

Guida alle *professioni creative* 2025

Moda
Musica
Teatro
Cinema
Grafica
Danza
Restauro
Design
Scenografia
Arte

TUTTI I CORSI DELLE ACCADEMIE DI ALTA FORMAZIONE

LABA
LIBERA ACCADEMIA DI BELLE ARTI



PALAZZO
RICCI ALTOVITI



ORA anche una sede in CENTRO



Ministero dell'Istruzione dell'Università e della Ricerca
Autorizzazione Ministeriale D.M. 358 del 30/05/2017

Guida alle *professioni creative* 2025

Moda
Musica
Teatro
Cinema
Grafica
Danza
Restauro
Design
Scenografia
Arte

TUTTI I CORSI DELLE ACCADEMIE DI ALTA FORMAZIONE



Best Italian Fashion School
among the top 100 Art & Design
universities in the world

istitutomarangoni 
enhancing talent since 1935

UNLOCK YOUR POTENTIAL

Scopri i corsi di Laurea Triennali, Master ed Intensivi
integrati con le ultime innovazioni digitali, metaverso e IA:

FASHION

Fashion Design
Fashion Styling
Fashion Business

DESIGN

Interior Design
Product Design
Visual Design

ART

Multimedia Art
Art Curating & Management

FRAGRANCES & COSMETICS

I corsi Triennali e Master sono accreditati
dal Ministero dell'Università e della Ricerca.

Scegli ora il tuo futuro:

Tasso di occupazione del 91% entro un anno
dal completamento del percorso di studi.*

*Sondaggio Doxa

Istituto Marangoni Milano
milano@istitutomarangoni.com
t +39 02 3858 5247

Istituto Marangoni Firenze
firenze@istitutomarangoni.com
t: +39 055 0351301

Sommario

capitolo 1. instructions

Evoluzione didattica e fabbisogni occupazionali

- 07 **EDITORIALE** L'azzardo controcorrente di una guida cartacea di *Domenico Ioppolo*
- 11 **INTRODUZIONE** **Take care of youth** Una generazione da coinvolgere di *Ottaviano Nenti*
- 13 **ATTITUDINI** Come scoprire e valorizzare le proprie capacità ideative di *Sergio Bettini*
- 18 **FORMAZIONE** Creatività più tecnologia: l'asso del futuro. Così cambiano i piani di studio
- 20 **OCCUPAZIONE** Nell'eccellenza italiana assunzioni in crescita. I settori più ricettivi
- 24 **PROFESSIONI** I 70 lavori creativi emergenti individuati da *Campus*. Le mansioni di ciascun ruolo
- 28 **DISTRETTI** Le principali aree di produzione e assunzione del *Made in Italy* regione per regione

capitolo 2. counseling

I consigli dei professionisti di oggi agli studenti, professionisti di domani. Le caratteristiche per riuscire, le skill da imparare

- 32 **MICHELE COPPOLA**, gallerista
- 34 **ALESSANDRO DONETTI**, esperto di metaverso
- 36 **MAURO FERRARESI**, sociologo
- 38 **DANIELA MACCARI**, danzatrice
- 40 **ROSSELLA JARDINI**, stilista
- 44 **LORENZO MARINI**, artista e art director
- 48 **MARIO RASETTI**, esperto di intelligenza artificiale
- 51 **LANFRANCO LI CAULI**, direttore marketing Teatro alla Scala di Milano
- 54 **MANUEL CICHETTI**, fotografo

capitolo 3. dixit

Pillole di consigli da dirigenti, imprenditori e artisti dell'industria creativa

- 58 **ERCOLE BOTTO POALA** presidente di Confindustria Moda dal 2022 a fine 2023
- 59 **RENZO ROSSO** imprenditore di Diesel e presidente di Otb group, Only The Brave
- 60 **MATTEO SECOLI** presidente di Piattaforma Sistema Formativo Moda

- 61 **ROBERTO CICUTTO** produttore cinematografico, ex presidente Biennale di Venezia
- 62 **EIKE SCHMIDT** storico dell'arte, direttore Gallerie degli Uffizi di Firenze 2015/2023
- 63 **MICHELE MARIOTTI** direttore artistico Teatro dell'Opera di Roma dal 2022
- 65 **ALBERTO CAVALLI** direttore Fondazione Cologni Mestieri d'Arte Milano

capitolo 4. junior tutor

- 68 **ORIENTARSI PEER TO PEER** I consigli dei giovani laureandi alle future matricole

capitolo 5. best practice

- 72 **TRAINING ON THE JOB** I project work degli studenti organizzati dalle accademie con le imprese

capitolo 6. directory

Dove studiare per prepararsi alle professioni creative

- 78 **INDIRIZZARIO** Tutti gli istituti di alta formazione post-diploma. Le 150 Accademie censite da *Campus*. Corsi triennali e specialistici, macro-aree didattiche

capitolo 7. focus

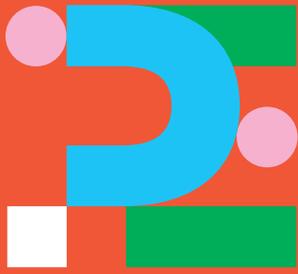
La didattica sotto la lente

- 92 **APPROFONDIMENTI** Che cosa sapere per scegliere un'Accademia: i format-identikit di 3 Scuole di Alta Formazione

capitolo 8. utilities

Eventi, luoghi, siti, iniziative per conoscere, approfondire, farsi ispirare e toccare con mano le professioni future

- 100 **VISITARE** I luoghi di ispirazione: biblioteche, archivi, raccolte, gallerie e musei specializzati
- 106 **PARTECIPARE** Le iniziative da seguire: festival, rassegne, esposizioni, workshop ed happening
- 110 **APPROFONDIRE** I links per restare sempre aggiornati sulle professioni d'arte
- 114 **RISPARMIARE** Gli enti regionali per il diritto allo studio: residenze, servizi, mense e borse di studio
- 119 **CONOSCERE** *Il Salone dello Studente* di *Campus*: 18 tappe nel 2024/2025. *Class*: le news di education



Plena Education



L'Hub italiano della creatività e della comunicazione

Plena Education ha l'obiettivo di trasmettere, valorizzare e promuovere un patrimonio di **competenze** tipicamente riconducibili alle aree di **eccellenza riconosciute del nostro Paese** (intrinsecamente legate alla nostra storia, alla creatività e al saper fare), che fanno del **Made in Italy** uno dei fenomeni più rilevanti a livello internazionale, dal dopoguerra a oggi.

Le nostre scuole



MODA



BELLE ARTI



DESIGN



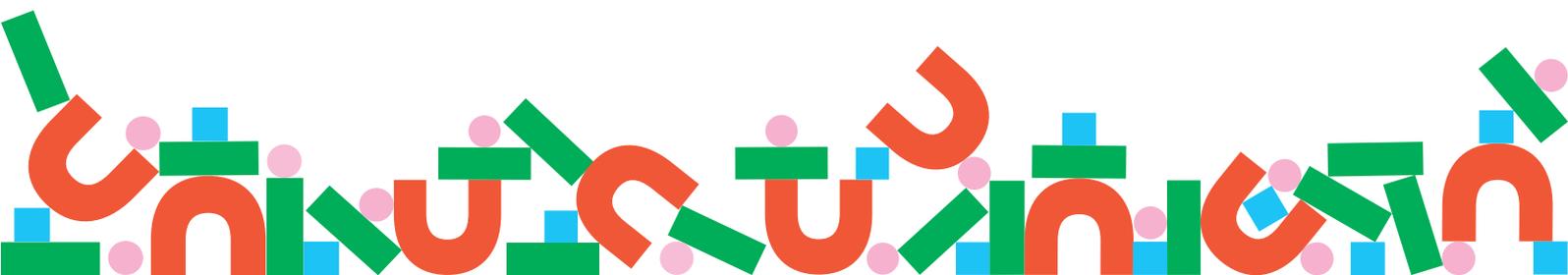
MUSICA



COMUNICAZIONE
E MEDIAZIONE LINGUISTICA



CUCINA E OSPITALITÀ



Una guida controcorrente

Un anno fa, insieme a **Piattaforma Moda**, abbiamo avuto il coraggio di lanciare una **Guida alle Professioni Creative**. È stato un azzardo, in tempi di social e piattaforme digitali, una guida poteva sembrare fuori tempo massimo, eppure eravamo convinti che fosse uno strumento utile in grado di parlare alle famiglie e agli studenti per dire loro che ci sono scuole diverse per *diverse intelligenze e attitudini*.

I risultati ci hanno dato ragione, quasi 300mila copie visionate, hanno ribadito che c'è bisogno di raccontare la creatività non solo come attitudine, frutto del genio, ma come strumento e tecnica da apprendere e mettere a disposizione di un mondo del lavoro. Oggi il mercato del lavoro tende a premiare due skill, la conoscenza della tecnologia e la capacità di approcciare in maniera creativa la realtà.

Ecco perché una **Guida alle Professioni Creative** ci sembra ancora più necessaria, non solo per presentare un sistema formativo all'avanguardia nel mondo, nel campo delle arti, del fashion e del design, non solo per i legami con la grande tradizione culturale e dei mestieri che caratterizza l'Italia, ma anche per dare conto di come l'innovazione sia ormai a pieno titolo entrata nel mondo delle scuole e ne costituisca parte del bagaglio formativo.

Questa guida rappresenta un'op-

portunità per i giovani e le loro famiglie di conoscere un universo di Alta Formazione fortemente legato all'italianità e all'essere italiani nel mondo, in grado di dare uno sbocco formativo ed occupazionale di primissimo livello stante il fortissimo legame che questo sistema scolastico ha con il mondo d'impresa.

La creatività è una skill pervasiva di tutto il mondo del lavoro che attende i nostri giovani, ecco perché *Campus*, che da oltre trent'anni affianca il sistema formativo nazionale nell'orientamento e nella creazione di un ponte tra lavoro e scuola, ha sentito il dovere di costruire questo ulteriore strumento che si va ad aggiungere alla **Guida agli ITS Academy**, ai **Saloni dello studente** (19 eventi territoriali di orientamento in presenza), ai **Sentieri delle professioni** (15 eventi digitali tematici), a **Direzione Futuro** (incontri di Orientamento con i professori).

La guida è uno sguardo su 150 Accademie ed è supportata da tutorial di professionisti che lavo-

rano nel mondo della creatività e che meglio di chiunque possono dare l'idea del profumo che si respira lavorando nel *mondo della creazione*.

La guida si caratterizza per la sua ricchezza e si articola in sezioni che danno conto del mondo creativo. Iniziando con la presentazione dell'*Offerta Formativa*, passando

attraverso il punto sull'*Occupazione* e l'opinione dello psicologo dell'orientamento sulla *Valutazione delle Attitudini*, quindi le *Professioni del Futuro* ad alto tasso di creatività, le descrizioni delle *Mansioni*, i *Distretti* delle regioni italiane, i

Tutorial dei professionisti e i suggerimenti degli *Junior Tutor*, che in una prospettiva peer to peer danno suggerimenti ai ragazzi. Poi è la volta delle best practices *Accademie - Imprese* e quindi della *Directory* e di una guida a *Luoghi ed Eventi* a cui partecipare. Il volume si chiude con le informazioni per il *Diritto allo Studio* e i *Link* per continuare ad approfondire le professioni trattate, dalla loro formazione ai fabbisogni occupazionali.



Domenico Ioppolo

Amministratore delegato di Campus



IAAD.

CORSI TRIENNALI IAAD.

Unisciti alla nostra Design Community

IAAD.

ISTITUTO
D'ARTE
APPLICATA
E DESIGN



Instructions _____



Fondata nel 1934, prima scuola di moda in Italia, all'Istituto Secoli "Saper fare moda" è molto di più di un'arte manuale: è pensiero, idea creativa e tecnica poi trasformata in progetto. E' la nostra passione, la nostra cultura e l'obiettivo che abbiamo quando insegniamo moda.

Scopri i nostri Diplomi Accademici di Primo Livello e i corsi di specializzazione.

MILANO - NOVARA
SECOLI.COM



TAKE CARE OF YOUTH

counseling

dixit

junior tutor

best practice

directory

focus

utilities

LA GUIDA DI **CAMPUS** ILLUSTRATA **150 ACCADEMIE CREATIVE POST-DIPLOMA** E TUTTE LE INFORMAZIONI UTILI AGLI STUDENTI. MA ANCHE A GENITORI, DOCENTI E ISTITUZIONI, CUI RACCOMANDA: **SOSTENETE LA NEXT GEN**, È IL VERO **PNRR** DEL PAESE

La seconda edizione della *Guida alle Professioni Creative 2025*. Tutti i corsi delle *Accademie di Alta Formazione*, approfondisce l'orientamento e l'informazione per studenti, genitori e docenti sulle scelte post-diploma illustrando le 150 principali accademie che formano i futuri giovani professionisti di 10 macro-aree ad «alto tasso di creatività»: moda, grafica, restauro, design, scenografia, arte, musica, teatro, danza e cinema. E poiché una scelta di vita è un momento delicato e complesso, altrettanto articolato è il contenuto di questo volume, per consentire agli studenti di acquisire tutti gli strumenti e gli stimoli necessari per dare risposta ai propri interrogativi.

Sergio Bettini, psicologo dell'orientamento ai Saloni dello Studente di Campus, descrive le intelligenze multiple, suggerendo come scoprire i propri punti di forza e proponendo esercizi per individuare le proprie **Attitudini**. Seguono il capitolo sulla **Formazione**, che illustra lo stato dell'arte dei corsi post-diploma, e quello sull'**Occupazione**, che mostra i settori dove maggiore è il fabbisogno di giovani profes-

sionisti. La sezione sui **Distretti industriali** localizza i luoghi più produttivi del Made in Italy, che è bene conoscere magari in vista di un trasferimento post-laurea. Il lungo capitolo **Counseling** riporta i consigli ai giovani che arrivano da grandi professionisti di tutte le aree trattate, e ricorda in pillole quelli dei personaggi che hanno animato la prima edizione della pubblicazione a fine 2023 (**Dixit**). **Junior Tutor** contiene le dritte dei laureandi delle accademie ai *fratelli minori* delle scuole secondarie di secondo grado, prossimi a diventare matricole universitarie o accademiche o a scegliere il percorso lavorativo futuro.

La sezione **Best Practice** mostra come accademie e imprese cooperino per offrire agli studenti training di qualità, che spesso si tramutano in assunzioni o contratti di collaborazione. La **Directory** illustra tutte le 150 alte scuole censite da Campus e ne riporta i contatti essenziali, dall'indirizzo alla mail, dal telefono al web. I **Focus** passano ai raggi x alcune di queste realtà formative, costituendo anche un format di ciò che uno studente deve chiedere a qualun-

que accademia prima di iscriversi. Il capitolo finale **Utilities** propone luoghi da visitare, iniziative da frequentare, enti per il diritto allo studio da contattare, link da approfondire e naturalmente tutte le occasioni per incontrare dal vivo, ai *Saloni dello Studente* organizzati da *Campus*, i counselor delle accademie. Perché una guida è uno strumento complementare, uno step nel percorso di orientamento di uno studente, ma per una scelta definitiva occorre toccare con mano, conoscere di persona, la realtà che si andrà a frequentare per 3 o 4 anni per preparare al meglio il proprio ingresso ufficiale nella vita adulta.

Ottaviano Nenti



**BLOW-UP
ACADEMY**
CINEMA E ARTI VISIVE

FERRARA

Corsi triennali

Recitazione

Regia

Sceneggiatura

Montaggio e Post-produzione

Direzione della fotografia

Fumetto e Illustrazione

ROMA

Corso biennale

Recitazione teatrale



**Fai esplodere
il tuo talento!**

www.blowupacademy.it



CHE COSA SAPPIAMO DELLA CREATIVITÀ

PER LO PSICOLOGO DELL'ORIENTAMENTO, SERGIO BETTINI, NON SI NASCE CREATIVI MA SI PUÒ DIVENTARLO IN UN SETTORE CIRCOSCRITTO DI INTERESSE. A CONDIZIONE DI AVERLO STUDIATO A LUNGO E DI AVERCI MOLTO RIMUGINATO E RIFLETTUTO. SOLO COSÌ PUÒ ACCENDERSI LA PROVERBIALE LAMPADINA

All'inizio di una delle sue *Lezioni Americane*, Italo Calvino cita un passo del *Purgatorio* nel quale Dante recita «Poi piovve dentro a l'alta fantasia. Dante sta contemplando le immagini che si formano nella sua mente e capisce che non provengono da sedimenti della memoria ma piovono direttamente dal cielo. Questo è il ruolo dell'immaginazione che può aver origine dalla parola e trasformarsi in immagine oppure, all'inverso, scaturire da una visione e trasferirsi

in espressione verbale (un po' il problema dell'uovo e della gallina). Orbene, se al tempo di Dante ciò era prevalentemente connesso alla scrittura o alla pittura, il citatissimo *ut pictura poesis* di Orazio (come nella pittura così nella poesia, ndr), nella nostra società contemporanea giunge a riguardare i settori più eterogenei del vivere.

E, strettamente connesso all'immaginazione, appare **il concetto di creatività**, termine che merita

Esercizio:

PROVATE A PENSARE A UN LIBRO O UN FILM TRATTO DA QUEL LIBRO, COSA AVETE VISTO/LETTO PRIMA? COME AVEVATE IMMAGINATO I PERSONAGGI? È STATA UNA SORPRESA O UNA DELUSIONE?

subito una riflessione o rischia di essere un ombrello che copre le cose più disparate. Si cominci a dire che non abbiamo ancora una definizione condivisa e sod-



© freepik

disfacente del termine creatività e viene a mente quanto affermava Sant'Agostino sul concetto di tempo: «Se nessuno me lo chiede, lo so; se dovessi spiegarlo a chi me ne chiede, non lo so». Al pari di certi termini astratti come ad esempio la felicità si può tentare di definire per contrasto ciò che non è, ma anche in tal modo è facile accorgersi che il significato di infelice non è il semplice contrario di felice.

Quale è il contrario di creativo? E quante cose può essere ciò che non è creativo? Difficile parlare di un concetto di cui non abbiamo neppure una definizione condivisa ma



addirittura ben 94 se si cerca la parola «creatività» nel web. Con la prudenza richiesta, ma altresì con l'esigenza di capire meglio una cosa di cui tutti parlano con grande disinvoltura (e superficialità), la Psicologia si è dedicata negli ultimi 30 anni a esplorare questo terreno misterioso con l'intento di suggerire strategie e potenziamenti, qualora possibili. Ciò che si può dire è che **quello che ancora non sappiamo sulla creatività è molto più di quanto sappiamo, ad esempio sappiamo molto delle condizioni che ostacolano la creatività ma non sappiamo come farla sorgere.**

Parlando della cosa in sé, come direbbe Kant, occorre moderazione perché **spesso si usa il termine creatività quando in verità possiamo trovare all'origine di molte manifestazioni ciò che sarebbe più corretto chiamare piuttosto originalità, novità, estro, inventiva...** Si pren-

Esercizio:

GUARDATE GLI OGGETTI CHE AVETE INTORNO ANCHE SOLO A CASA: QUANTI SONO FRUTTO DI UN BREVETTO/ INVENZIONE O SONO UN MARCHIO PER DISTINGUERLI ALL'INTERNO DI UNA CATEGORIA?

da la moda o la cucina o l'arte i cui prodotti spesso sono un semplice aggiornamento estetico della versione precedente.

Volendo dare una prima indicazione di appartenenza per parlare di creatività **occorre che il focus non sia tanto nella risposta ma nella domanda** e vedere un problema dove nessuno lo aveva visto prima. Tra **originalità e creatività** la linea di demarcazione ha da essere almeno linguisticamente prudente, i due termini non sono interscambiabili o sinonimi e anche la professione del «creativo» caratterizza

una categoria che spesso lavora più sull'immagine che sulla sostanza degli oggetti.

Si può invece tracciare un confine meglio delineato tra i territori della creatività e dell'innovazione:

si parla di innovazione quando è presente e viene rilasciato un brevetto che garantisce l'uso dell'idea ed il possesso al suo inventore. È opportuna questa distinzione perché circola una convinzione facile e pop che l'Italia sia un Paese creativo spesso facendo

riferimento a un nostro luminoso passato, ma non è altrettanto esatto affermare che siamo in posizione di prestigio per quanto riguarda nuovi brevetti e innovazioni dove anche solo in Europa la nostra nazione si colloca a metà classifica.

L'Italia è creativa (meglio dire originale) su tanti aspetti del vivere quotidiano e si può parlare di creatività diffusa ma è meno ricca di innovazioni che poi sono il vero motore dell'economia. L'argomento è stimolante ma è tempo di venire alla domanda che interessa: **creativi si nasce o si diventa?** Allo stato attuale delle ricerche pare si possa rispondere con una delle poche certezze: **creativi non si nasce**, non c'è alcuna prova che dimostri la presenza di una predisposizione o un talento innato ma soprattutto pare non esistere un'abilità trasversale e generale

che possiamo chiamare creatività utilizzabile in tutto gli ambiti. E dunque? **Non si nasce creativi ma si può diventarlo in un**

settore circoscritto di interesse, a condizione di conoscerlo molto bene, lo si è studiato a lungo e poi rimuginando e riflettendo può, non necessariamente, accendersi la lampadina (insight) e spuntare un'idea creativa.

Ma attenzione, **non c'è alcun transfer in campi apparentemente vicini e simili**: si può essere creativi nella fotografia di paesaggi ad esempio,

ma questo non porta a esserlo nella fotografia di ritratti, si può essere creativi nella scrittura ma non nella poesia e via così. Inoltre **l'idea creativa non è detto che giunga quando vorremmo noi ma quando vuole lei**, spesso nelle situazioni che gli anglosassoni indicano con la **formula delle tre b** ovvero in momenti dove non si sta affatto pensando al problema. Dove poi si trovi la creatività non si sa e si può solo accompagnare Astolfo a cavallo dell'Ippogrifo sulla Luna. Si è capito che la creatività non giunge se non richiesta, deve essere stimolata da una esigenza e da un bisogno, **si è creativi quando la situazione lo richiede e la motivazione lo costringe** (per inciso capita lo stesso con la «stupidità», non si è sempre stupidi ma lo si può essere in una data situazione).

Gli esperimenti dell'etologo Koh-

ler hanno dimostrato che solo di fronte al bisogno di cibo lo scimpanzè Sultano trova una soluzione creativa per procurarselo e parimenti Robinson Crusoe inventa un sistema originale per farsi la doccia quando si trova naufrago sull'isola, non ha mai avuto bisogno di pensarci a Londra in casa sua. Si può vivere una vita da non creativi convinti di non esserlo ma di fatto non avendo avuto mai veramente bisogno di

Esercizio:

AVETE MAI AVUTO L'ESIGENZA DI TROVARE UNA SOLUZIONE ORIGINALE DI FRONTE AD UNA SITUAZIONE IMPREVISTA E NUOVA? QUANDO E COSA AVETE TROVATO?

dimostrarlo.

Ma in cosa consiste infine l'idea creativa? Di fronte a un problema **il pensiero può essere riproduttivo o produttivo**: nel primo caso è disponibile una **sequenza di mosse apprese nel passato** e si procede per prove ed errori fino alla soluzione, ad esempio trovare la chiave giusta in un mazzo nuovo o raggiungere un luogo senza avere la mappa. La soluzione viene trovata gradualmente, col passare del tempo, ma non si tratta di creatività bensì di naturale conclusione di una ricerca per la quale si avevano tutti gli elementi a disposizione. **Il pensiero produttivo invece ristruttura il problema e pone l'accento su come questo viene percepito**. La creatività è ristrutturazione ma cosa si ristruttura? Gli elementi del





© freepik

Esercizio:
RISPETTO AI TRATTI DI
PERSONALITÀ RICHIAMATI
DA GARDNER VI PARE DI
POSSEDERNE ALCUNI? DOVE
POTRESTE MIGLIORARE?

verso corsi di formazione ma non ci sono ricette né alcun algoritmo per la creatività e l'innovazione. Ci si può allenare come un atleta ma occorre decidere in quale specifica disciplina, per fare un parallelo vale lo stesso discorso della memoria: **esistono tante memorie** (visiva, uditiva, spaziale, musicale...) e si può attraverso training potenziare quella specifica che si ritiene più utile, ma non si migliora con un unico allenamento la Memoria come funzione psichica generale. L'approccio pedagogico è inol-

tre complicato dal fatto che non sempre ci si rende conto di essere davanti a un problema. Anzi, come si è visto, **i casi genuini di creatività consistono nel vedere un problema dove nessuno fino ad allora lo aveva visto.**

La ricerca è tuttora aperta ma proprio dalle domande, **dai dubbi nasce la creatività** che non è figlia di certezze ma al contrario **nasce da insicurezza** o, come dice lo scrittore David Foster Wallace, **nasce dal non essere arroganti o rinchiusi nella nostra bolla di certezze**, nasce dal «seguir virtute e canoscenza» dell'Ulisse di Dante. Dunque ci si accosti al concetto di creatività con prudenza perché ancora molto sarà da indagare. Si è trovata una

sola caratteristica che sembra essere comune a tutti i soggetti che a vario titolo hanno offerto soluzioni creative ed è una caratteristica che piace assai allo Psicologo di Orientamento: **TUTTI AMANO QUELLO CHE FANNO**

(testo di Sergio Bettini)



Sergio Bettini, Psicologo di Orientamento

CREATIVITÀ PIÙ TECNOLOGIA, L'ASSO VINCENTE DEL FUTURO

LE ACCADEMIE STANNO INSERENDO L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE NEI PIANI DI STUDIO, PER FORMARE FIGURE PROFESSIONALI ADATTE A UN MONDO CHE CAMBIA SEMPRE PIÙ IN FRETTA di Ottaviano Nenti

Se l'**intelligenza artificiale** non sarà il *Personaggio dell'anno* per la rivista **The Time**, settimanale statunitense che alla fine di ogni anno decreta il protagonista del momento, come fu il personal computer nel 1982, di sicuro lo diventerà nelle **Accademie di Alta Formazione creativa italiana**, dove, se fino a ieri l'alta tecnologia svolgeva un ruolo prioritario nell'evolvere le competenze delle nuove generazioni di laureandi, da domani l'AI potrebbe diventare il secondo pilastro hi-tech accanto alle competenze teoriche e pratiche della miglior tradizione Made in Italy.

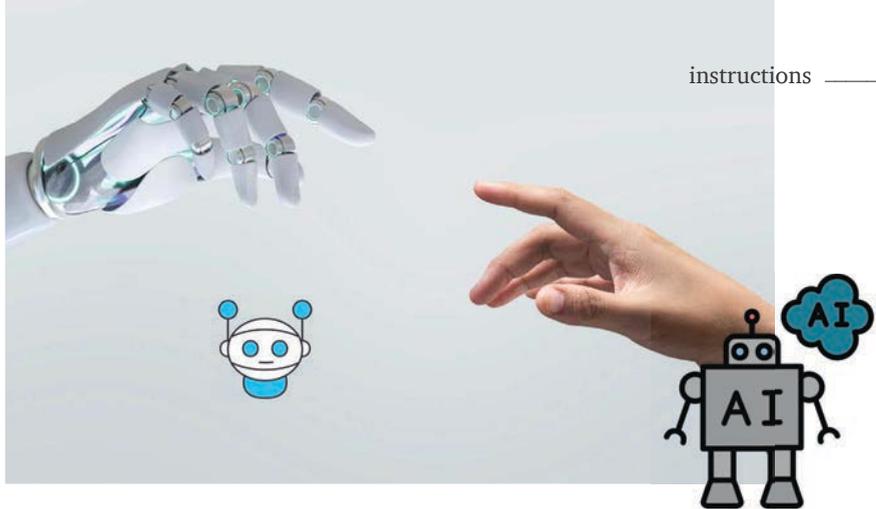
Dalla moda al design, dalla musica al cinema, appare chiaro che la rivoluzione di **chatGPT**, ancora ai primordi nelle sue applicazioni, è destinata a diventare uno strumento essenziale per la coorte generazionale di laureandi che entro il 2030 entrerà a pieno titolo nel mondo delle professioni. Solo per fare qualche esempio, Istituto Secoli sta avviando il progetto CreativIA, che integra l'intelligenza artificiale generativa nello sviluppo dei concept e delle collezioni di moda; Istituto Modartech di Pontedera, in collaborazione con il Dipartimento di Biorobotica della Scuola Superiore Sant'Anna di Pisa, attiva il master di primo livello in Fashion hi-tech per realizzare capi di abbigliamento interpolati a sensori, microchip e materiali tecnologici intelligenti; Accademia Costume e Moda introduce, nei suoi programmi di modellistica, software come Clo3D, ICad3D, Rhino3D e device come Meta Quest Oculus per le simulazioni a distanza: led si avvale di metaverso, 3D, AI e AR (realtà aumentata) nei suoi corsi in Italia e all'estero. E ancora, Rufa, Rome University of Art Design, inaugura il corso in Computer Animation and Visual Effects; Accademia Iuad di Napoli i corsi di 3D Visual Fashion; Laba quello di Z-Brush e Illustrazione Digitale; Naba un master in Screenwriting for series e corsi per UX/UI designer. Accademia Uad di Milano e Napoli si spinge a un dottorato in Innovazione tecnologica e comunicazione che coinvolge AI, realtà virtuale, realtà aumentata e blockchain.

Un tema, quello dell'AI nella creatività, che per la prima volta è protagonista anche del **Fashion Global Summit** organizzato da **Class editori**, giunto alla sua 23a edizione e quest'anno intitolato *The New Rules*, ovvero le nuove regole/tecniche/modalità della moda e della creatività italiana, cui è dedicato anche un omonimo book a cura di **MFF, Milano Finanza Fashion**. Un argomento che, dalla prima edizione della **Guida alle professioni creative** edita da **Campus** nell'ottobre 2023, in un solo anno prorompe anche nella didattica delle 150 scuole post-diploma presentate nel volume.

La formazione alle professioni ad *alto tasso ideativo*, passata in un secolo dalle botteghe artigiane alle accademie di alta specializzazione, in questo decennio si appresta a *un up grade* aggiuntivo e forse a

una rivoluzione copernicana del modo di studiare e di lavorare. La **Guida alle Professioni Creative 2025** di Campus cerca di mettere in luce la metamorfosi e lo stato dell'arte dei 150 istituti post-diploma censiti, illustrandone di ciascuno i corsi offerti o, là dove essi sono molto numerosi, i settori didattici che ricopre.

Anche nelle **70 professioni catalogate**, da Campus, strumenti come AI, hi-tech e blockchain spiccano sin dai nomi dei ruoli descritti. **Dalla A di Art team builder alla W di Web interaction designer**, passando per lavori come Computer animation and visual effects ed **Ecospace designer**; dal Digital strategist all'E-commerce specialist; dal Designer della comunicazione del prodotto digitale al Modellista e prototipista industriale 4.0; dall'Interaction designer allo scultore per installazioni multimediali.



Per spiegare i mutamenti in corso anche nelle professioni creative più tradizionali, in questa nuova edizione delle Guida di Campus sono tanti i contributi di esperti professionisti del *nuovo mondo digitale*. A cominciare da **Mario Rasetti**, professore emerito di fisica teorica al Politecnico di Torino e presidente del Comitato scientifico del Centai, Centro di ricerca avanzata per l'intelligenza artificiale, che consiglia: «Diventate attori dell'intelligenza artificiale generativa, perché è una componente che sta crescendo a un tasso doppio esponenziale nelle professioni, dalla medicina allo spettacolo, dalla produzione industriale a quella culturale».

Naturalmente non tutto sarà pervaso di tecnologia. Le abilità manuali, la sensibilità artistica, la cultura teorica, la vocazione ideativa saranno *elementi umani* irrinunciabili anche nelle professioni del futuro, ma acquisire un approccio all'AI non solo consumistico ma anche proattivo è un'attitudine ormai indispensabile per garantirsi una stabilità lavorativa che, a causa del salto quantico della nuova tecnologia, sembra per i decenni futuri tutta da rimodellare.

Accanto alle *soft skills* (abilità sociali) di cui tanto si è scritto nell'ultimo decennio, serve quindi accostare le *AI skills*, e soprattutto la propensione a continuare a imparare nuove tecnologie senza timori o resistenze inconse. Un processo che vale anzitutto per i giovanissimi studenti cui è principalmente destinata questa guida, ma anche per tutte le figure che li circondano e li supportano nelle loro scelte future: dagli insegnanti ai tutor, dagli orientatori sino, naturalmente, ai loro genitori.

NELL'ECCELLENZA ITALIANA ASSUNZIONI IN CRESCITA

L'ALTO DI GAMMA DEL MADE IN ITALY SEMBRA IMMUNE ALLE CRISI ENERGETICHE E CONGIUNTURALI. LA RICHIESTA DI GIOVANI PREPARATI AUMENTA ANCHE RISPETTO ALLE STIME DEGLI ANNI SCORSI. L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE, ALMENO NEL BREVE-MEDIO PERIODO, CREA NUOVE PROFESSIONI E NON COMPRIME LA DOMANDA

Exploit in Italia del settore software e videogiochi. Il fatturato è cresciuto del 10,5% rispetto al 2022, mentre le assunzioni sono aumentate dell'8,7%.



Cultura e arte sono àmbiti in continua crescita nell'assorbimento di nuovi giovani professionisti. Lo conferma il 14° rapporto *Io sono cultura 2024 - L'Italia della qualità e della bellezza sfida la crisi*, presentato da **Unioncamere** a Roma il 19 settembre 2024 e realizzato insieme ad altri stakeholders come Fondazione Symbola, Centro studi Camere di Commercio Guglielmo Tagliacarne e Deloitte, con il patrocinio del Ministero della Cultura.

La cultura, con un fatturato annuo di 104,3 miliardi di euro (+5,5% nel 2023 rispetto all'anno precedente e + 12,7% sul 2019), vanta 1.550.069 lavoratori attivi: +3,2% sul 2022, contro l'1,8% dell'intero mercato occupazionale. Numeri che triplicano se si aggiungono quelli del comparto delle professioni creative, che porta il valore di mercato complessivo annuo di arte e cultura a 296,9 miliardi di euro, pari al 15,8% dell'intera economia nazionale.

L'exploit più vistoso è certamente quello di **Software e videogiochi**, che si conferma il primo settore con 16,7 miliardi di euro di fatturato, con un incremento del 10,5% rispetto al 2022, e un +8,7% nelle assunzioni. Seguono i mestieri legati alla Valorizzazione del patrimonio storico italiano (+6,9%) e quelli di Architettura e design con un +6,6% di occupazione nel 2023 rispetto all'anno precedente, anche grazie alla trasformazione di molte sue società, oggi molto più strutturate e dimensionate.

Nel quinquennio, rispetto al 2019, l'ultimo anno prima della pandemia Covid, la crescita maggiore si registra nel settore del Patrimonio storico e artistico (+19,6%), seguito da Architettura e design (+11,1%) e Software e videogiochi (+10,7%). In flessione il settore Editoria e stampa (-10,8%), compensato però dalla crescita del 9,2% di tutto ciò che ricade sotto il nome di Comunicazione (9,2%) anche grazie al crescente uso dei social, dell'intelligenza artificiale e dello sviluppo tecnologico complessivo. In crescita contenuta Performing art e arti visive (+1,5%) mentre appare in leggera flessione l'àmbito Audiovisivo e musica (-3,3%) probabilmente danneggiato dalla crescente concorrenza delle piattaforme musicali e da internet in generale.

La produzione dei contenuti beneficia, nell'intera filiera, delle prime sperimentazioni con l'AI nei processi creativi di molti settori. Fenomeno già sviluppato nei videogiochi, dove le tecniche di machine learning sono utilizzate da tempo per migliorare l'esperienza di gaming (dal realismo del gameplay al dinamismo dell'ambiente ludico) così come per automatizzare alcuni compiti di sviluppo.

Oltre all'avanzamento del digitale, numerosi settori si rafforzano grazie alla crescente relazione con il turismo, a partire dall'audiovisivo. I videogame, in particolare, sono usati per la valorizzazione dei beni culturali. Ormai tutte le regioni sono dotate di strumenti per attrarre produzioni e turisti

legati ai luoghi del cinema. Lo sviluppo di contenuti stilisticamente distintivi e in forte connessione con il territorio coinvolge un numero crescente di sviluppatori italiani, anche grazie alle collaborazioni con le Film Commission regionali e tramite progetti unici nel panorama europeo come Italian Videogame Program (Ivipro), associazione che mette in contatto i developer della Penisola con organizzazioni, enti e istituzioni di promozione.

Il rapporto Unioncamere-Fondazione Symbola racconta di una

IL SETTORE CULTURA, CON UN FATTURATO ANNUO DI 104,3 MILIARDI DI EURO, CRESCE DEL 5,5% RISPETTO AL 2023 E VANTA 1.550.069 LAVORATORI ATTIVI (+3,2% RISPETTO AL 2022)

filiera che, insieme a storiche debolezze - come l'eccessiva parcellizzazione del tessuto produttivo e scarsi livelli di tutela del lavoro - dimostra grande vivacità. La compenetrazione con le tecnologie digitali e il protagonismo delle nuove generazioni nella fruizione e nella produzione di contenuti consentono una capacità trasformativa in grado di promuovere innovazione anche nell'economia e nella società, accompagnando la crescita dei territori e del Paese.

Fra i giovani, la maggiore criticità sembra potersi individuare in un'amplissima presenza di contratti a termine, che comporta come effetto domino, precarietà professionale e incertezza progettuale esistenziale. Fattori che con

ogni probabilità incidono sulla drammatica denatalità che investe la nostra Penisola.

Se a queste evidenze si aggiunge il ben noto fenomeno della fuga dei cervelli all'estero, il calo delle coorti generazionali più giovani (secondo Istat, dal 2002 al 2023 gli under 35 in Italia sono diminuiti di oltre 3 milioni, -23,2%), le retribuzioni inadeguate rispetto all'accresciuto costo della vita dovuto all'inflazione (il nostro Paese è in coda fra le nazioni Oece anche in fatto di aumenti contributivi nominali), il panorama

**DA QUEST'ANNO AL 2028,
UN REPORT DI ALTAGAMMA
PREVEDE UN FABBISOGNO
DI ALMENO 276MILA GIOVANI
NEI SOLI SETTORI DI MODA
E DESIGN, AUTOMOTIVE,
FOOD E OSPITALITY**

sembra richiedere urgentemente, alle classi dirigenti italiane, maggiore lungimiranza, valorizzazione e attenzione verso l'ultima, e numericamente più esigua, Next Gen italiana. Basti ricordare (dati Unioncamere e Fondazione Symbola) che la precarietà giovanile, nei 3 settori creativi più colpiti, supera ampiamente il 20%: 30,8% nell'ambito Performing arts e Arti visive; 23,9% nelle Attività di Valorizzazione del Patrimonio Storico e Artistico e 20,2% nel settore Architettura e Design.

Fra le città maggiormente in grado di assorbire nuova forza lavoro altamente qualificata spicca come sempre Milano (13,4%), seguita



da vicino dalla capitale Roma con l'11,7% degli occupati. Seguono Torino (5,1%), Napoli (3,5%) e Firenze (3,6%). La Top Ten è completata da Bologna (2,4%), Padova (2%), Brescia e Bergamo (entrambe con l'1,9%) e Verona (1,8%).

Dopo la doverosa sottolineatura delle criticità, va ricordato che feedback positivi sul fabbisogno occupazionale delle aziende artistico-artigianali arrivano anche da altre autorevoli fonti: nel suo convegno «Giornata Altagama 2024», il report dell'omonima associazione che riunisce le aziende italiane posizionate nell'alto di gamma della creatività e della cultura italiana, presentato il 29 maggio 2024 a Roma, prevede da quest'anno al 2028 un fabbisogno di almeno 276mila giovani professionisti nei soli settori di Moda e design, Automotive, Food e Hospitality, da parte dei brand manifatturieri italiani.

A favore delle nuove generazioni di creativi ci sono anche i macro-cambiamenti in atto dovuti alla transizione digitale e ambientale. A fronte della marginalizzazione di alcune occupazioni se ne

creeranno di nuove, essenzialmente legate alle nuove tecnologie. Le professioni del futuro saranno più articolate, così come le competenze richieste. Ciò potrebbe portare, in un quadriennio, a un aumento dei dipendenti dei settori privati fino 1,3 milioni e sino a 418mila i lavoratori autonomi. L'industria richiederà fino a 438mila nuovi ingressi mentre i servizi fino a 1,2 milioni. Su numeri così consistenti va considerata l'incidenza del turn-over generazionale. Geograficamente la crescita sarà maggiore a Nord-Ovest con il 40% del totale nazionale.

Trend tecnologico e impulso alla digitalizzazione stimoleranno anzitutto la filiera dell'informatica e delle telecomunicazioni, seguite dagli ambiti consulenza, mobile, arredamento e moda: settori che beneficeranno anche di un incremento delle esportazioni. La crescita sarà favorita anche dalla trasformazione scaturita dalle soluzioni implementate durante la pandemia Covid, (didattica a distanza, accessi virtuali, ecc.), destinate a cambiare la modalità di erogazione dei servizi formativi e culturali. Le filiere del commercio e del turismo, che più hanno sofferto lo choc pandemico, sono





Fondazione Altagama riunisce le eccellenze culturali e creative italiane dei settori della moda, del design, della bellezza, della gioielleria, delle calzature, dell'alimentazione e del benessere.

interessate dalla Componente 3 della Missione 1 del Pnrr, che punta a rilanciare cultura e turismo con interventi di valorizzazione di siti storici e culturali, e di riqualificazione e rinnovamento dell'offerta con nuovi servizi, che porteranno a un incremento occupazionale stimato tra lo 0,9% e l'1,4% annuo.

Anche la transizione verde ha ricevuto impulso dal programma Next Generation EU. A beneficiarne sono anzitutto i settori meccatronica, agroalimentare, arredamento e costruzioni. Ma il trend riguarderà in modo trasversale la maggior parte delle attività. Gli investimenti del Pnrr dovrebbero sostenere l'evoluzione di moderne filiere settoriali, come le tecnologie legate all'idrogeno, ai satelliti, alla microelettronica, allo sviluppo delle batterie, al rafforzamento di cybersecurity e cloud. Gli investimenti in infrastrutture per ricerca, economia circolare, telecomunicazioni, energia e tra-

sporti permetteranno lo sviluppo di una nuova offerta di beni e servizi in numerosi segmenti, come i servizi digitali nella telemedicina e nella smart mobility.

Fra i lavori legati al patrimonio culturale faranno la differenza competenze come conoscenza storica e culturale, gestione del patrimonio, attività di conservazione e restauro, museologia, archivistica, ricerca e analisi, educazione e comunicazione, conoscenza di leggi e normative, familiarità con le tecnologie digitali. Tra le cosiddette soft skill consentiranno un upgrade abilità interpersonali come la capacità di collaborare con numerosi stakeholder, la conoscenza di lingue straniere e l'etica professionale.

In crescita sono anche professioni come Digital curator, ovvero il responsabile catalogazione e accesso alle risorse digitali; Data visualizer, il traduttore di dati complessi in visualizzazioni grafiche; Cultural experience designer, creatore

di esperienze coinvolgenti in musei, teatri e aziende; Social media manager per le arti, gestore della presenza online di enti, organizzazioni e artisti; Sviluppatore di app culturali, creatore di applicazioni mobili e software per migliorare l'accesso e l'esperienza culturale. Una mappatura delle professioni culturali emergenti e dei loro percorsi formativi è stata effettuata da Fondazione Compagnia di San Paolo (www.compagniadisanpaolo.it/it/progetti/professioni-culturali-e-loro-percorsi-formativi). I comparti produttivi culturali sono raggruppati in 7 macrodomini: patrimonio storico-artistico (musei, biblioteche, archivi, monumenti); performing arts (attività teatrali, concerti), arti visive; editoria e stampa; audiovisivo e musica; videogiochi e software; comunicazione. Una delle principali caratteristiche dei lavori culturali, spiega Eurostat, è la trasversalità: gli occupati riescono a muoversi con una certa agilità all'interno dei vari domini che compongono ciascun settore.

I LAVORI DEL FUTURO

QUALI SONO I RUOLI CREATIVI? CAMPUS HA INDIVIDUATO I 70 SU CUI SCOMMETTERE: PROFILI AI QUALI CORRISPONDONO CORSI DI ACCADEMIE E ITS ACADEMY O SONO SEGNALATI DALLE FILIERE DI SETTORE. CON UNA DESCRIZIONE DELLE LORO PRINCIPALI MANSIONI

___ 1 **ARCHITETTO D'INTERNI**

Progetta gli spazi e la disposizione degli oggetti all'interno di un luogo chiuso, privato o pubblico, commerciale, espositivo, di lavoro o altro. Presta attenzione agli aspetti pratici e funzionali del vivere lo spazio, dalle dimensioni alla disposizione, dalla qualità alla salubrità.

___ 2 **ART TEAM BUILDER**

Impiega capacità sia artistico-creative sia sociali per potenziare gruppi di diverso tipo, dal lavoro allo sport, dallo studio alla ricerca, dalla classe scolastica alla famiglia sino alle strutture aziendali, favorendo il raggiungimento dei risultati e il benessere di ogni individuo nel gruppo.

___ 3 **BEAUTY DESIGNER**

Ruolo recente che richiede una conoscenza a 360 gradi nel settore della bellezza cosmetica. Realizza progetti mediante la sua cultura cosmetica e decorativa e un'accurata ricerca stilistica allo scopo di ideare nuovi trend che trovano applicazione sulle passerelle e sulle pagine dei magazine nazionali ed internazionali.

___ 4 **COMPOSER**

Compone, ovvero crea musica e testi per musica attraverso scritture e partiture, combinando fra di loro idee musicali. Oltre agli studi classici nei Conservatori, oggi la formazione di compositore può essere acquisita anche nelle accademie, specie se legate all'uso di mezzi musicali elettronici.

___ 5 **COMPUTER ANIMATION AND VISUAL EFFECTS**

È il designer dell'animazione digitale e degli effetti visivi per il cinema, la televisione, le produzioni audiovisive e web. Utilizza manualità e tecniche digitali, conoscenze culturali, capacità psicologiche e creative per realizzare video animazioni e lavorare in diversi campi, dalla pubblicità al cinema, dalla Tv ai videogiochi.

___ 6 **COMUNICATORE DELL'ARTE E COMMUNICATION DESIGNER**

Immagina e realizza l'aspetto visivo-strategico di un progetto pubblicitario, di branding o personal branding, digitale o tradizionale. Possiede l'insieme di conoscenze e tecniche utili per la costruzione efficace del messaggio promozionale attraverso il codice del linguaggio visivo.

___ 7 **CONSULENTE D'IMMAGINE E ARMOCROMISTA**

È la figura professionale che si occupa di curare e migliorare l'immagine e l'estetica di una persona, valorizzandone l'aspetto attraverso combinazioni di stili e colori innovativi.

___ 8 **COPYWRITER**

Definito anche redattore pubblicitario, è il professionista esperto in copywriting, ovvero un esperto nella redazione di testi advertorial (pubblicitari) e di marketing. Ha lo scopo di creare contenuti per attirare l'attenzione del target di riferimento e raggiungere gli obiettivi prefissati dalle campagne su cui lavora.

___ 9 **COREOGRAFO**

È il professionista che provvede a creare una coreografia adatta a ogni specifica occasione. Si occupa di definirne la struttura e il disegno, per poi applicarle a balletti, spettacoli ed eventi non solo artistici ma anche di natura sportiva.

___ 10 **DECORATORE**

Si tratta di un esperto che ha come compito quello di eseguire lavori di decorazione in attività industriali o artigianali, eseguendo opere di pittura e ornato su pareti interne o esterne di edifici.

___ 11 **DESIGNER D'INTERNI**

Si occupa dello studio e della progettazione di spazi interni e dei relativi arredi, applicando le regole della funzionalità e dell'ergonomia, seguendo le esigenze di chi ne fruisce.

___ 12 **DESIGNER DI PRODOTTO**

È il professionista che, tramite la sua creatività, provvede a definire design, materiali e forme di un prodotto con l'obiettivo di creare un bene bello e funzionale destinato a uno o più scopi.

___ 13 **DESIGNER AND ECOSPACE DESIGNER**

Ridisegna la città e gli spazi liberandoli da ostacoli visivi, restituendo le superfici, ristrutturando e rispettando il patrimonio materiale e immateriale, creando un ambiente sostenibile per gli esseri umani e per l'ambiente. È un esperto di ricerca tecnica e tecnologica della sostenibilità, utile a garantire criteri di comfort ambientale.

___ 14

DESIGNER DELLA COMUNICAZIONE DEL PRODOTTO DIGITALE

Progetta gli elementi visivi strategici per la buona riuscita di una campagna promozionale, per la vendita di un prodotto o per la creazione di una strategia di branding o di personal branding.

___ 15

DIGITAL AND INNOVATION MANAGER

È il professionista che assicura la gestione delle attività di un'impresa in termini di processi organizzativi, stimolando la ricerca e favorendo il consolidamento di innovazioni per lo sviluppo dell'azienda.

___ 16

DIGITAL STRATEGIST

Si occupa principalmente di definire la corretta strategia digital in merito a specifici progetti o clienti, sviluppando e implementando strategie di marketing su misura per i vari programmi di sua competenza.

___ 17

E-COMMERCE SPECIALIST

Si occupa di studiare e realizzare strategie e soluzioni innovative di vendita online all'interno di aziende sia BTC che BTB. Ha una visione a 360° su come realizzare e sviluppare un e-commerce di successo.

___ 18

EXHIBITION DESIGNER

Studia i comportamenti della folla per progettare o reinventare allestimenti ed esposizioni in luoghi quali negozi, musei, fiere e spazi urbani.

___ 19

FASHION AND TEXTILE DESIGNER

Si occupa di funzioni tra loro molto differenti, come disegnare, progettare e realizzare collezioni di moda, sia che si tratti di abbigliamento, di accessori, di arredamento, sia di complementi di arredo, come i tessuti decorativi.

___ 20

FASHION STYLING

Definisce strategie di comunicazione visiva per la moda e per il lusso

e ha il compito di proporre idee e soluzioni, che si concretizzano nei progetti, al fine di valorizzare ed esprimere la linea estetica del brand.

___ 21

FASHION SUSTAINABILITY MANAGER

Si occupa di gestire e coordinare l'azienda tra i vari momenti e comparti della produzione, dall'ufficio stile alla produzione, dalla gestione della supply chain alla comunicazione, con l'obiettivo di rendere più sostenibile il brand.

___ 22

FASHION JEWELLERY COORDINATOR

È la figura di coordinamento del mondo jewelry, ovvero della gioielleria di lusso. Si occupa di gestire la distribuzione sia dal punto di vista dell'ideazione del prodotto sia dal punto di vista della produzione materiale.

___ 23

FOTOGRAFO PER LA COMUNICAZIONE PUBBLICITARIA E DELLA MODA

Si tratta di un fotografo capace di gestire ogni fase del progetto: dall'ideazione alla post-produzione, passando per l'organizzazione e la produzione dell'immagine, senza trascurare gli aspetti promozionali ed economici necessari per la gestione dell'impresa e il rapporto con i clienti.

___ 24

FUMETTISTA

È un artista specializzato in creazione d'immagini volte a raccontare una storia. In passato disegnava solo a mano, utilizzando fogli, matite e penne colorate. Oggi si avvale spesso di programmi per disegnare fumetti e strumenti avanzati come la tavoletta grafica.

___ 25

ILLUSTRATORE

Crea immagini per scopi editoriali, pubblicitari, didattici o d'intrattenimento. È colui che recepisce le richieste del committente e lavora per assicurare alle idee e allo storytelling una forma visuale.

___ 26

GAME DESIGNER

Utilizzando la propria conoscenza «ludica», il game designer sfrutta le sue abilità per creare un gioco di successo studiando la piattaforma su cui verrà veicolato il gioco, il genere e il pubblico di riferimento.

___ 27

GRAFICO MULTIMEDIALE

È colui che è in grado di progettare e sviluppare soluzioni grafiche per prodotti multimediali, mantenendone e aggiornandone i contenuti.

___ 28

GRAPHIC DESIGNER

Progettista della comunicazione visiva, racconta e comunica un messaggio efficace attraverso un linguaggio convincente e incisivo, risultato di un abile accostamento di immagini, illustrazioni, grafiche e testi.

___ 29

GREEN PRODUCT DESIGNER

Il professionista che, grazie all'unione di competenze tecniche e doti creative, progetta oggetti che semplificano la vita quotidiana, tenendo conto sia delle esigenze dell'azienda sia dei bisogni e dei desideri degli utenti. Prodotti in grado di coniugare estetica, innovazione, sostenibilità e funzionalità.

___ 30

HABITAT DESIGNER

Definito anche architetto paesaggista, è l'esperto che studia e migliora le strutture fisiche, naturali e artificiali nelle quali viviamo. Dagli spazi di vita e di lavoro agli spazi verdi, fino agli oggetti di uso quotidiano, secondo diverse scale di intervento.

___ 31

ILLUSTRATORE PER L'EDITORIA

Questa figura realizza immagini dettagliate per l'editoria tecnico-scientifica, lavora per l'editoria fantasy, per l'editoria per bambini e ragazzi o progetta le copertine dei progetti editoriali.

___ 32

IMAGE CONSULTING

Si occupa di aiutare le persone nella valorizzazione della propria immagine, con l'obiettivo di definire un'immagine e uno stile coerente con la personalità e le peculiarità del cliente.

— 33

INNOVATION DESIGNER

Si tratta di una figura poliedrica, con un bagaglio di strumenti che gli permette di gestire e guidare i processi di transizione, nei team e nelle organizzazioni, per raggiungere la situazione aziendale desiderata.

— 34

INTERACTION DESIGNER

L'interaction designer è il professionista che si occupa di progettare l'interazione tra l'uomo e i sistemi meccanici e informatici. Possiede profonde conoscenze in settori diversi come graphic design, psicologia cognitiva e marketing.

— 35

INTERIOR DESIGNER

È il professionista che provvede a progettare spazi interni: è una figura formatasi tra architettura e design, che domina pienamente i temi degli spazi e delle loro funzionalità.

— 36

JEWEL AND ACCESSORY DESIGN

Progetta quei gioielli e accessori preziosi che in genere si ammirano, comprano, regalano e naturalmente indossano. È in grado di tradurre in oggetto prezioso un'idea originale e seguirne passo dopo passo la realizzazione.

— 37

MAKE UP BEAUTY PROFESSIONIST

Si tratta di un professionista del trucco che conosce le tecniche per valorizzare i punti di forza dell'immagine delle persone e le applica, insieme alla sua creatività, per mettere in risalto le potenzialità di ogni volto.

— 38

MEDIA DESIGNER

Progetta pagine e piani di comunicazione attraverso i social media e sviluppa applicazioni moderne come custom tabs/sections, splash pages, giochi e app interattive.

— 39

MODELLISTA DI CONFEZIONE E SARTORIA

Un professionista dell'abbigliamento capace di creare capi di alta qualità partendo dall'interpretazione del disegno dello stilista.

— 40

MODELLISTA E PROTOTIPISTA INDUSTRIALE 4.0

È una nuova figura professionale strategica nelle aziende di moda che coniuga le competenze tecniche di modellistica con le conoscenze di progettazione CAD.

— 41

MONTATORE CINEMATOGRAFICO

Si occupa di comporre un film, un clip, un medio o cortometraggio, collocando nella corretta successione, e nella maniera più efficace possibile, le varie sequenze registrate nelle fasi di ripresa.

— 42

PACKAGING DESIGNER

Interpreta la storia e l'utilizzabilità di un prodotto, attraverso una confezione o un imballaggio originale e personalizzato, al fine di incuriosire e persuadere il potenziale compratore.

— 43

PRODUCT DESIGNER

Analizza i bisogni di acquisto e consumo della società e cerca di soddisfarli attraverso l'ideazione di prodotti desiderabili. Idea e inventa prodotti che ancora non esistono, ma che possono soddisfare bisogni inediti o che ancora non trovano pienamente riscontro nelle ricerche dei consumatori.

— 44

PRODUTTORE CINEMATOGRAFICO

È colui che si occupa di valutare il soggetto o la sceneggiatura che viene proposta da un autore, allo scopo di finanziare il progetto.

— 45

PROGETTISTA ARTISTICO PER L'IMPRESA DI MODA

Sviluppa le competenze progettuali e la pratica degli strumenti tecnologici espressivi, sia tradizionali sia della contemporaneità, che riguardano l'uso e la gestione dello spazio e i principi della comunicazione e della rappresentazione.

— 46

PROGETTISTA CULTURALE E ARTISTICO

Si occupa della progettazione e dell'organizzazione di eventi per enti culturali pubblici e privati.

— 47

PROGETTISTA DI SCENA

Idea e realizza bozzetti, progetti, animazioni e schizzi per scenografie. Ne cura la realizzazione e l'allestimento, costruendo le scene, calibrando le luci e supervisionando l'allestimento dell'intera scenografia.

— 48

REGISTA

È colui che, nell'ambito della produzione teatrale, televisiva o cinematografica dirige, una équipe tecnico-artistica, svolgendo un'opera di guida per autori, sceneggiatori, attori, scenografi, costumisti, cameraman, tecnici audio e delle luci.

— 49

RESTAURATORE

È il professionista che ha il compito di definire con precisione lo stato di conservazione di un'opera e mettere in atto un complesso di azioni dirette e indirette per limitare i processi di degrado, salvaguardandone il valore culturale.

— 50

RICERCATORE MUSICALE

Lavora per produrre e distribuire al grande pubblico l'opera musicale di un artista, nella maggior parte dei casi collaborando con autori emergenti.

— 51

SCENOGRFO E ALLESTITORE DI SPAZI ESPOSITIVI E MUSEALI

Sviluppa un'attenta progettazione degli spazi museali per curare la disposizione

delle opere in ogni singolo dettaglio, offrendo al pubblico un'esperienza coinvolgente e possibilmente *memorabile*.

___ 52 **SCENOGRAFO DEL TEATRO D'OPERA**

È una figura che si occupa di ideare tutti gli allestimenti e l'intero scenario entro il quale si svolge un'opera teatrale.

___ 53 **SCULTORE PER INSTALLAZIONI MULTIMEDIALI**

Utilizza vari mezzi come pittura, disegno, scultura, fotografia, carta stampata, installazione, performance, media digitali e altri materiali per creare arte.

___ 54 **SET AND LOGISTIC DESIGN**

È la figura che si occupa della logistica e del design dei set interni ed esterni per la produzione video, fotografie e opere teatrali.

___ 55 **SHOES DESIGNER**

Disegna calzature per la propria linea o per il brand per il quale lavora, utilizzando la propria conoscenza estetica e di prodotto nel settore moda, design e calzature.

___ 56 **SHOWROOM MANAGER**

Si occupa del campionario, fissa gli appuntamenti con i clienti e comunica all'azienda sia le nuove tendenze della moda sia l'andamento delle vendite. Conosce molto bene il mercato della moda italiano e straniero.

___ 57 **SPACE DESIGNER**

È la figura che si occupa dell'ideazione e della progettazione degli spazi nei quali un brand si trova a operare.

___ 58 **STILISTA E STILISTA TECNOLOGICO**

È un autore di capi di abbigliamento in grado di unire tradizione industriale, ricerca e innovazione, traducendo l'idea creativa iniziale nel concreto prodotto finale attraverso un approccio il più possibile innovativo e pratico insieme.

___ 59 **STORYTELLER**

È un professionista specializzato nella "narrazione d'impresa", il cui obiettivo è promuovere un prodotto o un servizio in maniera coinvolgente: raccontando una storia in grado di suscitare quanto più possibile interesse ed emozione nell'utente.

___ 60 **TATUATORE ARTISTICO**

È un disegnatore che si occupa di ideare e realizzare tatuaggi sulla pelle. In base al proprio gusto artistico e alla propria attitudine personale, ogni tatuatore può specializzarsi in svariati generi e dimensioni.

___ 61 **TEXTILE DESIGNER**

Professionista che possiede le capacità necessarie per disegnare, progettare e realizzare una collezione di moda, che si tratti di abbigliamento e accessori piuttosto che di arredamento e di complementi di arredo.

___ 62 **TRUCCATORE TEATRALE**

Si occupa di truccare, con diverse finalità e utilizzando diversi cosmetici specifici, gli attori teatrali impegnati in una rappresentazione artistica.

___ 63 **VIDEO E POST-PRODUTTORE**

Cura il montaggio, l'ottimizzazione, la correzione del colore, gli effetti visivi, l'animazione, la registrazione del suono e la registrazione di effetti sonori di video, clip e film.

___ 64 **VISUAL MERCHANDISER**

Si occupa dell'esposizione e della disposizione dei prodotti all'interno

di un'area commerciale e in vetrina, allo scopo di creare uno scenario attraente per i clienti.

___ 65 **VIDEOMAKER**

Realizza contenuti visivi per raccontare e comunicare un messaggio attraverso la miglior combinazione possibile di immagini e suoni.

___ 66 **VISUAL LIGHT DESIGN**

È un professionista che utilizza la luce come strumento espressivo, comunicativo e funzionale ed è in grado di sviluppare e coordinare un progetto di illuminazione per un determinato spazio, utilizzando luce naturale e artificiale.

___ 67 **VOCALIST**

Intrattiene le persone in uno spazio pubblico, dalla pista da discoteca ai tavoli di un ristorante. Utilizza la propria voce per animare la serata o l'evento, intrattenendo, animando e coinvolgendo il pubblico.

___ 68 **WEB DESIGNER**

Si occupa della progettazione e del design di prodotti illustrati su internet e su piattaforme interattive, dalla messa a punto delle immagini e delle informazioni alla cura del rispetto dei principi di utilizzabilità e accessibilità.

___ 69 **WEB INTERACTION DESIGNER**

È colui che cerca di trovare una sintesi tra i meccanismi tecnicamente complessi di una macchina tecnologica e le più semplici manovre umane, riducendo al minimo gli sforzi per aumentare coinvolgimento e soddisfazione.

___ 70 **3D DESIGNER**

Professionista della modellazione digitale, deve possedere uno spiccato senso estetico, che deve saper applicare in un contesto tridimensionale.

ECCO DOVE BUSSARE PER TROVARE POSTO

LE IMPRESE CREATIVE SONO PRESENTI LUNGO TUTTA LA PENISOLA. MA CI SONO ALCUNI DISTRETTI CHE NE CONCENTRANO NUMEROSE. SAPERE DOVE SI TROVANO PUÒ ESSERE MOLTO UTILE IN PROSPETTIVA POST-LAUREA PER CONOSCERE DOVE INVIARE IL CURRICULUM E PREDISPORRE UN POSSIBILE TRASFERIMENTO

ABRUZZO

Abbigliamento, nord e sud abruzzese; tessile della Val Vibrata (Teramo); vetro di Vasto e San Salvo (Chieti); tessile della Maiella (Chieti).

BASILICATA

Corsetteria di Lavello (provincia di Potenza); distretto del mobile di Matera.

CALABRIA

Agro-Alimentare.

CAMPANIA

Pelletteria e calzature di Napoli; oreficeria di Marcianise (Caserta); conceria di Solofra (Avellino); tessile di San Marco dei Cavoti (Benevento); Sant'Agata dei Goti e Casapulla (Benevento); Calitri (Avellino); San Giuseppe Vesuviano (Napoli); calzaturiero di Grumo Nevano (Napoli); Aversa e Trentola Ducenta (provincia di Caserta); restauro delle arti delle civiltà orientali (Napoli).

EMILIA ROMAGNA

Calzature femminili di San Mauro Pascoli (Forli-

Cesena); ceramica di Sassuolo (Modena); mobile imbottito di Forlì; maglieria e total look di Carpi e Bologna; abbigliamento di Rimini; ceramica di Faenza (Ravenna); calzaturiero di Fusignano e Bagnocavallo (Ravenna); design della motoristica di Borgo Panigale (provincia di Bologna).

FRIULI-VENEZIA GIULIA

Filiera della sedia di Manzano (Udine); mobile di Livenza (fiume al confine tra Friuli e Veneto); coltelleria di Maniago (Pordenone); distretto delle tecnologie digitali del cluster Ditedi di Feletto Umberto Tavagnocco (provincia di Udine).

LAZIO

Abbigliamento della Valle del Liri (Lazio meridionale, provincia di Frosinone); cinema (Roma Cinecittà); teatro; opera; editoria.

LIGURIA

Distretto del vetro e della ceramica di Savona; elettronica di Genova; lavorazione della pietra del golfo di Tigullio

(Rapallo-Genova); cantieristica, nautica e design della nautica di La Spezia; cantieristica industriale navale di Genova.

LOMBARDIA

Seta e tessile di Como; abbigliamento-tessile del Gallaratese (Varese e nord-ovest milanese); calzature di Vigevano (Pavia); tessile e abbigliamento della Val Seriana (Bergamo); tessile del lecchese (Lecco); calzetteria di Castel Goffredo (Mantova/Brescia/Cremona); distretto delle forbici di Premana, alto lecchese (Lecco); distretto del bottone di Grumello del Monte (Bergamo); elettronica dell'est milanese; distretto del legno viadanese-casalasco (Cremona/Mantova); metadistretto del design di Milano; metadistretto della moda di Milano e di Cernusco sul Naviglio (Milano); mobile della Brianza (Monza e Brianza); tessile intimo della Val Camonica (Bergamo e Brescia); posate e pentole di Lumezzane (Brescia); giocattolo di Canneto sull'Oglio (Mantova); alta

moda, pubblicità, editoria, teatro, musica (Milano).

MARCHE

Calzature di Fermo; calzature di Civitanova Marche; jeans valley di Montefeltro; pelletteria di Tolentino; mobile di Pesaro; strumenti musicali di Castelfidardo, Loreto e Recanati (tra Ancona e Macerata); polisettoriale di Civitanova Marche (Macerata); plurisettoriale di Recanati (Macerata), Osimo e Castelfidardo (Ancona); distretto del cappello di Montappone (Fermo).

MOLISE

Abbigliamento di Trivento e Riccia (Campobasso).

PIEMONTE

Tessile-laniero di Biella; oreficeria di Valenza; macchine tessili di Biella; design industriale di Ivrea; distretto dell'indotto Fiat di Torino Lingotto; rubinetteria di Cusio di Valsesia (tra la provincia di Verbano-Cusio-Ossola e la provincia di Novara); tessile di Chieri (città

metropolitana di Torino) e Cocconato (Asti); tessile di Oreggio (basso varesotto in Lombardia) e Varallo Pombia (Novara); orafo di Valenza Po (Alessandria); design di Torino Lingotto.

PUGLIA

Sneaker del Salento (province di Lecce, Brindisi e Taranto); abbigliamento del barese (Bari); calzaturiero di Barletta; calzaturiero di Casarano (Lecce); informatica, abbigliamento salentino

(Lecce); food e agroalimentare di Bari.

SARDEGNA

Distretto del marmo di Orosei (Nuoro).

SICILIA

Ceramica di Santo Stefano di Camastra (Messina); indotto della Silicon Valley di Catania; distretto della ceramica di Caltagirone (Catania).

TOSCANA

Pelletteria e calzature di

Firenze; pelletteria di Siena; tessile e abbigliamento di Prato; oreficeria di Arezzo; abbigliamento di Empoli; macchine per il tessile di Prato; concia di Santa Croce sull'Arno (Pisa); calzature di Lamporecchio (Pistoia); pelletteria e calzature di Arezzo.

TRENTINO-ALTO

ADIGE

Legno, carta, edilizia e arredamento, mecatronica.

UMBRIA

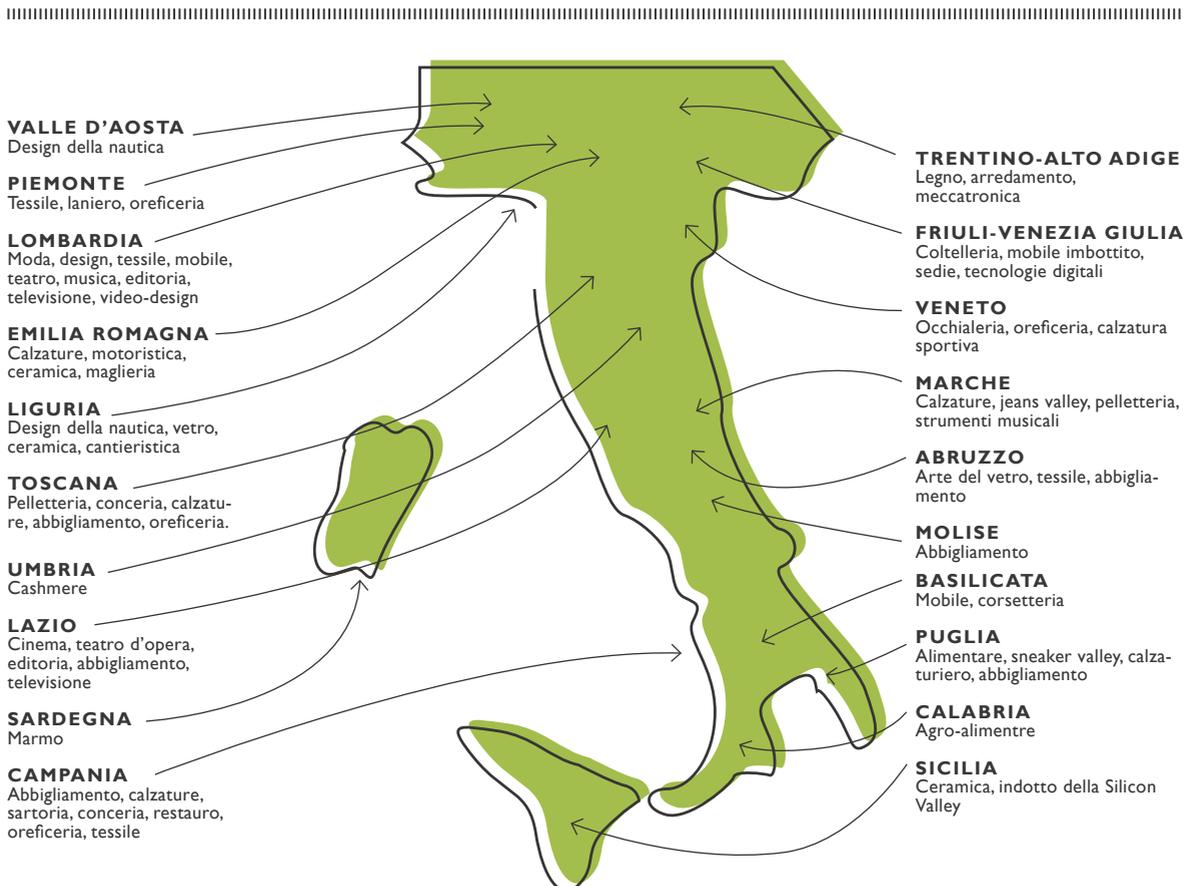
Cashmere e abbigliamento di Perugia.

VALLE D'AOSTA

Design della nautica.

VENETO

Occhialeria di Belluno; oreficeria di Vicenza; calzatura e sport system di Montebelluna (Treviso); tessile di Treviso; calzature del Brenta (Padova e Venezia); concia di Arzignano (Vicenza); calzatura del veronese (Verona).



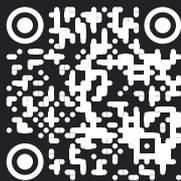
Lode ai creativi



Fashion design
Communication design
Interior design
Cinema & ADV

CORSI TRIENNALI
BIENNI SPECIALISTICI
MASTER

**REGISTRATI
SUL SITO**



NAPOLI | MILANO



Counseling —



L'ESPERIENZA DELL'ARTE MOTORE DELL'ISPIRAZIONE

IL PROGETTO CULTURA DI INTESA SANPAOLO È UN'OPPORTUNITÀ PER CHI SI AVVICINA AL MONDO DELLA CREATIVITÀ. NE PARLA IL DIRETTORE GENERALE DI GALLERIE D'ITALIA MICHELE COPPOLA

Con più di 30mila opere in collezione e oltre mezzo milione di visitatori all'anno nelle Gallerie d'Italia di Milano, Napoli e Vicenza, il Progetto Cultura Intesa Sanpaolo è certamente un esempio virtuoso di valorizzazione e condivisione del patrimonio culturale nazionale, ma soprattutto un luogo dove i giovani incuriositi dal mondo della creatività possono trovare ispirazione non solo artistica, ma anche sui mestieri della conservazione. Come spiega in questa intervista il direttore generale di

Gallerie d'Italia, Arte, Cultura e Beni Storici di Intesa Sanpaolo Michele Coppola.

Gli studenti che vogliono intraprendere una professione artistica visitando le Gallerie d'Italia, quali suggestioni possono ricavare?

Ciascuna delle quattro sedi, da Milano, a Napoli, Torino e Vicenza trasferisce e condivide emozioni in maniera diversa. La prima cosa che colpisce è la bellezza dei palazzi e delle collezioni permanenti, un dialogo

tra pittura, scultura e fotografia che offre un'esperienza unica e rende subito idea dell'ampiezza delle raccolte d'arte delle Gallerie d'Italia. Il filo rosso che tiene insieme i quattro musei è il valore, la forza e l'importanza del patrimonio culturale del nostro Paese, ancor più se raccontato in chiave attuale.

Da quali opportunità è nato l'impegno di Intesa Sanpaolo nei confronti della formazione professionale e quali sono gli obiettivi e le caratteristi-

che che qualificano il vostro corso di alta formazione?

Gallerie d'Italia Academy deriva dalla volontà di mettere a disposizione le competenze maturate in questi anni nella gestione dei nostri musei e collezioni per consolidare la preparazione di chi già lavora nel mondo dell'arte e della cultura, con la convinzione solida che il patrimonio culturale del Paese è una fonte di crescita e sviluppo morale, economico e occupazionale.

Gli studenti prossimi alla maturità in che modo possono scoprire di avere attitudini artistico/creative?

Non credo sia necessario trascorrere ogni fine settimana in un museo per riconoscere le proprie inclinazioni artistiche, ma certamente ogni luogo di cultura, dall'arte alla musica, può aiutare a irrobustire la curiosità di andare a fondo delle cose e confrontarsi con diverse espressioni di bellezza e di creatività.

Qualora un/una giovane, dopo il diploma di scuola secondaria superiore, fosse intenzionato/a a percorrere una strada formativo-professionale dove la creatività gioca un ruolo importante, come consiglia di accrescere, ampliare, valorizzare queste sue attitudini?

Se si ha voglia di scoprire, studiare, approfondire, oggi gli strumenti per soddisfare il proprio desiderio di conoscere sono tantissimi. La cosa più importante rimane aprirsi ad esperienze che arricchiscano le capacità e la passione.



Michele Coppola direttore di Gallerie d'Italia. Nell'altra pagina, Gallerie d'Italia, Sala Turinetti.

Dopo un corso formativo post-diploma, come consiglia di muoversi per trovare un'occupazione gratificante in un mondo del lavoro così cangiante e per certi versi incerto come l'odierno?

Di essere determinati, affinché chi dovrà offrire loro un'opportunità di lavoro colga la capacità, di chi è più giovane, di portare una visione nuova, di contribuire ad aggiornare approccio e modalità. È importante farsi conoscere per le potenzialità di innovazione che si hanno, anche e a maggior ragione in un contesto nel quale l'incertezza sarà una compagna di viaggio e non necessariamente un'avversaria.

Le ricchezze artistiche dell'Italia sono immense: quali strade hanno a disposizione le nuove generazioni per continuare a valorizzare, con modalità sempre più innovative, questa straordinaria risorsa?

Sono convinto che per continuare a migliorare la promozione del nostro patrimonio d'arte e di storia sia necessario mettere a fattor comune sensibilità, competenze e forme di creatività diverse, con una gestione moderna dei beni artistici e culturali all'altezza di un Paese con una grande tradizione e con giuste ambizioni e prospettive, proprie di chi vuole continuare ad essere protagonista del proprio futuro.



L'IA METTE LE ALI ALLA CREATIVITÀ

LA REALIZZAZIONE DI NUOVE IDEE SARÀ ACCESSIBILE A TUTTI. LO SOSTIENE ALESSANDRO DONETTI, DOCENTE POLIMI

In un futuro ormai prossimo sarà possibile lavorare nei settori della creatività digitale anche senza competenze tecniche o informatiche. È un processo, secondo Alessandro Donetti, docente alla Graduate School of Management del POLIMI e advisor di brand globali, innescato dall'IA: la progressiva diffusione degli ambienti virtuali combinata con l'IA, che consentirà di creare contenuti in maniera molto più facile, non farà che accelerare, aprendo prospettive professionali tutte da inventare.

Professione creativa: come si comincia questo percorso?

Se mi avesse fatto questa domanda cinque anni fa le avrei dato una risposta molto diversa da quella che sto per darle. Un lustro fa, un giovane che voleva intraprendere un percorso di studi superiori per

poi farlo atterrare nel mondo della creatività doveva chiaramente rivolgersi a scuole con un certo contenuto, di tipo creativo, come scuole di design, di arte o di moda. Oggi questo non è più valido, i percorsi possibili si sono moltiplicati. Il mondo di oggi è molto diverso da quello di cinque anni fa e tra cinque anni sarà ancora più diverso: la velocità con cui tutto sta cambiando non è mai stata così alta. Dunque se nel recente passato le scelte orientative erano obbligate, per esempio studi superiori professionalizzanti nel mondo creativo dell'arte, del design e della moda, oggi un giovane può costruire la sua strada seguendo percorsi molto diversi. Nel mondo aziendale, ad esempio, sono sempre più frequenti i casi di aziende che cercano persone «curiose», per ricoprire ruoli nell'ambito dell'innovazione,

dello sviluppo di nuovi prodotti o servizi, indipendentemente dalla loro provenienza accademica. Se un tempo un laureato in discipline umanistiche non avrebbe mai potuto occupare una posizione aziendale nel settore della creazione di prodotti, oggi questo è possibile: ciò che conta non sono le conoscenze tecniche, bensì la capacità di identificare le giuste domande da porsi.

Come valuta le nuove generazioni e che suggerimenti gli offre per trovare lavoro nel mondo della creatività?

Esprimo un giudizio molto positivo, sono molto brillanti: non c'è nessuna evidenza che i giovani siano ipnotizzati dallo smartphone. È un pregiudizio completamente falso. Alle nuove generazioni suggerisco di portare avanti sogni e aspirazioni. Spesso faccio un esempio, quello di un giovane che non ha un curriculum accademico vuole aprire un luogo fisico dove attrarre persone per offrire loro esperienze di qualche genere (anche un semplice bar), e immaginiamo pure che abbia la disponibilità economica per acquistare un locale, che però non riesce a trovare, o meglio, non trova il locale nella posizione che lui ritiene sia adatta per offrire quelle esperienze che ha in mente. Bene, ora quel giovane può creare quel locale in un mondo virtuale, e lo può fare utilizzando l'IA senza alcuna competenza di tipo informatico.

La tecnologia e l'intelligenza artificiale generativa sono sempre più pervasive anche negli ambiti creativi, compresi quelli

più tradizionali: a un giovane come consiglia di relazionarsi con questi elementi?

Suggerisco di usarli possibilmente non da soli, ma insieme ad altre persone, amici o compagni di studi. Ho da poco riportato i risultati di un research paper dell'Università di Washington il cui scopo era osservare l'impatto dell'utilizzo di strumenti di IA generativa sulla formazione della creatività nei bambini. Lo studio ha osservato bambini dai sette ai 13 anni e come era prevedibile è emerso che questi strumenti venivano utilizzati per intensificare lo scambio di idee e di domande tra di loro. Questo dimostra ancora una volta che la creatività - innata in tutti noi - per essere sfruttata appieno richiede un contesto che la stimoli, in cui la presenza di altre persone con le quali sviluppare nuove idee è fondamentale: se un giovane utilizza gli strumenti di AI generativa da solo perde molto della possibile esperienza formativa. I processi creativi sono per definizione pieni di errori. E il fatto di operare all'interno di gruppo, favorisce i tentativi, la ricerca di nuove soluzioni. In altre parole, aiuta ad essere curiosi. Le riporto un esempio che faccio ai CEO quando mi chiedono come iniziare ad usare l'IA all'interno delle loro aziende. Mostro un cucchiaino e chiedo: quante cose pensi che si possano fare con questo cucchiaino? Solitamente non ottengo nessuna risposta, oltre all'uso come dire «classico» del cucchiaino, cioè prendere il cibo e portarselo in bocca. In realtà se quella domanda viene fatta ad un chatbot intelligente si ottengono quasi una decina di suggerimen-

ti decisamente interessanti, a cui una persona non penserebbe mai. Immagini ora quanto questo stesso metodo applicato a ogni processo di un'azienda possa portare in termini di opportunità di sviluppo di cose nuove.

Professioni del Metaverso: quali sono e che opportunità offrono? E quali sono i ruoli con maggiore potenziale nel mondo della creatività digitale?

Oggi sono ancora principalmente ruoli di tipo tecnico poiché c'è ancora molto da realizzare: gli sviluppatori di mondi virtuali e ambienti



Alessandro Donetti, docente alla Graduate School of Management del POLIMI

tridimensionali al computer, per esempio, sono ruoli molto ricercati in Italia e le aziende che operano in questo settore hanno difficoltà a trovare personale con livelli adeguati di formazione. È un comparto ancora tutto da creare. Fra tre-quattro anni lo scenario sarà completamente diverso: a quel punto l'infrastruttura tecnica sarà più evoluta e gli spazi di manovra saranno maggiori, le aziende avranno bisogno di persone che possano sviluppare ambienti immersivi anche senza competenze di

tipo tecnico, e potranno farlo grazie al supporto dell'IA. Se oggi solo poche aziende hanno esigenze di questo tipo, domani questo sviluppo riguarderà tutti, per ingaggiare clienti e consumatori attraverso esperienze di tipo immersivo. Sarà uno scatto evolutivo che aprirà un mercato potenziale gigantesco nel quale saranno coinvolte aziende che fino ad oggi non hanno punti di contatto fisici con i consumatori, se non in numero e misura molto ridotti. In futuro queste aziende potranno creare ambienti di contatto immersivi dove poter entrare in contatto con milioni di consumatori.

Dove suggerirebbe di svolgere un periodo di tirocinio all'estero?

Nei luoghi dove stanno progettando il futuro, ovvero Stati Uniti e Asia. Negli Stati Uniti lo sviluppo delle tecnologie abilitanti (cioè AI, Realtà virtuale, Web3, ecc.) si muove a velocità altissima poiché è sostenuto dagli investimenti miliardari delle big tech, mentre in Asia, che poi significa Cina, è lo Stato che spinge in maniera fortissima, attraverso una pianificazione serrata e molto strutturata che vede anche il coinvolgimento delle principali aziende tecnologiche cinesi. L'Europa si muove molto più lentamente, non abbiamo big tech, e a livello politico-istituzionale ci si pone principalmente solo il problema della regolamentazione. Per questo, può essere molto utile fare un'esperienza all'estero per poi magari tornare e avviare una start up oppure entrare in aziende europee che guardano e si muovono verso il futuro.



IL MADE IN ITALY, L'AI E LE NUOVE CREATIVITÀ

**SECONDO MAURO FERRARESI, SOCIOLO E
DOCENTE IULM, PER AVERE SUCCESSO BISOGNA
SBAGLIARE TANTO E PENSARE DIVERSAMENTE**

Per specializzarsi nei settori creativi del Made in Italy dopo gli studi superiori è necessario allontanarsi dalle convenzioni e «pensare diversamente»: come si sviluppa questa attitudine negli adolescenti? Lo spiega il sociologo Mauro Ferraresi, che in qualità di professore associato all'Università Iulm, ha un punto di vista privilegiato sulle nuove generazioni.

Professione creativa, qual è la prima mossa?

Prima di tutto bisogna sviluppare il proprio talento. Quando parlo

di creatività alle giovani generazioni uso l'esempio di Leonardo da Vinci: vedeva le stesse cose che vedevano tutti, ma pensava diversamente e per questo provò a sviluppare il volo umano. C'era l'idea, ma non la tecnologia. Pertanto, la prima mossa per una professione creativa è proprio quella di pensare diversamente, ovvero inventarsela. Bruno Munari, uno dei massimi protagonisti dell'arte, del design e della grafica del XX secolo, diceva sempre a se stesso: come posso fare questa cosa in maniera diversa? Ricor-

do che una volta lo incrociai alla Biennale di Venezia e mi disse: Mauro, vai a vedere i miei nuovi oli su tela. Credevo si trattasse di dipinti, invece erano enormi tele di iuta marroni con macchie di olio sopra. Io avevo pensato in maniera convenzionale, Munari aveva pensato diversamente.

Come valuta le nuove generazioni e che suggerimenti offre per trovare lavoro nel mondo della creatività?

Questa è una bella domanda, perché siamo proprio noi sociologi a inventare le categorie che definiscono le generazioni. Chi è giovane oggi appartiene alla Generazione Z, i cui tratti sono la disinvoltura nel muoversi tra mondo reale e mondo virtuale, sono salutisti, ambientalisti e un poco impazienti. Queste persone hanno due caratteristiche principali: appartengono alla cultura globale, possono scoprire ciò che accade in una foresta di cedri rossi in California come nel giardino dietro casa, e sono di mentalità molto aperta. Si tratta di peculiarità importanti che permettono a tutti i giovani della Generazione Z di sviluppare la cultura necessaria per costruire le professioni creative. Basta solamente che agguinzano a queste caratteristiche la determinazione.

Come si valorizza la creatività negli adolescenti?

Attraverso la continua somministrazione di stimoli culturali. Se si vuole pensare diversamente, è necessario costruire un tessuto di conoscenza. Tuttavia, in questo momento storico e in riferi-

mento ai più giovani, la cultura deve diventare più attraente. Le mostre immersive sono più sintonizzate sulle attitudini di questa generazione e possono costruire un valido percorso culturale. Anche i musei devono compiere uno scatto evolutivo.

Quale errore consiglierebbe di evitare prima dei 20 anni e quale compiere?

Bisogna sbagliare tanto. È necessario provare e riprovare, non lasciare che la paura di fallire blocchi ogni idea e iniziativa sul nascere. Gli errori sono importanti. Un docente d'inglese tanti anni fa mi disse: è giusto sbagliare, perché quando commetti un errore in una lingua straniera ottieni un sorriso di scherno o compatimento che fa scattare il senso di vergogna. È proprio quello che poi ti darà la forza per evitare di commetterne altri.

Presa una strada artistica, qual è il passo successivo?

Riempirsi di conoscenza in tutti i modi possibili, compresi quelli messi a disposizione dalle nuove tecnologie. Si tratta prima di tutto di comprendere il settore in cui si vuole lavorare, scegliere scuole e università che dedicano spazio alla creatività declinato nel campo professionale desiderato.

Esistono lavori creativi che vanno in controtendenza rispetto all'attuale contesto occupazionale?

Tutti i lavori creativi sono utili per definizione, perché i guizzi inventivi fanno parte della natura umana. Appartiene alla creati-

vità anche trasformare una tibia in un'arma come nella sequenza iniziale di *2001: Odissea nello spazio*, oppure usare la paglia per accendere il fuoco. Per essere creativi bisogna leggere le cose del mondo come non era stato fatto prima. Il creativo è per definizione sempre un passo a lato rispetto al pensiero dominante mainstream, parte e prosegue in controtendenza. Per questo bisogna avere coraggio ed essere determinati per non fermarsi al primo ostacolo.

Dal punto di vista dell'occupazione e delle assunzioni, il settore della produzione creativa è in salute?

In Italia direi decisamente di sì, perché nel nostro Paese un giovane può scegliere di affrontare una professione creativa in molti settori come moda, design, pubblicità, artigianato, musica, cinema, televisione, radio, fotografia. Sono tutti comparti che a diverso titolo aumentano il prodotto interno lordo e dunque diventano necessari per lo sviluppo.

Mauro Ferraresi, sociologo, professore associato all'Università Iulm.



La tecnologia e l'intelligenza artificiale sono sempre più pervasive: li ritiene ostacoli alla creatività oppure alleati?

L'attuale tecnologia potrebbe diventare un alleato, ma uso il condizionale. In realtà il genere umano produce da sempre nuova tecnologia: lo sono anche il fuoco e l'alfabeto, per fare un esempio. Il problema è un altro, perché la tecnologia è come un Giano Bifronte: da un lato è nostra figlia e dall'altro si allontana da noi, proprio come fanno i figli con i genitori. Ogni tecnologia fa sorgere questioni legate alla sua gestione, eppure questo non ha mai fermato la corsa verso un mondo nuovo. Tuttavia queste nuove tecnologie impongono maggiori capacità gestionali, perché sono sempre più potenti e comportano rischi altrettanto grandi.

Secondo lei quali saranno le professioni creative del futuro?

Innanzitutto quelle che attengono allo sviluppo dell'IA che grazie a questa spinta verso il nuovo porterà a un incremento delle categorie dei settori creativi di cui parlavamo prima. L'artigianato, per esempio, verrà aiutato dalle macchine altamente specializzate. Tuttavia, dietro a ogni creazione dell'ingegno, ci sarà sempre quella volontà di pensare a un nuovo portafoglio, a una nuova borsa, a un nuovo paio di scarpe che l'AI non è in grado di fare, perché ora può solo attingere a quella enorme enciclopedia che è la rete di internet. Ma questa enciclopedia riguarda solo l'esistente, mentre il possibile è ancora proprietà esclusiva dell'essere umano.

CONTINUE A SOGNARE, MA SOPRATTUTTO STUDIATE

IL MESTIERE DELLA DANZA RACCONTATO DA DANIELA MACCARI

È una passione per molti, ma un lavoro per pochi. Danzare e vivere di danza è una delle attività più difficili da intraprendere a livello professionale in Italia. Tuttavia, anche questo mondo offre mestieri dietro le quinte che permettono ai giovani creativi di realizzare le loro aspirazioni. Ecco i segreti del mondo della danza svelati da Daniela Maccari, prima ballerina, coreografa e assistente dell'indimenticato e grandissimo coreografo, mimo e danzatore inglese Lindsay Kemp.

Per danzare ai suoi livelli bisogna cominciare molto giovani: come capire se si possiedono le caratteristiche giuste?

Il danzare, il muovere il proprio corpo ispirati dalla musica, dal silenzio o da qualsiasi suono, è un istinto naturale e primordiale, ed è bellissimo poter constatare come appartenga a tutti gli esseri viventi, di qualsiasi età e qualsiasi predisposizione fisica. È indubbio anche che per poter danzare a livelli professionali è necessario cominciare molto presto a educarsi sia fisicamente sia mentalmente in tal senso. Iniziare da piccoli permette di plasmare il corpo ma anche, non meno importante, ci abitua a una disciplina. Sicuramente ci sono caratteristiche fisiche che aiutano.

Quanto sono importanti le doti fisiche?

Si sente tanto parlare di doti fisiche: flessibilità, predisposizione ad alzare le gambe, velocità, facilità nei giri o nei salti, apertura, collo del piede, ecc. Nessuna di queste caratteristiche è imprescindibile! Prima di tutto perché ci sono molti stili e tecniche diverse di danza che permettono di trovare la propria strada. Inoltre perché con lo studio assiduo si può arrivare a migliorare determinate caratteristiche. Intelligenza, equilibrio, capacità di concentrazione, volontà, sono sicuramente più importanti delle doti fisiche. Ma soprattutto musicalità, generosità nel donarsi, nel fare di ogni movimento un regalo per gli altri, «for you!», come diceva Lindsay Kemp.

Come ci si accorge di un'eventuale predisposizione?

Il buon senso della famiglia o di chi sta intorno al bambino può accorgersi se c'è una innata predisposizione e amore e indirizzare a una scuola di danza, dove, sicuramente, gli insegnanti potranno capirlo meglio. I miei genitori sono grandi amanti della musica, soprattutto musica classica, e mio padre suona il pianoforte. Mi raccontano che ogni volta che ascoltavano qualcosa,

io, piccolissima di due-tre anni, cominciavo immediatamente a ballare in casa. Mi hanno portato in giro fin da bambina a vedere balletti, concerti e opere liriche. Ancora oggi credo di sentire l'emozione che provai a quattro anni all'Arena di Verona assistendo alla Giselle di una giovanissima Carla Fracci. È stato naturale iscrivermi alla scuola di danza.

Dove rivolgere lo sguardo per un percorso di studi?

Le scuole di danza si sono moltiplicate negli ultimi anni, per cui è facile trovarne vicino a ogni luogo di residenza. Si può chiedere consiglio ad amici o conoscenti per cercare di evitare di incappare nella bassa qualità che purtroppo esiste. La grande città offre molte più possibilità con un livello più garantito sia a livello privato che statale. Purtroppo in Italia sono pochissime le eccellenze presso gli Enti lirici alle quali si accede con durissime selezioni; a Roma la Scuola del Teatro dell'Opera o l'Accademia, a Milano l'Accademia del Teatro alla Scala, il San Carlo di Napoli. Ci sono poi grandi scuole all'estero, private o presso gli Enti lirici. Ma si può trovare anche in una piccola città un grande maestro che saprà prendersi cura del gio-



Daniela Maccari, prima ballerina, coreografa e assistente dell'indimenticabile Lindsay Kemp

vane o della giovane all'inizio del percorso e capire quando consigliare di intraprendere la strada delle audizioni.

X factor: come si individua il talento nascosto di un/una giovane?

Se c'è, viene fuori. Quella luce particolare che distingue il talento brillerà necessariamente. Attirerà l'attenzione anche se nascosto in un'ultima fila o intimidito. E non mi riferisco evidentemente ai soli virtuosismi tecnici, bensì a quella luce negli occhi, a quella capacità di comunicazione e coinvolgimento che pochi hanno.

Quali mestieri offre il suo mondo che non riguardano la danza ma ne sono necessari complementi?

La danza è una condivisione con il pubblico, è regalare emozioni, è sollevare lo spirito dello spettatore, ma sicuramente il primo strumento attraverso cui avviene è il corpo. E il lavoro sul corpo sicuramente si è evoluto; nuove discipline e tecniche, per esempio il Gyrotonic, aiutano la preparazione del corpo anche da un punto di vista atletico. Basti pensare che spesso nei teatri si affianca ai ballerini un personal trainer. Tutto questo sicuramente ha migliorato le prestazioni fisiche, facendo evolvere la tecnica e facendo raggiungere importanti traguardi. In questo io preferisco la misura e non gli eccessi; non mi piace un'ostentazione eccessiva di virtuosismi come un circo e non mi piacciono i danzatori palestrati.

Ci fa qualche esempio di lavoro «dietro le quinte»?

Il danzatore e il coreografo hanno bisogno intorno a sé di varie figure che concorrono alla realizzazione dello spettacolo. Dai disegnatori dei costumi ai disegnatori delle scene. E poi i make up artist e hair stylist e il disegnatore delle luci, i tecnici, i falegnami che costruiscono le scene. Tutti professionisti provenienti da altri percorsi. Creatività che si fondono per creare la magia, la poesia, la bellezza dello spettacolo.

La tecnologia e l'IA sono sempre più pervasive anche negli ambiti creativi: questo vale anche per la danza?

La danza è la prima, la più immediata, via di comunicazione. Ne consegue che risenta dei cambiamenti della società ma vorrei che non si perdesse di vista proprio questa sua immediatezza e naturalezza. La tecnologia se usata con intelligenza ed equilibrio può essere un grande valore aggiunto. Sono ancora invece un po' spaventata dall'intelligenza artificiale, di cosa si possa veramente fare e come rendercela complice. Consiglio sempre ai giovani danzatori e coreografi di documentarsi il più possibile, di vedere il più possibile, di andare al teatro, al cinema, di leggere. E pensiamo a quanti mezzi ci sono ora che ci rendono più facile ampliare i nostri orizzonti, sempre che siano usati con intelligenza! Inoltre le nuove tecnologie sono sempre più presenti proprio nel processo creativo. Anche in questo caso possono essere un valore aggiunto se usate con misura.



BASTANO TRE DISEGNI PER RICONOSCERE IL TALENTO

CONSIGLI AI GIOVANI CHE SOGNANO DI DIVENTARE STILISTI DA PARTE DI ROSSELLA JARDINI, DIRETTORE CREATIVO DI AEFJE ED EREDE DI FRANCO MOSCHINO, A CUI HA DEDICATO UN LIBRO

Cosa accomuna gli studenti aspiranti designer e la stilista Rossella Jardini, esperta del settore, già braccio destro di Franco Moschino e quindi sua erede, direttore creativo del brand di Aeffe per i 20 anni successivi alla scomparsa del genio ironico della moda italiana? Innanzitutto, uno sguardo curioso. La passione per la ricerca, poi. Soprattutto, un amore per quel fashion industry che bisogna però imparare a navigare, indirizzando gli sforzi, affinando le capacità e compiendo le scelte

giuste. Si immagina ora un dialogo intergenerazionale, che diventa possibile in queste pagine, dove Jardini si apre ai giovani e offre consigli, condividendo tappe di una carriera ricca di pietre miliari. Lei, amica, musa e confidente di Moschino, che gli è succeduta nel 1994 alla guida del marchio omonimo fino al 2013. E che ora ha scritto un libro, *Ma chi l'avrebbe detto? L'eleganza ha una faccia sola*. Un atlante illustrato di aneddoti, curato dal giornalista Antonio Mancinelli ed edito da La

nave di Teseo, per attraversare la storia di complementarità e simbiosi che Rossella Jardini ha condiviso con il talento che più di tutti ha portato il Made in Italy ad abbracciare libertà, critiche sociali, slogan pungenti. «Io e Franco siamo sempre stati ironici e mai comici», ha spiegato la creativa. In una pagina, ecco un capo di Franco Moschino, nell'altra, l'interpretazione di Rossella Jardini del tema. Un volume dedicato, non a caso, alla new gen, pubblicato proprio a 30 anni dalla scomparsa

di Moschino. «Uno dei motivi che mi ha spinto è che potesse servire a chi studia moda come fonte di ispirazione», ha dichiarato Jardini in quest'intervista.

Un aneddoto rappresentativo della sua vita, non solo lavorativa, con Franco Moschino?

Sotto il tailleur, avrei voluto una T-shirt basica, senza scritte, bianca. Chiesi dunque a Franco: «Possiamo fare una T-shirt con scritto niente?». Lui: «Subito». E immaginò una maglietta su cui troneggiava, a lettere cubitali, la parola «niente». Oppure, quando ci impegnammo in una collezione di bijoux con Sharra Pagano, dissi: «Dobbiamo farli vedere in sfilata», ma lui non voleva sentire ragioni, così mise tutti i gioielli addosso a una sola modella, l'ultima uscita.

Perché dedicare il suo libro agli studenti?

Si prenda per esempio la collezione ispirata a Peter Pan che disegnai per la primavera-estate 2000. Oppure quella che guardava al Mago di Oz. Ma anche il trench di Moschino Cheap & Chic autunno-inverno 2001, poi indossato dall'attrice Daryl Hannah, nei panni di Elle Driver, in Kill Bill vol. 1. I ragazzi possono prendere migliaia di ispirazioni.

Quali riferimenti dovrebbero avere i giovani designer oggi?

Dovrebbero cercare una creatività un po' diversa. Gli stilisti giapponesi restano i miei preferiti, da Yohji Yamamoto a Rei Kawakubo, anima di Comme des Garçons. C'è anche qualche talento inglese, come Simone Rocha. Dalla Cina, Uma Wang,



COLLEZIONE MOSCHINO SPRING 1994 *Un kimono in jacquard e una giacca in raso*

Cosa li accomuna? Avere cultura. E la ricerca sui tessuti, essenziale.

Agli inizi del suo percorso nella moda, lavorò per Cadette, realtà prêt-à-porter dove conobbe Franco Moschino. Cosa imparò?

Mi diede una spinta notevole perché mi occupavo di tutto, compresa la campagna vendite, e questo mi permetteva di osservare in prima persona le reazioni degli acquirenti, che mi offrivano spunti. È fondamentale sapere cosa pensano i buyer, sono che devono effettivamente vendere. Un'altra tappa importante furono i 5 anni da Bottega Veneta, dove chiamò maestro uno dei fondatori del brand, Michele Taddei. Che insegnamenti apprese che ancora oggi reputa rilevanti?

Facevo centinaia di chilometri per andare a Vicenza, in fabbrica, dove lavoravo sul tavolo as-

sieme ai modellisti. Così, imparai come si costruisce una borsa, come si doppia.

Poi la lunga storia da Moschino, racchiusa nel libro. Ripercorrerla per comporre questo atlante illustrato le ha dato una nuova consapevolezza?

Quando scomparve Franco, non ebbi materialmente il tempo di elaborare il lutto. Il giorno dopo, rientrai in studio, dicendo: «Ragazzi, si va avanti». Scrivere questo libro, in un certo senso, mi ha fatto male.

Prima di salire al timone del brand, lei affiancò Franco Moschino. Consiglierebbe a un giovane di intraprendere la sua strada? Se sì, che qualità bisogna avere per lavorare al fianco di un grande designer?

Devi essere tu stesso un creativo. Oltre alla voglia di imparare, bisogna avere predisposizione:



CREATIVITÀ E IRONIA Due immagini di Rossella Jardini con Franco Moschino

non per forza una bella mano nel disegno, ma il desiderio di fare delle cose classiche e al tempo stesso diverse, oppure di capovolgere l'esistente. Però, come ho scritto nel libro, l'eleganza ha una faccia sola.

Cosa le ha dato Franco Moschino e viceversa, cosa lei ha restituito a lui?

Eravamo come un fratello e una sorella, non uguali ma complementari.

Un esempio?

Una stagione, Franco si chiuse in cantina per dipingere i suoi quadri e mi disse: «Voi non mi vedrete più, non voglio saperne niente. Fai disegnare tutto a tutti e poi suddividi tra le varie collezioni». Eseguii.

Per la sua dedizione, qualcuno l'ha descritta come «un muratore bergamasco». È questo il segreto di un buon direttore creativo?

Sono nata a Bergamo e sono una grande lavoratrice.

Che competenze dovrebbero

acquisire i ragazzi che vogliono diventare stilisti?

Oltre alle più scontate, conoscere la materia prima, i tessuti, aspetto basilare per realizzare una collezione. E avere rapporti diretti con i fornitori, impiegavo ore per visionare le stoffe. Da non sottovalutare, saper suddividere il lavoro fra tutti: una questione di onestà.

Un suggerimento?

Osservare meno gli altri e comprare libri, anche di costume. Leggere molto.

Cosa è premiante nell'industria della moda?

La concretezza. Va benissimo pensare a una camicia con sei maniche, ma tutto deve essere proporzionato.

Si ricorda da cosa fu colpita quella volta che dovette selezionare un neo-laureato?

Ricordo di aver chiesto a Bill, uno dei miei assistenti, di presentarmi qualcuno che avesse studiato nella sua stessa università, la School of the Art Institu-

te of Chicago. Mi arrivò qualche disegno di una ragazza, JoAnn Tan. Rimasi senza parole davanti a questi vestiti che nascevano da vasi di coccio. Così la assunsi e la misi su Cheap & Chic, poi Tan diventò responsabile di tutto il design delle vetrine e degli interni dei negozi Moschino.

Come si riconosce il talento? Bastano tre disegni.

Oltre che per i tessuti, lei ha una passione per quello che chiama «Abc» della moda, a partire dai revers di una giacca. Questo però richiede molta formazione...

E voglia di acquisire competenze, scuole e stage. Non si diventa subito Yves Saint Laurent.

Con il duro lavoro, arrivano le soddisfazioni. E nel mentre, ci si può divertire. Lo conferma?

Io e Franco amavamo la Spagna. Una volta andammo da Palomo Linares, un torero concorrente di El Cordobés e visitammo la sartoria per studiare il traje de luces. Linares aveva una piccola arena. Franco volle provare, gli dissi: «Quando il toro uscirà, ti prenderai paura». Ma era testardo. Andò come avevo ipotizzato, lui si nascose dietro una barricata.

Un'ultima domanda. Franco Moschino è per molti considerato un «genio mai abbastanza compreso». Lei che lo ha capito al punto di essere sua amica, confidente e musa, può dirci qual era il suo più grande talento?

Il più grande talento di Franco? Essere Franco.

E lei che talento si riconosce? Di essere stata una brava allieva.

CREATIVITÀ
CHE ISPIRA,
INNOVAZIONE CHE
TRASFORMA



Scopri la nostra
offerta formativa

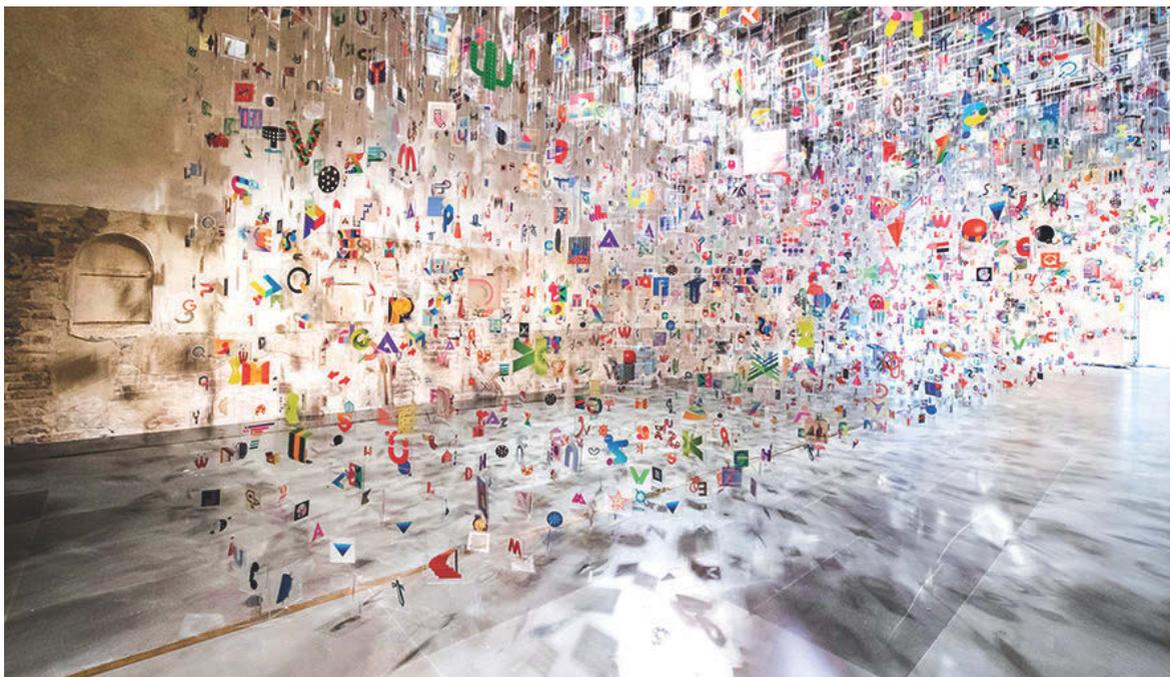


Milano

Via Luigi Cagnola, 17 tel 02 780517



accademia@acmemilano.it



CERCATE NUOVE STRADE FRA CURIOSITÀ E RICERCA

LORENZO MARINI, ARTISTA ITALIANO FAMOSO IN TUTTO IL MONDO, SPIEGA COME SCOPRIRE LE PROPRIE ATTITUDINI, PUNTANDO SU TENACIA E PASSIONE E UTILIZZANDO LA TECNOLOGIA PER IDEARE

Qual è la sua definizione di professione creativa?

La banalizzazione della parola oggi rende difficile una definizione univoca. Potrei dire che è la capacità di creare qualcosa in grado di saper sorprendere con intelligenza. Più che una professione, un'attitudine, una forza interiore che sappia uscire dalla sovrastruttura che spesso ingabbia la creatività.

I giovani come possono sco-

prire in loro vocazioni artistico/ideative?

Credo che ognuno sappia capire se ha una attitudine artistico-creativa se è curioso. La curiosità è una forma di ricerca che stimola a scoprire nuove modalità di relazione capaci di sviluppare una nuova coscienza.

È il passaggio dalla centratura su di sé (autoreferenzialità di per sé, non espressione di creatività) alla relazione con gli altri in cui si manifesta la ricerca di nuove

capacità espressive (linguaggio, comportamenti ecc...) che stimolano la creatività.

Quali sono le qualità necessarie ad affrontare una professione come la sua?

Direi che non ci sia bisogno di punti di forza, ma di apertura, curiosità, convinzione e impegno costante: sono valori che è opportuno possedere/sviluppare per poi consolidare l'esperienza tecnica della professione.

Nel suo mestiere si parla molto di talento: in cosa consiste?

Il talento è innato. È come un dono del proprio Dna che non va sprecato. Per questo non si può insegnare, ma si può costruire una capacità tecnica di buon livello che si impara e incrementa con il lavoro.

Con quale atteggiamento guardare oggi al mondo della comunicazione creativa per brand e imprese?

Come per ogni professione, oggi i giovani devono studiare per conoscere bene questo mestiere, che, nel corso degli anni si è un po' «impoverito», finendo considerato come una *commodity* (merce, ndr). Il mio consiglio è di approcciarsi a questo mondo in modo serio e convinto, di credere che sia una professione che possa dare un ruolo a chi la esercita e non solo un posto di lavoro.

Quali sono i ruoli con maggiore potenziale di crescita?

Tutti e nessuno. L'avvento del digitale ha creato nuove professionalità, molto tecniche e verticali, che richiedono specializzazione ma che offrono una conoscenza specialistica. La strategia è importante e quindi un planner strategico può fare un buon percorso. Il ruolo del creativo resta il primario in un percorso di comunicazione, ma per esercitarlo abbiamo già detto in precedenza che cosa serve.

Tecnologia e intelligenza artificiale sono sempre più pervasive anche negli ambiti creativi: come consiglia di re-

lazionarsi con questi probabili pilastri di quasi tutte le professioni future?

Oggi i nuovi media hanno moltiplicato le possibilità di sviluppare contenuti e contributi. Lo stimolo che deriva dai canali di comunicazione, che per definizione sono contenitori di ingaggio e intrattenimento, hanno sempre più necessità di essere legati a contenuti creativi per fidelizzare e coinvolgere le persone e cercare di attirarne l'attenzione. Sono forme di comunicazione che nascono da persone sempre connesse e che hanno la funzione di accom-

pagnare la vita quotidiana con l'engagement che deriva dalla condivisione e dalla fruizione di contenuti sempre più evoluti. C'è bisogno di «ritrovare» modalità di coinvolgimento che rendano i brand empatici e vicini alle emozioni e agli interessi delle persone: nuove forme di attrazione per superare la barriera quantitativa di informazioni che rendono affollato il journey individuale. Ben vengano quindi modalità che esulano la mera funzione informativa e recuperino «l'emozione» come driver qualitativo verso il brand.

RainType è il titolo dell'installazione nella pagina a fianco. Sotto: l'autore **Lorenzo Marini**





Blackhole, un'installazione della mostra antologica di Marini a Pechino fino al 19 febbraio 2025

Considera l'IA un alleato o un antagonista dei ruoli creativi?

Queste tecnologie, entrate di prepotenza nella comunicazione, sono novità che integreranno lo sviluppo di contenuti multimediali. Innovare significa cambiare gli schemi e i comportamenti perché anche queste novità tecnologiche creeranno nuove forme di sperimentazione.

Dico sperimentazione perché,

prima che una tecnologia sia consolidata, c'è bisogno di messe a punto così che non prenda derive incontrollabili.

Il mercato dei media si è tuffato nell'AI per valutarne potenziale e limiti. Utile pensare ai vantaggi di velocità di sviluppo e al risparmio di risorse, ma non dimentichiamo che dietro all'algoritmo ci vuole sempre un pensiero «umano» che inventi la creatività in

modo originale.

Il passaggio dall'analogico al digitale non è stato indolore: abbiamo acquisito tanto in termini di semplificazione dei processi e quindi rapidità di esecuzione, per non parlare delle possibilità fornite dal web circa la diffusione del messaggio, ma di certo abbiamo anche perso qualcosa in termini qualitativi.

Lei è un artista multidisciplinare: cosa consiglia per sviluppare l'attitudine a differenti modalità di espressione?

Da sempre è esistito il linguaggio ibrido figlio di una contaminazione tra arte e pubblicità.

L'arte è sempre stata una grande fonte di ispirazione per le agenzie di advertising. I creativi per anni hanno attinto dai grandi artisti e la pop art ha fatto della pubblicità un elemento chiave in molte opere conosciute in tutto il mondo. Io credo nei linguaggi che suscitano emozioni e che siano espressione pura della creatività, segni e simbologie creative che servono da ispirazione, specie oggi, in un'epoca in cui è sempre più necessario distinguersi dalle forme di comunicazione basate sul tecnicismo esecutivo.

Perciò, consiglio a chi vuol seguire questa strada di contaminare questi due mondi in una sintesi visiva che mantenga la forza dirompente della creatività pura dell'arte e, insieme, la comunicazione efficace e originale che serve a farsi ricordare, e contemporaneamente anche a vendere, come richiede il mercato e il lavoro di ognuno.

CORSI TRIENNALI

- Art Direction
Advertising
e Graphic Design
- Game and
Virtual Design
- Product Design
- Videomaking
Story, Cinema
e Media Design
- Interior
e Public Design



aant.it

FUTURE AT HAND

ALTA FORMAZIONE E CREATIVITÀ PER LAVORARE NEL MONDO DELL'AI

MARIO RASETTI SOTTOLINEA L'IMPORTANZA DELL'ARRICCHIMENTO CULTURALE PER FORMARE LA NUOVA CLASSE DIRIGENTE ITALIANA

Mario Rasetti, professore emerito di Fisica teorica al Politecnico di Torino, nonché Presidente del comitato scientifico del Centai (il Centro di ricerca avanzata sull'intelligenza artificiale), è uno dei massimi esperti mondiali in «visioni del domani». Secondo Rasetti, l'Italia ha solo una strada per rendere l'AI un settore profittevole a livello scientifico, tecnologico e industriale, ed è quella dell'arricchimento culturale: dobbiamo formare una classe dirigente, spiega, che abbia l'AI nel suo Dna e non la conosca soltanto in maniera superficiale. La formazione e i percorsi formativi devono dunque essere ridisegnati sulla base di queste nuove esigenze. Da sempre gli esseri umani hanno dalla loro parte quella qualità ancora sconosciuta alle macchine intelligenti che è la creatività, ovvero la capacità di promuovere l'improbabile a essere soluzione vincente.

Professor Rasetti, con che modalità sta crescendo l'intelligenza artificiale?

L'Intelligenza artificiale sta crescendo vertiginosamente, in tutte

le sue multiformi e spesso inattese espressioni, e va via via occupando sempre nuovi ambiti delle nostre conoscenze e competenze. L'indice di sviluppo della società umana è prossimo a imboccare un tasso di crescita doppio esponenziale in molti dei settori che la vedono ormai all'opera, dalla medicina allo spettacolo, dalla produzione industriale a quella culturale, dalla scienza alla guerra (purtroppo!). La sua crescita sarà rallentata soltanto dalla intensa richiesta di energia che l'accompagna e dagli eventuali limiti nell'innovazione delle tecnologie che la sostengono. La

scienza si sta spasmodicamente impegnando sul fronte del costo energetico, mentre rispetto alle tecnologie una transizione nella transizione l'avremo se entreranno in gioco materiali biologici, che sono essi stessi intrinsecamente portatori di informazione e di funzionalità «intelligenti» di cui un esempio è la memoria di forma delle proteine, passo cruciale di un percorso in cui l'AI ha già dato un contributo tanto fondamentale quanto poderoso: il protein folding (il meccanismo attraverso il quale una proteina passa dalla sua struttura primaria a una conformazione finale stabile e funzionale). Così l'AI inciderà in modo profondo su moltissimi aspetti della nostra vita, con modi e attraverso forme che oggi non sappiamo minimamente immaginare.

Qual è lo scenario europeo rispetto alla formazione nelle metodologie AI e quanto è importante questo nell'immaginare un percorso strategico nazionale che miri a collocare l'Europa fra i player importanti dell'Intelligenza Artificiale?



© CENTAI SpA

Mario Rasetti, professore emerito di Fisica Teorica al Politecnico di Torino

A livello geopolitico la grande partita industriale, ma anche finanziaria e politica che ruota intorno all'AI è, e promette di essere per lungo tempo, una partita con due soli giocatori: Stati Uniti e Cina. L'Europa per ora ha assunto per sé il compito di «regolatore» e ha fatto un lavoro eccellente in questa direzione. C'è però una forte debolezza in questa scelta: innanzitutto, i due Paesi in campo non sono certo propensi a farsi controllare e regolamentare da un terzo blocco che è fuori dalla competizione e, in secondo luogo, un controllore con una conoscenza totale dell'oggetto che deve controllare per poter svolgere il suo compito in modo rigoroso, completo, autorevole. Quindi la scelta da fare è quella di diventare attori dell'AI, in modo da poter assumere in modo esauriente e forte il mandato che si vuole avere. Io credo che questa scelta non possa che essere dell'Europa (per potersi confrontare con Cina e Usa i singoli paesi europei non sono abbastanza forti, come i tentativi di fatto di scarso successo di Francia con Mistral e Regno Unito hanno dimostrato).

Che ruolo potrebbe avere l'Italia in questo scenario?

L'Italia potrebbe con coraggio prendere l'iniziativa di questa scelta, assumendone la guida tecnico-scientifica e morale. Al momento, tuttavia, né sul fronte della scienza né su quello della tecnologia e dell'industria né, soprattutto, in quello della cultura il nostro Paese può ambire a fare questo. Una premessa negativa,



vero, ma che ci deve stimolare a operare su quello che è l'ambito chiave dello scenario delineato: la formazione. Dobbiamo formare una classe dirigente che abbia l'AI nel suo DNA e non la conosca soltanto in maniera superficiale. I percorsi formativi devono essere ridisegnati e non semplicemente rattoppati. È un pezzo di cultura nuovo, quello con cui abbiamo a che fare e in quanto tale deve essere perfettamente raccordato con il resto della cultura che la nostra scuola e in particolare la nostra università sono chiamate a fornire. Solo la creazione di nuovi percorsi formativi che riescano a fondere in un tutt'uno coerente l'umanesimo che ci è proprio con l'uso di quegli strumenti e modi di pensare che l'AI ci porterà ad adottare ci permetterà di uscire vincenti dalla grande sfida che dobbiamo (se lo vogliamo) intraprendere.

Che cosa suggerirebbe a uno studente che vuole affrontare il mondo delle macchine intelligenti? Quali caratteristiche deve avere?

Il mondo delle macchine intel-

ligenti è tutto il mondo e molto di più: è anche mondo virtuale (ce ne sono infiniti possibili!), simile alle ombre sul fondo della caverna del mito di Platone ma dove le ombre non sono quelle del reale ma di un immaginario che spesso sono quelle ombre a generare. Affrontarlo può avvenire in senso costruttivo, partecipando come attori a quel tumultuoso processo di crescita di cui abbiamo parlato, o strumentale, come utenti, facendolo diventare prezioso strumento di lavoro, o indispensabile aiuto di processi creativi, o ancora portale per accedere a inimmaginabili bagagli di conoscenze e saperi. Quindi a uno studente che vuole entrarci direi solo «segui la tua vocazione», qualunque essa sia, sia questa la matematica (la logica, l'informatica) o la filosofia cognitiva (percorrere i labirinti del pensiero) o qualsiasi attività che possa servirsi del pensiero computazionale e trarre vantaggio da un allargamento delle facoltà creative o analitiche per migliorarsi (dalla medicina alla giurisprudenza all'agronomia alla politica...). Le caratteristiche sono

sempre le stesse: la motivazione, il desiderio di conoscere e apprendere sempre di più e sempre più a fondo per fare sempre meglio ciò che si desidera fare. Non dobbiamo diventare tutti informatici (sarebbe terribile!) ma dobbiamo imparare ad essere cittadini in una società in cui gli uomini hanno straordinarie protesi che ne potenziano l'attività mentale (ché questo è, in sintesi, l'AI).

La tecnologia e l'intelligenza artificiale generativa sono sempre più pervasive anche negli ambiti creativi, anche quelli più tradizionali: a un giovane come consiglio di relazionarsi con questo elemento che sarà un pilastro fondante di quasi tutte le professioni da qui a pochissimi anni?

L'AI generativa è un interlocutore: è lo strumento che ci permette di colloquiare, proprio come faremmo con un essere umano quando interloquiamo per risolvere insieme un problema difficile, parlando di tutto e approfondendo qualsiasi argomento ci venga in mente, con qualcuno più colto e più saggio di noi ma che ha proprietà un po' inquietanti seppur straordinarie: conosce praticamente tutto lo scibile umano, ma è sostanzialmente incapace di sentimenti e di emozioni. Utilizzare uno strumento così è una esperienza straordinaria, farne uno strumento di cui servirsi è un arricchimento intellettuale senza pari: però è indispensabile imparare a usarlo. Oggi negli Stati Uniti le grandi università regine dell'AI: MIT, Stanford, Seattle... offrono una varietà di

corsi di prompt engineering in cui si insegna a colloquiare con l'AI generativa (dunque non corsi di ingegneria, ma di efficienza e capacità nel colloquio con la macchina!) in numero maggiore dei corsi sull'AI. Come porsi in gioco in un processo così complesso e indecifrabile come quello messo in pratica da un programma che implementa un algoritmo il quale realizza un codice che simula un pensiero umano? Comportandoci come un umano che quel pensiero vuole mettere in atto con l'aiuto di un amico al quale si rivolge per averne aiuto. L'AI, quella generativa, lo sa giocare bene quel ruolo di super-amico e noi non dobbiamo essere da meno.

Quali sono i settori impattati dall'AI con maggiore sviluppo occupazionale?

Questa è una domanda quasi Gödelianamente indecidibile perché forse la risposta più corretta sarebbe: «quelli che non esistono ancora». Se, come novelli epigoni di Giano bifronte, guardiamo al passato vediamo che dove l'AI ha avuto successo non c'è molto da fare: le macchine sono subentrate a lavorare al nostro posto; se invece guardiamo al futuro vediamo qualcosa che si potrebbe descrivere come il fondo del cratere di un vulcano che sta per eruttare, un brulichio di idee, sfide, visioni dove il vero agone avrà luogo: sarà la nostra capacità creativa che sfiderà la macchina e noi stessi a «generare» la miriade di cose nuove che si potranno fare con l'AI. Ma dire ora se sarà vincente l'AI che si prenderà cura dell'ambiente o

quella che ci darà una salute più stabile e duratura, l'intelligenza artificiale che ci porterà a realizzare farmaci su misura per ogni singolo paziente o quella che ci permetterà di dimostrare nuovi teoremi di algebra, l'intelligenza generativa che troverà le sentenze perfette in processi giudiziari o le strategie ottimali per coltivare grano nei deserti del pianeta è impossibile dirlo qui e ora: ci vorrebbe una AI dedicata...

Quali competenze serviranno per restare al passo con la trasformazione?

Tutte quelle che l'uomo ha già più quelle, nuove, che saprà immaginare: AI non è che uno strumento che avremo al nostro fianco per potenziarci ed essere sempre più adeguati ed efficienti nel fare le cose complesse che vogliamo fare. Dovremo saper essere umili (solo così impareremo fidarci delle macchine intelligenti e a sfruttarne appieno le potenzialità), coraggiosi (non si deve aver paura delle macchine intelligenti: il nostro cervello è comunque una macchina ben più flessibile, potente, creativa di un computer che però ha molto più «forza bruta» di noi, e non cercherà certo di dominarci se non glielo chiederemo. La creatività è la capacità di promuovere l'improbabile a essere soluzione vincente, di cambiare un paradigma seguendo una intuizione folle; esattamente il contrario di quanto la macchina fa. In altre parole essere uomini, con un cospicuo bagaglio di valori, innanzitutto etici, mirati al bene di tutti.



IL MONDO DI PROFESSIONI DIETRO UN'OPERA

**IL DIRETTORE MARKETING DELLA SCALA DI MILANO,
LANFRANCO LI CAULI, RACCONTA TUTTI I MESTIERI CREATIVI
CHE OPERANO NEI TEATRI MUSICALI E COME ACCEDERVI**

Il Teatro alla Scala è il principale teatro d'opera di Milano e tra i più famosi del mondo. Inaugurato nel 1778, è da oltre due secoli il palcoscenico prediletto per artisti e compositori nel campo dell'opera, del balletto e della musica classica. Tuttavia, questo eccezionale teatro non vive solo di musica: oltre all'Orchestra, il Coro e il Corpo di Ballo, la Scala - come la chiamano i milanesi -

impiega anche maestri collaboratori, dirigenti, impiegati, tecnici di palcoscenico, scenografi, progettisti, truccatori e parrucatori. Qui lavora anche Lanfranco Li Cauli come Direttore Marketing e Fund raising dal 2016; dal 2013 al 2015 ha svolto lo stesso ruolo al Piccolo Teatro di Milano - Teatro d'Europa, dove nel 1997 ha iniziato la sua carriera dopo una laurea in Economia e Com-

mercio all'Università Bocconi di Milano. Grazie all'iniziativa nota come Primina under 30, che dal 2008 invita alla Scala una platea di giovani destinati a diventare il pubblico del futuro, Li Cauli ha uno sguardo privilegiato sulle nuove generazioni e dunque i suoi suggerimenti sul mondo delle professioni creative nell'ambito teatrale sono particolarmente preziosi. L'intervista.



Lanfranco Li Cauli, direttore marketing e fund raising del Teatro alla Scala di Milano. A destra, lavori per scenografie.

Nel corso della Primina under 30 lei incontra molti giovani studenti: come trova le nuove generazioni?

Si tratta di un evento che la Scala realizza da 18 anni per i giovani spettatori che hanno la straordinaria possibilità di vivere l'anteprima di un momento molto atteso a livello milanese, nazionale e internazionale. I ragazzi e le ragazze ci raccontano che vivono la grande emozione di partecipare a uno spettacolo importante, ma anche l'entusiasmo per una sorta di rito collettivo con i loro coetanei. Per loro è un momento indimenticabile. In generale si ha l'impressione che si tratti di una generazione distratta dall'utilizzo delle nuove tecnologie ma proprio il teatro dimostra il contrario, perché è un luogo che «obbliga» a prendere il tempo del tempo. Lo spazio teatrale ha due aspetti cruciali: l'alternanza di luce e buio, nonché quella fra silenzio e ascolto. È un tempo speciale, in cui i ragazzi si disconnettono dal virtuale per connettersi al reale, tutti insieme. All'interno

di questo percorso organizziamo incontri fra i ragazzi, gli attori e gli orchestrali, e anche questo diventa un momento emozionante, istruttivo e anche d'ispirazione per alcuni di loro. I numeri ci confermano che le nuove generazioni apprezzano molto la Primina: l'età del pubblico si sta abbassando, con un aumento del 20 per cento degli spettatori sotto i 35 nell'ultima stagione. Il 25 per cento di questi ragazzi, inoltre, restano fedeli e si abbonano. Addirittura, si è formata una community di stranieri, Juvenilia, e una cinquantina di suoi iscritti è arrivata qui da tutta Europa.

Lei come è entrato nel mondo della musica operistica?

Mentre studiavo economia aziendale ho cominciato a lavorare come maschera alla Scala (la maschera è una figura professionale che fornisce informazioni e si occupa del controllo dei biglietti e degli ingressi in sala). In quella circostanza ho scoperto che dietro il palco c'è una macchina straordinaria governata da un complesso sistema manageriale che mi ha affascinato. Al termine degli studi sono entrato nella divisione marketing del Piccolo Teatro, dove sono rimasto per 18 anni apprendendo gli strumenti necessari al funzionamento della macchina organizzativa di un grande teatro.

Che caratteristiche deve avere un giovane che vuole scegliere la sua carriera?

Principalmente essere pronto a crearsi opportunità, coltivare la curiosità, cogliere le occasioni interessanti quando si presentano,



metterci un po' di coraggio. Per cogliere le occasioni, tuttavia, è necessario costruire nel tempo la propria scala di valori e lavorare, per capire se la strada che abbiamo scelto di percorrere coincide con le nostre aspirazioni. Le idee vanno infatti costruite nel tempo e messe alla prova della realtà, investendo le proprie abilità per acquisire nuova conoscenza: vivere ogni giorno come un primo giorno. Detto questo, è anche necessario sapere che un percorso di lavoro nell'ambito teatrale può essere molto impegnativo. Ci sono giornate che cominciano al mattino molto presto e finiscono a notte fonda. Ma la ricompensa è grande: rendiamo le persone felici.

Dalla sua esperienza, quale errore consiglierebbe di evitare prima dei 20 anni e quale compiere?

Non è facile rispondere a questa domanda perché gli errori sono inevitabili e il giudizio sul nostro



operato cambia con il tempo. Il problema degli errori è che contengono un paradosso: insegnano sempre qualcosa, a condizione di esserne consapevoli. L'unico errore da non commettere è non farne esperienza.

Che cos'è l'Opera per lei? Come la spiegherebbe a un giovane che non vi si è mai avvicinato?

La racconterei in modo molto semplice: è una rappresentazione emozionale della vita. L'emozione straordinaria della musica, delle voci, del coro, dei solisti, della macchina scenica. Solo per fare un esempio, il 27 aprile 2025 andrà in scena l'opera *Il nome della rosa*, tratta dal romanzo di Umberto Eco, ed è un debutto storico, ne siamo già emozionati. L'Opera è come una magia.

Quali sono le professioni più in crescita nella filiera dell'Opera e della musica a cui invitare i ragazzi a guardare, e quali i

mestieri dietro le quinte?

I mestieri sono numerosi, perché la Scala è un teatro di produzione e pertanto occupa un numero ragguardevole di figure professionali: c'è la direzione artistica, chi struttura la stagione, chi ha competenze relazionali e organizzative, poi c'è l'area della produzione, la creazione dei calendari e del piano degli spettacoli e inoltre scenografi, costumisti, falegnami, trucco e parrucco, sarti e artigiani che realizzano costumi, gioielli, oggetti di scena. Senza dimenticare l'amministrazione, il personale di servizio, gli affari generali, gli addetti ai cerimoniali, gli esperti di strategia e analisi, la gestione di spettatori e abbonati, le aree comunicazione, marketing, i rapporti con le istituzioni e con la stampa... è un mondo che lavora in sincronia del quale il pubblico vede solo l'aspetto esteriore, ma che nasconde una macchina straordinaria che offre ai giovani volenterosi molte opportunità.

Quando uno studente ha deciso di prendere una strada nel mondo dell'Opera, sia creativa sia di supporto allo spettacolo, qual è il passo successivo?

Prima di tutto, alimentare la propria passione. Andare a vedere gli spettacoli, documentarsi su artisti e compositori, accrescere la propria cultura visitando mostre, cominciare a frequentare l'ambiente teatrale e parlare con persone che fanno questo mestiere, comprenderne vantaggi e svantaggi, capire se davvero si tratta di un ambito in cui cimentarsi, frequentare percorsi di specializzazione universitaria nell'area dei beni culturali. E se davvero vi sentite pronti, prendete l'iniziativa: il sito teatroallascala.org, per esempio, ha una sezione, «Lavora con noi», che consiglia di esplorare per cominciare a comprendere quali sono le posizioni richieste dal nostro mondo e dalla quale ci si può candidare anche solo inviando il proprio curriculum.



VIVERE DI FOTOGRAFIA? PRIMA STUDIARE E POI SCATTARE

IN QUESTA INTERVISTA, IL FOTOGRAFO MANUEL CICHETTI OFFRE SPUNTI E CONSIGLI SULLA FORMAZIONE E LE ATTITUDINI NECESSARIE PER TRASFORMARE UN HOBBY IN UNA CARRIERA

Manuel Cicchetti, oggi tutti abbiamo una fotocamera in tasca, ma come si fa a trasformare questa opportunità in un lavoro?

Avere accesso a una tecnologia in modo semplice e quotidiano permette di testare le proprie iniziali capacità, di sperimentare e correggere i propri errori in modo quasi immediato. Da muovere questi primi passi a pensare di farla diventare una professione però la strada è lunga e impegnativa. Per spiegarmi meglio prendo in prestito il pensiero di Ansel Adams, grande fotografo americano, che in

un'intervista ha detto: «La parte più importante di una macchina fotografica sta dietro di essa». Lo studio dell'immagine, dai graffiti preistorici alle ultime avanguardie, lo studio della letteratura, della musica e in generale delle materie umanistiche è fondamentale per diventare un buon fotografo, prima ancora degli aspetti tecnici dobbiamo avere qualcosa da dire e da raccontare.

Quali sono le caratteristiche necessarie per riuscire nel suo mestiere?

La più ampia formazione possi-

bile, mai accontentarsi del bagaglio acquisito, accrescerlo quanto più possibile anche nel corso degli anni di professione. Il mio consiglio è sovrapporre due attività, da un lato un approfondito studio tecnico che si può acquisire frequentando scuole di fotografia e contemporaneamente mettere in pratica sul campo il bagaglio di nozioni imparate e utilizzarle per «ardite» sperimentazioni. Ritengo inoltre fondamentale sviluppare una elevata capacità relazionale con i soggetti coinvolti nel lavoro e una dedizione simile a quella degli atleti olimpici.

Come si inizia? Meglio puntare sulla creatività o sulla tecnica?

Gli ambiti fotografici sono molteplici e diversificati: fotografia commerciale, di moda, reportage, di scena, matrimonio, ritratti, architettura, ecc., di conseguenza i clienti-committenti possono avere nature molto diverse tra loro come editori, enti pubblici, marche, privati cittadini, studi di architettura. Ognuno di noi si sente portato per un certo settore fotografico, ma il mio consiglio è di cercare molteplici esperienze anche di affiancamento a un professionista. Sono convinto, infatti, che poter offrire un'ampia gamma di servizi sia sempre consigliabile.

Per studiare fotografia «basta studiare fotografia» oppure il suo campo impone competenze e saperi diversi? E dove guardare per un percorso di formazione?

Le materie tecniche che compongono un corso di fotografia sono alla base della nostra professione ma le conoscenze trasversali sono altrettanto fondamentali per sviluppare la creatività e la comprensione del mondo nel quale operiamo professionalmente. Il programma di studi varia da Storia dell'Arte Contemporanea ad Antropologia Culturale per arrivare ad esempio a Teorie e Tecniche dei Mass Media. Esistono molti corsi fotografia sia nelle Accademie di Belle Arti che in Istituti privati, consiglio a chi volesse intraprendere questo ciclo di studi di visionare il loro programmi.

Quali sbocchi occupazionali offre il suo mestiere?

Il mondo della fotografia è cam-

biato e cambierà ancora con l'avvento dell'Intelligenza Artificiale, prevedere il futuro non è semplice al momento. Attualmente c'è una sovrapproduzione di immagini e come quasi sempre accade la quantità non si sposa con la qualità. I settori della fotografia sono molteplici e coinvolgono attori molto diversificati: marche di quasi tutti i settori, agenzie di pubblicità, editori, enti pubblici, privati e molti altri. L'idea del posto fisso non si abbina a questa professione, si tende una volta fatte le iniziali esperienze lavorative in studi a essere un libero professionista e a muoversi autonomamente sul mercato del lavoro.

Quanto è importante la specializzazione nel suo mondo?

È importantissimo specializzarsi in un settore, ma il mio consiglio è di arrivarci per gradi. All'inizio è molto utile apprendere le tecniche proprie di molti settori della fotografia, innanzitutto perché è un bagaglio culturale che ci arricchisce ma soprattutto perché ci permette di scegliere con consapevolezza dove indirizzare le nostre energie. La conoscenza tecnica trasversale ci permetterà di disporre di più soluzioni, magari adattandole al lavoro che stiamo eseguendo in quel momento.

La tecnologia e l'Intelligenza Artificiale generativa sono sempre più pervasive anche nel mondo della fotografia: li ritiene un ostacolo alla creatività oppure un alleato?

Non metterei sullo stesso piano la tecnologia e l'intelligenza artificiale. La prima la ritengo un al-

leato avendo vissuto il passaggio dall'analogico al digitale e oggi li uso entrambi con soddisfazione. Le macchine fotografiche e le ottiche miglioreranno? I software per la post-produzione saranno in continua evoluzione? Ovviamente sì, ma sono solo strumenti che dovremo utilizzare per il nostro lavoro e lo renderanno potenzialmente migliore e a volte più facile. Diverso è il ragionamento sull'Intelligenza Artificiale, siamo agli inizi di questo percorso, è giusto interrogarsi ma con l'età ho imparato a dubitare degli oracoli. Il futuro oggi è tutto da scrivere. Potenzialmente potrà cambiare il nostro mestiere e lo potrà cambiare dall'interno, già possiamo infatti realizzare immagini fotografiche senza utilizzare una «classica» macchina fotografica. La rivista *Cosmopolitan* ha realizzato con IA una fotografia che ritraeva una astronauta donna sulla Luna e l'ha fatta diventare una delle sue copertine. Siamo solo all'inizio di un percorso, è molto importante tenersi informati sull'evoluzione tecnica e normativa che regolerà l'uso dell'IA nei prossimi decenni.

«Basilari conoscenze umanistiche e tecniche», spiega il fotografo **Manuel Cicchetti**.





Accademia
Italiana

Firenze | Roma



Fashion Design

Graphic Design

Communication

Photography

Jewelry

Design

Corsi Triennali e

Bienni Specialistici

Accreditati MUR

we design.

Registrati
ai nostri
eventi



Dixit _____

CONSEILS FOR YOURSELF

UN GRUPPO DI PROFESSIONISTI DI SUCCESSO OFFRE AI PIÙ GIOVANI UNA PLAYLIST DI CONSIGLI, PREZIOSI E ORIGINALI, PER DISTINGUERSI NEGLI STUDI E NELLE OCCUPAZIONI LEGATE ALLA CREATIVITÀ



ERCOLE BOTTO POALA
Presidente di Confindustria
Moda dal luglio 2022
al 1° gennaio 2024

Consigli ai giovanissimi. Un diplomando deve anzitutto decidere se lavorare subito o proseguire gli studi. In entrambi i casi, poiché il mondo della moda e della creatività cambiano velocemente, serve essere curiosi, intuitivi, autocritici e duttili per inserirsi in qualunque segmento della filiera produttiva.

AI: alleata o nemica? La tecnologia aiuta a creare oggetti diversi in meno tempo. Ma un essere umano ha il vantaggio dell'esperienza: elabora il pensiero più lentamente ma con una maggiore profondità. Una buona combinazione tra le due "intelligenze" può fare la differenza.

Formazione tecnica o percorso umanistico? Ci sono troppi studenti che fanno percorsi non tecnici, e lo vediamo anche dalla scarsa presenza di professori di matematica. A lungo si è pensato che una formazione umanistica fosse una via migliore per svolgere ruoli professionali più interessanti. Oggi invece sappiamo che figure con capacità di utilizzare le mani con creatività, tecnica e ingegno valgono molto. E ricevono retribuzioni molto interessanti.

Specializzazione o multi-tasking? Dipende dai singoli ruoli ma anche dalle singole persone: alcune sono più adatte al primo percorso, altre viceversa. Di sicuro serve aggiornarsi continuamente, perché le produzioni e i mercati cambiano sempre più velocemente. E se ci si adagia sugli allori l'eccellenza del Made in Italy è destinata a subire concorrenze crescenti.

Serve un'esperienza all'estero? Il know-how principale per questo tipo di lavori lo si trova in Italia, per cui sono piuttosto gli studenti stranieri a trasferirsi da noi e non viceversa. Ma per certi ruoli, come quelli di marketing, può essere utile un periodo Oltralpe per comprendere

gli altri mercati: per esempio in Cina e negli Stati Uniti, per capire come adattare le proprie strategie aziendali alle esigenze di consumatori così numerosi ed eterogenei. Come esperienza di vita, poi, un periodo all'estero anche breve è sempre utile per ampliare la propria mentalità.

Cosa cerca il mercato del lavoro? Mancano figure tecniche specifiche: artigiani applicati alla pelle o che lavorano sulle pietre preziose, sul filo, sul tessuto, sul materiale per un occhiale. Sono figure tecnico pratiche che scontano una percezione sbagliata da parte dell'opinione pubblica, specie tra i più giovani: pensano siano lavori ripetitivi, invece sono esattamente il contrario.

I distretti su cui puntare. Tutti quelli italiani sono d'eccellenza. Fra i tanti, per citarne qualcuno, Como per la seta; Varese e il Busto per i tessuti tecnico cotonieri; Prato per il tessile; il Nordest e il Brenta per le scarpe; Marche, Puglia e Campania per le confezioni; Biella per la lamiera; Liguria per il tessile per la nautica. Infine consiglieri di tener d'occhio il tessile tecnico, perché sarà impiegato in numerosi settori, dagli smartphone all'automotive.



RENZO ROSSO
Fondatore del marchio
di abbigliamento Diesel
e presidente di OTB Group,
Only the brave

Mettetevi in gioco con l'energia della vostra età. Credete in voi stessi e siate coraggiosi in tutto ciò che fate. Cercate il settore in cui vi sentite più forti e sviluppatelo al massimo delle vostre forze. Create un buon team di persone per realizzare al meglio le vostre idee. E non abbiate paura di sbagliare perché con gli sbagli si diventa più forti.

Confezionatevi una biografia su misura. Ho frequentato l'Istituto tecnico per periti della confezione di Padova, dove ho imparato tantissimo e ho creato il mio primo paio di jeans a 15 anni usando la macchina da cucire Singer di mia madre perché non mi piaceva il pantalone classico di quel tempo e volevo indossare qualcosa di unico. Il mio primo lavoro è stato quello di tecnico di produzione di un'azienda di abbigliamento, poi ho creato la mia azienda. Fate altrettanto, seguite i vostri sogni.

Contaminazione e ibridazione sono i claim del futuro. Chi intraprende una professione creativa può ormai spaziare dal design all'arte, dalla moda al digitale, dall'arredamento alla progettualità, non ci sono più compartimenti chiusi. La moda è un settore che fa cultura e le sue leggi sono un asset che può essere sviluppato anche in altre industry. La contaminazione crea una catena di valore nelle persone come nel business, suscita stimoli e nuove idee.

Passate in rassegna ogni ruolo, dal più classici al più avveniristico. Non esistono solo le figure di direttore creativo, designer, merchandiser, nella filiera della moda e della creatività, esistono anche professioni meno appariscenti, come modellisti, prototipisti, responsabili dell'ufficio di prodotto. Oltre a tutte le mansioni legate al virtuale, al digitale e all'intelligenza artificiale, dove le possibilità sono infinite.

OTB, Only the brave, per ragazze e next gen. Con il marchio Only the brave puntiamo alla formazione nel digitale con una Academy It dedicata; con Otb Foundation e con il premio Brave Woman Awards (550mila euro per 55 borse di studio) contrastiamo le differenze di genere e incentiviamo la formazione di una classe dirigente al femminile. Con la Scuola dei Mestieri di Staff International, company controllata da Only the brave, sosteniamo i neodiplomati delle scuole tecniche superiori e i frequentanti di corsi di laurea specialistici del settore moda: al termine del semestre formativo, la gran parte dei frequentanti vengono inseriti nelle aziende del gruppo in vari ruoli, da prototipista a esperto di prodotto. Infine, contribuendo ai premi Yu Prize e Andam Fashion Awards valorizziamo i giovani che provengono da tutto il mondo e che portano nuovi vissuti ed esperienze, a partire da cinesi e francesi.





MATTEO SECOLI
Presidente del consiglio direttivo di Piattaforma Sistema Formativo Moda

Come utilizzare le iniziative di Piattaforma Moda? Partecipando ai nostri eventi di orientamento. A partire da Fashion Graduate Italia, tre giorni di sfilate ed eventi con tre obiettivi: raccontare l'industry agli studenti in uscita dalle nostre accademie; favorire il loro scouting mostrando i loro portfolio review; informare docenti e studenti delle scuole secondarie, per le quali organizziamo una settimana di lection e talk come orientamento alle scelte post maturità.

Cosa serve per riuscire nelle attività più creative. Un orientamento ben fatto, perché indirizza la carriera successiva. Avere idee chiare e determinazione perché la moda è un mondo bellissimo, ma fatto di ritmi e scadenze. La sua filiera ha una miriade di mestieri, dagli stilisti ai sarti, alcuni trasversali a più settori come design, grafica, comunicazione. E cultura e arte per cui prevede an-

che carriere da studioso. Andate a vedere le scuole, gli open day, i Saloni dello Studente: cercate il percorso adatto al tipo di lavoro che intendete svolgere e poi confrontatevi con i vostri docenti.

Le professioni techno-fashion.

La moda oggi si basa su tecnologie avanzate, software di grafica, cad, prototipizzazione digitale. I più grandi brand stanno sviluppando collezioni specifiche per il metaverso e per prodotti sviluppati per restare digitali. L'industria della moda italiana è la più avanzata nel mondo. Sotto il profilo finanziario quella francese è la più consistente, ma per lo sviluppo dei prodotti anche i cugini transalpini portano da noi i loro headquarters.

I genitori temono scelte troppo originali.

Sfatiamo un mito: dentro Piattaforma l'80% delle realtà formative sono nate fra gli anni 30 e 70 del '900. Certo non erano accademie ma scuole di moda che si sono evolute: Secoli, Ied, Naba, Secoli, Polimoda, Marangoni, ecc. Quelle nate negli ultimi 20 anni sono le discipline moda all'interno delle Accademie di Belle arti prima e poi nelle Università. L'alta formazione ha solide radici: nell'industria e nell'artigianato della moda. Non è un vezzo per eccentrici.

Le scuole di moda costano molto.

Quasi tutte le scuole di Piattaforma offrono borse di studio o rette parametriche ai redditi. Purtroppo in Italia non abbiamo un sistema di presti-



ti sull'onore strutturato come nei Paesi nordici e anglosassoni. Però, come Piattaforma, da alcuni anni abbiamo messo a punto uno strumento di finanziamento con Intesa Sanpaolo chiamato «Per merito»: ogni accademia lo coniuga secondo sue clausole ma in generale consente a tutti di chiedere qualche decina di migliaia di euro all'inizio del percorso formativo, cominciando a rimborsarlo all'inizio di quello lavorativo e in un range di tempo molto lungo, sino a 30 anni.

L'Italia è davvero il posto giusto per trovare occupazione?

Da un punto di vista lavorativo tutti i paesi occidentali sono interessanti. Però l'Italia resta leader sui ruoli legati allo sviluppo del prodotto. Per fare un esempio, Alexander McQueen, brand inglese, ha l'headquarter comunicazione, design e strategia in Inghilterra, ma ha 13mila metri quadrati di uffici e laboratori a Novara, dove fa tutto il resto: ideazione, campionario, sviluppo, prototipizzazione.

ROBERTO CICUTTO
Produttore cinematografico
e presidente Biennale
Venezia dal febbraio 2020
al marzo 2024



Vocazione e fatica. Senza voler dissuadere nessuno, è importante rendere consapevoli studenti e genitori che una professione artistica è una gran fatica: non si diventa attori solo perché si ha un bel faccino, o pittori perché si sanno fare bei disegni. Serve quindi partire facendo un bilancio realistico delle proprie risorse interne e distinguere la fascinazione per un ambiente per le proprie capacità di adattamento allo stile di vita che richiede.

A cosa e a chi ispirarsi. I giovani devono mettere da parte l'aspetto estetico del settore e prepararsi a un grande mole di studio. In *Mestiere Cinema*, Ermanno Olmi, un regista con cui ho lavorato a lungo, diceva che lui non insegnava la tecnica del cinema agli studenti ma cercava di aiutarli a capire se veramente erano pronti a sacrificarsi per

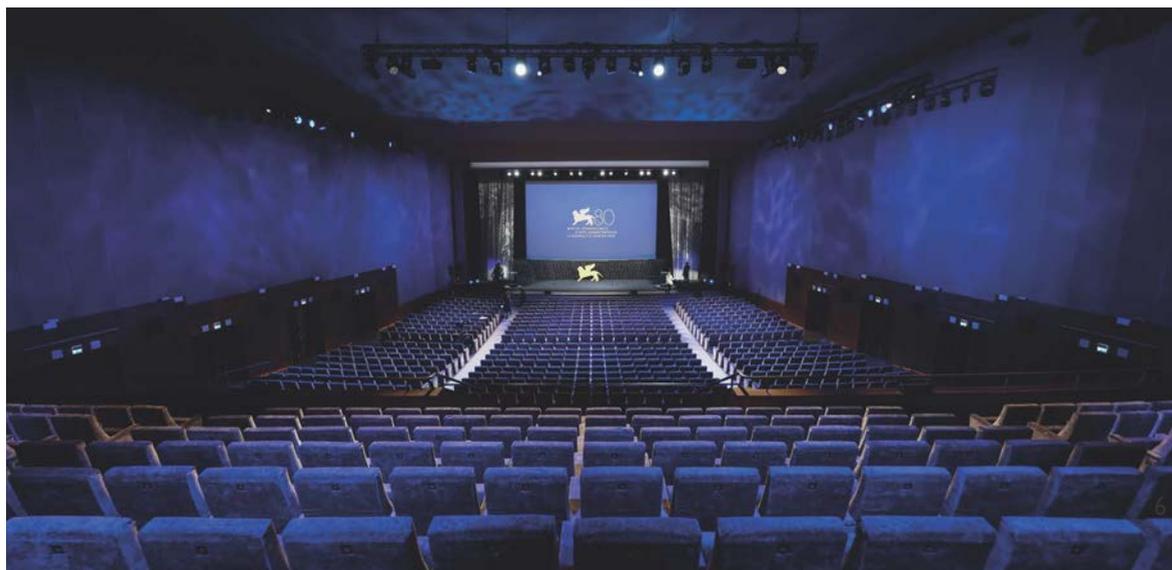
quel mestiere. Servono studio, lavoro e vari anni di impegno costante prima di vedere i risultati. Devono perciò anzitutto capire se si sentono pronti per affrontare questo calvario.

Tra fiducia e fortuna. Per riuscire serve anche fortuna: avere l'occasione di incontrare le persone giuste nei momenti giusti. Capire a chi dare fiducia senza farsi illudere da chi promette facili risultati. E anche scegliere i posti dove le chance sono maggiori: per esempio io da ragazzo amavo il cinema e da Venezia mi sono trasferito a Roma. Certo sono stato anche privilegiato,

perché purtroppo uscire di casa costa e non tutti hanno questa possibilità.

Le remore dei genitori. Comprensibili. Però serve considerare che in un settore artistico non esistono solo ruoli sotto i riflettori. Magari un giovane si accosta al cinema per diventare attore e poi scopre che ha le caratteristiche giuste per diventare un ottimo tecnico luci, un bravo fotografo o un eccellente scenografo. Ogni filiera artistica è composta da diverse figure professionali, tutte degnissime, non solo di star.

Quali sono le professioni in crescita nel cinema? Oggi viviamo nell'era digitale per cui tutto ciò che è legato alle nuove tecnologie ha chance supplementari. Inoltre, l'accelerazione dell'evoluzione tecnologica consente di cambiare scelta in corso d'opera più facilmente, perché crea continuamente nuove potenzialità e quindi nuovi ruoli, sia nel ripristino di vecchi film, sia nella realizzazione delle pellicole di domani.



ARTI FIGURATIVE



EIKE SCHMIDT
Storico dell'arte, direttore
delle Gallerie degli Uffizi di
Firenze dal 2015 a fine 2023

Come vivere d'arte? Artisti e scultori non sono le uniche figure del mondo artistico. Oggi il settore ha molto bisogno di bravi restauratori e archeologi. Nel restauro, per esempio, l'Italia eccelle in tutto il mondo e i nostri restauratori vengono chiamati a lavorare anche all'estero.

A chi identifica arte e dipinto cosa consiglia? Fare il pittore oggi non significa necessariamente lavorare con olio su tela: ci sono i fumettisti, gli sviluppatori di videogiochi e di arte figurativa digitale. Nel nostro secolo, come nell'Ottocento, solo l'1% degli artisti riesce a vivere di pittura; quantomeno, oggi, il restante 99% può provare a vivere delle altre sue coniugazioni, dal digitale al restauro.

E per chi vuole fare l'artista

puro? Chi intende vivere come pittore, scultore o contract artist che vive esponendo nelle gallerie non basta avere una visione artistica, serve acquisire e sviluppare competenze gestionali, perché non si vive di quei lavori se non si sa fare anche i manager di se stessi.

Quali altri mestieri offre la filiera artistica? Tutte le mansioni legate all'artigianato, alla qualità, alla metodologia e alla tecnica della manualità. Per farsi un'idea di quali e quanti di questi ruoli richiede il mercato del lavoro consiglio di contattare le Camere di Commercio locali, che hanno gli elenchi delle aziende per tipologia e tutti i dettagli sulle figure professionali impiegate.
Ci sono distretti artistico-ar-

tigianali all'estero dove vale la pena trasferirsi per formarsi al meglio? In Cina e Giappone esiste una buona cultura per la produzione e l'affinamento della carta e di certi legni. Negli Stati Uniti ci sono scuole regionali di alta qualità sull'artigianato del legno ma, in generale, le skills per la miglior formazione artistico-artigianale si trovano da noi in Italia.

Come si fa a scoprire se si hanno davvero inclinazioni per questi lavori? Provando, mettendosi all'opera. Se ci si annoia, ci si distrae sullo smartphone o sui social senza concentrarsi significa che non si è adatti. Se invece ci si appassiona vale la pena continuare e insistere.





MUSICA E TEATRO



MICHELE MARIOTTI
Direttore musicale del Teatro
dell'Opera di Roma dal 2022

Lei incontra spesso studenti nelle scuole e nelle università, cosa racconta loro? Che il teatro d'opera, anche quando i libretti sono scritti secoli fa, non descrive solo il mondo di ieri ma racconta dinamiche e problematiche anche di oggi perché narra l'umano: amore, odio, guerra, violenza, disagio esistenziale, dif-

ficoltà di comunicare, rapporti familiari e sociali.

Come si capisce se si è vocati o meno a lavori così particolari?

Conoscendoli a fondo. Venendo ad assistere alle prove, che sono più divertenti delle recite ufficiali perché mostrano tutte le dinamiche tra musicisti, attori e tutte le altre figure coinvolte. Se quello che vediamo ci appassiona vale la pena di indagare questa passione per capire le possibilità di tradurla in professione.

Una volta compiuta una scelta così ardua, come la si alimenta? Con impegno, costanza, serietà e qualità. Con dedizione ma anche con lentezza. Io ho agito sempre con calma, ponderando ogni scelta. Oggi viviamo tutti a 200 all'ora ma la frenesia a volte porta a sbattere. Non è la velocità il giusto mood per coltivare e far crescere creatività e ispirazione.

E gli stimoli da dove si attingono? Dai luoghi, dalle esperienze, dai dialoghi. Visitare, viaggiare, leggere, guardare film, visitare musei e ascoltare, ascoltare molto: musica, opere ma anche persone, chiedere consigli, confrontarsi, attingere dall'esperienza altrui, interagire, comunicare.

Però il suo resta comunque un mondo difficile, dove il risultato è oltremodo incerto. Come coniugare vocazione e realizzazione? Indagando a fondo le specificità della propria vocazione. Nella musica, come nell'opera, sono coinvolte tante figure: dai fonici ai macchinisti, dai sarti ai costumisti, tutto un mondo di lavoratori che restano lontani dalle interviste ma consentono a tutti i componenti di un'orchestra o di una compagnia di svolgere al meglio il proprio ruolo.



CORSI TRIENNALI

ACCREDITATI MUR

COSTUME E MODA - ROMA

**COMUNICAZIONE DI MODA: FASHION EDITOR,
STYLING & COMMUNICATION** - ROMA/MILANO

FASHION MANAGEMENT - ROMA/MILANO

**MODELLISTICA, SARTORIA, PROTOTIPIA
PER LA MODA E IL COSTUME** - ROMA

**FOUNDATION - CORSO PROPEDEUTICO
AL TRIENNIO** - ROMA/MILANO

SCOPRI L'OFFERTA FORMATIVA



REGISTRATI AGLI OPEN DAY





ALBERTO CAVALLI
Direttore generale
Fondazione Cologni
Mestieri d'Arte

In cosa consiste l'X factor. Curiosità per i dettagli, tenacia nel perseguire gli obiettivi, pazienza, attitudine ad approfondire, sperimentare, ricercare, plasmare sono le caratteristiche che i giovani devono avere per svolgere una professione artistico-artigianale. Quando il loro sguardo incontra un oggetto di evidente bellezza la loro domanda deve essere: qual è il modo di crearlo?

Fare del talento una professione rende felici? Richiede sacrificio ma permette di dare un senso alla vita. Consente il privilegio di mantenere un'osservazione molto attenta sul mondo e permette di trasformare ciò che ci piace in un lavoro retribuito. Consente di allenare la mente, l'occhio, le mani. Oggi è il non saper fare niente la vera forma di schiavitù. E' la gravità, e non l'inerzia, la forza più potente del mondo.

ARTE ARTIGIANALE



Le accademie italiane sono sempre leader nel mondo?

La concorrenza straniera cresce ma noi siamo ancora i primi: dalle accademie all'avanguardia sull'arte tecnologica raccontate da Campus alle officine più tradizionali e storiche. Cito, fra le tantissime, il Centro di arte orafa Tarì di Marcianise (Caserta), il Centro conservazione e restauro La Veneria Reale (Torino), l'Officina del restauro di Firenze. Per la formazione d'eccellenza, l'Italia è ancora un punto di riferimento.

Gli insegnanti come possono aiutare le next gen? Mostrando loro storie di successo artigianale, portandole nelle botteghe dove orafi, ricamatori, intrecciatori svolgono le loro mansioni. Organizzando gite di istruzione nei luoghi dove

osservare la bellezza di creare: dalla mostra Homo Faber alla Fondazione Giorgio Cini a Venezia a quella di gioielleria di Palazzo Madama a Torino.

Avere il meglio nel belpaese dispensa da un'esperienza estera?

No, perché andare a vedere cosa realizzano gli altri offre spunti e stimoli. I migliori artigiani del passato partivano da Fussen e altre città anseatiche d'eccellenza per un wanderschaft (vagabondaggio, alla maniera dei clerici vagantes, ndr) per vedere cosa facevano i colleghi. L'uomo artigiano di Richard Sennet è una buona lettura in merito: "L'uomo artifice persegue la ricerca dell'opera quasi perfetta, del buon lavoro fatto con arte, intelligenza, conoscenza e sapienza manuale".

**BENVENUTI NELLA SCUOLA
DEI MESTIERI STRAORDINARI**



**ACCADEMIA
DELLA
PUBBLICITÀ**

**LUCCA
TOSCANA**



ART DIRECTION

// creazione dell'idea

COPYWRITING

// scrittura creativa

DESIGN

// packaging e stand

DIGITAL MARKETING

// Google Ads, Mktg Automation

FOTOGRAFIA

// teoria e pratica sul set

SPOT VIDEO

// scrittura e produzione

VISUALIZING

// costruzione del layout

WEB DESIGN

// comunicare tramite il web

GRAFICA

// illustrazione, logo, editing

SOCIAL ADV

// strategia e contenuti

**L'UNICA SCUOLA
PER DIVENTARE
I NUOVI CREATIVI
DELLA PUBBLICITÀ**

www.accademiapubblicita.com

Junior Tutor _____



RICCARDO BALDANI,
Accademia Belle Arti RUFA di Roma
La creatività per me: *CURIOSITÀ, APERTURA
MENTALE E ATTITUDINE ALLA PROGETTAZIONE*

Riccardo, che cosa ti ha fatto capire di avere le caratteristiche per riuscire in una professione creativa?

È stato un processo graduale che ha iniziato ad avere una prima sembianza negli ultimi due anni del liceo. Ho sempre avuto idee originali ma non sono mai riuscito a riconoscere da solo questa originalità. Sono stati fondamentali i feedback delle persone che mi circondavano e una casa tappezzata di quadri di un nonno pittore. In quei primi momenti non ho pensato di poter riuscire o affermarmi in una professione creativa con certezza, ma ho capito che valeva la pena fare un tentativo. Ed è stato abbastanza.

Come mai hai scelto l'Accademia RUFA?

Ho conosciuto l'Accademia RUFA grazie a una chiacchierata con due ragazze più grandi di me che già la frequentavano. Poi il fascino si è concretizzato durante un Open Day e il mese dopo, in un lunedì di Ottobre iniziavo la mia primissima lezione.

Come hai gestito questa scelta con i tuoi genitori?

I miei genitori si sono mostrati da subito aperti all'idea di un percorso accademico per una professione creativa. Mia madre mi ha accompagnato all'Open day ed è rimasta convinta della Accademia Belle Arti RUFA tanto quanto me.



Che atteggiamento serve per un lavoro creativo?

Costante curiosità e apertura mentale sono fondamentali così come lo è essere educati alla metodologia della progettazione. Poi bisogna saper vendere le idee e avere un po' di cinismo per trattarle come prodotti. E, ancora più difficile, una volta vendute bisogna saper lasciarle andare.

Hai già iniziato un primo percorso professionale?

Ho la fortuna di lavorare come Designer e Art Director in uno studio a Barcellona. Ho iniziato con un tirocinio al termine del quale mi è stato proposto di rimanere a tempo pieno. Mi ritaglio sempre qualche momento per lavorare a dei progetti personali e promuoverli il mio lavoro sui social. Su Instagram mi chiamo @riccardobaldani e sono sempre felice di rispondere alle domande di giovani maturandi che vogliono intraprendere il mio stesso percorso.



**MARGHERITA FRONTINI, 21 anni,
CORSO DI CINEMA E ANIMAZIONE
al NABA di Milano**

Margherita, che cosa ti ha fatto capire di avere le caratteristiche per riuscire in una professione creativa?

Ho iniziato al liceo linguistico, ma poiché ho avuto la fortuna di nascere in una famiglia di artisti è stato semplice orientarmi verso una professione creativa. Ho iniziato a studiare le lingue per intensificare la mia capacità di comunicazione, ma alla fine ho compreso che non era stato un percorso efficace. Per questo ho scelto di dedicarmi all'arte: è un linguaggio universale che va al di là delle lingue, del tempo e dello

spazio. Ho scelto Cinema, poiché le immagini valgono più di mille parole. Fin da subito questa esperienza mi ha portato a conoscere persone e culture diversissime. Ora scrivo le mie idee, le filmo, vado in sala montaggio e realizzo un prodotto creativo: grazie a questo processo produttivo riesco a comunicare ciò che desidero.

Che linguaggi cinematografici preferisci?

Mi piace raccontare storie dal contenuto semplice, ma con una forma particolare. Ricavo l'ispirazione dagli stessi strumenti

che utilizziamo nella nostra vita, le cose che impariamo, le persone che conosciamo, i luoghi che visitiamo. Questi elementi generano un'opera d'arte che è la vita stessa, ed è questo aspetto che mi piace raccontare.

Come hai gestito questa scelta con i tuoi genitori?

I miei genitori sono stati sostanzialmente d'accordo. Mio papà è un filmmaker e all'inizio era in disaccordo con la mia scelta, lui ha iniziato in maniera indipendente. Tuttavia qui i rapporti con i professori e gli studenti, la collaborazione e la partecipazione creano un networking che ai tempi di mio papà non era possibile. E anche lui sta cambiando idea.

Che atteggiamento serve per un lavoro creativo?

Servono due cose: la volontà di affrontare un impegno che porta via la maggior parte del tuo tempo. E poi l'umiltà, perché le idee ci fanno sentire speciali, ma il sentimento di soddisfazione non deve eccedere nella presunzione. Lavorando qui a NABA con docenti e studenti capisci il valore dell'empatia e di quanto sia connesso allo stimolo creativo. Quando subentra l'ego, la creatività non serve a niente.

Hai già iniziato un primo percorso professionale?

Sì, lavoro in Università con progetti video per gli open day, sto montando il materiale di un regista americano che sta girando a Roma e collaboro alla realizzazione di una serie di documentari ad Ancona, dove vivo.



**ADELE RASINI, Istituto Modartech,
Pontedera (Pisa), AREA MODA**



Adele, che cosa ti ha fatto capire di avere le caratteristiche per riuscire in una professione creativa?

Fin da che ho ricordo, sono sempre stata una bambina molto creativa, mi piaceva moltissimo disegnare ed ero appassionata di tutto quello che riguardava i vestiti. Ho capito di poter trovare la mia strada in questo ambito alle superiori, ho frequentato un istituto professionale a indirizzo moda. Sono sempre stata una delle ragazze più curiose della classe, anche grazie alla spinta dei miei professori. Ho scoperto poi di poter riuscire in quello che stavo facendo all'Università, quando ho iniziato a essere selezionata per progetti speciali.

Come mai hai scelto il percorso all'Istituto Modartech?

Ho scelto l'istituto Modartech poiché ho vinto una borsa di studio con un piccolo progetto da loro richiesto, inoltre mi aveva colpito molto il loro rapporto con le aziende del settore.

Come hai gestito questa scelta con i tuoi genitori?

I miei genitori mi hanno sempre incoraggiata a seguire questa strada creativa e meno «scontata». Quando alle medie tutte le mie amiche volevano iscriversi al liceo, ho avuto qualche dubbio. Ma proprio grazie al supporto dei miei genitori ho capito che è importante ascoltarsi e seguire le proprie passioni e attitudini.

Che atteggiamento serve per un lavoro creativo?

Sicuramente tanto entusiasmo e tanta curiosità, la creatività e il gusto sono un cosa innata ma che sicuramente va coltivata.

Hai già iniziato un primo percorso professionale?

Sì, grazie a un progetto in collaborazione con Max Mara attraverso l'istituto Modartech sono stata selezionata per uno stage curricolare da MAX&Co. Ho iniziato a settembre e sto imparando piano piano a conoscere tutte le dinamiche aziendali e commerciali proprie di un prodotto moda e sono sicura che sarà un'esperienza molto formativa e stimolante!

Best Practice _____



QUANDO L'ACCADEMIA VA IN OFFICINA

GLI STUDENTI HANNO REINTERPRETATO AMBIENTI TRADIZIONALI E INUSUALI PER ESERCITARSI SUL TIPO DI CREATIVITÀ RICHIESTO DAI FUTURI MERCATI

Nel secondo semestre dell'anno accademico 2023/24, Accademia Italiana ha intrapreso una partnership con Officine Gullo, eccellenza italiana nella produzione di cucine di lusso, nata dalla visione e dalla passione del suo fondatore Carmelo Gullo. Lo sviluppo del progetto è stato articolato su due dipartimenti: i protagonisti del progetto sono stati gli studenti di Interior & Product Design e di Graphic Design. Gli studenti di Design hanno reinterpretato un modello di cucina classico in contesti nuovi, come quello nautico o outdoor, e progettato una linea di prodotti inerenti al mondo della cucina nello stile del marchio.

Gli studenti di Graphic Design hanno anch'essi lavorato su due progetti riguardanti l'ideazione di layout per una campagna di lancio negli Stati Uniti e l'ideazione di un piano editoriale social. La progettazione ha incluso numerose interazioni con l'azienda. Un approccio che ha permesso agli studenti di migliorare costantemente i loro progetti, rafforzando l'importanza del continuo miglioramento e dell'apprendimento dal feedback. Gli allievi, dimostrando capacità di innovazione nel creare progetti che com-

binano estetica contemporanea vicina alla GenZ con la tradizione artigianale di Officine Gullo, hanno affinato le abilità creative, imparando a comprendere l'importanza della precisione e dell'attenzione ai dettagli, mettendo in luce la qualità dell'artigianato italiano e dimostrando che è possibile realizzare soluzioni coerenti pur seguendo i nuovi trend per mercati inesplorati.

L'azienda fiorentina Gullo, espressione di savoir-faire artigianale e innovazione tecnologica, realizza le proprie creazioni solo con metalli nobili e secondo le tradizioni artigianali fiorentine. Il risultato è un'estetica in equilibrio tra classico e contemporaneo, raggiungendo l'eccellenza di un prodotto che vanta tra i suoi clienti personalità come la tennista Venus Williams, il tenore Andrea Bocelli, il brand di Mr. Hilfiger. Accademia Italiana è da sempre vicina alle realtà artigiane del territorio e nella partnership con Officine Gullo ritrova i suoi valori fondanti di etica, estetica, affidabilità e afferma la sua missione di diffondere gli insegnamenti del Made in Italy con la community internazionale e di sperimentare l'innovazione attraverso il patrimonio artigianale.



UNA PARTNERSHIP CON OFFICINE GULLO Grazie alle numerose interazioni con l'azienda fiorentina, gli studenti dell'Accademia Italiana hanno potuto migliorare costantemente i propri progetti



UN REMIX DEI PRODOTTI ICONICI DELLA NOSTRA SOCIETÀ,

Sostenuti e consigliati dai mentor dell'Accademia Naba e dai professionisti di Hard Rock Café, gli studenti hanno realizzato una collezione di moda in linea con i canoni contemporanei, con materiali sostenibili e design funzionali

TUTTO IL ROAD SHOW DI UN ROCK SHOW

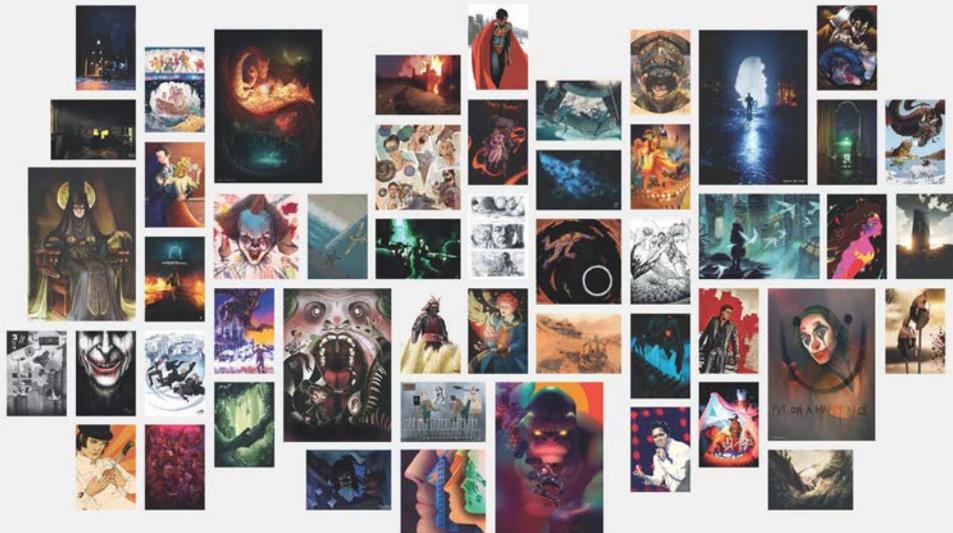
GLI STUDENTI DI NABA, NUOVA ACCADEMIA DI BELLE ARTI, HANNO IDEATO UNA CAPSULE COLLECTION PER HARD ROCK CAFE DI MILANO. IMPARANDO AD AFFRONTARE UN LAVORO LUNGO E COMPLESSO

Dietro a un evento visivamente agile e divertente, c'è un backstage di lavoro prolungato e articolato. Settimane di impegno che partono dai brainstorming sull'ideazione e arrivano ai dettagli più particolareggiati della realizzazione e dei feedback necessari a tracciarne un bilancio. È quanto hanno potuto sperimentare gli studenti della Nuova Accademia di Belle Arti (Naba), che lavorando nel project work realizzato con la sede milanese di una catena di locali targati Hard Rock Café (brand nato a Londra nel 1971 e oggi presente in quasi 200 città di 59 Paesi), hanno creato una collezione di capi d'abbigliamento e accessori che fondono l'estetica innovativa dei giovani con lo spirito rock e autentico di Hard Rock Café.

Sostenuti e consigliati, passo dopo passo, dai mentor dell'Accademia Naba e dai professionisti di Hard Rock Café, i giovanissimi di Naba, divisi in piccoli gruppi di lavoro, sono partiti dalla concettualizzazione, progettazione e realizzazione di una collezione di moda, individuando gli item fondamentali per celebrarla e supportarla con una campagna di comunicazione specifica. Le collezioni hanno riguardato tutte le tipologie di mercato: uomo, donna, unisex, bambino, accessori di corredo. In linea coi canoni contemporanei, i tessuti scelti sono stati caratterizzati da materiali sostenibili e design funzionali. I criteri di scelta si sono orientati a prediligere un'eleganza capace di amalgamarsi con gli ambienti più smart, casual e giovani della metropoli lombarda, capitale della moda ma anche dell'happy e after hours e di tutti i rituali sociali di una città universitaria, che coniuga lavoro e leisure, serietà e svago. Il

remix dei prodotti cosiddetti iconici della nostra società è stato un altro dei paradigmi utilizzati dagli studenti nella loro attività laboratoriale. Reinventandoli e rimescolandoli secondo gli sconfinamenti e le ibridazioni culturali seguiti al crescere del fenomeno della globalizzazione. L'attività di studenti e studentesse partecipi del progetto ha toccato tutti i "sensi" coinvolti. Alla cura degli aspetti visuali, per esempio, è stata affiancata quella dei motivi musicali e sonori, cercando di raccontare, con tutti gli strumenti a disposizione della tecnologia, lo storytelling del marchio coinvolto. L'evento finale si è tenuto nel cuore della capitale lombarda, via Dante, spazio antistante al negozio di Hard Rock Café e proscenio naturale della movida coniugata in stile meneghino.





**REINVENTARE
LA MAGIA DI
UN VECCHIO
FILM,**

Alcuni studenti hanno rielaborato i classici del cinema usando il digital painting, altri hanno preferito il disegno dal vero, il collage, l'acquerello o le soluzioni di grafica in 2D e 3D



DAL MUTO AL 3D, COSÌ RINASCE IL CINEMA DEL '900

PER I 100 ANNI DELLA WARNER BROS, GLI ALLIEVI DELL'ISTITUTO EUROPEO DI DESIGN HANNO RIELABORATO LE PELLICOLE PIÙ PRESTIGIOSE DEL SECOLO SCORSO, RESTITUENDONE L'ATMOSFERA IN CHIAVE MODERNA

Studenti ed ex-studenti dei corsi di Illustrazione e Computer generated animation di Ied, Istituto Europeo di Design, hanno reinterpretato 50 dei maggiori successi cinematografici della Warner Bros. Dai classici di Hollywood ai nuovi franchise di fantasy e supereroi, dagli anni '80 all'horror, alla fantascienza e all'avventura, le opere spaziano in diverse tecniche creative. Alcuni hanno scelto il digital painting, per restituire digitalmente atmosfere e personaggi, altri hanno preferito il disegno dal vero, realizzando illustrazioni a mano libera che colgono l'essenza delle scene cinematografiche.

C'è anche chi ha optato per il collage, assemblando elementi grafici e ritagli di immagini per dar vita a composizioni originali; l'acquerello, invece, è stato lo strumento di alcuni per interpretare in modo fluido e sfumato le ambientazioni dei film. Non sono mancate, infine, le soluzioni di grafica 2D e 3D, che hanno permesso di creare veri e propri mondi digitali a partire dalle trame nar-

native. Questo progetto celebra i 100 anni di Warner Bros e i 50 anni dalla nascita dello IED a Roma.

Ied, Istituto Europeo di Design, fondato a Milano nel 1966, è presente in tre Paesi: in Italia a Milano, Cagliari, Firenze, Roma, Torino e a Como con l'Accademia di Belle Arti Aldo Galli; in Spagna a Barcellona, Madrid e Bilbao e in Brasile a Rio de Janeiro e San Paolo. Ogni anno avvia progetti nelle discipline del Design, Moda, Arti visive e Comunicazione, sviluppando modelli formativi per interpretare il futuro, e si configura come spazio di ricerca e rete aperta e inclusiva, dove l'approccio al design diventa strumento di trasformazione culturale e socio-economica. Gli studenti vivono un'esperienza formativa fondata sul concetto che il sapere e il saper fare debbano crescere insieme. Teoria e pratica si uniscono, con l'apporto di professionisti del settore e alle necessità di ricerca delle aziende partner. Questo approccio caratterizza l'intero percorso didattico, dalle lauree triennali e magistrali ai master, fino ai corsi estivi in italiano e inglese.



L'ISTITUTO MODARTECH DI PONTEDERA, propone molte esperienze formative tecnico-pratiche e sviluppa progetti didattici originali grazie a un network di oltre 900 aziende e a una rete di 200 partner tecnici nei più importanti distretti del Made in Italy.



L'INNOVAZIONE CHE PORTA AL FUTURO

ISTITUTO MODARTECH HA COINVOLTO I SUOI ISCRITTI DEL CORSO DI LAUREA IN FASHION DESIGN IN UN PERCORSO PROGETTUALE CON MAX MARA FASHION GROUP PER COMPRENDERE COME NASCE E SI SVILUPPA UN PROGETTO CREATIVO

Con un network di oltre 900 aziende e una rete di 200 partner tecnici nei principali distretti del Made in Italy, l'Istituto Modartech di Pontedera (Pisa) propone numerose esperienze formative tecnico-pratiche dove il dialogo tra ricerca e sperimentazione porta a sviluppare progetti didattici originali. Attraverso un approccio chiamato Project Based Learning, gli studenti affrontano case history reali in collaborazione con le imprese coinvolte. La collaborazione con Max Mara Fashion Group si è sviluppata sotto il segno della creatività e dell'innovazione. Il progetto ha visto una selezione di studenti del corso di laurea in Fashion Design immergersi nell'universo Max Mara, visitando il campus e gli archivi storici dell'azienda emiliana, per comprendere al meglio tutti i dettagli del processo creativo. Ogni studente ha scelto un brand del Gruppo - Sportmax, Weekend Max Mara, Max&Co.

e Pennyblack - e ha sviluppato un progetto strutturato, attraverso la scelta di un tema personale, la realizzazione di un mood-board, la ricerca di tessuti e colori e la progettazione di 8 outfit.

I 5 finalisti si sono poi cimentati nella realizzazione modellistica e nella confezione di un look della loro capsule collection, in vista della selezione finale. Un'esperienza formativa originale, affiancata dai professionisti della casa di moda. Al termine, Max Mara Fashion Group ha scelto di premiare il progetto della studentessa Adele Rasini: un capo volto a nobilitare le antiche tradizioni dei lavori manuali, caratteristiche del Made in Italy, celebrando il patrimonio culturale del nostro territorio. Al termine del progetto, per la giovane designer, la possibilità di svolgere un internship in un Ufficio Stile del Gruppo Max Mara.



VENTI ANNI

di **INNOVAZIONE** e **QUALITÀ**
nella **FORMAZIONE DIGITALE**



Unimarconi

Dal 2004 la prima Università digitale italiana

unimarconi.it



Directory —

DOVE IMPARARE I LAVORI CREATIVI E I MESTIERI D'ARTE

UNA RICCA SELEZIONE, 150 SCUOLE DI ALTA FORMAZIONE POST-DIPLOMA PER PREPARARSI A SVOLGERE LE PROFESSIONI PIÙ PARTICOLARI E SPECIALIZZATE. UNO STRUMENTO INDISPENSABILE PER SCEGLIERE

Un secolo fa per cominciare a svolgere una professione d'ingegno si andava «a bottega», all'inizio del terzo millennio si va in accademia. L'idea è la stessa. In Italia, da nord a sud, sono ormai decine le scuole di alta formazione post-diploma che preparano accuratamente a svolgere le professioni più sofisticate e specializzate, artistiche e artigianali insieme, dei settori maggiormente legati all'invenzione e all'ideazione.

Campus ne ha trovate 150 e le illustra nei loro dati essenziali per un primo contatto: nome della scuola, città, indirizzo, telefono, mail, sito internet, numero verde o whatsapp, corsi e/o settori di specializzazione. Si tratta di un primo step per capire quali incuriosiscono e ispirano di più. E, di conseguenza, quali è meglio conoscere e approfondire in base ai loro ambiti didattici e

alle posizioni geografiche. Il passo successivo toccherà a voi: contattatele e visitatele, prendete appuntamento con le loro segreterie studenti e chiedete un colloquio per porre tutte le domande che volete e per chiarire tutti gli aspetti di cui avete bisogno.

Oppure venite a incontrarle ai Saloni dello Studente di Campus, dove in un'unica location, tappa dopo tappa, avrete a disposizione, contemporaneamente, gran parte di loro, coi loro counselor e orientatori pronti a rispondere a ogni vostro interrogativo e ad aiutarvi in tutti gli aspetti della scelte che eventualmente farete: da quelli contenutistici a quelli logistici, dagli iter formali per le iscrizioni ai servizi e alle borse di studio per facilitare l'inizio del vostro futuro capitolo formativo, didattico e professionale.

Le accademie di Alta formazione Artistica

1. ACCADEMIA IUAD

Sede principale Via G. Pica 62 - 80142 Napoli. Seconda sede Corso A. Lucci 104 - 80142 Napoli;
Tel. 081-5540383
info@iuad.it
Sede di Milano: Via Copernico 3 - 20125 Milano; Tel. 02-66703030
Mail: milano@iuad.it
Sito: www.iuad.it
Settori: Cinema & Advertising, Interior Design, Communication Design, Fashion Design, Fashion Business

2. ACCADEMIA DI BELLE ARTI DI BARI

Via Re Giuseppe David, 189, 70125 Bari
Tel. 080-5566471
Mail: orientamento@accademiabari.it
Sito: accademiabelleartiba.it
Settori: Pittura, Scultura, Decorazione, Grafica d'arte, Scenografia, Fashion Design, Web design e Comunicazione Visiva, Nuove tecnologie dell'arte, Cinema, Fotografia, Audiovisivo

3. ACCADEMIA DI BELLE ARTI DI BOLOGNA

Via delle Belle Arti, 54, 40126 Bologna
Tel. 051-4226411
Mail: didattica@ababo.it
Sito: ababo.it
Settori: Decorazione - Arte E Ambiente, Design Grafico, Design del prodotto, Didattica e Comunicazione Dell'arte,

Fashion Design, Fumetto e Illustrazione, Linguaggi del Cinema e dell'audiovisivo, Grafica e Arte, Pittura, Scenografia, Scultura, Didattica dell'arte e Mediazione Culturale del Patrimonio Artistico, Decorazione per l'architettura, Grafica d'arte, Fashion Design, Fotografia, Illustrazione per l'editoria, Linguaggi del fumetto, Pittura arti visive, Scenografia e Allestimenti degli spazi espositivi e museali, Scenografia del Teatro dell'Opera, Scultura, Restauro

4. ACCADEMIA DI BELLE ARTI DI CARRARA

Via Roma 1, 54033 Carrara (MS) Italy
Tel. 0585-71658
Fax: 0585-70295
Mail: segreteria.studenti@accademiacarrara.it
Sito: accademiacarrara.it

Settori: Decorazione, Grafica, Nuove tecnologie per l'arte, Pittura, Scenografia, Scultura, Master di scultura digitale, Scuola libera del nudo, Summer school

5. ACCADEMIA DI BELLE ARTI DI CATANIA

Via Raimondo Franchetti, 5, 95123 Catania
Tel. 095-2191420

Mail: abacatania@pec.it

Sito: abacatania.it

Settori: Pittura, Nuovi Linguaggi della Pittura, Scultura, Decorazione, Design Arte, Ambiente, Decorazione, Product Design, Grafica, Illustrazione, Scenografia teatrale, Cinema, Televisione, Design della Comunicazione Visiva, Fashion Design, Nuove Tecnologie dell'Arte, Comunicazione e Valorizzazione del Patrimonio Artistico Contemporaneo, Fotografia, Cinema Regia e Filmmaking

6. ACCADEMIA DI BELLE ARTI DI CATANZARO

Via Tripoli, 46/48, 88100 Catanzaro
Tel. 0961-777658

Mail: segreteria@abacanzaro.it

Sito: abacanzaro.it

Settori: Decorazione, Grafica, Pittura, Scultura, Didattica dell'Arte, Progettazione artistica per il mondo delle imprese, Cinema, Fotografia, Audiovisivo, Scenografia, Nuove Tecnologie dell'Arte

7. ACCADEMIA DI BELLE ARTI DI FIRENZE

Via Ricasoli, 66, 50122 Firenze
Tel. 055-215449

Mail: segreteria.direzione@accademia.firenze.it

Sito: accademia.firenze.it

Settori: Pittura, Decorazione, Scultura, Grafica, Scenografia, Progettazione Artistica per l'impresa, Nuove Tecnologie per l'arte, Didattica per l'arte

8. ACCADEMIA DI BELLE ARTI DI FOGGIA

Corso Giuseppe Garibaldi, 35, 71121 Foggia
Tel. 0881-726301

Mail: segreteria.direzione@abafg.it

Sito: abafg.it

Settori: Pittura, Scultura, Decorazione, Decorazione a indirizzo arredo Urbano, Scenografia, Progettazione artistica per l'impresa indirizzo Graphic Design,

Progettazione artistica per l'impresa indirizzo moda e costume, Cinema, Fotografia, Audiovisivo, Nuove tecnologie dell'arte, Interior design, Didattica dell'arte

9. ACCADEMIA DI BELLE ARTI DI FROSINONE

Viale Giuseppe Mazzini, 12, 03100 Frosinone

Tel. 0775-211167

Mail: info@accademiabellearti.fr.it

Sito: accademiabellearti.fr.it

Settori: Comunicazione e valorizzazione del patrimonio artistico, Decorazione, Fashion Design, Grafica d'Arte, Grafica d'arte per l'illustrazione, Graphic design, Linguaggi dell'audiovisivo, Media Art, Pittura, Scenografia, Scultura

10. ACCADEMIA DI BELLE ARTI DELL'AQUILA

Via Leonardo da Vinci, 6b, 67100 L'Aquila
Tel. 0862-317380

Mail: direttore@abaq.it

Sito: abaq.it

Settori: Grafica multimediale, Grafica d'arte, Illustrazione, Grafica - Fumetto, Pittura, Restauro, Scenografia, Scultura, Moda e Costume, Didattica e comunicazione dell'arte

11. ACCADEMIA DI BELLE ARTI DI LECCE

Via Giuseppe Libertini, 3, 73100 Lecce
Tel. 0832-258611

Mail: accademiabelleartilecce@pec.it

Sito: accademialecce.edu.it

Settori: Decorazione, Grafica, Pittura, Scenografia, Scultura, Nuove tecnologie, Progettazione artistica per l'impresa, Cinema, Fotografia e audiovisivo

12. ACCADEMIA DI BELLE ARTI DI MACERATA

Piazza Vittorio Veneto, 5, 62100 Macerata
Tel. 0733-405111

Mail: infopoint@abamc.it

Sito: abamc.it

Settori: Decorazione del contemporaneo, Grafica d'arte, Pittura, Scultura e nuove tecnologie per la scultura (biennio), Decorazione del contemporaneo, Grafica d'arte per l'editoria contemporanea,

Illustrazione per l'editoria, Pittura del contemporaneo, Scultura e nuove tecnologie del contemporaneo Triennio, Graphic Design, Fashion Design, Light Design, Interior Design, Fotografia, Arte del fumetto e illustrazione, Scenografia per lo spettacolo, Comunicazione visiva e multimediale (biennio), Graphic design per la comunicazione visiva, Fashion design per l'impresa, Visual light design, Design & ecospaces Design, Web interaction design, Fotografia per la comunicazione pubblicitaria e moda, Linguaggi e arte del fumetto

13. ACCADEMIA DI BELLE ARTI DI MILANO DISTRETTO DI BRERA

Via Brera, 28, 20121 Milano MI
Tel. 02-86955601

Settori: Decorazione, Fotografia, Mail: relazioniesterne@accademiadibrera.it; presidente@accademiadibrera.it; comunicazione@accademiadibrera.it

Sito: accademiadibrera.milano.it
Settori: Pittura, Scultura, Grafica d'arte, Decorazione, Scenografia, Materiali Lapidei e derivati, Superfici decorate dell'architettura, Manufatti dipinti su Ligneo/Tessile. Materiale librario, Progettazione artistica per l'impresa, Nuove tecnologie dell'arte, Discipline per la valorizzazione del Patrimonio Culturale, Comunicazione e Didattica dell'arte

14. ACCADEMIA DI BELLE ARTI DI NAPOLI

Via Santa Maria di Costantinopoli, 107, 80138 Napoli
Tel. 081-441887

Mail: direzione@abana.it

Sito: abana.it

Settori: Arti visive, Progettazione e Arti applicate, Comunicazione e Didattica

15. ACCADEMIA DI BELLE ARTI DI PALERMO

Via Papireto, 22, 90134 Palermo
Tel. 091-580876

Mail: direzioneaccademiapalermo@pec.it

Sito: accademiadipalermo.it

Settori: Decorazione, Grafica d'Arte, Pittura, Scultura, Scultura per installazioni multimediali

**16. ACCADEMIA DI BELLE ARTI
DI REGGIO CALABRIA**

Via XXV Luglio, 10, 89121 Reggio Calabria
Tel. 0965-896852
Mail: direttore@accademiabelleartirc.it
Sito: accademiabelleartirc.it
Settori: Comunicazione e Didattica
dell'Arte, Fumetto ed Illustrazione,
Grafica d'Arte e Grafica, Nuove
tecnologie dell'arte, Pittura, Progettazione
della Moda, Scenografia, Scultura

**17. ACCADEMIA DI BELLE ARTI
DI ROMA**

Via di Ripetta, 222, 00186 Roma
Tel. 06-3227025
Mail: dal form abaroma.it/contatti
Sito: abaroma.it
Settori: Scenografia, Grafica Editoriale,
Design, Culture e Tecnologie della Moda,
Arti Multimediali e tecnologie, Grafica
d'arte, Fotografia e video,
Teorie e Tecniche dell'Audiovisivo,
Didattica e Comunicazione
dell'Arte, Comunicazione
e Valorizzazione del patrimonio artistico
contemporaneo

**18. ACCADEMIA DI BELLE ARTI
DI SASSARI**

Via Duca degli Abruzzi, 4, 07100 Sassari
Tel. 079-280022
Mail: segreteria.studenti@
accademiasironi.it
Sito: accademiasironi.it
Settori: ArtiVisive, Dipartimento di
comunicazione e Didattica dell'Arte,
Progettazione e Arti Applicate

**19. ACCADEMIA DI BELLE ARTI
DI TORINO «ALBERTINA»**

Via Accademia Albertina, 8, 10123 Torino
Tel. 011-089 7370
Mail: protocollo@albertina.academy
Sito: albertina.academy
Settori: Pittura, Scultura, Decorazione,
Grafica, Scenografia, Nuove Tecnologie,
Progettazione Artistica per l'impresa,
Comunicazione e valorizzazione
del patrimonio artistico contemporaneo,
Didattica dell'arte, Cinema, Fotografia,
Audiovisivo

**20. ACCADEMIA DI BELLE ARTI
GIAMBATTISTA TIEPOLO, UDINE**

Viale Ungheria, 22,
33100, Udine
Tel. 0432-292256
Mail: info@accademiatiiepolo.it
Sito: accademiatiiepolo.it
Settori: Graphic design per l'Impresa,
Architettura d'interni e design, Pittura,
Tatuaggio Artistico, Art Team Building

**21. ACCADEMIA DI BELLE ARTI
DI URBINO**

Via dei Maceri, 2, 61029 Urbino
Tel. 0722-320287
Mail: direzione@accademiaurbino.it
Sito: accademiadiurbino.it
Settori: Pittura, Decorazione, Scultura,
Grafica, Scenografia, Nuove tecnologie
dell'arte

**22. ACCADEMIA DI BELLE ARTI
DI VENEZIA**

Fondamenta Zattere allo Spirito Santo,
423, 30123 Venezia
Tel. 041-241 3752
Mail: orientamento@accademiavenezia.it
Sito: accademiavenezia.it
Settori: Pittura, Decorazione, Scultura,
Grafica, Scenografia, Nuove tecnologie
dell'arte

**23. ACCADEMIA DI BELLE ARTI
LEGALMENTE RICONOSCIUTA
DI BERGAMO «CARRARA»**

Piazza Giacomo Carrara, 82d, 24121
Bergamo
Tel. 035-399563
Mail: segreteria@accademiabellearti.bg.it
Sito: accademiabellearti.bg.it
Settori: Pittura, Nuove tecnologie, Arti
e culture multimediali

**24. ACCADEMIA DI BELLE ARTI
LEGALMENTE RICONOSCIUTA
LABA**

S. Giorgio, 42, 38068 Rovereto (Tn)
e Via Don G.Vender, 66, 25127 Brescia
Tel. Laba Brescia: 030-380894;
Tel. Trento: 0464-031000
Mail: info@laba.edu
Sito: laba.edu
Settori: Design, Graphic Design, Fashion
design, Pittura, Progettazione degli
Interni e della decorazione, Fotografia,
Scenografia.

**25. ACCADEMIA DI BELLE ARTI
LEGALMENTE RICONOSCIUTA
DI COMO ALDO GALLI**

Via Francesco Petrarca, 9, 22100 Como
Tel. 031-301430
Mail: info@accademiagalli.com
Sito: accademiagalli.it
Settori: Fashion e Textile Design, Pittura
e Linguaggi Visivi, Product Design

**26. ACCADEMIA DI BELLE ARTI
LEGALMENTE RICONOSCIUTA
DI CUNEO**

Via Savigliano, 8B, 12100 Cuneo Tel.
0171-695753
Mail: direzione@
accademiabelleartiacuneo.it
Sito: accademiadellearti.it
Settori: Videomaking, Graphic Design,
Advertising, Interior Design, Fotografia,
Metaverso

**27. ACCADEMIA DI BELLE ARTI
LEGALMENTE RICONOSCIUTA
DI GENOVA «ACCADEMIA
LIGUSTICA»**

Largo Pertini, 4, 16121 Genova
Tel. 010-560131
Mail: amministrazione@
accademialigustica.it
Sito: accademialigustica.it
Settori: Pittura, Scultura, Decorazione,
Grafica d'arte, Scenografia, Progettazione
artistica per l'impresa.

**28. ACCADEMIA DI BELLE ARTI
LEGALMENTE RICONOSCIUTA
DI MILANO E NOVARA - ACME**

Novara, via Costantino Porta 25
Tel. 0321-627101
Mail: accademia@acmenovara.it
Sito: acmenovara.it
Settori: Fumetto e Visual Storytelling,
Pittura e nuove pratiche espressive,
Illustrazione, Editoria e comunicazione,
Scenografia, Progettazione artistica per
l'impresa, Nuove tecnologie per l'arte,
Comunicazione e valorizzazione del
patrimonio artistico contemporaneo

**29. ACCADEMIA DI BELLE ARTI
LEGALMENTE RICONOSCIUTA
DI MILANO E ROMA, NABA -
Nuova Accademia di Belle Arti**

Via Carlo Darwin, 20, 20143 Milano
Tel. 02-973721
Mail: info@naba.it
Sito: naba.it
Settori: Design, Creative Technologies,
Cinema e Animazione, Fashion Design,
Graphic Design, Pittura e arti visive,
Scenografia

**30. ACCADEMIA DI BELLE ARTI
LEGALMENTE RICONOSCIUTA
DI PERUGIA «PIETRO
VANNUCCI»**

Via S. Francesco, 5, 06123 Perugia
Tel. 075-5730631
Mail: info@abaperugia.org
Sito: abaperugia.com
Settori: Pittura, Scultura, Scenografia,
Progettazione artistica per l'Impresa,
Fashion Design

**31. ACCADEMIA DI BELLE ARTI
LEGALMENTE RICONOSCIUTA
DI RAVENNA**

Via delle Industrie, 76, 48100 Ravenna
Tel. 0544-453125
Mail: accademia@abaravenna.it
Sito: abaravenna.it
Settori: Arti visive, Mosaico

**32. ACCADEMIA DI BELLE ARTI
LEGALMENTE RICONOSCIUTA
DI ROMA**

Via di Ripetta, 222, 00186 Roma
Tel. 06-3227025
Mail: rufa@unirufa.it
Sito: unirufa.it
Settori: Multimedia and Game Art,
Graphic Design, GD Comics and
Illustration, Design, Fine Arts, Scenografia,
Visual and Innovation, Computer
animation and Visual effects, Cinema,
Fotografia e Audiovisivo.

**33. ACCADEMIA DI BELLE ARTI
LEGALMENTE RICONOSCIUTA
ABADIR**

Pzza Platani, 3, 90046 San Martino delle
Scale (PA)
Tel. 091-418104
Mail: abadir@abbaziadisanmartino.it
abbaziadisanmartino.it
Settori: Pittura

**34. ACCADEMIA DI BELLE ARTI
LEGALMENTE RICONOSCIUTA
DI SANREMO «ISADORA
DUNCAN»**

Via Val del Ponte, 34, 18038 Sanremo
Tel. 0184-668877
Mail: info@accademiabelleartisanremo.it
Sito: accademiabelleartisanremo.it
Settori: Grafica e Illustrazione,
Architettura d'Interni e Design, Pittura,
Alta Formazione Professionale

**35. ACCADEMIA DI BELLE ARTI
LEGALMENTE RICONOSCIUTA
DI SIRACUSA «ROSARIO
GAGLIARDI»**

Via Cairoli, 20, 96100 Siracusa
Tel. 0931-21908
Mail: compilare il form su madeprogram.
it/form/riciedi-informazioni
Sito: madeprogram.it
Settori: Design, Arti Visive, Animation and
CGI, Moda

**36. ACCADEMIA DI BELLE ARTI
LEGALMENTE RICONOSCIUTA
DI VERONA**

Via C. Montanari, 5 – 37122 Verona
Tel. 045-8000082
Mail: direttore@
accademiabelleartiverona.it
Sito: accademiabelleartiverona.it
Settori: Pittura, Scultura, Decorazione,
Design, Scenografia, Nuove tecnologie
dell'Arte

**37. ACCADEMIA DI BELLE ARTI
LEGALMENTE RICONOSCIUTA
DI VITERBO «LORENZO DA
VITERBO»**

Via Col Moschin, 17, 01100 Viterbo
Tel. 0761-220442
Mail: abav@abav.it
Sito: abav.it
Settori: Pittura, Scultura, Scenografia,
Graphic design, Fashion Design, Restauro,
Cinema e Televisione, Fotografia

38. ACCADEMIA ITALIANA

Piazza de' Pitti, 15, 50125 Firenze
Tel. 055-284616
Mail: firenze@accademiaitaliana.it
Sito: accademiaitaliana.com
Settori: Moda, Design, Fotografia, Grafica,
Gioiello, Comunicazione

39. ACCADEMIA DEL LUSSO

Via Montenapoleone 5, 20121, Milano
Piazza di Spagna 9, Roma
Tel. 800-334411
Mail: info@accademiadellusso.com
Sito: accademiadellusso.com
Settori: Fashion Styling &
Communication, Fashion Design

**40. ACCADEMIA NAZIONALE DI
ARTE DRAMMATICA DI ROMA
«SILVIO D'AMICO»**

Via Vincenzo Bellini, 16, 00198 Roma
Tel. 06-8542505
Mail: didattica@accademiasilviodamico.it
Sito: accademiasilviodamico.it
Settori: Recitazione, Regia, Critica
giornalistica, Drammaturgia

**41. ACCADEMIA NAZIONALE
DI DANZA DI ROMA**

Largo Arrigo VII, 5, 00153 Roma
Tel. 06-57177771
Mail: iscrizioni@accademianazionaledanza.it
Sito: accademianazionaledanza.it
Settori: Classica, Contemporanea,
Coreografia

**42. ACCADEMIA DI BELLE ARTI
E DESIGN POLIARTE**

Via Valle Miano, 41 ab,
60125 Ancona
Tel. 071-2802979
Mail: info@poliararte.net
Sito: poliararte.net
Settori: Fashion, Interior, Product, Visual,
Film Industry

**43. ACCADEMIA DI COSTUME
E DI MODA**

Via della Rondinella, 2, 00186 Roma
Via Antonio Fogazzaro, 23, 20135 Milano
Tel. 06-97604899; 02-36643100
Mail: info@accademiacostumeemoda.it
Sito: accademiacostumeemoda.it
Settori: Fashion, Costume e Moda,
Comunicazione di Moda, Management,
Cinema e Filmmaking

44. ACCADEMIA ITALIANA

Piazza de' Pitti, 15, 50125 Firenze
Via Dello Scalo San Lorenzo, 10, 00185
Roma
Tel. 055-284616; 06-68809333
Mail: firenze@accademiaitaliana.it

Sito: accademiaitaliana.com
Settori: Moda, Design, Fotografia, Grafica, Gioiello, Comunicazione

45. ACCADEMIA DI BELLE ARTI DI BRESCIA SANTA GIULIA
Via Nicolò Tommaseo, 49, 25128 Brescia
Tel. 030-383368
Mail: direzione@accademiasantagiulia.it
Sito: accademiasantagiulia.it
Settori: Decorazione, Interior Design, Grafica, Scultura, Pittura

46. IAAD - ISTITUTO D'ARTE APPLICATA E DESIGN
Via Pisa, 5d, 10152 Torino
Tel. 011-548868
Mail: info@iaad.it
Sito: iaad.it
Settori: Trasportation Design, Interior Design, Textile Design, Product Design, Innovation Design, Communication Design, Communication Design

47. IED - ISTITUTO EUROPEO DI DESIGN
Milano, Roma, Cagliari, Torino, Firenze
Tel. 02-5796951
Mail: presidenza@ied.it
Sito: ied.it
Settori: Sound Design, Fashion Stylist and Communication, Product Design, Illustrazione e Animazione, Graphic design, Fotografia

48. ISTITUTO MARANGONI
Milano, Firenze
Tel. 02-39296500
Mail: milano@istitutomarangoni.com, firenze@istitutomarangoni.com
Sito: istitutomarangoni.com
Settori: Moda, Design, Arte

49. ISTITUTO MODARTECH
Viale Rinaldo Piaggio, 7, 56025 Pontedera (PI)
Tel. 0587-58458
Mail: info@modartech.com
Sito: modartech.com
Settori: Fashion Design, Communication Design, Web e Graphic Design, Modellistica

50. ISTITUTO PANTHEON - DESIGN AND TECHNOLOGY
Clivo di Monte del Gallo, 48, 00165 Roma; Via Alberto Mario, 65 20149, Milano
Tel. 06-6786478
Mail: info@istitutopantheon.it
Sito: istitutopantheon.it
Settori: Applicazione digitali per le Arti Visive, Graphic Design, Grafica e Progettazione di giochi per computer e smartphone, Progettazione della Cultura e del turismo

51. ISTITUTO POLO MICHELANGELO
Via Francesco Baracca, 3, 40133 Bologna
Tel. 051-4844328
Mail: direzione@polomichelangelo.it
Sito: polomichelangelo.it
Settori: Design, Urbanistica, Disegno Prospettico, Disegno informatico, Informatica, Estetica Arti Visive

52. ISTITUTO DESIGN PERUGIA
Via Alessi 3/A 06122 Perugia
Tel. 075-5734647
Mail: info@istitutoitalianodesign.it
Sito: istitutoitalianodesign.it
Settori: Moda, Interni, Prodotto, Comunicazione, Design

53. ISTITUTO SUPERIORE PER LE INDUSTRIE ARTISTICHE (ISIA) DI FAENZA
Corso Giuseppe Mazzini, 93, 48018 Faenza (RA)
Tel. 0546-22293
Mail: info@isiafaenza.it
Sito: isiafaenza.it
Settori: Design e Comunicazione

54. ISTITUTO SUPERIORE PER LE INDUSTRIE ARTISTICHE (ISIA) DI FIRENZE
Via Pisana, 79, 50143 Firenze
Tel. 055-700301
Mail: info@isiadesign.fi.it
Sito: isiadesign.fi.it
Settori: Design, Design del prodotto Industriale, Space Design, Design della comunicazione

55. ISTITUTO SUPERIORE PER LE INDUSTRIE ARTISTICHE

(ISIA) DI PESCARA
Via C. Battisti, 198, 65123 Pescara
Tel. 085-2059763
Mail: isiape@isiadesign.pe.it
Sito: isiadesign.pe.it
Settori: Comunicazione Multimediale, Design del prodotto

56. ISTITUTO SUPERIORE PER LE INDUSTRIE ARTISTICHE (ISIA) DI ROMA
Piazza della Maddalena, 53, 00186 Roma
Tel. 06-6796195
Mail: dj.dattica.pordenone@isiaroma.it
Sito: isiaroma.it
Settori: Design, Design del Prodotto, Design dei Sistemi, Design del Prodotto tecnologico avanzato

57. ISTITUTO SUPERIORE PER LE INDUSTRIE ARTISTICHE (ISIA) DI URBINO
Via Santa Chiara, 36, 61029 Urbino
Tel. 0722-4336
Mail: direzione@isiaurbino.net
Sito: isiaurbino.net
Settori: Progettazione e Grafica

58. LIBERA ACCADEMIA DI BELLE ARTI DI RIMINI
Via Roma, 64b, 47921 Rimini
Tel. 0541-27449
Mail: segreteria.generale@accademia.rimini.it
Sito: accademia.rimini.it
Settori: Graphic Design, Fashion Design, Fotografia, Cinema

59. QUASAR INSTITUTE FOR ADVANCED DESIGN
Via Crescenzo, 17/A, 00193 Roma
Tel. 06-8557078
Mail: info@quasarinstitute.it
Sito: quasarinstitute.it
Settori: Grafica, game design, habitat Design, Interaction Design

60. SAE INSTITUTE INTERNATIONAL TECHNOLOGY COLLEGE
Via Domenico Trentacoste, 14, 20134 Milano
Tel. 02-89120540
Mail: marketing.milano@sae.edu
Sito: sae.edu

Settori: Produzione Audio, Produzione Video, Game Design, Game Art, Music Business

61. SCUOLA POLITECNICA DI DESIGN - SPD Piazzale Lugano, 19, 20158 Milano T. +39 0221597590
Mail: info@scuoladesign.com
Sito: www.scuoladesign.com
Settori: Transportation and Car Design, Interior Design, Product Design, Communication Design, Food Design, Event and Exhibition Design

62. ACCADEMIA INTERNAZIONALE DI TEATRO

Via Valle delle Camene, 1B, Roma
Tel. 06-7009692
Mail: info@scuoladiteatro.it
Sito: scuoladiteatro.it
Settori: Recitazione, Progettazione scenica

Le accademie Musicali

63. ACCADEMIA TEATRO ALLA SCALA

Via Santa Marta, 18, 20123 Milano
Tel. 02-8545111
Mail: infocorsi@accademiascala.it
Sito: accademiascala.it
Settori: Corsi di Danza, Corsi di Musica

64. ISTITUTO POLIARTE MILANO CIVICA SCUOLA DI MUSICA CLAUDIO ABBADO

Via Silicene, 36, 20154 Milano
Tel. 02-971524
Mail: info_musica@scmml.it
Sito: musica.fondazionemilano.eu
Settori: Classica, Antica, Ricerca Musicale, Jazz, Cori

65. ISTITUTO DUOFIN ART - ACCADEMIA DELLE ARTI E NUOVE TECNOLOGIE

Via Monza, 21, 00182 Roma
Tel. 06-6864008
Mail: compilare form su accademidellearti.it
Sito: accademidellearti.it

Settori: Design, Interior, Public, Videomaking, Story, Cinema, Comunicazione

66. ISTITUTO SUPERIORE DI STUDI MUSICALI DI AOSTA E DELLA VALLE D'AOSTA

Via Guido Rey, 11100 Aosta
Tel. 0165-43307
Mail: segreteria@imaosta.com
Sito: consaosta.it
Settori: Bassotuba, Canto, Chitarra, Clarinetto, Composizione, Contrabbasso, Corno, Direzione d'Orchestra, Comunicazione Visiva, Comunicazione e Design per l'Editoria, Fotografia, Illustrazione

67. ISTITUTO SUPERIORE DI STUDI MUSICALI DI BERGAMO «GAETANO DONIZETTI»

Via Don Luigi Palazzolo, 88, 24122 Bergamo
Tel. 035-237374
Mail: segreteria@consbg.it
Sito: consbg.it
Settori: Batteria, Canto Lirico, Chitarra, Clarinetto, Clavicembalo e tastiere, Composizione

68. ISTITUTO SUPERIORE DI STUDI MUSICALI DI CALTANISSETTA «VINCENZO BELLINI»

Corso Umberto 1°, 84, 93100 Caltanissetta
Tel. 0934-20078
Mail: segreteriastudenti@istitutobellini.cl.it
Sito: issmbellini.cl.it
Settori: Flauto, Oboe, Clarinetto, Fagotto, Corno, Tromba, Trombone

69. ISTITUTO SUPERIORE DI STUDI MUSICALI DI CATANIA «VINCENZO BELLINI»

Via Istituto Sacro Cuore, 3, 95125 Catania
Tel. 095-437127
Mail: direzione@istitutobellini.it
Sito: istitutobellini.it
Settori: Arpa, Basso Elettrico, Basso Tuba, Batteria Jazz, Canto, Chitarra, Clarinetto

70. ISTITUTO SUPERIORE DI STUDI MUSICALI DI CREMONA «CLAUDIO

MONTEVERDI»

Via Realdo Colombo, 1, 26100 Cremona
Tel. 0372-22423
Mail: info@istitutomonteverdi.it
Sito: conscremona.it
Settori: Arpa, Canto, Canto Rinascimentale, Chitarra, Clarinetto, Clavicembalo e tastiera

71. ISTITUTO SUPERIORE DI STUDI MUSICALI DI GALLARATE «GIACOMO PUCCINI»

Via Dante Alighieri, 11, 21013 Gallarate
Tel. 0331-790202
Mail: segreteria.didattica@issmpuccinigallarate.it
Sito: issmpuccinigallarate.it
Settori: Canto, Chitarra, Clarinetto Fagotto, Sassofono

72. ISTITUTO SUPERIORE DI STUDI MUSICALI DI LIVORNO «PIETRO MASCAGNI»

Via Galileo Galilei, 40, 57122 Livorno
Tel. 0586-403724
Mail: segreteria@consli.it
Sito: consli.it
Settori: Canto, Musica Vocale, Da camera, Masterclass di Jazz

73. ISTITUTO SUPERIORE DI STUDI MUSICALI DI LUCCA «LUIGI BOCCHERINI»

Piazza del Suffragio, 6, 55100 Lucca
Tel. 0583-464104
Mail: Info@boccherini.it
Sito: boccherini.it
Settori: Canto, Arpa, Chitarra, Clarinetto, Composizione

74. ISTITUTO SUPERIORE DI STUDI MUSICALI DI MODENA E CARPI «ORAZIO VECCHI - ANTONIO TONELLI»

Via Carlo Goldoni, 10, 41121 Modena
Tel. 059-2032925
Mail: segreteria@vecchitonelli.it
Sito: vecchitonelli.it
Settori: Corsi strumentali, Vocali, Compositivi

75. ISTITUTO SUPERIORE DI STUDI MUSICALI DI NOCERA TERINESE «P.I. TCHAIKOVSKY»

Via Dante Alighieri, 8, 88047 Nocera Terinese (CZ)
Tel. 0968-923854
Mail: segreteria@tchaikovsky.it
Sito: conscz.it
Settori: Corsi strumentali

76. ISTITUTO SUPERIORE DI STUDI MUSICALI DI PAVIA «FRANCO VITTADINI»
Via Volta, 31, 27100 Pavia
Tel. 0382-304764
Mail: segreteria.vittadini@conspv.it
Sito: conspv.it
Settori: Corsi strumentali, Vocali, Compositivi

77. ISTITUTO SUPERIORE DI STUDI MUSICALI DI RAVENNA «GIUSEPPE VERDI»
Via di Roma, 33, 48121 Ravenna
Tel. 0544-212069
Mail: istverdi@comune.ra.it
Sito: verdiravenna.it
Settori: Corsi strumentali, Vocali, Compositivi

78. ISTITUTO SUPERIORE DI STUDI MUSICALI DI REGGIO EMILIA E CASTELNUOVO NE' MONTI «ACHILLE PERI E MERULO»
Via Dante Alighieri, 11, 42121 Reggio Emilia
Tel. 0522-456771
Mail: direzioneperi@comune.re.it
Sito: peri-merulo.it
Settori: Corsi strumentali, Vocali, Compositivi

79. ISTITUTO SUPERIORE DI STUDI MUSICALI DI RIBERA «ARTURO TOSCANINI»
Corso Umberto I, 359, 92016 Ribera
Tel. 0925-61280
Mail: segreteria@istitutotoscanini.it
Sito: istitutotoscanini.it
Settori: Coro, Orchestra

80. ISTITUTO SUPERIORE DI STUDI MUSICALI DI RIMINI «G. LETTIMI»
Via Cairoli, 44, 47923 Rimini
Tel. 0541-647843
Mail: istitutolettimi@gmail.com
Sito: istitutolettimi.it

Settori: Corsi strumentali, Vocali, Compositivi

81. ISTITUTO SUPERIORE DI STUDI MUSICALI DI SIENA «RINALDO FRANCI»
Prato di S. Agostino, 2, 53100 Siena
Tel. 0577-288904
Mail: segreteria@didattica@conservatoriosiena.it
Sito: istitutofranci.com
Settori: Corsi strumentali, Vocali, Compositivi

82. ISTITUTO SUPERIORE DI STUDI MUSICALI DI TARANTO «GIOVANNI PAISIELLO»
Via Duomo, 276, 74123 Taranto
Tel. 099-9627000
Mail: direzione@paisiello.it
Sito: paisiello.it
Settori: Corsi strumentali, Vocali, Compositivi

83. ISTITUTO SUPERIORE DI STUDI MUSICALI DI TERNI «GIULIO BRICCIALDI»
Via del Tribunale, 22, 05100 Terni
Tel. 0744-432170
Mail: briccialdi@libero.it
Sito: briccialditerni.it
Settori: Corsi strumentali, Vocali, Compositivi

84. MUSSIDA MUSIC PUBLISHING
Via Privata Elio Reguzzoni, 15, 20125 Milano
Tel. 02-6411461
Mail: al form cpm.it/contacti
Sito: cpm.it
Settori: Corsi strumentali, Vocali, Compositivi

85. SAE INSTITUTE INTERNATIONAL TECHNOLOGY COLLEGE
Via Trentacoste, 14, 20134 Milano
Tel. 02-89120540
Mail: marketing.milano@sae.edu
Sito: sae.edu
Settori: Produzione Audio, Produzione Video, Game Design, Game Art, Music Business

86. SAINT LOUIS MUSIC CENTER - COLLEGE OF MUSIC Via Baccina, 47, 00184 Roma
Tel. 06-4870017
Mail: info@slmc.it
Sito: slmc.it
Settori: Corsi strumentali, Vocali, Compositivi

87. SCUOLA DEL TEATRO MUSICALE
Viale dell'Innovazione 20, 20126 Milano
Tel. 02-80898907
Mail: info@scuolateatromusicale.it
Sito: scuolateatromusicale.it
Settori: Teatro, Recitazione, Canto, Danza

88. SCUOLA DI MUSICA DI FIESOLE
Via delle Fontanelle, 24, 50014 Fiesole
Tel. 055-597851
Mail: info@scuolamusicafiesole.fi.it
Sito: scuolamusicafiesole.it
Settori: Corsi strumentali, Vocali, Compositivi

89. SIENA JAZZ - ACCADEMIA NAZIONALE DEL JAZZ
Caduti Forze Dell'ordine, 10, 53100 Siena
Tel. 0577-271401
Mail: info@sienajazz.it
Sito: sienajazz.it
Settori: Corsi strumentali Jazz, Vocali Jazz

90. THE BERNSTEIN SCHOOL OF MUSICAL THEATER
Via Paolo Nanni Costa, 12/6, 40133 Bologna
Mail: info@bsmt.it
Sito: trentinoartacademy.it
Settori: Design, Fashion Design, Graphic Design.

91. TRENINO ART ACADEMY
Via dei Solteri, 56, 38121 Trento
Tel. 0461-1636339
Mail: info@trentinoartacademy.it
Sito: trentinoartacademy.it
Settori: Design, Fashion Design, Graphic Design.

ITS Academy

92. ISTITUTO TECNICO SUPERIORE COSMO FASHION ACADEMY

Via Michele Sanmicheli, 8, 35123 Padova
Tel. 347-6313922
Mail: info@itscosmo.it
Sito: itscosmo.it

Settori: Fashion coordinator, Knit Specialist, Sportswear product manager, EyeWear product manager, Fashion product manager, Digital jewellery design, Fashion shoes coordinator, Fashion sustainability manager, Fashion jewellery coordinator, Fashion coordinator

93. ISTITUTO TECNICO SUPERIORE MACHINA LONATI

Via Nicolò Tommaseo, 49, 25128 Brescia
Tel. 030-300671
Mail: segreteria@itsmachinalonati.it
Sito: itsmachinalonati.it

Settori: Green Product Designer, Digital & Innovation Manager, Modellistica Confezione e sartoria, Stilista tecnologico, 3D Fashion designer, Showroom manager.

94. ISTITUTO TECNICO SUPERIORE TAM - TESSILE, ABBIGLIAMENTO E MODA

Corso Giuseppe Pella, 10, 13900 Biella
Tel. 015-8853523
Mail: segreteria@itstambiella.it
Sito: itstam.it

Settori: Sviluppo e produzione del prodotto Tessile, Processi Tessili, Innovazione e Sostenibilità, Confezione industriale e Sartoriale, Progettazione e sviluppo prodotti di Maglieria

95. ISTITUTO TECNICO SUPERIORE MI.TI. TECNOLOGIE E INNOVAZIONE PER IL MADE IN ITALY

Via Gianbattista Pergolesi, 48
74015 - Martina Franca (TA)
Tel. 388-4985804

Mail: info@itsmitimoda.it
Sito: itsmitimoda.it
Settori: Modellistica, Tecnologico, Abbigliamento, Modellista, Tecnologico Calzaturiero, Tecnico del Marketing Digitale

96. ISTITUTO TECNICO SUPERIORE MITA - MADE IN ITALY TUSCANY ACADEMY

Via Pantin, 63, 50018 Scandicci (FI)
Tel. 055-9335306
Mail: info@mitacademy.it
Sito: mitacademy.it
Settori: Corso Artist, Corso Top 3D Corso Best, Corso D.B. MITA, Corso MC Fash, Corso ALT.

97. ISTITUTO TECNICO SUPERIORE PER LE NUOVE TECNOLOGIE PER IL MADE IN ITALY

Via Giuseppe Pica, 60, 80142 Napoli
Tel. 081-287199
Mail: info@itscampaniamoda.it
Sito: itscampaniamoda.it
Settori: Abbigliamento, Calzature e Pelletteria

98. ISTITUTO TECNICO SUPERIORE MODA PESCARA

Piazza Italia, 30, 65121 Pescara
Tel. 085 943 2571 - 393 8126701
Mail: segreteria@itsmodape.it
Sito: itsmodape.com
Settori: Sartoria Digitale, Fashion Coordinator, Modellista 4.0, Tecnico superiore per il coordinamento dei processi di Progettazione del prodotto Moda.

99. ISTITUTO TECNICO SUPERIORE MODA CAMPANIA

Via Giuseppe Pica, 60, 80142 Napoli
Tel. 081-287199
Mail: info@itscampaniamoda.it
Sito: itscampaniamoda.it
Settori: Abbigliamento, Calzature e Pelletteria

Le scuole di Alta formazione

100. ACCADEMIA CAROL ISTITUTO DI MODA E DESIGN

Via Astuti, 121, 84014 Nocera Inferiore,
Tel. 081-0483980
Mail: info@accademiacarol.it
Sito: accademiacarol.it
Settori: Fashion Design, Graphic Design

101. ACCADEMIA CINEMA TOSCANA

Via di Tiglio, 370, 55100 Lucca
Tel. 348-0326882
Mail: segreteria@accademiacinematoscana.it
Sito: accademiacinematoscana.it
Settori: Regia, Sceneggiatura, Direzione della Fotografia, Montaggio, Compositing, storia del cinema, Storyboard

102. ACCADEMIA DEL CINEMA RENOIR

Via Cucchini, 60, 00149 Roma
Tel. 06.87568552
Mail: info@accademiadelcinemarenoir.it
Sito: accademiadelcinemarenoir.it
Settori: Produzione Cinematografica, Musica, Montaggio Cinematografico, Sceneggiatura, Regia Cinematografica, Social Media e Advertising, Design, Copywriting, E-Commerce&Marketing Automation, Video e post-produzione

103. ACCADEMIA DELLA PUBBLICITÀ

Viale S. Concordio, 461, 55100 Lucca
Tel. 335-7119991
Mail: info@accademiadellapubblicita.net
Sito: accademiapubblicita.com
Settori: Art Direction e Comunicazione, Graphic Design e Impaginazione, Fotografia e Post Produzione, Digital Marketing,

104. ACCADEMIA DI BELLE ARTI ALMA ARTIS PISA

Via Vincenzo Gioberti, 39, 56124 Pisa
Tel. 050-7846415
Mail: info@almaartis.it
Sito: almaartis.it
Settori: Art And Digital Technologies, Graphic and Multimedia Design

105. ACCADEMIA DI COMUNICAZIONE

Via Savona, 112A, Milano
Tel. 02-92882211
Mail: info@accademiadicomunicazione.org
Sito: accademiadicomunicazione.org
Corsi: Pubblicità, copywriting, Art direction, Graphic design, Marketing, comunicazione, digital marketing e social media strategy

106. ACCADEMIA

DI MODA SITAM DI LECCE

Via Cesare Battisti, 46, 73100 Lecce

Tel. 0832-314732

Mail: sitamlecce@yahoo.it

Sito: sitamlecce.it

Settori: Fashion Design, Fashion Marketing, Fashion Visual Merchandising, Image Consulting, Modellistica, Prototipia Industriale, Corsetteria & Intimo, Master di Fotografia

107. ACCADEMIA

INTERNAZIONALE DEL MUSICAL

Sedi a Torino, Catania, Roma, Cagliari,

Sassari, Udine, Londra

Tel. 800-913575

Mail: info@aidmusical.it

Sito: aidmusical.it

Settori: Musical (recitazione, dizione, fonetica) con corsi suddivisi per varie fasce d'età. Per i più adulti: corso propedeutico biennale (15-19 anni) e corso triennale accademico professionale (fino ai 35 anni)

Via Montani, 7, 63900 Fermo (FM)

Tel. 0734-622632

Mail: info@itssmart.it

Sito: itssmart.it

Settori: Moda Made In Italy, Web Marketing, Digital Strategy, E-commerce for Fashion

108. ACCADEMIA KOEFIA

Via Cola di Rienzo, 203, 00192 Roma

Tel. 06-3207774

Mail: info@koefia.com

Sito: koefia.com

Settori: Fashion Design, Produzione Alta Moda, Modellistica e Sartoria, Confezione alta Moda

109. ACCADEMIA MODA E DESIGN MARIA MAURO

Corso Garibaldi, 52, 80142 Napoli

Tel. 333-965 436

Mail: info@mariamauroacademy.it

Sito: mariamauroacademy.it

Settori: Abiti da Sposa, Cad, Camicia da uomo, Costumista, Modellista, Ricamo e design, Taglio maschile, Fashion design e Modellista

110. ACCADEMIA NAZIONALE DEI SARTORI

Via Crispi, 115, 00187 Roma

Tel. 06-42872259

Mail: segreteria@

accademianazionaledeisartori.it

Sito: accademianazionaledeisartori.it

Settori: Scuola triennale di Cucito maschile e femminile, Scuola di modellistica Maschile e Femminile

111. AFOL MODA

Via Luigi Soderini, 24, 20146 Milano

Tel. 02-77405205

Mail: moda@afolmet.it

Sito: afolmoda.com

Settori: Corsi ITS, Corsi Modellistica e Sartoria, Corsi Fashion Design, Corsi di Product Management

112. ALTA MODA ACADEMY

Piazza Guglielmo Marconi 15, Roma

Tel. 345-4495313

Mail: altamodaacademy@gmail.com

Ig: @altamodaacademy_official

Settori: Sartoria, Cucito

113. APRO FASHION

Str. Castelgherlone, 2/a, 12051 Alba CN

Tel. 0173 284922

Mail: informa@aproformazione.it

Sito: fashion.proformazione.it

Settori: Elementi di Sartoria Artigianale, Modellistica CAD

114. ARSUTORIA SCHOOL

Via Ippolito Nievo, 33, 20145 Milano

Tel. 02-31912327

Mail: school@arsutoria.com

Sito: arsutoriaschool.com

Settori: Diplomi e corsi di specializzazione in Calzature, Borse, Accessori

115. CENTRO DI FORMAZIONE ALEX VISCONTI

Via Alex Visconti, 18, 20151 Milano

Tel. 02-88465588

Mail: plo.visconti@comune.milano.it

Sito: formami.comune.milano.it/sede-

visconti-ex-quarenghi

Settori: Ottica, Moda

116. CERCAL - CENTRO RICERCA E SCUOLA INTERNAZIONALE CALZATURIERA

Via Dell'Indipendenza, 12, 47030 San

Mauro Pascoli (FC)

Tel. 0541-932965

Mail: cercal@cercal.org

Sito: cercal.org

Settori: Calzature, Shoe Design, Modellistica di Calzature, Modellistica di Pelletteria

117. CIVICA SCUOLA DI CINEMA LUCHINO VISCONTI

Viale Fulvio Testi, 121 - 20162 Milano

Tel. 02-971522

Mail: info_cinema@scmmi.it;

Sito: cinema.fondazionemilano.eu

Settori: Arte e tecnologia del cinema e dell'audiovisivo (equivalente alla laurea triennale); Series development; Recitazione per il cinema e la serialità (master); Documentario, sceneggiatura, film critic, & festival programmer; produzione cinematografica, digital videomaker (corsi serali)

118. CIVICA SCUOLA DI TEATRO PAOLO GRASSI

Via Salasco, 4, 20136 Milano

Tel. 02-971525

Mail: info_teatro@scmmi.it

Sito: teatro.fondazionemilano.eu

Settori: Recitazione, Regia, Danza Contemporanea, Scrittura per spettacolo, Organizzazione dello Spettacolo

119. CREATIVE ACADEMY

Via Morimondo, 17 - 20143 Milano

Tel. 02-3026421

Mail: info@creative-academy.com

Sito: creative-academy.com

Settori: post-graduate per 20 studenti (7 mesi d'aula e 3 mesi di internship con Richemont Maisons). Corsi su fashion, gioielleria e accessori.

120. DOMUS ACADEMY

Via Carlo Darwin, 20, 20143 Milano

Tel. 02-4792 4471

Mail: admissions@domusacademy.it

Sito: domusacademy.com

Settori: Innovazione del Design, Design d'Interni e Abitare, Design del Prodotto, Visione Urbana e Progettazione Architettonica, Programma Preparatorio Online

121. ESSENCE ACADEMY

Via Santa Marta, 18, 20123 Milano;

Via Mentana, 15, 20900 Monza

Tel. Milano: 02-49532440

Monza: 039-2847794

Mail: milano@essenceacademy.it

Sito: essenceacademy.it

Settori: Estetica, Acconciatura, Digital Design, Fashion design.

122. FERRARI FASHION SCHOOL

Via Savona, 97, 20144 Milano

Tel. 02-45375390

Mail: ammissione@ferrarifashionschool.com

Sito: ferrarifashionschool.it

Settori: Fashion Design, Styling e Comunicazione, Business e Marketing

123. FONDAZIONE CENTRO SPERIMENTALE DI CINEMATOGRAFIA, SCUOLA NAZIONALE DI CINEMA

Via Tuscolana 1520, 00173 Roma.

Tel. 06-722941

Sedi didattiche a: Milano, viale Fulvio Testi

121; Torino, via Cagliari, 42; Palermo,

via Gili 4; L'Aquila,

via Carrabba 2; Venezia, Isola di San Servolo;

Lecce in attivazione.

Mail: segreteriapresidente@fondazioneccsc.it

Sito: fondazioneccsc.it

Corsi: Regia, Reportage audiovisivo,

Montaggio, Produzione, Conservazione e

management del patrimonio audiovisivo;

Costume, Fotografia; Recitazione;

Sceneggiatura; Scenografia; Suono; Visual

effects supervisor & producer; Animazione;

Pubblicità e cinema d'impresa; Produzione

124. FONDAZIONE CENTRO CONSERVAZIONE E RESTAURO DEI BENI CULTURALI LAVENARIA REALE

Via XX Settembre 18, 10078 Venaria Reale

(To). Tel. 011-4993011

Mail: info@ccrvenaria.it

Sito: centrorestaurovenaria.it

Settori: Laboratori di restauro dei beni culturali, Conservazione preventiva, Ricerca e attività diagnostica applicata ai beni culturali

125. FONDAZIONE COLOGNI PER I MESTIERI D'ARTE

Via Lovanio, 5, 20121 Milano

Tel. 02-89655350

Mail: info@fondazionecologni.it

Sito: scuolemestieridarte.it

Settori: Oreficeria, Pelletteria, Tecniche

artistiche, Calzaturiero, Vetreria.

126. IDD, ISTITUTO DEL DESIGN

Via Pasquale Vena, 66C - 75100 Matera

Tel. 379-1088485

Mail: info@istitutodeldesign.it

Sito: istitutodeldesign.it

Corsi o settori disciplinari: Product,

interior e graphic design;

127. IFDA - ITALIAN FASHION AND DESIGN ACADEMY

Via Pietro Filargo, 36, 20143 Milano

Tel. 02-39520917; Mail: info@ifda.it;

Sito: ifda.it

Settori: Fashion Design, Fashion Styling

e Comunicazione, Fashion Stylist, Shoes

Design, Modellistica

128. ISTITUTO DI MODA BURGO

Piazza S. Babila, 5, 20122 Milano

Tel. 02-783753.

Mail: imb@imb.it

Sito: imb.it

Settori: Fashion Design, Fashion Collection,

Sartoria Professionale, Modellistica

Sartoriale

129. ISTITUTO SECOLI

Viale Vittorio Veneto, 18/A, 20124 Milano.

Tel. 02-6597501

Mail: info@secoli.com

Sito: secoli.com

Settori: Fashion Design, Modellistica,

Prototipia, Grafica Cad, Sartoria, Analisi

tempi e metodi, Correzione dei difetti

130. HARIM

Via D'Annunzio, 31, 95128 Catania

Tel. 095-716-4138;

Mail: info@harim.it

Sito: harim.it

Settori: Moda, Gioielleria, Fotografia,

Progetto, Comunicazione Visiva

131. MAM - MAIANI ACCADEMIA MODA

Via Teodorico, 14, 00162 Roma

Tel. 06-69302599

Mail: info@maianiacademiamoda.it

Sito: maianiacademiamoda.it

Settori: Fashion design production, Designer del costume cinematografico e audiovisivo, Modellista dell'abbigliamento in piano e digitale; Graphic design & Multimedia, Tecnico modellista Cad Lectra e CLO 3D, Modellistica e progettazione di calzature, Interior Design & Misual Merchandising, Tecnico dell'abbigliamento

132. NUOVA ACCADEMIA MODA ITALIANA - NAMI

Via del Santuario, 11 Pescara

Tel. 085-2056152

Mail: info@accademianami.it

Sito: accademianami.it

Settori: Pelletteria, e Tessile, Fashion

Designer, Modellista Cad

133. NEXT FASHION SCHOOL

di Carla Secoli. Sede legale: Via Giuseppe Prina, 5, 20154 Milano

Tel. 02-43001916.

Sedi didattiche: Bologna, via A. Testoni 2,

Tel. 051- 266430;

Ancona, via Pontelungo 87,

Tel. 071-8046355;

Padova, via. J. Avanzo 17,

Tel. 049-2329077;

Mail: info@nextfashionschool.com

Sito: nextfashionschool.com

Settori: Fashion design, Fashion global

design, Modellistica, Fashion stylist,

Graphic design.

134. ITALIAN DESIGN INSTITUTE

via Alessi, 3A, 06122 Perugia

Tel. 0757-34647

Mail: info@istitutoitalianodesign.it

Sito: istitutoitalianodesign.it

Settori: Moda, Interni, Prodotto,

Comunicazione, Design, Light Design

135. POLIMODA

Via Curtatone, 1, 50123 Firenze

Tel. 055-275061

Mail: orientation@polimoda.com

Sito: polimoda.com

Settori: Progettazione Atelier, Strategia

digitale, Progettazione di Accessori,

Direzione Artistica, Business, Fashion

Design, Gestione del Design, Gestione

del Marketing, Stile, Gestione prodotto

**136. RAFFLES MILANO |
ISTITUTO MODA E DESIGN**

Via Felice Casati, 16, 20124
Milano
Tel. 344-0209122
Mail: info@rm-modaedesign.it

Sito: rafflesmilano.it
Settori: Fashion Design, Product
Design, Visual Design, Interior
Design, Communication Design
And Adv, Multimedia and Game Art,
Jewel And Accessory design, Fashion
Communication and Marketing.

137. RAINBOW ACADEMY

Via della Bufalotta, 374 - 00139 Roma
Tel. 06-45664835

Mail: info@rainbowacademy.it

Sito: rainbowacademy.it
Settori: 3D digital production, Game
assets, Unreal developer, Concept art; 3D
architecture and design; 2D animation;
After effect; Modellazione, animazione 3D
con Autodesk maya.

138. REA ACADEMY

Via Colombo, 440, 00145 Roma
Tel. 800-910410

Mail: orientamento.roma@reagroup.info

Sito: reacademy.com

Settori: Beauty Design e Management,
Trucco Regionale, Tautaggio e
Dermopigmentazione, Make Up Beauty
Pro, Trucco ed Effetti Speciali, Consulente
di Immagine e Armocromia

139. ROMA FILM ACADEMY

Cinecittà Campus, Via Quinto Publico, 90,
00173 Roma

Tel. 06-6942 8715

Mail: segreteria@romafilmacademy.it

Sito: romafilmacademy.it

Settori: Direzione della Fotografia,
Produzione, Recitazione, Regia &
Sceneggiatura, Montaggio e Suono

**140. RS, ROSA SBLANO MODA
ETALENTO**

Prima sede operativa:

Via Cacudi 50, 70132 Bari.

Seconda sede:

Via della Magliana Nuova 93, 00146 Roma

Tel. 333-8599978; 080-2378206

Mail: info@arsmodaetalento.it

Sito: rsmoda.it

Settori: Stilista di Moda, Modellista;

Abbigliamento femminile teatrale, intimo-
mare, Sposa; Modellistica/Sartoria per
donna, Modellistica Donna; Taglio e cucito
Creativo; Taglio e cucito per donna.

141. BLOW-UP ACADEMY

Sede principale: Ferrara (Via Mario
Poledrelli, 21, tel. +39 377 3856631).

Altre sedi: Roma (tel. +39 377 3856631)

Mail: info@blowupacademy.it

Sito: https://www.blowupacademy.it/

Settori: Recitazione, Regia, Direzione della
fotografia, Sceneggiatura, Montaggio e post
produzione, Fumetto e illustrazione, Teatro

**142. SCUOLA DELL'ARTE
E DELLA MEDAGLIA**

Istituto poligrafico e Zecca dello Stato viale
Gottardo, 146, 00141 Roma

Tel: 06-85083725

Mail: Sam@ipzs.it

sito: sam.ipzs.it

Settori: orafo, argenteria, lavorazione della
medaglia.

143. SCUOLA HOLDEN

Piazza Borgo Dora, 49 - 10152 Torino

Tel. 011-6632812

Mail: info@scuolaholden.it

Sito: scuolaholden.it

Corsi o settori disciplinari: master biennale
in tecnica della narrazione

**144. SCUOLA INTERNAZIONALE
DI COMICS**

Sedi principali:

Milano. Piazzale Giulio Cesare, 14,

Tel. 02-45409470

Roma. Via Lemmi, 10,

Tel. 06.5141120; altre sedi: Napoli,

Torino, Brescia, Reggio Emilia, Padova,

Pescara, Firenze, Genova

Mail: (città)@scuolacomics.it

Sito: scuolacomics.com

Settori: Fumetto, Illustrazione, Tatuaggio,

Animazione, Disegno

**145. SCUOLA MOHOLE
ACCADEMIA**

Via Ventura, 5 - 20134 Milano

Tel. 02-36513670/366-8984302

Mail: segreteria@mohole.it

Sito: scuola.mohole.it

Settori: cinema e videomaking, game design,
3d animation, recitazione e danza, fumetto

e concept design, visual art, fotografia,
scrittura e story telling, digital development

**146. SITAM - ISTITUTO
PROFESSIONALE DI MODA**

Via Giuseppe Verdi, 22, 35139 Padova
Tel. 049-8751172

Mail: info@sitam.it

Sito: sitam.it

Settori: Taglio e confezione, Modellista,
Fashion Design, Sviluppo Taglie, Corso Fiori
di Stoffa e Pelle

**147. THESIGN, COMICS&ARTS
ACADEMY**

Viale Lavagnini, 42, 50129 Firenze

Tel. 055-218950

Mail: info@thesign.academy

Sito: thesign.academy

Settori: Corso di Graphic Novel & New
Media, Design della Narrazione, Business
Illustration, Illustrazione editoriale,
Animazione, Game design

**148. UED - UNIVERSITÀ
DEL DESIGN DI PESCARA**

Via Fosso Foreste, 65015 Montesilvano

Tel. 085-4491765

Mail: info@uedpescara.it

Sito: uedpescara.it

Settori: Fashion Design, Techno Fashion,
Figurino Tecnico, Moulage, Modellistica.

**149. SCUOLA COVA
SUI MESTIERI D'ARTE**

Corso Vercelli, 22 - Milano

Tel. 02-48005104

Mail: cfp@scuolacova.it

Sito: scuolacova.it

Settori: Operatore e tecnico del legno,
Design e prototipizzazione, Tecnico di
modellazione e fabbricazione digitale

**150. SCUOLA ORAFA
AMBROSIANA**

Via Tadino 30, 20124 Milano

Mail: viatadino@scuolaorafa.com

Sito: scuolaorafa.com

Settori: Oreficeria, Modellazione
della cera, Incastonatura a microscopio,
Incisione, Smalti a fuoco,
Gemmologia; Strategie, Pianificazione del
lavoro e Comunicazione per il gioiello.



università
iulm

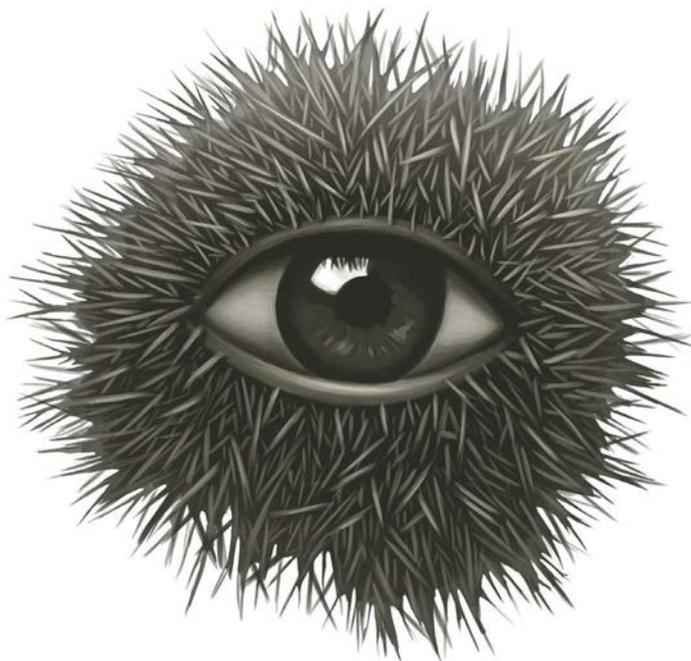
POLO Università IULM DI ECCELLENZA ITALIANO

PER LA FORMAZIONE NEI SETTORI

Comunicazione \ Lingue \ Turismo \ Valorizzazione
dei beni culturali \ Moda

A tutti i suoi studenti, la IULM garantisce una **solida preparazione**, proponendo percorsi didattici innovativi, offrendo servizi **all'avanguardia**, attivando **contatti con il mondo del lavoro**, incentivando le **esperienze di studio all'estero**.





Libera accademia d'arte Novalia Libera il tuo talento.

Essere artista non è un dettaglio, un passatempo, una bizzarria. Essere artista è un lavoro. Un lavoro di ricerca incessante, di esercizio paziente, di abilità tecnica che esprime l'energia di una visione. Quell'energia che svela la bellezza del mondo e che ogni artista sprigiona con esemplare unicità.

Questo è ciò che farai a Novalia: studiare arte per farne la tua professione. Come tutti i docenti che insegnano qui, professionisti concentrati sullo sviluppo delle tue competenze per un monte di ore e senza assistenti. Un'esperienza che dividerai soltanto con 19 compagni di classe, perchè la tua unicità vuole la massima attenzione.

ILLUSTRAZIONE • FUMETTO • DIGITAL ART • ANIMAZIONE
FOTOGRAFIA • DECORAZIONE • PITTURA • DISEGNO • INCISIONE



Tre anni dedicati a te. Nel cuore delle Langhe.

NOVALIA Libera Accademia d'Arte via S. Paolo 8/A - 12051 Alba CN
tel. 0173.209380 • info@novaliaarte.com • www.novaliaarte.com



Focus _____



NABA *Nuova Accademia di Belle Arti*

OBIETTIVI E STORIA

NABA è un'accademia di formazione all'arte e al design: è la più grande Accademia di Belle Arti in Italia e la prima ad aver conseguito, nel 1981, il riconoscimento ufficiale del Ministero dell'Università e della Ricerca (MUR). È stata fondata da Ausonio Zappa a Milano nel 1980 coinvolgendo in una prima fase Guido Ballo e Tito Varisco, e poi attivando un nucleo di artisti tra cui Gianni Colombo, con l'obiettivo di mettere in discussione la rigidità del mondo accademico tradizionale e introdurre visioni e linguaggi più vicini alle pratiche artistiche contemporanee e al sistema delle professioni creative: è un'accademia in costante evoluzione con uno sguardo sempre rivolto al futuro per captare i segnali di cambiamento accogliendo le diversità proprie della contemporaneità.

A conferma dell'eccellenza della sua metodologia didattica, anche nel 2024, per il quarto anno consecutivo, NABA è stata selezionata da QS World University Rankings® by Subject come la migliore Accademia di Belle Arti italiana e tra le prime 100 istituzioni al mondo in ambito Art & Design.

LE MATERIE CHE SI STUDIANO

Con i suoi due campus di Milano e Roma, NABA offre corsi di primo e secondo livello nelle Aree Communication and Graphic Design, Design, Fashion Design, Media Design and New Technologies, Set Design, Visual Arts, per i quali rilascia diplomi accademici equipollenti a quelli universi-

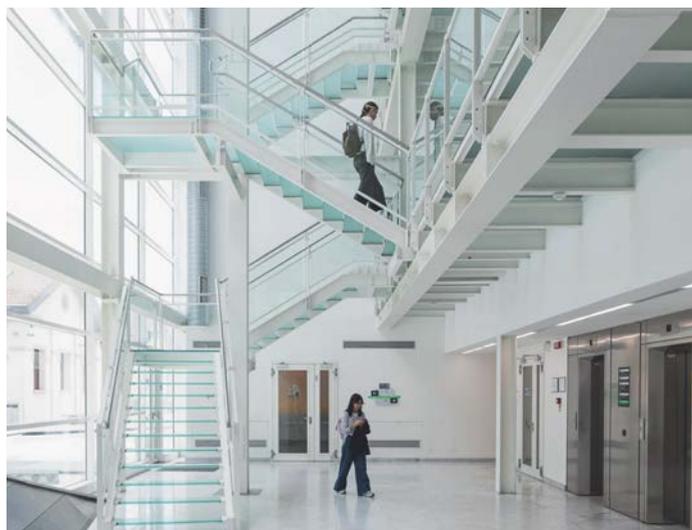
tari, oltre a PhD completamente practice-based trasversali a questi ambiti e a Special Programmes.

COME SI STUDIA

NABA combina una metodologia didattica interdisciplinare con un approccio «learning by doing», frutto di una vocazione alla ricerca, alla sperimentazione e all'innovazione sui temi più attuali, tra nuove tecnologie, Intelligenza Artificiale e sostenibilità, e alla relazione con il contesto artistico e professionale di riferimento.

I DOCENTI

I docenti NABA sono professionisti attivi nel campo dell'arte e del design: provengono, tra gli altri, da case di moda, agenzie di comunicazione, studi di design e architettura; sono curatori, artisti, imprenditori e grazie alla loro prospettiva gli studenti entrano in contatto con il mondo del lavoro.



OFFERTA FORMATIVA

TRIENNI:

Comics and Visual Storytelling | Graphic Design e Art Direction | Design | Fashion Design | Fashion Marketing Management* | Cinema e Animazione | Creative Technologies | Scenografia | Pittura e Arti Visive

BIENNI SPECIALISTICI:

User Experience Design | Visual Design e Integrated Marketing Communication | Interior Design | Product and Service Design | Social Design | Fashion and Costume Design | Fashion Design | Textile Design | Creative Media Production | Digital and Live Performance | Arti Visive e Studi Curatoriali

MASTER ACCADEMICI:

Comunicazione dell'Innovazione Sostenibile | Creative Advertising | Italian Design | New Urban Design | Fashion Digital Marketing | Sneaker Design* | Business Law for the Fashion System** | Screenwriting for Series | Art and Ecology | Contemporary Art Markets | Photography and Visual Design

PHD:

Artistic Practice
Pratiche Artistiche e Cultura del Progetto

SPECIAL PROGRAMMES:

Corsi Brevi | Foundation Course | Gap Year Programme | Semester Abroad Programmes | Summer Courses

*In corso di approvazione

**Master universitario accreditato da Università Telematica Internazionale UNINETTUNO (60 CFU).

CAMPUS:

MILANO - Via C. Darwin 20, 20143 Milano

ROMA - Via Ostiense 92, 00154 Roma

Contatti:

Orientamento Italia
E-mail orientamento@naba.it
Tel. 02 97372106
Sito web www.naba.it



DATI IN EVIDENZA

6000+	Numero studenti
35%	Percentuale di studenti internazionali
100	Nazionalità rappresentate
87%	Tasso di impiego entro 1 anno dal diploma*
99%	Tasso di impiego dei diplomati dei Bienni Specialistici e Master Accademici*
500	Borse di studio ogni anno
1 su 5	Gli studenti che ricevono una borsa di studio valida per tutti gli anni di corso

*Fonte: indagine occupazionale annuale a cura di BVA Doxa, azienda leader nelle ricerche di mercato, relativa ai diplomati nel 2021 a un anno dal diploma.



CHE COSA SI DIVENTA

Tramite le oltre 900 collaborazioni annuali con aziende, istituzioni, agenzie per progetti, stage e placement, e le attività (es. Recruiting Days) promosse dagli uffici Industry Relations e Career Service and Alumni Relations, gli studenti NABA sviluppano competenze in linea con le professioni richieste nei campi del design, fashion design, comunicazione, media e nuove tecnologie, scenografia e arti visive.



ISTITUTO MODARTECH

OBIETTIVI E STORIA

Modartech, istituto di Alta Formazione accademica e professionalizzante nei settori Moda e Comunicazione, si fonda su un collaudato mix tra ricerca, sperimentazione, tecnica e approccio laboratoriale, grazie al costante dialogo con il mondo del lavoro, sviluppando un polo formativo d'eccellenza a supporto dei giovani e dell'industria.

Fin da subito l'Istituto Modartech si propone sul mercato con un'offerta formativa contemporanea e una metodologia caratterizzata da forte originalità, basata principalmente sul project work e importanti collaborazioni con un ampio network di imprese.

Modartech è autorizzato dal Ministero dell'Università e della Ricerca (MUR) al rilascio di diplomi accademici nell'ambito del comparto AFAM - Alta Formazione Artistica, Musicale e Coreutica, con un'offerta formativa composta da corsi di laurea triennale di primo livello, magistrale di secondo livello e master di primo livello. Inoltre sono presenti corsi di specializzazione con il rilascio di qualifiche legalmente riconosciute a livello europeo.

LE MATERIE E LA DIDATTICA

La composizione dei Piani di Studio è pensata per accompagnare la crescita culturale e professionale dello studente combinando materie di taglio prevalentemente pratico ad altre che invece favoriscono lo studio teorico, indispensabili per la ricerca e lo sviluppo della creatività. La didattica rispecchia così la visione che ha Modartech del futuro dei

propri studenti, professionisti aggiornati e curiosi, creativi con un gusto contemporaneo che prende vita grazie alle competenze pratiche, assimilate nelle tante ore laboratoriali.

COME SI STUDIA

La didattica è composta oltre che da materie teorico-pratiche o puramente teoriche anche da visite guidate presso le più importanti fiere del settore, nonché da una assidua presenza in Istituto di esperti, aziende e personalità di spicco che grazie a workshop, special lessons, seminari portano all'interno della scuola esperienze dirette dal mondo del lavoro e delle professioni. La metodologia project





OFFERTA FORMATIVA

L'offerta formativa dell'Istituto si compone di percorsi accademici a vari livelli nonché di corsi ad alto valore professionalizzante. Gli ambiti di specializzazione si concentrano nelle aree strategiche della Moda e del Design della Comunicazione.

Corsi accademici di 1° livello

Fashion Design, Communication Design

Corsi accademici di 2° livello

Fashion Product Management

Master accademici di 1° livello

Fashion Hi-Tech, Sustainable Fashion

Corsi Professionali

Modellista CAD Abbigliamento

Web & Graphic Design

Modellista CAD Calzature

Modellista CAD Borse e Pelletteria

Modellistica e Alta Sartoria

LOCATION & FACILITIES

Tra i centri storico artistici di Firenze e Pisa, l'Istituto Modartech si trova negli spazi industriali Piaggio di Pontedera, in un contesto di innovazione, cultura e design. Attorno a Modartech, un network internazionale di aziende che producono per i più grandi brand di moda, studi di design, poli tecnologici, centri di ricerca, aziende hi-tech e web oriented. Un polo attrattivo per studenti di tutto il mondo che possono contare sul supporto nella ricerca dell'alloggio e un servizio di tutoraggio dedicato.

CONTATTI

Viale R. Piaggio, 7 Pontedera (PI)

+39 0587 58458

orientamento@modartech.com

www.modartech.com



DATI

420 Numero studenti

900 Network aziende

87 % Ex studenti occupati

20 Studenti per classe

32 Numero di borse di studio erogate, per un valore di **120.000 euro**



based learning combinata con il teacher advising su progetti specifici garantiscono inoltre un forte bagaglio di esperienze che si arricchisce ulteriormente grazie allo stage curriculare presso aziende in Italia e all'estero.

I DOCENTI

In un contesto dinamico e in continua evoluzione come quello della comunicazione e della moda, Modartech si avvale della collaborazione di docenti accademici, così come di professionisti, consulenti, imprenditori ed esperti con esperienza pluriennale nel proprio settore, che si confrontano quotidianamente con le esigenze aziendali. Il loro approccio è finalizzato a fornire competenze per una formazione contemporanea e specialistica.



ISTITUTO EUROPEO DI DESIGN

OBIETTIVI E STORIA

L'Istituto Europeo di Design nasce nel 1966 a Milano, in un momento in cui il design italiano era in fase di forte fermento, con l'obiettivo di dare forma a un nuovo tipo di scuola per le professioni creative e del progetto dall'industrial all'interior design, dalla moda alle arti visive e alla comunicazione.

Con oltre 50 anni di esperienza, IED conferma l'obiettivo di mantenere la leadership che la sua offerta didattica detiene in Italia, in Spagna e Brasile, rinnovandola secondo le esigenze della società contemporanea. Il Gruppo ha ampliato la sua presenza a livello internazionale, aprendo sedi in diverse città oltre Milano, a Roma, Torino, Firenze, Cagliari, Barcellona, Madrid, Bilbao, San Paolo, Rio de Janeiro e includendo nel network l'Accademia Aldo Galli di Como. La vocazione del Gruppo resta internazionale: recentissimo (luglio 2024) è l'accordo siglato con CESAP per la progettazione congiunta di percorsi formativi undergraduate e postgraduate erogati in Portogallo attraverso la Escola Superior Artística do Porto negli ambiti del Fashion e del Design.

Proprietaria del Gruppo IED è la Fondazione Francesco Morelli, la cui mission è promuovere la cultura del design in senso ampio e l'innovazione per i giovani e la società globale attraverso un modello didattico che valorizza la creatività e la sperimentazione in chiave multidisciplinare e trasversale

AZIENDE CON CUI SI PROGETTA

Il numero delle aziende partner, con cui IED collabora, cresce di mese in mese e comprende piccole e medie imprese, grandi multinazionali, top brand, studi di diverse dimensioni, start-up innovative e liberi professionisti, tra cui: San Pellegrino, 3M, BMW, Bottega Veneta, Ferrari S.p.A., LVMH, Nike Ogilvy. Questa tipologia di partnership didattiche ed extra-didattiche offre agli studenti anche l'opportunità di stage in contesti lavorativi altamente professionalizzanti.



CORSI EROGATI E OFFERTA FORMATIVA

LAUREE TRIENNALI

Diploma Accademico di Primo Livello (CFA 180): Product, Interior e Transportation Design. Fashion Design, Fashion Stylist, Fashion Marketing. Graphic, Video, Sound Design, Illustrazione e Animazione, Fotografia, Design della Comunicazione, Comunicazione Pubblicitaria, Comunicazione e Valorizzazione del Patrimonio Artistico Contemporaneo

LAUREE MAGISTRALI

Diploma Accademico di Secondo Livello (CFA 120): Interior, Product, Interaction, Fashion e Transdisciplinary Design, Visual Communication.

MASTER DI 1° LIVELLO: (CFA 60)

Design - Innovation, Strategy and Product, Visual Arts
Lifelong Learnig: Opzioni per una formazione continua e specializzata durante l'anno e in estate con corsi in italiano, inglese, online, blended e in presenza.

POSSIBILITÀ DI MASTER

IED offre Master annuali in design, moda, arte, comunicazione e comunicazione visiva per sviluppare competenze avanzate e preparare gli studenti a ruoli di leadership nel settore creativo.

LOCATION E FACILITIES

IED ha 11 sedi nel mondo, dotate di strutture moderne e laboratori all'avanguardia per un'esperienza di apprendimento immersiva.



NUMERI CHIAVE

+ 50 anni di esperienza

11 sedi nel mondo

+ 10.000 studenti all'anno

+ 100 nazionalità di provenienza

+ 100 corsi undergraduate

+ 300 corsi postgraduate

+ 170 partnership accademiche

+ 3000 docenti

90% degli studenti trova lavoro entro un anno dal diploma.

COME SI STUDIA

Gli studenti e le studentesse IED frequentano corsi, in inglese e in italiano, nelle aree del design, della moda, delle arti visive e della comunicazione. Gli insegnamenti includono progettazione creativa, marketing, tecniche di produzione e gestione del progetto, preparandoli a una carriera multifunzionale nell'industria creativa. Il modello didattico integra lezioni frontali, laboratori, progetti reali con le aziende partner, offrendo un'esperienza pratico-teorica.

PECULIARITÀ DI IED

Studiare in IED significa recepire stimoli da una rete internazionale di docenti, alumni e aziende, che consente i di accedere a esperienze formative uniche e multidisciplinari. La faculty è composta da oltre 3.000 docenti, selezionati tra i migliori professionisti del settore creativo, i quali portano la propria 'esperienza in aula calandola nei rispettivi insegnamenti.

CAREER SERVICE

Il Career Service di IED, costituito da un team altamente specializzato, supporta gli studenti nel loro percorso professionale attraverso incontri individuali, preparazione per colloqui e organizzazione di eventi come la Career Fair, favorendo il networking con aziende leader nei propri settori di riferimento.

Info: ied.it

Academy.

La prima laurea in scrittura d'Italia

Academy è un corso di laurea triennale in cui si prova a cambiare se stessi, il proprio sguardo e addirittura il mondo attraverso un gesto molto preciso: *scrivere*.

Dopo la laurea potrai lavorare in:

- *comunicazione e marketing*
- *editoria ed eventi culturali*
- *redazioni radio e tv*
- *sceneggiatura*
- *giornalismo*
- *new media*

SCOPRI
ACADEMY



SCUOLA HOLDEN

CONTEMPORARY HUMANITIES



Utilities _____

I LUOGHI DA VISITARE PER FARSI ISPIRARE

**SE SI VUOLE FARE UN MESTIERE IN AMBITO ARTISTICO,
È DAVVERO MOLTO UTILE FREQUENTARE I LUOGHI DOVE VENGONO
ESPOSTI GLI OGGETTI DELL'ESTRO E DELLA CREATIVITÀ**

MUSEI REGIONALI

I primi luoghi espositivi per eccellenza del frutto dell'immaginazione sono i musei. Nati oltre 2.500 anni fa (il primo è attribuito alla città di Alessandria d'Egitto), vedono l'Italia tra le nazioni che ne posseggono di più - diverse migliaia - per questo pubblichiamo qui soltanto i siti web regionali delle direzioni generali dei musei, dove poterne

trovare elenchi, indirizzi e tipologie, dall'arte all'architettura, dalle sculture più misteriose e antiche alle creazioni virtuali più sorprendenti. Molti di loro hanno posizioni aperte per candidarsi a stage e tirocini, periodi durante i quali verificare con mano il grado di aderenza fra gli ambiti trattati e le proprie passioni.



ABRUZZO

<http://museiabruzzo.cultura.gov.it>

ALTO ADIGE

<https://suedtirol.info>; <https://musei.provincia.bz.it/home> e <https://musei.provincia.bz.it/musei-in-alto-adige>

BASILICATA

www.musei.basilicata.beniculturali.it

CALABRIA

www.musei.calabria.beniculturali.it

CAMPANIA

<https://museicampania.cultura.gov.it/musei-e-luoghi-della-direzione/> Per candidarsi a stage e tirocini: <https://museicampania.cultura.gov.it/servizi-e-attivita/stage-e-tirocini/>

EMILIA-ROMAGNA

www.musei.emiliaromagna.beniculturali.it/musei. Cv e domande di stage a: www.musei.emiliaromagna.beniculturali.it/attivita/stages-tirocini-formativi-e-curriculari

FRIULI VENEZIA GIULIA

<https://musei.fvg.beniculturali.it/musei>

LAZIO

<https://direzioneregionalemuseilazio.cultura.gov.it/i-luoghi-della-cultura/>

LIGURIA

<https://museiliguria.cultura.gov.it/musei>;

LOMBARDIA

<https://museiombardia.cultura.gov.it/musei?statali>

MARCHE

www.musei.marche.beniculturali.it. Musei: www.musei.marche.beniculturali.it/musei/;

MOLISE

www.musei.molise.beniculturali.it/musei

PIEMONTE

www.polomusealepiemonte.beniculturali.it; area personale: <https://trasparenza.cultura.gov.it>; <https://trasparenza.cultura.gov.it/>

pagina639_bandi-di-concorso.html; tirocini [https://cultura.gov.it/tags/comunicati/altro-personale](https://cultura.gov.it/tags/comunicati/altro-personale;);

PUGLIA

<https://musei.puglia.beniculturali.it/musei/?statali>; bandi di concorso: <https://musei.puglia.beniculturali.it/avvisi-pubblici/>

SARDEGNA

www.musei.sardegna.beniculturali.it. Musei: <https://musei.sardegna.beniculturali.it/musei/>; Bandi di concorso https://trasparenza.cultura.gov.it/pagina566_bandi-di-gara-e-contratti.html e https://trasparenza.cultura.gov.it/pagina640_concorsi-attivi.html

SICILIA

<http://musei.beniculturali.it>

TOSCANA

www.polomusealetoscana.beniculturali.it; bandi di concorso: www.polomusealetoscana.beniculturali.it/index.php?it/148/bandi-di-concorso

TRENTINO

www.cultura.trentino.it

UMBRIA

www.musei.umbria.beniculturali.it; bandi di gara e contratti: www.musei.umbria.beniculturali.it/trasparenza/trasparenza/bandi-di-gara-e-contratti/

VALLE D'AOSTA

www.regione.vda.it/cultura/default_i.asp

VENETO

<https://polomusealeveneto.beniculturali.it/musei>

ASSOCIAZIONI D'ARTE,**ARCHIVI E ALTRI MUSEI****SPECIALIZZATI****AMACI**

Associazione dei musei d'arte contemporanea italiani, Bergamo, www.amaci.org. Associazione di alcuni tra i musei più importanti

d'Italia, dal Castello di Rivoli al Gam di Torino e Verona, dal Mart al Maxxi: qui l'elenco completo dei musei che si possono scoprire: www.amaci.org/partners

AZIENDA SPECIALE**PALAEXPO**

Comprende Palazzo delle Esposizioni, Macro, Mattatoio e Museo delle periferie di Roma, www.palaexpo.it. Ente della città di Roma, è fra i più grandi organizzatori di spazi espositivi della Capitale e del Paese.

ARTIGIANATO & PALAZZO

Firenze, www.artigianatoopalazzo.it. Artigianato, moda e lifestyle i main fields di questo spazio per ricordare il collegamento tra arte artigiana e palazzi dove da secoli non vengono esposte le creazioni. Ospita ogni anno centinaia di artigiani provenienti da molte nazioni ed è attiva anche verso i giovani selezionando ogni 12 mesi almeno 10 artigiani under 35 – italiani e stranieri – invitandoli gratuitamente in un'area espositiva dedicata nel Giardino Corsini. Per loro anche la sezione Blogs and Crafts, con giovani da tutta Europa, in collaborazione con il World craft council Europe, e la sezione sugli «Antichi mestieri» per ricordare le origini del loro più moderno operare.

BASE MILANO

<http://base.milano.it>. Ex complesso industriale dell'ex Ansaldo, è oggi luogo culto del capoluogo milanese, teatro di frequenti eventi di moda, design, cultura, arte, fotografia e creatività in tutte le sue coniugazioni.

BIENNALE DI VENEZIA

www.labiennale.org. Nata nel 1895, la Biennale di Venezia è una fondazione che espone le nuove tendenze artistiche di teatro, architettura, musica, danza e



cinema, con un archivio storico delle arti contemporanee. Al sito www.labiennale.org/it/lavora-con-noi le posizioni aperte e lo spazio per le autocandidature. La formula è proposta anche in numerose altre città del mondo. Per esempio: Biennale di Berlino, www.berlinbiennale.de/en/ e Brasile, www.bienal.org.br

BOLSENA BIENNALE

Viterbo (Lazio), www.bolsenaricamait/bolsena-biennale/ Meeting internazionale del ricamo e del merletto, propone corsi fra il Viterbese e la bassa Toscana, e un concorso internazionale per scuole e associazioni di ricamo e merletto. Il merletto di Orvieto e il filet di Bolsena hanno candidato il merletto italiano a patrimonio dell'umanità dell'Unesco.

CENTRE DU LUXE ET DE LA CRÉATION

Parigi, <https://centreduluxe.com> Uno dei principali think thank (luoghi di pensiero) sui futuri percorsi delle professioni del lusso e della creatività. Ogni anno riconosce premi a 10 nuovi giovani talenti del settore.

CITTÀ DEI MESTIERI E DELLE PROFESSIONI

Milano, www.cittadeimestieri.it/ Associazione senza scopo di lucro di Milano e Lombardia, ha un database di 366 professioni e realizza corsi di formazione nella Città metropolitana di Milano.

CIVICA SCUOLA DI LIUTERIA DI MILANO

<https://civicascoladiliuteria.comune.milano.it>. Oltre ad essere l'unica scuola civica di liuteria italiana, è anche biblioteca e museo.

CASTELLO DI RIVOLI

Musei d'arte contemporanea, www.castellodirivoli.org. Uno dei punti di riferimento dell'arte italiana, con una sede (in Trentino) fuori dalle rotte tradizionali della creatività made in Italy.

CASTELLO SFORZESCO MILANO

www.milanocastello.it Oltre a numerosissime e storiche collezioni d'arte fisiche e on-line, dall'archeologia antica alla fotografia contemporanea, presenta utili archivi per chi, sull'arte, deve preparare una tesi di diploma o di laurea.

CENTRO PER L'ARTE CONTEMPORANEA LUIGI PECCI

Prato, www.centropecci.it, A Prato, seconda città toscana per popolazione dopo Firenze, c'è la prima istituzione italiana per presentare, collezionare, documentare e supportare le ricerche artistiche di arti visive e performative, di cinema, musica, architettura, design, moda, letteratura e di tutte le espressioni del contemporaneo.

CHRISTIE'S INTERNATIONAL

Milano e Roma, www.christies.com. L'arte non solo da realizzare, ma anche da esporre e da vendere. Anche questo è un luogo dove cercare suggestioni, magari partendo a valle della filiera. La sede principale è a Londra. Ma ha basi anche in Italia: a Roma dal 1958 e a Milano dal 2009.

CITTÀ DELL'ARTE FONDAZIONE PISTOLETTO

Biella, www.cittadellarte.it. In Piemonte, uno dei principali laboratori creativi di arte contemporanea plurisettoriale.

EDC - ECOLE DES DIRIGEANTS & CRÉATEURS D'ENTREPRISE, PARIGI



Immagini della Fondazione Sozzani di Milano e della Biennale di Venezia. Nella pagina a sinistra, spazio della Fondazione Pistoletto di Biella

www.edcparis.edu/fr/. Scuola dei dirigenti e creatori d'impresa con riguardo alle attività artigianali.

FABBRICA DEL VAPORE

www.fabbricadelvapore.com.

Palazzo del Comune di Milano, offre spazio alla creatività giovanile e alle esperienze laboratoriali. Nel suo sito anche una sezione di bandi e selezioni: www.fabbricadelvapore.org/le-opportunita

FONDAZIONE PRADA

www.fondazioneprada.org. Arte contemporanea, cinema, fotografia, filosofia, danza e architettura sono gli ambiti dei progetti che si trovano in questo spazio. Nel sito anche una sezione per le candidature a ruoli lavorativi interni: www.fondazioneprada.org/lavora-con-noi/ Alle due sedi milanesi si è aggiunta dal 2011, una terza a Venezia (Cà Corner della Regina).

FRIGORIFERI MILANESI

Centro per l'arte contemporanea, www.fmcca.it/it/ Dall'inconfondibile colore rosso delle pareti su via Piranesi a Milano, ospita enti e aziende di e cultura. Ha una sezione formazione, www.fmcca.it/it/formazione/, dove propone laboratori di restauro della società Open Care, che ospitano stagisti e tirocinanti e offrono un servizio di tutoring e formazione continua.

FONDAZIONE ANTONIO RATTI

Como, <https://fondazioneratti.org/it>. Spazio espositivo sull'arte del tessuto; laboratorio artistico al quale partecipano ogni anno circa 20 giovani, <https://fondazioneratti.org/it/art-lab>

FONDAZIONE ARNALDO POMODORO

Milano, www.fondazionearnaldopomodoro.it. Spazio collettivo che si propone come casa della cultura e dell'arte del '900. Realizza anche un progetto didattico per le scuole secondarie di secondo grado, www.fondazionearnaldopomodoro.it/event/smartschooling/

FONDAZIONE MERZ

Torino, www.fondazionemerz.org. Centro d'arte contemporanea dal 2005, ospita mostre, eventi, attività educative e progetti di ricerca.

FONDAZIONE NICOLA TRUSSARDI

Milano, www.fondazionenicolatrussardi.com. Istituzione no profit per la diffusione della cultura contemporanea, costituisce un museo nomade per la produzione e la diffusione dell'arte contemporanea in molteplici contesti e attraverso diversi canali e modalità, compresi eventi espositivi temporanei.

FONDAZIONE SOZZANI

<https://fondazione-sozzani.org/it/#>, Milano e Parigi. Ha l'obiettivo di

promuovere e divulgare l'attività culturale e artistica contemporanea in tutte le sue forme espressive, attraverso mostre, pubblicazioni, conferenze e incontri.

FUORISALONE

Milano, www.fuorisalone.it/it/ Racchiude tutti gli eventi sul design che si svolgono in concomitanza con il Salone del Mobile di Milano.

GALLERIA BORGHESE

Roma, <https://galleriaborghese.beniculturali.it>. Museo statale, espone opere di autori immortali come Gian Lorenzo Bernini, Bronzino, Canova, Caravaggio, Raffaello, Perugino, Lorenzo Lotto, Antonello da Messina, Rubens, Bellini, Tiziano. Unica al mondo per numero e importanza delle sculture del Bernini e delle tele del Caravaggio. Realizza anche podcast per far appassionare gli studenti ai tesori che contiene e che costituiscono un riferimento e una base imprescindibile per chiunque voglia occuparsi d'arte.

GALLERIA DELL'ACCADEMIA DI FIRENZE

www.galleriaaccademiafirenze.it. Espone il maggior numero di sculture di Michelangelo al mondo (sette), fra cui il celebre David. Vanta diverse altre sezioni, fra cui la raccolta più vasta al mondo di opere pittoriche a fondo oro, e il Museo degli strumenti musicali, dove sono ospitati numerosi manufatti della collezione storica



Da sinistra, Scuola civica di liuteria di Milano; sala degli Uffizi a Firenze; artigiana al lavoro nello spazio Artigianato & Palazzo di Firenze

del Conservatorio Luigi Cherubini.

Videopillole su <https://www.galleriaaccademiafirenze.it/eventi/scoprilagalleria/>

GALLERIA DEGLI UFFIZI

Firenze, www.uffizi.it Complesso museale tra i più importanti al mondo, comprende, oltre alla galleria omonima, il Corridoio Vasariano, le collezioni di Palazzo Pitti e il Giardino di Boboli. Con un ricco archivio digitale su: www.uffizi.it/pagine/archivi-digitali e clip che raccontano le sue collezioni e le sue iniziative.

GALLERIA ESTENSI

Modena, <https://gallerie-estensi.beniculturali.it>. Museo che espone la collezione di opere d'arte appartenute ai Duchi d'Este, oltre che una raccolta di opere acquisite negli ultimi due secoli.

GUGGENHEIM DI VENEZIA

www.guggenheim-venice.it/it/. Museo sul Canal Grande a Venezia, con sede a Palazzo Venier dei Leoni, fa parte della Solomon R. Guggenheim Foundation, che ha spazi espositivi anche a New York, Bilbao e Abu Dhabi. È uno dei principali musei in Italia d'arte europea e statunitense della prima metà del XX secolo: dal modernismo americano al futurismo italiano, sino a cubismo, surrealismo ed espressionismo astratto.

GINORI 1735

Richard Ginori 1735, Oltre a essere un'azienda storica di origine italiana, è uno spaccato della storia della manifattura italiana, specie nella sede di Doccia, a Sesto Fiorentino (Fi).

Un luogo dove imparare i segreti dei manufatti in maiolica, porcellana e terraglia: www.museodidoccia.it

LA TRIENNALE DI MILANO

<https://triennale.org>. L'arte in scena. Con tutta la filiera di tecnici specializzati in suono, luci, scenografie.

MAXXI

Museo nazionale delle arti internazionali del XXI secolo, www.maxxi.art Uno degli spazi più up del momento, diretto sino a pochi mesi fa dall'attuale ministro della cultura Alessandro Giuli, e in precedenza dalla collega ministra, Giovanna Melandri, ha una sezione dedicata alle scuole e una alla formazione, promotrice di numerosi corsi per i quali si possono chiedere approfondimenti a: formazione@fondazionemaxxi.it

MOMA New York

www.moma.org. Il Museum of Modern Art di New York, sulla 53ª strada, tra la Quinta e la Sesta Avenue (Midtown Manhattan) è da molti considerato il principale museo moderno del mondo. La sua collezione propone spaccati d'arte moderna

e contemporanea, con progetti d'architettura, oggetti di design, disegni, dipinti, sculture, fotografie, serigrafie, illustrazioni, film e opere multimediali. Con oltre 300mila libri e periodici, e schede personali di più di 70mila artisti: una buona biblioteca anche per ricerche di laurea.

MODACULT

Centro per lo studio della moda e della produzione culturale. Il nome dice già tutto. Contatti: centro.modacultura@unicatt.it; tel. 02-72342505. Università Cattolica, Largo Gemelli 1, 20123 Milano, www.unicatt.it

MUSEO E LABORATORIO DI CERAMICA SPAZIO NIBE

Milano, www.spazionibe.com/laboratorio. Oltre a mostre e laboratori sulla ceramica, organizza corsi di stampi, decorazione, ceramica di base, paper clay, trafile, fotoceramica, gres, smalti ad alta temperatura, gioielli.

PICCOLO TEATRO DI MILANO

www.piccoloteatro.org. Come numerosi teatri, fulcro di iniziative che vanno ben oltre il cartellone degli spettacoli: laboratori per adolescenti e adulti, corsi serali, workshop per comprendere le professioni che girano attorno al prosenio,

SUPERSTUDIO



www.superstudiogroup.com. Studio di architetti d'avanguardia, dalla fondazione nel 1966 ha annovera autori giunti a fama internazionale, come Ettore Sottsass. Da tenere sotto osservazione per conoscere i nuovi sviluppi del design. **SWISS CORNER MILANO** www.swisscornermilano.it. In centro a Milano, lo spazio espositivo della Svizzera è una location di numerose mostre d'avanguardia. **SCUOLA ORAFA AMBROSIANA** www.scuolaorafa.com; www.scuolaorafa.com/it/corsi/. Organizza numerosi corsi pratici, che vanno dall'oreficeria alla modellazione della cera, dall'incastonatura a microscopio all'incisione, dagli smalti a fuoco alla gemmologia. Fino al corso di Strategie, pianificazione del lavoro e comunicazione per il gioiello.

ALTRE LOCATION DA VISITARE

È davvero impossibile riuscire a riportare tutti i centri d'eccellenza d'arte e creatività del Paese «più titolato al mondo» per numero di siti

riconosciuti dall'Unesco come patrimoni culturali dell'umanità. Consci delle tante inevitabili lacune, ecco un ultimo e sintetico elenco di luoghi da visitare.

MUSEO D'ARTE MODERNA DI BOLOGNA

<http://www.mambo-bologna.org>
MART

Museo d'arte moderna e contemporanea di Trento e Rovereto, www.mart.tn.it

MUDEC

Museo delle Culture, Milano, www.mudec.it

MUSEO ENZO FERRARI

Modena, www.ferrari.com/it-IT/museums/enzo-ferrari-modena

MUSEO

NAZIONALE DEL CINEMA

Torino, www.museocinema.it/it
PAC

Padiglione d'arte contemporanea, Milano, www.pacmilano.it

PALAZZO GRASSI

Venezia, www.pinaultcollection.com/palazzograssi/it, tra le collezioni d'arte moderna e contemporanea più grandi del mondo.

PALAZZO REALE DI GENOVA

<https://palazzorealegenova.cultura.gov.it>

PALAZZO REALE DI MILANO www.palazzorealemilano.it/homepage **PAN, PALAZZO DELLE ARTI NAPOLI**

www.napolike.it/turismo/place/pan-palazzo-delle-arti-di-napoli/
PINACOTECA DI BRERA

<https://pinacotecabrera.org>
PIRELLI HANGAR BICOCCA
Milano, <https://pirellihangarbicocca.org>

POLDI PEZZOLI

Museo e Fondazione, Milano, <https://museopoldipezzoli.it>

QUADRIENNALE DI ROMA

<https://quadriennaleidiroma.org>

REGGIA DI CASERTA

<https://reggiadicaserta.cultura.gov.it>

REGGIA DI MONZA

<https://reggiadimonza.it>

TRIENNALE DI MILANO

<https://triennale.org/eventi/triennale-milano-1923-2023>

VENERANDA FABBRICA DEL DUOMO

www.duomomilano.it

VIAFARINI

Milano, www.viafarini.org



© AKAudio-collective

EVENTI E HAPPENING PER FARSI ISPIRARE

IL FILOSOFO BENEDETTO CROCE INSEGNAVA AGLI ALLIEVI CHE PER AVERE NUOVI STIMOLI DOVEVANO «ANDARE A SPASSO E GUARDARSI ATTORNO». ECCO ALCUNE INIZIATIVE PER CAPIRE IL SETTORE D'INTERESSE

Gli enti regionali per il diritto allo studio offrono un interessante ventaglio di agevolazioni, a partire dai posti letto nelle residenze, passando per i pasti mensa a costi calmierati fino ad arrivare alle borse di studio, assegnate per reddito e merito, bandite per consentire a tutti gli studenti, a prescindere dalle condizioni economiche, di accedere alla formazione terziaria (post-diploma). Sono previste anche sovvenzioni per la mobilità internazionali degli studenti, premi per tesi e per l'organizzazione

di attività lavorative part-time (ovvero collaborazioni retribuite) per il sostegno agli studi, convenzioni per facilitazioni economiche negli acquisti di libri o altri materiali utili nella didattica come computer e notebook.

Nelle pagine seguenti, i siti internet degli enti regionali dove trovare i dettagli per partecipare ai bandi di concorso e/o richiedere servizi e facilitazioni economiche per sostenere meglio il corso della vita di un anno di accademia.

ARTIGIANO IN FIERA,

www.artigianoinfiera.it. Expo internazionale sulle idee e sulla produzione dell'artigianato dei popoli e delle nazioni.

ARTISSIMA,

Torino, www.artissima.art
Principale fiera d'arte contemporanea in Italia, si tiene al Lingotto di Torino. Dalla sua fondazione nel 1994, unisce l'illustrazione del mercato internazionale attuale all'esposizione di ciò che è in sperimentazione e ricerca.

AUDITORIUM PARCO DELLA MUSICA ENNIO MORRICONE,

Bologna, www.auditorium.com
Progettato da Renzo Piano, ospita alcuni dei più importanti eventi sull'arte multimediale.

BIT, Borsa internazionale del turismo, bit.fieramilano.it. Omen nomem, tutto su l'arte di viaggiare.

BOOKCITY MILANO,

www.bookcitymilano.it. Fiera del libro, eventi incontri, mostre, spettacoli e seminari dedicati alle scuole.

BOOK PRIDE, www.bookpride.net. Fiera internazionale dell'editoria indipendente. Le ultime due edizioni si sono state a Palazzo Ducale a Genova, capitale italiana del libro 2023 (6-8 ottobre) e al Superstudio Maxi di Milano (8-10 marzo 2024).

BRERA DESIGN DISTRICT,

Milano, www.breradesigndistrict.it. Punto di riferimento per il design su scala internazionale, commerciale e culturale.

CAMERA NAZIONALE DELLA MODA ITALIANA,

www.cameramoda.it. Associazione senza scopo di lucro che disciplina, coordina e promuove lo sviluppo della moda italiana dal 1958. Promuove continue attività sul fashion.

CARTOONS ON THE BAY,

www.cartoonsbay.rai.it.

Festival internazionale dell'animazione cross-mediale e della Tv dei ragazzi.

COSMOPROF,

Bologna, www.cosmoprof.it. Fiera mondiale dell'industria cosmetica e della bellezza.

DIGITAL ITALY SUMMIT,

www.theinnovationgroup. Fiere sull'evoluzione di mercato digitale e IT. Si tengono in diverse sedi, dalla Calabria al Veneto, dalla Toscana alla Lombardia.

ENTE MODA ITALIA,

Firenze, www.emimoda.it. Promuove all'estero il fashion Made in Italy, organizzando fiere ad hoc da Seoul a Toronto, da Tokyo a New York.

ÈSTORIA, www.estoria.it, Gorizia.

Festival internazionale della storia, vanta già 20 edizioni annuali, con mostre, proiezioni, spettacoli, presentazioni e testimonianze.

EUROBEST,

www.eurobest.com, Festival europeo della creatività, prevede una Young creatives competitions, www.eurobest.com/awards.

FARE TURISMO,

www.fareturismo.it. Fiera di orientamento alla formazione e al lavoro nel turismo per studenti, diplomati, laureati, docenti e operatori. Edizioni a Milano, Roma e Palermo.

FASHION WEEK. Si tengono in

numerose città del mondo.

Le più importanti a Parigi (www.fhcm.paris/en/paris-fashion-week), Milano (<https://milanofashionweek.cameramoda.it/it/>), Londra (<https://londonfashionweek.co.uk>) e New York (<https://nyfw.com>).

FESTIVAL DELLA**COMUNICAZIONE,** Camogli,

www.festivalcomunicazione.it. Spettacoli, laboratori, escursioni, premi sul mondo dei media.

FESTIVAL DELLA MENTE,

festivaldellamente.it. Primo festival europeo sulla creatività e sulla nascita delle idee.

FESTIVAL DELLA**TELEVISIONE,** Montecarlo,

www.tvfestival.com/fr. Simile all'omonimo che si tiene in Italia, è organizzato da oltre 60 anni.

FESTIVAL DELLA TV

E DEI NUOVI MEDIA, Dogliani (Cuneo), www.festivaldellatv.it.

L'universo dei media a 360°: tv, web tv, social network, format, produzioni.

FESTIVAL DEL CINEMA

(tutto il mondo), www.filmfestivals.com/. Su questo sito il calendario di tutti i festival del cinema dei 5 continenti.

FESTIVAL DI DUSSELDORF,

HONEGGER, www.honegger.it/IT/honegger.nsf/collettive. Network italiano che dal 1970 accompagna aziende e istituzioni italiane in 150

Un'installazione del Fuori Salone a Milano. A sinistra, il Salone del Libro di Torino.



fiere di 47 città e 21 Paesi del mondo. Offre servizi, comunicazione e progetti di marketing fieristico per incrementare il business del Made in Italy (circa 5mila clienti italiani).

FIERA DI SANT'ORSO

(Aosta), fieradisantorso.it, www.lartisana.vda.it/. Fiera-vetrina di artigiani, conta ogni anno circa 1.000 artigiani di ogni provenienza.

FESTIVAL FILOSOFIA,

www.festivalfilosofia.it. Si tiene a Modena, Carpi e Sassuolo dal 2001. Coinvolge studenti e istituti scolastici con lezioni magistrali, mostre, concerti, film, giochi e cene filosofiche.

FESTIVAL INTERNAZIONALE DEI PRODOTTI AUDIOVISIVI WEBNATIVI, DIGITAL MEDIA FEST.

Info su link di Ancef, Associazione nazionale creativi e filmmaker, nel sito www.digitalmediafest.it

FESTIVAL INTERNAZIONALE DEL GIORNALISMO,

www.festivaldelgiornalismo.com. Tutti gli anni a Perugia, il mondo dei reporter a 360°, dal giornalismo collaborativo al decolonising journalism fino al podcasting sia audio che e video.

FESTIVAL INTERNAZIONALE DELLA CREATIVITA,

Cannes Lions. Rappresentante per l'Italia: Art Directors Club Italiano, www.canneslions.com

FESTIVAL LETTERATURA,

Mantova, www.festivalletteratura.it. Nato nel 1997, si tiene ogni anno a Mantova a settembre, con reading, spettacoli e installazioni artistiche.

FESTIVAL OF MEDIA GLOBAL,

www.festivalofmedia.com. Festival di tutti i media del mondo, dall'Europa al Sud e Nordamerica. Con premi e presentazioni. In Italia si tiene a Roma con aziende e case di produzione tv.

FUORISALONE, Milano design week, www.fuorisalone.it. Carrellata di eventi svolti in concomitanza al Salone del Mobile. Uno dei più importanti al mondo, dal disegno industriale all'arredamento.

IF! ITALIANS FESTIVAL,

www.italiansfestival.it. Al Base di Milano ogni novembre con ospiti italiani e internazionali, oltre 300 partner, incontri e corsi di formazione sulla creatività a tutto tondo.

INSPIRINGPR, Venezia,

www.inspiringpr.it. Festival delle relazioni pubbliche realizzato dalla Federazione relazioni pubbliche italiana.

INTERNET FESTIVAL,

FORME DI FUTURO,

Pisa, www.internetfestival.it Da Regione Toscana e Cnr, il festival di tutto ciò che è «artificiale» nell'arte: ai e creatività umana.

LINEAPELLE, www.lineapelle-fair.it.

Mostra internazionale di pelli, accessori, componenti, tessuti sintetici e modelli. Alla Fiera Rho di Milano, ma anche a Londra e a New York.

LINGOTTO FIERE, Torino,

www.lingottofiere.it. Nel suo fitto calendario questo spazio ospita diverse iniziative su artigianalità e creatività. Per i giovani: Hubitat, la fiera delle feste universitarie e, nel Dance Festival, Fuoriclasse live festival con artisti rap e trap italiani.

MAKER FAIRE ROME.

The European edition 4.0, Camera di commercio Roma, www.makerfairerome.eu.

Fiera su innovazione tecnologica, con imprese e università.

Maker e innovatori si incontrano per condividere i loro progetti con i visitatori.

MAREDAMARE. Fortezza da Basso, Firenze, www.maredamare.eu.

Fiera internazionale del beachwear con oltre 200 brand.

MEET DIGITAL CULTURE

CENTER, Milano, www.meetcenter.it.

Centro internazionale per l'arte e la cultura digitale, Milano: il digitale applicato a design, arte, scienza e formazione. Mette in relazione professionisti, famiglie e giovani, cercando di promuovere nuovi talenti.

MERCANTE IN FIERA, Parma,

www.fiereparma.it. Evento su antiquariato, modernariato e collezionismo.

MESSE FRANKFURT ITALIA,

www.messefrankfurt.it. Sede italiana della Fiera di Francoforte, connettore di fiere e imprese italiane dal tessile all'edilizia.

Eventi in presenza e digitali (www.messefrankfurt.it/it/ricerca-fiere).

MICAM MILANO CALZATURE,

www.themicam.com. Salone internazionale del calzaturiero ad opera di Assocalzaturifici.

MIDO, Milano eyewear show,

www.mido.com. Fiera mondiale dell'occhiale e dell'occhialeria.

MILANO ARCHITETTURA

DESIGN EDILIZIA EXPO,

www.madeexpo.it. Alla fiera di Rho Milano, gli aspetti più innovativi di design e creatività nelle costruzioni.

MILANO MUSIC WEEK,

<https://milanomusicweek.it>. Settimana su musica e relativo mercato, con oltre 100 content partner e 150 eventi, per appassionati, professionisti e aspiranti addetti ai lavori.

MILANO UNICA,

www.milanounica.it. Salone italiano dell'abbigliamento, con tessuti e accessori uomo e donna, organizzato da Altgamma.

MIPEL, Fiera di Milano, www.mipel.com.

Salone internazionale della pelletteria e degli accessori moda.



MUSEOCITY, Milano,

www.museocity.it. Festival di architettura, con focus sul patrimonio museale milanese e nazionale.

NEW SPACE ECONOMY, Expo Forum, Roma, www.nseexpoforum.com. Appuntamento annuale sul futuro, frequentato da ricercatori, studenti e giovani professionisti.

PITTI IMMAGINE, Firenze, www.pittimmagine.com. Fiera della moda con diverse sezioni: Uomo, Bimbo, Filati, Fragranze, Taste.

PIÙ LIBRI PIÙ LIBERI, Roma, www.plpl.it. Fiera nazionale sulla piccola e media editoria indipendente. Prossima edizione **4-8 dicembre 2024**.

PORDENONE LEGGE, Pordenone, www.pordenonelegge.it. Festa del libro nata nel 2013.

PORTO ANTICO DI GENOVA, www.portoantico.it. Eventi e festival d'ogni tipo, dall'arte di navigare a quella multimediale, dall'innovazione alla sperimentazione musicale.

PREMIO STREGA, www.premiostrega.it. Il noto riconoscimento letterario contempla anche sezione dedicata a: giovani scrittori; giovani poeti.

PRIX ITALIA, www.prixitalia.rai.it.

L' International competition for radio, television and web, premia programmi di successo e format innovativi dai quali trarre ispirazione.

RO.ME MUSEUM EXHIBITION, www.romemuseumexhibition.com. Fiera internazionale su musei, luoghi e destinazioni culturali.

ROMA DRONE CONFERENCE, www.romadrone.it. Evento sulla robotica e ai, design ed estetica compresi.

ROMICS, Roma, www.romics.it. Fiera della creatività: fumetto, cinema, giochi.

SALONE DEL MOBILE, Milano, www.salonemilano.it. Fiera internazionale del design in tutte le sue declinazioni, compresa l'architettura alpina iper-contemporanea. Prossimo appuntamento 8-13 aprile 2025.

SALONE INTERNAZIONALE DEL LIBRO, Torino, www.salonelibro.it. Editoria a tutto tondo, con incontri che spiegano la cassetta degli attrezzi dell'aspirante scrittore. Attività ad hoc anche per scuole, studenti e insegnanti.

SALONI INTERNAZIONALI FRANCESI, www.salonifrancesi.com.

La delegazione italiana del network Promosalons, tra i tanti eventi in Francia, da Parigi a Lione, promuove la partecipazione a fiere su lifestyle, moda e design.

TALENT GARDEN, Milano, www.talentgarden.com. Società e community di innovatori nel digital, fondata nel 2011, ha oggi sede in 12 Paesi. Si occupa anche di formazione, con la business school svedese Hyper Island. Al link <https://talentgarden.org/it/careers/> le posizioni aperte.

THEONEMILANO, www.theonemilano.com. Nei saloni fisici (Fiera Rho-Milano) e digitali di TheOneMilano e di Alwaysonshow. com focus sulla produzione outdoor e haute-à- porter.

UDINE E GORIZIA FIERE, www.udinegoriziafiere.it. Polo multifunzionale sulla creatività: da Mestieri in fiera a Librinsieme al Festival olimpico della gioventù europea.

WHITE SHOW, whiteshow.com. Concept tradeshow di via Tortona a Milano è una vetrina internazionale di moda per buyer, addetti stampa, operatori, stilisti attuali, giovani e aspiranti.

DOVE PESCARE NUOVE IDEE

ECCO UNA SELEZIONE DI SITI UTILI PER CONOSCERE L'ETEROGENEO MONDO DEI LAVORI AD ALTO TASSO CREATIVO, DAL TESSILE AL CALZATURIERO, DALLA PELLETTERIA ALL'OREFICERIA E AL DESIGN

adi-design.org

ADI, ASSOCIAZIONE PER IL DISEGNO INDUSTRIALE

Situata a Milano. Riunisce imprenditori, insegnanti, critici, ricercatori e progettisti sui temi del design. Organizza eventi e corsi di formazione continua.

ales-spa.com

ALES. ARTE E LAVORO SERVIZI

Società in house del Ministero della Cultura impegnata nel supporto alla conservazione e valorizzazione del patrimonio culturale italiano. Promuove progetti di miglioramento delle condizioni di fruibilità del patrimonio culturale italiano e progetti a sostegno del Made in Italy

archiviomissoni.org

ARCHIVIO MISSONI

Custodisce quasi 70 anni di ricerca e sperimentazione della casa di moda fondata da Ottavio e Rosita Missoni nel 1953, dalle prime tute sportive in maglia ideate da Ottavio, che le indossava alle Olimpiadi del 1948, fino a circa 25mila capi delle collezioni Missoni, oltre a disegni originali, studi tessili, campioni di tessuto e accessori, ma anche editoriali e libri fotografici fino ai celebri arazzi patchwork. Accessibile su richiesta solo da parte di studiosi, ricercatori e professionisti del

settore, l'archivio storico Missoni apre le porte anche ai corsisti di Archivi della moda.

artex.firenze.it

ARTEX Centro per l'Artigianato Artistico e Tradizionale della Toscana. Organizza fiere ed eventi di artigianato artistico. Il suo evento italiano principale è il Mida di Firenze: Mostra internazionale dell'artigianato. Nei podcast *La voce del maestro* illustra storie artigiane di creatività, innovazione e impresa: www.artex.firenze.it/podcast-la-voce-del-maestro/

artigianodelcuore.it

ARTIGIANO DEL CUORE concorso digitale biennale per progetti artigianali, con in palio sostegni economici per la formazione di start up artigiane e la partecipazione a corsi di formazione artigianali gratuiti.

texclubtec.com

ASSOCIAZIONE ITALIANA TESSILI TECNICI E INNOVATIVI DI SISTEMA MODA ITALIA

Il nome dice tutto. Al link <https://texclubtec.com/index.php/eventi/formazione> il percorso didattico per tutor e referenti aziendali nell'apprendistato dei giovani.

euratex.eu

ASSOCIAZIONE EUROPEA DELLE INDUSTRIE TESSILI

La voce dell'industria tessile e dell'abbigliamento.

assocalzatufici.it

ASSOCALZATURIFICI

Associazione che rappresenta a livello nazionale le imprese industriali che producono calzature. Con circa 500 aziende iscritte è portavoce dell'eccellenza del calzaturiero italiano che fattura 14 miliardi di euro l'anno, occupa oltre 70mila addetti ed esporta l'85% della produzione.

anfao.it

ASSOCIAZIONE ITALIANA FABBRICANTI ARTICOLI OTTICI

Nata nel 1954, riunisce oltre 130 imprese italiane della filiera dell'occhialeria. Il calendario delle fiere organizzate anno per anno è su: <https://anfao.it/pages/calendario>

assopellettieri.it

ASSOCIAZIONE ITALIANA PELLETTIERI

Dal 1966 rappresenta le imprese di pelletteria, settore che vale circa 9 miliardi di euro, composto dai brand del lusso e da piccole e medie imprese altamente qualificate.

carthusiaedizioni.it

CARTHUSIA Casa editrice



Da sinistra, abito alla Fondazione Altagamma; artigiani al lavoro e un manufatto esposto all'IMNA, Institut National des Métiers d'Art.

di libri e illustrazioni per ragazzi, come la collana Storie Talentuose, per far conoscere ai giovanissimi le professioni della tradizione artigianale..

confindustriamoda.it

CONFINDUSTRIA MODA

È la Federazione che riunisce le imprese e le associazioni imprenditoriali del Made in Italy dei settori calzaturiero, ottico, pellicceria, pelletteria, tessile e moda, orafa, gioielleria e argenteria, conceria. Comprende la Federazione italiana tessile, moda e accessorio. Con le imprese associate a Smi, Sistema Moda Italia; Assopelletteri; Aip, Associazione italiana pellicceria; Anfao, Associazione nazionale fabbricanti articoli ottici, Assocalzaturifici; Federeoraf, Federazione nazionale orafi argentieri gioiellieri fabbricanti; Unic, Concerie Italiane. Rappresenta 61.400 imprese del Made in Italy, che generano un fatturato di oltre 92 miliardi di euro e impiegano circa 545mila lavoratori. La Federazione offre agli aderenti consulenza legale, gestione delle relazioni industriali e un ufficio studi.

cna.it

CNA, CONFEDERAZIONE NAZIONALE ARTIGIANATO E PICCOLA E MEDIA IMPRESA

Con oltre 620mila associati, 1,2 milioni di lavoratori e 19 Cna

regionali, è un punto di riferimento per chi cerca informazioni, consulenza e assistenza direttamente dalle categorie.

confartigianato.it

CONFARTIGIANATO IMPRESE

È la più grande rete europea di aziende artigiane, con 1 milione e mezzo di imprenditori e oltre 3 milioni di lavoratori. Offre servizi a imprenditori associati e ad aspiranti imprenditori: dal sostegno all'idea di business iniziale alla costituzione dell'impresa, dal finanziamento all'avvio operativo sino agli adempimenti amministrativi e al posizionamento sul mercato. Al link www.confartigianato.it/cosa/formazione/ le informazioni su progetti e finanziamenti del personale delle aziende artigiane e sui fondi per i corsi di formazione.

imprendere.net

CONFARTIGIANATO IMPRESE MARCHE

Illustra e aggiorna le potenzialità del settore descrivendo i ruoli più richiesti nei settori della creatività manuale.

dcomedesign.org

DCOMEDESIGN Progetto di imprenditoria artigianale al femminile.

eduscopio.it

EDUSCOPIO Link di Fondazione Agnelli, presentando ranking sugli istituti di formazione, compresi quelli tecnici, con un motore di ricerca rivolto sia agli studenti che ai docenti, associandoli alle caratteristiche che servono per intraprenderne con successo la frequenza: <https://eduscopio.it/percorso-genitori-scelta-scuola-superiore-lavoro>

fashionheritage.eu

EUROPEAN FASHION HERITAGE ASSOCIATION

Organizzazione senza scopo di lucro, fondata nel 2014 per riunire le istituzioni della moda e le industrie creative nella valorizzazione del patrimonio online relativo alla moda.

expo2025.or.jp/en

EXPO GIAPPONE 2025

Una mostra di parte del meglio realizzato dai vari Paesi in fatto di manifattura artistica e artigianale. Il focus dell'edizione sarà «Delineare la società del futuro per le nostre vite».

federoraf.it

FEDERAZIONE NAZIONALI ORAFI, ARGENTIERI, GIOIELLIERI FABBRICANTI

Riunisce oltre 500 aziende del Made in Italy. Al link www.federoraf.it/formazione/ la sezione dedicata alla

formazione: fra meno di 10 anni, informa l'associazione, il 58% degli attuali addetti andrà in pensione. Per questo la federazione è attiva nella trasmissione di competenze alle nuove generazioni.

fondazionecogni.it

FONDAZIONE COLOGNI DEI MESTIERI D'ARTE

Con sede in via Lovanio 5 a Milano (tel. 02-89655350) è un'istituzione privata non profit, nata nel 1995 per volontà di Franco Cologni, che ne è il presidente. Promuove iniziative culturali, scientifiche e divulgative per la tutela e la diffusione dei mestieri d'arte. Con le collane editoriali «Mestieri d'Arte» e «Ricerche» (Marsilio Editori), ricostruisce storicamente la realtà di queste attività di eccellenza.

Ha ideato e realizza il magazine semestrale «Mestieri d'Arte & Design. Crafts Culture», sull'eccellenza del saper fare e del design, distribuito agli abbonati di Elle Decor Italia e in enti e musei di arti applicate.

Collabora con Starhotels, OMA e Gruppo Editoriale al progetto di mecenatismo «La Grande Bellezza», a sostegno dell'alto artigianato italiano, e con decine di realtà artistiche, artigianali, professionali che possono essere rintracciate al sito: www.fondazionecogni.it/it/chi-siamo/partners

A questo link, www.fondazionecogni.it/it/attivita progetti formativi e didattici di Fondazione Cologni, tra cui mini master realizzati in collaborazione con atenei e scuole d'arte milanesi, tra cui il Politecnico e la Bocconi. Fra i corsi: Personal branding e

realizzazione del portfolio, gestione della micro- impresa e marketing, marketing-mix e bilanci. Ibridazioni tra accademie, botteghe e atenei.

altagamma.it

FONDAZIONE ALTAGAMMA

Dal 1992 riunisce le imprese dell'alta industria culturale e creativa italiana, riconosciute come ambasciatrici dello stile italiano nel mondo con la missione di promuoverne crescita e competitività. Le aziende associate ad Altagamma operano in numerosi settori, in particolare:

moda, design, gioielleria, alimentare, ospitalità e wellness. Altagamma è anche un punto di riferimento mondiale della conoscenza del mercato luxury. Ogni anno la Fondazione cura ricerche condotte con partner internazionali sui mercati dell'alto di gamma, analizzati dalla domanda all'offerta, con approfondimenti e previsioni su consumi e profilazione dei consumatori, digitale, retail e specifici settori merceologici. Tra le attività, anche il Premio giovani imprese Altagamma per la mentorship di giovani imprese di cultura e creatività e il Progetto Sviluppo del Capitale Umano e dei Talenti.

ec.europa.eu/european-social-fund-plus/it

FONDO SOCIALE EUROPEO DELLA COMMISSIONE UE

Il sito spiega come muoversi per finanziare corsi di formazione alle professioni.

ffri.it/archivio-moda-online/

fondo-emmanuel-schvili/

FONDO EMMANUEL

SHVILI Bologna. Racchiude parte dell'archivio storico dell'omonima

azienda bolognese di proprietà di Emmanuel Schvili e della moglie Giorgia Fioretti, sin dagli anni '70 maestri nella trasformazione dei capi da giorno in piccoli capolavori, attraverso i loro ricercati ricami a tema cartoon. Ideale per i designer in cerca di ispirazione (www.ffri.it/archivio-moda-online/#page-3) l'archivio digitale conta 30mila disegni realizzati a mano per la stampa tessile, con centinaia di capi finiti, materiali di advertising e 5mila volumi sulla ricerca di settore. Un repertorio di pattern e varianti grafiche rappresentativo di stili ed epoche diverse, che raccontano l'intera filiera produttiva di importanti aziende e propone corsi di formazione sugli archivi di moda: www.ffri.it/corsi-per-lavorare-nella-moda/archivi-della-moda/#page-4

scuolacova.it

FONDAZIONE GIOVANNI E IRENE COVA

Scuola di mestieri d'arte nata per facilitare l'inserimento dei giovani nel mondo del lavoro.

hautehorlogerie.org

FONDATION DE LA HAUTE HORLOGERIE

Sito sull'orologeria artigianale di altissimo livello, focalizzato sui modi e i luoghi dove imparare al meglio l'arte del tempo.

patriadellabellezza.it

FONDAZIONE ITALIA PATRIA DELLA BELLEZZA

Pubblica bandi e candidature aperte, per premi a sostegno di progetti culturali, per favorire il ricambio generazionale in questo settore.

institut-metiersdart.org**INMA, INSTITUT NATIONAL DES MÉTIERS D'ART**

L'equivalente francese delle nostre associazioni d'arte artigianale. Oltre a eventi e fiere sulle professioni, organizza attività di informazione e orientamento, un catalogo dettagliato di ben 281 lavori sui mestieri d'arte e alcuni concorsi ad hoc: www.institut-metiersdart.org/agenda/participez-au-concours-ames-oeuvres

ipzs.it**ISTITUTO POLIGRAFICO E ZECCA DELLO STATO**

Un sito sull'artigianato... a prova di contraffazione, sull'arte di creare monete. Con una sezione sul recruiting: www.recruiting.ipzs.it/

maestrodartemestiere.it**MAM, MAESTRO D'ARTE E MESTIERE**

progetto di Fondazione Cologni Mestieri D'Arte dedicato al patrimonio di saperi dei mestieri del fare italiani.

mestieridarte.it

MESTIERI D'ARTE Rivista semestrale on-line dedicata ai mestieri dell'arte artigiana.

michelangelo.foundation.org**MICHELANGELO**

FOUNDATION Organizzazione privata, internazionale e senza fini di lucro con sede a Ginevra, in Svizzera. Creata da Johann Rupert e Franco Cologni, si propone di preservare, incoraggiare e valorizzare i mestieri d'arte d'eccellenza.

centridiricerca.unicatt.it/**modacult-home**

MODACULT Centro per lo studio della moda e della produzione culturale

dell'Università Cattolica di Milano.

younique-experience.com**MOSTRA MERCATO DI ALTO ARTIGIANATO ARTISTICO INTERNAZIONALE**

È organizzata ogni anno nella storica Villa Ciani a Lugano.

museimpresa.com

MUSEIMPRESA Associazione italiana archivi e musei d'impresa. Riunisce musei e archivi di grandi, medie e piccole imprese italiane.

sistemamodaitalia.com**SISTEMA MODA ITALIANA**

Una delle maggiori organizzazioni mondiali di rappresentanza degli industriali del tessile e moda del mercato occidentale, con poco meno di 400mila addetti e 50mila aziende.

unic.it**UNIONE NAZIONALE INDUSTRIA CONCIARIA**

È la più importante associazione mondiale degli industriali conciari. Si occupa anche di formazione, www.unic.it/servizi-associativi/ servizio-formazione, tecnica, merceologica, stilistica e di promozione.

unioneartigiani.it**UNIONE ARTIGIANI**

DI MILANO Associazione che organizza webinar sulle attività artigianali e propone servizi per chi si vuole mettere in proprio.

unascuolaunlavoro.it**UNA SCUOLA UN LAVORO**

Bando per le scuole, lanciato da Fondazione Cologni, sul genius loci, fra tradizione e contemporaneità con il progetto «Una scuola un lavoro. Percorsi di Eccellenza» sostiene

la formazione dei giovani nell'alto artigianato e il loro inserimento nel mondo del lavoro. Il programma, realizzato grazie ai main partner Fondazione Cariplo e Costa Crociere Foundation consente ai tirocinanti di specializzarsi in diversi settori: restauro di libri, dipinti, tessuti e strumenti musicali; oreficeria; liuteria; alta cucina e arte della panificazione; vetrata artistica; effetti speciali per il cinema; costumi e make up per lo spettacolo; sartoria; mosaico di ciottoli; arte dei pupi e arte del presepe; pelletteria; ceramica; vetreria muranese; calzatura; legatoria; tessitura tradizionale.

wellmade.it

WELLMADE Piattaforma utile a scoprire i migliori artigiani italiani, conoscere il loro lavoro e recensire i loro prodotti e servizi su misura. Il sito è suddiviso per settori: abbigliamento e accessori; arredamento e decorazione; viaggio e turismo; musica e spettacolo; conservazione

younique-experience.com**YOUNIQUE – FINE CRAFT ART & DESIGN**

Mostra-mercato d'eccellenza dedicata all'alto artigianato, all'arte e al design che si tiene a Lugano – prossima edizione 28-30 marzo 2025 - nella splendida Villa Ciani: artigiani all'opera, grandi maestri e talenti in erba.

SITI SU DATI E STATISTICHE DEI SETTORI CREATIVI:

statistica.beniculturali.it

dati.cultura.gov.it

imuseiitaliani.beniculturali.it



ALLOGGI E BORSE DI STUDIO SI TROVANO BUSSANDO QUI

GLI ENTI PER IL DIRITTO ALLO STUDIO AIUTANO GLI STUDENTI A PROCURARSI STANZE A PREZZI CALMIERATI, SCONTI E FACILITAZIONI. GLI INDIRIZZI PRINCIPALI NELLE 20 REGIONI ITALIANE

Vivere da fuorisede è sempre più dispendioso, e per chi si deve trasferire per un triennio di studi il costo d'affitto, e di vita, rappresenta un onere che non tutte le famiglie sono in grado di sostenere. Per questo motivo sono stati creati gli Enti per il diritto allo studio, chiamati in base alle regioni Isu, Adisu, Esu, e simili, che aiutano gli studenti a ottenere buoni mensa e posti letto nelle residenze universitarie, procurano alloggi a costi calmierati, segnalano concorsi per candidarsi a borse di studio assegnate per merito e reddito e a partecipare alle attività di collaborazione (le cosiddette 150 ore) che consentono di ottenere un lavoro part-time da studente-lavoratore nelle strutture accademiche,

così da contribuire, insieme alla propria famiglia, a sostenere il costo degli studi. Per tutte le esigenze è possibile approfondire con diverse modalità. Gli enti informano anche sulle sovvenzioni per la mobilità internazionale degli studenti, previsti dai progetti per i giovani come Erasmus, i premi per le tesi, le facilitazioni economiche per l'acquisto di libri e altri materiali utili negli studi come computer e tablet, i servizi di counseling psicologico per gli studenti. In queste pagine, i principali siti web degli enti regionali per il diritto allo studio, dove trovare i contatti telefonici e le modalità di partecipazione a bandi, concorsi, servizi e altre provvidenze per gli studenti post-diploma.

ABRUZZO

Azienda Dsu, www.adsuchietipescara.it; viale dell'Unità d'Italia, 32/a - 66100 Chieti; viale Marconi, 189 - 65126 - Pescara; tel. 0871-561740; orari di sportello: lun, mer. e ven. 9,30- 12; mar-giov. 15-16,30. Pec, Posta elettronica certificata: adsuch.protocollo@postecert.it; e-mail per richieste sul diritto allo studio: mario.vaccarili@adsuch.it; marco.ciammaichella@adsuch.it; i.desanctis@adsuch.it; silvia.sarracino@adsuch.it.

BASILICATA

Ardisu, Azienda regionale diritto allo studio della Basilicata, www.ardsubasilicata.it, corso Umberto I, n. 28 - Potenza, tel. 0971-41821; Urp, Ufficio relazioni con il pubblico, sede di Macchia Romana (Potenza), tel. 0971- 205483. Sportello aperto il giovedì ore 11,30/13 e 15/16; info@ardsubasilicata.it; per i benefici economici: www.ardsubasilicata.it/main/page/1/567/1/2021/Benefici_Economici; servizi abitativi su www.ardsubasilicata.it/main/page/1/629/1/2021/; Servizi_Abitativi; ristorazione: www.ardsubasilicata.it/main/page/1/630/1/2021/Ristorazione

CALABRIA

<https://old.regione.calabria.it/website/organizzazione/dipartimento13/subsite/settori/>. Il sito del dipartimento si compone di 5 capitoli Alta formazione; Cultura, biblioteche, musei; Istruzione professionale; Istruzione e diritto allo studio; Politiche giovanili e pari opportunità. Provvиденze per gli studenti su https://old.regione.calabria.it/website/organizzazione/dipartimento13/subsite/settori/coordinateamento_universita_centri_ricerca_imprese/

CAMPANIA

www.adisurcampania.it Via Alcide De Gasperi n. 45 - 80133 Napoli (NA), centralino 081-7603111; per il servizio ristorazione: ristorazionecral@adisurcampania.it per gli studenti iscritti nelle sedi di di Napoli; ristorazionecra2@adisurcampania.it per gli studenti iscritti nelle sedi nelle province di Avellino, Benevento, Caserta e Salerno. Informazioni sulle borse di studio: www.adisurcampania.it/pagina1089_borse-di-studio.html. Per le residenze: <https://www.adisurcampania.it/residenze/il-servizio-residenze>

EMILIA ROMAGNA

www.er-go.it. Bando per le provvidenze 2024/2025: <https://www.er-go.it/tutte-le-notizie/pubblicato-il-nuovo-bando-dei-benefici-per-il-diritto-allo-studio-a-a-2024-25>. Contatti: tel. 051/19907580. Il numero 051/0185268, fornisce informazioni e assistenza su bandi e procedure. È attivo dal lunedì al venerdì dalle 9,30 alle 16. Sedi territoriali: Bologna e Romagna, via Schiavonia, 3/A - 40121 Bologna, tel. 051-6436711; Cesena, via Montalti, 69 - 47521 Cesena; Ferrara: presso la Residenza Santa Lucia, via Ariosto 35 - 44121 Ferrara; Modena, strada Vignolese, 671 - 41125 Modena; Reggio Emilia, via Borsellino, 26 - 42124 Reggio Emilia; Parma, vicolo Grossardi, 4 - 43125 Parma.

FRIULI - VENEZIA GIULIA

www.aridis.fvg.it. Ardis, Agenzia regionale per il diritto allo studio del Friuli - Venezia Giulia, sede legale e operativa di Trieste: Salita M. Valerio 3 - 34127 Trieste, telefono 040-

3595326. Sede operativa di Udine: viale Ungheria, 47 - 33100 Udine, tel. 0432-245711. Diritto allo studio universitario: Trieste, info.trieste@ardis.fvg.it; tel. 040-3595205; Udine, info.udine@ardis.fvg.it, tel. 0432-245772.

LAZIO

www.laziodisco.it. Sito dei servizi per gli studenti: <http://www.laziodisco.it/servizi>, con capitoli su borse di studio, posti alloggio, premi di laurea, sportello donna, mobilità internazionale, ristorazione, buoni libro, servizi per disabili, aule studio, contributi alloggio e altre provvidenze. Bando 2024/2025: <http://www.laziodisco.it/riapertura-modulo-bando-diritto-allo-studio-2024-2025/>. Dal sito si può aprire anche uno sportello skype online. Uffici: via Cesare De Lollis 24/b - 00185 Roma; tel. 06-4970241, dal lunedì al giovedì dalle 9,30 alle 13 e dalle 15,30 alle 16,30; i venerdì dalle 9,30 alle 13;



LOMBARDIA

www.regione.lombardia.it/wps/portal/istituzionale/HP/servizi-e-informazioni/cittadini/scuola-universita-e-ricerca/istruzione-post-diploma. Oppure www.regione.lombardia.it/wps/portal/istituzionale/HP/DettaglioServizio/servizi-e-informazioni/Cittadini/scuola-universita-e-ricerca/Universita-e-formazione-accademica/diritto-studio-universitario/diritto-studio-universitario. Per informazioni sui bandi per l'assegnazione delle borse di studio, contattare direttamente le università, le istituzioni, gli Afam, le scuole superiori per mediatori linguistici. Contatti generali: Numero verde 800.131.151 (ore 8-20 tranne i giorni festivi; e-mail: bandi@regione.lombardia.it)

LIGURIA

www.aliseo.liguria.it. Uffici: Servizio benefici economici, tel. 010-24911 (dal lunedì al venerdì dalle ore 9 alle 12; martedì e mercoledì anche dalle 14,30 alle 16,30); mail borsestudio@aliseo.liguria.it. Sportello virtuale: www.aliseo.liguria.it/sportello-virtuale/ sottomartito in tre sezioni: benefici economici, ristorazione e servizi abitativi. Su facebook: www.facebook.com/aliseoliguria.com.

MARCHE

<https://erdis.it> Erdis, Ente regionale per il diritto allo studio Sede legale: via Tiziano, 44 - 60125 Ancona. Le sedi principali sono ad Ancona, Camerino, Macerata e Urbino. Per le borse di studio: <https://erdis.it/4-borse-di-studio/>; per prenotare un appuntamento on-line o in presenza: <https://erdis.it/prenota-appuntamento/>



MOLISE

www.esu.molise.it Esu, Ente per il diritto allo studio universitario del Molise, III edificio polifunzionale c/o facoltà di Agraria, Università degli studi del Molise, via F. De Sanctis - 86100 Campobasso; tel. 0874-698146; e-mail segreteria@esu.molise.it; e-mail pec: erdis@marche.it. Per le borse di studio: www.esu.molise.it/borse-di-studio.html

PIEMONTE

www.edisu.piemonte.it. Sede centrale: via Madama Cristina, 83 - 10126 Torino; tel. 011-6531111; edisu@cert.edisu.piemonte.it. Per borse di studio: www.edisu.piemonte.it/it/servizi/borse-di-studio-e-altri-contributi; residenze universitarie e ospitalità studenti: www.edisu.piemonte.it/it/servizi/abitare; mense: www.edisu.piemonte.it/it/servizi/ristorazione; sportelli per studenti www.edisu.piemonte.it/it/sedi-e-contatti/sportelli-studenti. Il servizio ticketing sintetizza i servizi per fasce di reddito e offre una frequently asked questions su 17 capitoli principali di intervento per il servizio allo studio: <https://clio.edisu.piemonte.it/ticket.aspx>;

PUGLIA

<https://adisupuglia.it>. Adisu Puglia: numero unico regionale 800-9682000 attivo durante gli orari di apertura

degli uffici: dal lunedì al venerdì ore 8,30/13; il martedì e giovedì anche dalle 15 alle 17. Istituita nel 2007, nel 2009 ha inglobato le 5 strutture provinciali pugliesi di diritto allo studio preesistenti. Conta 13 residenze universitarie; 80 punti di ristoro; 35 milioni di euro di borse di studio erogate. Dettagli su: https://adisupuglia.it/pagina/16395_portale-studenti.html. Offre contributi economici per l'alloggio fino a 1.900 euro all'anno per 10 mesi (190 euro al mese) dietro presentazione di regolare contratto d'affitto. Servizi mensa a tariffa agevolata: https://adisupuglia.it/pagina/16402_ristorazione.html.

SARDEGNA

<https://ersucagliari.it/it/> e www.ersusassari.it/it/. Ersu Cagliari, corso Vittorio Emanuele II, 68 - 09124 Cagliari. Urp, Ufficio relazioni con il pubblico, tel. 070-66206464 (o con finali 5 e 6 al posto del 4); urp@ersucagliari.it; su facebook: www.facebook.com/ErsuCagliariInfo; e-mail direzione generale@ersucagliari.it; il sito in dettaglio: <https://ersucagliari.it/it/mappa-del-sito.html>. Contatti diretti per le varie provvidenze: <https://ersucagliari.it/it/servizio-studenti.html>. Ersu Sassari, servizi per studentei: www.ersusassari.it/it/servizi-studente.

ALTRI INDIRIZZI DI RIFERIMENTO

Borse di studio totali o parziali sono messe a disposizione anche dalle stesse accademie di creatività, sempre in base a criteri di merito e reddito. I siti pubblicati nel capitolo **Directory** sono quindi altrettante fonti da cui attingere informazioni.

Utile passare in rassegna anche siti istituzionali come quello del Ministero dell'Istruzione e del merito e soprattutto, del Ministero dell'Università, al sito www.miur.gov.it.

Utili anche i motori di ricerca come www.european-funding-guide.eu/it, ente non profit tedesco, consente di selezionare in base al Paese (fra 17 nazioni europee, dall'Italia al Regno Unito), in base alla finalità (stage oppure studio), e al tipo di corso (laurea triennale, specialistica o master).

Il Ministero degli Esteri, propone ogni anno borse di studio per giovani dai 18 ai 30 anni, per programmi di formazione o di tirocinio all'estero: https://www.esteri.it/it/opportunita/borse-di-studio/di_studio/

Informazioni possono essere richieste via mail a dgdp-04@esteri.it. I bandi escono in genere all'inizio di ogni anno e scadono a marzo.

Uffici amministrativi: via Michele Coppino 18 - 07100 – Sassari. Centralino: 079-9940000, e-mail affarigenerali@pec.ersusassari.it SICILIA www.ersusiciliani.it Comprende gli enti per il diritto allo studio di Palermo, Catania, Enna e Messina. Al link <https://notify.ersupalermo.it> si trova il bando per le borse di studio 2024/2025. Ufficio relazioni con il pubblico-contact center: tel. 09-16541111 da lunedì a venerdì ore 9/19; borse@ersupalermo.it (da lunedì a venerdì ore 9/13). Live Chat Notify su <http://notify.ersupalermo.it>, lun/venerdì ore 9/13; whatsapp 339- 8765382.

TOSCANA

www.dsu.toscana.it. Sportello studente: numero unico 055-2347200 da lunedì a giovedì ore 10/13; martedì e giovedì anche ore 15/16,30. Uffici aperti al pubblico: Firenze, viale Gramsci, 36; Pisa, lungarno Pacinotti, 32; Siena, via Mascagni, 53; Arezzo, via Laschi, 26; Carrara, via Solferino, 12/A - Palazzo Saffi. E-mail: urp@dsu.toscana.it; pecdsutoscana@postacert.toscana.it. Per appuntamenti: sportellostudente.dsu.toscana.it. Borse di studio: www.dsu.toscana.it/borsa-di-studio.

TRENTINO-ALTO ADIGE

<https://www.provincia.bz.it/formazione-lingue/diritto-allo-studio/provedimenti-servizi-studenti.asp> e <https://www.provincia.tn.it/Servizi/Contributo-per-il-sostegno-agli-studi-post-diploma>. Provincia autonoma di Bolzano, Ripartizione diritto allo studio, Palazzo 7, via Andreas Hofer, 18 - 39100 Bolzano; tel. 0471-412950; e-mail diritto.studio@provincia.bz.it, (borse di studio, mense, alloggi, contributi a parziale copertura

delle tasse di iscrizione). Provincia autonoma di Trento, piazza Dante, 15 - 38122 Trento, tel. 0461-491377; e-mail serv.formazione@provincia.tn.it; Agenzia del lavoro, www.provincia.tn.it/Amministrazione/Strutture-organizzative/Agenzia-del-lavoro-adl

UMBRIA

www.adisu.umbria.it Adisu, Azienda per il diritto allo studio universitario dell'Umbria, via Benedetta, 14 - 06123 Perugia. Call center: tel. 0754-4693000, lunedì ore 10/17; martedì e giovedì ore 15/17; sede di Terni: via Turati, 73 - 05100 Terni; tel. 0744-206223 e 0744/206231 (stessi orari di Perugia); pec:adisu@pec.it. Contatto diretto: www.adisu.umbria.it/come-contattarci

VALLE D'AOSTA

https://www.regione.vda.it/istruzione/dirittostudio/default_i.aspx. Form per richieste di informazione: https://gestionewww.regione.vda.it/istruzione/dirittostudio/default_i.aspx. Contatto per borse di studio: borseunionline@regione.vda.it. Ufficio politiche giovanili: u-polgiovanili@regione.vda.it.

VENETO

www.regione.veneto.it/web/rete-degli-urp-del-veneto/universita-aiuti-a-studenti. Contatti telefonici: tel. 041-2795083 e 041-2795013; e-mail: istruzioneuniversita@regione.veneto.it. Fra le città, la sede dell'ente per il diritto allo studio del capoluogo di regione si raggiunge al link: www.esuvenezia.it/home e www.regione.veneto.it/esu-venezia. Le sedi maggiori sedi distaccate ci sono Padova, www.esu.pd.it/it e Verona www.esu.vr.it.



Politecnico
di Bari

Il tuo futuro comincia ora!

poliba.it | orientami.poliba.it
[#polibaorienta](https://twitter.com/polibaorienta)



CAMPUS ORIENTA TUTTO L'ANNO

AI SALONI DELLO STUDENTE, 18 NEL 2024/2025, TROVATE I COUNSELOR DI ATENEI E ACCADEMIE. SUI MEDIA DI CLASS, REPORTAGE SU LAVORO, CREATIVITÀ E TECNOLOGIA

Class Editori si occupa anche di education con informazioni per studenti, genitori e docenti, oltre che di economia, professioni, tecnologia, investimenti, consumi, stili di vita (www.class.it) Campus, nato nel 1988 come mensile di università, ricerca e formazione, è il trait d'union tra didattica e lavoro. Oggi, oltre alla Guida alle professioni creative, realizza la Guida agli ITS Academy (giugno 2024), e il volume Direzione Futuro. Strumenti per l'orientamento post-diploma (ultima edizione settembre 2024) tutti visibili e scaricabili gratuitamente dal link www.salonedellostudente.it. Sullo stesso portale è consultabile free il magazine on-line www.salonedellostudente.it/campus-magazine/

Cuore dell'attività di informazione e orientamento svolta da Campus in presenza (e in streaming) sono i Salone dello Studente, da quasi 35 anni in prima linea nel sostegno alle scelte post diploma degli studenti. Durante l'anno scolastico 2024/2025 sono previste 18 tappe in altrettante città fra le quali la capitale Roma e diversi capoluoghi di regione come Torino, Milano, Firenze, Napoli, Bari e Palermo. Gli eventi si tengono nelle fiere o nei principali spazi espositivi delle rispettive città per una durata variabile da 2 a 3 giorni. Una tappa è prevista anche Oltralpe, per la prima volta a Parigi, in collaborazione con il *Salon de l'Étudiant*, corrispettivo francese della manifestazione italiana. I saloni dello studente sono aperti anche a insegnanti, genitori, professionisti e a tutti coloro che collaborano alla filiera scuola-istruzione-lavoro del sistema di formazione italiano.

Esclusivamente in streaming, sullo stesso sito salonedellostudente.it, si tengono anche 2 cicli di circa 15 incontri ciascuno dedicati il primo agli studenti, *I sentieri delle professioni*, e il secondo ai loro insegnanti, *Strumenti per l'orientamento*. Si svolgono durante il periodo scolastico da settembre a maggio, sono gratuiti e assegnano crediti formativi per studenti il primo e per insegnanti il secondo.

Il quotidiano, il settimanale e il rispettivo sito MF-Mercati Finanziari, Milano Finanza e milanofinanza.it collaborano all'educazione economico-finanziaria delle scuole secondarie di secondo grado che partecipano ai Saloni dello Studente. MF Fashion, unico quotidiano europeo di moda e design, connette i giovani e le scuole di fashion con l'industry di riferimento.

I periodici Class e Capital si concentrano su lavoro, imprenditoria e professioni. Il canale tematico Class Cnbc ospita il format Campus Giovani mentre la GoTv UpTv di Telesia si rivolge alle nuove generazioni con iniziative come Booknews, MetroMusic e Ciak, così come la nuova release Class Tv Moda. MilanoFinanza Academy propone corsi di formazione nel settore lifelong learning mentre l'evento Fashion Global Summit, quest'anno giunto alla 23° edizione nei giorni tra il 21 e il 23 ottobre 2024, realizza un omonimo book dove si parla anche di formazione alle accademie di moda e di creatività.

Nell'edizione del martedì del quotidiano Italia Oggi, l'inserito Azienda Scuola con aggiornamenti settimanali sull'intera filiera dell'istruzione.



Guida alle *professioni creative* 2025

Direttore ed Editore

Paolo Panerai

Direttore ed Editore associato

Gabriele Capolino

Amministratore Delegato di Campus

Domenico Ioppolo

A cura di

Ottaviano Nenti

onenti@class.it

Immagine e impaginazione

Cecilia Gargioni e Consuelo Ogueta

Hanno collaborato

Marco Basileo, Margherita Malaguti, Laura Pizzardello e Mimmo Stolfi

Campus Editori S.r.l.

Seconda edizione ottobre 2024.

Contatti:

Segreteria e Ufficio Scuole 02-58219360 (oppure sostituendo i 3 numeri finali con 329 o 732)

salonedellostudente@class.it

www.salonedellostudente.it

Marketing

Samantha Giacobelli

Pubblicità

Nunzio Aprile (Centro-Sud), Valeria Baglioni (Nord)

Stampa: *Graphicscalve S.p.A. - Loc. Ponte Formello, 1/3/4 - 24020 Vilminore di Scalve (BG)*

Fotolito: *New Paper s.r.l. - via Podgora 5 - 20122 Milano. Tel. 02.66103715*

INFORMATIVA PRIVACY

In applicazione del Regolamento (UE) 2016/679 Campus Editori S.r.l. fornisce le seguenti informazioni:

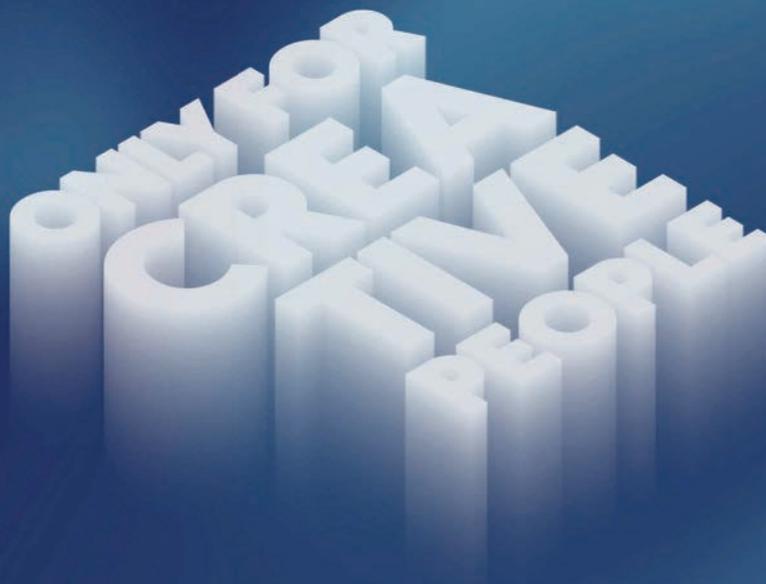
TITOLARE DEL TRATTAMENTO

Campus Editori S.r.l., con sede in via Marco Burigozzo 5 – Milano.

Informazioni più dettagliate sul trattamento potranno essere ottenute scrivendo all'indirizzo sopra riportato. FINALITÀ DEL TRATTAMENTO I dati richiesti sono necessari per l'invio della pubblicazione. CATEGORIE DATI PERSONALI TRATTATI Nome, cognome, qualifica, indirizzo civico. BASE GIURIDICA I dati personali sono trattati per l'interesse legittimo del Titolare del trattamento, consistente nel dare notizia dell'attività svolta a soggetti con i quali si intrattengono rapporti significativi DESTINATARI O CATEGORIE DI DESTINATARI AI QUALI I DATI PERSONALI POSSONO ESSERE COMUNICATI I dati saranno trattati dai dipendenti e collaboratori di Campus Editori S.r.l. in qualità di autorizzati al trattamento, società del gruppo Class Editori o soggetti esterni nominati responsabili esterni del trattamento in relazione a quanto necessario per l'invio della pubblicazione. PERIODO DI CONSERVAZIONE I dati personali saranno conservati per le finalità sopra descritte per dieci anni, salvo facoltà del destinatario di chiedere in qualsiasi momento la cancellazione dalla lista dei destinatari. RESPONSABILE DELLA PROTEZIONE DEI DATI (RPD) Il Responsabile della Protezione dei Dati (RPD) è raggiungibile al seguente indirizzo: Campus Editori S.r.l., via Burigozzo 5 – 20122 Milano; e-mail dpo@class.it DIRITTI DELL'INTERESSATO: L'interessato ha diritto di ottenere dal Titolare del trattamento la conferma che sia o meno in corso un trattamento di dati personali che lo riguardano e, in tal caso, ha il diritto di: -ottenere l'accesso ai dati personali, chiedere la rettifica o la cancellazione dei dati personali o la limitazione del trattamento dei dati personali che lo riguardano o di opporsi al loro trattamento - ricevere, in un formato strutturato, di uso comune e leggibile da dispositivo automatico i dati personali che lo riguardano e ha il diritto di trasmettere tali dati a un altro titolare del trattamento (portabilità dei dati) - essere informato dell'esistenza di un processo decisionale automatizzato, compresa la profilazione - se espresso, revocare il consenso in qualsiasi momento senza pregiudicare la liceità del trattamento - proporre reclamo all'autorità di controllo NATURA DEI DATI E CONSEGUENZA DELLA MANCATA COMUNICAZIONE In assenza della comunicazione dei dati indicati Lei non potrà più ricevere la pubblicazione

LABA

LIBERA ACCADEMIA DI BELLE ARTI



CORSI ACCADEMICI DI 1° LIVELLO (*Lauree Triennali*)



GRAPHIC DESIGN



REGIA



FOTOGRAFIA



DESIGN



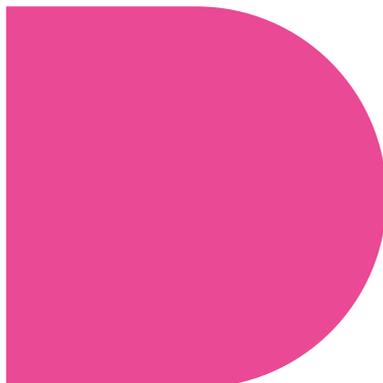
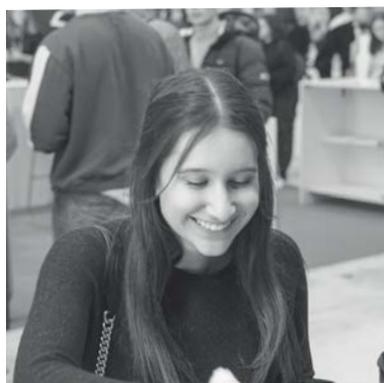
PITTURA



FASHION DESIGN



La LABA di Firenze è autorizzata dal MUR con il D.M. 358 del 30.05.2017 a rilasciare titoli dal valore legale equipollenti a lauree triennali e a lauree specialistiche (3+2)



CAMPUS

SALONE DELLO STUDENTE



IL TOUR 2024/2025

- 4-5 OTTOBRE 2024 | **CARRARA**
- 10-11 OTTOBRE 2024 | **CATANIA**
- 12-13 OTTOBRE 2024 | **PARIGI**
- 17-18 OTTOBRE 2024 | **MILANO**
- 23-24 OTTOBRE 2024 | **TORINO**
- 6-7 NOVEMBRE 2024 | **FIRENZE**
- 13-14 NOVEMBRE 2024 | **REGGIO CALABRIA**
- 19-20-21 NOVEMBRE 2024 | **ROMA**
- 26-27 NOVEMBRE 2024 | **NAPOLI**
- 4-5-6 DICEMBRE 2024 | **BARI**
- 11-12 DICEMBRE 2024 | **CHIETI**
- 5-6 FEBBRAIO 2025 | **AREZZO**
- 19-20 FEBBRAIO 2025 | **PARMA**
- 5-6-7 MARZO 2025 | **SALERNO**
- 12-13 MARZO 2025 | **MATERA**
- 26-27 MARZO 2025 | **CAGLIARI**
- 2-3 APRILE 2025 | **ANCONA**

Info e aggiornamenti su:
www.salonedellostudente.it



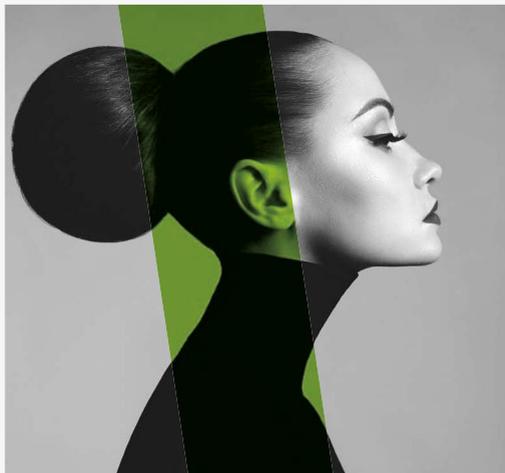


ISCRIVITI. AL TUO **FUTURO** CI PENSIAMO NOI.

LAVORO GARANTITO AL **100%** DEGLI ISCRITTI

MASSAGGIO | TRUCCO | NAILS | ESTETICA | HAIR | TATTOO

#THE**BEAUTY**UNIVERSITY



lilianapaduano
ACCADEMIA DI FORMAZIONE PROFESSIONALE



📍 UNICA SEDE | NAPOLI, CORSO ARNALDO LUCCI 156 📍 accademialilianapaduano.it



CAMPUS

Classeditori

MF MILANO
FINANZA

ItaliaOggi