vice President - Group Executive Creative Director Young&Rubicam Brands

Campagne: Barilla, Coop, Arena, Pirelli

Fabrizio Russo

Socio fondatore e Direttore Creativo Esecutivo della Creative Community KleinRusso



**Sandra Mazzucchelli**

**Esperta di comunicazione di massa ed interpersonale**

**Marco Maiocchi**

**Docente del Politecnico di Milano,**  
Corsi di teoria delle reti,  
Linguaggi e strutture ipermediali,  
Laboratorio di sintesi finale

**Andrea Aparo**

**Docente del Politecnico di Milano**  
Laboratorio di Metaprogetto

**Stefano Cardini**

**Docente del Politecnico di Milano**  
Laboratorio di Metaprogetto

**Stefano Bellamoli**

**Fotografo e designer**

**OSPITI**

eventi  
della giornata  
edificio n  
spazi  
comuni

Ore 10 - 13

**Music Elevators**

*La follia gioiosa permette agli ormoni creativi lo  
scatenamento esplosivo*

**Jaspers**

Musica furente in ascensore per aggredire  
il grigiore anestetico dilagante.  
C'è bisogno di ridere anche per creare.

**Gli spacciatori di poesie**

*Arte come doping creativo d'eccellenza*  
**Cantante + Copywriter di LaboratorioMiniera**

Usare un contesto deprecabile per promuovere  
una delle arti più alte, grandiosa ri-attivatrice  
degli ormoni creativi.  
Promuovere interpersonalmente la poesia nella  
vita quotidiana.

**Rispondere al brief con i Ching**

*Quando la complessità è un valore da tutelare*  
**Stefano Cardini - h. 10-13.30**

Affrontare il viaggio dal brief alla proposta finale  
facendo in modo che non sia solo un turbine di  
drammatiche banalizzazioni. Rispondere a un brief  
e al legame cliente-creativo, di per sé complesso, con  
uno strumento di orientamento di pari complessità:  
I Ching.

**Suoni videoimmaginati  
e parole suonomusicate**

*Baratto di competenze per progetti, finalmente,  
interdisciplinari*

**Sandra Mazzucchelli + Studenti del CPM e studenti di  
LaboratorioMiniera**

Ibridazione tra creativi di natura differente tramite  
uno scambio di competenze creative: stimoli visivi  
a partire da una sonorità data, sonorità per testi  
già composti o parole nuove per sonorità esistenti.

EVENTI

## sotterraneo edificio n

Ore 14 - 18

### **I gemelli di un'altra specie**

*Condividere il progetto che ci esprime meglio per vederlo "tradotto" in linguaggi differenti*  
**Studenti del CPM e studenti di LaboratorioMiniera**

Ciascuno porta con sé il progetto che sente più rappresentativo di sé stesso e ne spiega la genesi, le ispirazioni progettuali e i desideri irrisolti. Si cerca insieme di "tradurre" il progetto in un altro linguaggio. Come suonerebbe questa sedia? Che abito indosserebbe questo carattere? Che ritmo richiamerebbe questo ambiente?

### **I molesti fertili**

*Caricature sonore e verbali per corrodere lo status quo*  
**Pasquale Barbella + Jaspers**

Osservare i comportamenti e creare in tempo reale caricature sonore e verbali che rompano le routine e funzionino da "specchio" per i molestati. Creare interazioni inattese che "smuovano" con autoironia.

Ore 10 - 18

h. 10 - 12.30, 14 - 18 **Progettare con i "tipi umani"**

*Caricature e tempo "perso" come risorse di progetto*  
**Marco Maiocchi + Artemisa Bega + Musicisti**  
**Performance musicali live ore 10, ore 12 e ore 17,30**  
Area Blu

Nel tempo dei brief nati oggi e da consegnare ieri e delle ricerche di mercato omologanti, un laboratorio dove far tesoro dei tempi morti e sfruttare l'osservazione dei "tipi umani" per trasformare la metropolitana in un luogo bello da vivere. Caricature sonore e recitate come analisi del target, architetture musicali come nuove ristrutturazioni urbane.

### **I pionieri del Shit Surfing**

*I volti dei primi sporchi eroi*  
**Stefano Bellamoli**  
Area Arancio

Ritratti di branco dopo le gloriose gesta. I condottieri creativi e la loro ciurma, fotografati con il sapore antico dei minatori più fieri.

EVENTI

Ore 10 - 13

h. 10.30 - 12.30 **Giovani band come brand da lanciare**

*Idee e strategie in poco tempo grazie ai tool  
di comunicazione*

**Vicky Gitto + Musicisti**

Area Verde

Analizzare le sonorità, i valori, il pubblico di riferimento, l'immaginario, il carattere etc di una giovane band emergente per trasformarla in un brand che comunica e si fa strada, anche a budget ridotti.

**Rimusicare gli spot tv per parlare**

**il linguaggio di tutti gli utenti**

*De-costruire per immaginare comunicazioni  
più vicine a chi le riceve*

**Pietro Maestri + Musicisti**

**Performance musicale live ore 10.30 - 11.30 e ore 12.30 - 13**

Area Viola

Rimusicare in tempo reale gli spot tv di brand di largo consumo per interpretarne i valori con sonorità che parlino il linguaggio naturale di ogni segmento di mercato. Dimostrare che un brand sa servire persone estremamente diverse tra loro, valorizzando i loro linguaggi genuini.

**Caccia al tesoro nell'isola che c'è**

*Surfare l'incertezza per costruirsi un futuro felice*

**Andrea Aparo + Artemisa Bega**

Area Magenta

Una caccia per scovare gli ingredienti e la ricetta della propria felicità nei prossimi 3-5 anni. Una cassetta degli attrezzi per arrivare a pianificare razionalmente la propria relazione con il contesto e il proprio percorso nel futuro.

EVENTI

Ore 14 - 18

**Brainstorming e suo DNA sonoro in evoluzione**

*Tradurre le idee in linguaggi differenti le fertilizza*

**Fabrizio Russo + Musicisti**

Area Viola

Nonostante in rete si trovi di tutto, si tende a cercare ispirazione sempre dalle stesse cose, rendendo il brainstorming arido. Musicare in tempo reale le fluttuazioni di pensiero durante la stesura di un brief per una campagna di comunicazione.

**Usare i media spazzatura  
per comunicare iniziative nobili**

*Oltre i pregiudizi, le opportunità*

**Franco Moretti**

Area Magenta

La gente consuma media spazzatura, dalle riviste di gossip ai format tv poverissimi di contenuti. I creativi si fanno bloccare dai pregiudizi e non li usano ritenendoli indegni. E se si sfruttasse il linguaggio, i benefit, i format e lo stile dei trash media per comunicare iniziative "altissime"?

**Surfare sui clienti problematici**

*Mc Donald's, pregiudizi e opportunità*

**Francesco Guerrera + Musicisti**

Area Verde

E quando attorno ad un cliente ci sono mille pregiudizi? Analizzare senza remore i plus sinceri di McDonald's per comunicare agli opinion leader informazioni complete sulla qualità del cibo e promuovere le sonorità di giovani band emergenti.

EVENENTI

sotterraneo  
edificio n

# pranzo in musica

Ore 13.30-14

Per regalare a tutti  
enzimi digestivi pimpanti  
e forzuti, alcune performance **LIVE**  
dei migliori giovani artisti  
del Centro Professione Musica  
di Milano. **W il pranzo al sacco!!!**

MUSICA

# time table

10,00 11,00 12,00 13,00 PRANZO IN MUSICA 14,00 15,00 16,00 17,00 18,00

Music Elevators

Gli spacciatori di poesie

Rispondere al brief con i Ching

Suoni videoimmaginati e parole suonomusicate

I gemelli di un'altra specie

I molesti fertili

Progettare con i "tipi umani"

I pionieri del "Shit Surfing"

Giovani band come brand da lanciare

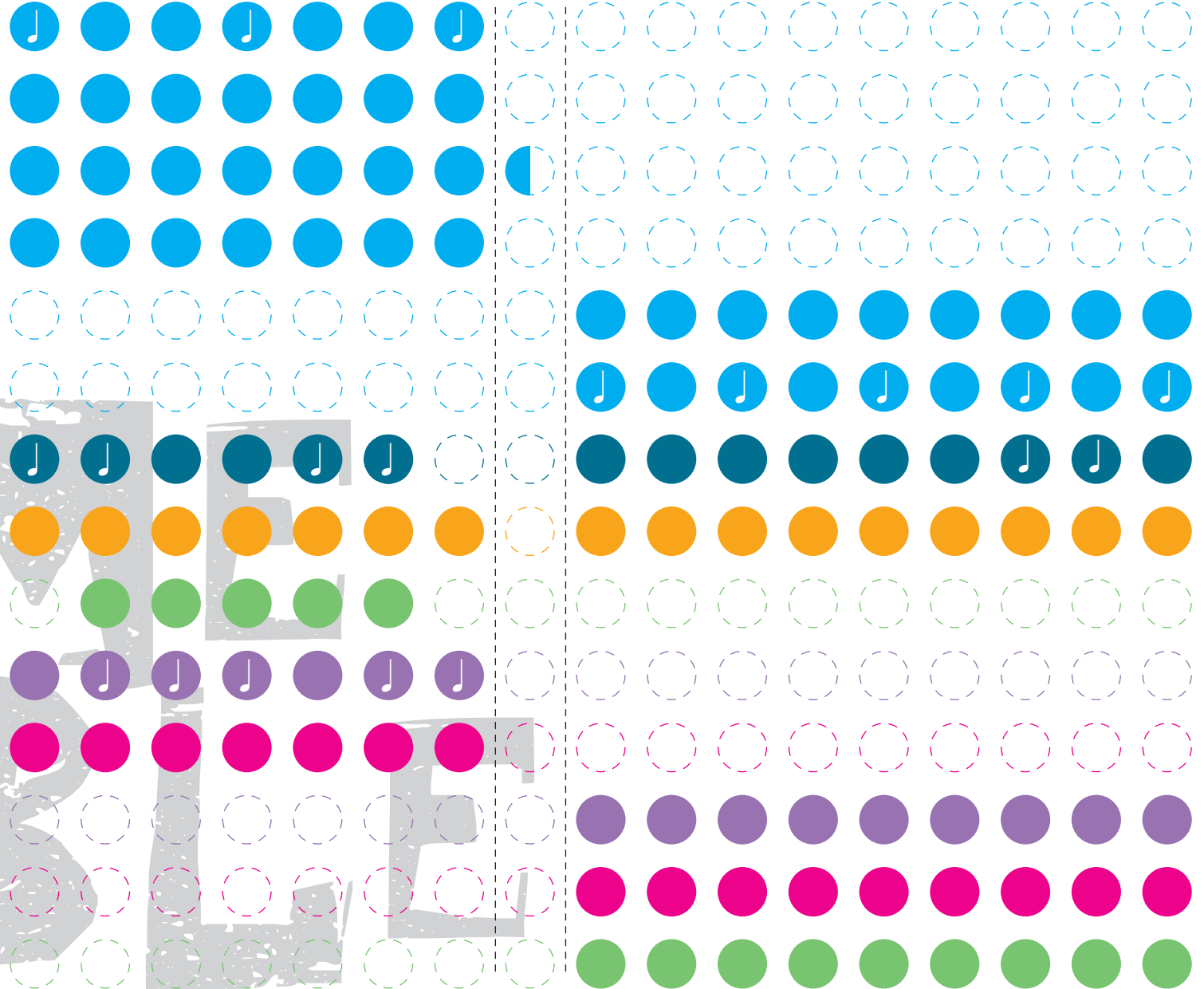
Rimusicare gli spot tv per parlare il linguaggio di tutti gli utenti

Caccia al tesoro nell'isola che c'è

Brainstorming e suo DNA sonoro in evoluzione

Usare i media spazzatura per comunicare iniziative nobili

Surfare sui clienti probelmatici



laboratori itineranti  
laboratori interrato  
laboratori piano

🎵 Performance musicale live durante il laboratorio

Perché questa giornata sia  
una FERTILE follia,  
per ogni progetto è importante  
sapere quanti spiriti infiammati  
intendono partecipare.

**Aiutateci a farvi gioire, prenotatevi  
ad [Alice.Jasmine@laboratoriominiera.it](mailto:Alice.Jasmine@laboratoriominiera.it)**

**Grazie!**

**Portate con voi macchine fotografiche,  
portatili e I PROGETTI CHE AMATE,  
sarete felici di averlo fatto!**

**Contatti:**

**Tutor del master LaboratorioMiniera:**

**[Alice.Jasmine@laboratoriominiera.it](mailto:Alice.Jasmine@laboratoriominiera.it) - 3884408534**

**Twitter: [labminiera](https://twitter.com/labminiera)**

**Facebook: [laboratorio miniera](https://www.facebook.com/laboratorio.miniera)**

**Tumblr: <http://labminiera.tumblr.com/>**

**INFO**



AMOR, CH'A NULLO AMATO  
AMAR PERDONA

**EBBRI DI REALTÀ  
CONTAMINIAMOCI  
DI FERTILE FOLLIA  
PER LA NASCITA  
DI NUOVE SPECIE  
NARRATIVE**

**FUTURIZZONTI IN FESTA**  
Microlaboratori in tempo reale di ossigenazione creativa  
Mercoledì 16 Marzo h. 10-18 | Politecnico di Milano  
Campus Bovisa | Via Durando 10 | Edificio N