

CURRICULUM VITAE ET STUDIORUM

INFORMAZIONI PERSONALI

Nome	Marco Fornasier
Indirizzo	
Telefono	
E-mail	

Nazionalità	
-------------	--

Data di nascita	
-----------------	--

ISTRUZIONE E FORMAZIONE

• Date (da – a)	2006-2009
• Nome e tipo di istituto di istruzione o formazione	Università IUAV di Venezia Facoltà di Design e Arti Dorsoduro 2206, I-30123 Venezia
• Principali materie / abilità professionali oggetto dello studio	> Laurea specialistica presso CLASVEM > tesi Anton Stankowski-Max Bill. Pionieri della Grafica Costruttiva , relatore prof. Giovanni Anceschi, 23 aprile 2009 La tesi si propone di investigare la storia, il percorso formativo e lavorativo dei due progettisti nel contesto svizzero degli anni 30, in particolare nella città di Zurigo, nella quale vissero e lavorarono contemporaneamente nei primi anni del decennio. Indaga il ruolo delle avanguardie artistiche e della sperimentazione dei nuovi mezzi tecnici espressivi come la fotografia, la tipo foto e l'allestimento, tecniche sviluppate nei più famosi istituti di progettazione di quegli anni, il Bauhaus e la Folkwang, nelle quali i due studiano. Si conclude con uno sguardo sull'eredità che il loro lavoro lascia nelle successive generazioni di grafici svizzeri.
• Qualifica conseguita	Laurea Specialistica in Comunicazione Visiva e Multimediale – 108/110

• Date (da – a)	1998-2002
• Nome e tipo di istituto di istruzione o formazione	I.S.I.A. Istituto Superiore per le Industrie Artistiche Urbino Via Santa Chiara, 36, I-61029 Urbino
• Principali materie / abilità professionali oggetto dello studio	> quadriennio ISIA > tesi ii. , relatore prof. Giangiorgio Fuga, 23 ottobre 2004 La tesi si concentra sull'ideazione, progettazione e creazione di un prototipo di website di notizie su tipografia, type design, tipometria e interviste di graphic designer. Si sviluppa sulla creazione di una serie di articoli corredati di apparato iconografico storico, quali riproduzioni di stampati e/o realizzato ad hoc per l'esplicazione delle nozioni tecniche quali disegno dei glifi o regole tipografiche.
• Qualifica conseguita	Diploma I.S.I.A. (vecchio ordinamento) – 110/110L

CAPACITÀ E COMPETENZE RELAZIONALI <i>Acquisite nel corso della vita e della carriera ma non necessariamente riconosciute da certificati e diplomi ufficiali.</i>	PRIMA LINGUA Italiano ---- ALTRE LINGUE Inglese Capacità di lettura / scrittura / espressione orale: buona (CEFR B2)
--	---

ESPERIENZA DIDATTICA

> INCARICHI DI INSEGNAMENTO

• Date (da – a)	Aa 2020-21 – in corso
• Nome e indirizzo del datore di lavoro	Università IUAV di Venezia Dorsoduro 2206, I-30123 Venezia
• Tipo di azienda o settore	Università
• Tipo di impiego	Docente Laboratorio di Comunicazione 2° anno > Progettazione, sviluppo e docenza corso semestrale di 100+ ore sui temi della comprensione dei segni e dei simboli, sulla creatività e sui metodi di progettazione e sul tema del visual branding; sviluppo di esercizi di gruppo sul tema del disegno di un'identità e creazione del comportamento del brand. Approfondimenti su significato e funzionamento delle immagini e utilizzo della tipografia al fine di comunicazione: argomenti di tipometria, anatomia e funzionamento della tipografia fino alla tipografia variabile e possibili utilizzi. Descrizione del corso Gestione del gruppo di studenti, i quali vengono guidati durante la realizzazione di progetti di visual branding su temi a loro scelta (e relativo approfondimento) al fine di comunicare entità/associazioni/eventi culturali e temi relativi l'inclusione sociale di malattie/disabilità e di attività collegate a questo scopo, in alternativa possono optare per argomenti riguardanti l'economia circolare, il riciclo e il riutilizzo dei materiali e le attività che crescono attorno a questi temi. Si predilige, quindi, lavorare attorno ad argomenti sociali o culturali per stimolare nello studente una riflessione empatica e/o simpatetica, questo lo può aiutare ad avvicinarsi a quelle attività di pensiero astratto che sono tipiche del mestiere progettuale. Il progetto comprenderà una riflessione sul brand e sugli strumenti di comunicazione, fino all'ideazione e ipotesi di un'applicazione della comunicazione e dell'immagine chiave (<i>key visual</i>) al livello di <i>supergraphic</i> come ad esempio una campagna comunicativa in esterna oppure una mostra, un'allestimento o una scenografia temporanei. Metodo d'insegnamento Il progetto si svolge partendo dalla ricerca attorno al tema col fine di imparare a scegliere e costruire una serie di moodboard che ne analizzino 1) il contenuto, 2) il mondo di riferimento, 3) il target di riferimento, 4) l'analisi di gusto estetico che porteranno alle ipotesi progettuali, 5) analisi di mondi affini, culturali, artistici, collettivi 6) la proiezione dell'attività in un mondo futuribile (quello, su cui, ipoteticamente, deve strutturarsi il progetto) La fase analitica si chiude con la formulazione di uno o più concetti di lavoro (altresì chiamati <i>concept</i>) che equivalgono ad altrettante "ipotesi di soluzione" alle necessità di comunicazione del brand emerse durante la stesura dei moodboard. Permette di individuare il percorso lungo il quale si potrà costruire un progetto di brand design e fungerà da perno e da timone concettuale durante la lavorazione.
• Principali mansioni e responsabilità	> insegnamento (ICAR-13)

• <i>Date (da – a)</i>	Aa 2015-16 – 2019-20
• <i>Nome e indirizzo del datore di lavoro</i>	IED Venezia Corso biennale in Disegno Industriale & Graphic Design, Venezia
• <i>Tipo di azienda o settore</i>	Scuola privata
• <i>Tipo di impiego</i>	<p>Docente corso Segno, Logo e Manifesto</p> <p>› Progettazione, sviluppo e docenza corso semestrale di 60 ore sui temi della comprensione dei segni e dei simboli, sulla creatività e sui metodi di progettazione e sul tema del visual branding; sviluppo di esercizi singoli e in gruppo sul tema del disegno di un'identità e creazione del comportamento del brand.</p> <p>Ricerca sul brand di una singola azienda, la sua vita, le scelte progettuali e le varietà di utilizzo, al fine di produrre una breve pubblicazione ed introdursi alla disciplina nel suo ambito d'applicazione.</p> <p>Descrizione del corso</p> <p>Gestione del gruppo di studenti, i quali vengono guidati durante la realizzazione di progetti di visual branding su temi relativi la comunicazione di entità/associazioni/eventi culturale e di temi relativi l'inclusione sociale di malattie/disabilità e di attività collegate a questo scopo. Si predilige lavorare attorno ad argomenti sociali o culturali per stimolare nello studente una riflessione empatica e/o simpatetica, questo lo può aiutare ad avvicinarsi a quelle attività di pensiero astratto che sono tipiche del mestiere progettuale</p> <p>Metodo d'insegnamento</p> <p>Il progetto si svolge partendo dalla ricerca attorno al tema col fine di imparare a scegliere e costruire una serie di moodboard che ne analizzino 1) il contenuto, 2) il mondo di riferimento, 3) il target di riferimento, 4) l'analisi di gusto estetico che porteranno alle ipotesi progettuali.</p> <p>La fase analitica si chiude con la formulazione di uno o più concetti di lavoro (<i>concept</i>) che equivalgono ad altrettante "ipotesi di soluzione" alle necessità di comunicazione del brand emerse durante la stesura dei moodboard. Permette di individuare il percorso lungo il quale si potrà costruire un progetto di brand design e fungerà da perno e da timone concettuale durante la lavorazione.</p> <p>Dal 2016 al 2018 il corso si è sviluppato con la volontaria reiterazione di due esercizi uguali dal punto di vista del metodo per stimolare lo studente a riflettere sui procedimenti e sulle soluzioni trovate in modo da perfezionare il suo metodo di lavoro. (Josef Müller-Brockmann <i>Gestaltungsprobleme des Grafikers</i>, 1961)</p> <p>Dal 2018 l'introduzione del progetto di ricerca su un singolo brand al fine di capire le complessità insite nel lavoro di comunicazione aziendale e nell'architettura di brand. Ricerca dei materiali, composizione di un testo esplicativo di 1800 battute e impaginazione di un sedicesimo di testo e immagini.</p> <p>Il progetto di ricerca attorno ad un brand esistente è pensato per permettere allo studente di avere una visione generale della complessità (in termini pratico/realizzativi e temporali) che si genera attorno alla progettazione di identità complesse (in ambito culturale e/o aziendale).</p>
• <i>Principali mansioni e responsabilità</i>	› insegnamento

› **WORKSHOP**

• <i>Date (da – a)</i>	12/2019
• <i>Nome e indirizzo del datore di lavoro</i>	Università IUAV di Venezia Dorsoduro 2206, I-30123 Venezia
• <i>Tipo di azienda o settore</i>	Università

• <i>Tipo di impiego</i>	<p>Concept design per sistemi di tracciabilità dedicati per le imprese</p> <p><i>tema</i> Tracciabilità per la sostenibilità: valore economico e design. Laboratorio di ricerca e progetto con le imprese</p> <p><i>Coordinamento scientifico</i> Alberto Bassi (Iuav), Mario Volpe (Ca' Foscari)</p> <p><i>Assegnisti</i> Lucilla Calogero (Iuav), Roshan Borsato (Ca' Foscari)</p> <p><i>Designer</i> Marco Fornasier, Mirco Piccin, Raffella Lioce</p> <p>Workshop dedicato alle aziende frutto della collaborazione tra Iuav e Ca' Foscari attorno a progetti sostenibilità aziendale e tracciabilità del prodotto. Il lavoro si è concentrato nella analisi attorno alle caratteristiche positive e sulle mancanze dell'azienda fino all'elaborazione di diversi concept sia di attività di comunicazione integrata che di modifica del processo di produzione, di riutilizzo degli scarti, di attività di vendita e/o di customer care & relationship.</p>
• <i>Principali mansioni e responsabilità</i>	> supporto all'analisi dei contenuti aziendali, alla formulazione delle ipotesi di progetto e stesura degli elaborati

• <i>Date (da – a)</i>	Aa 2017-18
• <i>Nome e indirizzo del datore di lavoro</i>	Università IUAV di Venezia Dorsoduro 2206, I-30123 Venezia
• <i>Tipo di azienda o settore</i>	Università
• <i>Tipo di impiego</i>	<p>Welcome Design Workshop 2017</p> <p><i>tema</i> Progetto di identità visiva per la Fondazione di Venezia</p> <p><i>designer</i> Marco Fornasier</p> <p><i>tutor</i> Camilla Oboe</p> <p>Il fulcro del progetto proposto ai ragazzi è la realizzazione di un progetto di visual branding, disciplina <i>novissima</i> che sposta parte della pianificazione progettuale dal dominio della pura identità grafica e la distribuisce in maniera capillare a tutti i supporti nei quali la <i>vita comunicativa</i> del soggetto si svolge.</p> <p>Il disegno di marchio/logotipo risulta, in questo caso, secondario se non assente del tutto. La Fondazione infatti non cerca la definizione della sua identità – cioè l'individuazione del gruppo sociale al quale appartenere –, bensì del suo comportamento all'interno di esso. Necessita, quindi, di una personalità, cioè di una serie di strumenti che le permettano di emergere nel gruppo di cui è parte, e, grazie ad essi, aggiungere interesse e contribuire a farlo crescere e evolvere, in modo che dall'<i>interno del gruppo</i> fluiscano reazioni positive in grado di accrescere il <i>ranking</i> di visibilità e reputazione della Fondazione stessa.</p>
• <i>Principali mansioni e responsabilità</i>	> insegnamento

• <i>Date (da – a)</i>	Aa 2010-11
• <i>Nome e indirizzo del datore di lavoro</i>	Università degli Studi di San Marino (ex Università IUAV di Venezia - Facoltà di design e arti) Corso di laurea triennale in Disegno Industriale, San Marino
• <i>Tipo di azienda o settore</i>	Università

• <i>Tipo di impiego</i>	<p>San Marino Design Workshop 2011 <i>tema</i> Comunicare "buone pratiche" di comportamento nella sede universitaria <i>designer</i> Marco Fornasier <i>tutor</i> Lucia Del Zotto</p> <p>Anche limitati cambiamenti dei nostri comportamenti possono essere fondamentali –specialmente se diventano imitativi per molti altri – non solo per contribuire a ridurre vari tipi di sprechi ma anche per migliorare le relazioni con le persone e il comfort collettivo negli spazi che usiamo quotidianamente. Il workshop si occupa di elaborare progetti per comunicare e sensibilizzare sulla necessità di mantenere atteggiamenti adeguatamente rispettosi delle persone, degli spazi e dell'ambiente della sede dell'Università.</p>
• <i>Principali mansioni e responsabilità</i>	> insegnamento

• <i>Date (da – a)</i>	Aa 2014-15
• <i>Nome e indirizzo del datore di lavoro</i>	IED Venezia Corso biennale in Disegno Industriale & Graphic Design, Venezia
• <i>Tipo di azienda o settore</i>	Scuola privata
• <i>Tipo di impiego</i>	> 2014-15 Brand Design Workshop <i>tema</i> Fondamenta degli incurabili – La grafica della biennale d'arte 2015 <i>designer</i> Marco Fornasier Il progetto prevedeva l'analisi e la riprogettazione dell'immagine comunicativa visuale della Biennale d'Arte 2015 a partire dal contenuto centrale della manifestazione: l'età dell'ansietà. I ragazzi sono stati invitati ad analizzare ed esprimere il tema in maniera che si potesse avvicinare il più possibile alla popolazione, la quale potesse interagire e/o essere coinvolta nella quotidianità dal ragionamento su di esso. I ragazzi hanno quindi fatto uscire le speculazioni dell'arte contemporanea negli ambienti urbani, pensando nuovi spazi d'interazione e dialogo con la cittadinanza.
• <i>Principali mansioni e responsabilità</i>	> insegnamento

> INCARICHI DI ASSISTENZA ALLA DIDATTICA

• <i>Date (da – a)</i>	Aa 2009-10 – 2016-17
• <i>Nome e indirizzo del datore di lavoro</i>	Università degli Studi di San Marino (ex Università IUAV di Venezia - Facoltà di design e arti) Corso di laurea triennale in Disegno Industriale, San Marino
• <i>Tipo di azienda o settore</i>	Università

• *Tipo di impiego*

> 2016-17 Laboratorio di design di comunicazione (docente M. Molteni)
> 2015-16 Laboratorio di design di comunicazione (docente M. Molteni)
> 2014-15 Laboratorio di design di comunicazione (docente M. Molteni)
> 2013-14 Laboratorio di design di comunicazione (docente M. Molteni)
> 2012-13 Laboratorio di fondamenti di grafica bidimensionale (docente M. Molteni)
> 2011-12 Laboratorio di fondamenti di grafica bidimensionale (docente M. Molteni)
> 2010-11 Laboratorio di fondamenti di grafica bidimensionale (docente M. Molteni)
> 2009-10 Laboratorio di fondamenti di grafica bidimensionale (docente M. Molteni)

Il corso si articola attorno agli argomenti del basic design e, in generale, di approccio al mondo della progettazione visiva. Attraverso tre fasi distinte si introduce agli studenti la complessità del pensiero progettuale con esercizi che sviluppino in loro la critica attorno ai problemi della forma, della composizione, delle regole visive.

1) Gli studenti sono portati a ragionare attorno al fine del progettare: la definizione di nuove regole, la stesura di “racconti” visivi, la creazione e la vita comunicativa degli artefatti.

Durante la collaborazione alla docenza è stato possibile approfondire numerosi argomenti, recuperare esercizi di fondamenti e di basic design e di ipotizzarne di nuovi. Si sono realizzati esercizi di pura gestualità formale per ragionare sul superamento della passività dello studente attorno alla ricezione e la comprensione della forma (mutuati da esperienze di Michele Provinciali al New Bauhaus e portati avanti da Francesco Ramberti all’Isia negli anni 90), esercizi di basic design puro sulla creazione di forme geometriche a partire da schemi predefiniti oppure nella creazione di nuove corrispondenze e nuove composizioni attraverso collage.

Una seconda fase, propedeutica alla realizzazione del progetto finale, ragiona sulla *2) capacità dello studente di attivare meccanismi di ricerca*; gli esercizi quindi stimolano la capacità di creare nuovi collegamenti e di sviluppare percorsi narrativi autonomi e indipendenti.

Le prime due fasi si pongono il fine di “liberare” la nuova professionalità (e la nuova identità) dello studente insegnandogli la “responsabilità” della creazione delle immagini e quella della creazione del contenuto.

La terza fase prevede un progetto nel quale, per la prima volta, gli studenti sono portati a *3) progettare sia un contenuto/concetto che a realizzarne la sua forma visuale e le regole che determinano il suo funzionamento* (applicazioni, rapporto con le superfici, i materiali, gli spazi). Durante gli 8 anni sono stati realizzati esercizi di creazione di identità visive di eventi sportivi o culturali; progettazione di percorsi contenutistici e infografiche su temi ambientali a fini espositivi; realizzazione di un “kit grafico emozionale” attorno al libro *Le città invisibili* di Calvino; realizzazione di attività di co-branding tra brand esistenti ma, almeno teoricamente, distanti tra loro. Ogni progetto prevede la stesura di moodboard che approfondiscono il tema, l’ambiente di applicazione, il target, l’orizzonte visivo di riferimento, la stesura di un concept di lavoro e l’impaginazione degli elementi progettati in una presentazione che permetta il racconto del progetto. Assieme alla presentazione è sempre presente la realizzazione di mock-up realistici che avvicinano lo studente alla dimensione pratica della disciplina.

Dal 2010-11, ogni anno, sono state realizzate 3 lezioni di approfondimento sul tema della tipografia. In particolare sulla storia della scrittura e della forma della lettera a stampa, sulla tipometria e sulle regole di lettura e composizione, sull’utilizzo espressivo e/o funzionale della tipografia e del lettering. A queste lezioni è affiancato un esercizio di basic design che approfondisce l’argomento del kerning, tramite la composizione e la comprensione delle regole tipometriche del distanziamento formale tra i caratteri, sostituiti con elementi geometrici semplici ai quali lo studente deve trovare e attribuire le regole comportamentali.

• <i>Principali mansioni e responsabilità</i>	› collaborazione alla docenza e insegnamento (approfondimento sui temi della tipografia, tipometria e storia della scrittura; assistenza alla docenza, allo sviluppo dei progetti in classe, revisione e supporto agli studenti nella realizzazione dei compiti assegnati)
---	--

ESPERIENZA PROFESSIONALE

• <i>Date (da – a)</i>	2013 – in corso
• <i>Nome e indirizzo del datore di lavoro</i>	Huge Merano [Bz] – Padova
• <i>Tipo di azienda o settore</i>	Studio di brand design & Visual communication
• <i>Tipo di impiego</i>	Co-owner e Direttore della progettazione
• <i>Principali mansioni e responsabilità</i>	› Progetti di Branding e comunicazione visiva per aziende della grande distribuzione, dell'energie alternative, dell'outdoor furniture design, del mercato internazionale dell'arte › Progetti editoriali e di comunicazione › CUAMM : Comunicazione online › Flexo24 : Brand identity, elementi di corporate branding, progettazione del portale per la vendita online di materiale per la flessografia › Burzio : Brand identity, comunicazione degli eventi fieristici nel settore dell'arte antica e oggetti d'antiquariato, pubblicazione editoriale › Urbo design : Cataloghi prodotto e materiali, comunicazione eventi fuorisalone 2015, comunicazione socialmedia › Gruppo DMO : Packaging design per la grande distribuzione; brand, editorial e visual communication per le insegne CAD , Caddy's , EssereBenessere , rebranding insegna Determarket › Gruppo GFI/PRE : Brand design globale per insegna nella distribuzione al dettaglio di prodotti per l'energia sostenibile

• <i>Date (da – a)</i>	2011 – 2012
• <i>Nome e indirizzo del datore di lavoro</i>	Madeindreams Milano
• <i>Tipo di azienda o settore</i>	Studio di disegno industriale e brand design
• <i>Tipo di impiego</i>	Brand design director
• <i>Principali mansioni e responsabilità</i>	Responsabile per la brand design Unit. Principali progetti › Buhel Milano, Brand design & packaging per azienda di oggetti tecnologici: al progetto è stato conferito l' IF communication design 2013 › Planex Holding Tokyo , rebranding per multinazionale nel campo dell'elettronica di consumo; progetto a partire dai focus workshop coi manager fino alla realizzazione delle guidelines del nuovo brand; realizzazione e gestione del lavoro editoriale off& online; design del packaging di prodotto per la grande distribuzione giapponese. › Redesign e renaming dell'agenzia (da MID a Madeindreams) e identità visiva per incontri a tema design sviluppati assieme a PS relazioni pubbliche

• <i>DATE (DA – A)</i>	2008 – in corso
• <i>NOME E INDIRIZZO DEL DATORE DI LAVORO</i>	Ū Merano [Bz]
• <i>TIPO DI AZIENDA O SETTORE</i>	Freelance per studi di brand & communication design e editorial designer per case editrici

<ul style="list-style-type: none"> • TIPO DI IMPIEGO 	<p>Senior Designer Freelance per Nuvicom, Milano – FutureBrand, Milano – A-Tono, Milano – TribalDDB/RappCollins, Milano – CB’a Group, Milano – RovaiWeber, Firenze</p>
<ul style="list-style-type: none"> • PRINCIPALI MANSIONI E RESPONSABILITÀ 	<p>Designer a chiamata per progetti speciali di graphic, editorial e brand design</p> <p>Principali progetti</p> <ul style="list-style-type: none"> › IUAV: Identità del Master in Contract Design for Public Interiors › Covid-19 ICU Registry: Progetto no profit di identità per gruppo di ricerca medica responsabile della raccolta dei dati delle terapie intensive di tutto il mondo del Massachusetts General Hospital – Harvard Medical School, Boston (US) con Alessandro Camaioni (Geometry, London) › Centenario Columbus: Progetto grafico degli eventi relativi al centenario dell’azienda, progettazione della grafica di allestimento e comunicazione della mostra “Flessibili Splendori. Columbus e il mobile in tubo metallico” 26.9 – 7.11/19 e della mostra “Anima d’acciaio. Columbus e il design della bicicletta” 20.11/20 – 18.01/2020, Antonio Colombo Arte Contemporanea Milano Terza mostra “Traguardo Volante” in lavorazione. › Conservatorio della Svizzera italiana: grafica evento sul mecenatismo musicale <i>Sinfonie d’Intenti</i>, 2019, Lugano (CH) › Ontopic: Identità modulare dinamica per spin-off della facoltà di ingegneria della Libera Università degli Studi di Bolzano › Fondazione Archivio del Moderno: Identità dinamica per Fondazione Archivio dell’Università della Svizzera italiana, Balerna (CH); format visivo di comunicazione eventi e applicazione primo evento <i>L’Energia del Mecenatismo</i>, settembre 2018, Vezia (CH) › IUAV Archivio Progetti: Identità e graphic design mostra <i>Mauro Masera. Fotografo del design italiano</i>, editorial design volume <i>Paolo De Poli. Artigiano, imprenditore, designer</i> a cura di A. Bassi e S. Maffioletti, ed. Il Poligrafo, 2017; editorial design volume <i>Gio Ponti e Paolo De Poli. L’architetto e l’artigiano – designer</i> a cura di A. Bassi e V. Cafà, ed. Universalia, 2018; <i>Mauro Masera. Fotografo del design italiano</i> a cura di A. Bassi e C. Masera, ed. Universalia, 2019 › A/simmetrie: identità visiva per evento annuale dal 2014 al 2019, materiale di corporate e graphic design per eventi collaterali in collaborazione con INFER, con l’Università G.D’Annunzio di Pescara (EAU 2017 / Wine sustainability 2017) e l’Università degli Studi di Perugia (<i>La disinformazione tra vecchie e nuovi media</i>, 2019) › Nuvicom: Brand identity per progetto Isplora.com, lezioni video online per il conseguimento di certificazioni per architetti; Brand identity per HGEARS azienda di meccanica di precisione nata dalla fusione tra un’azienda italiana ed una tedesca del settore › DelineoDesign: progetto grafico del volume <i>Words&Works</i>, testi di Alberto Bassi, Rosa Chiesa, Ali Filippini › FutureBrand: Progetto di brand ed editoriale per Ferrari e Museo Ferrari › A-Tono: re design dell’immagine dell’agenzia di digital advertising › CB’a: Progetto di rebranding Terme di Sirmione › Rovaiweber: design e sviluppo della tipografia dedicata per Opera del Duomo di Firenze, lavoro a partire dal disegno storico di iscrizione sulla Cantoria di Luca della Robbia, conservata nel museo stesso › Auto&Design: progetto grafico ed editoriale, impaginazione del magazine “Industrial Design” direttore prof. Alberto Bassi, allegato della rivista “Auto&Design”
<ul style="list-style-type: none"> • DATE (DA – A) 	<p>2009</p>
<ul style="list-style-type: none"> • NOME E INDIRIZZO DEL DATORE DI LAVORO 	<p>Studio Dumbar Rotterdam [NL]</p>
<ul style="list-style-type: none"> • TIPO DI AZIENDA O SETTORE 	<p>Studio di brand design & Visual communication</p>

• TIPO DI IMPIEGO	Graphic designer
• PRINCIPALI MANSIONI E RESPONSABILITÀ	Graphic designer per progetti di brand & interaction Principali progetti › Unjeong city, South Korea: linee guida ed idee progettuali per progetti di urban design (idee per brand applicato all'arredo urbano, da pensiline a spazi pubblici di varia dimensione) › University of Twente: progettazione del materiale di marketing per la comunicazione dell'università e sviluppo del sito web

• DATE (DA – A)	2004-2009
• NOME E INDIRIZZO DEL DATORE DI LAVORO	RovaiWeber Firenze
• TIPO DI AZIENDA O SETTORE	Studio di brand design & Visual communication
• TIPO DI IMPIEGO	Graphic designer / Senior Graphic designer
• PRINCIPALI MANSIONI E RESPONSABILITÀ	Graphic designer per progetti di brand, exhibition & editorial design Principali progetti › Fondazione Palazzo Strozzi: Progettazione e disegno del marchio in uso tutt'oggi. Realizzazione del materiale di corporate identity Immagine generale e type design per la mostra del 500nario " Galileo. Immagini dell'universo dall'antichità al telescopio " Progettazione e realizzazione dell'exhibition design per le mostre " Galileo. Immagini dell'universo dall'antichità al telescopio " e " Maria e Caterina de' Medici ". › Museo Galileo: Progettazione e disegno del nuovo marchio e nuova corporate identity; progettazione e realizzazione dell'exhibition graphic in uso. › Realizzazione di diverse marchi ed immagini coordinate per musei (Sovrintendenza Speciale Beni Artistici Firenze, Castello Pasquini Castiglioncello [Li], Maen Monsummano Terme [Pt], Piccoli Grandi Musei Firenze), mostre (Magritte , Palazzo Reale Milano 2008-2009); e brand design per aziende quali Bassnet (Basilichi Spa), Aeroporto di Firenze , Palazzo Tornabuoni Real Estate. › Editorial design per Alinari , Giunti , LaRepubblica , Polistampa .

• DATE (DA – A)	2003
• NOME E INDIRIZZO DEL DATORE DI LAVORO	Jekyll&Hyde Milano
• TIPO DI AZIENDA O SETTORE	Studio di brand design & Visual communication
• TIPO DI IMPIEGO	Junior Graphic designer
• PRINCIPALI MANSIONI E RESPONSABILITÀ	Graphic designer per progetti di brand & graphic design Principali progetti › Bevilacqua la Masa: catalogo mostra "Salon des Refuses" › Realizzazione di materiale editoriale e grafico per ASUS Italia , EMI , OJ

• DATE (DA – A)	2002
• NOME E INDIRIZZO DEL DATORE DI LAVORO	Iconmedialab Milano
• TIPO DI AZIENDA O SETTORE	Agenzia di Interactive&Web design
• TIPO DI IMPIEGO	Junior Graphic designer

• PRINCIPALI MANSIONI E RESPONSABILITÀ	Junior Graphic designer per progetti di interactive & graphic design Principali progetti › Tamatete, Roma: museo interattivo; realizzazione di grafiche per interfacce ed affiancamento art director nello studio dell'esperienza interattiva nelle sale
--	---

• DATE (DA – A)	2001
• NOME E INDIRIZZO DEL DATORE DI LAVORO	Dolcini Associati Pesaro
• TIPO DI AZIENDA O SETTORE	Studio di brand design & Visual communication
• TIPO DI IMPIEGO	Junior Graphic designer
• PRINCIPALI MANSIONI E RESPONSABILITÀ	Junior Graphic designer per progetti di brand & graphic design Principali progetti › Coopernico: realizzazione materiali comunicativi per evento

• DATE (DA – A)	2000
• NOME E INDIRIZZO DEL DATORE DI LAVORO	NoFrontiere Vienna [A]
• TIPO DI AZIENDA O SETTORE	Agenzia di Interactive&Web design
• TIPO DI IMPIEGO	Junior Graphic designer
• PRINCIPALI MANSIONI E RESPONSABILITÀ	Junior Graphic designer per progetti di interactive design Principali progetti › Jewish Museum: museo interattivo; realizzazione di grafiche video e 3d per interfacce ed affiancamento art director nello studio dell'esperienza interattiva degli applicativi stand-alone.

PUBBLICAZIONI

• Date (da – a)	2018
• Nome e indirizzo del datore di lavoro	Design, imprese e territorio. Progetti Iuav per il Veneto
• Tipo di azienda o settore	Pubblicazione editoriale
• Tipo di impiego	Contributo editoriale
• Tema	› M. Fornasier, <i>La Fondazione è</i> , settembre 2017 Contributo sull'esperienza di progettazione durante i workshop Iuav Welcome Design 2017. Presentazione generale del tema (cosa vuol dire fare un brand per una istituzione culturale e di supporto al territorio) e dei risultati degli studenti design

• Date (da – a)	2016 - 2017
• Nome e indirizzo del datore di lavoro	Salvatore Gregoriotti. Grafico.
• Tipo di azienda o settore	Pubblicazione editoriale
• Tipo di impiego	Contributo editoriale
• Tema	› M. Fornasier, <i>Toccata e fuga nel paese del progetto</i> , settembre-ottobre 2016 Contributo sull'esperienza di Gregoriotti durante la sua (breve) permanenza a Zurigo per frequentare la Kunstgewerbeschule negli anni 59-60, il suo ricordo della scuola e degli insegnanti e il contributo formativo al suo futuro di graphic designer.

• Date (da – a)	2007-2011
-----------------	-----------

<ul style="list-style-type: none"> • <i>Nome e indirizzo del datore di lavoro</i> 	Cianomagentagiallonero.com Web blog di cultura della comunicazione e del progetto contemporaneo con uno sguardo alle problematiche sociali e politiche come campo di applicazione
<ul style="list-style-type: none"> • <i>Tipo di azienda o settore</i> 	Web Blog
<ul style="list-style-type: none"> • <i>Tipo di impiego</i> 	Edizione e contributi autoriali

• *Principali articoli*

- › M. Fornasier, *Work the angles*, aprile 2007
Primo articolo sui temi delle forme contemporanee del design grafico contemporaneo paragonate con figure storiche della professione
- › M. Fornasier, *S-T-R-A-M-I-L-A-N-O e È nata prima la sedia*, aprile 2007
Reportage dal Salone del Mobile 2007 con un occhio agli interventi del graphic design e all'attenzione ai temi del design sostenibile
- › M. Fornasier, *M come Massimo*, maggio 2007
Primo articolo sulla persona di Massimo Dolcini, designer ed artigiano della ceramica – parti di intervista realizzata in occasione della tesi ISIA 2004
- › M. Fornasier, *ad pertinere vs ad parere*, maggio 2007
Primo di una serie di articoli sulle tendenze del visual design contemporaneo applicate all'abbigliamento cosiddetto streetwear
- › M. Fornasier, *il limite del tempo presente*, maggio 2007
Secondo articolo sui temi delle forme contemporanee del design grafico contemporaneo paragonate con figure storiche della professione con focus più precisi sui periodi della grafica costruttiva ed il design europea
- › M. Fornasier, *international typeface conspiracy*, giugno 2007
Articolo storico sul gruppo ITC (International Typeface Corporation) con breve biografia degli autori ed esempi iconografici del lavoro e del type design
- › M. Fornasier, *Travolti da un insolito destino*, luglio 2007
Primo di una serie di articoli che intendono analizzare i temi della quotidianità (politico, ecologico, sociale-no profit, lavorativo) che possono coinvolgere in varia misura il design grafico e di prodotto
- › M. Fornasier, *Coriandoli*, luglio 2007
Articolo sulla ricerca condotta per il corso di critica del design del prof. Alberto Bassi consistente l'analisi della storia di uno dei prodotti del cosiddetto design anonimo
- › M. Fornasier, *La cerimonia della semplicità*, settembre 2007
Parallelo "impossibile" tra due protagonisti del design lontani, apparentemente, anni luce: John Maeda e Massimo Dolcini, con un focus sull'approccio olistico orientale al design visibile nelle ricerche di D. sull'artigianato giapponese e nel libro di M. "Le leggi della semplicità"
- › M. Fornasier, *Max Bill non è un type designer*, settembre 2007
Articolo che analizza a fondo l'approccio "concreto" di Max Bill nella tipografia con il ridisegno delle griglie usate per la costruzione di tipografie da lui progettate
- › M. Fornasier, *Come pensiamo?*, ottobre 2007
Primo articolo di una serie sui procedimenti di insegnamento ed apprendimento del design
- › M. Fornasier, *Primo, pensare pt1*, novembre 2007 e *Primo, pensare pt2*, dicembre 2007
Due articoli che propongono alcuni decaloghi di designer internazionali sulla loro idea di "punti fondamentali" della professione progettuale
- › M. Fornasier, *Qui la soluzione...*, novembre 2007
Post "politico" di critica a metodologia e procedimento che hanno portato alla realizzazione dell'identità del principale partito della sinistra italiana degli annizero-anni dieci
- › M. Fornasier, *Perché combattere l'immobilità*, dicembre 2007
Secondo articolo di una serie sui procedimenti di insegnamento ed apprendimento del design; focus sul tema di "tensione"
- › M. Fornasier, *M come Munari*, dicembre 2007 – marzo 2008
Tre articoli di reportage dalla mostra su Bruno Munari tenutasi nel 2007 alla Rotonda della Besana, Milano
- › M. Fornasier, *Design & Basic design*, febbraio 2008
Terzo articolo di una serie sui procedimenti di insegnamento ed apprendimento del design: focus sul Basic Design
- › M. Fornasier, *Moodboard di forme contemporanee*, febbraio 2008
Articolo sui temi delle forme contemporanee del design grafico contemporaneo con un'analisi più precisa sulle tendenze estetiche e formali quali fitomorfismo, organicismo e decostruttivismo
- › M. Fornasier, *In the place of incompetence*, marzo 2008
Post "politico" di critica della situazione internazionale del design

	<p>› M. Fornasier, <i>Anton Stankowski – Esperimenti nel possibile</i>, maggio 2008 Traduzione ragionata del saggio “Learning by seeking” di Peter von Kornatzki presente sul catalogo della mostra del 2006</p> <p>› M. Fornasier, <i>Lo stato dell’arte</i>, agosto 2008 Post “politico” di critica della situazione della globalizzazione e dell’incapacità di capire e trovare altri sfoghi e alter vie di sviluppo nella quotidianità dell’italiano medio</p> <p>› M. Fornasier, <i>Costriamo una nuova nazione</i>, settembre 2009 Post sulle possibilità del design nel ripensare le basi di una nazione, a partire dalla riscoperta di prodotti, materiali e tecniche che la globalizzazione ha “smarrito”</p> <p>› M. Fornasier, <i>Scrivere con la macchina</i>, ottobre – novembre 2010 Serie di 3 post sulle possibilità dell’interazione tra le tecniche del typedesign e della scrittura con le nuove tecnologie di interazione negli spazi tridimensionali.</p> <p>› M. Fornasier, <i>Fighting with Japan</i>, marzo 2011 Articolo di “viaggio” scritto l’indomani del terremoto in Giappone del marzo 2011 con una riflessione sulla condizione umana di fronte alle catastrofi</p> <p>› M. Fornasier, <i>Essere-Benessere</i>, agosto 2011 Reportage del workshop tenuto presso lo IUAV di San Marino con spiegazione e immagini dei progetti sviluppati dai gruppi</p> <p>› M. Fornasier, <i>Uniworke</i>r, novembre 2011 Primo di tre articoli sul lavoro e la condizione sociale</p> <p>› M. Fornasier, <i>Il lavoro mobilita l’uomo</i>, novembre 2011 Secondo di tre articoli sul lavoro e la condizione sociale</p> <p>› M. Fornasier, <i>Domani 2112</i>, novembre 2011 Terzo di tre articoli sul lavoro e la condizione sociale</p>
--	--

RICONOSCIMENTI PROFESSIONALI E PREMI

• DATE (DA – A)	2019
• NOME E INDIRIZZO DELL’ISTITUZIONE/PREMIO	FlexoTech Awards
• TIPO DI RICONOSCIMENTO	1° posto
• NOME PROGETTO	Flexo24.com
• PRINCIPALI MANSIONI E RESPONSABILITÀ	Chief designer Brand identity, elementi di corporate branding, progettazione del portale per la vendita online di materiale per la flessografia

• DATE (DA – A)	2018
• NOME E INDIRIZZO DELL’ISTITUZIONE/PREMIO	eh! Awards
• TIPO DI RICONOSCIMENTO	1° posto
• NOME PROGETTO	Flexo24.com
• PRINCIPALI MANSIONI E RESPONSABILITÀ	Chief designer Brand identity, elementi di corporate branding, progettazione del portale per la vendita online di materiale per la flessografia

• DATE (DA – A)	2017
• NOME E INDIRIZZO DELL’ISTITUZIONE/PREMIO	Università IUAV di Venezia Facoltà di Design e Arti Dorsoduro 2206, I-30123 Venezia
• TIPO DI RICONOSCIMENTO	3° posto
• NOME PROGETTO	Progetto editoriale per collana di ateneo

• PRINCIPALI MANSIONI E RESPONSABILITÀ	Graphic design Director Progetto editoriale per prodotti cartacei e digitali realizzati dall'ateneo universitario Iuav.
• DATE (DA – A)	2013
• NOME E INDIRIZZO DELL'ISTITUZIONE/PREMIO	IF International Forum Design Hannover
• TIPO DI RICONOSCIMENTO	IF Communication Design Award
• NOME PROGETTO	Buhel Technology Brand Identity
• PRINCIPALI MANSIONI E RESPONSABILITÀ	Graphic design Director Analisi, progetto e realizzazione elementi di corporate, redesign del logotipo, definizione e disegno della brand behaviour; disegno e realizzazione dei packaging di prodotto Agenzia: Madeindreams, Milano
• DATE (DA – A)	2012
• NOME E INDIRIZZO DELL'ISTITUZIONE/PREMIO	Ordine Architetti Pianificatori Paesaggisti Conservatori Provincia Firenze Firenze
• TIPO DI RICONOSCIMENTO	Menzione d'Onore
• NOME PROGETTO	Gara Progettazione dell'identità dell'Ordine
• PRINCIPALI MANSIONI E RESPONSABILITÀ	Graphic design Director Analisi, progetto e realizzazione design del logotipo e dei principali elementi di corporate identity
• DATE (DA – A)	2010
• NOME E INDIRIZZO DELL'ISTITUZIONE/PREMIO	Ordine Architetti Pianificatori Paesaggisti Conservatori Provincia Bolzano Bolzano
• TIPO DI RICONOSCIMENTO	2° posto
• NOME PROGETTO	Gara Progettazione dell'identità dell'Ordine
• PRINCIPALI MANSIONI E RESPONSABILITÀ	Graphic design Director Analisi, progetto e realizzazione design del logotipo e dei principali elementi di corporate identity
• DATE (DA – A)	2009
• NOME E INDIRIZZO DELL'ISTITUZIONE/PREMIO	Sistema Bibliotecario Fiorentino Firenze
• TIPO DI RICONOSCIMENTO	2° posto
• NOME PROGETTO	Gara Progettazione dell'identità del sistema di biblioteche
• PRINCIPALI MANSIONI E RESPONSABILITÀ	Senior graphic designer Analisi, progetto e realizzazione design del logotipo e dei principali elementi di corporate identity, graphic design e segnaletica interna Agenzia: Rovaiweber, Firenze
• DATE (DA – A)	2006
• NOME E INDIRIZZO DELL'ISTITUZIONE/PREMIO	Fondazione Palazzo Strozzi Firenze
• TIPO DI RICONOSCIMENTO	1° posto
• NOME PROGETTO	Gara ad invito Progettazione dell'identità della Fondazione e del Museo
• PRINCIPALI MANSIONI E RESPONSABILITÀ	Senior graphic designer Progetto e realizzazione design del marchio e logotipo dell'istituzione Agenzia: Rovaiweber, Firenze

GRUPPI DI RICERCA & SVILUPPO FINALIZZATI AI PROGETTI PROFESSIONALI

• DATE (DA – A)	2013-2014
• NOME E INDIRIZZO DEL DATORE DI LAVORO	Ū Merano [Bz]
• TIPO DI AZIENDA O SETTORE	Freelance Brand Designer
• TIPO DI IMPIEGO	Brand design director
• PRINCIPALI MANSIONI E RESPONSABILITÀ	Gruppo di lavoro: Marco Radice, designer Nuovicom Milano > Isplora.com Gruppo di lavoro finalizzato alla definizione degli elementi estetici e valoriali dell'architettura contemporanea, ai fini della realizzazione di un'identità visiva dinamica per un ciclo di lezioni sull'architettura contemporanea italiana destinati alla consecuzione di crediti per i membri dell'AIA (American Institute of Architects).

• DATE (DA – A)	2010-2012
• NOME E INDIRIZZO DEL DATORE DI LAVORO	Ū Merano [Bz]
• TIPO DI AZIENDA O SETTORE	Freelance Brand Designer
• TIPO DI IMPIEGO	Brand design director
• PRINCIPALI MANSIONI E RESPONSABILITÀ	Gruppo di lavoro: Stefano Rovai, designer RovaiWeber Firenze > Opera del Duomo > Soprintendenza Speciale Per i Beni Architettonici, Paesaggistici, Storici, Artistici ed Etnoantropologici per le Province di Firenze, Pistoia e Prato (SSPSAEPMCF) Progetti di type design dedicato che parte dallo studio della tipografia rinascimentale e monumentale e ridisegna fedelmente i segni esistenti nelle iscrizioni fino al disegno ex novo dei glifi mancanti. I disegni si basano rispettivamente sulle iscrizioni della Cantoria del Della Robbia e sul Sarcofago di Giovanni e Piero de' Medici del Verrocchio.

• DATE (DA – A)	2010-2011
• NOME E INDIRIZZO DEL DATORE DI LAVORO	Madeindreams Milano
• TIPO DI AZIENDA O SETTORE	Studio di disegno industriale e brand design
• TIPO DI IMPIEGO	Brand design director
• PRINCIPALI MANSIONI E RESPONSABILITÀ	Gruppo di lavoro: Alessandro Camaioni, Strategist; Emanuele Laviosa, Strategist; Misuzu Fujiwara, Graphic Designer > Planex Holding Prima fase: creazione e realizzazione dei temi e dei materiali dei focus group per la definizione dei principali valori della holding assieme ai dirigenti, i responsabili di prodotto e i designer dell'azienda Seconda fase: Analisi dei materiali e ricerca sui temi dell'iconografia nobiliare nipponica, interviste di designer e artisti giapponesi, campionatura delle principali tecniche di espressività artistica ai fini di realizzare la brand identity della holding che opera nel campo dell'elettronica di consumo, che necessitava di ridefinire i propri capisaldi e ridisegnare la propria immagine per poter veicolare i propri messaggi e i valori basilari dell'attività svolta

• DATE (DA – A)	2011-2012
• NOME E INDIRIZZO DEL DATORE DI LAVORO	Madeindreams Milano
• TIPO DI AZIENDA O SETTORE	Studio di disegno industriale e brand design
• TIPO DI IMPIEGO	Brand design director

<p>• PRINCIPALI MANSIONI E RESPONSABILITÀ</p>	<p>Gruppo di lavoro: Alessandro Camaioni, Strategist; Emanuele Laviosa, Strategist; Misuzu Fujiwara, Graphic Designer – Product Design Unit</p> <p>› Rebranding e renaming dell'agenzia</p> <p>Prima fase: analisi strategica di valori, missione e visione per l'evoluzione futura dell'agenzia</p> <p>Seconda fase: workshop con la design unit e realizzazione di moodboard visivi capaci di illustrare l'ampio panorama di input visivi presenti in una agenzia di progettazione bi e tridimensionale</p> <p>Terza fase: realizzazione degli elementi della corporate identity e una brand behaviour dinamica</p>
---	--

ALTRO

<p>CAPACITÀ E COMPETENZE RELAZIONALI</p> <p><i>Vivere e lavorare con altre persone, in ambiente multiculturale, occupando posti in cui la comunicazione è importante e in situazioni in cui è essenziale lavorare in squadra (ad es. cultura e sport), ecc.</i></p>	<p>› capacità di lavorare in gruppo</p> <p>› capacità di comunicazione</p>
---	--

<p>CAPACITÀ E COMPETENZE ORGANIZZATIVE</p> <p><i>Ad es. coordinamento e amministrazione di persone, progetti, bilanci; sul posto di lavoro, in attività di volontariato (ad es. cultura e sport), a casa, ecc.</i></p>	<p>› capacità organizzativa e di programmazione</p> <p>› coordinamento di progetti di gruppo</p> <p>› capacità di organizzazione della ricerca al fine progettuale professionale</p>
--	--

<p>CAPACITÀ E COMPETENZE TECNICHE</p> <p><i>Con computer, attrezzature specifiche, macchinari, ecc.</i></p>	<p>› competenze nei settori tecnici: editoria, grafica digitale, fotografia analogica e digitale, fotocomposizione, stampa tipografica offset e serigrafica</p> <p>› conoscenza software, disegno vettoriale e bitmap, fotoritocco e composizione grafica, videoscrittura, gestione immagini, impaginazione, produzione di stampa, consultazione web in ambienti Apple Macintosh e Microsoft Windows</p>
---	--

<p>CAPACITÀ E COMPETENZE ARTISTICHE</p> <p><i>Musica, scrittura, disegno ecc.</i></p>	<p>› capacità di disegno a mano libera e dal vero</p> <p>› capacità di scrittura ed elaborazione testi</p>
---	--

<p>PATENTE O PATENTI</p>	<p>Automobilistica</p>
--------------------------	------------------------

Il sottoscritto è a conoscenza che, ai sensi dell'art. 26 della legge 15/68, le dichiarazioni mendaci, la falsità negli atti e l'uso di atti falsi sono puniti ai sensi del codice penale e delle leggi speciali. Inoltre, il sottoscritto autorizza al trattamento dei dati personali, secondo quanto previsto dalla Legge 675/96 del 31 dicembre 1996.

Merano, 6 aprile 2021