

Tommaso Monaldi – Direzione Creativa.

Applico le metodologie del **Co**–design
per far crescere imprese e comunità.

Tommaso Monaldi – Direzione Creativa.

Applico le metodologie del Co—design per far crescere imprese e comunità.

AMBITI DI LAVORO

Design Management. Identità. Comunicazione. Cultura d'impresa. Posizionamento.
Differenziazione. Formazione.

COSA OTTIENI

Un sistema di crescita co—struito insieme:

- per avere una direzione e per poter applicare consapevolmente correzioni di rotta;
- per rendere efficaci e coordinati gli sforzi di risorse interne ed esterne;
- per attrarre, motivare, valorizzare e guidare persone di valore;
- per essere riconosciuti e scelti;
- per rendere efficiente il lavoro, passando dall'urgenza alla gestione proattiva dei progetti;
- per valorizzare progetti di innovazione, superando le resistenze;
- per essere autonomi nella gestione metodologica di progetti e attività;
- per trasformare spese in investimenti.

CO—DIRETTORE CREATIVO - UNA NUOVA RISORSA

Con competenze progettuali, creative e manageriali è il ponte tra la strategia aziendale, la comunicazione d'impresa e il lavoro dei team creativi.

Assicura che ogni progetto sia coerente con la visione dell'azienda per trasformare gli obiettivi di business in risultati concreti.

Riguarda la visione del brand, la cultura d'impresa, l'organizzazione dei processi creativi.

Assicura che tutti lavorino nella stessa direzione, con metodo e rispettando standard di qualità.

Facilita, trasferisce competenze e guida al fine di far crescere le risorse interne, rendendo l'organizzazione autonoma nel processo di crescita.

INCONTRIAMOCI

M +39 328 85 97 273 — tommasomonaldi@gmail.com

Il tempo corre veloce, segue un lungo approfondimento che parla di passato, incontrandoci possiamo guardare in avanti e crescere insieme.

Co—

dal latino *cum*
che significa
“insieme”.

Basta parlare più forte.
Lavorare di più.
Correre più veloce.

Così il mondo si è riempito
di parole e progetti irrilevanti,
che finiscono per assomigliarsi tutti.

Il rumore è conseguente all'eccesso.
L'emergenza persiste senza metodo.
Le risorse si esauriscono, diventano rare.

**E allora il punto non è fare di più.
È trovare persone con cui valga la pena
co—struire qualcosa di utile. Per crescere.**

Co—

dal latino *cum*
che significa
“insieme”.

Con questa consapevolezza,
non porto soluzioni già confezionate.
Porto una traccia.
Un metodo.
Alcune domande.

Il **co—**progetto nasce dopo.

Non vendere un'idea.
Far emergere quella giusta.

È questo, per me, il significato
e il valore di **co—**progettare.
Per la tua impresa.
Non per tutte.

Co—

dal latino *cum*
che significa
“insieme”.

**Per co—struire bisogna tornare all’incontro,
abitare un progetto comune.**

INCONTRIAMOCI

M +39 328 85 97 273 — tommasomonaldi@gmail.com

Il tempo corre veloce, segue un lungo approfondimento
che parla di passato, incontrandoci possiamo guardare
in avanti e crescere insieme.

Qualche approfondimento, poi qualche **co—**progetto, infine tutto il resto.

SOMMARIO

Co—nsapevolezze da pag. 7

Co—progetti da pag. 10

Una traccia strutturata da pag. 43

Co—insegnamento da pag. 45

Origini da pag. 49

Monaldi Co—Design Studio da pag. 51



Co—nsapevolezze

Quello che sto notando in imprese ed organizzazioni.

- Emergenza costante e impossibilità di pensare;
- Poca differenziazione rispetto ai concorrenti;
- Fatica del reparto commerciale e marketing a raggiungere risultati concreti;
- Difficoltà a trovare persone valide a cui delegare, per crescere;
- Spesa continua in nuovi progetti senza chiaro ritorno;
- Resistenze interne di fronte a progetti nuovi;
- Poca motivazione e senso di appartenenza;
- Una rete di stakeholder debole.

**In sintesi la mancanza di un sistema
per crescere con consapevolezza,
senza consumare risorse preziose.**

Co—nsapevolezze

Quello che co—ntribuisce alla crescita oggi.

COSA

Metodo

Cultura d’Impresa

Posizionamento

Differenziazione

PER

Per navigare mari in tempesta
potendo applicare correzioni
continue.

Per attrarre, motivare
e guidare persone di valore.

Per essere efficaci.

Per essere scelti.

PERCHÉ

Senza destinazioni chiare
da raggiungere, mappe
e strumenti, si resta in balia
delle correnti.

Senza la giusta squadra è
impossibile vincere la partita.

Se non conosci il tuo pubblico
di riferimento e il valore che
offri è inutile spendere risorse.

Se non conosci le tue
unicità e non hai una visione
chiara ogni sfida diventa
insormontabile.

Co—nsapevolezze

Ambiti di intervento co—n imprese, organizzazioni.

CO—Progettare ed evolvere la strategia di comunicazione:

- per coordinare azioni e progetti;
- posizionarsi in modo strategico;
- migliorare la propria distintività;
- attrarre e trattenere talenti e partner;
- comunicare il valore unico;
- per cooperare con gli stakeholder.

CO—Facilitare lo sviluppo di nuove idee, prodotti o servizi coerentemente ad una visione:

- strada che rafforza la distintività;
- aumenta la possibilità di innovare;
- riduce le inefficienze e permette la crescita.

CO—Gestire team creativi multidisciplinari:

- per valorizzare i singoli talenti;
- migliorare la collaborazione;
- ridurre le resistenze;
- ottenere risultati innovativi.

CO—Gestire e comunicare progetti di Innovazione:

- per incentivare la creatività;
- valorizzare le risorse messe in gioco;
- ridurre le resistenze;
- ottimizzare l'investimento.

CO—Formazione d'impresa:

- per trasferire le competenze;
- permettere la delega;
- aumentare il coinvolgimento nei progetti.

CO—Docenze Universitarie e workshop:

- per essere in contatto con realtà innovative;
- rimanere al passo con i tempi;
- crescere ed aggiornarsi;
- fare innovazione;
- sperimentare.

**Quando le risposte emergono dall'incontro,
anticipare una collaborazione è pura
immaginazione, spesso forviante.**

**Posso invece raccontare co—progetti
presenti e passati, figli di altre imprese,
degli ultimi cinque anni.**



Co—progetti | 01

creo.travel

Tour operator premium specializzato in viaggi su misura e assistenza clienti h24.

- *Fatturato:* 20 Mln.
- *Messaggio chiave:* we love making it together.
- *Mission:* Insieme ad agenzie, viaggiatrici e viaggiatori creiamo luoghi unici, per viaggi indimenticabili.
- *Vision:* Essere il riferimento di agenzie, viaggiatrici e viaggiatori.
- *Periodo collaborazione:* 4 anni

Riconoscimenti proprietari:

ADI Design INDEX 2024.

“Tra i migliori progetti in Italia per il design dei servizi e il sistema di brand.”

LA SFIDA

Due senior Eden Viaggi decidono di lasciare l'azienda e fondare un nuovo tour operator.

L'avventura inizia insieme ad altre due senior, coinvolgendomi sin dai primi giorni nella creazione dell'intera strategia di brand e corporate communication. Tutto parti da quattro persone, un business plan e il nostro co—progetto, che presto è evoluto abbracciando anche il co—design dei servizi e la piattaforma digitale.

La sfida era importante:

- dare strategia e volto ad una azienda che ancora non esisteva ma che voleva imporsi con forza nel mercato: 20 Mln di euro in 4 anni;
- distinguersi in modo forte rispetto a competitor e all'idea classica di tour operator (essere innovativi);
- rispettare l'identità esperta e professionale ma “fresca e giocosa” della squadra;
- conquistare la fiducia di agenzie, viaggiatrici e viaggiatori;
- agire per step per rispettare i fondi limitati.

AMBITI DI LAVORO

AMBITO

Direzione creativa:

brand strategy; brand design; identificazione di una proposta di valore e di servizi distintivi; comunicazione corporate e commerciale; design dei servizi digitali; tutoring.

CO—NTRIBUTI

- Riunioni direzionali con il board aziendale e con dipendenti chiave;
- Envisioning & Overall Strategy;
- Design Management e Coordinamento;
- Ricerca, concept design, brief e guidelines per deleghe esecutive interne ed esterne;
- Revisione e miglioramento delle deleghe esecutive interne ed esterne;
- UX-UI e Service design;
- Formazione e tutoring;
- Workshop creativi e innovation management.

I RISULTATI

In quattro anni:

- grande affiatamento della squadra e diffusione profonda dei valori aziendali;
- da 2 a 4 soci;
- da 2 a quasi 40 dipendenti;
- 20 Mln di fatturato,
- assunzione di esperti ed esperte da tour operator competitor;
- grande riconoscibilità del marchio e degli elementi distintivi di brand;
- un importante riconoscimento nazionale in ambito design;
- investimento continuo durante 4 anni di collaborazione;
- un portale digitale usato quotidianamente da circa 2000 agenzie di tutta Italia;
- autonomia del cliente nel gestirsi la comunicazione e i contenuti quotidiani;
- nascita di servizi innovativi in anticipo sui competitor;
- importanti articoli usciti su riviste di settore,

REVIEW

“Quando abbiamo fondato **creo** avevamo una visione imprenditoriale, ma nessuna identità. Abbiamo coinvolto Tommaso fin dall'inizio perché cercavamo un partner strategico, non un semplice designer.

In quattro anni ha contribuito a definire il nostro posizionamento, il brand, la comunicazione, i servizi e la piattaforma digitale, partecipando alle principali decisioni di crescita dell'azienda.

Il suo valore è stato trasformare il design in uno strumento di business e di cultura d'impresa: ogni scelta aveva un obiettivo preciso e ogni progetto era pensato per essere utile, sostenibile e capace di evolvere nel tempo.

Lo consiglierai a chiunque cerchi un professionista capace di unire strategia, design e visione.”

Jury Trufelli, Co-Founder **creo**

TOMMASO MONALDI
DIREZIONE CREATIVA

STRICTLY PRIVATE
AND CONFIDENTIAL

VISIT
LATEST PROJECT – [LINKEDIN](#) – [CV](#)

tommasononaldi@gmail.com
M +39 328 85 97 273



DOCENZE
NID, UNIRSM, IUAV, UNIBO, UNICAM

INNOVATION MANAGER
CONFINDUSTRIA 2020-2023

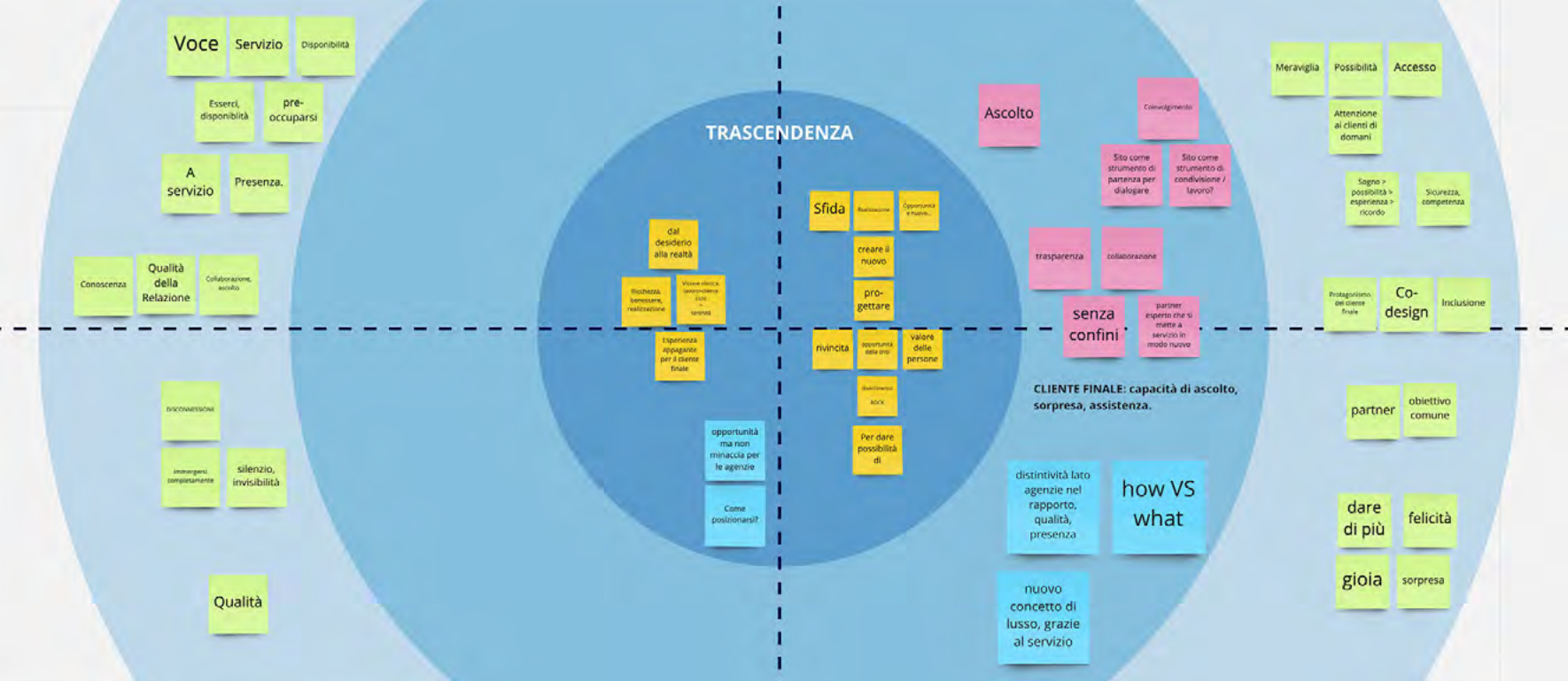
DIRETTIVO ADI MAM
2024

ADI DESIGN INDEX
2013, 2020, 2024, 2026

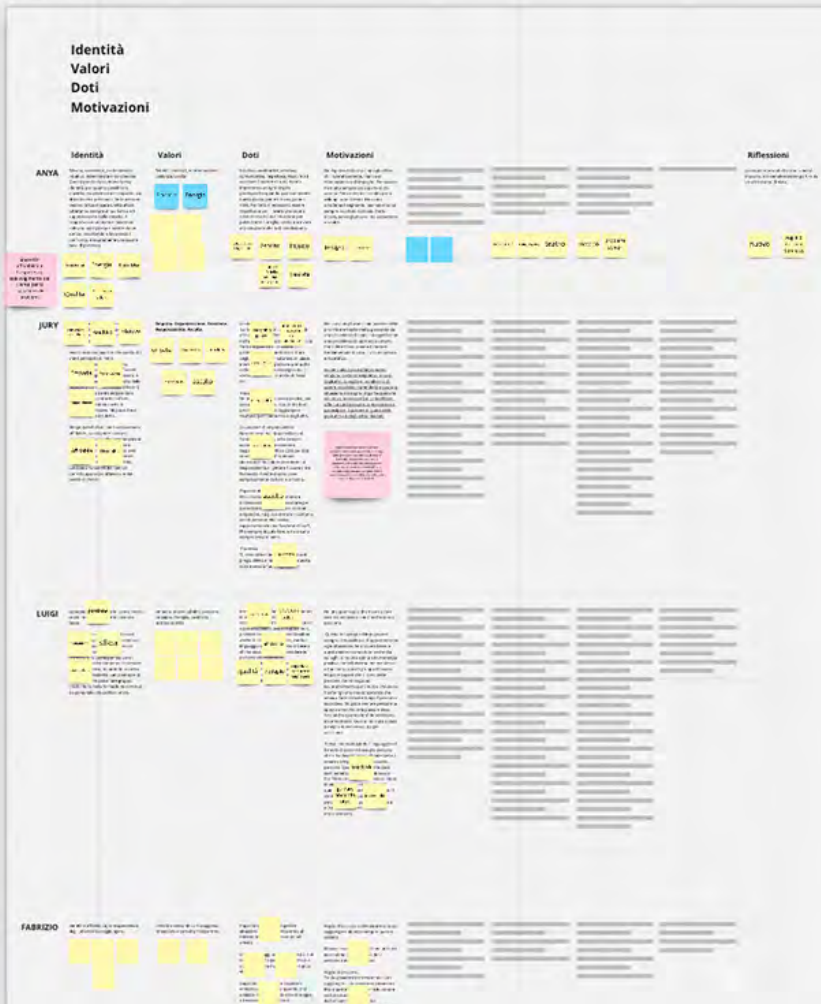
Workshop, interviste e CO-design per identificare:

- identità aziendale;
- unicità e valori distintivi;
- overall e brand strategy;
- offerta distintiva sul mercato e servizi digitali.

Un processo evolutivo continuo che ha trovato riscontro e supporto nella forte crescita di network, mercato e persone (da 4 a circa 32 in tre anni), nonché nel consolidamento di un marchio ormai riconoscibile in tutto il territorio nazionale e oltre.



Frame 1

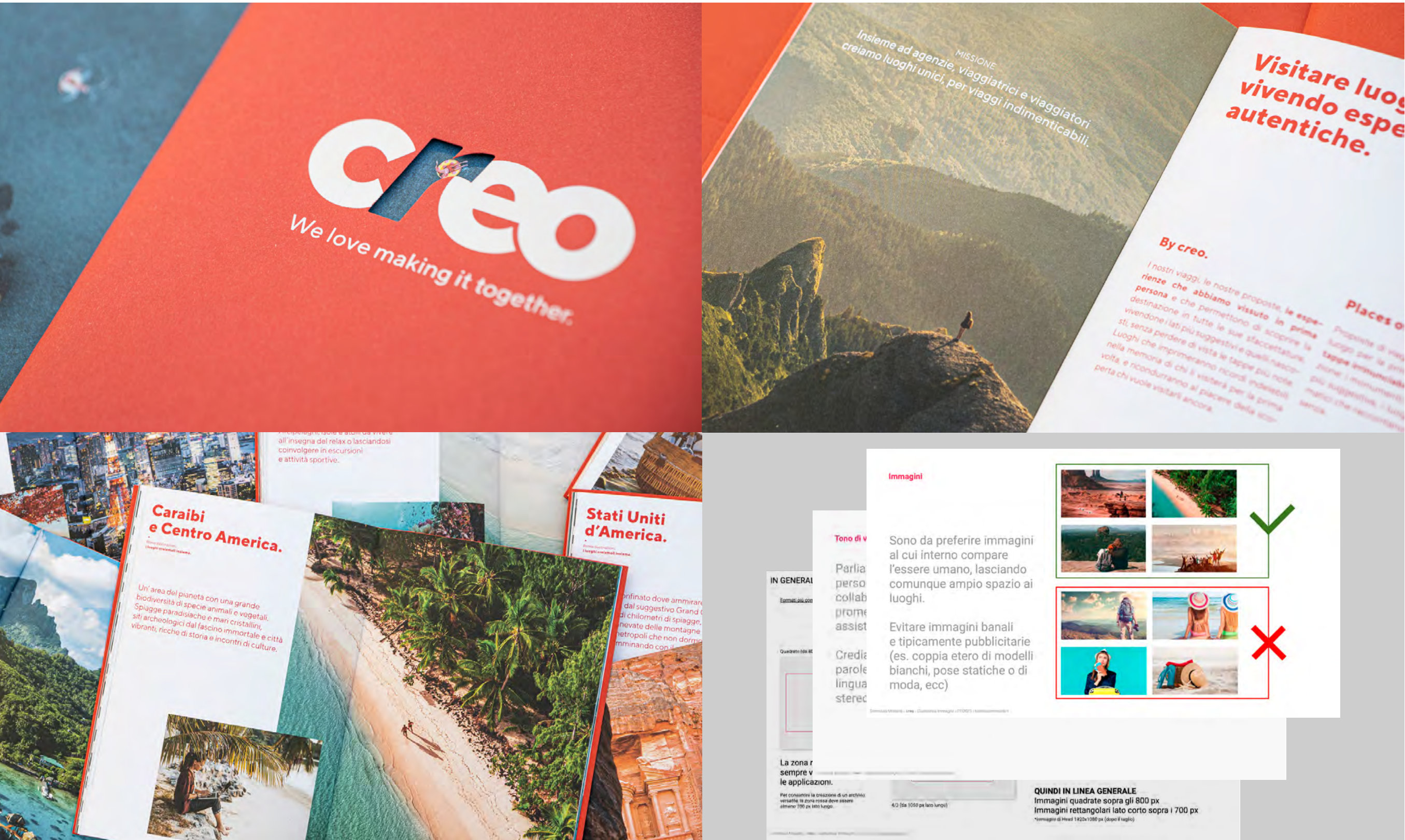


Frame 2



Frame 3





- Corporate design;
- Formazione e linee guida per delega interna ed esterna;
- Brand analysis e correzioni continue;
- Design dei flussi e degli strumenti di comunicazione con network e shareholders;
- Design della comunicazione commerciale.

TOMMASO MONALDI
DIREZIONE CREATIVA

STRICTLY PRIVATE
AND CONFIDENTIAL



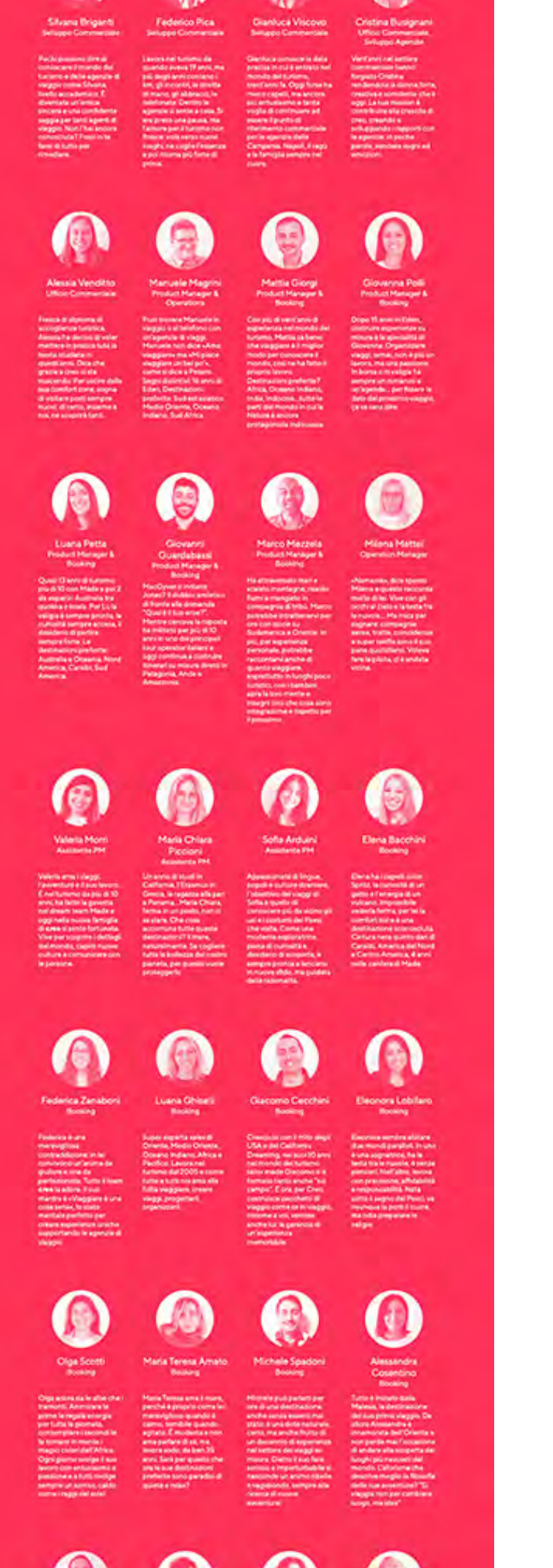
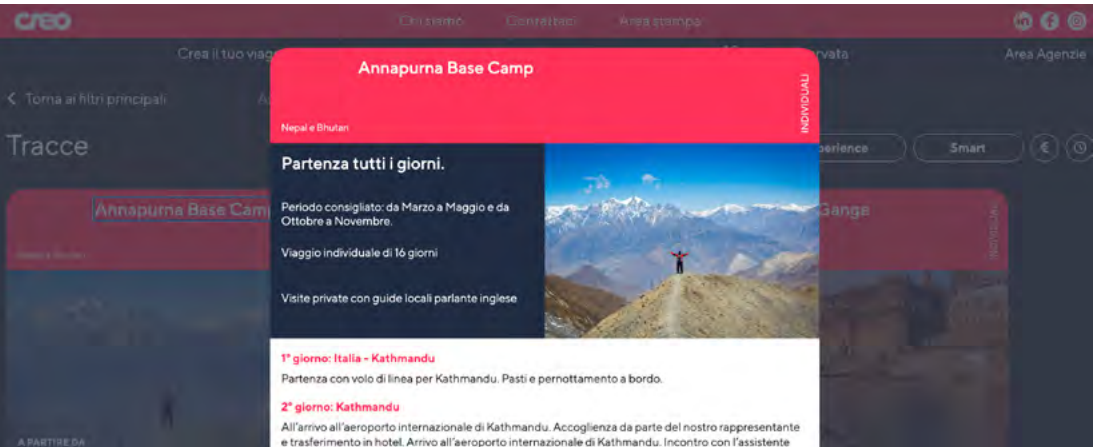
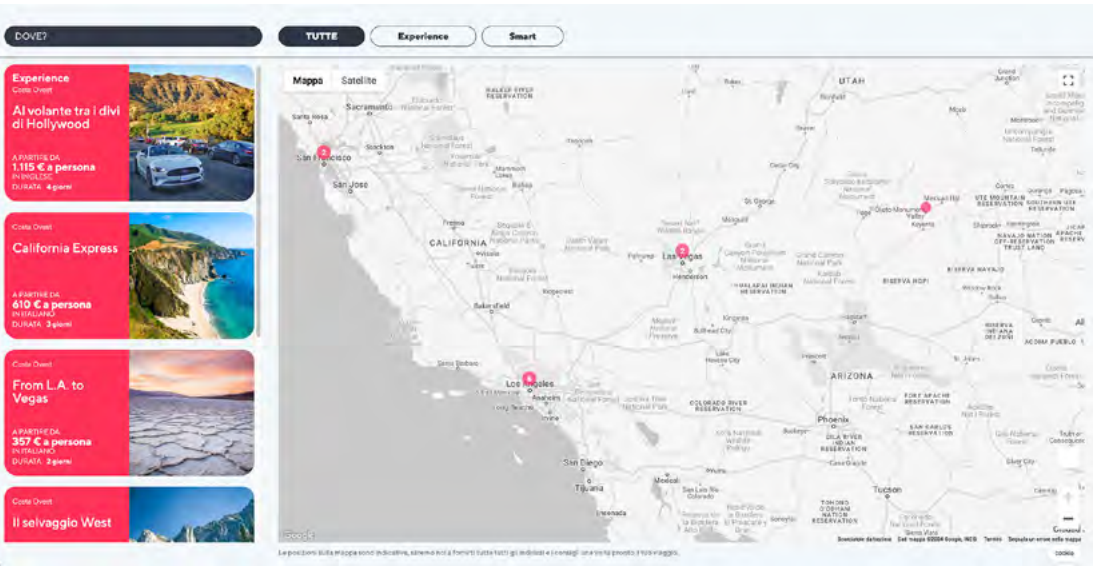
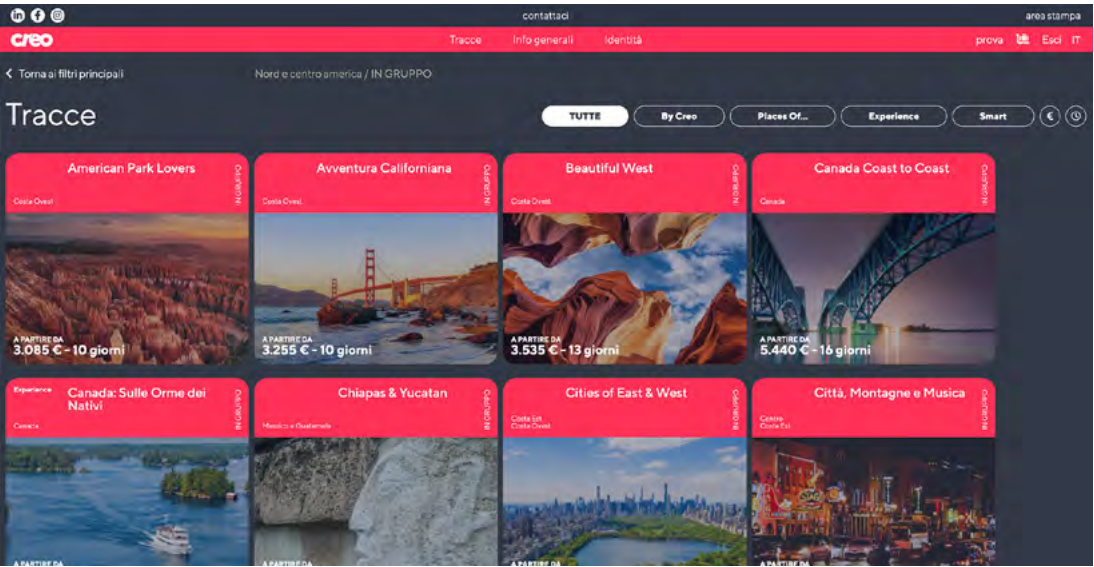
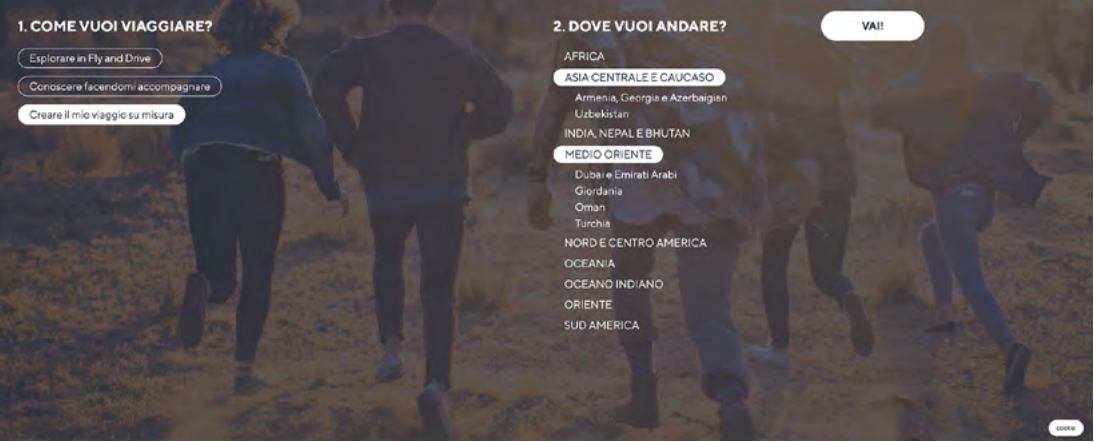
CO—design dei servizi, UX e UI design portale web coerentemente con la brand strategy aziendale.

- Il continuo processo di CO—design ha permesso di orientare ogni piccola scelta:
- al posto dei gadgets creo ha investito nel regalare esperienze, più profonde, memorabili e sostenibili;
 - Al posto di tattiche commerciali creo ha scelto di dare supporto legale gratuito per gli inconvenienti con le compagnie aeree;
 - Per risolvere i problemi contrattuali di comunicazione all'estero abbiamo realizzato un servizio tecnologico di e-sim, fornita a tutti le viaggiatrici e viaggiatori creo.

Il metodo ha prodotto e produce innovazione, crescita, competenze diffuse e autonomia operativa tra collaboratrici e collaboratori.

DOCENZE
NID, UNIRSM, IUAV, UNIBO, UNICAM

INNOVATION MANAGER
CONFINDUSTRIA 2021



TOMMASO MONALDI
DIREZIONE CREATIVA

STRICTLY PRIVATE
AND CONFIDENTIAL

VISIT
LATEST PROJECT – LINKEDIN – CV

tommasomonaldi@gmail.com
M +39 328 85 97 273



Rivista e comunicazione commerciale, scritta da collaboratrici e collaboratori creo dopo un processo di affiancamento, per le agenzie di tutta Italia.

DOCENZE
NID, UNIRSM, IUAV, UNIBO, UNICAM

INNOVATION MANAGER
CONFINDUSTRIA 2020-2023

DIRETTIVO ADI MAM
2024

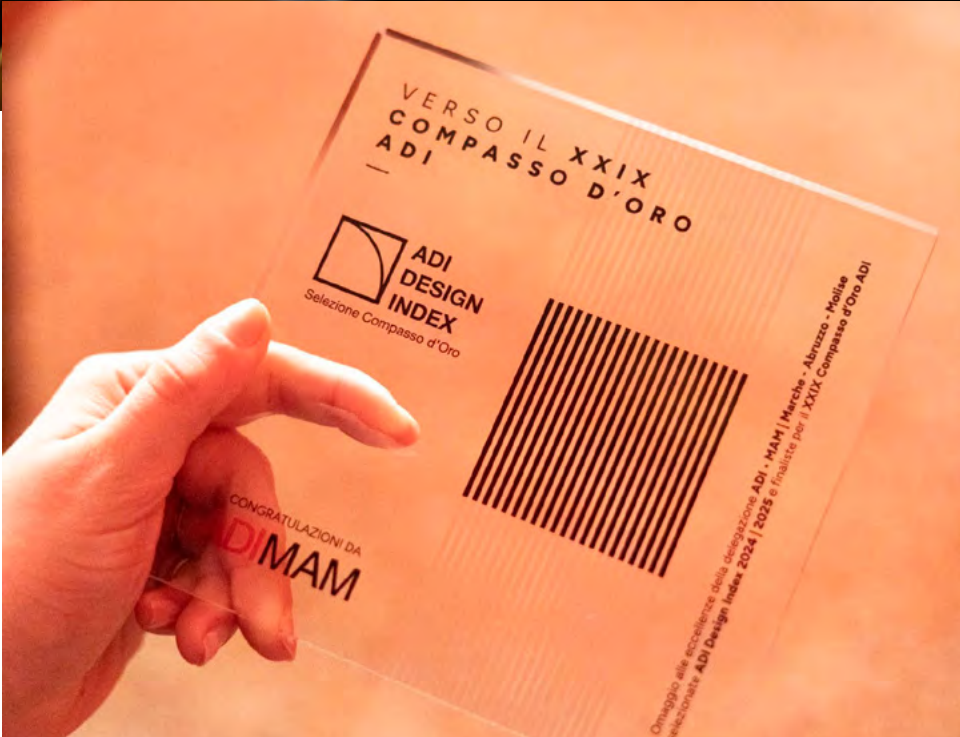
ADI DESIGN INDEX
2013, 2020, 2024, 2026

TOMMASO MONALDI
DIREZIONE CREATIVA

STRICTLY PRIVATE
AND CONFIDENTIAL

VISIT
LATEST PROJECT – LINKEDIN – CV

tommasomonaldi@gmail.com
M +39 328 85 97 273



DOCENZE
NID, UNIRSM, IUAV, UNIBO, UNICAM

INNOVATION MANAGER
CONFINDUSTRIA 2020-2023

DIRETTIVO ADI MAM
2024

ADI DESIGN INDEX
2013, 2020, 2024, 2026

Co—progetti | 02

Technacy

Azienda di telecomunicazioni per il traffico dati e voce con partnership come TIM e Vodafone.

- *Fatturato:* 4 Mln.
- *Messaggio chiave:* Evolution in mobility.
- *Mission:* Limiti contrattuali, tecnologici, economici o attacchi alla sicurezza non possono, non devono, limitare il fluire delle comunicazioni: interazione continua e protetta, economicamente sostenibile. Rendiamo possibile questa mobilità evoluta.
- *Vision:* Un lavoro in mobilità evoluto e risultati condivisi con il nostro network.
- Anni di collaborazione: 3.

Riconoscimenti proprietari:

- Pubblicazione Corriere Romagna, Economia & Business, *I manager dell'innovazione al fianco delle imprese;*
- Talk Confindustria Romagna *Il futuro delle comunicazioni;*
- Talk Teatro di Cervia *Connecting Place.*

LA SFIDA

Technacy è un'azienda attiva nell'ambito delle telecomunicazioni e della trasformazione digitale, inserita in contesti di open innovation, networking tecnologico e con focus su tecnologie emergenti. La sfida iniziale era duplice: da un lato, definire un'identità di marca chiara e riconoscibile per un'impresa in forte evoluzione; dall'altro, strutturare una visione strategica capace di trasformare una organizzazione orientata a progetti di innovazione in un ecosistema coerente, scalabile e leggibile all'esterno. Questo includeva il riallineamento tra posizionamento, comunicazione e capacità interna di execution. Il mio intervento ha accompagnato l'impresa in un percorso di trasformazione strategica e organizzativa, portando a una progressiva maturazione del brand, allo sviluppo di un Innovation Network di partner, alla crescita del team e all'aumento della riconoscibilità sul mercato. L'evoluzione ha inoltre abilitato autonomia operativa interna e l'avvio di progetti territoriali ad alto impatto come Connecting Place.

AMBITI DI LAVORO

AMBITO

Direzione creativa:

brand strategy; comunicazione corporate aziendale; identificazione di una proposta di valore distintiva; comunicazione prodotti e servizi; posizionamento distintivo; facilitazione progetti di innovazione.

CO—NTRIBUTI

- Riunioni direzionali con il board aziendale e con dipendenti chiave;
- Envisioning & Overall Strategy;
- Design Management e Coordinamento;
- Ricerca, concept design, brief e guidelines per deleghe esecutive interne ed esterne;
- Revisione e miglioramento delle deleghe esecutive interne ed esterne;
- UX-UI e Service design;
- Formazione e tutoring;
- Workshop creativi e innovation management;
- Speech in eventi interni ed esterni.

I RISULTATI

In tre anni:

- posizionamento chiaro e nascita dell'Innovation network, rete di partner per lo sviluppo di progetti di innovazione;
- aumento ricezione di CV per competenze strategiche;
- da 14 a 19 dipendenti;
- grande riconoscibilità del marchio e degli elementi distintivi di brand;
- aumento di fatturato del 17%;
- investimento continuo durante 3 anni di collaborazione;
- avvio di un importante progetto di innovazione territoriale che ha portato a forte interesse mediatico, HR e rete partner. Sviluppo di una nuova sede aziendale vocata al benessere del lavoro, allo sviluppo di progetti di innovazione e restituzione al territorio;
- autonomia del cliente nel gestirsi la comunicazione e i contenuti quotidiani;
- assunzione di designer interno e totale autonomia operativa.
- coinvolgimento dell'imprenditore in talk del network Confindustria e importanti riconoscimenti in ambito economia e innovazione.

REVIEW

“Il nostro obiettivo era consolidare la nostra posizione nel mercato con TIM e Vodafone ed entrare nel mercato europeo.

Per farlo avevamo bisogno di rivedere a 360° immagine, marchio, comunicazione, strategie commerciali e di marketing.

Lo abbiamo fatto con gli innovation manager di Confindustria e il loro team leader Monaldi.”

Vittorio Foschi, CEO TEchnacy - Connecting Place

TOMMASO MONALDI
DIREZIONE CREATIVA

STRICTLY PRIVATE
AND CONFIDENTIAL

VISIT
LATEST PROJECT – [LINKEDIN](#) – [CV](#)

tommasomonaldi@gmail.com
M +39 328 85 97 273



DOCENZE
NID, UNIRSM, IUAV, UNIBO, UNICAM

INNOVATION MANAGER
CONFINDUSTRIA 2020-2023

DIRETTIVO ADI MAM
2024

ADI DESIGN INDEX
2013, 2020, 2024, 2026

TOMMASO MONALDI
DIREZIONE CREATIVA

STRICTLY PRIVATE
AND CONFIDENTIAL

VISIT
LATEST PROJECT – LINKEDIN – CV

tommasomonaldi@gmail.com
M +39 328 85 97 273



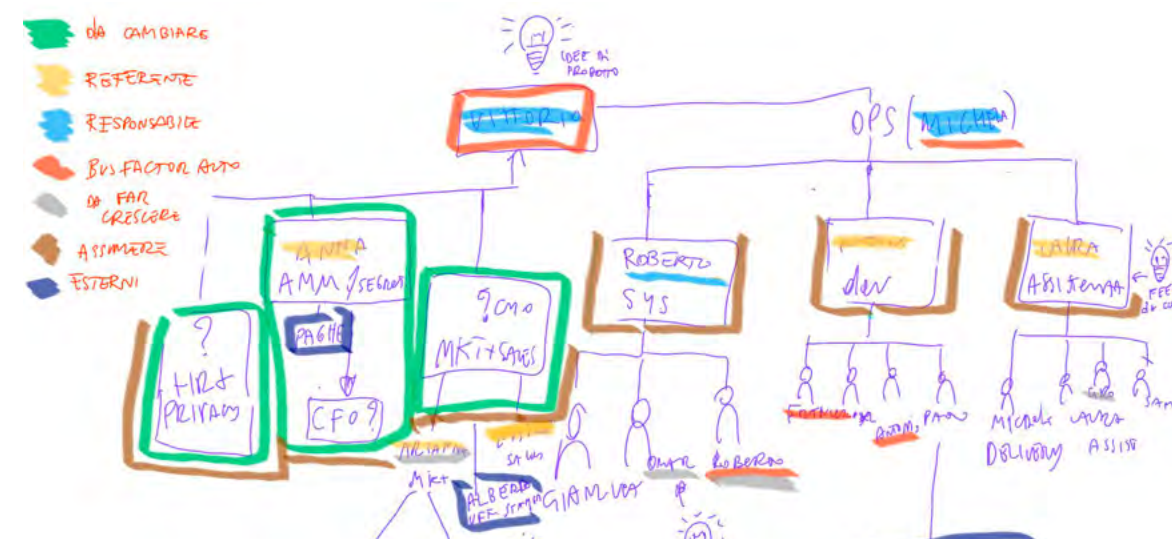
DOCENZE
NID, UNIRSM, IUAV, UNIBO, UNICAM

INNOVATION MANAGER
CONFINDUSTRIA 2020-2023

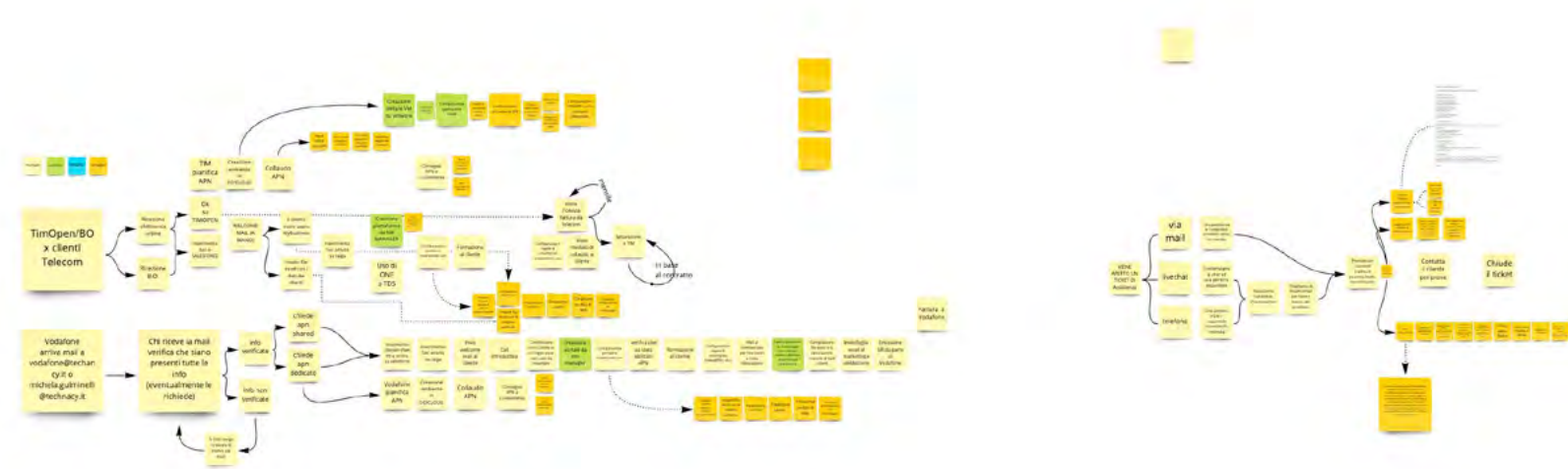
DIRETTIVO ADI MAM
2024

ADI DESIGN INDEX
2013, 2020, 2024, 2026

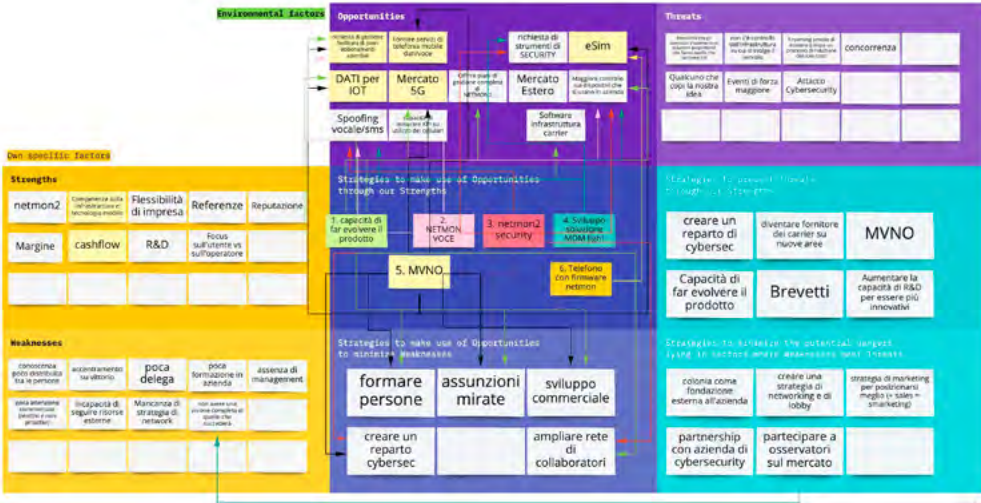
Stato dell'arte – **Analisi Organizzativa.**



Stato dell'arte – **Analisi Processi.**



Stato dell'arte – **Analisi SWOT.**



Workshop, interviste e design per identificare:

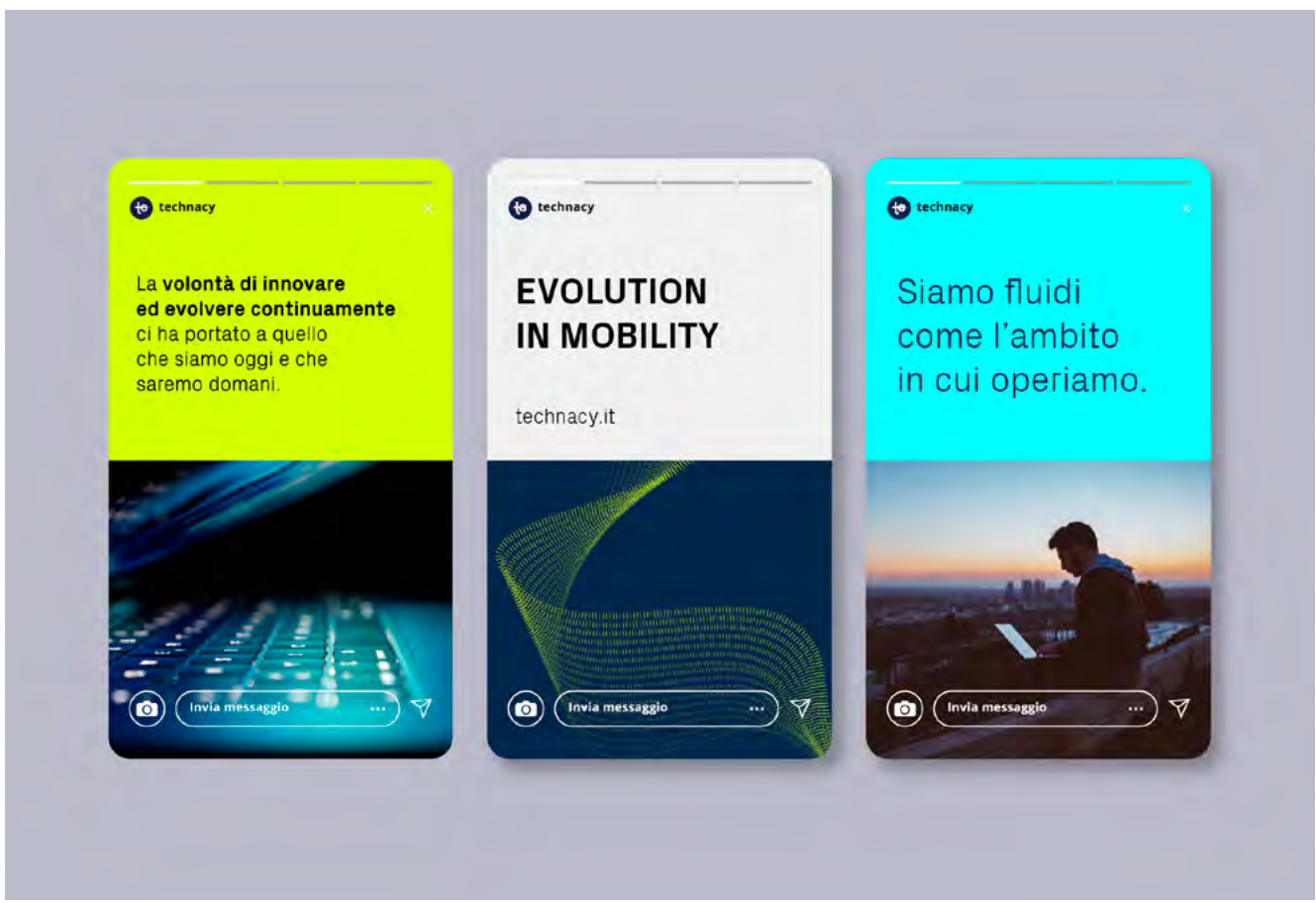
- identità aziendale;
- unicità e valori distintivi;
- overall e brand strategy;
- offerta distintiva sul mercato;
- progetti di innovazione per la distintività sul mercato e per l'attrattività verso nuove risorse.

TOMMASO MONALDI
DIREZIONE CREATIVA

STRICTLY PRIVATE
AND CONFIDENTIAL

VISIT
LATEST PROJECT – LINKEDIN – CV

tommasomonaldi@gmail.com
M +39 328 85 97 273



- Envisioning e Carta dei valori per la collaborazione, cultura progettuale e l'intraprendenza;
- Corporate design;
- Formazione e linee guida per delega interna ed esterna;
- Design dei flussi e degli strumenti di comunicazione con network e shareholders;
- Design della comunicazione commerciale, template e guidelines per delega interna ed esterna;
- Comunicazione digital e presidio eventi.

DOCENZE
NID, UNIRSM, IUAV, UNIBO, UNICAM

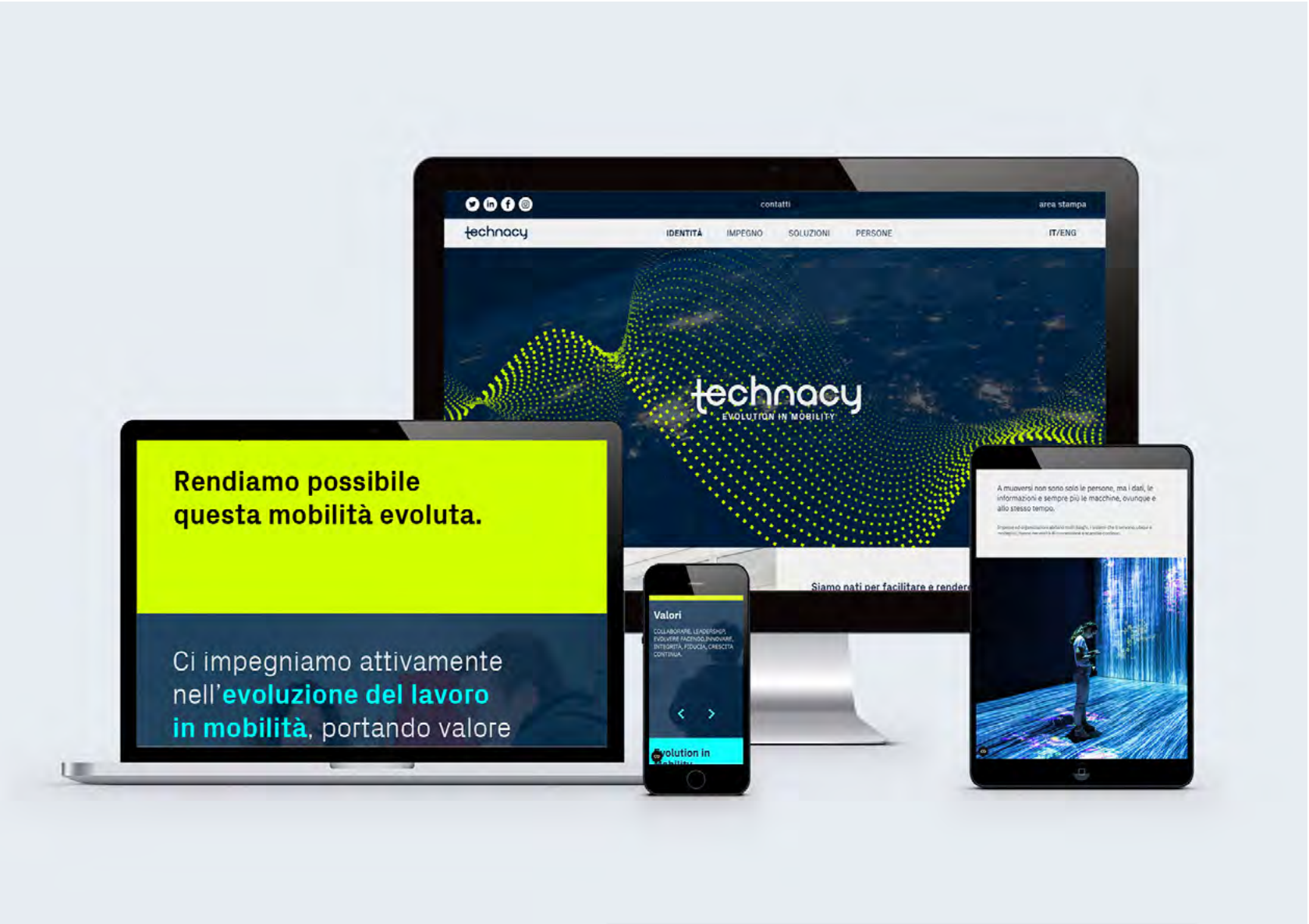
INNOVATION MANAGER
CONFINDUSTRIA 2020-2023

DIRETTIVO ADI MAM
2024

ADI DESIGN INDEX
2013, 2020, 2024, 2026

TOMMASO MONALDI
DIREZIONE CREATIVA

STRICTLY PRIVATE
AND CONFIDENTIAL



- Website corporate e commerciale;
- Concept e sviluppo dell’Innovation Network, per la nascita e il consolidamento di partnership di valore.

DOCENZE
NID, UNIRSM, IUAV, UNIBO, UNICAM

INNOVATION MANAGER
CONFINDUSTRIA 2020-2023

persone, ma i dati, le informazioni e sempre più le macchine, ovunque e allo stesso tempo.

Imprese ed organizzazioni abitano molti luoghi, i sistemi che li servono, ubiqui e molteplici, hanno necessità di connessione e scambio continuo.

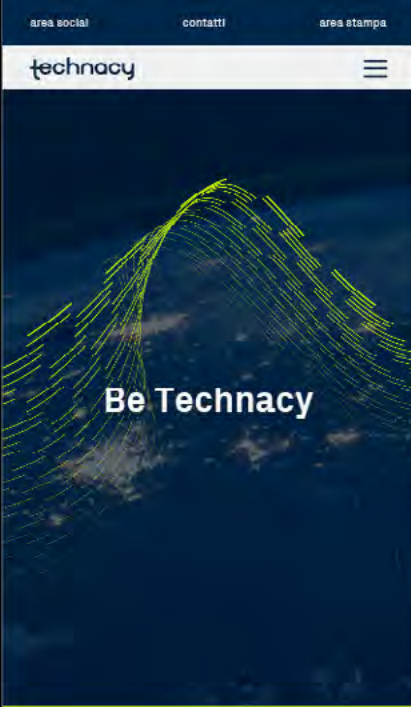


Limiti contrattuali, economici o attacchi alla sicurezza non possono, non devono limitare il fluire di queste comunicazioni: **interazione continua e protetta, economicamente sostenibile.**

Rendiamo possibile questa mobilità evoluta.

Ci impegniamo attivamente nell'**evoluzione del lavoro in mobilità**, portando valore alle persone.

SOLUZIONI



Be Technacy

Le sfide, sempre nuove, sono continua **occasione** per mettersi in gioco e **crescere**, con energia ed **entusiasmo**.

Questo fa sentire ogni collaboratore e collaboratrice Technacy parte di qualcosa più grande. Il contribuire in prima persona a **creare soluzioni nuove**, capaci di risolvere problemi specifici e potenziali, è quello che più ci **motiva**.



Crescita Continua

CONNECTED PEOPLE: VALORI E MANIFESTO TECHNACY

Due sessioni collaborative che hanno coinvolto Technacy al completo con due obiettivi: approfondire la conoscenza dei **valori d'impresa** e ricavare contributi utili alla redazione del **Manifesto Technacy**. Il tutto si è svolto con approccio partecipativo agerarchico.

> APPROFONDISCI



Crescita Continua

CONNECTED PEOPLE: VALORI E MANIFESTO TECHNACY

Due sessioni collaborative che hanno coinvolto Technacy al completo con due obiettivi: approfondire la conoscenza dei **valori d'impresa** e ricavare contributi utili alla redazione del **Manifesto Technacy**. Il tutto si è svolto con approccio partecipativo agerarchico.

> APPROFONDISCI

Manifesto

1/11

Creatività, metodo e collaborazione sono la base dell'**innovazione**.

Lavora con noi

Carreers >

Linkedin

Nome _____

Email _____

Telefono _____

Messaggio _____

☐ Ho preso visione delle informazioni sul trattamento dei dati ai sensi dell'art. 13 e 14 del reg. UE 2016/679, raggiungibili cliccando su questo link: Il sistema del trattamento dei dati è Technacy s.r.l.

INVIA

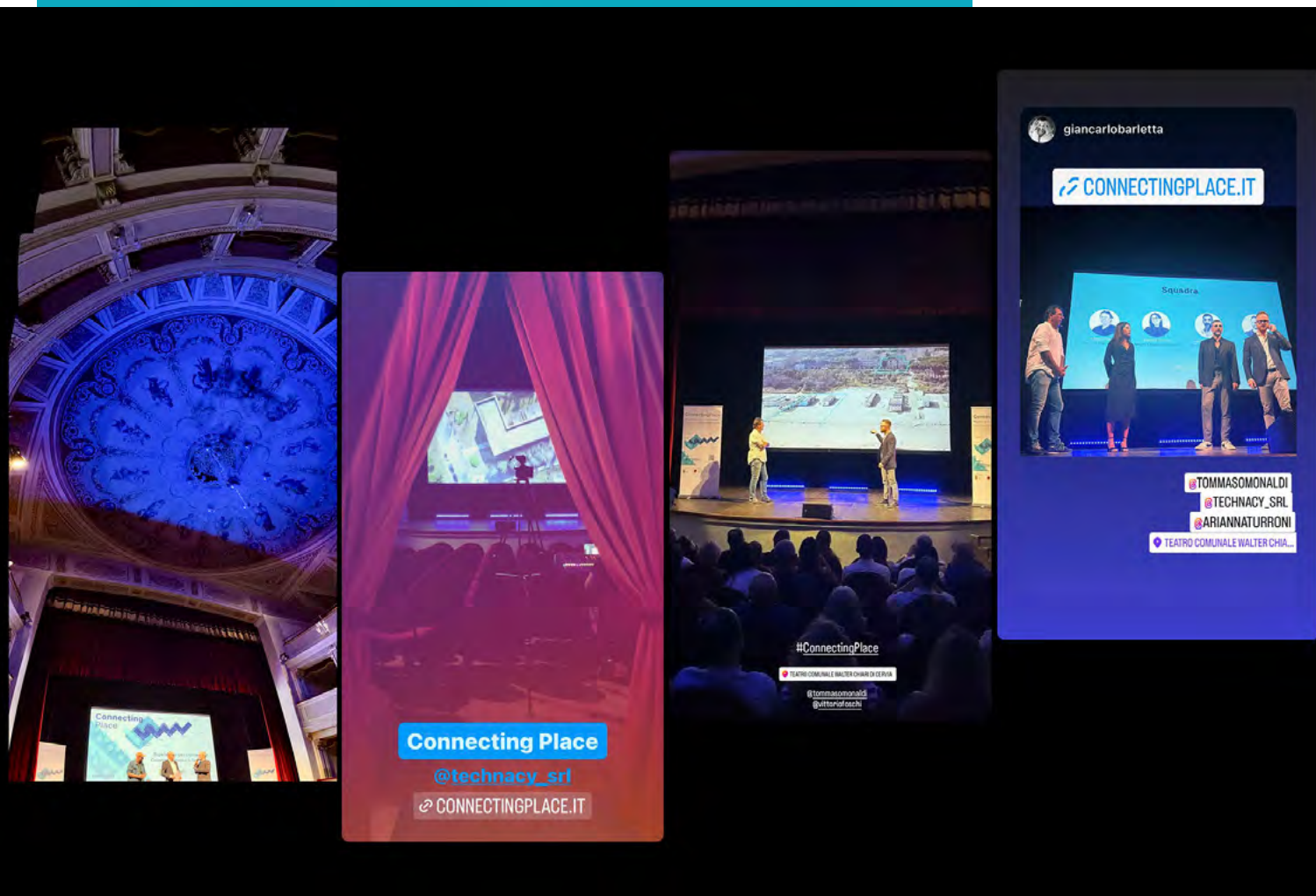
Connecting Place è un luogo
che connette imprese, scuole,
territorio. Crediamo infatti
che un posto di lavoro è prima
di tutto il luogo per una comunità.

STRICTLY PRIVATE
AND CONFIDENTIAL

VISIT
LATEST PROJECT – LINKEDIN – CV

tommasomonaldi@gmail.com
M +39 328 85 97 273

Ideazione e sviluppo progetto di innovazione
per l'impresa e di valorizzazione territoriale
Connecting Place.



Connecting Place

Vittorio Foschi
Founder & Technacy CEO

Tommaso Monaldi
Strategic Design.
Culture & Brand Design

Un Progetto
technacy
EVOLUTION IN MOBILITY

Rigenerare per connettere:
colonie, imprese, territorio.

Con il Patrocinio di
 COMUNE DI CERVIA

Con il supporto di
 IL PALLONCINO ROSSO
 Officina ewew
 CONTROL ROOM

Nell'ambito di
 Festival dell'Industria e dei Valori d'Impresa



- Concept design e Design management;
- Facilitazione per la scrittura della Overall Strategy;
- Business Innovation Design.
- Presentazione e divulgazione della visione.

INNOVATION MANAGER
CONFINDUSTRIA 2020-2023

DIRETTIVO ADI MAM
2024

ADI DESIGN INDEX
2013, 2020, 2024, 2026

Co—progetti | 03



Brand di riferimento internazionale
per la produzione di tecnologia e arredi per
locali pubblici, bar, gelaterie e pasticcerie.

- *Fatturato*: 60 Mln.
- *Messaggio chiave*: People-centric innovation.
- *Mission*: Migliorare il benessere delle persone attraverso la conservazione degli alimenti, la loro esposizione, l’igiene, l’ergonomia e la funzionalità è il nostro obiettivo. Tecnologia, Design, Qualità, Assistenza e Personalizzazione sono gli elementi con i quali riusciamo a raggiungerlo.
- *Vision*: Ogni progetto, per noi, è un’opportunità per migliorare la qualità della vita delle persone.
- *Anni di collaborazione*: 4.

Riconoscimenti proprietari:

- **ADI Design INDEX 2026.** (STRICTLY PRIVATE AND CONFIDENTIAL)

“Tra i migliori progetti in Italia per il design della comunicazione.”

- **Selezione oggettolibro 2026.**

Riconoscimenti non proprietari:

- **ADI Design INDEX 2020** (Communication e Visual Design con SSA Scandurra)

“Tra i migliori progetti in Italia per l’exhibition design.”

LA SFIDA

Ifi spa è un’azienda attiva nel settore del design e dell’arredo professionale, con una forte presenza nei contesti contract e nella progettazione di soluzioni per spazi commerciali. La sfida è stata quella di consolidare e rendere coerente un sistema di comunicazione e brand identity complesso e articolato su più livelli: linee prodotto differenti, settore contract, comunicazione corporate e presidio di eventi istituzionali di alto profilo come il Premio Compasso d’Oro. Parallelamente, era necessario rafforzare la capacità interna di gestire in autonomia la propria identità e produzione comunicativa, riducendo la dipendenza da supporti esterni e strutturando un reparto dedicato. Il processo ha portato a una maggiore riconoscibilità del marchio, a una comunicazione più coerente e distintiva e a una crescita misurabile delle performance aziendali, con un aumento del fatturato del 6,7% e tre riconoscimenti nazionali nel design. In parallelo, l’azienda ha raggiunto una piena autonomia nella gestione quotidiana della comunicazione e dei contenuti.

AMBITI DI LAVORO

AMBITO
Direzione artistica:
Brand e communication co—design di tutte le linee di prodotti e del settore contract; corporate communication per importanti eventi nazionali; comunicazione per il prestigioso Premio Compasso d’Oro, tutoring dell’ufficio interno Identity & Communication.

- CO—NTRIBUTI
- Riunioni direzionali con il board aziendale;
 - Design Management e Coordinamento;
 - Ricerca, concept design, brief e guidelines per deleghe esecutive interne ed esterne;
 - Revisione e miglioramento delle deleghe esecutive interne ed esterne;
 - Formazione e tutoring;
 - Confronto creativo;
 - Design autoriale.

I RISULTATI

- Posizionamento chiaro e grande riconoscibilità della comunicazione e degli elementi distintivi di brand;
- aumento di fatturato del 6,7%;
- autonomia del cliente nel gestirsi la comunicazione e i contenuti quotidiani;
- sviluppo del reparto identity e communication interno;
- autonomia operativa del reparto interno nel gestirsi la nuova comunicazione;
- tre importanti riconoscimenti nazionali in ambito design.
- importanti articoli su riviste di settore e non.

REVIEW

“Da Monaldi abbiamo ottenuto un contributo non condizionato dalla vita aziendale, di un professionista che agisce nell’impresa ma con l’esperienza di chi sta fuori.

Non si affrontano da soli i difficilissimi scenari attuali.”

Gianfranco Tonti, Presidente Ifi - Et al - Confindustria PU

REVIEW

“Collaborating with authoritative interpreters of Architecture and Design, Tommaso has always distinguished himself for the continuous stimuli provided and the ability to put his ideas at the service of a common goal.

Vision, courage and a beautiful sense of order are its distinctive features.”

Cesare Avanzi, Head fo Communication Ifi

TOMMASO MONALDI
DIREZIONE CREATIVA

STRICTLY PRIVATE
AND CONFIDENTIAL

VISIT
LATEST PROJECT — [LINKEDIN](#) — [CV](#)

tommasomonaldi@gmail.com
M +39 328 85 97 273

DOCENZE
NID, UNIRSM, UAV, UNIBO, UNICAM

INNOVATION MANAGER
CONFINDUSTRIA 2020-2023

DIRETTIVO ADI MAM
2024

ADI DESIGN INDEX
2013, 2020, 2024, 2026

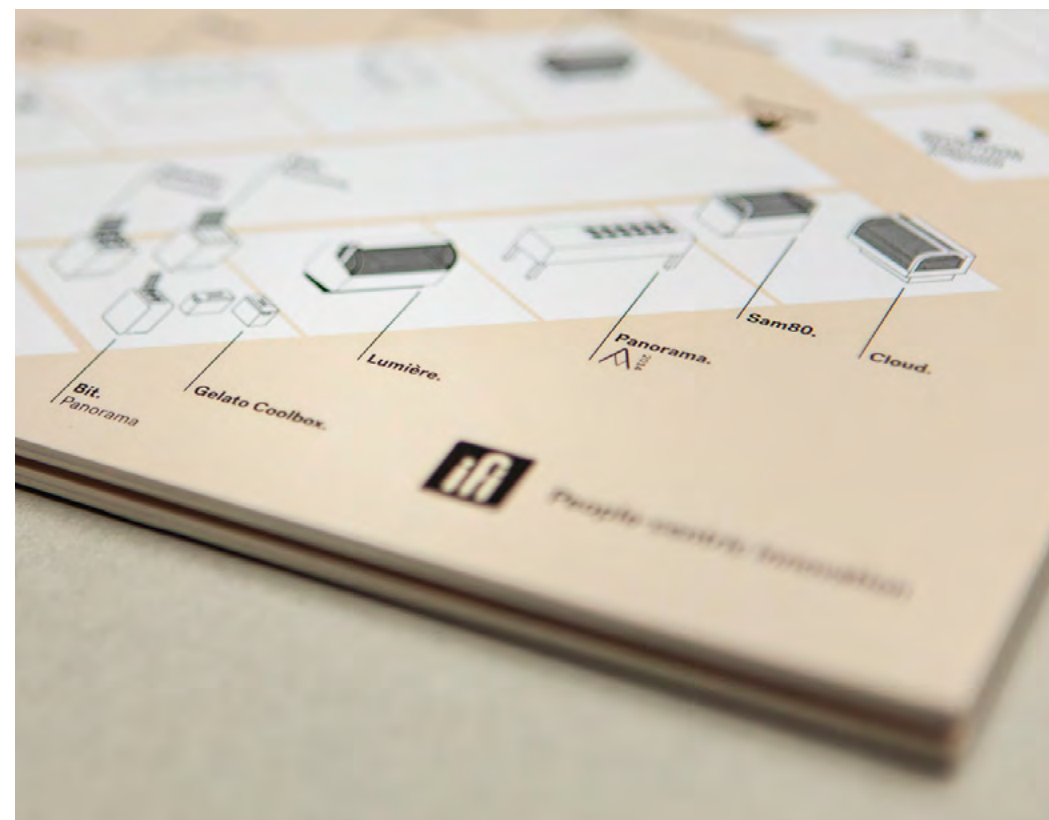
TOMMASO MONALDI
DIREZIONE CREATIVA

STRICTLY PRIVATE
AND CONFIDENTIAL

VISIT
LATEST PROJECT – [LINKEDIN](#) – [CV](#)

tommasomonaldi@gmail.com
M +39 328 85 97 273



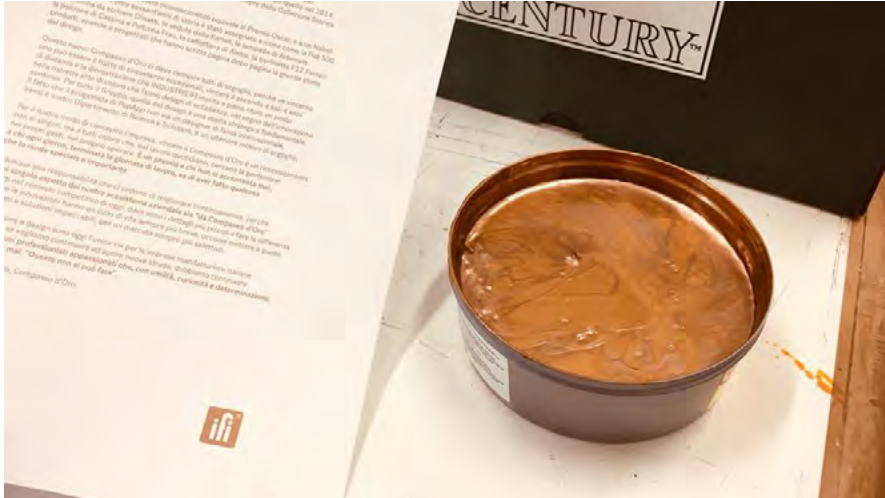


DOCENZE
NID, UNIRSM, IUAV, UNIBO, UNICAM

INNOVATION MANAGER
CONFINDUSTRIA 2020-2023

DIRETTIVO ADI MAM
2024

ADI DESIGN INDEX
2013, 2020, 2024, 2026

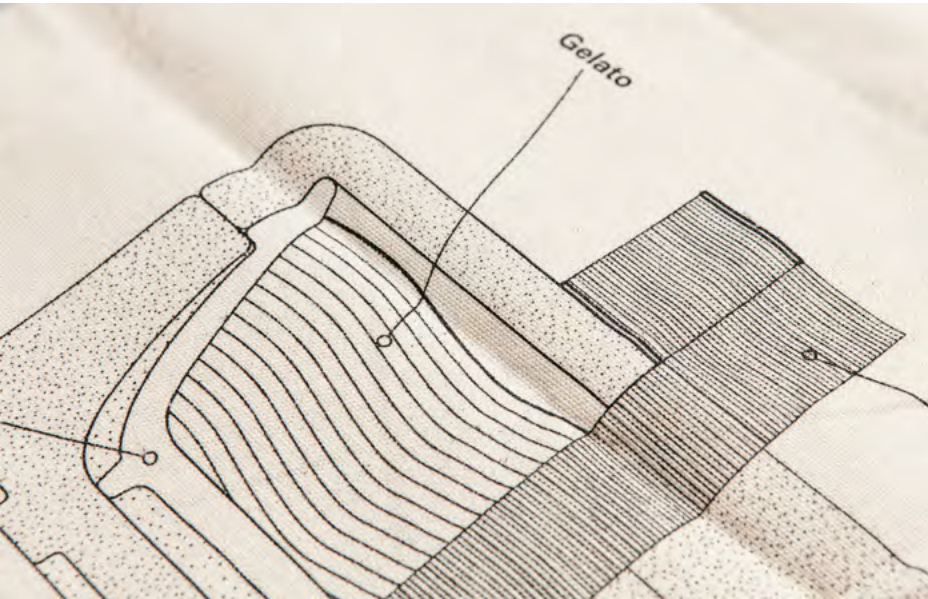


TOMMASO MONALDI
DIREZIONE CREATIVA

STRICTLY PRIVATE
AND CONFIDENTIAL

VISIT
LATEST PROJECT – [LINKEDIN](#) – [CV](#)

tommasomonaldi@gmail.com
M +39 328 85 97 273



DOCENZE
NID, UNIRSM, IUAV, UNIBO, UNICAM

INNOVATION MANAGER
CONFINDUSTRIA 2020-2023

TOMMASO MONALDI
DIREZIONE CREATIVA

STRICTLY PRIVATE
AND CONFIDENTIAL

VISIT
LATEST PROJECT – LINKEDIN – CV

tommasomonaldi@gmail.com
M +39 328 85 97 273



I MAM

ADI DESIGN INDEX
2013, 2020, 2024, 2026

Co—progetti | 04

Coralis

Consorzio per la piccola distribuzione organizzata con oltre 20 soci e circa 400 negozi in tutta Italia.

- *Fatturato aggregato:* oltre 1 miliardo.
- *Messaggio chiave:* indipendenti se connessi.
- *Missione sintetizzata:*

Indipendenza e Rete. Garantiamo l'indipendenza e l'autonomia dei soci (spesso con insegne familiari) proteggendoli e connettendoli in una rete collaborativa;
Valorizziamo il Territorio. Promuoviamo i produttori locali, i prodotti tipici e il commercio di vicinato, creando un legame di valore tra produttori, negozianti e clienti;
Servizi e Acquisti. Siamo una centrale di acquisti e servizi, offriamo ai soci supporto continuo su indagini di mercato, formazione e progettualità di filiera.

- *Visione sintetizzata:*

Il futuro è nelle località. Crediamo fermamente che il piccolo possa diventare grande se messo in connessione e in rete.
Centralità della Persona. Qualità delle relazioni, competenze e passione per il proprio lavoro al centro del lavoro.

LA SFIDA

Coralis negli ultimi anni ha avviato un percorso di evoluzione strategica volto a rafforzare il proprio ruolo non solo come centrale d'acquisto, ma come piattaforma di sviluppo per prodotti, competenze e valore condiviso.

La sfida è consistita nel costruire un sistema di identità e linee guida capace di accompagnare l'evoluzione. Fu necessario progettare un linguaggio di marca coerente garantendo continuità tra packaging, campagne retail, comunicazione corporate e strumenti operativi. Parallelamente, il progetto doveva creare processi e competenze interne affinché il sistema potesse crescere in autonomia nel tempo. Il percorso ha trasformato il design in uno strumento di governance. Attraverso la definizione di un design system condiviso, il rebranding di quattro nuove linee MDD sviluppate insieme a CRAI e ai produttori partner, la progettazione di oltre 250 prodotti e di un sistema di comunicazione destinato a circa 400 punti vendita, Coralis ha consolidato un posizionamento strategico.

AMBITI DI LAVORO

AMBITO

Direzione artistica:

Brand design di quattro nuove linee di prodotti in collaborazione con Crai e con i soci, con diffusione nazionale; design system per 250 prodotti; design system per le campagne di 400 negozi; formazione; restyling della comunicazione corporate del consorzio.

CO—NTRIBUTI

- Riunioni direzionali con il board aziendale;
- Design Management e Coordinamento;
- Ricerca, concept design, brief e guidelines per deleghe esecutive interne ed esterne;
- Revisione e miglioramento delle deleghe esecutive interne ed esterne;
- Formazione e tutoring;
- Confronto creativo;
- Speech ad eventi per il coinvolgimento di soci e partner.

I RISULTATI

- Posizionamento chiaro e grande riconoscibilità della comunicazione e degli elementi distintivi dei brand;
- attivata una collaborazione con Vergani MI e CRAI per il rebrand dei prodotti selezionati;
- attivata una collaborazione tra i soci per la selezione e distribuzione in rete di prodotti territoriali di alta qualità;
- presenza di quattro marche del distributore tra i servizi del Consorzio;
- acquisto da parte dei soci delle MDD prodotte e prima diffusione sul territorio nazionale;
- autonomia del cliente e dei soci nel gestirsi la comunicazione e i contenuti quotidiani;
- autonomia operativa del reparto interno nel gestirsi la nuova comunicazione e lo sviluppo dei nuovi prodotti;
- Importanti articoli su riviste di settore.

TOMMASO MONALDI
DIREZIONE CREATIVA

STRICTLY PRIVATE
AND CONFIDENTIAL

VISIT
LATEST PROJECT – LINKEDIN – CV

tommasomonaldi@gmail.com
M +39 328 85 97 273

*Le radici locali non hanno confini,
sono tesori delle altre Italie.*

Il tessuto Verdeblu

Verdeblu è un **Tessuto di eccellenze** creato dai suoi **nodi**: imprenditori locali che, grazie alla loro **conoscenza del territorio**, selezionano e garantiscono le migliori produzioni.

Questo intreccio di relazioni permette ai **sapori autentici** di viaggiare, trasformando il meglio delle singole regioni in un patrimonio di valore collettivo per tutta l'Italia.

*Con Verdeblu le Italie
si incontrano
e si intrecciano.*

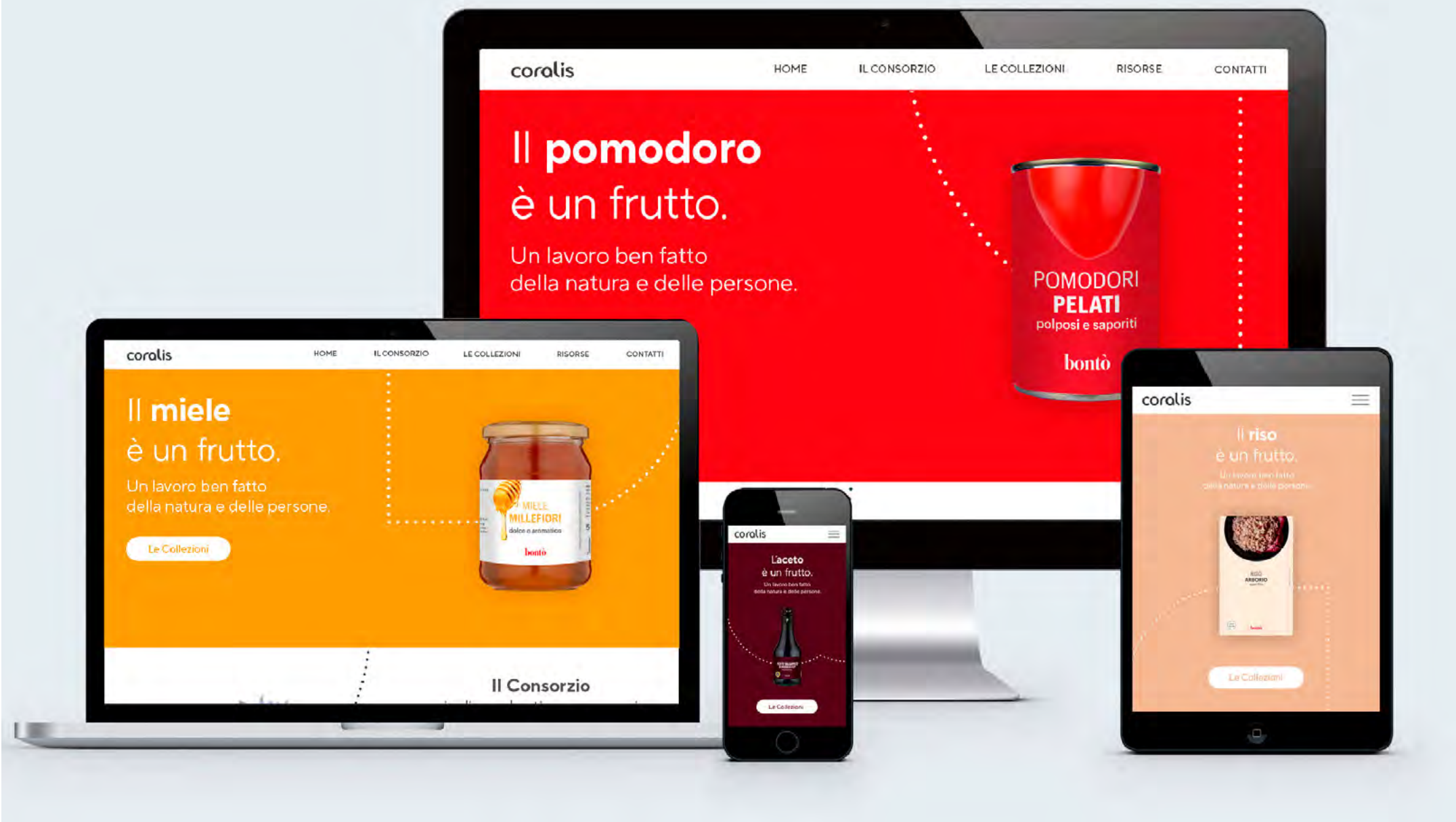
DOCENZE
NID, UNIRSM, IUAV, UNIBO, UNICAM

INNOVATION MANAGER
CONFINDUSTRIA 2020-2023

DIRETTIVO ADI MAM
2024

ADI DESIGN INDEX
2013, 2020, 2024, 2026





LINKEDIN – CV

tommasomonaldi@gmail.com
M +39 328 85 97 273

bontò
CIBO, QUEL PIACERE
D'ITALIA

todo
PER TE, LA TUA FAMIGLIA,
LA TUA CASA

verdeblu
A TAVOLA CON I SAPORI
DI TERRE INIMITABILI



- Progettazione di quattro nuovi brand, design management e design di sistema per l'applicazione del progetto su oltre 250 prodotti;
- Comunicazione e lancio delle quattro marche;
- Design di sistema per le campagne in oltre 400 negozi;
- Formazione interna, guidelines e template per deleghe e autonomia esecutiva.

ATION MANAGER
USTRIA 2020-2023

DIRETTIVO ADI MAM
2024

ADI DESIGN INDEX
2013, 2020, 2024, 2026

TOMMASO MONALDI
DIREZIONE CREATIVA

STRICTLY PRIVATE
AND CONFIDENTIAL

LATEST P



Non il design
di un pack,
ma il design
di sistema, i file,
i template e le linee
guida, per
disegnarne
infiniti, coerenti
con il contesto MDD.





STRICTLY PRIVATE
CONFIDENTIAL

VISIT
LATEST PROJECT – LINKEDIN – CV

tommasomonaldi@gmail.com
M +39 328 85 97 273



Verdeblu, il più prezioso dei quattro marchi,
è un'iniziativa culturale e commerciale che unisce
le eccellenze delle diverse Italie.
Il progetto si fonda su una rigorosa selezione
operata da imprenditori locali, i soci del
consorzio, che conoscono profondamente il
proprio territorio. In un sistema come questo
serve saper condividere una visione,
preparare concept capaci di raccogliere attorno
ad un tavolo realtà differenti e progettare
strumenti in grado di attarsi ad ogni contesto.

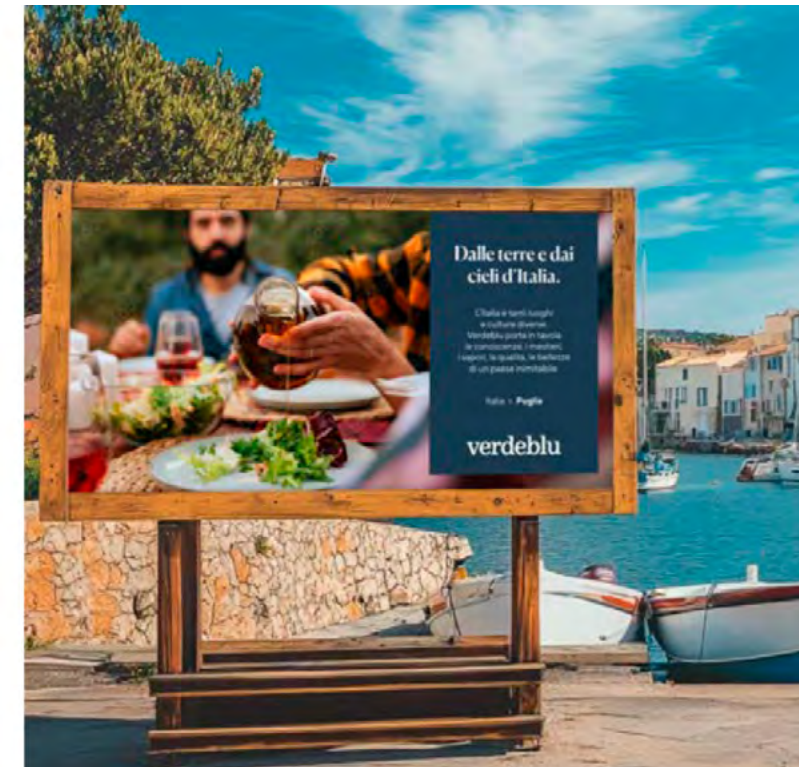
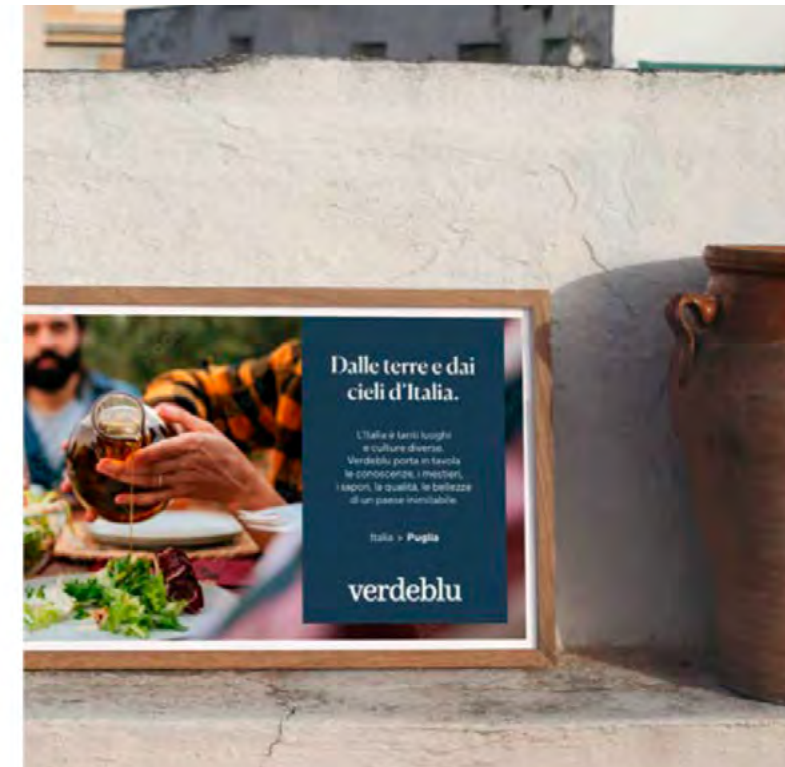


Campagna personalizzata per i soci.

ATION MANAGER
USTRIA 2020-2023

DIRETTIVO ADI MAM
2024

ADI DESIGN INDEX
2013, 2020, 2024, 2026



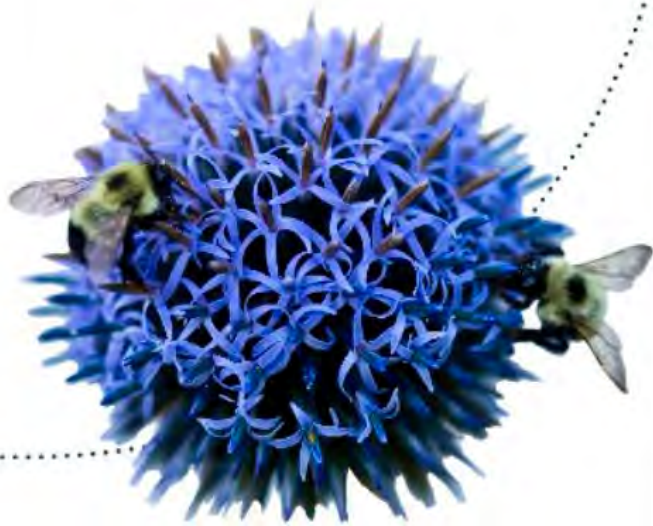
DOCENZE
NID, UNIRSM, IUAV, UNIBO, UNICAM

INNOVATION MANAGER
CONFINDUSTRIA 2020-2023

DIRETTIVO ADI MAM
2024

ADI DESIGN INDEX
2013, 2020, 2024, 2026

Il Consorzio indipendenti se connessi



**Coralis è policentrica:
ogni socio è un mondo, vive
immerso, si identifica, appartiene
a un proprio particolare territorio,
a un luogo geografico e culturale.**

È tutta la bellezza della diversità italiana.
Un desiderio di indipendenza.
Con un se

Chi siamo / I dati / La rete

[Approfondisci >](#)

Le Collezioni

Chi siamo / I dati / La rete

[Approfondisci >](#)

Le Collezioni



Le Collezioni Coralis:
prodotti che sono il risultato
di sistemi culturali e territoriali
integrati tra le diverse imprese
associate che indicano
e promuovono i loro produttori
speciali, per rilanciare le autentiche
competenze racchiuse nelle mille
località culturali e produttive
del nostro paese.

**Le diversità non separano,
raccordano.**

Scopri le collezioni



COLORI

L'identità visiva di todo è definita da una gamma distintiva di colori brillanti e riconoscibili, e ogni tono può essere associato a una specifica macrofamiglia per distinguerne anche le varie famiglie. La quadricromia data una saturazione minima, un salto minimo di tono da cui sono stati estratti i colori procedendo in sintesi.



SISTEMA DI TEXTURE

Insieme alla palette, il sistema di texture è ciò che distingue l'identità visiva di Todo.

Le texture si costruiscono a partire dai moduli del file **todo-griglia-texture.ai**.

La regola da rispettare è sempre quella: la quantità di spazi pieni deve essere superiore a quella bianca.

L'elemento di base può essere disegnato in mm, di due moduli, o sfruttando le unità di mezzo.



SISTEMA DI TEXTURE

Esempio di costruzione di texture su griglia da 2 moduli con movimento orizzontale

Si possono disegnare anche texture regolari orizzontalmente o verticalmente, piuttosto che il modulo principale, le texture orizzontali spostate di 6 mm in



CARATTERE, PROPORZIONI E DETTAGLI

I colori di applicazione della tipografia sono i seguenti:

Nome e tipologia prodotto:
il font è sempre nero 85% K su fondo bianco.

Descrizione:
il font è sempre nero 85% K su fondo bianco.

Informazioni (ingredienti, conservazione ecc.):
il font è nero 85% K sui fondi chiari, oppure bianco se lo sfondo è di un colore scuro, il criterio da privilegiare è sempre quello della leggibilità.



Linee guida, template,
tutroing e speech
per l'autonomia
del cliente e l'adozione.

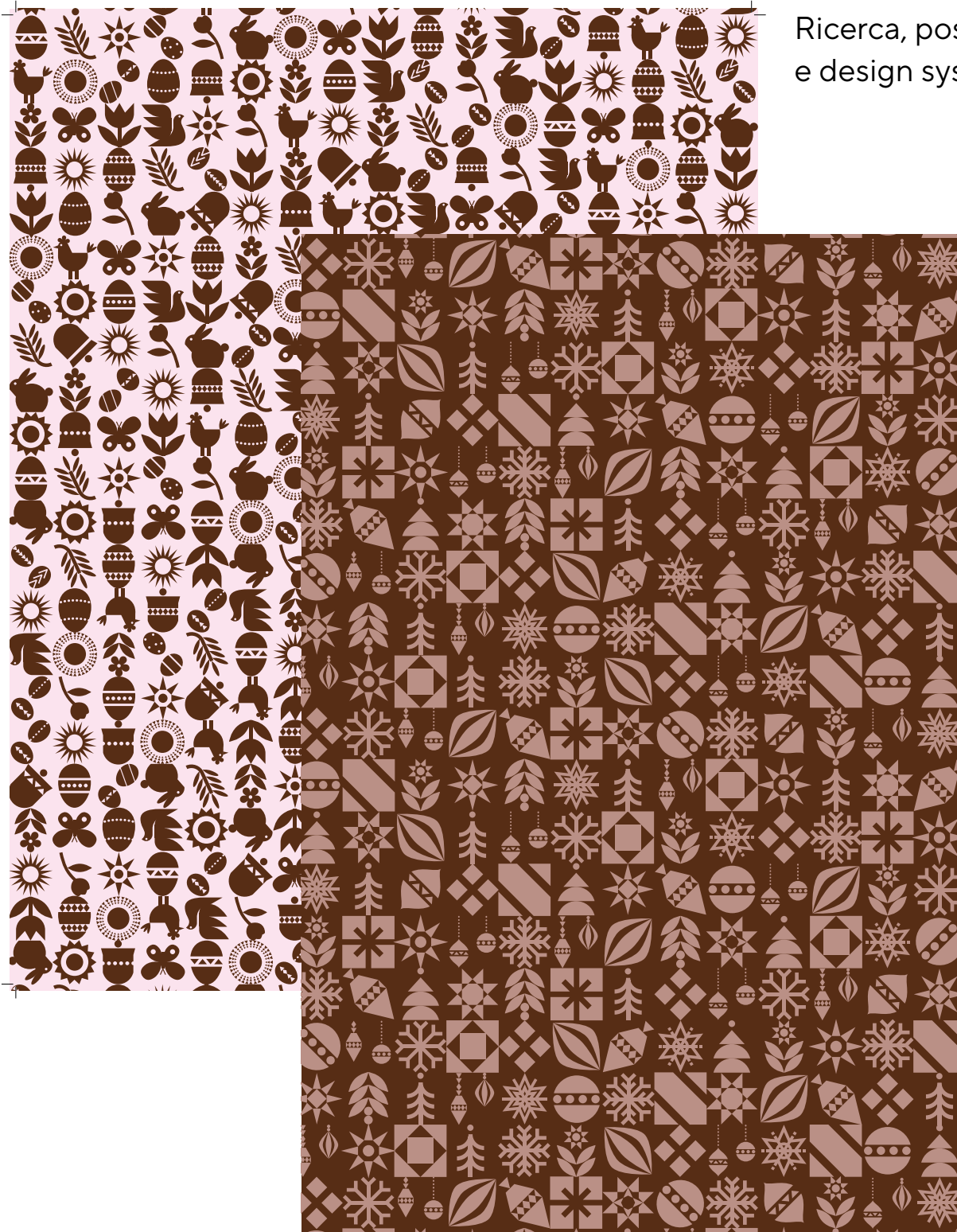


TE
IAL

VISIT
LATEST PROJECT – [LINKEDIN](#) – [CV](#)

tommasomonaldi@gmail.com
M +39 328 85 97 273

Ricerca, posizionamento strategico
e design system per le festività.



DOCENZE
NID, UNIRSM, IUAV, UNIBO, UNICAM

INNOVATION MANAGER
CONFINDUSTRIA 2020-2023

DIRETTIVO ADI MAM
2024

ADI DESIGN INDEX
2013, 2020, 2024, 2026

**Una traccia anche se strutturata
è per sua natura mutevole.**

**Racconta di passaggi, scandisce il tempo,
anticipa un'idea, nulla più.
Oggi sono qui.**



Una traccia strutturata

Costanti degli ultimi anni.

TRACCIA

01. Il processo:

01.1 - Incontro
(Empatizzazione, ascolto, osservazione, scoperta).
Fase analitica ed intuitiva + contaminazione.

01.2 - Ricerca
(Ricerca, documentazione strategica, interviste).
Fase divergente. La mappa.

01.3 - Analisi e sintesi
(Co-brief, problema, macro obiettivi).
Fase convergente. Le rotte.

01.4 - Co—Design Strategico.
Fase divergente. Il viaggio.

- 01.41 - Co—Design Identità
- 01.42 - Co—Design Communication Strategy
- 03.43 - Co—Design Marketing Strategy
- 03.44 - Co—Design Innovation Paths

01.5 — Design verticale specifico.
Fase convergente. Le destinazioni.

- 03.51 — Comunicazione e Strumenti
- 03.52 — Servizi
- 03.53 — Processi
- 03.54 — Guidelines
- 03.55 — KPI

01.5 — Guida
(Facilitazione, analisi dei feedback, correzioni di rotta).

02. File e documenti prodotti

- Tutti i file originali vengono condivisi;
- Il processo genera file, piani operativi, linee guida, appunti, possibilità;
- Il valore più grande risiede nell’esperienza che l’impresa acquisisce, nelle competenze che le persone maturano.

03. Co—progetto, il valore del metodo.

Senza co—design e metodo le imprese producono brand ragionevoli: un nome, un logo, una palette colori, una mission, etc.
Insieme costruiamo qualcosa di diverso: un sistema di governance per l’identità d’impresa, messaggi chiari e realmente distintivi coerenti con la business strategy e le risorse dell’impresa. Una matrice identitaria chiara per lo sviluppo coerente di nuovi servizi e nuovi progetti. Competenze e conoscenze diffuse tra collaboratori e collaboratrici che permettono coinvolgimento, delega, crescita.

Il processo è esso stesso valore, oltre i risultati. Non solo un brand manual, ma un framework decisionale. Quando il contesto evolve, le persone sanno cambiare con maggiore consapevolezza. Il co—design è rivelatore, fornisce tracce e consapevolezza. Gli elaborati prodotti sono esempi pratici da far crescere, facendo crescere. La facilitazione porta ad utonomia operativa.

Quando scrivo **co—insegnamento
intendo la formazione come un ecosistema
complesso dove incontrarsi e crescere.**

**L'aula non è un luogo dove si portano
risposte. È un laboratorio dove
si costruiscono domande migliori.**



Co—insegnamento

Università. Istituti. Imprese.

ESPERIENZE (Dal 2015 - in corso)

02/2026 – in corso, Camerino, Italia.
UNICAM | GIURISPRIDENZA.

Docente in Project Management.

Master Universitario di I Livello in Ricostruzione
e Resilienza Sostenibile.

09/2022 – 09/2023 Bologna, Italia.

UNIBO | INGEGNERIA - ARCHITETTURA -
INDUSTRIAL DESIGN.

Docente in Design della Comunicazione Visiva.

Laurea Triennale in Industrial Design.

09/2022 - Venezia, Italia.

IUAV | ARCHITETTURA - DESIGN.

Docente per i Design Workshop WDW22: Workshop multidisciplinare sul Benessere e sul ruolo del Farmacista del Futuro.

Laurea Triennale in Design del prodotto,
della comunicazione visiva e degli interni.

09/2019 – 09/2023 San Marino, San Marino.

UNIRSM, INDUSTRIAL DESIGN.

Co-Docente in Design della Comunicazione.

Laurea Triennale in Industrial Design.

08/2020 – 08/2021 Perugia, Italia.

SCUOLA PRIVATA PER CORSI DI ALTA
SPECIALIZZAZIONE NID NUOVO ISTITUTO
DI DESIGN.

Docente in Design della Comunicazione.

Corso triennale in Product & Interior Design.

02/2015 – 02/2016 Urbino.

ISIA URBINO.

Tutor di progetto *Urbino Città Ideale*

e dell'allestimento della Data del Palazzo Ducale
in occasione dell'Expo di Milano.

FORMAZIONE IN IMPRESE

- Tutor Loccioni per 2 design workshop UNIRSM;
- Tutor Loccioni per Master sole24ore;
- Formatore Sestante, Confindustria Romagna;
- Formatore Formaconf per creo (FJ Srl);
- Formatore o facilitatore in ogni esperienza lavorativa
nel CV allegato.

TOMMASO MONALDI
DIREZIONE CREATIVA

STRICTLY PRIVATE
AND CONFIDENTIAL

VISIT
LATEST PROJECT – LINKEDIN – CV

tommasomonaldi@gmail.com
M +39 328 85 97 273

REVIEW

“Tommaso è una persona con grandi capacità;
trasmettere l’esperienza e la passione può essere difficile,
ma al NID ha superato questa prova brillantemente
nel ruolo di docente.”

Matteo Agostini, Direttore NID | Nuovo Istituto di Design

DOCENZE
NID, UNIRSM, IUAV, UNIBO, UNICAM

INNOVATION MANAGER
CONFINDUSTRIA 2020-2023

DIRETTIVO ADI MAM
2024

ADI DESIGN INDEX
2013, 2020, 2024, 2026

TOMMASO MONALDI
DIREZIONE CREATIVA

STRICTLY PRIVATE
AND CONFIDENTIAL

VISIT
LATEST PROJECT – [LINKEDIN](#) – [CV](#)

tommasomonaldi@gmail.com
M +39 328 85 97 273



Docenza Universitaria relativa alla Direzione Creativa, al Design Management e alla Comunicazione d'Impresa, a me caro per l'applicazione di metodi multidisciplinari e creativi su un caso concreto e sfidante, insieme a nota azienda farmaceutica.

Per il Corso di laurea in Design del prodotto, della comunicazione visiva e degli interni e con la collaborazione dell'azienda farmaceutica UNIFARCO ho tenuto un workshop accademico ibrido che ha coniugato discipline quali design strategico, business innovation, communication e service design.

Attraverso modalità, strumenti, strategie e linguaggi espressivi di comunicazione differenti, il workshop ha indagato le radici e le origini del benessere: cosa significa oggi "stare bene"? Come sviluppare una cultura del benessere (fisico, sociale, mentale) immaginando un nuovo ruolo del farmacista.

Alla fine del workshop la classe ha presentato quattro start-up complete di brand strategy e identity, prototipi di website, app e servizi innovativi. UNIFARCO entusiasta del risultato chiese una seconda presentazione dedicata al board aziendale.



DOCENZE
NID, UNIRSM, IUAV, UNIBO, UNICAM

INNOVATION MANAGER
CONFINDUSTRIA 2020-2023

DIRETTIVO ADI MAM
2024

ADI DESIGN INDEX
2013, 2020, 2024, 2026

**Se il co—design fosse un albero
i frutti sarebbero i progetti,
i rami i processi,
le radici origini e futuro.
Esse sostengono, nutrono, connettono
e si rinnovano. Anche il passato muta.
Anche il futuro è passato.**



Origini | 01

Ma mi.

Tesi magistrale 2012 in **co—progettazione e comunicazione per le carceri italiane**, insieme ai detenuti del carcere di massima sicurezza di Spoleto e in collaborazione con i detenuti di Caserta, Catanzaro e Messina.

LA TESI

La tesi di laurea si concentra sull'elaborazione di una rivista, chiamata Ma Mi. La tipica giornata nel carcere è scandita da momenti specifici (come per esempio la sveglia mattutina): il progetto trasforma alcuni di questi momenti in piccoli frammenti tematici, che una volta approfonditi costituiscono il filo conduttore di ciascun numero del periodico. In particolare la ricerca è stata condotta grazie alla collaborazione dei detenuti del carcere di Spoleto. Le interviste sono state realizzate in parte in presa diretta, in parte attraverso un laboratorio di corrispondenza diretta dal carcere, e sempre tenendo in primaria considerazione l'aspetto della relazione spontanea con i detenuti.

Dal punto di vista teorico, Ma Mi si propone prima di tutto come il fondamento di una metodologia di progetto piuttosto che come semplice prodotto editoriale.

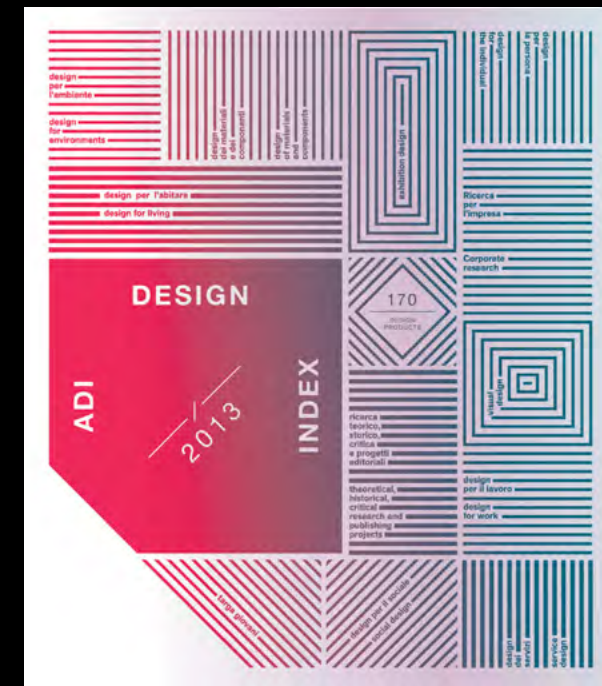
I PREMI

ADI Design INDEX 2013, Milano.
Tra i migliori progetti di design italiani, Selezione Targa Giovani.

Riconoscimento del Ministero
dell'Istruzione 2013, Roma.

Premio Jacopo Fanfani 2012, Roma.

"Per aver proposto un'opera rivoluzionaria sul concetto di riabilitazione umana, svolto nelle carceri italiane con un lavoro unico, di design della comunicazione, che infrange i tabù burocratici per realizzare una espressione sociale e civile 'senza sbarre' e realizzato in collaborazione con i detenuti"



LA PUBBLICAZIONE

Ma Mi: Co—Design ed Engagement, Pubblicazione Accademica UNIRSM 2025, disponibile cartacea e in E-Book.



Monaldi **Co—**Design Studio.

Ho fondato lo studio per aggregare
un **co—**llettivo di professionist*.

Per quelle competenze che a volte mancano,
per **co—**ntaminarci, per occuparci
con fiducia di progetti ampi.

Alcuni co—ntributi verticali della squadra.

DESIGN

Web, software, APP,
Interfacce e interazione.

Art direction.

Editorial & Book.

Visual & Graphics.

Copywrtiting.

Exhibition.

STRATEGIA E CRESCITA

Consulenza strategica.

Sturt-Up mentoring.

Fundrising.

Facilitazione e Formazione.

EVENTI

Art Direction.

Comunicazione, PR, PRESS.

Reportage & Content.