

Dear bag

PROGETTO DI UNA VALIGIA MODULARE



Scuola di Ateneo
Architettura e Design "Eduardo Vittoria"
Università di Camerino

Tesi di laurea triennale in Disegno
Industriale e Ambientale presso
l'università UNICAM di Ascoli Piceno,
facoltà di Architettura e design "E.
Vittoria".

a.a. 2018/2019

UNICAM SAAD

Viale della Rimembranza, 11
63100 Ascoli Piceno/Italia
tel. +39 0737 404251

Sessione di Giugno 2020

Tesi progettuale
PROGETTO DI UNA VALIGIA MODULARE

RELATORE_Luca Bradini

LAUREANDA_Gloria Smerilli



I N D I C E

| | | |
|------------|--------------------------------------|-----|
| 01. | LA RICERCA | |
| | Il legame emotivo | 6 |
| | Emotional design | 13 |
| | Perché una valigia | 39 |
| 02. | LA STORIA DELLA VALIGIA | 42 |
| 03. | IL VIAGGIO | |
| | Il viaggio | 57 |
| | Viaggio in senso fisico | 58 |
| | Viaggio in Letteratura | 64 |
| 04. | DEAR BAG | |
| | Requisiti di progetto | 69 |
| | Studio della finitura | 72 |
| | Flessibilità | 78 |
| | Personalizzazione | 82 |
| | Manico | 84 |
| 05. | SPECIFICHE TECNICHE | |
| | Ruote | 90 |
| | Modelli | 94 |
| | Materiali e tecnologie di produzione | 106 |
| 06. | FOTOINSERIMENTI | 115 |
| | SITOGRAFIA E BIBLIOGRAFIA | 127 |



LA RICERCA

IL LEGAME EMOTIVO

6

Ogni giorno l'uomo interagisce con milioni di oggetti e alcuni di essi diventano particolarmente importanti, tanto da attribuire a quest'ultimi il merito o la colpa sull'esito di particolari eventi. Si tende ad antropomorfizzare le cose attribuendogli dei nomi e se si dovessero perdere o rompere tale evento genererà nel proprietario stati d'animo quali nostalgia e/o dispiacere. Questi legami affettivi che si vengono a creare con gli oggetti aumentano di valore con il passare del tempo.

Nel quotidiano i termini "OGGETTO" e "COSA" vengono spesso utilizzati come sinonimi ma in realtà, così facendo si cade in errore. Questi due vocaboli non sono equivalenti.

Cosa: (dal latino causa) ciò che riteniamo talmente importante e coinvolgente mobilitarci

in sua difesa.

Oggetto: (dal latino objectum) ciò che si trova avanti. È vicino alla parola greca problema che identifica di fatto un ostacolo da superare. Tale termine implica dunque una sfida, con quanto vieta al soggetto la sua immediata affermazione, che si conclude con la sopraffazione dell'oggetto; il quale in questo modo viene reso disponibile al possesso e alla manipolazione da parte del soggetto stesso.

Da questa affermazione se ne ricava che gli oggetti possono diventare cose attraverso un "processo" che li trasforma in "cassa di risonanza" delle nostre idee, attività, passioni e fantasie.



COSA SIGNIFICA LEGAME?

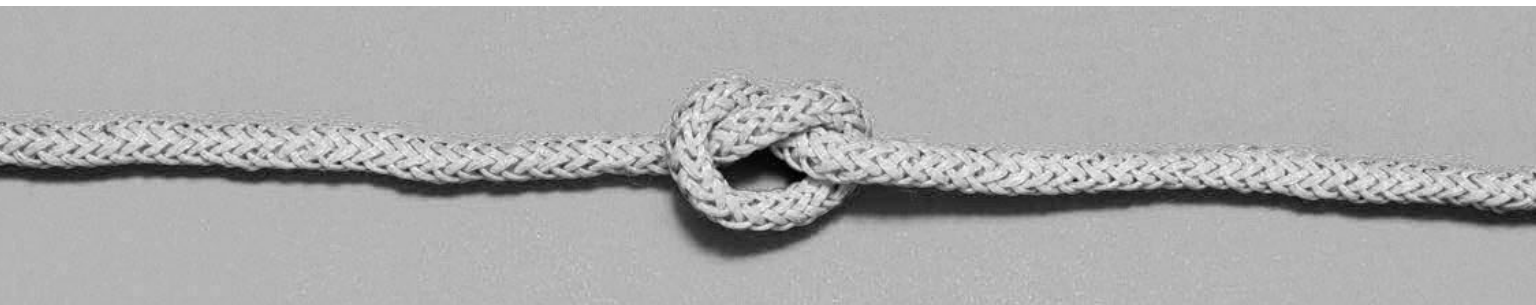
In senso figurato per legame si intende un vincolo morale o sentimentale. Più genericamente qualsiasi rapporto d'obbligo che limita la libertà di agire e di disporre di sé.

Esistono diversi tipi di legami che possono instaurarsi con un oggetto:

Legame affettivo in quanto quella cosa può essere stata regalata da una persona importante.

Legame di fiducia, in quanto l'oggetto è stato già utilizzato e si è riscontrato un feedback positivo durante l'utilizzo.

Legame emotivo [dal fr. émotif, der. del lat. emotus, part. pass. di emovere «scuotere, smuovere»]. – Che ha rapporto con l'emozione; o che provoca emozione. Più spesso, riferito a persona, disposto all'emozione, soggetto a iperemotività.



COSA SIGNIFICA EMOZIONE?

Stato psichico affettivo e momentaneo che consiste nella reazione opposta dall'organismo a percezioni o rappresentazioni che ne turbano l'equilibrio, esso viene suscitato da un evento-stimolo rilevante per gli interessi dell'individuo. La presenza di un'emozione si accompagna a esperienze soggettive (sentimenti), cambiamenti fisiologici (risposte periferiche regolate dal sistema nervoso autonomo, reazioni ormonali ed elettrocorticali), comportamenti 'espressivi' (postura e movimenti del corpo, emissioni vocali).



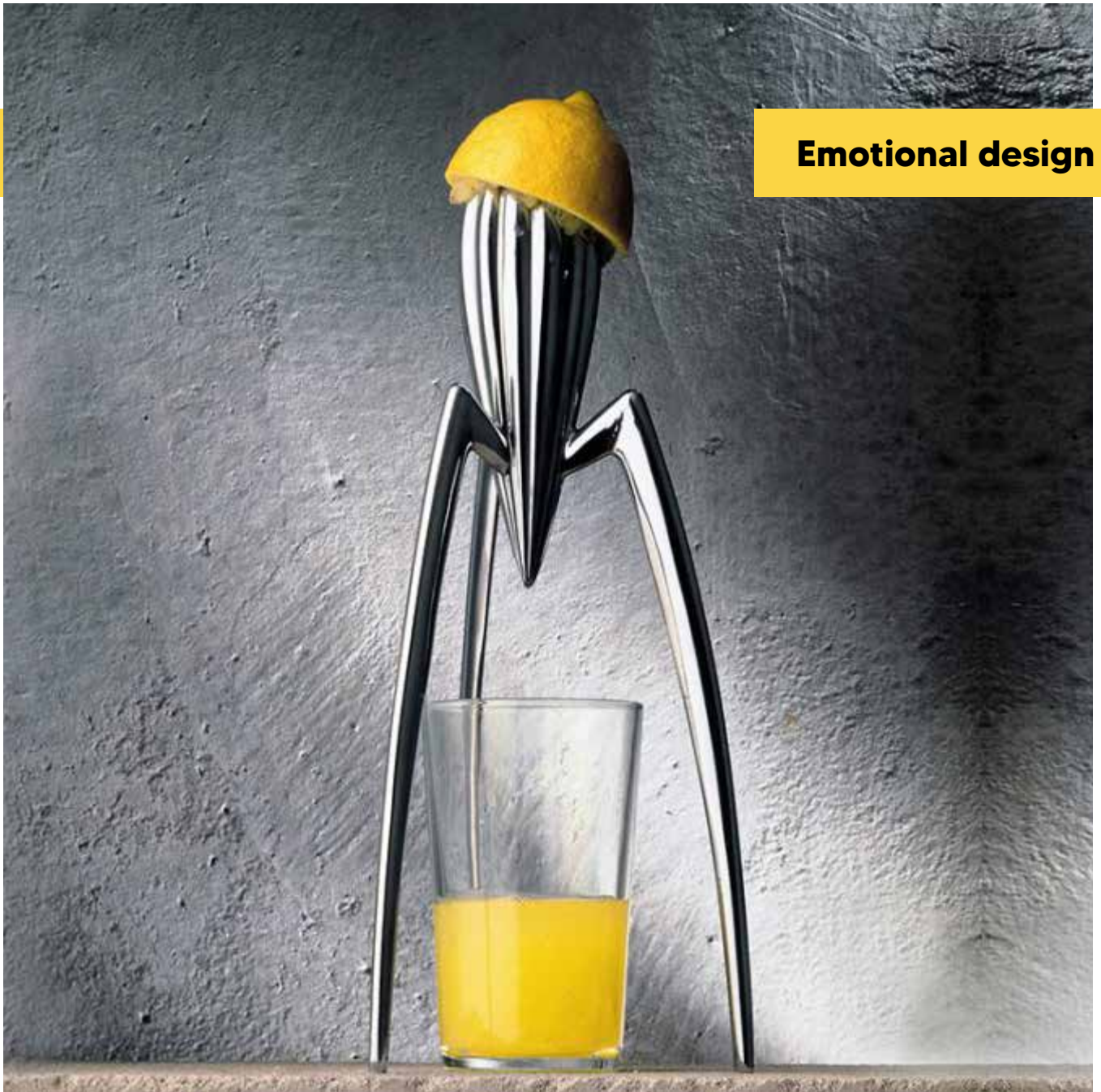
Nonostante tutto quello scritto in precedenza, altrettanto vero è il fatto che l'uomo si stanca molto velocemente di tutto ciò che possiede, affetti compresi. Se in modo così semplice si stanca delle persone, ancora più facilmente si annoia degli oggetti.

10

È proprio da una domanda suscitata da questa osservazione che nasce il tema del progetto "Dear Bag", come fanno gli oggetti di produzione di massa ad assumere un significato personale? Come può il piacere permanere, o meglio **come può il designer far restare vivo il piacere dell'utente verso il suo oggetto a dispetto del tempo?**

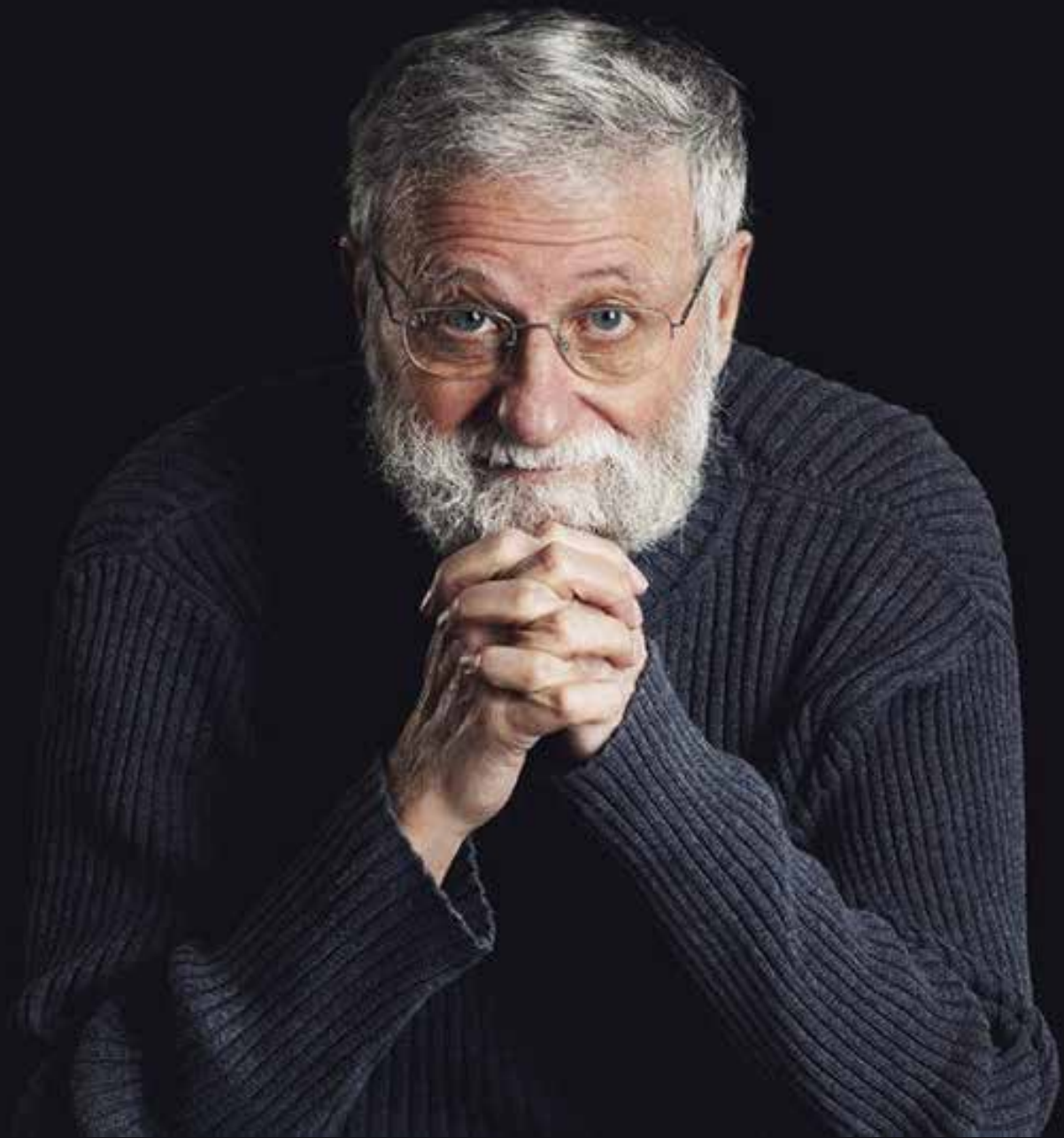


Emotional design



“Possiedo una collezione di teiere. Una, inventata dall’artista francese Jacques Carelman, è del tutto inutilizzabile -- il manico si trova sullo stesso lato del beccucio. La seconda si chiama Nanna, e la sua conformazione tozza e paffuta risulta sorprendentemente attraente. La terza è una teiera “inclinata”, complicata ma pratica, prodotta dall’azienda tedesca Ronnefeldt. Quali di queste teiere uso abitualmente? Nessuna. Ogni mattina prendo il tè. Di buon’ora, l’efficienza è la prima cosa. Appena sveglio, vado in cucina e spingo il pulsante di un bollitore giapponese...”

Donald A. Normann, “Emotional Design”



La famosa citazione delle 3 teiere illustra le diverse componenti del design di un prodotto: l'usabilità (o la sua assenza), l'esteticità e la praticità. Nella creazione del prodotto il designer deve tenere in considerazione tutta la parte pratica di esso quale i materiali, i metodi di realizzazione, i costi ... Ma accanto a questo aspetto molto importante del progetto ne risiede un altro altrettanto importante ma spesso dimenticato: **la componente emotiva** nel modo in cui i prodotti vengono progettati e utilizzati. Quest'ultimo lato può rivelarsi più critico degli elementi pratici nel determinare il successo o meno del prodotto.

16

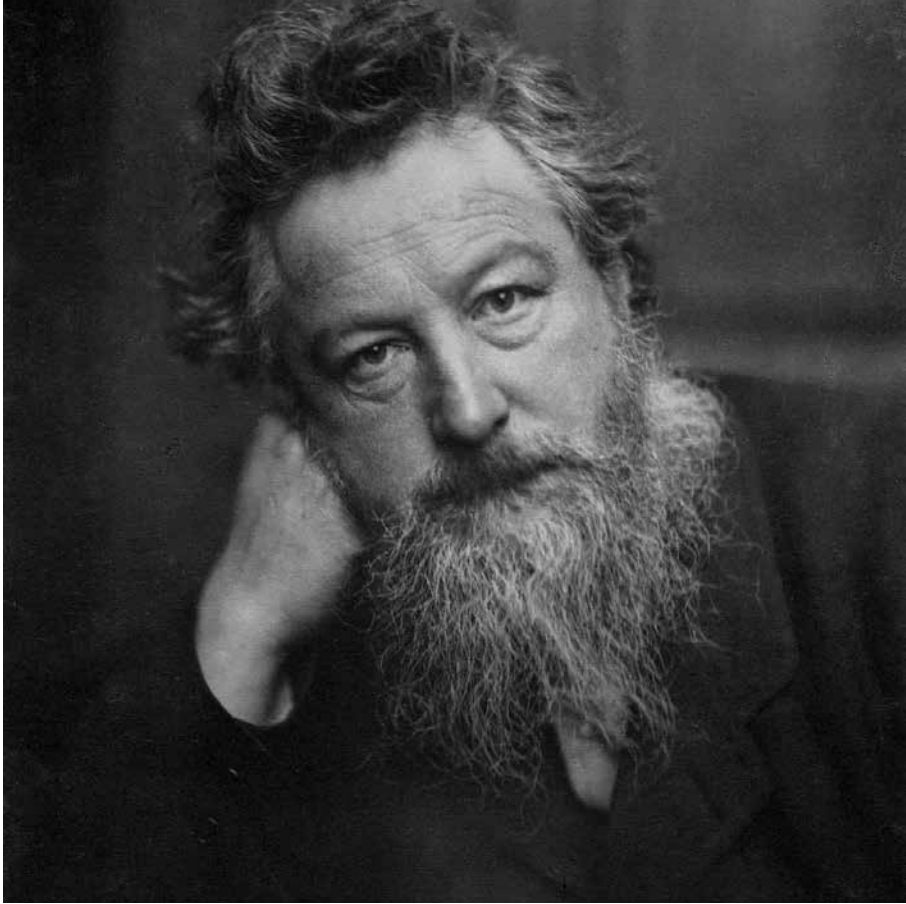


“Emotional design” nasce da un esperimento condotto dai ricercatori giapponesi Masaaki Kurosu e Kaori Kashimura. I due dimostrano come con i Bancomat più attraenti le persone facciano le operazioni più in fretta, meglio e più serenamente. Questo prova che la gradevolezza estetica ha un ruolo non solo per la soddisfazione ma anche per la prestazione.



18 “Se si vuole una regola d’oro in grado di soddisfare chiunque,
eccola: non tenere in casa propria nulla che non si ritenga utile ,
o consideri bello.”

William Morris, “The Beauty of the Life”, 1880



È con la citazione di W. Morris che Normann inizia il suo saggio e, insieme a essa, nel prologo stila anche la sua famosa citazione delle tre teiere. Quest'ultima illustra le diverse componenti del design di un prodotto: l'usabilità (o la sua assenza), l'estetica e la praticità.

Nella creazione di un oggetto molti sono i fattori da prendere in considerazione tra cui anche una forte componente emozionale, anche se non sempre viene riconosciuta.

Le tre teiere illustrano altresì tre diversi aspetti del design: viscerale, comportamentale e riflessivo.

20 Il primo riguarda l'aspetto esterno, il secondo ha a che fare con il piacere e l'efficienza di utilizzo, infine il terzo affronta la razionalizzazione e l'intellettualizzazione di un prodotto.

Al di là del design un oggetto possiede anche una componente personale che nessun designer o produttore può fornire. È importante notare come le tre dimensioni appena citate (ovvero viscerale, comportamentale e riflessivo) convivano in ogni oggetto di buon design e allo stesso tempo esse intreccino sia l'emozione sia il processo cognitivo. Questi due fattori sono inseparabili.

Utilità e usabilità sono indubbiamente importanti, ma senza gioia, rabbia o paura l'esistenza sarebbe incompleta. Accanto a questo vanno considerati altri fattori: estetica, attrazione e bellezza.

In "Emotional Design" Donald A. Normann mostra come le emozioni giocano un ruolo importante nel design. Questo è uno dei problemi di cui parla il libro, il quale pone una teoria molto interessante sul modo in cui fuzionano e interagiscono le emozioni. Egli chiamerà "EMOZIONI VISCERALI", le emozioni con cui siamo nati; "EMOZIONI COMPORTAMENTALI" che sono quelle che influenzano il comportamento e le aspettative riposte nello svolgimento di un'azione; e "EMOZIONI RIFLESSIVE" che sono quelle che ci fanno riflettere sul passato o pensare al futuro e da questi pensieri si possono ottenere delle emozioni vere. Questi 3 livelli sono molto importanti. Da questo ragione se ne ricava una domanda molto interessante: se si comprende che l'oggetto è utile, come si può progettare qualcosa che rafforza le emozioni viscerali, comportamentali e riflessive?"

Questa è la parte più complicata del design perchè non si posso costruire delle emozioni da mettere dentro il prodotto, queste risiedono nel corpo e nella mente; ma il designer può creare un prodotto o un servizio che trasmetta alla persona l'emozione che ci interessa.

21

Gli studi sull'emozione svolti da Normann, condotti insieme ai colleghi Andrew Ortony e William Revelle, professori presso il dipartimento di Psicologia della Northwestern University suggeriscono che le emozioni appartengono a tre diversi livelli del cervello:

LIVELLO VISCERALE: lo strato automatico, preclabato.

LIVELLO COMPORTAMENTALE: la parte comprendente i processi cerebrali che controllano il comportamento quotidiano.

LIVELLO RIFLESSIVO: la parte contemplativa del cervello.

Ogni livello richiede un diverso stile di design.



Comportamento dal basso verso l'alto

22



Comportamento dall'alto verso il basso

I tre livelli interagiscono tra loro modulandosi reciprocamente.

Nel momento in cui l'attività è attivata dai livelli inferiori, ovvero quelli viscerali, la si definisce "dal basso verso l'alto"; in caso contrario essa interessa il livello riflessivo e questo comportamento si denomina " dall'alto verso il basso". Questa terminologia deriva dagli standard comunemente usati per indicare le strutture elaborative del cervello.

I primi processi sono quelli guidati dalla percezione, mentre quelli dall'alto verso il basso sono diretti dal pensiero.

Indipendentemente dalla modalità operativa che assume il cervello in base allo stimolo che gli viene dato dai neurotrasmettitori, i quali modificano il modo in cui i neuroni trasmettono gli impulsi neurali da una cellula nervosa all'altra; il risultato è che qualsiasi cosa si faccia riveste una componente sia cognitiva, che ne assegna il significato, che affettiva, la quale ne attribuisce il valore. Ancora più in primo piano si trova lo stato affettivo, di segno sia positivo che negativo, che va a modificare il nostro modo di pensare.

QUALE RUOLO SVOLGONO TALI STATI EMOTIVI NEL DESIGN?

Interagire con gli oggetti non è sempre un'esperienza piacevole. Molte volte se ne esce stressati, arrabbiati e frustrati, arriviamo ad odiarli perchè spesso non si riesce a capire il loro meccanismo o il loro funzionamento. In caso contrario se il feedback rilasciato dallo strumento con cui abbiamo a che fare è positivo si riscontrerà una sensazione di benessere e serenità, e la volta seguente esso verrà riutilizzato volentieri.

24

Nel primo caso, in uno stato d'animo ansioso, l'utente si dimostrerà più concentrato per cui, dove è probabile che ciò accada, il designer deve prestare particolare attenzione nell'assicurarsi che tutti i dati necessari per compiere un determinato lavoro siano costantemente raggiungibili, prontamente visibili, in modo da far avere alla persona un riscontro chiaro e tangibile sulle operazioni che il dispositivo va eseguendo.

Nel secondo caso, con uno stato d'animo sereno, l'utente appare più creativo, maggiormente in grado di superare e risolvere i problemi marginali di un dispositivo, specialmente se questo funziona in modo piacevole. Per avere un esempio in merito si può citare la recensione rilasciata da un giornalista sul New York Times in cui scrisse "Qualunque sia la nostra opinione sugli attributi dinamici della Mini Cooper, in una gamma che va da ottimo a insignificante, non si può far a meno di ammettere che quasi nessun veicolo di recente memoria ha suscitato più sorrisi."

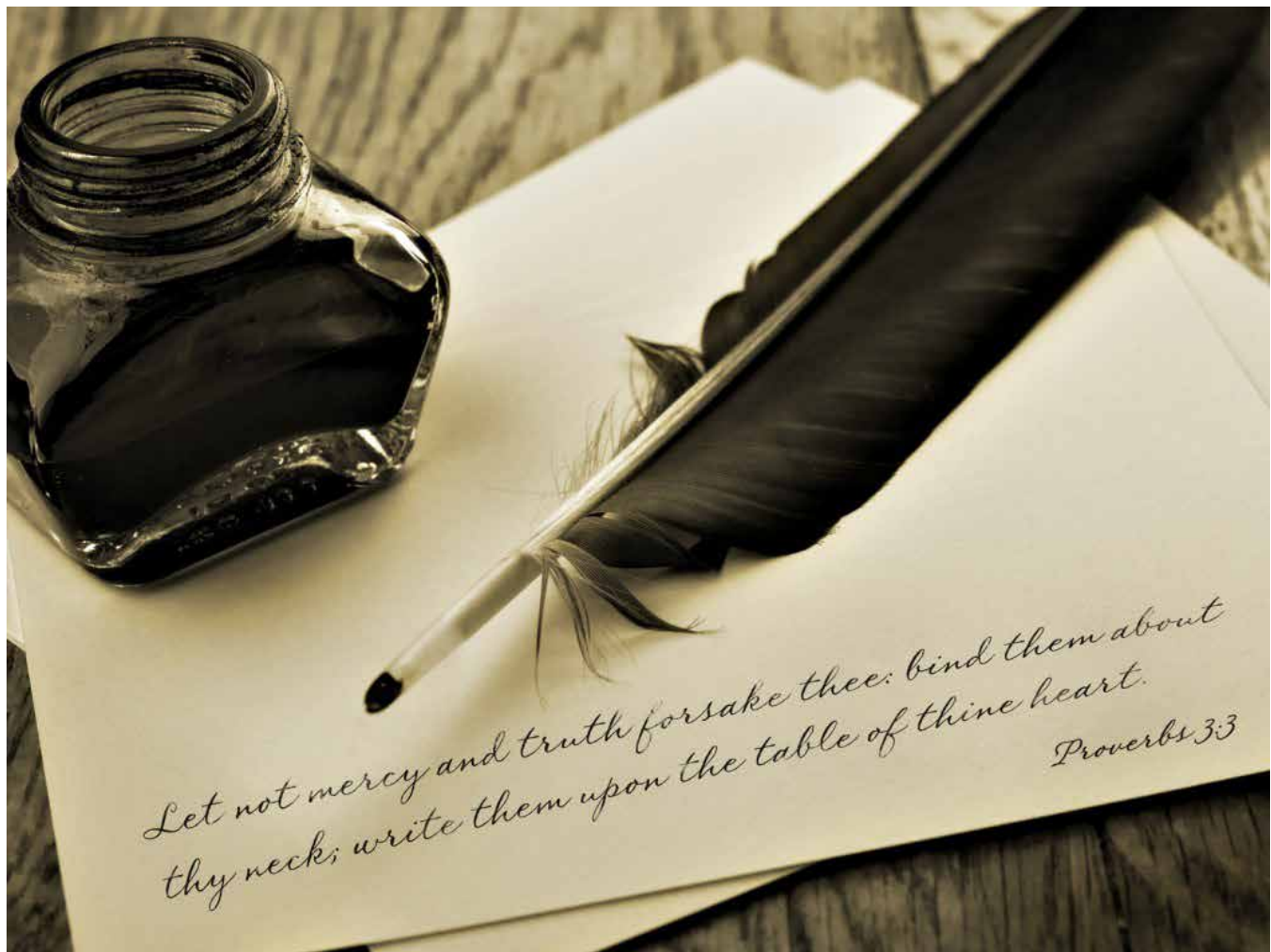
In questo caso il recensore della Mini Cooper raccomanda di ignorare i difetti dell'auto perché è troppo divertente.

Emozioni, stati d'animo, tratti caratteriali e personalità sono tutti aspetti dei diversi modi in cui opera la mente delle persone, soprattutto per quanto concerne il dominio affettivo, emozionale.

Le prime durano relativamente poco minuti o poche ore, gli stati d'animo sono più lunghi e possono persistere per ore o giorni, i tratti caratteriali durano per anni o per tutta la vita e infine la personalità riunisce le caratteristiche di una persona e le spazia per l'intera esistenza.

Tutti questi elementi sono modificabili. Questo fenomeno non è apprezzato dal designer in quanto egli vorrebbe sapere come progettare qualcosa di piacevole per chiunque ed è risaputo che all'accettazione di una persona corrisponde il rifiuto di un'altra.

Si può trovare la fonte di una simile complessità nei tre livelli elaborativi: a livello viscerale le persone sono identiche, a livello comportamentale e riflessivo esse risultano molto sensibili alle esperienze, all'addestramento e all'educazione.



Let not mercy and truth forsake thee: bind them about
thy neck; write them upon the table of thine heart.

Proverbs 3:3

I tre livelli di elaborazione del nostro sistema cognitivo sono molto spesso in conflitto tra loro.

Se ci si trovasse di fronte a uno strumento del passato essi entrano in azione fronteggiandosi l'uno con l'altro. Nel libro viene esaminato l'esempio di un calamaio. Da questa esperienza si ha una prima risposta immediata la si avrà dal livello viscerale, il più basilare, che risponde con piacere alla vista di questo strumento in quanto esso stesso è un oggetto piacevole ed elegante. A questo punto subentra il livello riflessivo e si inizia a ripensare a quando si usavano davvero quegli elementi e torneranno in mente tutte le esperienze negative a cui si va in contro con il calamaio (appena cade si rompe irrimediabilmente, non si riesce a distribuire l'inchiostro in modo uniforme e c'è il rischio non poco frequente che per una qualche distrazione il contenitore dell'inchiostro possa rovesciarsi tutto). Già si ha una prima contrapposizione ma le due affezioni non si annullano a vicenda. Questo conflitto è comune nel design.

Il livello comportamentale riguarda l'utilizzo, l'esperienza che si ha di un prodotto.

Quest'ultima presenta molti aspetti: funzione, prestazione e usabilità.

La prima specifica quali attività svolge il prodotto, se le funzioni risultano inadeguate il prodotto avrà scarso valore.

La seconda riguarda quanto bene il prodotto esegue la funzione prevista, se l'aspettativa non viene soddisfatta il prodotto non è valido.

La terza descrive la facilità con cui l'utente impara ad utilizzare correttamente l'oggetto, se chi usa il prodotto è confuso o frustrato ne consegue un'emozione negativa.

Il livello più vulnerabile tra i tre è quello riflessivo, in quanto è il più influenzabile dalla cultura, dall'esperienza, dall'educazione e dalle differenze individuali.

Esiste un ulteriore elemento di distinzione tra i vari livelli: il tempo.

Il livello viscerale e comportamentale riguardano "l'adesso", cioè le sensazioni e le esperienze provate nel momento stesso in cui si guarda o si usa il prodotto.

Il livello riflessivo, invece, dura molto più a lungo. Ne concerne quindi che il senso d'identità di una persona si trova all'interno del livello riflessivo ed è qui che acquista importanza l'interazione tra il prodotto e l'identità personale, la quale dimostra l'orgoglio o meno di possedere quell'oggetto.

I tre livelli corrispondono alle caratteristiche di un prodotto in modo seguente:

DESIGN VISCERALE

> Apparenza

DESIGN COMPORTAMENTALE

> Piacere ed efficienza di utilizzo

DESIGN RIFLESSIVO

> immagine di sé, soddisfazione personale, ricordi

28

Come paragonare tra loro l'importanza di ciascun livello ?

Ovviamente nessun singolo prodotto può sperare di soddisfare a pieno tutti e tre i livelli. Il designer deve conoscere il pubblico a cui è diretto il prodotto, nonostante i tre livelli vengano mostrati separatamente ogni esperienza concreta li comprende tutti e tre. È raro incontrare un unico livello e se dovesse esistere è molto probabile che derivi dal quello riflessivo.



29

Occorre tempo per sviluppare sentimenti emotivi veri, di lunga durata: essi derivano da interazioni prolungate.

La parola "SENTIMENTALE" significa qualcosa derivante da o colorato di emozione in contrapposizione a ragione o realismo.

L'emozione contrapposta alla ragione. Proprio questo è il punto.

Un prodotto può avere una personalità. Un modo semplificato di considerare la personalità di un prodotto è che essa riflette le molteplici decisioni relative all'aspetto, al comportamento e al posizionamento nel marketing e nelle pubblicità. Così tutti e tre i livelli del design giocano un proprio ruolo. La personalità deve corrispondere al relativo segmento di mercato. E deve mostrarsi coerente. Quando il comportamento risulta incoerente e imprevedibile, è difficile sapere che cosa attendersi, e le occasionali sorprese positive non sono sufficienti per superare la frustrazione e l'irritazione dovute al fatto che è impossibile sapere che cosa ci aspetta.

L'esistenza stessa dei termini "fashion", "style", "mode" e "vogue" dimostrano la fragilità del lato riflessivo del design.

DESIGN VISCERALE

I principi alla base del design viscerale sono predeterminati, coerenti tra le varie popolazioni e culture. Esso riguarda le reazioni iniziali, lo si può studiare molto semplicemente mettendo le persone di fronte a un oggetto e osservandone le reazioni.

Sta tutto nell'apparenza.

Questo tipo di design richiede le capacità dell'artista grafico e visuale e quelle del progettista industriale. Contano l'aspetto e la forma, la sensazione fisica e la struttura dei materiali.

Il design viscerale si basa completamente sull'impatto emozionale immediato.

DESIGN COMPORTAMENTALE

Ciò che conta in questo caso sono le quattro componenti del design comportamentale: funzione, comprensibilità, usabilità e sensazione fisica.

In questo tipo di design la funzione viene prima di tutto, perciò la prima prova che un prodotto deve superare è quella di riuscire ad assolvere gli scopi per cui è stato costruito.

Esistono due tipi di sviluppo per un prodotto: il perfezionamento e l'innovazione. Il primo significa prendere qualche prodotto o servizio esistente e renderlo migliore; il secondo prevede invece un modo del tutto nuovo di fare qualcosa.

32 Il perfezionamento di un prodotto nasce per prima cosa dall'osservazione del modo in cui la gente usa ciò che esiste già scoprendone le difficoltà per poi superarle. Se non si riesce a capire un prodotto diventa impossibile utilizzarlo o quantomeno usarlo bene. Per far sì che ciò avvenga senza errori si necessita della realizzazione di un modello concettuale appropriato, quest'ultimo deve tener conto dell'esistenza di tre diverse immagini mentali per qualsiasi oggetto:

“Modello del designer”- la visione che il designer ha in testa dell'oggetto che dovrà creare.

“Modello dell'utente”- immagine che l'utente ha dell'appaccherio e del suo funzionamento.

“Modello ideale”- immagine che deve avere l'oggetto la quale deve essere comprensibile per entrambe le figure appena citate.

Il design comportamentale è tutto basato sull'utilizzo.

DESIGN RIFLESSIVO

Il design riflessivo riguarda l'esperienza a lungo termine del cliente. Da un lato esso riguarda il significato degli oggetti, i ricordi personali che questi evocano, dall'altro concerne l'immagine che abbiamo di noi stessi e il messaggio che un prodotto trasmette agli altri.

L'essenza del design riflessivo sta tutta nella mente dell'osservatore. L'attrazione è un fenomeno di livello viscerale, la reazione è interamente dovuta all'aspetto superficiale di un oggetto; mentre la bellezza no, essa risiede nel livello riflessivo, deriva dalla riflessione e dall'esperienza coscienti.

Il design riflessivo è completamente legato al messaggio, alla cultura e al significato di un prodotto o del suo impegno.

Nonostante tutto rimane pur sempre un problema: il tempo.

Con il tempo la gente tende a prestare sempre meno attenzione alle cose familiari che si tratti di oggetti o persino del partner.

Quindi come tenere viva l'eccitazione e il piacere estetico per una vita?

Si pensa sempre che il problema risieda nell'oggetto, ma se così non fosse? Se il problema non fosse l'oggetto ma bensì l'osservatore? Questa conclusione comporta due implicazioni importanti. Primo, l'oggetto deve essere ricco e complesso, capace di dare origine a un interscambio senza fine tra i vari elementi; secondo l'osservatore deve avere il tempo di studiare, analizzare e considerare la ricchezza di tale interscambio o la scena diventerebbe banale.

34

Se qualcosa dovesse dare piacere per tutta la vita sono necessarie due componenti:

- l'abilità del designer nell'offrire un'esperienza forte
- la capacità da parte di chi osserva di percepirla.

“L’elemento comune è l’abilità di creare un legame
emotivo con il proprio pubblico, una sorta di
bisogno”

35

J. Khaslavsky, N. Shedroff, 1999

Siamo creature sociali, biologicamente preparate all'interazione con gli altri, e la natura di tale interazione dipende in gran parte dalla capacità di comprendere gli stati d'animo altrui.

Non ci si limita ad esercitare questa capacità solo tra esseri umani, ma spesso la si utilizza anche verso gli animali e interpretazioni simili avvengono anche nei confronti degli oggetti inanimati. Anche se ciò può sembrare strano l'impulso viene dalla medesima fonte - dai meccanismi di interpretazione automatici.

36

Interpretiamo tutto ciò che sperimentiamo, per lo più in termini umani. Si definisce tale atteggiamento "ANTROPOMORFISMO", ossia l'attribuzione di motivazioni, considerazioni e sentimenti umani ad animali e oggetti inanimati.

Queste emozioni e opinioni umane che proiettiamo in qualsiasi cosa da una parte, possono portare gioia e piacere in chi usa il prodotto se questo svolge in modo soddisfacente la sua funzione; dall'altra potrà avere un'affezione negativa in caso in cui l'esperienza che si è avuta con l'oggetto si è dimostrata frustrante.

Concludendo, **come fanno gli oggetti di produzione di massa ad assumere un significato personale?** È possibile? Gli attributi che rendono personale un oggetto appartengono proprio al tipo che non può essere progettato in anticipo, soprattutto nella produzione di massa. Numerosi produttori hanno cercato di superare l'uniformità delle proprie offerte consentendo ai clienti di "personalizzarle", e di solito questo si riassume nell'azione dell'utente di scegliere il colore o qualche accessorio aggiuntivo. Queste personalizzazioni non sono proprio emotivamente stimolanti, niente di tutto ciò garantisce legami emotivi.

Rendere personale qualcosa vuol dire esprimere una certa sensazione di possesso e soddisfazione. Significa conferirle quel certo tocco individuale.

L'obiettivo di questa ricerca sta nel creare un oggetto che accompagni l'utente nella vita, nel dare a ogni utente un prodotto unico, nel quale si possa rispecchiare e verso cui la presenza imponente del tempo non ne vada a scalfire il valore, ma al contrario, accresca il legame tra uomo e oggetto.



PERCHÈ UNA VALIGIA?

La valigia è un oggetto che già di per sé possiede un forte simbolismo. Letteralmente per valigia si intende “grossa borsa da viaggio per riporvi indumenti od oggetti personali; di forma particolare a seconda del contenuto. Ha funzioni di custodia e protezione, oltre che di trasporto”. Il suo concetto però è molto più profondo.

Essa è il simbolo del viaggio per antonomasia. Essa è un contenitore metaforico che contiene sogni, ricordi, emozioni, esperienze. Contiene il passato. Contiene la speranza sul futuro. Una valigia è un semplice contenitore, dove si potrebbe riporre di tutto, ma qualunque cosa si metterà al suo interno e si è disposti a portarla con sé, è importante.

Perdere questo oggetto, è come perdere un pezzetto di sé, significa che se qualcuno la trova e la apre può vedere cosa nascondiamo. Nessuno aprirebbe mai il suo bagaglio in mezzo a piazza, nessuno vorrebbe mostrare a chiunque cosa contiene la valigia che si porta sempre insieme.



LA STORIA DELLA VALIGIA

La storia della valigia ha inizio con la civiltà egizia. Il primo baule di cui si è avuta notizia fu rinvenuto nel XIV sec. a.C., nella tomba del faraone Tutankhamon. A quell'epoca si credeva che la vita continuasse anche dopo la morte e per tale motivo i bauli avevano lo scopo di accompagnare il defunto nell'aldilà, a tal proposito nella tomba del defunto venivano posti diversi questi bauli contenenti tutti i beni necessari alla sopravvivenza, dalle scorte di cibo agli oggetti preziosi.



42

Da allora il baule è diventato uno degli oggetti più comuni e venne utilizzato anche dai greci e dai Romani durante i loro lunghi spostamenti per mare e per terra. L'oggetto in questione a quel tempo era di grande dimensione, in bronzo o in legno, ed era adatto per essere caricato sulle navi mercantili dunque si privilegiava la praticità a discapito dell'estetica.

Questo bagaglio grande e non aggraziato arrivò fino al Medioevo. Fu nel '700 che il bagaglio diminuì notevolmente le sue dimensioni e divenne più simile a quello che si ha in mente oggi.

Tra '700 e '800 divennero quasi routine anche le traversate oceaniche e viaggiatori si mettevano in marcia con bagagli ridotti al minimo. Funzionari, commercianti, avventurieri si richievarono nelle colonie americane o asiatiche per lunghi periodi, accompagnati da un equipaggio vario e complesso in quanto la navigazione poteva durare mesi e il loro corredo da viaggio prevedeva il letto, materiale da cucina, scorte di cibo e bevande.



A metà '800 nacquero le prime agenzie turistiche, la prima in assoluto vide la luce in Inghilterra e fu la "Thomas Cook & Son", 1851. Con l'avvento della locomotiva inoltre i viaggi divennero a portata di tutti e iniziò così il turismo di massa. A fare la differenza adesso non era più il mezzo di trasporto ma il bagaglio stesso, il quale veniva maneggiato con scarsa delicatezza e cura, per questo i viaggiatori ricorrevano all'aiuto di artigiani per imballare e proteggere i loro oggetti personali.

Il primo prototipo della valigia apparve a metà del XIX secolo. La sua storia cominciò nel 1837, quando Louis Vuitton arrivò a Parigi e divenne l'allievo del maestro Marechal, che fabbricava bauli da viaggio e cappelliere.



Nel 1854 aprì a Parigi il suo primo laboratorio, situato in Rue Veuve de Capucines, che chiamò "Louis Vuitton: Malletier a Paris". Grazie all'uso dei materiali migliori e alla qualità delle finiture, i bauli di Vuitton divennero famosi tra l'élite francese e qualche tempo dopo egli divenne il confezionatore privato dell'imperatrice Eugenia (moglie dell'imperatore Napoleone III).

Nel 1858 Louis Vuitton creò il suo primo capolavoro rivoluzionario – una cassa piatta che aveva in tutto le sembianze di una moderna valigia dei giorni nostri. Questa fu chiamata “Trianon”.



La cassa era estremamente leggera, dotata di chiusura ermetica e ricoperta di un tessuto impermeabile, e per la prima volta presentava un’apertura sul fianco. Fino a quel momento i baui avevano un coperchio arrotondato e quindi era impossibile impilarli uno sopra l’altro durante il trasporto. Nonostante ciò Trianon è ancora lontano dalla valigia comoda e multifunzionale che si conosce oggi, di fatto per essere trasportato occorrevano due facchini.

44

Nel 1896 Louis Vuitton lanciò il suo primo baule griffato e qualche decennio dopo, nel 1924, la prima borsa morbida, anticipazione del bagaglio moderno.

A metà del XIX secolo, quando la rapida costruzione delle ferrovie negli Stati Uniti rese possibile viaggiare anche per le persone di umili condizioni, sorse la necessità di inventare qualcosa per permettere a una singola persona di trasportare il proprio bagaglio. Fu in questo periodo che comparve la prima valigia (chiamata “sacca da viaggio”, dal francese Sac Voyage), che era una borsa capiente a forma di sacca con manico singolo o doppio. Le prime sacche da viaggio erano realizzate con vecchi tappeti, da cui deriva il nome “Carpet Bag”, ovvero “Borsa di tappeti”.



A differenza di un ingombrante baule questa borsa era comoda e leggera ma aveva un difetto: si usurava troppo velocemente. Pertanto, in seguito, i fabbricanti cominciarono ad utilizzare la pelle, che era un materiale più resistente e duraturo. Gradualmente le persone ricche iniziarono così ad utilizzare anche sacche da viaggio in pelle, le quali divennero presto oggetti per trasportare non solo gli effetti personali, ma anche il denaro. Per maggiore sicurezza le sacche da viaggio furono quindi dotate di lucchetti.

Gradualmente, tra la fine del Diciannovesimo e l'inizio del Ventesimo secolo, quando la gente cominciò a emigrare in grandi quantità da un continente all'altro, comparve una versione combinata tra una sacca e una scatola da viaggio: una piccola valigia con pareti rigide e un solo manico per trasportarla.

Nel 1910 con la fondazione dell'azienda americana Schwayder Brothers, da parte dell'imprenditore Jesse Schweider, iniziò l'era della valigia economica con dettagli innovativi.



Le valigie nel catalogo United watch catalogue, 1911

Con l'inizio del nuovo secolo e tra le due guerre mondiali un altro fenomeno rivoluzionò drasticamente e definitivamente l'evoluzione del baule. L'automobile. Il baule squadrato, grande e pesante lasciò il posto a valigie di dimensioni più piccole, più leggere e quindi più facilmente trasportabili; il termine stesso "baule" passò a indicare il vano dell'auto dedicato ai bagagli.

Con l'auto però non cambiò solo il bagaglio ma anche i viaggi stessi mutarono in quanto si fecero più brevi, perciò gli oggetti da portarsi dietro diminuirono insieme alle dimensioni delle valigie.

Negli anni '30 l'azienda Schwayder Brothers creò la valigia detta "Samson", con un telaio in legno, manico resistente, rifiniture in tessuto e serrature sicure.





Agli albori degli anni '60 invece, inizia la produzione delle valigie in materiale rigido, grazie alla conoscenza della chimica appresa negli anni e all'espansione mondiale dei derivati del petrolio. Inizialmente svilupparono valigie in acrilonitrile butadiene stirene, o meglio conosciuto come ABS, un polimero molto duro e resistente che all'epoca risultava anche molto leggero. Oltre a questo, prese piede anche un materiale usato fino a quel tempo solo nella prefabbricazione e nella produzione di componenti impiantistici: l'alluminio, sontuoso e ricercato, simbolo di classe ed eleganza. Questa specie di metallo però ha dei limiti: la quasi totale assenza di elasticità, che lo rende debole agli urti, e il prezzo molto elevato.

Circa una decina di anni dopo svilupparono un altro polimero: il polipropilene. Materiale simile all'ABS, ma con un grado di elasticità superiore e quindi con una capacità migliore di assorbire gli urti.



1958. Silhouette.

Samsonite immette sul mercato la valigia più innovativa di quel tempo, con un design moderno e il telaio per proteggerla dai danni dell'usura e del tempo.



1965. American tourist.

L'azienda inizia a sperimentare negli anni 50 nuovi materiali per arrivare a una delle prime valigie termoformate, presentando un design moderno e decisamente distintivo.

Nel 1972, l'impiegato della "United States Luggage" Bernard David Sadow dopo un viaggio si rese conto di fare una grande difficoltà a trasportare due pesanti valigie. David Sadow in quel momento ebbe inaspettatamente un'idea su come creare una valigia su ruote. Nonostante questa fosse un'idea brillante i produttori di bagagli non l'accettarono, finché non ricevette una risposta positiva dalla Macy's Company.



Il trolley come lo si conosce oggi acquista le sembianze attuali solo alla fine degli anni '80, quando il pilota della compagnia americana Northwest Airlines Robert Plath provò a facilitare il trasporto del bagaglio durante i suoi voli, così attaccò due piccole rotelle alla sua valigia e cucì una tasca sul lato che nascondeva una maniglia di metallo retrattile. Nel 1989 Robert Path registrò il brevetto per "la valigia su rotelle con manico retrattile". La sua invenzione fu chiamata "Rollaboard". Nello stesso anno l'ormai ex pilota fondò la sua azienda, chiamata Travelpro. La richiesta per questo nuovo pratico prodotto era incredibilmente alta. Solo nel suo primo anno di esistenza l'azienda realizzò un utile di 1,5 milioni di dollari.



Dal primo trolley del 1988 l'evoluzione della valigia non si è arrestata più.

Dal 1998 la "vecchia" valigia orizzontale, lasciò definitivamente posto all'odierno trolley in verticale dotato di due ruote.

Nei primi anni 2000 si iniziò ad utilizzare un nuovo materiale: il POLICARBONATO. Un polimero che mandò in "pensione" il vecchio ABS, grazie alle caratteristiche tecniche simili, ma di gran lunga più leggero. Proprio negli

52

stessi anni iniziarono a sviluppare il trolley a quattro ruote, come quelli che conosciamo oggi. Successivamente, nel 2008, SAMSONITE acquisì il brevetto di un nuovo materiale, ultra leggero e super resistente: il CURV, una fibra di polipropilene un passo avanti a tutti i materiali esistenti ad oggi per quanto riguarda il mondo della valigeria.

Arrivati ad oggi le ricerche su materiali sempre più performanti non si sono arrestati e l'evoluzione della valigia continua inglobando in essa anche la tecnologia, elemento caratterizzante di questi anni.



NOME__BLUESMART

AZIENDA__Bluesmart

DESIGNERS__ --

ANNO__2016

DIMENSIONI__L 36, p 23, h 56 cm



NOME__BUGABOO BOXER

AZIENDA__Bugaboo

DESIGNERS__Bugaboo

ANNO__2016

DIMENSIONI__ --



NOME__MODOBAG

AZIENDA__Modobag

DESIGNERS__Kevin O'Donnell

ANNO__2017

DIMENSIONI__L 55 x p 22 x h 35 cm



NOME__GITA

AZIENDA__Piaggio

DESIGNERS__Piaggio Fast Forward (PFF)

ANNO__2017

DIMENSIONI__L 68,58 x p 57 x h 61 cm



IL VIAGGIO



VIAGGIO s. m. [dal provenz. viatge, fr. ant. veiage, che è il lat. viaticum «provvista per il viaggio» e più tardi «viaggio», der. di via «via2»; cfr. viatico]. – 1. L'andare da un luogo ad altro luogo, per lo più distante, per diporto o per necessità, con un mezzo di trasporto privato o pubblico (o anche, ma oggi raramente, a piedi).

Il tema generale ha imposto un determinato prodotto, quest'ultimo a sua volta ha introdotto un altro tema: IL VIAGGIO. Ci sono molti tipi di viaggi: locale, regionale, nazionale o internazionale; altrettanti sono i mezzi cui ci si sposta automobili, mezzi pubblici, aerei, navi [...]; e altrettanti sono i motivi per cui si compie un viaggio lavoro, piacere, necessità. Non si può intendere il viaggio solo in senso fisico in quanto, a discapito quello che prova a fare il vocabolario provando a spiegarne il suo significato in senso letterale; questo concetto è stato approfondito anche in letteratura da cui ne è conseguita tutta una narrativa. In questo caso il viaggio viene inteso in senso metaforico come espressione di abbandono, ricerca interiore e desiderio.

Nel 2020 si può viaggiare molto facilmente, non si hanno problemi a spostarsi e si può raggiungere la parte opposta del mondo in qualche ora. In merito a questo, in merito al tempo che si impiega per raggiungere una destinazione precisa e alla comodità con la quale la stessa destinazione viene raggiunta, c'è stato un cambiamento non indifferente. Nonostante ciò, come spiega bene la storia della valigia, quello che non è mutato è che l'uomo ha bisogno di portarsi dietro un pezzo di sé e quel contenuto, grande o piccolo che sia viene chiuso in un contenitore, che prima veniva chiamato baule e ora valigia.

VIAGGIO IN SENSO FISICO

In base al viaggio che si compie si porta con sé un bagaglio altrettanto adeguato. In base al mezzo che si utilizza si riscontrano problemi più o meno fastidiosi.

Di seguito vengono riportati i dati istat sui vari mezzi con cui le persone si spostano per i loro viaggi.

58

| DESTINAZIONE | | VIAGGIO DI VACANZA | VIAGGIO DI LAVORO | TUTTI I TIPI DI VIAGGIO |
|--------------|-----------------------|--------------------|-------------------|-------------------------|
| PAESI ESTERI | Aereo | 8 527 | 2 000 | 10 527 |
| | Treno | 241 | 27 | 268 |
| | Auto | 3 064 | 140 | 3 204 |
| | Nave | 862 | -- | 884 |
| | Pullman | 782 | 30 | 812 |
| | Camper, autocaravan | 0 | 0 | 0 |
| | Mezzi non specificati | 176 | 98 | 274 |
| ITALIA | Aereo | 3 543 | 1 131 | 4 674 |
| | Treno | 5 940 | 1 782 | 7 722 |
| | Auto | 41 322 | 2 425 | 43 747 |
| | Nave | 1 572 | 106 | 1 677 |
| | Pullman | 1 981 | 263 | 2 244 |
| | Camper, autocaravan | 1 338 | 0 | 1 338 |
| | Mezzi non specificati | 659 | 800 | 1 459 |
| TOTALE | Aereo | 12 070 | 3 132 | 15 201 |
| | Treno | 6 181 | 1 809 | 7 990 |
| | Auto | 44 386 | 2 566 | 46 951 |
| | Nave | 2 434 | 128 | 2 561 |
| | Pullman | 2 763 | 293 | 3 055 |
| | Camper, autocaravan | 1 338 | (0) | 1 360 |
| | Mezzi non specificati | 834 | 899 | 1 733 |

Ogni mezzo di viaggio porta con sé dei problemi tali per cui siamo condizionati sulle dimensioni dei bagagli e su quanti bagagli portare.

In macchina ad esempio si è limitati da vari fattori quali il numero delle persone, la capienza del bagagliaio, la grandezza stessa dell'autovettura. È opportuno inoltre prendere i dovuti accorgimenti nel trasporto dei bagagli per mezzo dell'automobile onde evitare di destabilizzare il veicolo, compromettendo così la sicurezza dei passeggeri e rischiando di incorrere in sanzioni piuttosto salate, tra 84 e 338 euro per chi carica l'auto oltre il peso massimo indicato oppure posiziona in maniera errata il carico. Nell'ipotesi peggiore, oltre alla sanzione viene applicata anche la decurtazione di 3 punti nella patente, il ritiro della stessa e della carta di circolazione almeno fino alla corretta sistemazione del carico, secondo quanto indicato nell'articolo 164 del codice della strada.

Secondo quest'ultimo il peso totale dell'auto (passeggeri compresi): non deve superare il peso massimo supportato dalla vettura, indicato nella carta di circolazione. Per quanto riguarda i bagagli all'interno del veicolo, sia nell'abitacolo sia nel bagagliaio, va fatta attenzione al loro peso, posizionando quelli più grossi per primi sotto a tutti gli altri, in maniera tale che durante il percorso non si muovano. È inoltre importante fare attenzione a legare correttamente gli oggetti pesanti in grado di rotolare. Nel complesso, il posizionamento del carico dev'essere tale che non ci siano sbilanciamenti a destra e sinistra. Bisogna poi evitare assolutamente di collocare oggetti pesanti nella cappelliera in quanto in caso di frenata costituirebbero un pericolo oltre a essere d'intralcio alla visuale del guidatore.

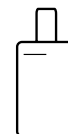
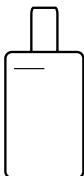
Il Codice della Strada indica all'Art. 61 che la sagoma del veicolo carica di bagagli non deve superare i 2,55 m di lunghezza, 4 metri di altezza. Per quanto riguarda le dimensioni dell'auto, il carico di bagagli può infatti sfiorare sulla lunghezza posteriore, ma non può assolutamente alterare i fianchi della vettura. Con precisione, il Codice della Strada indica che oltre i 30 centimetri dalla luce, non possa sporgere nessun oggetto.

In aereo, come nelle navi da crociera, se si vuole portare il bagaglio con sé, detto bagaglio a mano, e quindi non pagare il prezzo aggiuntivo che richiede in tal caso il bagaglio da stiva, si è costretti a stare entro determinate dimensioni che sono diverse a seconda della compagnia con cui si sceglie di volare.

Anche per quanto riguarda i pullman e i treni ci sono dei regolamenti da seguire seppur non così severi come nel caso degli aerei, ma come per quest'ultimi ogni compagnia ha le sue regole.

Un altro problema che si riscontra con il trasporto di molto bagagli è che spesso ci si può ritrovare in difficoltà durante il trasporto di questi, e si finisce con arrivare stremati e indolentiti alla destinazione.

Confronto dimensioni bagagli - COMPAGNIE AEREE

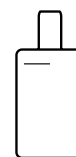
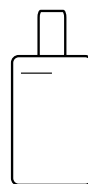
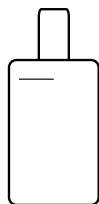


| | | | |
|----|-----------------------|-----------------|----------------|
| | ALITALIA | ≤ 119x119x81 cm | ≤ 55x35x25 cm |
| | RYANAIR | - | *≤ 40x20x25 cm |
| | EASYJET | - | ≤ 56x45x25 cm |
| 60 | IBERIA | *≤ 90x75x43 cm | ≤ 56x45x25 cm |
| | LUFTHANSA | - | ≤ 55x40x23 cm |
| | AIRFRANCE | - | ≤ 55x35x25 cm |
| | VUELING | - | ≤ 55x40x20 cm |
| | AIR ITALY | - | ≤ 55x40x20 cm |
| | AIR ITALY (Meridiana) | - | ≤ 55x40x20 cm |
| | British Airways | *≤ 90x75x43 cm | ≤ 56x45x25 cm |

Nella pagina accanto sono state riportate le dimensioni che si devono rispettare nel caso delle compagnie aeree. Sono state selezionate le compagnie più importanti del il territorio internazionale.

Nella pagina seguente verranno invece messi a confronto le dimensioni dei babagli piccoli, medi e grandi, di quattro aziende che lavorano del campo della valigeria.

Confronto dimensioni bagagli - AZIENDE



62

CARPISA

54x78x31 cm

44,5x67,5x26cm

33x55x21cm

PIQUADRO

51x79x27,5 cm

46x69x27cm

38x53x21cm

RONCATO

53x80,5x28 cm

40x55x25cm

35x45x18cm

SAMSONITE

44X79x31 cm

49x69x29cm

35x45x18cm

XL 58X86X36 cm

MATERIALI UTILIZZATI PER LA PRODUZIONE DI VALIGIE

| | |
|--------------------------|---|
| POLIESTERE | Leggerezza, flessibilità e impermeabilità. |
| NYLON | Leggerezza, flessibilità e impermeabilità. |
| NYLON BALISTICO | Materiale sintetico particolarmente resistente. |
| POLICARBONATO | Elevata trasparenza, resistenza a urti e fratture, riciclabile, facilmente lavorabile. Costi di produzione elevati, suscettibile alla degradazione. |
| POLIPROPILENE | Molto rigido, resistente al calore, agli acidi e ai solventi. È infiammabile e non è ecologico. |
| ABS | Materiale rigido, flessibile, resistente alle scalfitture. riciclabile, molto leggero. Meno resistente e meno rigido rispetto al PC o al PP. |
| PC-ABS | Fusione tra polycarbonato e abs leggerezza, resistenza e possibilità di personalizzazione |
| CARTONE E TESSUTO | Anni '40. Valigia in cartone foderata con il tessuto. |
| CURV | Leggero e resistenti agli impatti, è un materiale creato con granuli di polipropilene vergine. Materiale creato e brevettato da Samsonite. |

Tutti questi problemi così reali spariscono nel momento in cui si va ad approfondire il discorso del viaggio sotto il punta di vista simbolico.

Una chiave perfetta di lettura potrebbe essere il romanzo "Le città invisibili" di Italo Calvino, pubblicato nel 1972, che non solo è un esempio molto interessante tra i tanti altri anche molto diversi tra loro, su come il viaggio viene descritto in letteratura, ma è anche interessante come anche in questo caso è sempre presente una valigia. Il romanzo narra infatti di Marco Polo l'esploratore veneziano che nel XIII secolo giunse in Estremo Oriente attraversando lo sconosciuto mondo delle terre dell'Asia, e si trova al cospetto di Kublai Khan, imperatore del regno dei Tartari. L'imperatore chiede a Marco di raccontargli del suo lungo viaggio e in particolare vuole che gli vengano descritte le città che ha visitato. Marco Polo custodisce tutti i suoi ricordi nelle sue valigie, proprio da esse infatti estrae gli oggetti che si è portato dietro e li mostra all'imperatore. Egli non si limita ad una descrizione fisica, o esteriore, delle città che incontra (e che nel testo hanno tutte un nome di donna e non il nome reale e storico), ma espone anche un resoconto dettagliato delle città che gli vengono in mente quando vede quelle reali, delle sensazioni e delle emozioni che ogni città, con i suoi profumi, sapori e rumori, suscitano.

64

Si può dire che ciò che ha costruito Italo Calvino attraverso la voce di Marco Polo e l'orecchio del Gran Kan Kublai è una danza tra gli spazi; una danza a partire dalla quale il lettore può riconoscere i suoi luoghi: quelli della nostalgia e quelli del desiderio, i luoghi presenti e quelli non ancora abitati, quelli della memoria e gli altri dell'assenza. Una sorta di Mille e una notte delle città, che ogni volta di nuovo il viandante Marco Polo intesse a favore del sedentario sovrano, per esorcizzare la malinconia delle sue sere.





Dear bag

Dear bag nasce da una problematica che si incontra ogni giorno: il disinteresse. Ogni persona con il passare del tempo perde interesse per qualunque cosa senza un motivo preciso. Questo progetto, nato da una accurata ricerca, vuole provare a far entrare nel cuore dell'utente il prodotto che acquista, dando la possibilità all'utente stesso di crearsi la sua valigia, di creare la sua compagna di viaggio a propria immagine e somiglianza. L'obiettivo di questa ricerca è quello di lavorare sull'oggetto che accompagna la persona in tutta la sua vita, per fare ciò è stato necessario creare un prodotto flessibile in modo da potersi adattare alla vita frenetica dell'utente.

Si accetta inoltre di affrontare la sfida lanciata da Normann e cercare di dare una risposta alla domanda: **“come fanno gli oggetti di produzione di massa ad assumere un significato personale? È possibile?”**

Dunque il prodotto che nasce da questa ricerca è una valigia componibile, il cui scopo è quello di esprimere le esigenze del viaggiatore in relazione alla flessibilità e all'esperienza del viaggio.

REQUISITI DI PROGETTO



FLESSIBILITÀ

Dear bag è un'unica grande valigia composta da più bagagli aggregati tra loro, nonostante ciò ognuno di essi può essere riassembleato insieme cambiando lo schema standard del prodotto e riproponendone uno nuovo come più si preferisce.



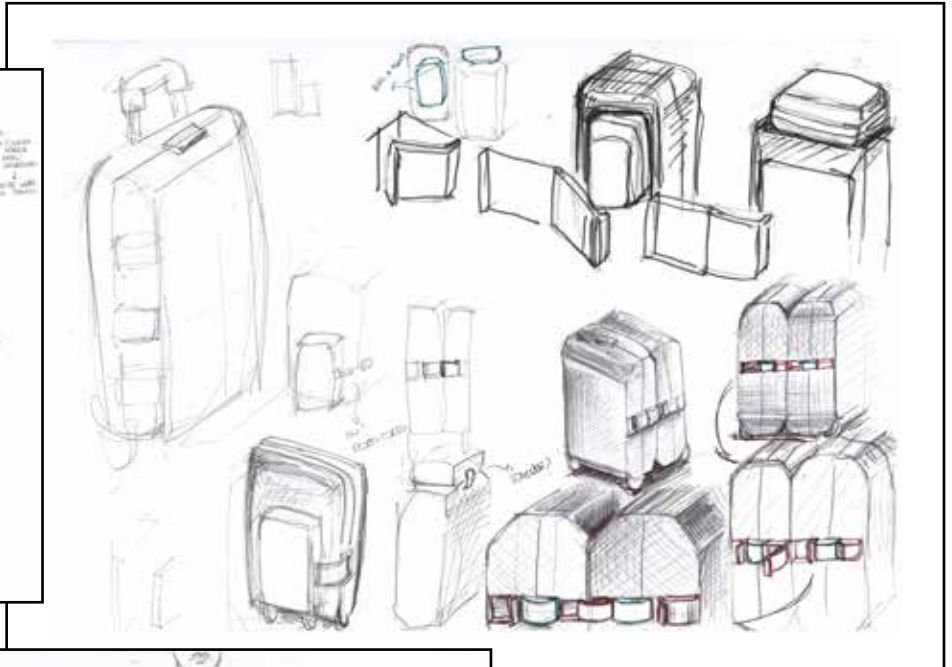
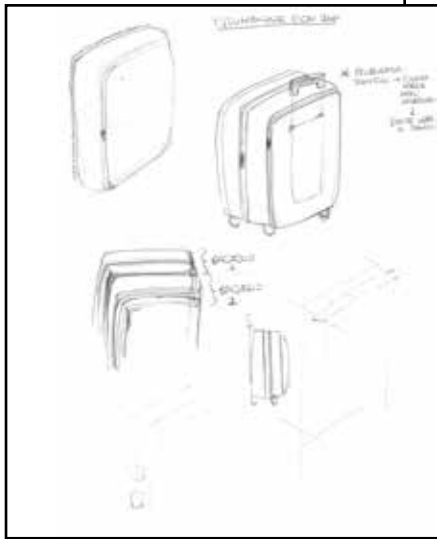
PERSONALIZZAZIONE

Rendere "personale" vuol dire esprimere una certa sensazione di possesso e soddisfazione. Significa conferire un tocco individuale, unico come noi.

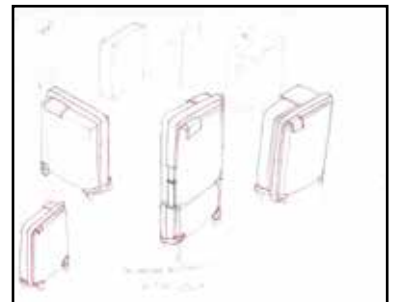


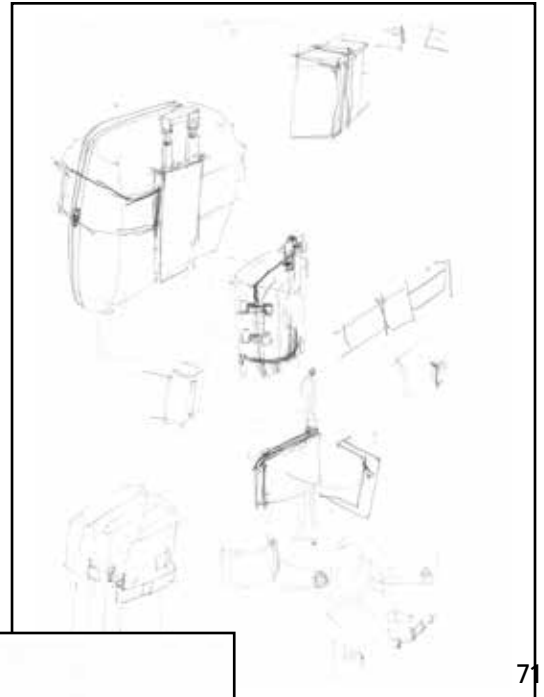
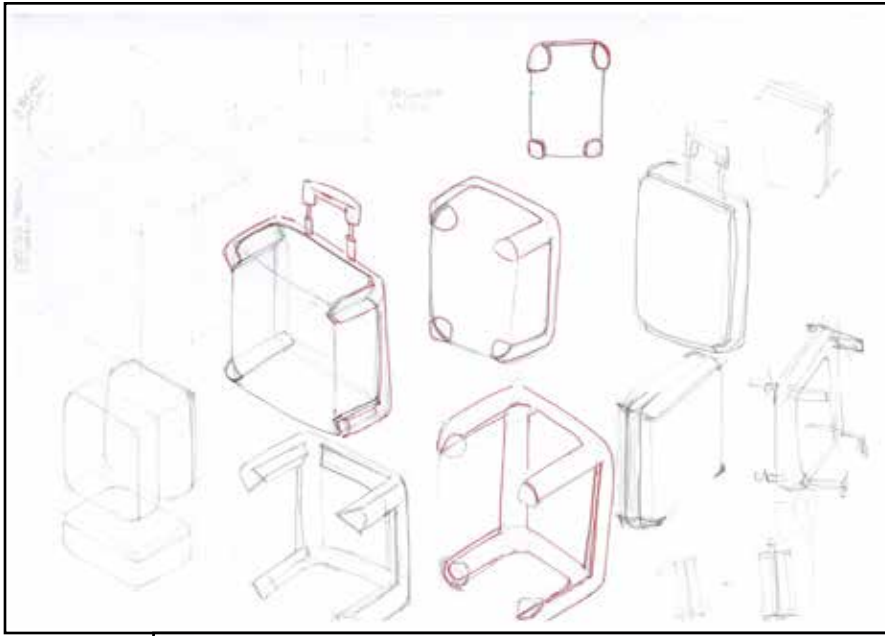
REGISTRAZIONE DELLA STORIA

Con questo accessorio non solo si viaggia più comodi ma non si perde neanche un momento del viaggio, guardando il mondo attraverso un "occhio" diverso.

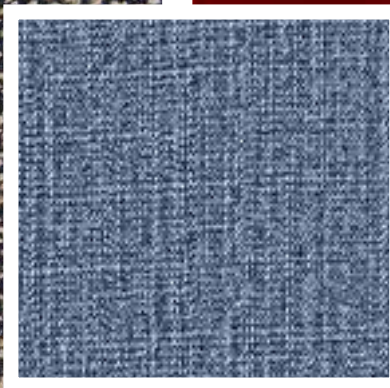


70





STUDIO DELLA FINITURA



Per quanto le valigie moderne possano essere tecnologiche, comode e pratiche il fascino dei bagagli vintage non muore ancora. Forse perchè dentro quelle valigia si immaginano vari tipi di storie che possono essere romantiche, difficili, storie di viaggi, di sogni, di speranze.

L'idea di base di questo progetto nasce da una sensazione nostalgica di come l'uomo tende a stufarsi di ciò che ha, di come non si accontenta ma cambia per la pura lussuria, per mero piacere di avere sempre di più.

In questo periodo dove l'innovazione di ieri è già superata da quella di oggi, non si finisce comunque di guardare al passato per ispirarsi, dove il mondo e la vita stessa erano un po' più calmi, ma le cose vecchie erano comunque preziose perchè magari le possibilità di cambiarle non erano come quelle di oggi.

Il termine vintage deriva dal francese "vendenge" e ha una derivazione enologica, ovvero per definire vini vendemmiati e prodotti nelle annate migliori. La parola vintage è quindi diventata sinonimo dell'espressione "d'annata" in ambiti oltre al vino come la moda, l'arredamento, le macchine, ecc. Lo stile vintage è uno stile che nel suo essere vissuto promette di rimanere sempre attuale.

La resa stilistica del progetto non è quindi dovuta al caso, bensì vuole essere quell'elemento che rende perfetto il connubio tra il concetto di legame uomo-oggetto, genesi di tutta l'idea, e la parte più tecnica.

Lo stile e la moda degli anni '50 sono conosciutissimi. Con la fine della seconda guerra mondiale si apre un decennio di grande ottimismo, di sviluppo economico, di benessere diffuso.

È importante ricordare i grandi cambiamenti che caratterizzano quest'epoca. L'equilibrio politico mondiale infatti, in seguito al conflitto, si modifica profondamente.

74

Gli Stati Uniti, già vincitori della guerra, assumono il ruolo di potenza leader dell'Occidente. La loro influenza è evidente in materia politica ed economica, ma anche nella cultura e negli stili di vita, che ha come modello uno stile di vita nuovo, dinamico e al passo coi tempi.

In fatto di moda però ancora l'Europa a dettar legge, con Dior e Chanel al comando.

l'industria tessile conosce in questi anni un grande sviluppo. Sull'onda del nuovo benessere, entrano in commercio i tessuti sintetici, e le nuove tinture consentono di ottenere tonalità vibranti fino ad allora impensabili.

IL TWEED

Il tweed è un tipo di tessuto in lana originario della Scozia. Il nome sarebbe derivato, secondo la leggenda, da una cattiva interpretazione di twill (o tweel, stando alla pronuncia scozzese), che significa armatura a saia, armatura che dà come risultato un tessuto con rigatura diagonale o disegni ricavati da varie combinazioni come la lisca di pesce.

Il tweed è famoso in tutto il mondo per la sua consistenza solida che ne garantisce la durata per anni. All'inizio si usavano filati grigi e neri e il motivo classico era quello spigato.

L'harris tweed è una qualità particolare resa celebre dalla contessa di Dunmore. L'etichetta Harris Tweed garantiva la pura lana vergine, cardata, tessuta, filata e tinta a mano con sostanze vegetali dagli abitanti di quelle isole. Oggi non è più un tessuto artigianale, di ottima qualità, dal caratteristico disegno chiaro-scuro, soprattutto spigato, e con una vasta gamma di colori, si differenzia dal tweed normale perché più ruvido.



Chanel e il tweed.

Chanel e il tweed, un binomio che ha fatto storia. Pratico, elegante, robusto eppure femminile: il tweed. Quando Gabrielle Chanel negli anni Venti decise di utilizzare il tessuto così tipicamente maschile per le sue creazioni di abbigliamento femminile, fu una sorta di rivoluzione all'insegna del comfort e della modernità. Da allora il tweed non è mai mancato nelle collezioni della griffel. Mademoiselle Coco Chanel, quando decise di utilizzarlo per l'abbigliamento femminile nel 1920, rivoluzionato completamente i canoni stilistici dell'epoca.

TEXTURE DEAR BAG

La scelta della texture per realizzare questa valigia non è data al caso, al contrario è dietro c'è stata un'attenta ricerca. Lo scopo di questo progetto è quello di creare un prodotto che possa avere dei carichi emozionali perché legato al viaggio, quindi ad accompagnare la persona nell'arco della sua vita e delle sue esperienze creando perciò un legame emozionale. Per tale motivo la texture scelta rimanda agli anni '50, periodo caratterizzato da un boom economico e da molte speranze. Lavorare sulla texture anni '50 significa lavorare sulle vecchie valigie in fibrone che sono cariche di storie e di ricordi, di carichi emozionali scopo di questo progetto.

76



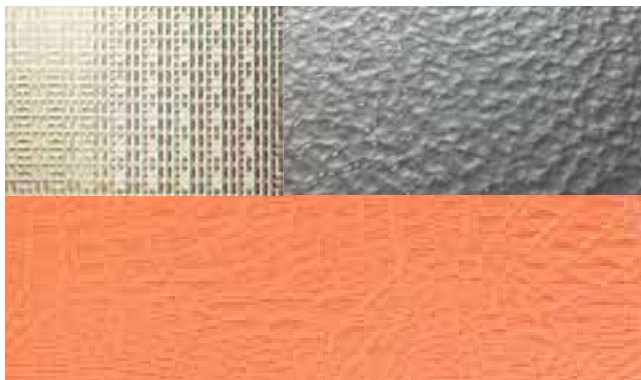
POLICARBONATO

Il policarbonato è un materiale resistente e leggero che dà la possibilità di creare un prodotto pratico, poco pesante e al tempo stesso molto resistente.



GROFFATURA

La goffatura è un particolare tipo di calandratura, un processo di deformazione industriale di deformatura plastica, che permette l'incisione di un disegno semplice sul tessuto o altri materiali quali metallo e plastica. È l'impronta permanente di un disegno a rilievo ottenuta su materie cedevoli per mezzo di una pressione. Le materie che si sottopongono a goffatura hanno prima dell'operazione una superficie liscia dopo l'operazione invece acquisiscono una superficie a rilievo dipendente dalla natura del disegno impressovi.



SERIGRAFIA

La serigrafia o stampa serigrafica è una tecnica di stampa di tipo permeografico, ovvero un processo di impermeabilizzazione di ben delimitate aree del tessuto di stampa, in modo da consentire ad un inchiostro posto sopra tale tessuto di permeare attraverso il tessuto lasciato libero e passare sulla superficie, posta sotto il quadro serigrafico.

La serigrafia rispetto ad altre tecnologie di stampa permette di controllare e scegliere lo spessore dell'inchiostro depositato. Questa caratteristica, unita alla possibilità di scegliere tra una gamma molto ampia di tipologie di inchiostri l'hanno resa la tecnologia di stampa più utilizzata nel settore della decorazione industriale. È importante al riguardo, fare notare che lo spessore dell'inchiostro è uno dei parametri fondamentali, unito naturalmente alla natura dei pigmenti e leganti selezionati per la sua composizione, che determinano la resistenza all'esterno e la resistenza alla luce e all'abrasione meccanica di una decorazione.

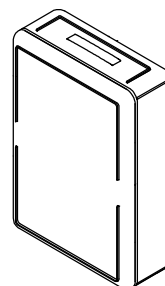
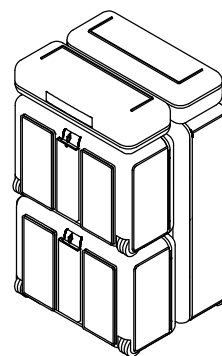
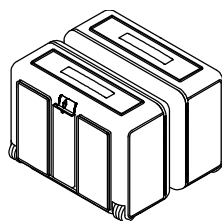
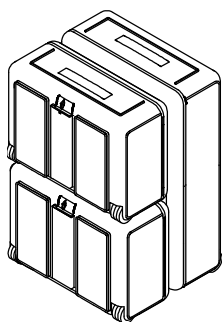
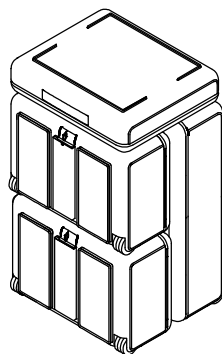


LA FLESSIBILITÀ

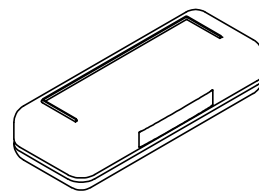
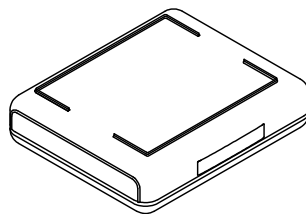
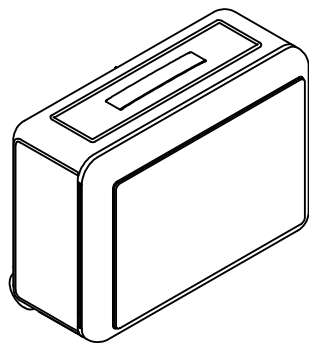
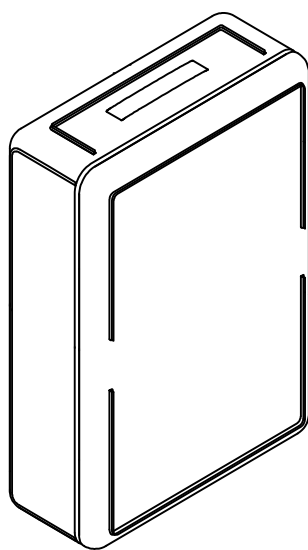
Uno degli elementi caratterizzanti di questo progetto è la flessibilità, la quale rende l'oggetto in questione in grado di adattarsi alla vita dell'utente. La vita dell'uomo ad oggi è molto frenetica, spostarsi è diventato molto semplice e molto frequente; per questo motivo Dear bag diventa un'ottima compagna di viaggio in quanto è un'unica valigia composta da 6 bagagli indipendenti. I bagagli tra loro sono accoppiati tramite delle zip, in modo da rendere l'operazione di assemblaggio e disassemblaggio molto semplice e pratica.

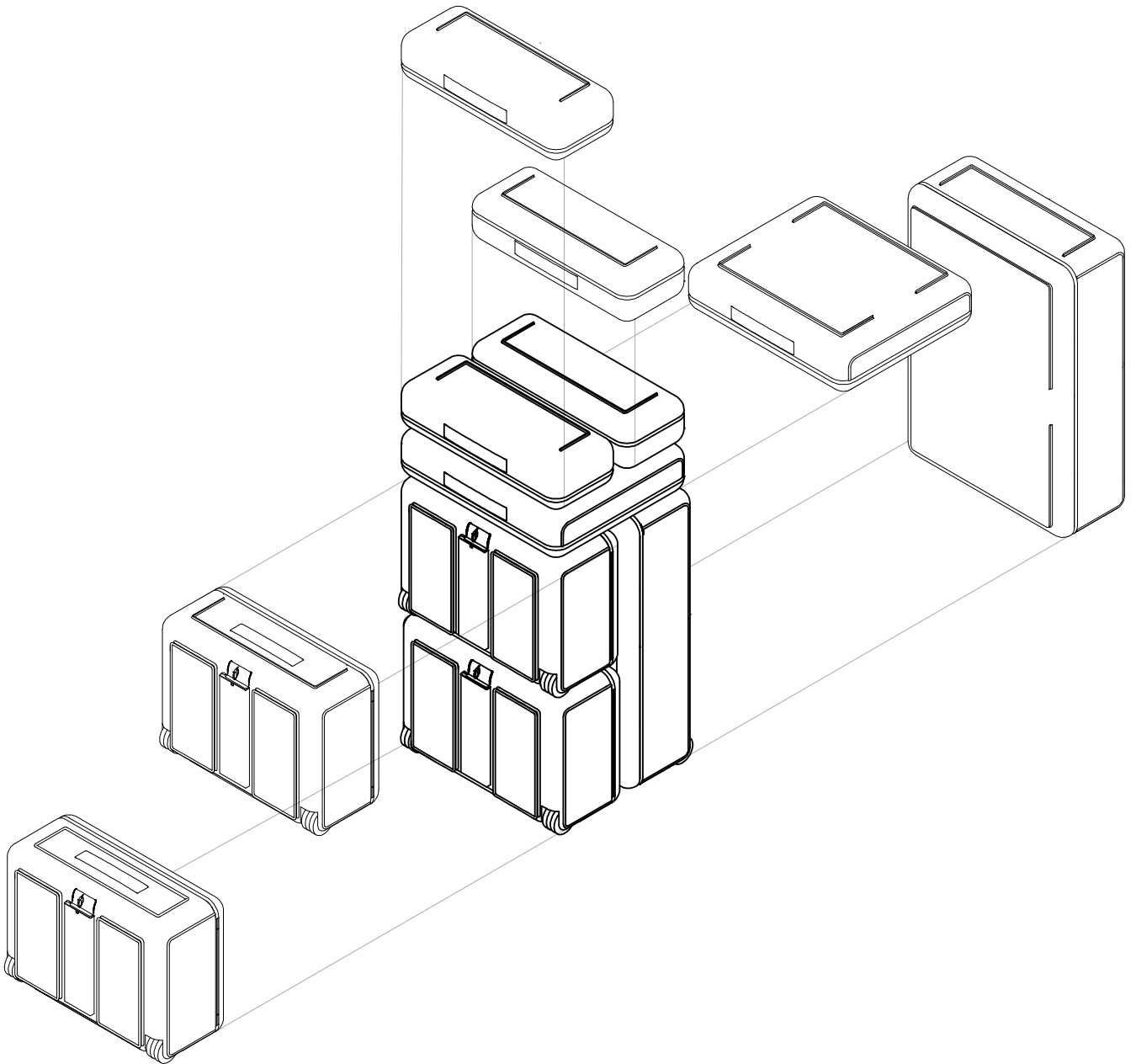


COMPOSIZIONI



80





PERSONALIZZAZIONE

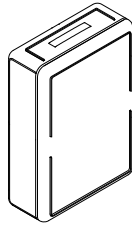
Prendendo spunto dalla borsa O Bag, la personalizzazione è un altro elemento molto importante per creare un legame affettivo con l'utente. Nonostante Dear bag sia un prodotto industriale questo non toglie che ogni valigia sarà a sé e di conseguenza in grado di rispecchiare lo stile dell'utente e diventare come egli la desidera.

82

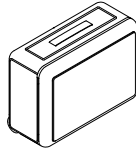


BAGAGLIO

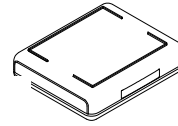
• SELEZIONE BAGAGLIO



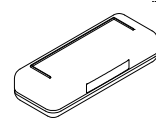
BAGAGLIO MEDIO
606x420x194



BAGAGLIO PICCOLO
300x420x194



24 ORE
351x420x100

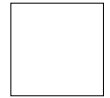
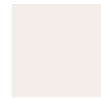


BEAUTY
166x420x100

• SELEZIONE COLORE TEXTURE BAGAGLIO



• SELEZIONE COLORE INSERTI DI FINITURA

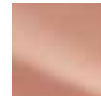


MANICO

• SELEZIONE COLORE IMPUGNATURA



• SELEZIONE COLORE MANICO

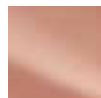


RUOTE

• SELEZIONE COLORE RUOTE



• SELEZIONE FINITURA PEDANA



MANICO

Per rendere la valigia flessibile al massimo, si è pensato di progettare un manico estraibile, in modo da poterlo adattare a più bagagli.

Il manico è munito di una telecamera. Lo scopo di questo accessorio non è solo l'intenzione di agevolare il viaggio dell'utente semplificando un gesto come quello di fare foto e video; ma è anche quello dare un'anima all'oggetto e permettere ad esso di poter raccontare la storia del viaggio dal suo punto di vista.

84



**Impugnatura
manico**

Policarbonato
Termoformatura



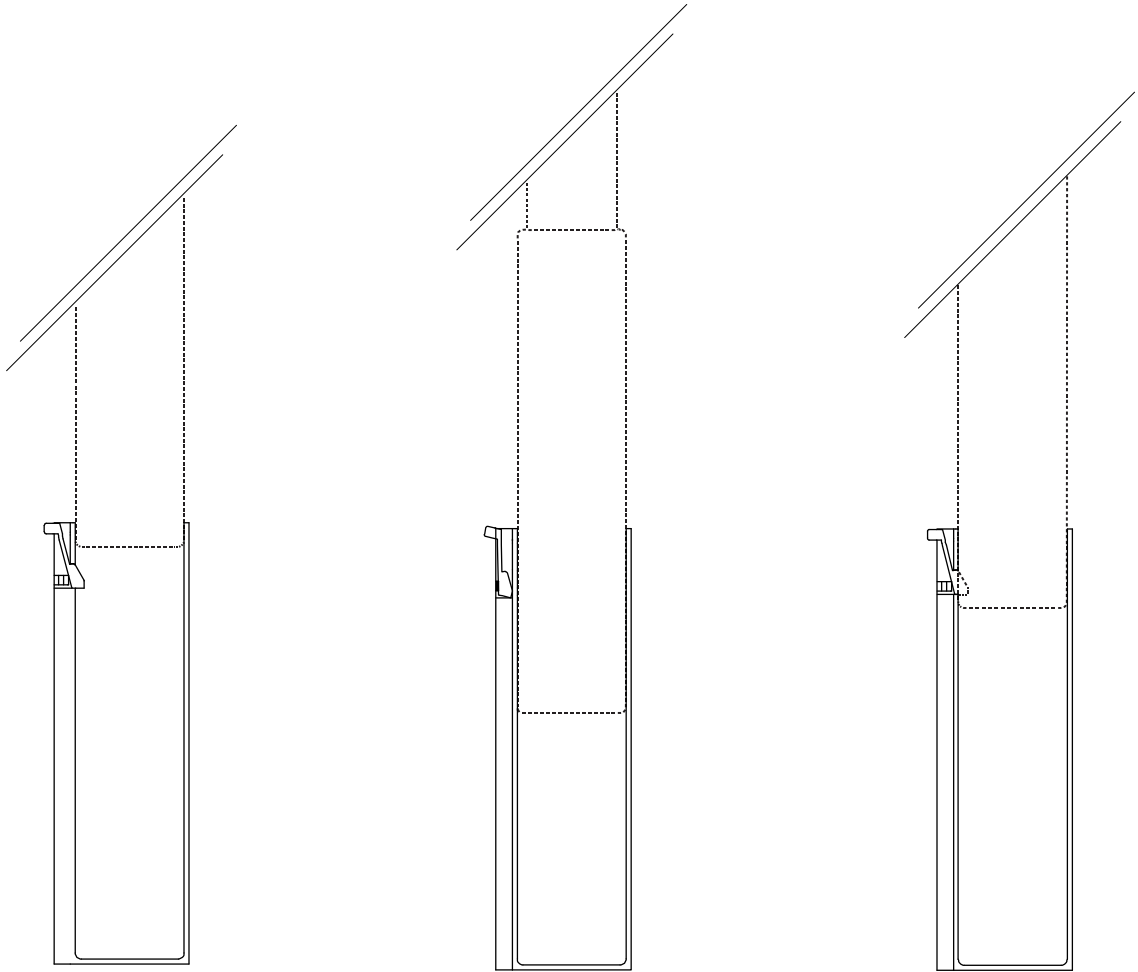
Manico

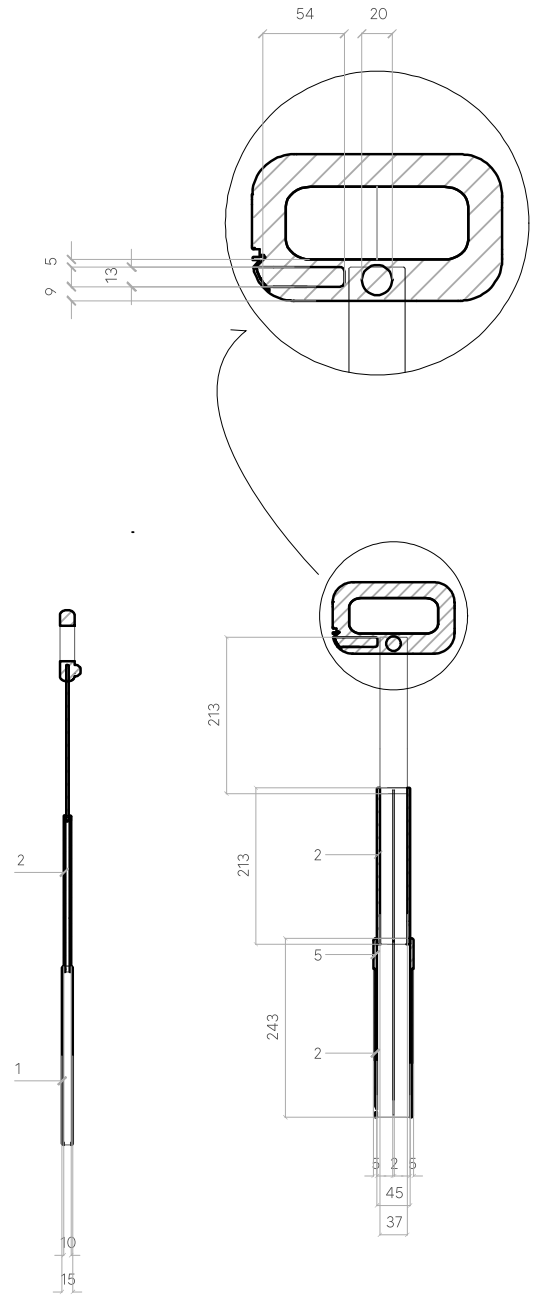
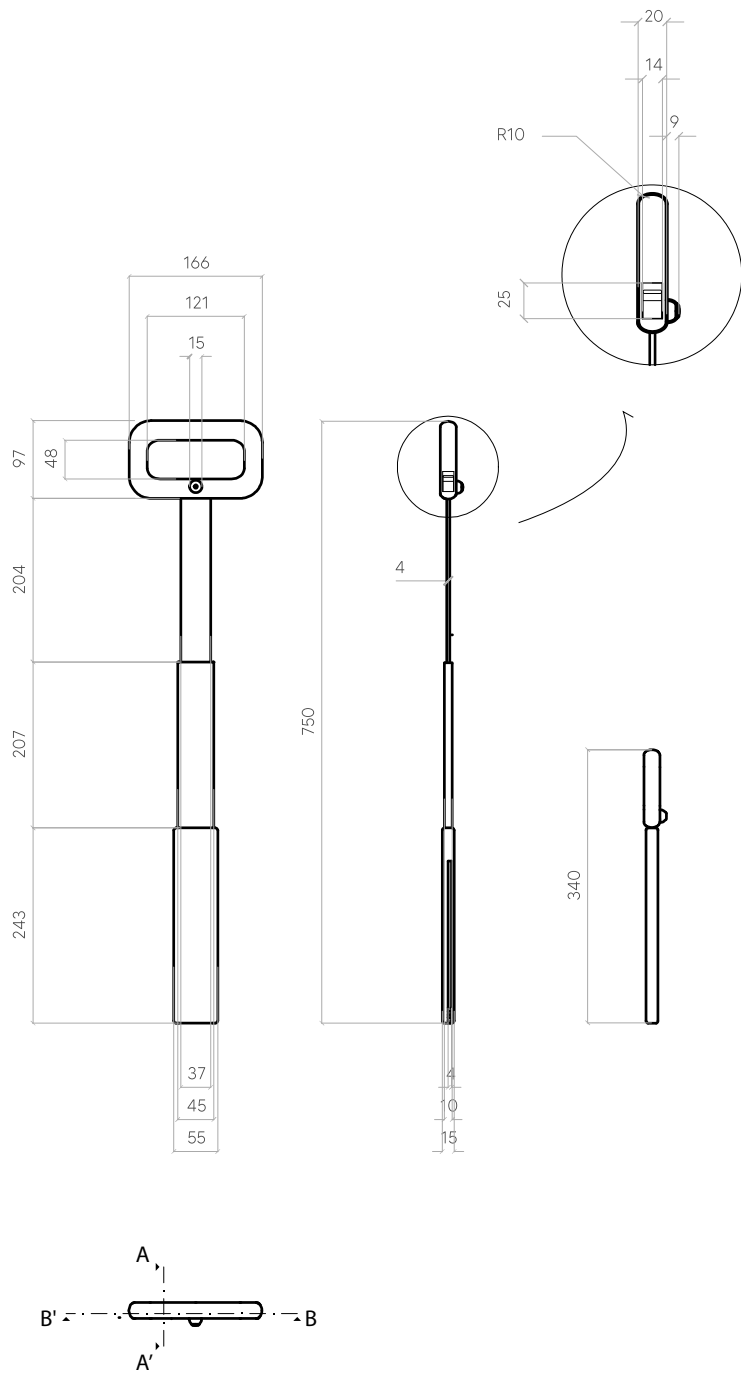
Acciaio
Imbutitura



Sede pile
batteria









SPECIFICHE TECNICHE

LE RUOTE



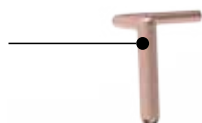
Molla

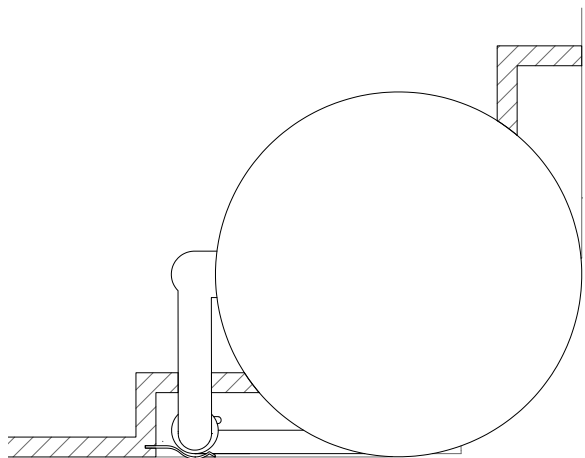
Fulcro di rotazione

Pedana

Elemento di connessione ruote con pedana

Ruote



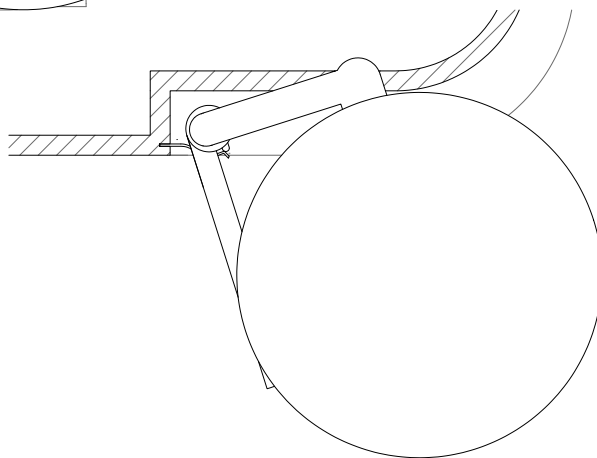


1

In questo primo passaggio la ruota si trova dentro la valigia.

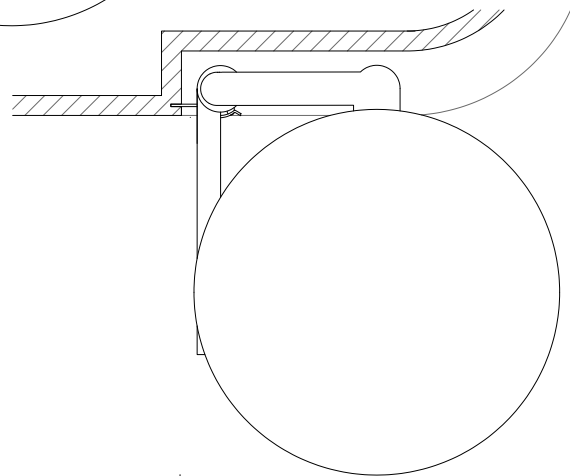
2

Qui il meccanismo sta scendendo, si nota infatti come sia la pedana che il sistema delle ruote scendono insieme. In questo passaggio la pressione del dente della pedana sta facendo a sua volta pressione sulla molla che infatti flette verso il basso.



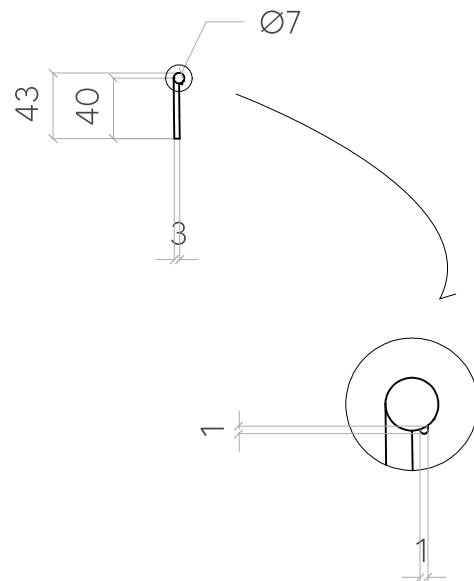
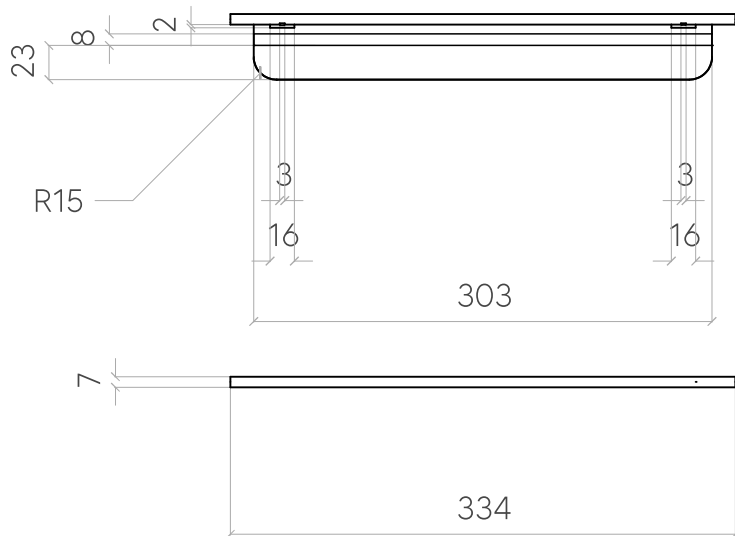
3

Per ultimo, quando le ruote insieme alla pedana sono state abbassate completamente il dente della penda si è incastrato nella molla, che nel frattempo è tornata alla sua posizione iniziale non avendo più nessuna pressione.

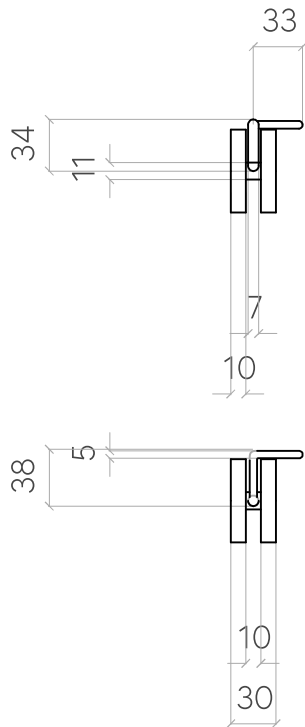


Per far rientrare il tutto basta con il piede tirare indietro la pedana, che ritira in contemporanea anche le ruote.

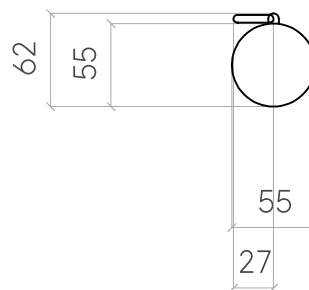
QUOTE PEDADNA



92

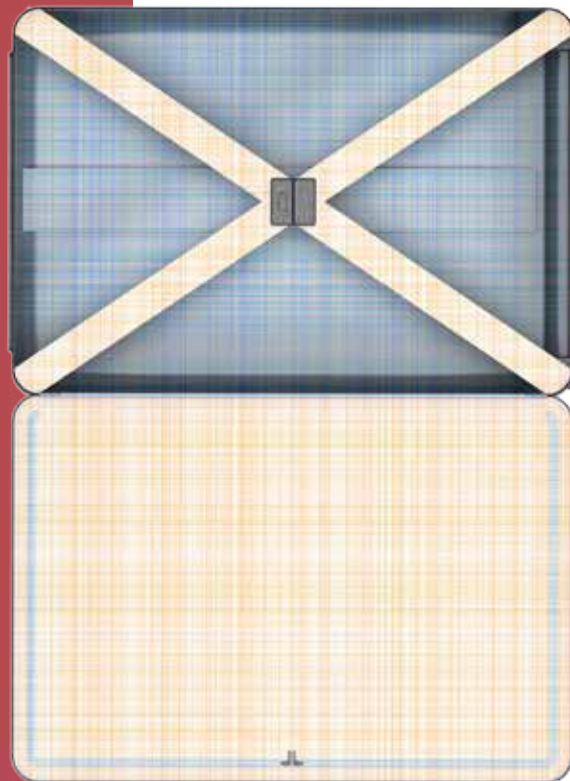


QUOTE RUOTE



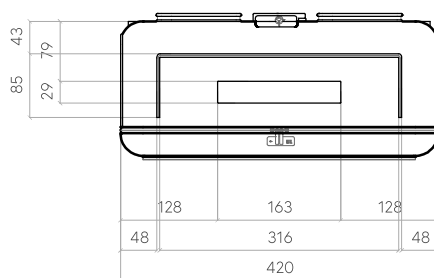
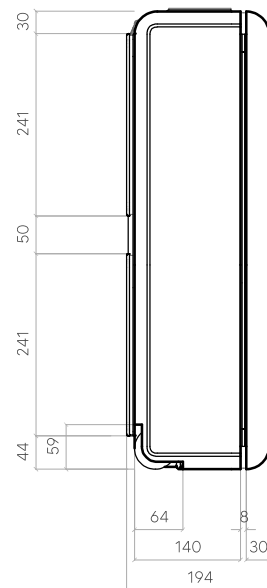
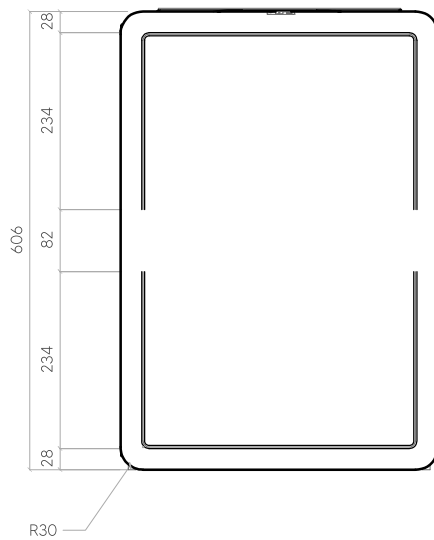
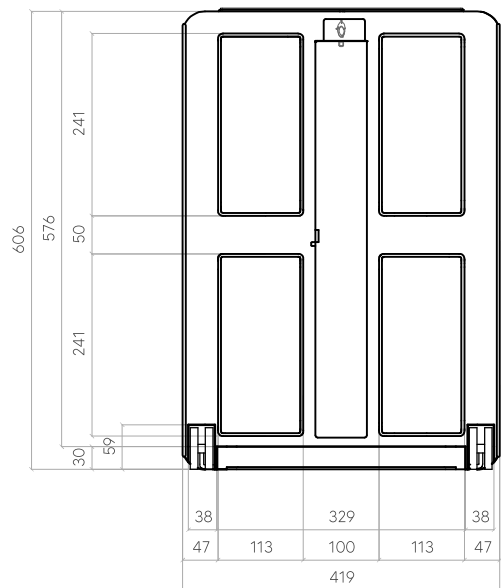
Scala 1:5
Misure espresse in millimetri





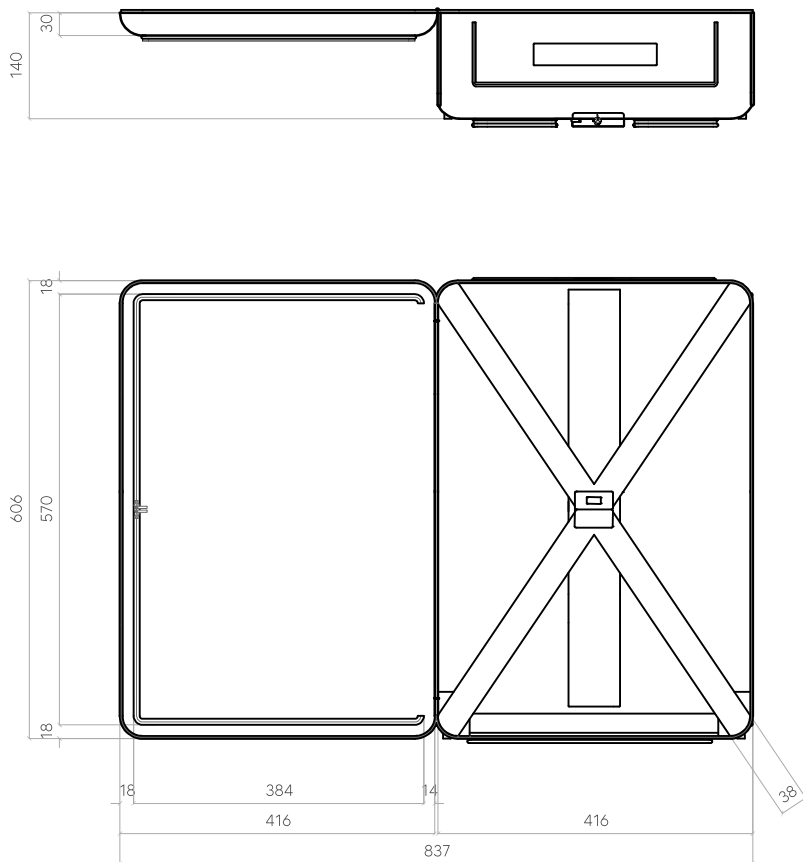
PROSPETTI MODELLO CHIUSO

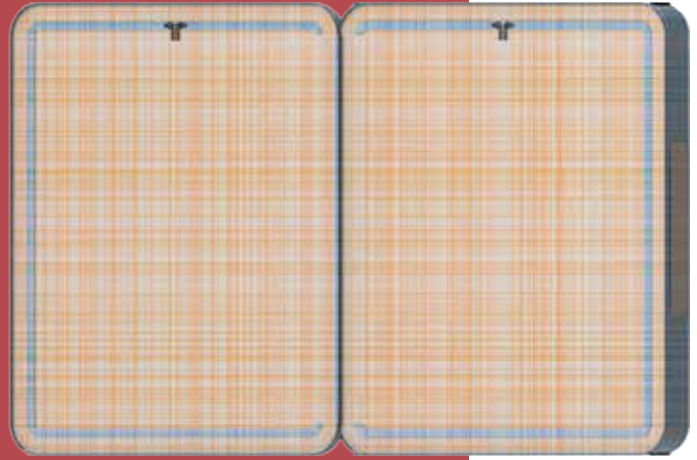
96

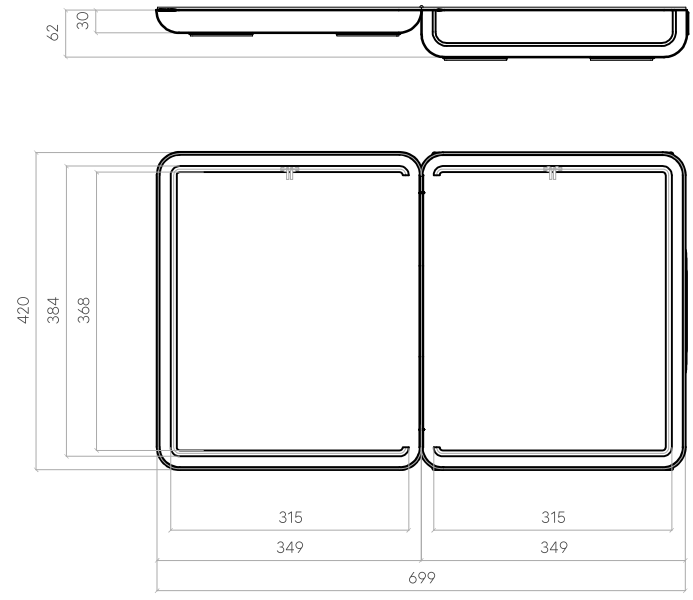
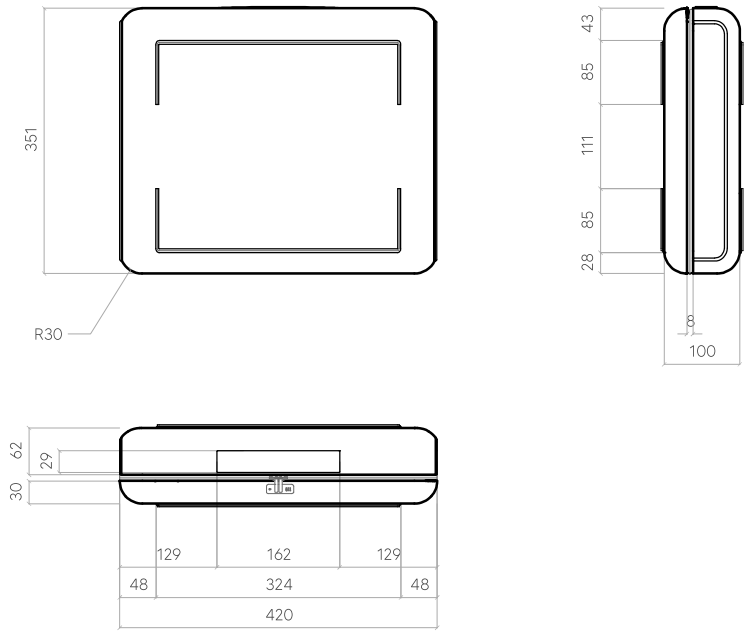


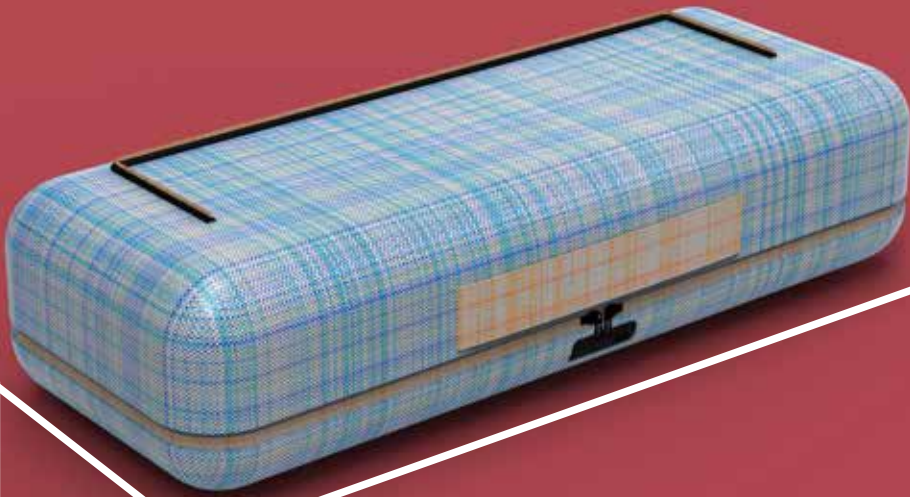
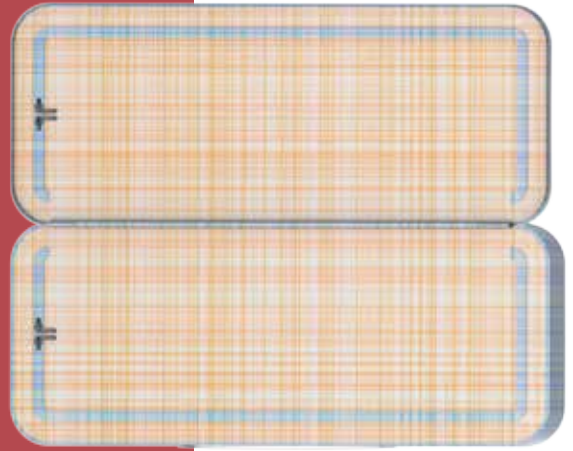
Scala 1:10
Misure in mm

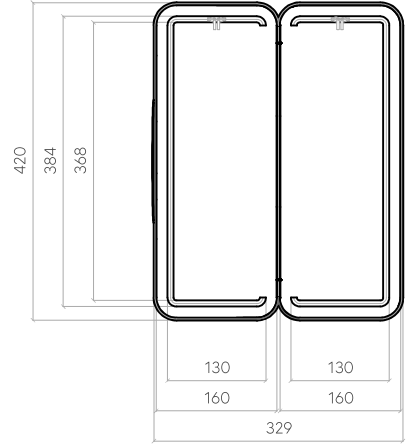
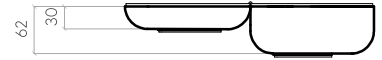
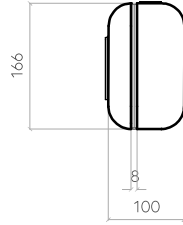
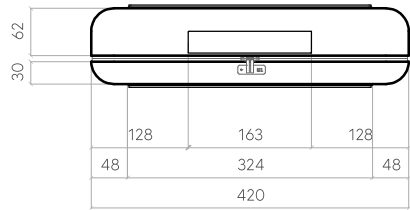
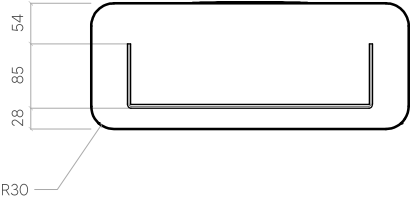
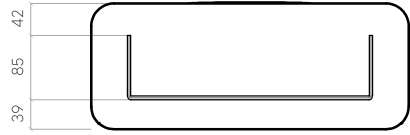
PROSPETTI MODELLO APERTO





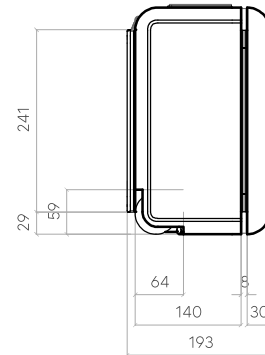
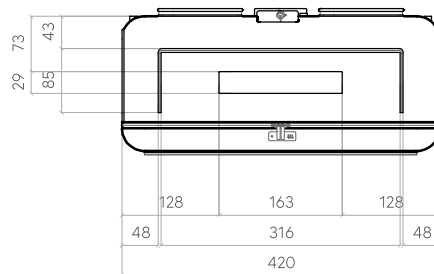
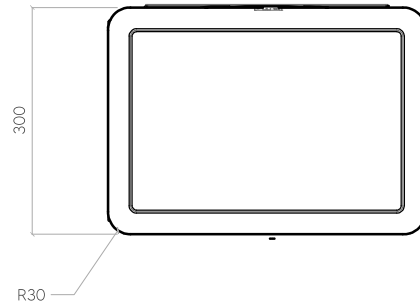
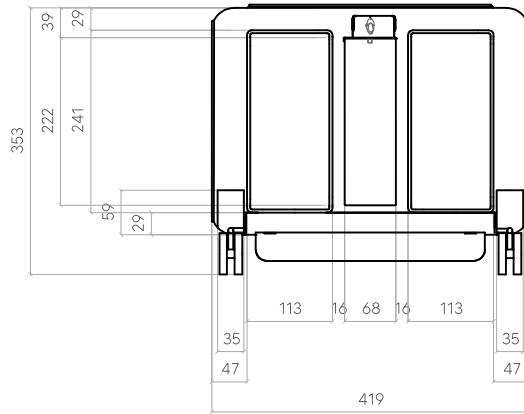








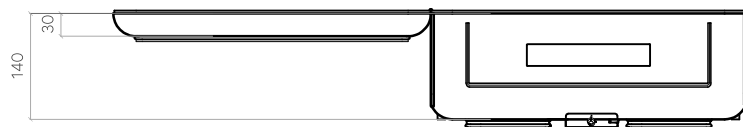
PROSPETTI MODELLO CHIUSO



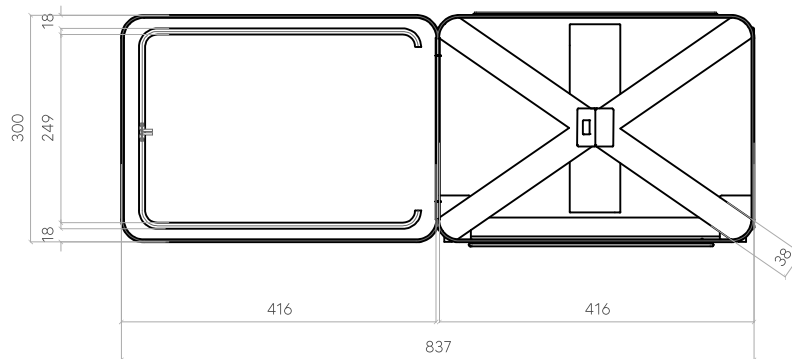
103

Scala 1:10
Misure in mm

INGOMBRI MODELLO APERTO

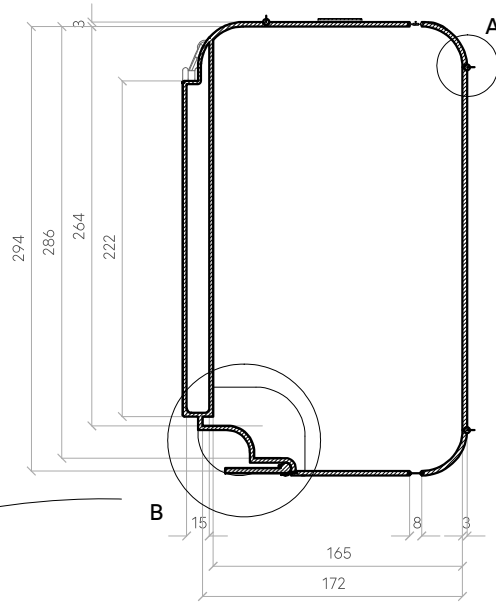
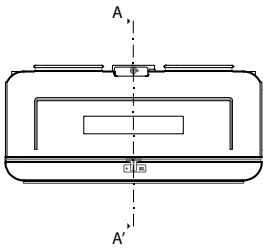


104

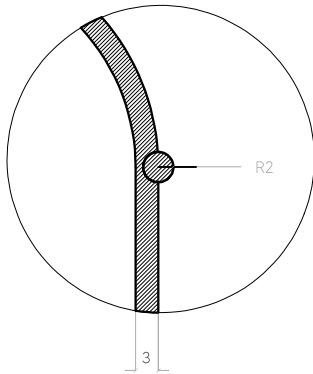


Scala 1:10
Misure in mm

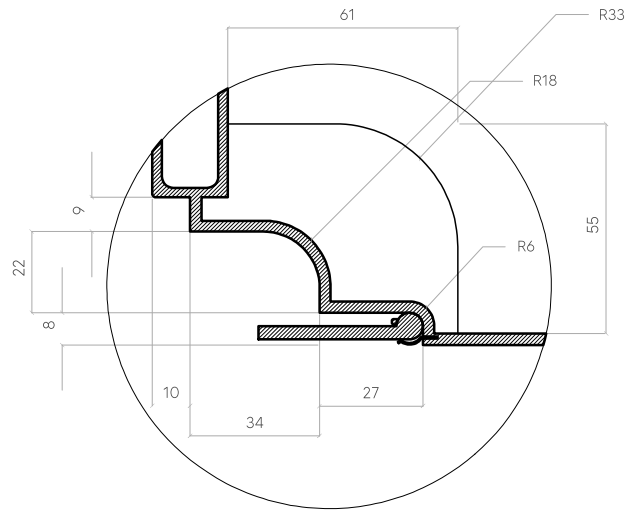
SEZIONE A-A'



Ingrandimento B



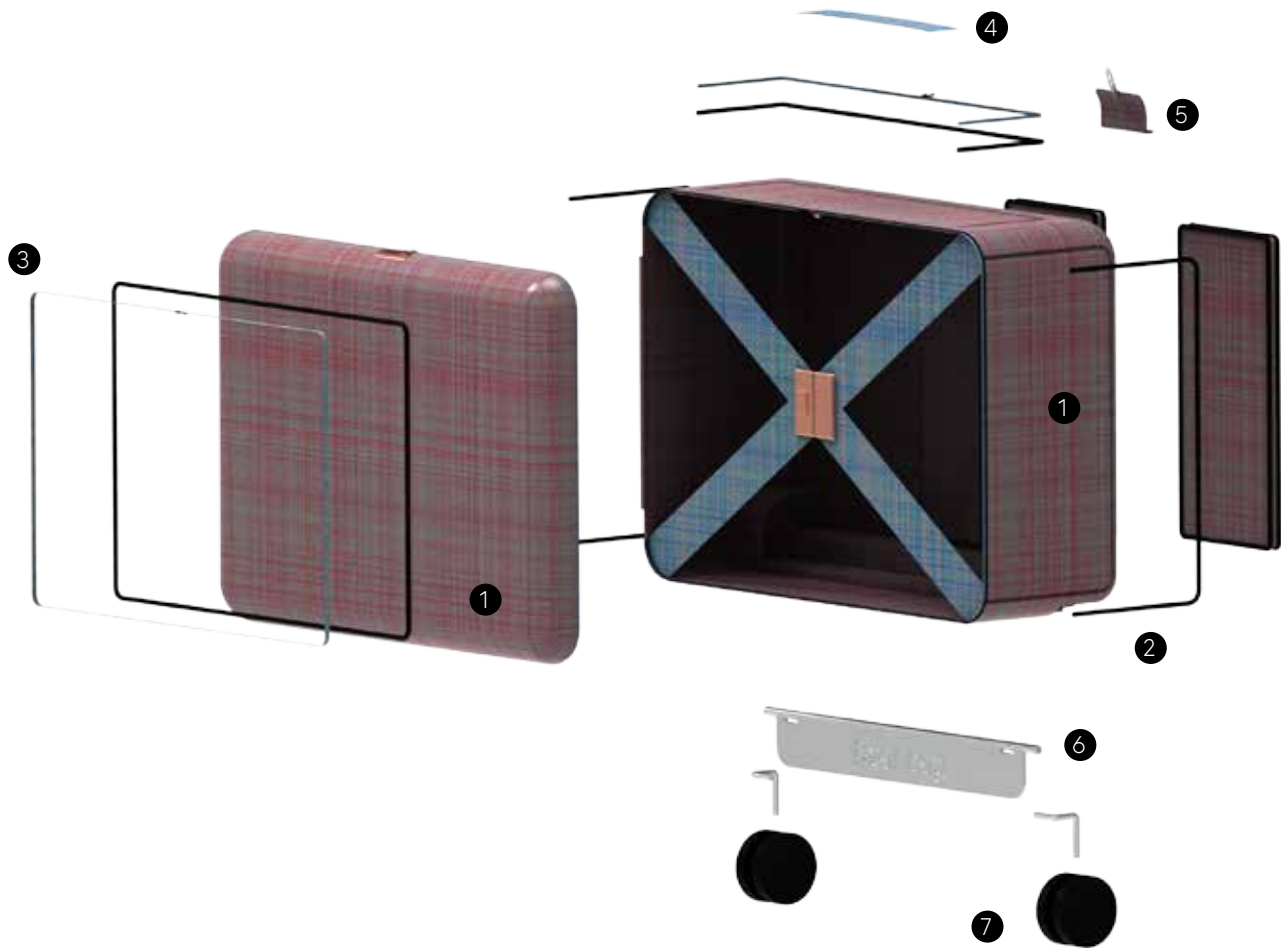
Ingrandimento A



Scala 1:5
Misure in mm

MATERIALI E TECNOLOGIE DI PRODUZIONE

106



| | | | |
|----------|-----------------------|---------------|----------------|
| 1 | SCOCHE ESTERNE | Policarbonato | Termoformatura |
|----------|-----------------------|---------------|----------------|

| | | | |
|----------|----------------------------|-----|------------|
| 2 | INSERTI DI FINITURA | ABS | Estrusione |
|----------|----------------------------|-----|------------|

| | | | |
|----------|------------|-----------------|--------|
| 3 | ZIP | Nylon e metallo | Taglio |
|----------|------------|-----------------|--------|

| | | | |
|----------|-----------------|-------|--------|
| 4 | MANIGLIA | Nylon | Taglio |
|----------|-----------------|-------|--------|

107

| | | | |
|----------|--------------------------|---------------|----------------|
| 5 | TAPPO SEDE MANICO | Policarbonato | Termoformatura |
|----------|--------------------------|---------------|----------------|

| | | | |
|----------|---------------|---------|------------|
| 6 | PEDANA | Acciaio | Imbutitura |
|----------|---------------|---------|------------|

| | | | |
|----------|--------------|---------------|----------------|
| 7 | RUOTE | Policarbonato | Termoformatura |
|----------|--------------|---------------|----------------|

POLICARBONATO

Polimero termoplastico ottenuto dall'acido carbonico, fadelle resine poliesteree.

Ha proprietà di trasparenza, resistenza termica e meccanica, proprietà elettriche e durezza.

Ciò che fa di questo materiale un'ottima scelta nel campo della produzione delle valigie da viaggio è la sua capacità isolante dagli agenti atmosferici, la sua resistenza estrema agli urti meccanici, e la poca manutenzione che richiede. I trolley in polycarbonato assicurano i nostri oggetti e al tempo stesso data la sua elasticità, gli permettono una vita piuttosto duratura.

Facilmente lavorabile e plasmabile, ottimo per dargli la forma che più ci interessa.

TERMOFORMATURA

Tecnica di stampaggio di materie plastiche a caldo, a partire da lastre o film, sotto pressione o sotto vuoto.

Nel primo caso il film plastico viene spinto sullo stampo grazie ad un'alta pressione esercitata dall'esterno dall'aria, che ne facilita anche il raffreddamento. È un metodo molto diffuso, ad esempio, per sottosquadri molto dettagliati come i gancetti di chiusura dei blister. Si può anche utilizzare il sistema di stampo e controstampo azionati meccanicamente con l'ausilio di semplici presse oleodinamiche.

Nel secondo caso la lastra di materiale plastico preriscaldata si adagia sullo stampo per aspirazione (vacuum), copiando tutte le sinuosità dello stampo stesso.

La termoformatura consente lo stampaggio anche dei sottosquadri o l'inglobamento di particolari metallici come filetti, rondelle o piastre di rinforzo. Sia i sottosquadri che gli inglobamenti di particolari metallici o plastici ad alta resistenza, dipendono dal concepimento dello stampo stesso e dalla sua progettazione che prevede movimenti di espansione e contrazione resi possibili da circuiti ad aria.

ABS

L'acrilonitrile-butadiene-stirene o ABS, è un comune polimero termoplastico utilizzato per creare oggetti leggeri e rigidi come tubi, strumenti musicali e molti altri oggetti.

L'ABS è un copolimero derivato dallo stirene polimerizzato insieme all'acrilonitrile in presenza di polibutadiene, e perciò può essere definito come terpolimero.

Le più importanti proprietà meccaniche dell'ABS sono la resistenza all'impatto e la durezza.

ESTRUSIONE

Processo di produzione industriale di deformazione plastica che consente di produrre pezzi a sezione costante. Viene utilizzata per i materiali metallici, materie plastiche e in generale per quei materiali che abbiano elevata plasticità.

L'estrusione consiste nel forzare per compressione il materiale, allo stato pastoso, a passare attraverso una sagoma ("matrice" o "filiera") che riproduce la forma esterna del pezzo che si vuole ottenere. Se la sezione di questo è cava, sarà presente un'anima che riprodurrà il profilo della cavità interna. All'uscita dalla matrice il materiale viene raffreddato o, nel caso della gomma, sottoposto a vulcanizzazione. Nel caso delle materie plastiche, la compressione del materiale a monte della matrice è ottenuta attraverso una vite senza fine semplice o doppia (vite di Archimede), che spinge il materiale verso la testa di estrusione.

La materia plastica viene introdotta sotto forma di granuli ("pellet") o in polvere.

L'estrusione può avvenire secondo due metodologie:

ESTRUSIONE DIRETTA: il materiale viene compresso da una parte dal pistone e fuoriesce dalla parte opposta, dove è posizionata la matrice

ESTRUSIONE INVERSA: la matrice è solidale al pistone, il quale presenta una cavità centrale in modo da permettere l'uscita del prodotto estruso, in direzione opposta al moto del pistone.

CERNIERE LAMPO

Tipo di chiusura che serve ad unire in modo rapido e sicuro due lembi di tessuto o di altro materiale non rigido.

STRUTTURA:

- parte superiore
- due fermi metallici
- uno o due cursori
- tiretto, può essere rigido, flessibile o snodato
- due fettucce di tessuto
- parte centrale (catena) con la spirale in nylon o i denti, metallici o plastici
- un fermo metallico nella versione chiusa inferiormente (a destra la versione divisibile con: spillo, coppa e rinforzo)
- parte inferiore
- larghezza della fettuccia
- spillo
- coppa
- rinforzo

Le cerniere sono composte da denti in nylon, metallo o plastica, attaccati a due fettucce; durante la chiusura i denti si inseriscono esattamente uno nell'altro. All'apertura e alla chiusura provvede il cursore che viene mosso utilizzando il tiretto. All'interno del cursore si trova un percorso ad Y con un'angolazione tale da permettere, l'incastro o l'apertura dei denti.

La cerniera lampo è delimitata agli estremi da "stop" che impediscono la fuoriuscita del cursore.

Le lampo, prodotte in catena continua, vengono poi tranciate nelle lunghezze richieste e rifinite in due versioni:

Lampo fisse: non permettono la separazione dei lembi

Lampo divisibili: permettono la separazione dei lembi

Nella realizzazione di questo progetto vengono utilizzate entrambe le versioni. La prima come classica zip di chiusura del bagaglio, l'altra per unire i vari modelli tra loro.

Le zip sono collate sui supporti in abs a forma tubolare, che non solo hanno uno scopo decorativo e di rinforzo, ma principalmente servono per la collocazione delle lampo.

NYLON

Fa parte della famiglia di poliammidi sintetiche, macromolecole caratterizzate dal gruppo ammidico CO-NH. Con il termine di nylon si indicano in particolare le poliammidi alifatiche, usati soprattutto come fibra tessile e per produrre piccoli manufatti.

Si suddivide in due principali tipologie, secondo il polimero impiegato:

- nylon 6,6, ricavato dall'adipato di esametildiammina costruito con due monomeri ognuno dei quali ha una ossatura di sei atomi di carbonio.
- nylon 6, ricavato dal caprolattame con ossatura formata da sei atomi di carbonio.

La cifra che accompagna la parola si riferisce al numero di atomi di carbonio esistenti nella molecola.

Il nylon ha diversi vantaggi, tra cui la resistenza all'usura e alla trazione, la leggerezza e la resistenza agli agenti chimici. È inguercibile e indeformabile, elastico e di facile manutenzione. Di contro, invece, non ha potere assorbente ed è relativamente freddo al tatto; è sensibile al calore e con poca resistenza allo snagging (fili tirati) per tessuti realizzati in filo continuo liscio (senza torsione). La leggerezza della fibra è conseguenza del suo basso peso specifico.

TAGLIO

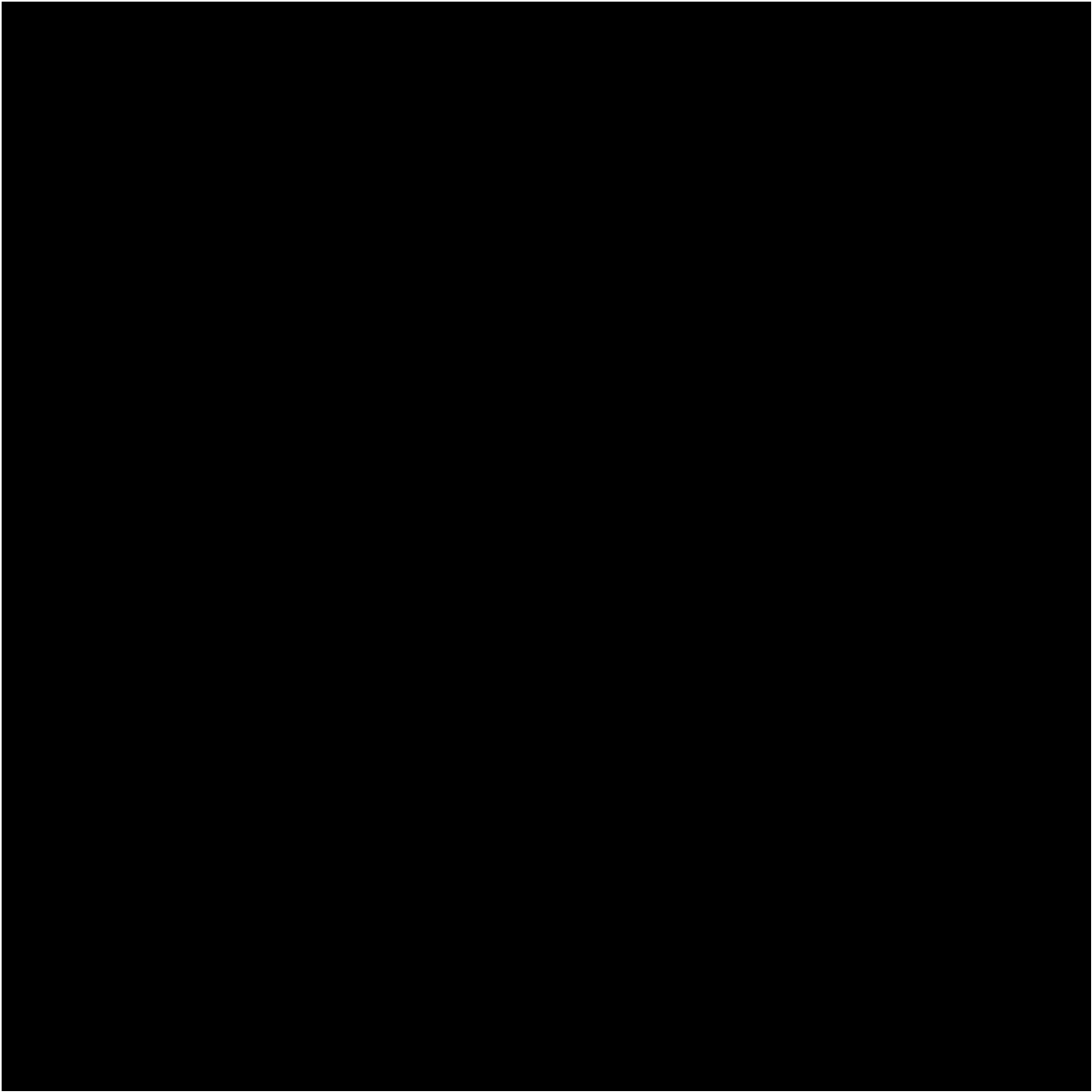
I Tecnica di produzione impiegata.

ACCIAIO INOX

Lega ferrosa composta principalmente da ferro e carbonio, quest'ultimo in percentuale non è superiore al 2,06%; oltre tale limite, le proprietà del materiale cambiano e la lega assume la denominazione di ghisa. Nessun altro metallo è così tenace, resistente, facile da lavorare ed economico per questo motivo viene utilizzato su larghissima scala. L'acciaio inox, o acciaio inossidabile è caratterizzato da una maggior resistenza alla ossidazione e alla corrosione, specie in aria umida o in acqua dolce, rispetto ai cosiddetti "acciai al carbonio". Tale capacità è dovuta principalmente alla presenza del cromo, nella lega, in grado di passivarsi e cioè di ricoprirsi di uno strato sottile e aderente di ossidi, praticamente invisibile dello spessore pari a pochi strati atomici, che protegge superficialmente il metallo o la lega sottostante, dall'azione dell'ossigeno e degli agenti chimici esterni. Il contenuto minimo di cromo "libero", ossia non combinato al carbonio, per cui un acciaio si può ritenere inossidabile è il 10,5%.

IMBUTITURA

Processo tecnologico attraverso il quale una lamiera viene deformata plasticamente e assume una forma scatolare, cilindrica o a coppa. Consente di realizzare oggetti aventi profonde cavità come ad esempio lattine metalliche, pentole e altri contenitori.



FOTOINSERIMENTI



















BIBLIOGRAFIA

Remo Bodei "La vita delle cose", 2009, Gius. Lterza & Figli
Donald A. Normann, "Emotional design", 2004, Apogeo

SITOGRAFIA

<https://psicoterapiaeconsulenza.com/2016/02/12/la-natura-dei-legami/#:~:text=Un%20legame%20affettivo%20coinvolge%20una,uno%20abbia%20altri%20amici%20intimi>).
<http://www.treccani.it/enciclopedia/ricerca/legame/>
<http://www.treccani.it/enciclopedia/emozione/>
<https://www.pelletterierossi.com/it/2019/05/23/la-storia-della-valigia/>
<https://www.slideshare.net/BenedettaAllievi/presentazione-progetto-di-marketing-mercato-valigeria>
<https://it.louisvuitton.com/ita-it/la-maison/una-storia-legendaria#tumblr>
https://www.air-fashion.com/1904211401/1/0/borse_da_viaggio__bauli__valigie_e_trolley__la_storia_e_le_moderne_tendenze.html
https://www.adnkronos.com/fatti/cronaca/2016/11/01/vintage-amarcord-valigia-regina-dell-arredamento_QQf38d5TssgkbLWmGlpE1J.html
<https://valigiaecompany.com/valigia-e-set-di-viaggio/valigie-policarbonato/>
http://www.treccani.it/enciclopedia/goffratura_%28Enciclopedia-Italiana%29/
<https://it.wikipedia.org/wiki/Policarbonato>
<http://dati.istat.it/Index.aspx?QueryId=17363>
<https://blog.edreams.it/misure-del-bagaglio-secondo-le-compagnie-aeree/>
https://www.carpisa.it/it_it/catalog/category/view/id/176?gclid=CjwKCAjw8df2BRA3EiwAvfZWaBeskM7Zsp-pnlPnAp2fIMH0pKMKV7a1qqjfr8St0l2coHUUJQw4gNTBoCeUkQAvD_BwE
https://www.piquadro.com/it/?click=safe&gclid=CjwKCAjw8df2BRA3EiwAvfZWaLQxX5gwFqpaG-ohEJXSKOEEM7ttHVIEkrH7ISBUYOsjjlMRtgGvzURoCHHQAvD_BwE
<https://www.roncato.com/it/>
<https://www.samsonite.it/>
<https://www.studenti.it/le-citta-invisibili-calvino-analisi-significato.html>
<https://it.wikipedia.org/wiki/Vintage>
<https://blog.florim.com/it/il-vintage-anni-40-e-50-nellinterior-design-contemporaneo>
[https://it.wikipedia.org/wiki/Tweed_\(tessuto\)](https://it.wikipedia.org/wiki/Tweed_(tessuto))
<https://www.ladycipria.it/2016/02/08/chanel-il-tweed/>
<https://it.wikipedia.org/wiki/Policarbonato>

RINGRAZIAMENTI

A mio padre, perché senza di lui non sarei riuscita a portare a termine questo progetto, perché è stato lui a trasmettermi questa passione, perché è lui che ogni mattina si alza presto per andare a lavoro e non mi fa mancare mai nulla.

A mia madre, per ogni lacrima asciugata, per ogni volta che mi ha ascoltato, per ogni notte in bianco, per tutte le volte che mi sostiene e mi dà la forza di non mollare.

Alla mia seconda famiglia. A Chiara, l'amica di sempre, che mi è accanto da tutta la vita e con la quale posso condividere la mia follia senza vergogna; a Martina, il mio opposto, ma si sa che il bianco non ha senso senza il nero; ad Alessia perché solo con lei ho un briciolo di speranza in inglese; a Stefany con la quale non avrei mai pensato di instaurare un rapporto così stretto e sincero; a Fabio che è l'amico maschio che ogni ragazza vorrebbe e a Matteo, anche se è un ingegnere. E per ultima, perché ho troppo da ringraziare, a Giulia che mi è stata accanto ad ogni revisione quando io ero troppo fifona per affrontarla da sola, per ogni volta che mi ha consolato quando puntualmente mi sentivo giù e per tutti gli insulti perché ammetto che me li meritavo.

A Federica, senza la quale tutto il percorso universitario sarebbe stato noia, e a Gloria per ogni volta che la chiamavo per qualche dubbio e rispondeva.

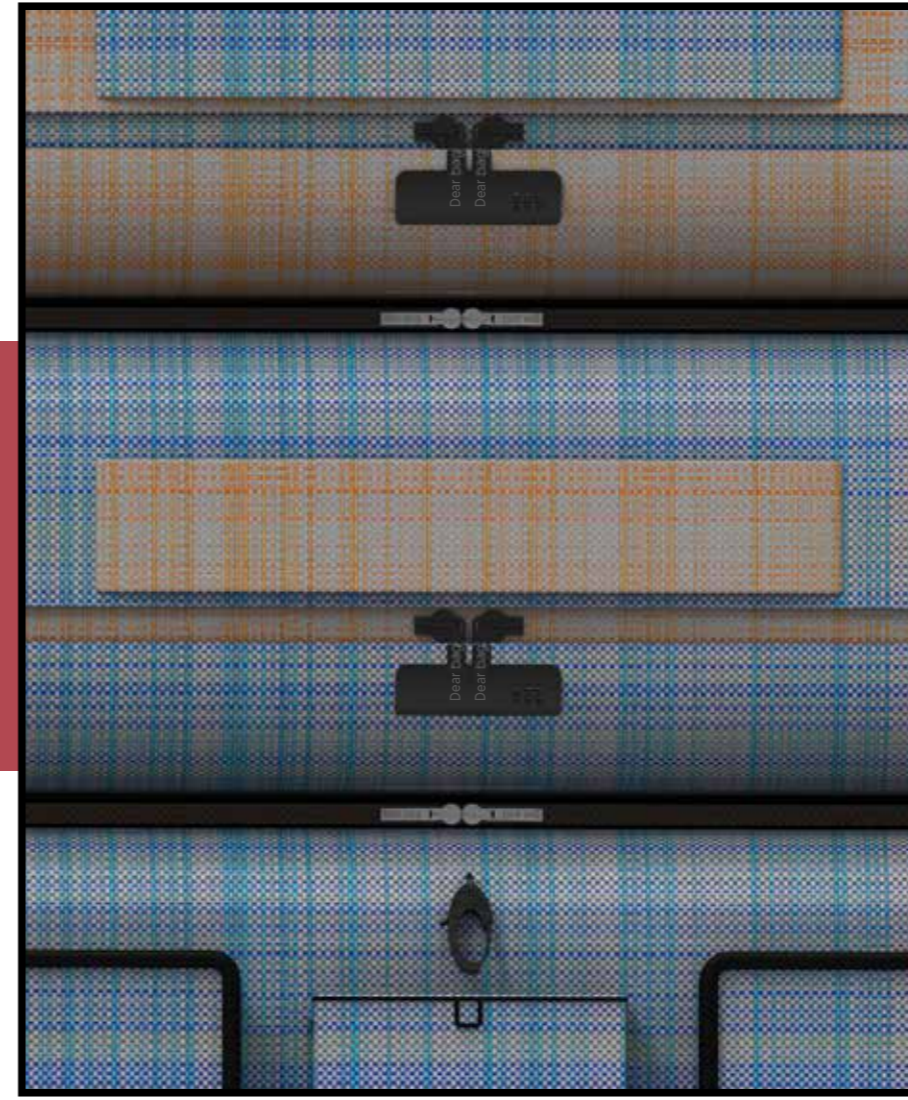
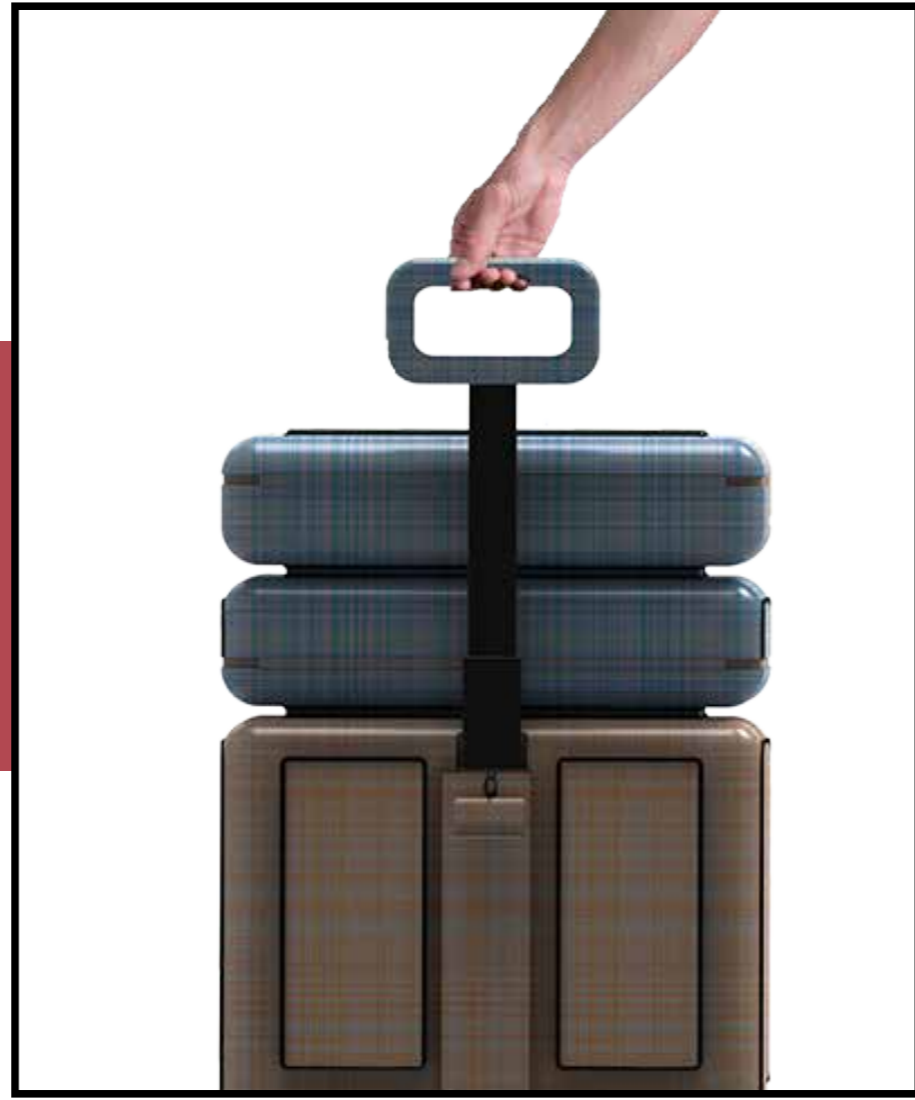
Grazie a chi c'è adesso e a chi c'è stato.

GRAZIE, ad ognuno di voi, perché mi rendete quella che sono, nel bene e nel male, e perché mi fate essere la ragazza più fortunata e felice del mondo.

Non potrei chiedere di più.

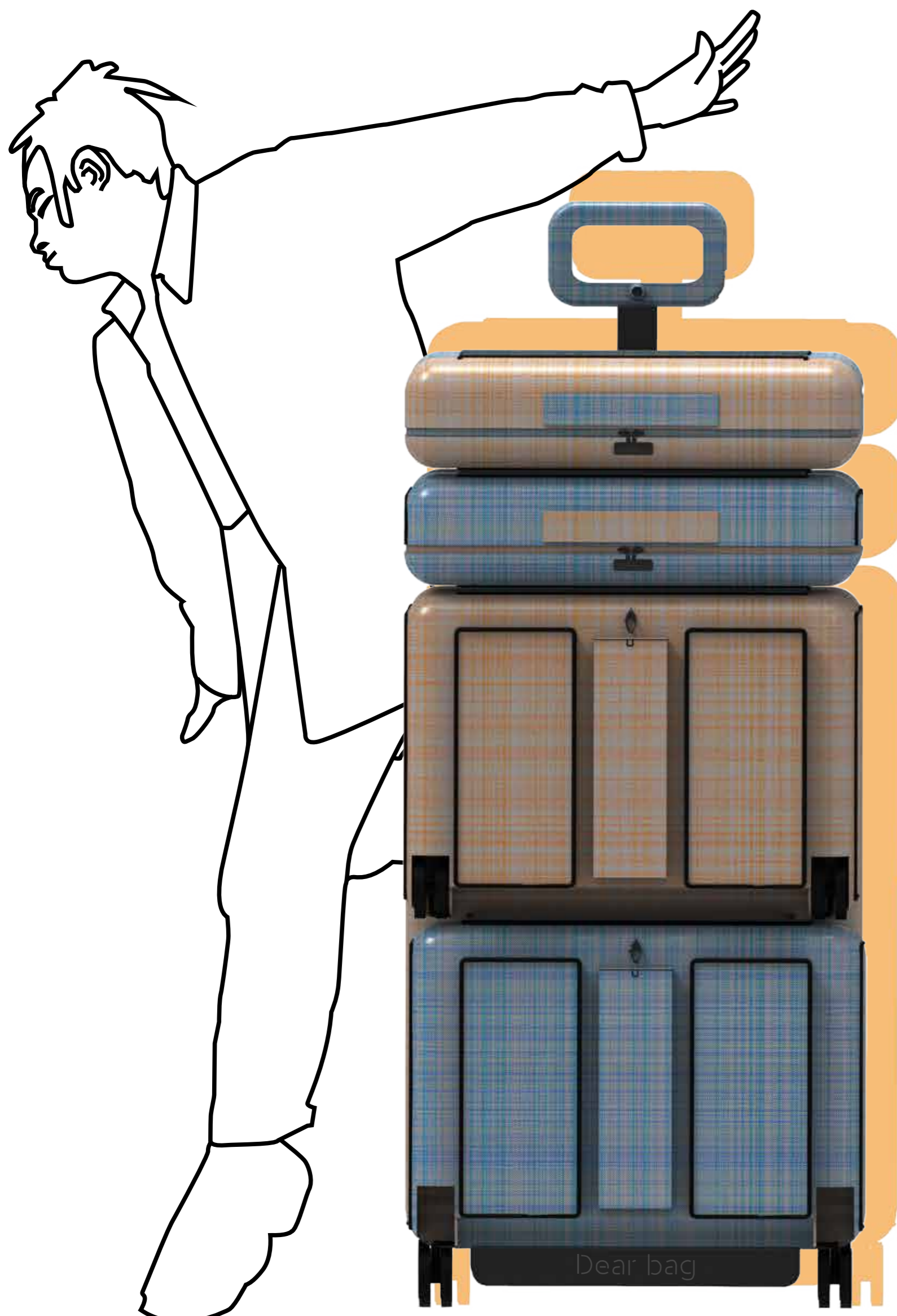
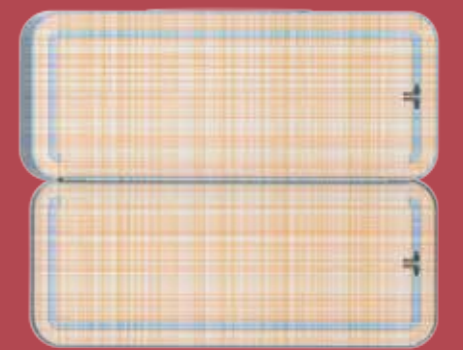
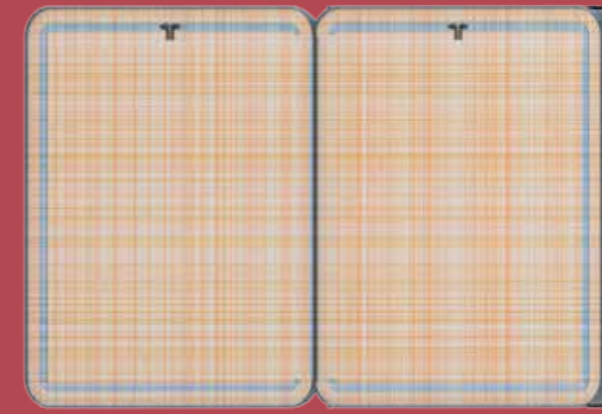
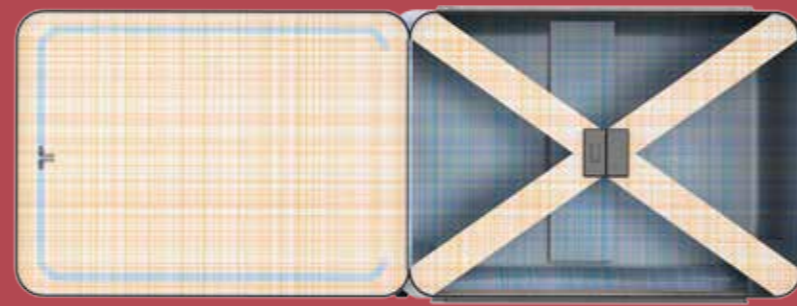
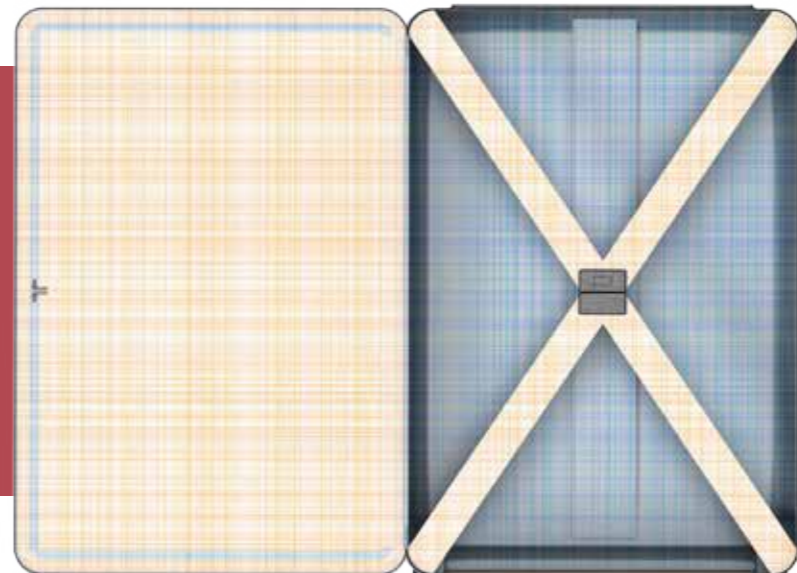
Grazie.

In EMOTIONAL DESIGN Donald A. Norman cerca di dare una risposta a questa domanda, ponendosi il problema dello scopo emotivo e sociale per cui agiamo. Dopo aver svolto diversi studi sull'emozione il designer ne ha concluso che il cervello umano è composto da tre livelli di elaborazione: viscerale, comportamentale e riflessivo. Quest'ultimi interagiscono tra loro modulandosi reciprocamente, ne consegue dunque che qualsiasi cosa si faccia riveste una componente sia cognitiva che affettiva. Partendo quindi da questi studi una risposta a cui l'autore è giunto è la **personalizzazione dell'oggetto**, in modo da rendere quest'ultimo unico e conferirgli un tocco individuale.



FLESSIBILITÀ

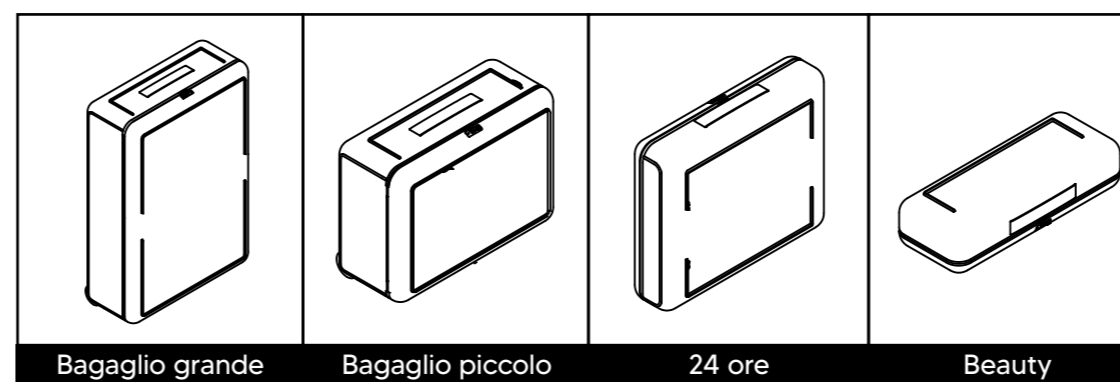
I MODELLI



PERSONALIZZAZIONE

BAGAGLIO

SELEZIONE BAGAGLIO



MANICO

SELEZIONE COLORE IMPUGNATURA



SELEZIONE FINITURE MANICO



RUOTE

SELEZIONE COLORE RUOTE



SELEZIONE FINITURE PEDANA



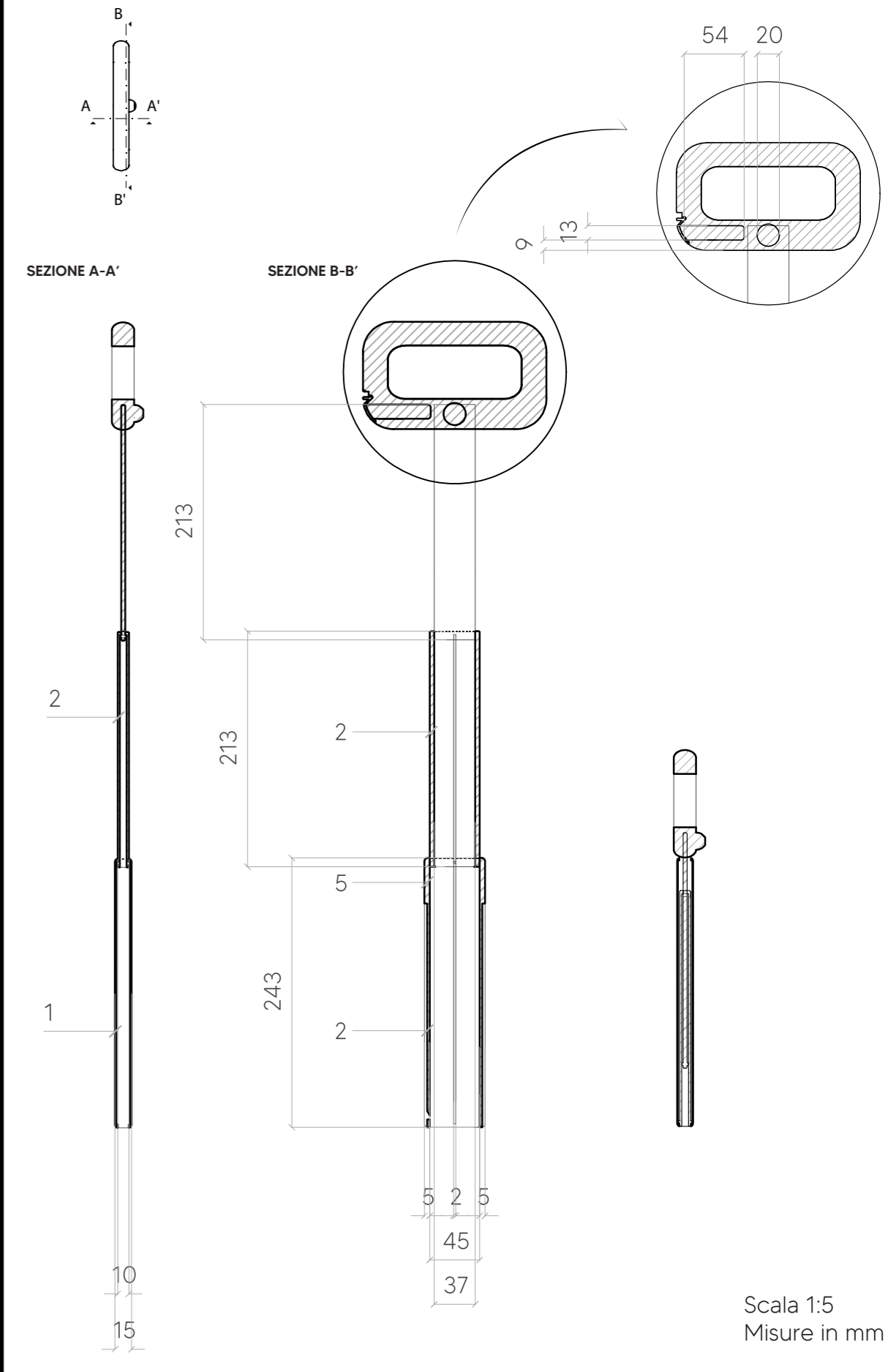
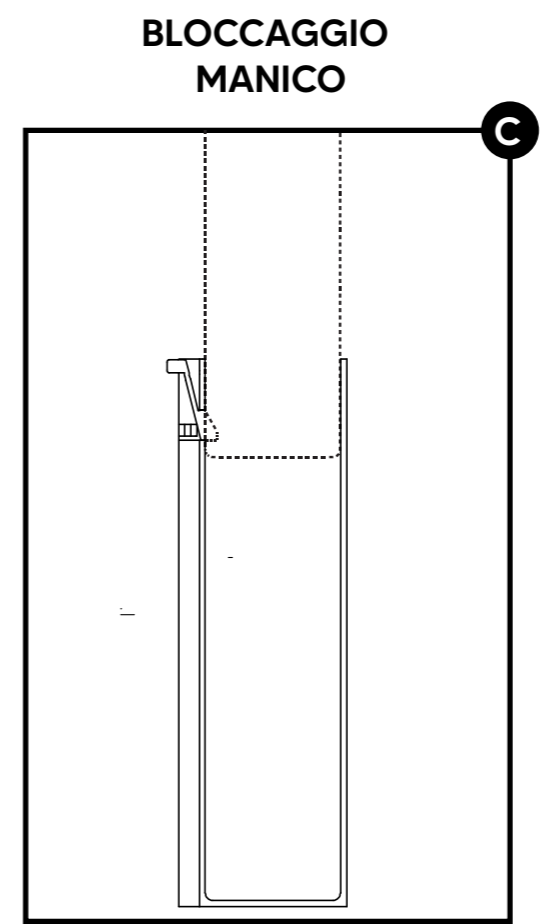
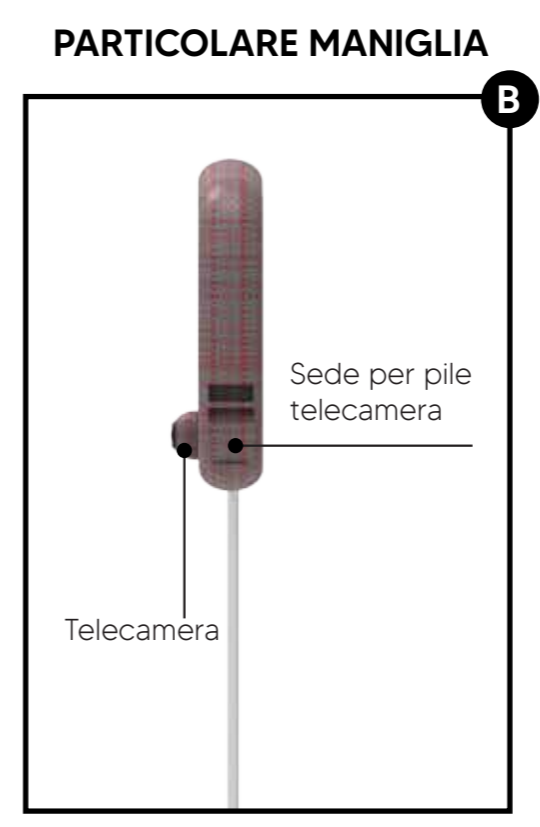
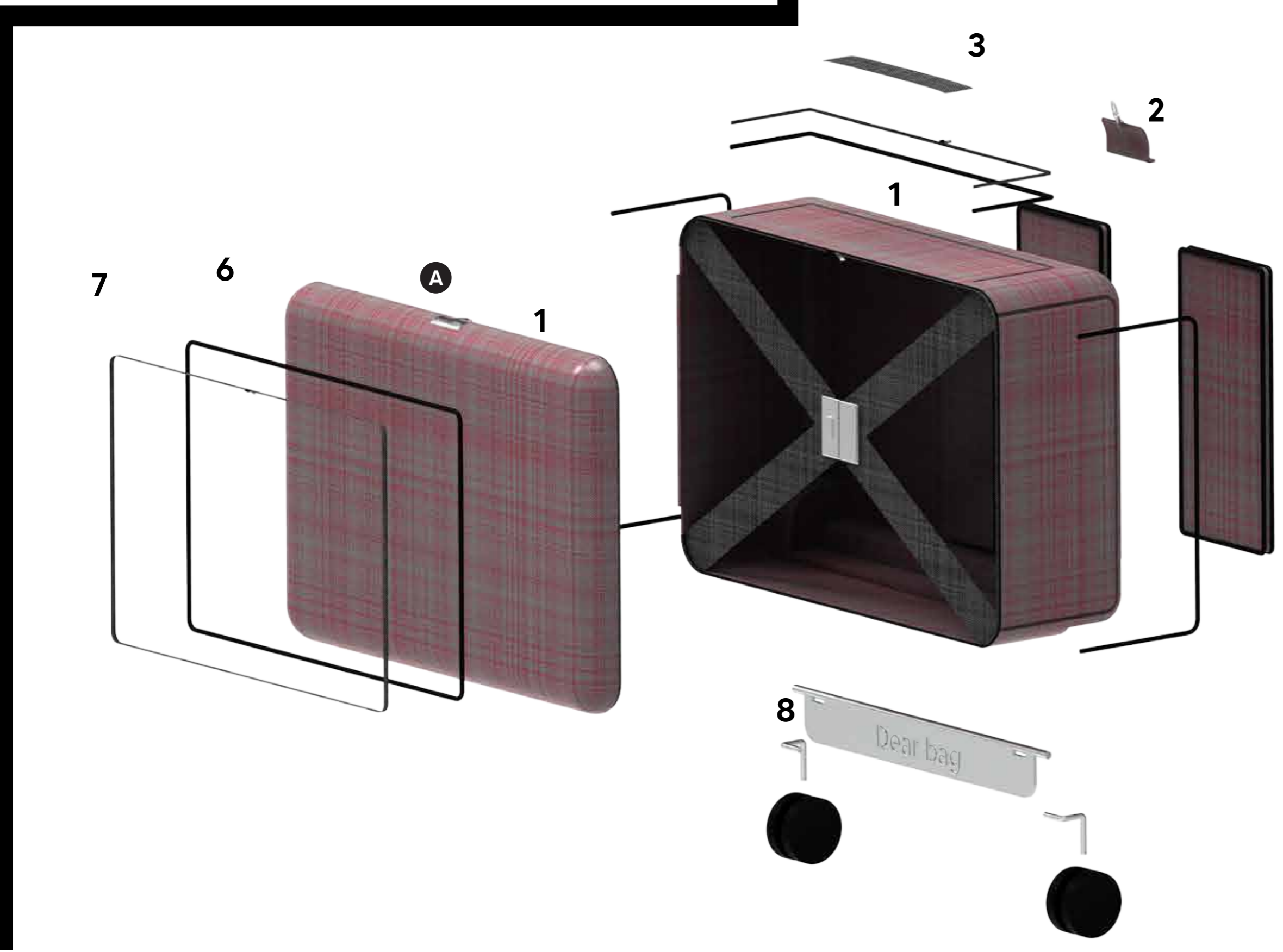
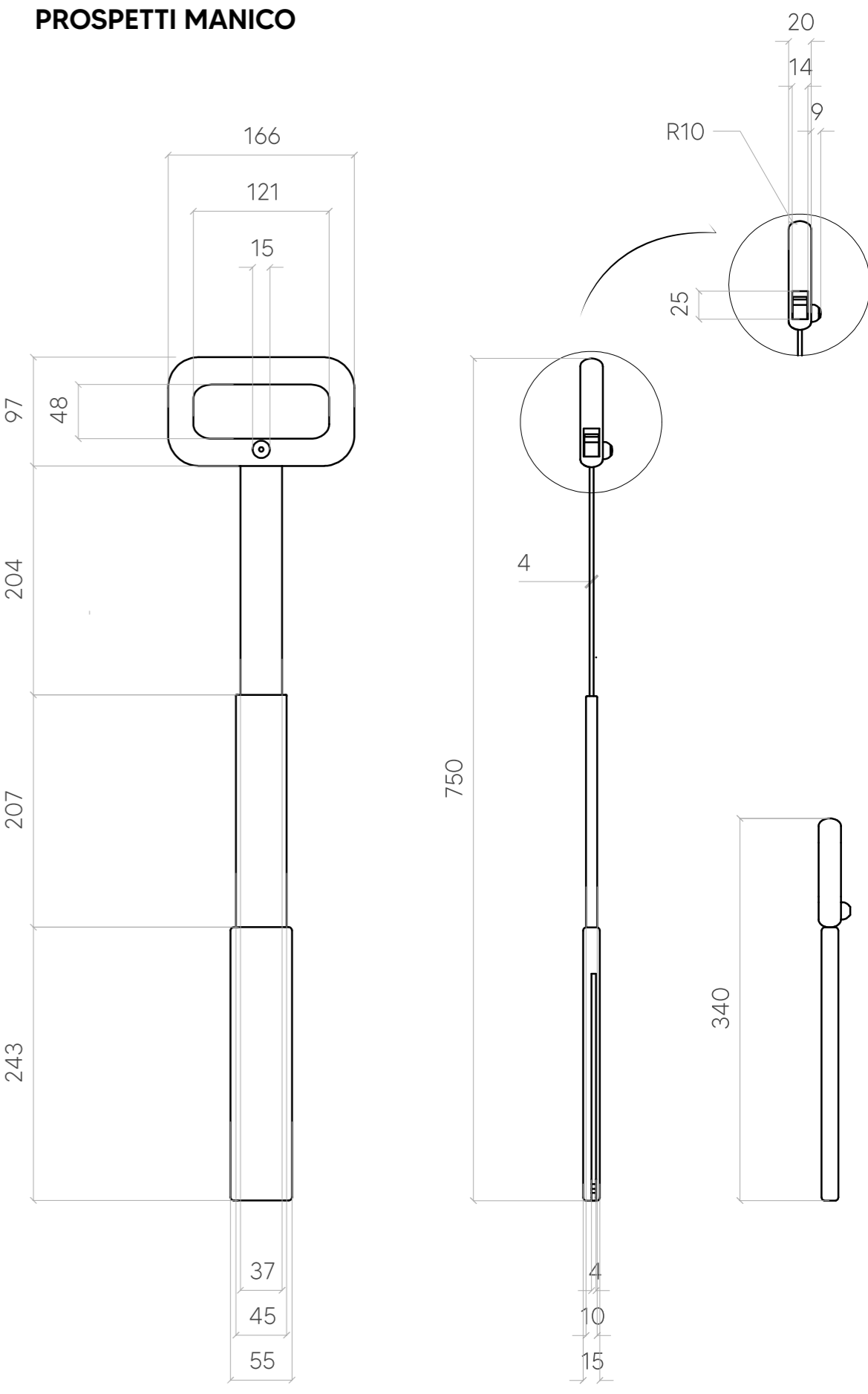
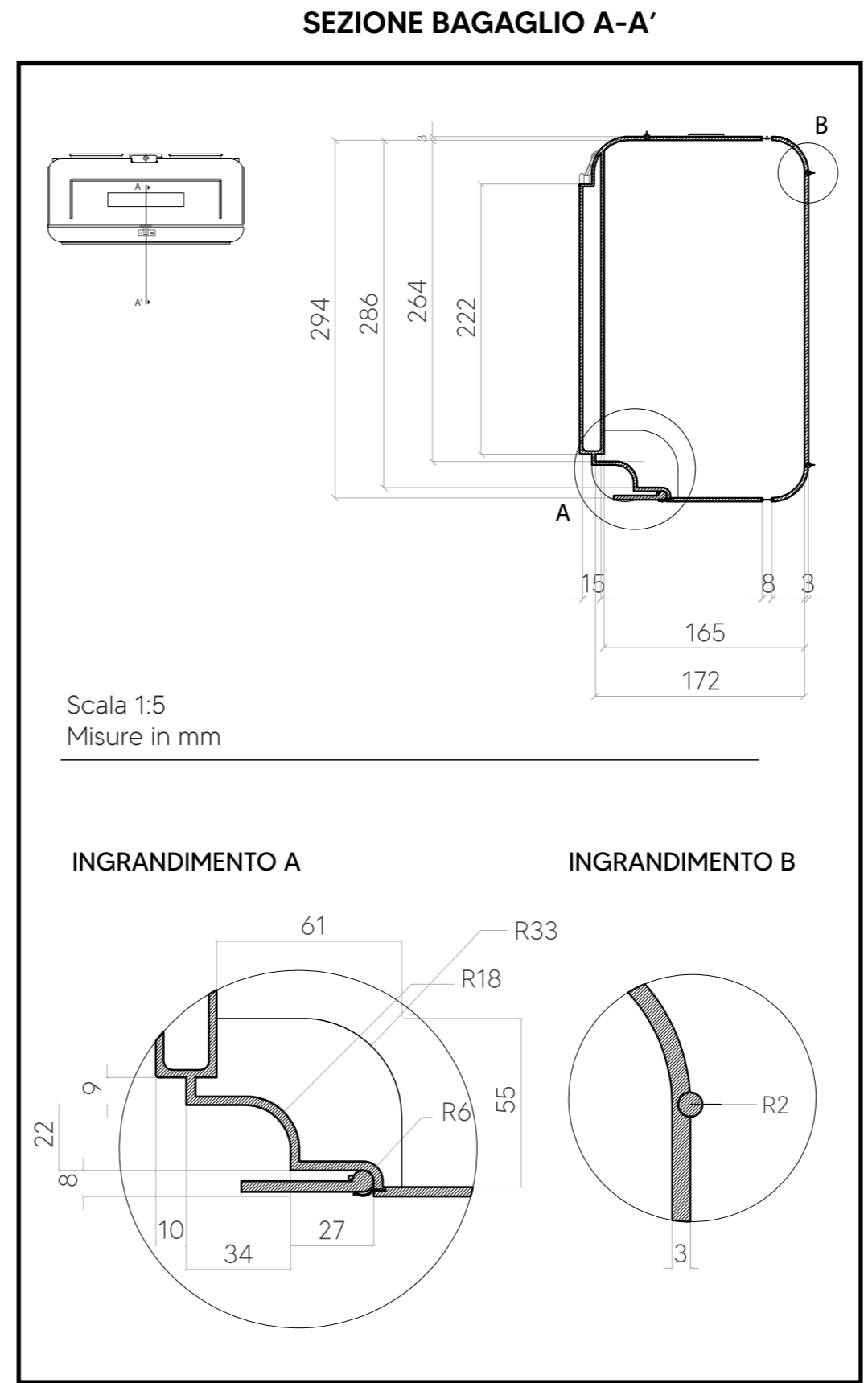
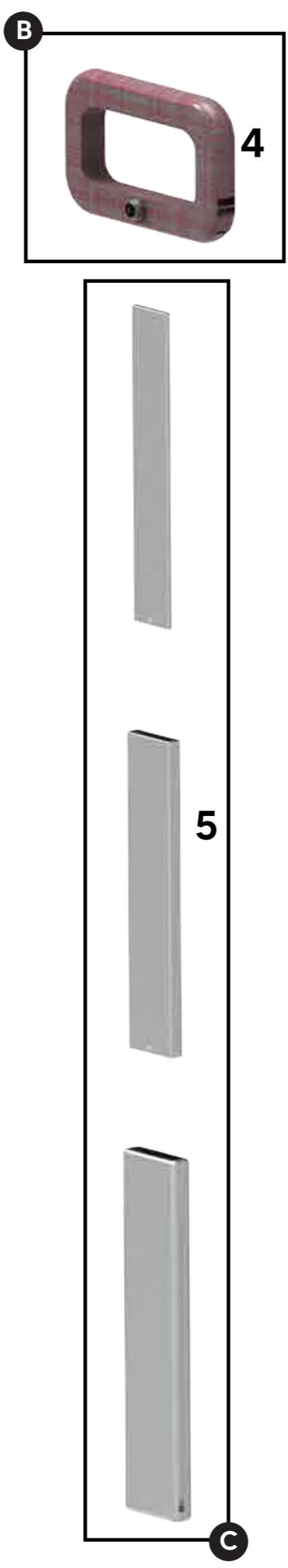
SELEZIONE COLORE BAGAGLIO



SELEZIONE INSERTI DI FINITURA

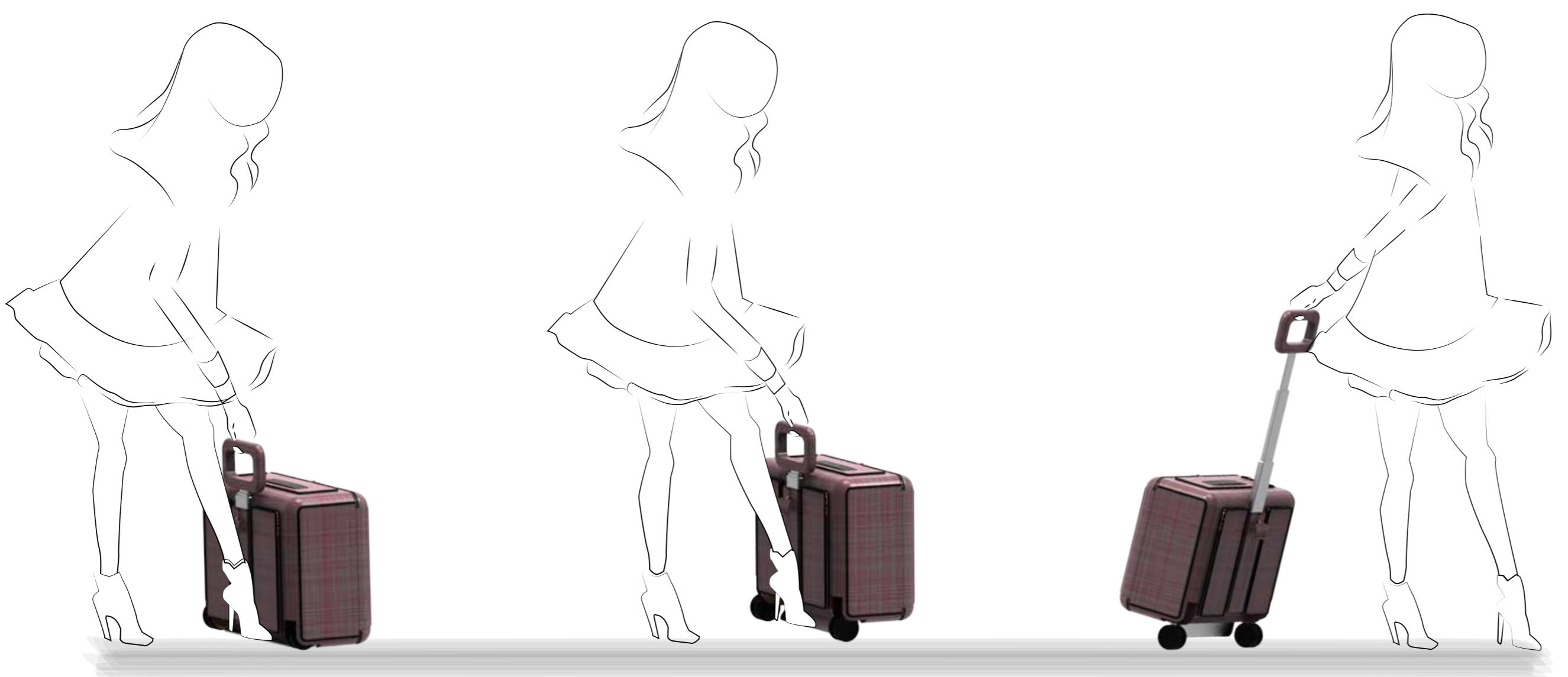
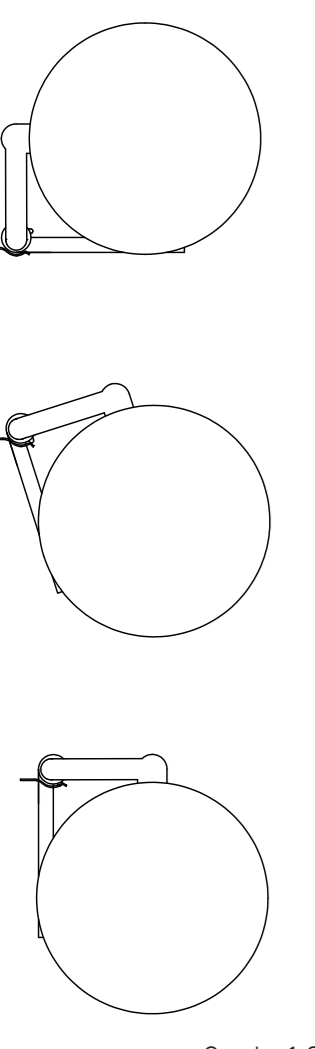


Dear bag



- 1. SCOCCA BAGAGLIO**
Materiale: Policarbonato
Lavorazione: Termoformatura
- 2. TAPPO SEDE MANICO**
Materiale: Policarbonato
Lavorazione: Termoformatura
- 3. MANIGLIA BAGAGLIO**
Materiale: Nylon
Lavorazione: Taglio
- 4. IMPUGNATURA MANICO**
Materiale: Policarbonato
Lavorazione: Termoformatura
- 5. MANICO**
Materiale: Acciaio
Lavorazione: Imbutitura
- 6. INSERTI DI FINITURA**
Materiale: Abs
Lavorazione: Estrusione
- 7. ZIP**
Materiale: Nylon
Lavorazione: Taglio
- 8. PEDANA RUOTE**
Materiale: Acciaio
Lavorazione: Imbutitura
- 9. RUOTE**
Materiale: Policarbonato
Lavorazione: Termoformatura

MECCANISMO BLOCCAGGIO RUOTE

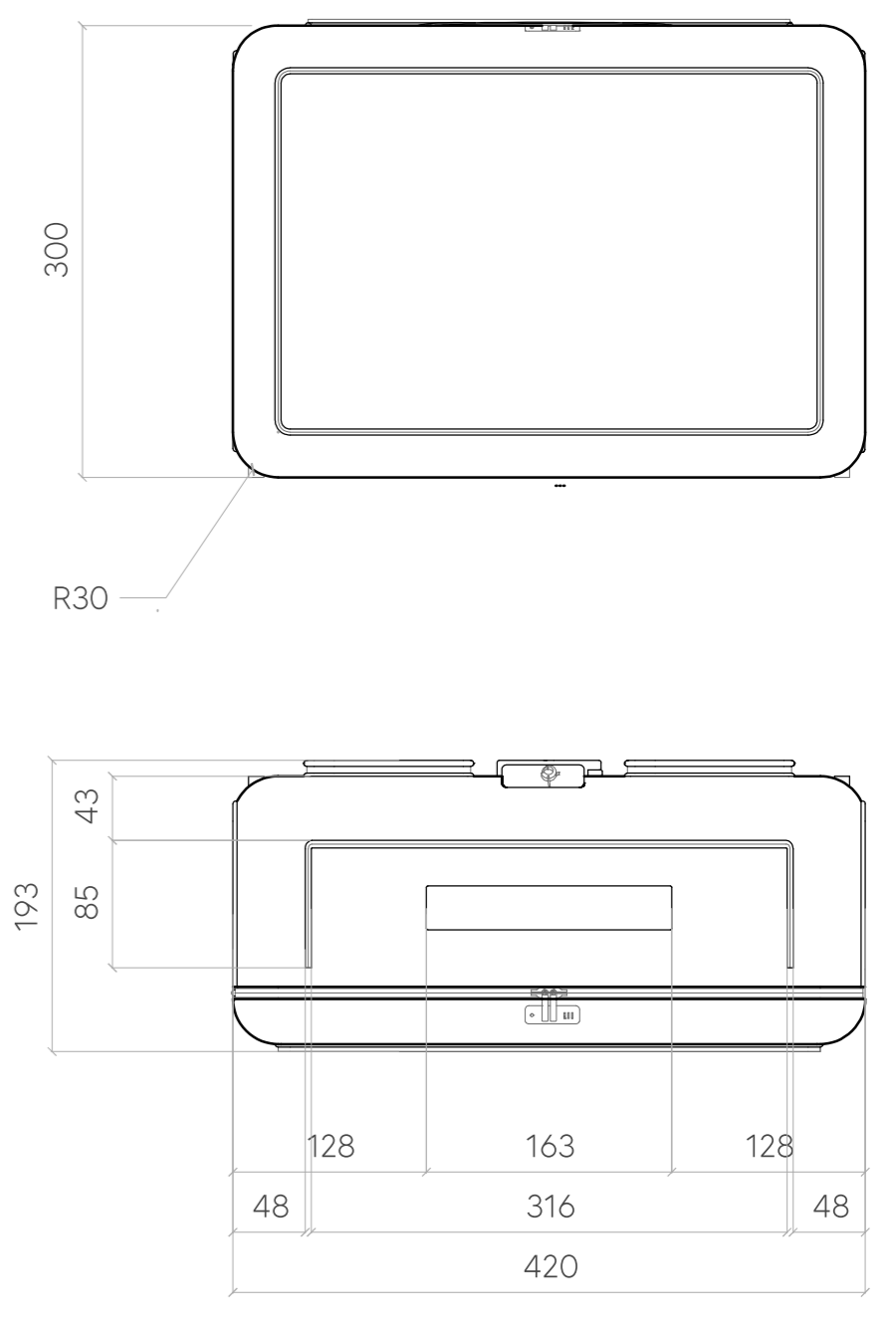


FARE PRESSIONE SULLA PEDANA VERSO IL BASSO CON IL PIEDE

SOLLEVARE LEGGERMENTE IL BAGAGLIO IN MODO DA PERMETTERE ALLE RUOTE DI SCENDERE

TRASPORTARE

PROSPETTI BAGAGLIO PICCOLO



Dear bag

Una valigia è più di un semplice oggetto, più di un semplice contenitore. Essa custodisce non solo oggetti ma anche speranze e sogni. Questo oggetto che a prima vista può sembrare così banale e semplice in realtà porta con sé un significato simbolico molto profondo. Il tema da cui parte Dear bag è il legame emotivo che si viene a creare tra l'uomo e l'oggetto e per rappresentare questo tema è stata scelta una valigia, un oggetto che esiste fin dall'antichità e che con il tempo gli è stata attribuita un'anima.

Dear Bag è un valigia componibile, il cui scopo è quello di esprimere le esigenze del viaggiatore in relazione alla flessibilità e all'esperienza del viaggio.



“Mi ritrovai in strada con la mia vecchia valigia.”

Charles Bukowski, Factotum