

CAMPUS

Guida alle professioni creative 2026

Moda
Musica
Teatro
Cinema
Grafica
Danza
Restauro
Design
Scenografia
Arte

Classeditori

TUTTI I CORSI DELLE ACCADEMIE DI ALTA FORMAZIONE



TAGLIATORE

Guida alle
professioni
creative
2026

A thick, dark blue horizontal line that starts from the right edge of the page and extends to the left, ending just before the word "creative".

Lode ai creativi

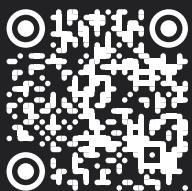


Fashion design
Communication design
Interior design
Cinema & ADV

CORSI TRIENNALI
BIENNI SPECIALISTICI
MASTER

NAPOLI | MILANO

REGISTRATI
AGLI OPENDAY



IN AIUTO ALL'AI GENERATION UN MANUALE PER RIFLETTERE

CAMPUS PROPONE TUTTI I CORSI DI 150 ALTE ACCADEMIE POST-DIPLOMA CHE PERMETTONO DI VALORIZZARE LA CREATIVITÀ DEI GIOVANI E FARE DELLA TECNOLOGIA UNO STRUMENTO PER CIMENTARSI IN AMBITI SEMPRE PIÙ AMPI

Viviamo un tempo in cui lo scenario del lavoro, della formazione e perfino dell'immaginazione è sempre più dominato dall'**intelligenza artificiale** e dai suoi conseguenti **processi di automatismo generativo**. Algoritmi capaci di scrivere, disegnare e comporre in pochi secondi sembrano ridurre il margine dell'invenzione umana, ridefinendo la frontiera stessa della creatività.

Eppure, proprio in questo contesto di straordinaria accelerazione tecnologica, la **creatività umana** torna a essere una **bus-sola essenziale**, non solo come talento spontaneo, ma come capacità critica, sensibilità culturale, visione laterale. In una parola uno scarto rispetto alla norma. Lo **scarto che distingue l'atto creativo dal calcolo automatico**, l'originalità dall'omologazione, l'immaginazione viva dalla replica algoritmica.

È da questa consapevolezza che nasce - e si rinnova con la sua **terza edizione** - la **Guida alle Professioni Creative** di *Campus* - *Salone dello Studente*, realizzata in collaborazione con **Piattaforma Sistema Formativo**



Domenico Ioppolo,
amministratore delegato di *Campus*

Moda. Uno strumento prezioso per orientarsi in un territorio sempre più complesso, dove **le competenze artistiche**, culturali e progettuali **si intrecciano con le tecnologie digitali** e con le nuove forme dell'economia creativa.

La *Guida* vuole accompagnare i giovani e i docenti alla scoperta delle professioni del futuro, offrendo una mappa aggiornata delle opportunità formative e professionali nei settori del desi-

gn, della moda, della comunicazione, del cinema, dell'audiovisivo, del digitale e del gaming.

Ma oltre alla funzione informativa e di orientamento, questa *Guida* intende essere anche un invito a riflettere sul valore della **creatività come dimensione profondamente umana**. In un'epoca in cui l'intelligenza artificiale può imitare quasi tutto, il vero compito dell'educazione e del lavoro è custodire ciò che non può essere automatizzato: l'intuizione, l'empatia, la capacità di generare senso. Le professioni creative, perciò, rappresentano un laboratorio privilegiato di futuro, dove il sapere tecnico si unisce all'immaginazione, e l'innovazione si radica nella cultura.

La **Guida alle Professioni Creative** di *Campus*, in collaborazione con **Piattaforma Moda**, nasce dunque come uno spazio di orientamento e di ispirazione. Un luogo **dove i giovani possano riconoscersi** come protagonisti di un nuovo umanesimo, capace di coniugare la potenza della tecnologia con la libertà dell'immaginazione.



WE
MAKE
FASHION

Istituto Secoli è eccellenza italiana nell'alta formazione per il sistema moda e punto di riferimento per lo studio dell'intero processo di progettazione e realizzazione di una collezione.

Dal 1934 i nostri talenti ricoprono i ruoli più ricercati dai fashion brand.

istitut**Secoli**
Making Fashion since 1934

SCOPRI IL NOSTRO MONDO



SOMMARIO

- 05 **EDITORIALE**
In aiuto all'AI Generation un manuale per riflettere
di *Domenico Ioppolo*, ad Campus

capitolo 1. instructions

- 11 **INTRODUZIONE**
Una guida *words&vision*
di *Ottaviano Nenti*
- 13 **ATTITUDINI**
I dubbi sono le scintille che attivano creatività
di *Sergio Bettini*
- 18 **LIFE SKILLS**
Talenti d'ogni colore
a cura di *OSM Edu Talent*
- 22 **FORMAZIONE**
Tradizione e innovazione nei nuovi piani di studio
- 24 **OCCUPAZIONE**
Dalla techno creativity le professioni future
- 28 **PROFESSIONI**
I lavori in crescita

capitolo 2. counseling

- 34 **LUCA SBURLATI**
presidente di Confindustria Moda
- 38 **ALBERTA FERRETTI**
stilista, manager, imprenditrice
- 44 **CARLO POGGIOLI**
presidente di ASC, scenografi e costumisti
- 48 **ANDREA PAZZAGLIA**
head of Ai development di Class Editori
- 52 **GABRIELE SIMONGINI**
storico, critico d'arte e docente
- 56 **CATHERINE CASTILLON**
ceo di Skira Editore
- 61 **MARCELLA PRALORMO**
pittrice e curatrice museale
- 64 **MASSIMILIANO TONELLI**
fondatore e direttore di Artribune
- 67 **FRANCESCA COLOMBO**
direttrice BAM-Biblioteca degli alberi Milano
- 70 **ALESSANDRO VOLANTI**
direttore marketing di Radio Italia

capitolo 3. dixit

- 75 **MATTEO SECOLI**
presidente Piattaforma Sistema Formativo Moda
- 77 **ALESSANDRO CAVALLI**
direttore Fondazione Cologni Mestieri d'Arte

capitolo 4. young x youth

- 80 **LE ESPERIENZE DEI NEO ASSUNTI**
I consigli dei laureandi d'accademia e dei giovani artigiani

capitolo 5. best practice

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

capitolo 6. job on show

- 92 **IL LAVORO FRAME BY FRAME**
I nuovi ruoli professionali raccontati
per parole e per immagini

capitolo 7 directory

- 98 **INDIRIZZARIO**
Dove imparare i mestieri fra artigianato e fantasia.
Le 150 Scuole di Alta Formazione censite da *Campus*.
Corsi triennali e specialistici, macro-aree didattiche

capitolo 8. focus

- 110 **APPROFONDIMENTI**
Che cosa sapere per scegliere un'Accademia:
Gli identikit di 5 Scuole di Alta Formazione

capitolo 9. utilities

- 122 **LUOGHI** Dove nasce la fantasia: i musei italiani online
- 130 **EVENTI** Iniziative e rassegne accendono le idee
- 134 **LINKS** Esplorando il futuro
- 138 **BORSE DI STUDIO** Per matricole e diplomandi
- 145 **INIZIATIVE** *Campus*, un Virgilio per la Gen Z

A young person with dark curly hair, wearing large black headphones and glasses, is focused on painting a vertical canvas. They are wearing a green sweater with a circular pattern on the sleeve. The background is a blurred array of colorful abstract shapes.

Choose Today to Change the Future



ACCADÉMIA DI
BELLE ARTI
LECCE

LECCE
Via Giuseppe Libertini 3
0832 258635



instructions —



ACCADEMIA
DEL LUSSO

WE LOVE FASHION & DESIGN

CORSI TRIENNALI ACCREDITATI MUR / MASTER / CORSI PROFESSIONALI

Accademia del Lusso è la scuola italiana di alta formazione che dal 2005 prepara profili professionali per i settori **moda, interior design, comunicazione e management.**

- Docenti dal mondo professionale •
- Classi a numero programmato •
- Stage e collaborazioni in azienda •
- Inserimento lavorativo del 90% entro 6 mesi •
- Sedi d'eccellenza a Milano e Roma •

DIVENTA CHI VUOI ESSERE

Accademia del Lusso funziona così: entri con **un grande sogno, un progetto** per il tuo futuro, ed esci con tutti **gli strumenti per realizzarlo.** Conoscenze teoriche, competenze pratiche e una visione personale che è il punto d'incontro perfetto tra ciò che sei e ciò che richiede il mondo del lavoro.

ROMA | MILANO

accademiadellusso.com

UNA GUIDA WORDS&VISION

SE IL *LEARNING BY DOING* CRESCE NEI CORSI POST-DIPLOMA, IL VOLUME DI **CAMPUS ALLE ACCADEMIE D'ALTA FORMAZIONE CREATIVA** RACCONTA SEMPRE PIÙ CON LE IMMAGINI LEZIONI E TIROCINI ALLA **INSTAGRAM AND TIK TOK GENERATION**

Alla terza edizione, la “*Guida alle Professioni Creative 2026*”. Tutti i corsi delle Accademie di Alta Formazione”, aggiunge 24 pagine e nuovi capitoli per spiegare alla **Z Gen** i corsi e le professioni artistico-artigianali che hanno più chance di offrire sbocchi professionali gratificanti, affiancando strumenti tradizionali (consigli, test, interviste, indirizzari, elenchi di luoghi e di eventi) con immagini che raccontano come e con che cosa si impara negli istituti di alta formazione. Perché se le **150 accademie** censite da **Campus** si avvalgono sempre più di nuove tecnologie, allora è bene che questi mezzi siano mostrati oltre che raccontati.

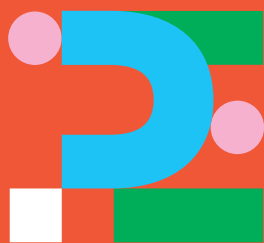
Il volume di *Campus*, indirizzato agli studenti ma anche ai loro genitori, insegnanti, orientatori e tutor, ricorre perciò a una polisemia di attività descrittive che, insieme, dovrebbe comporre una tavolozza sufficientemente completa per consentire a ciascuno studente e a ciascuna studentessa la scelta più adatta alle proprie caratteristiche. Il manuale descrive corsi e professioni dei 10 settori con i quali il **Made in Italy** si è reso prestigioso nel mondo: moda, grafica, restauro, design, scenografia, arte, musica, teatro, cinema e danza.

Sergio Bettini, psicologo dell'orientamento ai **Saloni dello Studente di Campus**, svela le intelligenze multiple e propone brevi esercizi per individuare le proprie **Attitudini**. OSM Edu individua otto diversi tipi di talento, indicando per ciascuno le modalità per rafforzarlo. Dopo lo stato dell'arte della **Formazione** creativa, il capitolo **Occupazione** mostra i trend dei *new jobs*: per il *World Economic Forum 2025* cresceranno quelli che combinano abilità tecnologiche e pensiero creativo, mentre l'*Institute for the Future* di Palo Alto, in California arriva a sostenere che l'85% dei lavori del 2030 non sono ancora stati inventati. **Professioni** descrive le 70 mansioni artistico-artigianali più in crescita. Mentre nelle sezioni **Counseling** e **Dixit**, 12 grandi professionisti dispensano i loro consigli alle future potenziali matricole: dal nuovo presidente di Confindustria Moda, Luca Sbrulati al direttore di Radio Italia, Alessandro Volanti, sino presidente di Piattaforma Sistema Formativo Moda, partner della *Guida alle Professioni Creative 2026*, Matteo Secoli, e Alberto Cavalli, direttore della Fondazione Cologni Mestieri d'Arte.

counseling
counseling
dixit
dixit
young x youth
young x youth
best practice
best practice
job on show
job on show
directory
directory
focus
focus
utilities
utilities

Young for Youth riporta le dritte di diplomandi e neodiplomati delle accademie ai *fratelli minori* delle scuole secondarie di secondo grado, mentre **Best Practice** e **Job On Show** mostrano come accademie, scuole d'arte, enti e imprese cooperino per offrire, ai giovani iscritti, training i qualità, che spesso si tramutano al termine in assunzioni. La **Directory** illustra indirizzi e corsi delle 150 Accademie. I **Focus** approfondiscono alcune di queste realtà formative; **Utilities** luoghi, iniziative e link per trovare ispirazione e gli enti che erogano borse di studio.

Ottaviano Nenti



Plena Education



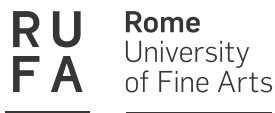
L'Hub italiano della creatività e della comunicazione

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



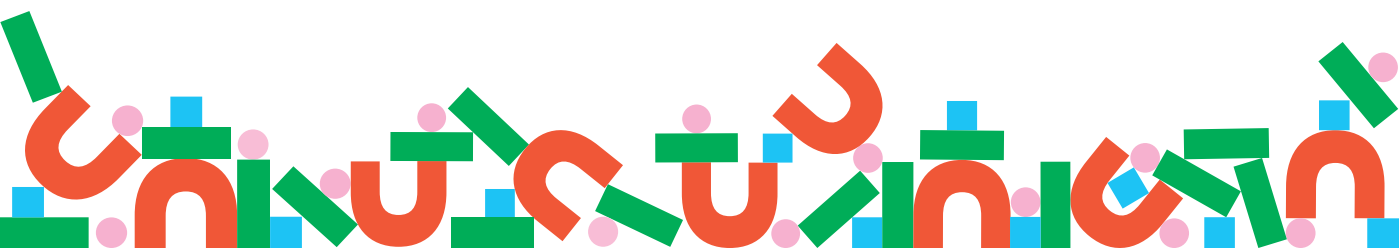
MUSICA



COMUNICAZIONE
E MEDIAZIONE LINGUISTICA



CUCINA E OSPITALITÀ



I DUBBI SONO LE SCINTILLE CHE ATTIVANO CREATIVITÀ

CREATIVI NON SI NASCE MA SI PROVA A DIVENTARLO IN UNO SPECIFICO SETTORE. SERGIO BETTINI, PSICOLOGO DELL'ORIENTAMENTO, PROPONE STIMOLI ED ESERCIZI PER ACCRESCERE LE PROPRIE ATTITUDINI



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.

Esercizio:

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



E, strettamente connesso all'immaginazione, appare **il concetto di creatività**, termine che merita 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 soddisfacente 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 originalità, novità, estro, inventiva.** Si prenda 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**

Esercizio:

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

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 intercambiabili 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.

E 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 sem-



Sergio Bettini, psicologo

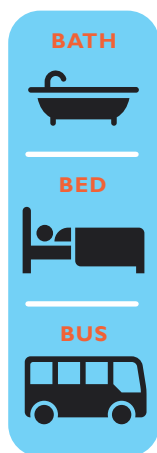
Esercizio:

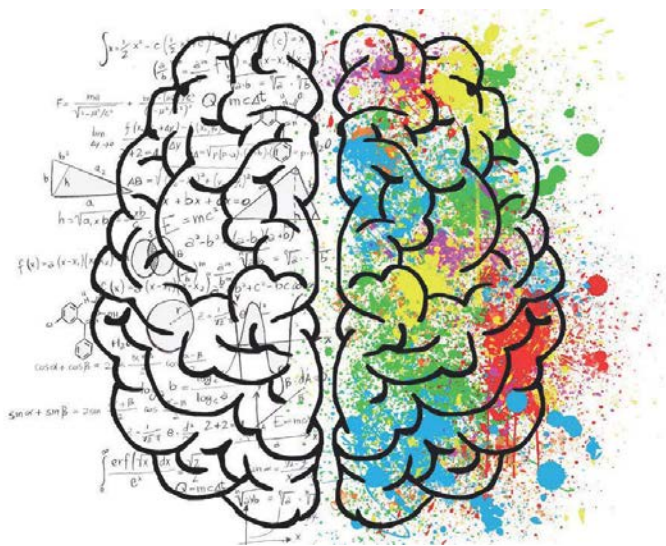
AVETE MAI AVUTO L'ESIGENZA DI TROVARE UNA SOLUZIONE ORIGINALE DI FRONTE A UNA SITUAZIONE IMPREVISTA E NUOVA? QUANDO E CHE COSA AVETE TROVATO?

pre stupidi ma lo si può essere in una data situazione).

Gli esperimenti dell'etologo Kohler hanno dimostrato che solo di fronte al bisogno di cibo lo scimpanzé 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 dimostrarlo.

Ma in cosa consiste infine l'idea creativa? Di fronte a un problema **il pensiero può esser riproduttivo o produttivo**: nel primo caso





Esercizio:

A VOLTE PER RISOLVERE UN PROBLEMA OCCORRE TORNARE INDIETRO RISPETTO AL MODO CHE SEMBRAVA OVVIO E RIVEDERE IL PUNTO DI VISTA INIZIALE

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 problema,

isolandoli e ricollocandoli in una nuova struttura: si tratta di non fermarsi alle soluzioni ovvie, al «si è sempre fatto così» ma di **rivedere la situazione con approccio nuovo e divergente.** Facile a dirsi ma non a farsi ed ecco una prima contraddizione: si è detto che l'idea creativa arriva a chi conosce molto bene il problema ma **talvolta è proprio l'inesperto che riesce a vedere con occhi nuovi ciò che altri danno per scontato.** Alessandro Baricco offre un esempio di una mossa creativa a fine anni 60 nel salto in alto di Fosbury che di colpo davanti all'asticella volta le spalle e la supera saltando all'indietro anziché di fronte come si era sempre fatto.

Accertato che la creatività non è dote innata, la psicologia ha cercato, e sta ancora cercando, di trovare un **test predittivo di creatività** ma è a questo punto evidente che non esiste una prova che possa misurare e prevedere

la creatività e **molti test che vengono presentati come tali in effetti misurano singole attitudini** relative solo al pensiero verbale, logico, numerico, spaziale, ecc... Al momento ciò che appare più correlato col pensiero creativo sembra essere un fattore chiamato **dipendenza/indipendenza** dal campo che in sintesi caratterizza le persone che non si limitano a subire passivamente i messaggi ma li sanno leggere in modo critico, li destrutturano e ne colgono le singole parti. Si possono utilizzare test dove ad esempio **occorre saper riconoscere che un certo disegno non è solo un segno grafico ma è formato da lettere accostate** e comunque è importante l'esercizio di una ermeneutica interpretativa, il continuare a porre domande (a questo serve la Filosofia), l'educare i giovani a ragionare e vedere con spirito critico, se poi serve anche a favorire il pensiero creativo sarà ad abundantiam.

Lo psicologo Howard Gardner ha cercato correlazioni tra tratti di personalità e la creatività e pur ricordando che le differenze individuali restano notevoli afferma che possono essere favoriti i tipi che possiedono tratti di **CURIOSITÀ, MOTIVAZIONE, FIDUCIA, PERSEVERANZA.** Si è portati a ritenere che il creativo debba essere un tipo iperattivo, instancabilmente curioso e insoddisfatto ma se gli individui creativi dispongono certamente di una grande quantità di energia fisica risultano spesso anche tranquilli e pacifici, lavorano per ore con concentrazione e sanno alternare riposo e recupero.



Esercizio:

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

Infine rispetto all'intelligenza **non si è trovata una correlazione tra il pensiero creativo ed un alto QI. Pare più importante possedere un pensiero divergente unito a una certa giocosità:** occorre cervello ma anche la consapevolezza che si può passare molto tempo a rimuginare senza ottenere alcun risultato. Sarebbe utile una *Pedagogia della creatività* che possa aiutare attraverso corsi di formazione ma non ci sono ricette 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 potenziare quella specifica che si ritiene più utile, ma non si migliora con un unico allenamento la Memoria come funzione psichica generale. 'approccio pedagogico è 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 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 CIÒ CHE FANNO**

Testo di Sergio Bettini

TALENTI D'OGNI COLORE

LE CAPACITÀ SI ESPRIMONO RAGGIANDO LO STRESS. È UNA DELLE REGOLE DEGLI ESPERTI DI OSM, CHE NE HANNO INDIVIDUATE MOLTE ALTRE, RIPARTENDOLE IN 8 PROFILI DI DIFFERENTI TALENTI. ECCO COME SCOPRIRE I PUNTI DEBOLI DA RIDIMENSIONARE E LE POTENZIALITÀ DA SVILUPPARE

Sono sicuro che se ti dicessi «Just do it» la tua mente visualizzerebbe il brand della Nike: «Fallo e basta» e se invece pronunciassi «Impossible is nothing»? Facile, lo assoceresti a un altro brand, quello dell'Adidas: «Niente è impossibile». Sono esortazioni motivazionali, tuttavia, concordi con me che inducono un po' di ansia? Lasciano intendere che **di fronte a un mare di opportunità, ognuno di noi, solo con sé stesso, deve dimostrare di non lasciarsi sfuggire l'occasione d'oro che gli aprirà le porte per un futuro di successo.**

Qualcosa del genere accade anche in trasmissioni come *Italia's got talent*, o *The X Factor*, *Amici*, dove si ribadisce lo stesso vizioso messaggio: se non hai successo in quanto incapace di cogliere le opportunità che ti offre la vita non vali e, quindi, se non vali non hai talento e sei fuori dalla competizione della vita. Alt! C'è qualcosa che non torna. **La verità è che ognuno di noi ha diritto di sbagliare, non è vero che solo se sai fare vali;** è proprio perché vali puoi fare. Il talento non ha nulla a che fare con la possibilità di diventare i migliori.

Il talento, anzi i talenti che ognuno di noi scopre di avere, non ci mettono in ansia, ma ci fanno

sentire felici sia quando li esprimiamo senza fatica, così quando proviamo il dispiacere di non sentirci all'altezza, perché il talento è tutto ciò che sogniamo di diventare attraverso la strada più difficile. **Il talento non è ciò che ci viene imposto, ma è la passione che abbiamo scelto di inseguire.**

E tu, conosci i tuoi talenti? Esiste uno strumento, l'**OSMTalent**, che ti dà una mano a scoprirli. Non esistono persone senza talento, ma persone che non hanno ancora scoperto il proprio.



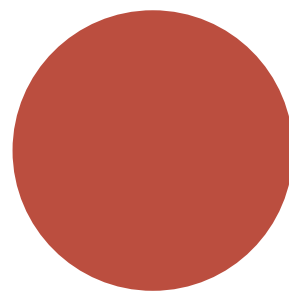
TALENTO BIANCO

«Quanto resisti agli stress?»
Ognuno di noi è un insieme di felicità e infelicità, il nostro compito è usare al meglio questa mescolanza. Tutte le volte che siamo felici quasi non ci facciamo caso, mentre quelle volte in cui siamo infelici sentiamo più forte

i suoi effetti nel corpo, nell'umore, nelle relazioni con gli altri, e questo ci preoccupa.

Le emozioni negative aiutano a imparare lezioni preziose per non ripetere gli stessi errori all'infinito. Questo ci fa essere più felici nel lungo termine.

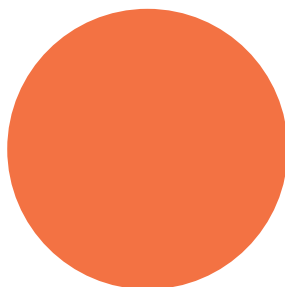
Lo sapevi, inoltre, che quando ci capita di essere tristi, stimoliamo la nostra creatività? La scienza ha scoperto che in questi casi ci concentriamo di più per escogitare soluzioni a questioni complesse. Non temiamo le emozioni negative, esse, insieme a quelle positive costruiscono il nostro stile di vita.



TALENTO MARRONE

«Disegno la mia sequenza e la vivo con costanza»
Non crederai anche tu che una persona, sommersa da molte cose da fare, sia importante? È un falso mito. Di contro, spe-

ro che non penserai che una persona che, invece, porta a termine in poco tempo un lavoro, sia un «perdente». Il risultato è ciò che conta, non il numero di ore impiegate. Il tempo, lo sai anche tu, è una risorsa limitata (questo ci rode non poco!) tuttavia ti sarai accorto che più riempiamo la mente di cose da fare e di distrazioni, più entriamo in uno stato di stress. Hai mai riflettuto che la vera libertà non sta nel controllare il tempo ma è nel seguire i ritmi che ci propone l'ambiente in cui viviamo? Il tempo più che controllarlo va usato. Usare il tempo vuol dire imparare a capire cosa veramente conta per noi e per cui vale la pena usare il nostro tempo.



TALENTO ARANCIONE

«Disposto a ricercare con interesse e curiosità»

Viviamo nell'epoca dell'informazione. Tutto è pervaso dall'informazione e questo ci espone anche più facilmente alle **fake**

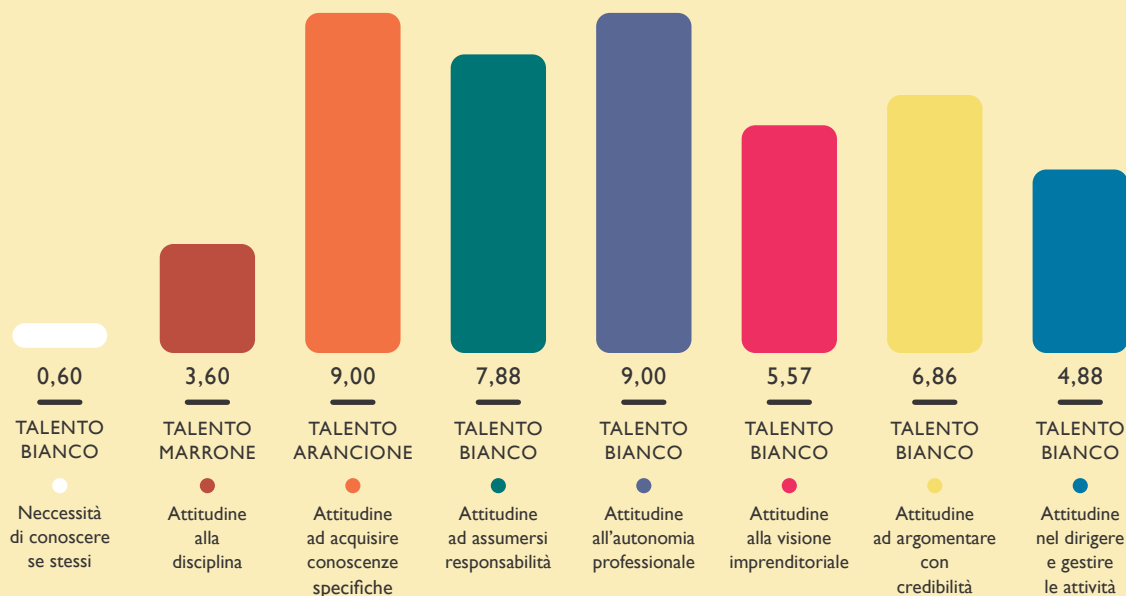
news. Quello che può salvarci in questi casi non è solo il sospetto che qualcuno ci voglia raggirare, ma anche coltivare la curiosità.

Essere curiosi è come fare un gioco con la PlayStation e impegnarsi a sbloccare livelli successivi segreti.

Chi è curioso sceglie di approfondire le informazioni anziché credere a ogni cosa che legge sui social; chi è curioso sperimenta nuove soluzioni anziché limitarsi a imitare; chi è curioso sente l'istinto di crescere e far conoscere il suo valore; chi è curioso può decidere di provare cosa significhi essere almeno per una volta un influencer anziché un perenne follower.

AUTONOMA E CURIOSA: LA NEW GEN VISTA DALL'OSM TALENT

Su un campione di circa 11.000 studenti, questo istogramma mostra come si sono ripartiti i partecipanti in base al tipo di talento individuale prevalente.





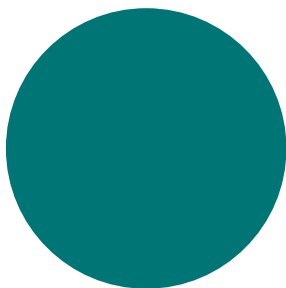
Corrado Troiano e Antonio Far-chione, direttore generale e direttore ricerca & sviluppo di OSM Edu.



OSM EDU: CHI È E CHE COSA FA PER STUDENTI, PROF E GENITORI

Osm Education Società Benefit Srl si è costituita nel 2020. Lavora su tutto il territorio nazionale con un team molto giovane. La sua proposta di punta è l'OSM Talent, un questionario per l'orientamento, ma tanti sono anche i percorsi di crescita personale. OSM Education nasce con l'intento di occuparsi del benessere dei **giovani**, **aiutandoli a scoprire i propri talenti mettendoli in condizione di realizzare le aspirazioni** che, più di altre, li conducano verso la migliore strada per intraprendere il loro futuro desiderato; dei **docenti**, **affinché siano mentori** dei loro studenti, adottando un atteggiamento valorizzante e **non giudicante**; dei **genitori**, quali **migliori alleati** e non ostacolo nelle scelte dei figli; delle aziende, affinché diventino attrattive per le nuove generazioni. Il suo team di counseling è presente a diversi Saloni dello Studente di *Campus*.

TALENTO VERDE



«Mi sento causa del mio agire»

Quante volte nella tua vita hai preferito continuare ad agire in un certo modo, poco produttivo, che non portava a niente, per **timore di cambiare?**

Qual è stata quella volta che hai detto no a qualche cosa di importante per timore di non risultare all'altezza?

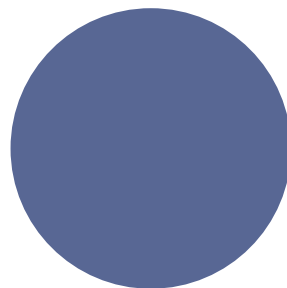
Compiere scelte implica sem-

pre prendersi delle responsabilità e farle proprie. Quando, di fronte a un cambiamento, ci raccontiamo che sarebbe meglio desistere, casomai per assecondare un amico che ci ha dato del matto, facendoci perdere la fiducia in noi stessi, stiamo scegliendo un modo per tirare avanti.

Non prendersi la responsabilità di una scelta per ascoltare la voce di qualcun altro, vuol dire appoggiare chi ti vuole fermare perché lui quella responsabilità, non se la prenderebbe.

Accetta, invece, la responsabilità di fare determinate scelte, anche sapendo che potrebbero farti cadere, **l'importante è soprattutto prenderti la responsabilità anche di rialzarti** e riprovarci. Sarebbe invece a dir poco irresponsabile lamentarsi col mondo per la tua «sfortuna».

TALENTO VIOLA

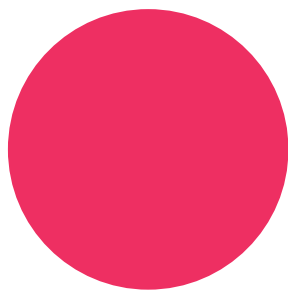


«La consapevolezza di chi sono, mi dà forza nel mostrarmi autentico»

Scommetto che sai cosa deve fare un debitore alla scadenza del suo debito: restituire quanto ha avuto in prestito. Ci hai mai pensato che **tutte le volte in cui cerchi di compiacere qualcuno**, come i tuoi genitori o i tuoi amici, per allinearti al loro giudizio o alle loro aspettative, ti comporti come un debitore? Non ti senti libero

di soddisfare le tue aspettative, che sono quelle che contano veramente, ma sei preoccupato solo che gli altri non ti giudichino. Questo atteggiamento mina la tua autostima. **Siamo tutti d'accordo che ci piace che i nostri genitori siano orgogliosi di noi, tuttavia siamo sicuri che saranno ancora felici quando ci vedranno vittima di aspettative non nostre?** Se vuoi vivere inseguendo i tuoi sogni, non diventare come il debitore costretto a pagare il suo debito tutta la vita. Liberati del giudizio, vivi il tuo sogno!

TALENTO ROSSO



«La forza della visione, la solidità del fare»

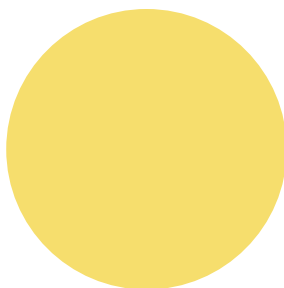
Quante volte ti è stato chiesto: «Cosa vuoi fare da grande»? Tante volte. Più **raramente ti è stato chiesto: «Chi vuoi essere»**.

Sei d'accordo che quello di cui abbiamo veramente bisogno non è dimostrare a tutti chi siamo, ma diventare persone di valore?

Inseguire obiettivi superficiali senza fermarsi a riflettere sulle proprie abilità, **significa vivere in continua competizione con gli altri**. Pensare di inseguire il prestigio, la stabilità finanziaria, l'approvazione degli altri, non è di per sé qualcosa da non deside-

rare, tuttavia bisogna stare **attenti che non siano un modo per colmare un vuoto della nostra vita interiore**. Sarai felice solo quando imparerai a **distinguere tra quello che sei tenuto a fare e ciò che, invece, ti piace fare, per scoprire chi sei veramente**.

TALENTO GIALLO



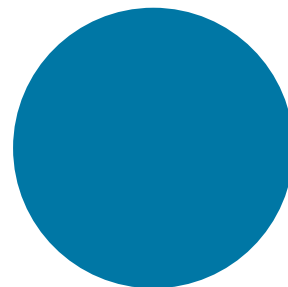
«Comunicare nella consapevolezza del valore delle relazioni»

Sai da che cosa dipende la qualità delle tue relazioni con le persone? Non dipende tanto da quello che si fa insieme, ma da **quanto ci mostriamo interessati alle persone** con le quali ci stiamo relazionando. La qualità di una relazione è come un ponte che unisce individui con l'obiettivo di entrarvi in connessione. **È facile comunicare in maniera aggressiva; sui social** questa è quasi la regola. **Le relazioni di qualità, invece, richiedono cura e attenzione:** circondati di persone positive.

Capisci che ti stai circondando di relazioni sane quando frequenti persone che non ti criticano ma ti ispirano e ti sostengono, quanto la relazione si basa su valori condivisi e ti senti supportato nei momenti difficili e celebrato nei

successi. Non cercare sempre persone simili a te, non temere di conoscere persone diverse per esperienze, cultura, idee: la diversità aiuta la tua creatività e ti apre a nuovi scenari.

TALENTO BLU



«Leadership naturale. Accogliere il bello delle persone»

Le navi che si trovano in difficoltà cercano in mare un approdo sicuro per mettersi al riparo. La vita, come il mare aperto, mette alla prova ognuno di noi nei modi più disparati e, di fronte alla difficoltà cerchiamo una persona che possa offrirci un approdo sicuro. Quante volte le persone si saranno rivolte a te perché gli assicuravi protezione, conforto, consigli, ispirazione, forza? Tutti abbiamo bisogno di una base sicura e la cerchiamo spesso nelle persone che comunicano disponibilità. **Si può essere leader non perché l'abbiamo voluto, ma perché gli altri riconoscono in noi la persona che dà valore alla relazione, che trasmette calma, che non giudica**, che si concentra sugli aspetti positivi, che ascolta e fa domande. Tu hai mai avuto la sensazione di essere una base sicura per qualcuno?



TRADIZIONE E INNOVAZIONE NEI NUOVI PIANI DI STUDIO

LE ACCADEMIE INCREMENTANO L'USO DELL'INTELLIGENZA ARTIFICIALE NEI CORSI, PER FORMARE PROFESSIONISTI CAPACI DI LAVORARE IN MODO COMPLEMENTARE CON UNO STRUMENTO ORMAI IMPRESCINDIBILE di Ottaviano Nenti

Da curiosità a necessità. Come molte scoperte, ciò che all'inizio appare destinato a condizionare solo una nicchia si estende gradualmente alla totalità. Così è anche per l'intelligenza artificiale generativa. Arrivata come una nuova moda, un vizzo, un corredo, una scorciatoia, l'AI è di anno in anno sempre più parte attiva e interattiva nelle accademie di alta formazione, dalla moda al design, dalla musica al cinema. **ChatGPT e tutte le sue coniugazioni**, da strumenti sperimentali stanno

diventando elementi **strutturali** dei contenuti di numerosi corsi.

Per citare qualche esempio, Istituto Secoli ha lanciato il progetto CreativIA, che integra l'intelligenza artificiale generativa nello sviluppo dei concept e delle collezioni di moda; Istituto Modartech di Pontedera, con il Dipartimento di Biorobotica della Scuola Superiore Sant'Anna di Pisa, il master di primo livello in Fashion hi-tech per realizzare capi di abbigliamento corredati a sen-

sori, microchip e materiali tecnologici intelligenti; Accademia Costume e Moda utilizza software come Clo3D, ICad3D, Rhino3D e device come Meta Quest Oculus per le simulazioni a distanza; Ied ricorre a metaverso, 3D, AI e AR (realtà aumentata). E ancora,

CON L'AI, IL SETTORE DEL COSIDDETTO TERZIARIO AVANZATO È NEL PIENO DI UNA RIVOLUZIONE COPERNICANA DEL MODO DI STUDIARE E DI LAVORARE

Rufa, Rome University of Art Design, ha avviato 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 un dottorato in Innovazione tecnologica e comunicazione con AI, realtà virtuale e aumentata e blockchain.

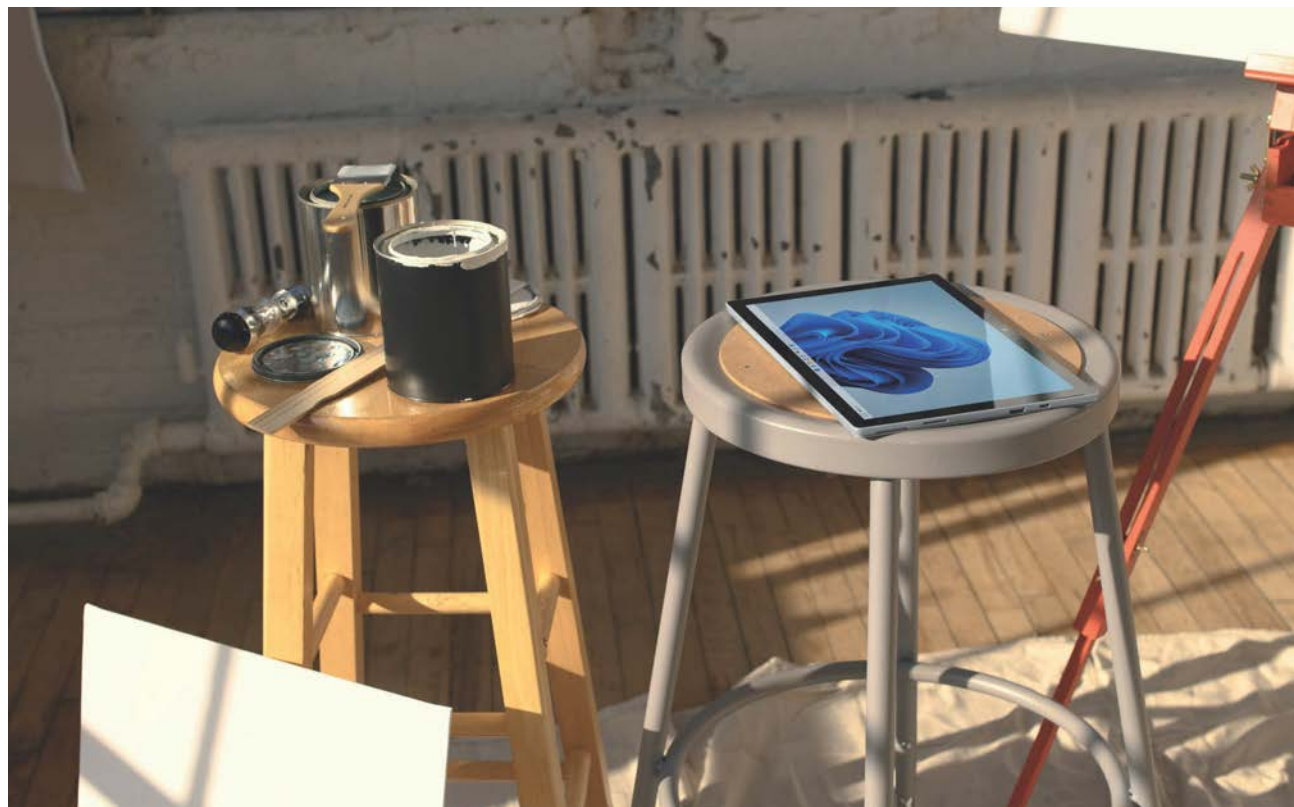
Anche nelle **70 professioni** in crescita censite da Campus, lo strumento dell'AI spicca talvolta nei suoi paradigmi già dai nomi dei ruoli descritti. Dall'A di **Art team builder** alla W di **Web interaction designer**. E a fine 2024, per la prima volta nelle sue 23 edizioni, il **Fashion Global Sum-**

mit organizzato da **Class Editori** è stato dedicato all'AI con il titolo **The New Rules**, ovvero le nuove regole di produzione che la "tecnologia pensante" ha introdotto nell'industria della moda.

La formazione alle professioni ad *alto tasso ideativo*, insomma, è passata in un secolo dalle botteghe artigiane alle accademie hi-tech, e da qui al 2030 l'up grade a colpi di bit potrebbe avere l'ampiezza di un salto quantico. Accanto alle ormai celebrate soft skills (abilità sociali) **il quinquennio che inizia vedrà affermarsi le AI skills**, ovvero la capacità di governare, indirizzare e interagire con l'abc dell'intelligenza artificiale generativa. Chi non starà al passo avrà non una freccia ma forse l'intero arco in meno.



La Guida alle Professioni Creative 2026 di Campus mette in luce metamorfosi e stato dell'arte degli istituti post-diploma censiti.



DALLA TECHNOCREATIVITY LE PROFESSIONI FUTURE

TENSIONI INTERNAZIONALI E CRISI ENERGETICHE NON STANNO RIDUCENDO LA DOMANDA DI MADE IN ITALY. PER QUESTO LA RICHIESTA DI GIOVANI, MOLTO BEN PREPARATI A SVOLGERE MANSIONI E RUOLI SPECIFICI, CONTINUA AD AUMENTARE. L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE SI PONE COME COMPLEMENTO, E CREA FIGURE LAVORATIVE INEDITE CHE AMPIANO LE RICHIESTE AZIENDALI



*Istituto Burgo, scuola di moda,
con sede principale a Milano, e
sede secondaria a Roma. Presen-
te anche in numerosi paesi esteri.*

Secondo l'indagine *Future of Jobs Report 2025*, pubblicata dal **World Economic Forum** a inizio 2025, da qui al 2030 le professioni più richieste saranno quelle che **combinano abilità tecnologiche e pensiero creativo**.

L'**Institute for the Future (Ifs)** di Palo Alto in California dalla west coast degli Stati Uniti si spinge a sentenziare che **l'85% dei lavori che esisteranno nel 2030 non sono ancora stati inventati**. Restando al presente, fra i lavori in crescita segnalati dal report del World Economic Forum, ci sono: **designer di esperienze immersive** (creare ambienti virtuali e interattivi per il metaverso, la realtà aumentata e la realtà virtuale); **creatori di contenuti digitali** (sviluppare video, podcast, blog e contenuti per piattaforme social e streaming; **esperti di storytelling interattivo** (progettare narrazioni

IL SETTORE CULTURA, CON UN FATTURATO ANNUO DI OLTRE 104 MILIARDI DI EURO, CRESCE DEL 5,5% RISPETTO AL 2023 E VANTA OLTRE 1,5 MILIONI DI OCCUPATI (+3,2% SUL 2022)

per videogiochi, esperienze digitali e contenuti multimediali); **specialisti in design sostenibile** (ideare prodotti e soluzioni ecologiche per ridurre l'impatto ambientale); **artisti digitali e illustratori 3D** (creano opere d'arte digitali, animazioni e modelli tridimensionali per vari settori); **musicisti e compositori per media digitali** (producono colonne sonore per videogiochi, film e contenuti online); **esperti di branding e identità visiva** (sviluppano



Ilaria De Martino, Istituto Modartech di alta formazione moda.

strategie di comunicazione visiva per aziende e prodotti); **progettisti di moda tecnologica** (integrano materiali innovativi e tecnologie indossabili nel settore dell'abbigliamento; **creatori di esperienze sensoriali** (sviluppano ambienti multisensoriali per eventi, marketing e intrattenimento; **innovatori dell'arte generativa** (utilizzano AI e algoritmi per creare opere artistiche uniche).

In generale, **cultura e arte, grazie alle tecnologie stanno vivendo un rilancio**, come conferma l'ultimo rapporto *Io sono cultura 2024 - L'Italia della qualità e della bellezza sfida la crisi*, di Unioncamere e Fondazione Symbola.

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 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, **la crescita maggiore si registra nel settore del Patrimonio storico e artistico (+19,6%)**, segui-

to da Architettura e design (+11,1%) e Software e videogiochi (+10,7%). In flessione il settore Editoria e stampa (-10,8%), compensato dalla crescita del 9,2% di ciò che ricade sotto il nome di Comunicazione (9,2%). In crescita contenuta Performing art e arti visive (+1,5%).

La produzione dei contenuti beneficia, nell'intera filiera, dell'introduzione dell'AI nei processi creativi di numerosi settori. Pionieri sono i videogiochi, dove le tecniche di machine learning sono utilizzate da tempo per migliorare l'esperienza di gaming

usati per la valorizzazione dei beni culturali. Tutte le regioni sono dotate di strumenti per attrarre 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 con progetti come Italian Videogame Program (Ivipro), che mette in contatto i developer della Penisola con organizzazioni di promozione.

La compenetrazione con le tecnologie digitali e il protagonismo delle nuove generazioni



Naba Mentorship Project con Mantero Seta.

(dal realismo del gameplay al dinamismo dell'ambiente ludico) così come per automatizzare alcuni compiti di sviluppo.

Diversi settori si rafforzano grazie alla crescente relazione con il turismo, a partire dall'audiovisivo. I videogame, in particolare, sono

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** è l'amplessissima presenza di **con-**

tratti a termine, che comporta come effetto domino, precarietà professionale e incertezza progettuale esistenziale. Fattori che incidono sulla drammatica denatalità della nostra Penisola.

Se a queste evidenze si aggiunge il 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 al costo della vita dovuto (**il nostro Paese è in coda fra le nazioni Oece anche negli aumenti contributivi nominali**), il panorama sembra richiedere urgentemente, alle classi dirigenti italiane, maggiore lungimiranza, valorizzazione e attenzione verso l'ultima, e numericamente più esigua, Next Gen italiana. Secondo Unioncamere e Fondazione Symbola la precarietà giovanile, nei tre 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.

Le città più in grado di assorbire forza lavoro altamente qualificata sono Milano (13,4%), e Roma (11,7%). Poi Torino (5,1%), Napoli (3,5%) e Firenze (3,6%). La Top Ten è completata da Bologna (2,4%), Padova (2%), Brescia, Bergamo (1,9%) e Verona (1,8%).

Positivi il fabbisogno occupazionale delle aziende artistico-artigianali: il report di Altagmama, associazione che riunisce le aziende italiane posizionate nell'alto di



Giovani al lavoro in un laboratorio dell'Accademia IUAD.

gamma della creatività e della cultura, presentato **prevede entro il 2028 un fabbisogno di oltre 270mila giovani** nei soli settori Moda e design, Automotive, Food e Ospitality.

A favore delle nuove generazioni di creativi ci sono anche i macro-cambiamenti in atto dovuti alla transizione digitale e ambientale. **Le professioni del futuro saranno più articolate.** Ciò dovrebbero portare, in un quadriennio, a un aumento dei dipendenti dei settori privati fino 1,3 milioni e sino a oltre 418mila tra gli 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 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. Le filiere del commercio e del turismo, che più hanno sofferto lo choc pandemico, sono 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, 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 dovrebbero sostenere l'evoluzione di moderne filiere, 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 trasporti 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,** educazione e comunicazione, conoscenza di leggi e normative, familiarità con le tecnologie digitali.

In crescita sono anche professioni come Digital curator, responsabile catalogazione e accesso alle risorse digitali; **Data visualizer,** 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 di professioni culturali emergenti e 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 divisi 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. Tra le principali caratteristiche dei lavori culturali, secondo **Eurostat**, ci sarà la **trasversalità**: gli occupati con più chance saranno quelli capaci di muoversi con agilità nei vari domini che compongono ogni settore.

I LAVORI IN CRESCITA

QUALI SONO I NUOVI MESTIERI 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 DEI LORO PRINCIPALI COMPITI

___ 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 D'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 tralasciare 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 professionale 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. E' 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**

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

— 51

SCENOGRAFO 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

Si tratta della figura professionale 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

Si tratta di un professionista specializzato nella cosiddetta "narrazione d'impresa", il cui obiettivo è quello di 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

Questo professionista si occupa

dell'esposizione e della disposizione dei prodotti all'interno di un'area commerciale oppure di una 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

Questo particolare professionista ha il compito di intrattenere le persone in uno spazio pubblico, dalla pista da discoteca ai tavoli di un ristorante. Utilizza la propria voce per animare le serate e gli eventi che è chiamato a gestire, 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.

L'AMORE È L'UNICA COSA IMPORTANTE*

**SÌ, MA SERVONO LE SKILLS.*

FAI QUELLO CHE AMI, MA FALLO BENE
CON LA GIUSTA FORMAZIONE.
INIZIA LA TUA CARRIERA DA CREATIVO.

TRIENNALI

- | | | |
|-------------------------------------|----------------------------|------------------------------------|
| ▣ ART DIRECTION /
GRAPHIC DESIGN | ▣ VIDEOMAKING /
CINEMA | ▣ UX/UI /
INTERACTION
DESIGN |
| ● INTERIOR /
PRODUCT DESIGN | ● GAME /
VIRTUAL DESIGN | |



counseling —

IL TALENTO SENZA STUDIO E COMPETENZA NON BASTA

IL NUOVO PRESIDENTE DI CONFINDUSTRIA MODA, **LUCA SBURLATI**, ANALIZZA UN SETTORE IN TRASFORMAZIONE: TRA CRISI GLOBALE E NUOVE OPPORTUNITÀ, **SERVONO COMPETENZE IBRIDE, INVESTIMENTI IN SOSTENIBILITÀ E UN FORTE LEGAME TRA FORMAZIONE E IMPRESA PER RILANCIARE IL MADE IN ITALY**

La moda è sinonimo di creatività, di eccellenza del Made in Italy. Qual è il suo stato di salute oggi, considerati un certo rallentamento globale del settore e la guerra dei dazi?

Il quadro è complesso: nel 2024 il comparto tessile-abbigliamento ha registrato un calo del 6,1% rispetto all'anno precedente. Tuttavia, questi numeri dimostrano

anche la straordinaria tenuta e resilienza del Made in Italy, sostenuta da una percezione molto positiva sui mercati internazionali che non dobbiamo perdere. Le piccole e medie imprese – circa il 60% della filiera – attraversano una fase difficile, segnata da incertezza, margini sempre più ridotti e criticità legate alla loro dimensione strutturale e alle congiunture geopolitiche.

Per quanto riguarda i dazi, il vero problema oltre il clima di incertezza che genera, non è tanto il dazio in sé, quanto il suo impatto relativo: se i nostri concorrenti internazionali beneficiano di condizioni più favorevoli, rischiamo uno svantaggio competitivo. Per questo è fondamentale rafforzare il nostro sistema industriale: vanno sostenute le imprese e favorite le aggregazioni, investire sull'internazionalizzazione.

Come ci si prepara a svolgere una professione creativa nella moda?

Bisogna innanzitutto comprendere che creatività e competenza tecnica devono viaggiare insieme. Il talento è fondamentale, ma non basta: ser-

vono metodo, cultura del progetto, visione e consapevolezza dei cambiamenti in atto nel settore, dalla sostenibilità all'intelligenza artificiale. Oggi in Italia abbiamo scuole e accademie di altissimo livello, università, ITS, poli tecnici, capaci di offrire una preparazione concreta e aggiornata. Non esiste un solo percorso giusto: c'è chi parte da studi artistici, chi da indirizzi tecnici, chi da design o economia. Ma ciò che conta è l'approccio: curiosità, disciplina e apertura internazionale.

Quanto alla specializzazione, è importante, ma non deve essere prematura. Il mondo della moda ha bisogno di creativi ma soprattutto al 90% di persone che imparino i processi e le fasi di prodotto, che sappiano dialogare con l'industria, capaci di integrare estetica e mercato.

Su quali ambiti consiglia di puntare?

Oggi la moda non è più solo una questione di stile: è un ecosistema articolato, dove creatività, tecnologia e visione industriale si intrecciano. I ruoli con il maggior potenziale sono quelli nella zona di confine tra innovazione, sostenibilità, digitale e artigianalità.

Luca Sburlati, dal 19 maggio 2025 presidente di Confindustria Moda.





Le aziende cercano profili in grado di conoscere e sviluppare nuovi tessuti, materiali intelligenti e soluzioni sostenibili.

Figure ibride, multidisciplinari, capaci di adattarsi e guidare il cambiamento. A un giovane consigliere di guardare a tre ambiti:

INNOVAZIONE di prodotto e dei materiali: le aziende sono alla ricerca di profili in grado di conoscere e sviluppare nuovi tessuti, materiali intelligenti, soluzioni sostenibili e processi produttivi avanzati. Chi possiede competenze che uniscono design, tecnologia e scienza dei materiali è oggi molto richiesto.

Moda digitale e tecnologie avanzate: l'integrazione tra moda e tech è sempre più concreta. Dall'uso dell'IA nella progettazione, alla modellazione 3D, dal metaverso

al digital merchandising. I profili come digital fashion designer o 3D pattern maker rappresentano un'area di grande crescita e sperimentazione.

SOSTENIBILITÀ e trasparenza della filiera: la moda del futuro sarà sempre più responsabile. C'è bisogno di figure capaci di implementare strategie ESG, valutare gli impatti ambientali e costruire supply chain trasparenti. La sostenibilità è una precondizione necessaria per restare sul mercato

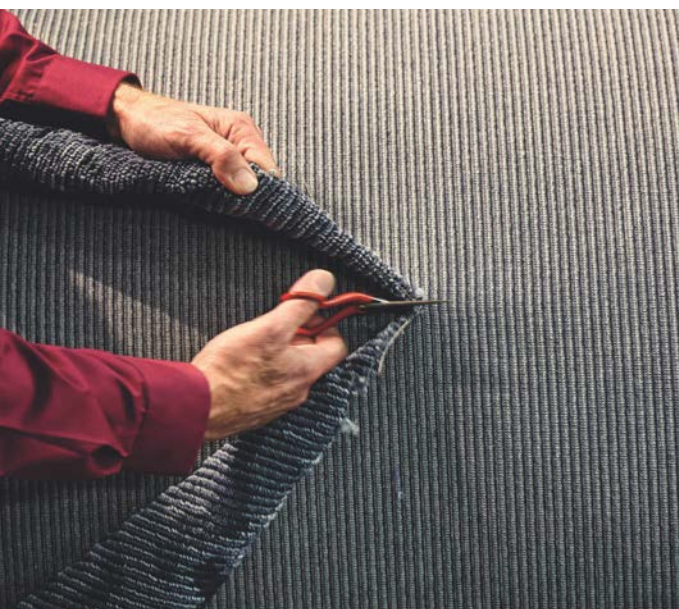
TRADIZIONE ed innovazione: sarti, maglieristi, prototipisti e modellisti sono comunque mestieri straordinari della nostra tradi-

zione, da preservare e integrare con competenze adatte a macchine sempre più permeate di tecnologia.

Per quale comparto in particolare si prevede una crescita?

L'alto di gamma industriale: una fascia di produzione che unisce eccellenza manifatturiera, innovazione e forte proiezione sui mercati internazionali.

Un secondo ambito riguarda tutto ciò che è legato alla sostenibilità e alla transizione green: prodotti circolari, materiali bio-based o rigenerati, filiere trasparenti e tracciabili. Chi investirà in questa direzione non solo risponderà alle richieste del mer-



Momenti di lavoro in azienda. Il tirocinio è un passaggio cruciale: permette di conoscere da vicino settore, ruoli e dinamiche.

cato, ma costruirà un vantaggio competitivo duraturo.

In parallelo, si sta consolidando un comparto meno noto al pubblico, ma di grande potenziale: quello dei tessuti tecnici. L'Italia detiene il primato europeo in questo ambito, e il nostro tessile è già protagonista in settori altamente innovativi come l'aerospaziale, il medicale, il tecnico-sportivo. Qui si stanno aprendo frontiere nuove, con applicazioni inaspettate che diventeranno sempre più centrali.

Quali sono le qualità necessarie per lavorare nella moda?

Questo settore è affascinante, ma anche molto esigente: non è fatto solo di creatività e passerelle, ma anche di industria, tecnologia, processi produttivi. Serve innanzitutto la capacità di muoversi fra discipline diverse. Non basta essere bravi in una sola cosa: è

necessario saper dialogare con chi si occupa di design, ma anche di sostenibilità, digitale, marketing o produzione. Serve un approccio trasversale, aperto, capace di tenere insieme cultura, tecnica e innovazione. È fondamentale anche essere flessibili. Il settore cambia rapidamente: le professioni di oggi non saranno le stesse tra pochi anni.

Il mio consiglio è anche di non avere fretta: partire dal basso, conoscere davvero la filiera, fare esperienza sul campo è spesso il modo migliore per costruirsi una carriera solida.

Dove indirizzarsi per la formazione e per il tirocinio?

In Italia abbiamo un sistema formativo d'eccellenza, che va dagli istituti tecnici e ITS fino a università e accademie specializzate. È fondamentale scegliere percorsi che uniscano teoria e pratica, con for-

ti legami con le imprese.

Il tirocinio è un passaggio cruciale: permette di conoscere da vicino il settore, i ruoli e le dinamiche aziendali. In questo senso, le Academy interne alle aziende rappresentano un'opportunità straordinaria. Sono strumenti efficaci per trasmettere competenze tecniche e valori d'impresa, e spesso si traducono in reali occasioni di inserimento professionale.

La tecnologia, in particolare l'IA, come si sposa con la creatività umana?

La tecnologia non è in contrasto con la creatività umana; anzi, può potenziarla e valorizzarla. L'IA è uno strumento estremamente utile: accelera i processi, analizza dati, genera scenari, ma non può sostituire l'intuizione, il gusto, la sensibilità e soprattutto la manualità,



che restano patrimonio del talento umano. Nel nostro settore, la creatività e l'artigianalità sono tuttora il cuore pulsante, ma oggi possono dialogare con la tecnologia per progettare in modo più rapido, testare soluzioni, anticipare tendenze e ottimizzare l'uso delle risorse.

In quali contesti viene utilizzata di più nella filiera della moda?

Nella progettazione aiuta ad analizzare trend, generare varianti di prodotto e velocizzare il processo creativo. In produzione, ottimizza l'uso dei materiali, riduce sprechi e rende la supply chain più trasparente e tracciabile.

Anche in marketing e vendite, l'IA è strategica: consente di prevedere la domanda, personalizzare l'offerta e migliorare

l'esperienza del cliente, soprattutto nell'e-commerce.

C'è paura che l'IA possa ridurre i posti di lavoro?

Più che ridurre i posti di lavoro, l'IA sta trasformando le competenze richieste. Alcune attività saranno automatizzate, ma si creeranno nuove opportunità in ambiti come il digital design, l'analisi dei dati e la gestione della supply chain. Ma la nostra industry resterà ancora per decenni legata alle mani, difficile immaginare un robot che cucia nei prossimi decenni.

L'esperienza all'estero è tuttora fondamentale?

È preziosa perché apre la mente e offre una visione internazionale, oggi fondamentale nella moda. Ma l'Italia resta un polo di attrazione: siamo ancora un riferimento mondiale per creatività, manifattura e formazione.

L'ideale è saper integrare le due esperienze: partire per arricchirsi e, perché no, tornare per contribuire al valore del Made in Italy.

Qual è il ruolo delle aziende nella formazione dei giovani?

Le aziende hanno un ruolo centrale: devono partecipare attivamente alla formazione, non limitarsi ad aspettare giovani già pronti. Collaborare con scuole e istituti, accogliere tirocini, contribuire a orientare i percorsi formativi è essenziale per creare competenze utili e attuali. Solo con un vero dialogo tra impresa e formazione possiamo preparare figure professionali pronte a entrare nel mondo del lavoro e capaci di affrontare le sfide della moda di domani. Il concetto di Academy va esteso e «allungato» scuola ed aziende devono essere una l'estensione dell'altra.



ALBERTA FERRETTI: ECCO PERCHÉ CREDO NEI GIOVANI

DALLA PRIMA BOUTIQUE APERTA A 18 ANNI AL SUCCESSO INTERNAZIONALE DEL SUO BRAND, LA STILISTA E MANAGER DISPENSA I SUOI CONSIGLI AGLI STUDENTI, PER CONIUGARE TRADIZIONE E MODERNITÀ, EXPERTISE E AI 4.0

«Ho sempre creduto nei giovani perché portano energie e nuove idee, supportate da uno sguardo diverso sul mondo». Parola di Alberta Ferretti, protagonista del Made in Italy e portavoce della moda tricolore, nonché figura di riferimento nel promuovere la capacità di fare sistema nel Paese. Dalla prima boutique aperta a Catolica a soli 18 anni al lancio del suo brand omonimo nel 1974, fino allo showroom di

Milano e al debutto alla Fashion Week nel 1980, Alberta Ferretti ha trasformato talento e creatività in una visione imprenditoriale concreta. Assieme al fratello Massimo ha fondato il Gruppo Aeffe, uno dei principali poli del lusso italiano quotati in Borsa, che riunisce oggi i marchi Moschino, Pollini e la stessa maison Alberta Ferretti, il cui testimone creativo è recentemente passato a Lorenzo Serafini.

Stilista dall'eleganza eterea e romantica, pioniera nell'esaltarne la femminilità senza ricorrere all'androginità per affermarne il ruolo di leader, **Alberta Ferretti** è amatissima da personalità di spicco e star internazionali, tra cui Rania di Giordania, Meryl Streep, Susan Sarandon e Taylor Swift. Al tempo stesso manager lungimirante, nominata Cavaliere del Lavoro già nel 1998, **ha sempre valorizzato le nuove generazioni**, costruendo un ponte tra espe-

rienza e innovazione, tradizione e modernità.

In queste pagine, Alberta Ferretti condivide la sua storia e i **suggerimenti** maturati in anni di carriera con studenti, talenti emergenti e con chi, come lei, guarda al domani della moda. Lo fa delineando sfide del presente e **nuovi scenari**, riflettendo su **percorsi di studio e orizzonti professionali del futuro**, analizzando i ruoli della filiera e dell'artigianato, ponendo attenzione all'evoluzione dei mercati, alla tecnologia, all'intelligenza artificiale, alla responsabilità etica e alla sostenibilità ambientale.

Ha aperto la sua prima boutique, Jolly, a Cattolica, a 18 anni. Cosa l'ha spinto, giovanissima,

Alberta Ferretti, stilista, protagonista dal 1980 del Made in Italy nel mondo.



a un passo così ambizioso?

La mia passione per la creatività è nata da bambina. Mia madre aveva una sartoria e sono cresciuta immersa nella moda. Osservarla lavorare è stata una grande fonte di **ispirazione**, da cui ha preso forma il desiderio di intraprendere questa professione.

Quale scintilla l'ha portata a lanciare il suo brand, Alberta Ferretti, nel 1974?

Quando ho aperto il mio negozio ho iniziato a vendere, insieme agli abiti di altri brand, anche le mie creazioni che proponevano un tipo di moda molto diversa da quello che offriva il mercato. In quel momento storico, le donne stavano iniziando a ricoprire ruoli rilevanti sul lavoro e quello che la moda presentava loro era per lo più un abbigliamento **androgino**, che tendeva a mascherare la loro femminilità, con l'intento di farle prendere sul serio in un mondo guidato da uomini. Il mio scopo invece è sempre stato quello di esaltare la femminilità, lasciando spazio a quella vena romantica e delicata, che è poi diventata la cifra stilistica del mio brand.

L'apertura dello showroom a Milano e il debutto alla Milano Fashion Week nel 1980 sono state svolte decisive. Quale visione l'ha guidata?

La Milano degli anni Ottanta offriva tante opportunità e io decisi di coglierle, ascoltando il mio **istinto**, facendomi promotrice di un cambiamento che a mio avviso liberava le donne, esaltando la loro bellezza e dando loro quella leggerezza, che non è frivolezza ma capacità di ascoltare i propri desi-



Sopra, sfilata a Venezia nel 2021. Nella pagina accanto, a destra, un'altra immagine tratta dall'evento veneziano e uno scatto da Resort 2024, tenuto a Rimini.

deri. Posso affermare di aver **individuato un vuoto nel mercato**, che corrispondeva esattamente a quella che era invece la mia idea di moda. È stato tutto molto naturale, non forzato, era il momento giusto per un cambiamento.

Sempre nel 1980 ha fondato, assieme a suo fratello Massimo, l'azienda Aeffe. Di cosa si occupava agli inizi e quali sono state le tappe principali della crescita del Gruppo?

Da sempre, dentro di me, creatività e imprenditorialità sono stati elementi interconnessi. A un certo punto, guardando il panorama della moda è nata la consapevolezza che fosse necessario, per dare un futuro al progetto, lavorare sul

concetto di **industria**, creando un'organizzazione che potesse trasferire gli stessi valori di qualità e artigianalità del marchio Alberta Ferretti all'operato di altri stilisti internazionali. Da questa convinzione nasce Aeffe e la collaborazione con designer come Jean Paul Gaultier e Narciso Rodriguez. Una tappa fondamentale nel nostro percorso è stato l'incontro con Franco Moschino, di cui abbiamo riconosciuto immediatamente l'**intuito** e la creatività unici. Con Franco abbiamo instaurato un sodalizio che ha segnato la storia del Gruppo. La crescita è proseguita con l'espansione **interna-**

zionale, l'ingresso di altri marchi, l'acquisizione della Pollini che oggi produce le linee di accessori, e la quotazione in borsa nel 2007.

Lei è vicepresidente del Gruppo Aeffe, mentre suo fratello Massimo ne è il presidente esecutivo. Come si crea e consolida un polo del lusso italiano quotato in borsa e con oltre 1.300 dipendenti nel mondo?

Costruire e mantenere nel tempo un gruppo come Aeffe richiede passione, **coerenza** e un grande lavoro di squadra. La reale sfida in un mercato globale in continuo cambiamento è senza dubbio **evol-**

versi, restando fedeli ai propri valori. Creatività, qualità e italianità sono ciò che da sempre ha guidato le nostre scelte. Essere un gruppo che opera e produce in Italia, inoltre, significa valorizzare le professionalità e il savoir-faire che tradizionalmente caratterizzano il nostro Paese, coniugando tradizione e innovazione.

Dall'inizio, ha ricoperto i ruoli di stilista e imprenditrice...

Pur essendo una creativa sono una persona molto **rigorosa**, capace di darmi degli obiettivi e fare di tutto per raggiungerli nel modo più efficiente possibile. Questo mi ha certamente aiutata nello sviluppo della mia azienda. Non nascondo che avere accanto mio fratello Massimo e i miei collaboratori storici è stato fondamentale, soprattutto in quei momenti in cui la mia parte creativa prendeva inevitabilmente il sopravvento e c'era comunque il bisogno di portare avanti progetti e **aspetti** dell'azienda che, a volte, sono **invisibili** a molti, ma assolutamente fondamentali.

Cosa consiglia ai giovani che sognano di coniugare creatività e spirito imprenditoriale? Una scuola d'alta formazione può essere un vantaggio?

Di essere sempre curiosi e **studiare tanto, anche ciò che sembra lontano** dai propri interessi. Fare esperienze, non solo lavorative, ma anche di vita: è da qui che arriva la vera ispirazione. E' inoltre importante vivere un'esperienza in un altro brand, in cui osservare e apprendere il più possibile, con passione e umiltà. Fondamentale, infine, **abbandonare pregiudizi**

Eva Herzigova sul red carpet del Festival di Venezia, 2 settembre 2016.





Da sinistra, Susan Sarandon al SAG Awards 2028; Taylor Swift a Glendale, Arizona, 18 marzo 2023; Scarlett Johansson al 76th Academy Award 2004; Andie McDowell al Festival di Berlino 2019; Uma Thurman alla serata degli Oscar del 2000.

ed essere aperti al nuovo. È il modo migliore per costruire un proprio progetto e rinnovarsi col tempo.

Come stilista ha costruito un Dna riconoscibile, amato dalle donne di tutto il mondo. Come si sviluppa un'identità creativa forte e coerente?

Serve trovare un'ispirazione che possa essere sempre il punto di partenza del processo creativo. La mia musa, che è sempre stata una donna reale, è indipendente, determinata e libera. Sicura di sé e della sua femminilità. Non la ritrovo soltanto nelle bellissime e talentuose attrici che ho vestito nel corso della mia carriera, ma soprattutto nelle donne che incontro nella **vita di tutti i giorni** e sono sempre state una **fonte inesauribile di spunti**.

La vera sfida è durare nel tempo, adattandosi ai cambiamenti senza perdere il proprio ethos. Quali sono le regole per

rimanere rilevanti nella moda?

Credo che la chiave per un brand duraturo sia trovare una **balance** tra il mantenimento della propria **identità** e l'inevitabile evoluzione imposta dal **mercato**. Negli anni sono sempre rimasta fedele al mio concetto di stile: romantico, femminile, ma sempre radicato in un **realismo** che corrisponde alle necessità della vita di ogni giorno.

Quanto è importante conoscere la filiera produttiva, anche per chi si concentra solo sulla parte creativa? E in che misura è utile avere una comprensione della dimensione artistica per chi aspira a ruoli manageriali?

Il rapporto tra creativi e manager è cruciale. La storia della moda è piena di case history di successo, determinate dalla riuscita di questo **connubio**. Il **dialogo** è fondamentale e per far sì che sia produttivo è necessario parlare la stessa lingua. Ecco perché ciascuno dei due ruoli deve essere, per

così dire, "contaminato" dalla **comprensione dell'altro**. Solo con una conoscenza a 360° del processo è possibile guardare nella stessa direzione con consapevolezza e rispetto.

Ha sempre dato spazio alle nuove generazioni, per esempio con Lorenzo Serafini direttore creativo della linea *Philosophy* e del marchio *Alberta Ferretti*. Che importanza assegna alla Next Gen? Crede ai giovani?

Assolutamente. Ho sempre creduto nei giovani perché **portano energie e nuove idee**, supportate da uno sguardo diverso sul mondo. Il passaggio generazionale nella moda dev'essere basato sul dialogo tra esperienza e innovazione, tradizione e modernità. Lorenzo nel Gruppo da tempo e ne condivide i valori. L'ho scelto per la sua **sensibilità romantica e contemporanea** che parla alle nuove generazioni e per il lavoro che sta facendo sul brand.



Tre protagoniste della creatività: Franca Sozzani, Alberta Ferretti e Anna Wintour. A destra, la stilista italiana con Brian De Palma.

Come sta evolvendo la moda?

E è diventata più **veloce**, più **digitale**, ma allo stesso più **consapevole** del suo valore. Oggi non basta creare bellezza, siamo legati al nostro tempo e ai bisogni della società. Non parliamo soltanto di clienti, ma di un pubblico più ampio che, proprio causa la digitalizzazione, è influenzato da ciò e da come comunichiamo.

Quali competenze considera oggi indispensabili per i giovani che vogliono emergere in questo settore?

È necessario sviluppare competenze **trasversali**: non basta avere talento, occorre anche **comprendere** a fondo il **prodotto** e i **meccanismi** del mercato. Creare qualcosa di esteticamente bello non è sufficiente; si deve rispondere concretamente alle esigenze del consumatore.

In qualità di stilista e imprenditrice, quali ritiene siano le carriere più promettenti nel futuro della moda, sia sul fronte creativo sia su quello manageriale?

Accanto alle professioni tradizionali della moda, **stanno nascendo tantissime figure** legate all'innovazione e alla sostenibilità. La società è cambiata e il sistema moda ha il dovere di evolversi, rispondendo con consapevolezza e responsabilità. Oggi le carriere più promettenti sono quelle che sanno **unire sensibilità estetica e visione del futuro**, che valorizzano la cultura e il know-how artigianale, ma in chiave etica e sostenibile. Penso per esempio a figure esperte in materiali e tecniche di produzione innovative, così come i protagonisti della comunicazione etica.

È nota per il suo impegno verso la sostenibilità, per cui ha ricevuto premi prestigiosi, come l'*Ethical & Sustainable Award*. Come possono i giovani creativi contribuire fin da subito a un sistema più etico?

Creando meno e meglio. I capi non devono esaurirsi in una stagione, alimentando così un consumismo inutile e dannoso per il pianeta. Il lavoro creativo dovrebbe essere rivolto alla ideazione di

una moda senza tempo, con **abiti che possano durare a lungo**, sia da un punto di vista stilistico, sia da un punto di vista qualitativo. La moda usa e getta non può e non deve essere un'opzione.

Il futuro della moda passerà anche attraverso l'intelligenza artificiale. Ritiene sia un ambito in cui immergersi fin dagli anni della formazione, o piuttosto da affiancare a un percorso di studi e a competenze più tradizionali?

Le nuove tecnologie costituiscono una grande opportunità. Bisogna però utilizzarle con consapevolezza, senza pensare che possano essere un sostituto della creatività e delle competenze tradizionali. Credo fermamente, ieri come oggi, che **la moda nasce dalle emozioni**; l'essere umano rimane dunque insostituibile.

Tra i numerosi riconoscimenti ricevuti, come il titolo di Cavaliere del Lavoro nel 1998 o il premio alla carriera nel 2005, ce n'è uno a cui è particolarmente legata?

Ognuno di questi riconoscimenti è motivo di grande soddisfazione e orgoglio. Sono particolarmente legata al premio "The Romantics", consegnatomi da Anna Wintour nel 2005.

Tra regine e star internazionali, sono moltissime le donne straordinarie che hanno scelto le sue creazioni. C'è un aneddoto che potrebbe ispirare i giovani?

In generale, rimango sempre molto colpita dalla gentilezza e dalla cordialità che personalità di questo calibro riescono ad avere. Ricordo il mio primo incontro con **Meryl Streep** a New York: venne da sola all'appuntamento e si dimostrò affabile e disponibile. Quel primo fitting fu seguito da una seconda prova e, in quell'occasione, mi colpì moltissimo il fatto che ricordava perfettamente il nome della **sarta**, Maria, che l'aveva assistita anche la prima volta. Un piccolo gesto che rivela

attenzione e umanità. Questo esempio dimostra come dietro all'idea di celebrity ci sia il valore delle singole donne, con alcune delle quali attraverso il lavoro abbiamo creato dei bellissimi rapporti personali. Una tra tutte, sua altezza reale Rania di Giordania, che mi ha voluto tra i suoi invitati alle celebrazioni del suo anniversario nella casa di Doha.

C'è un abito a cui è particolarmente legata?

Ce ne sono diversi, ma dovendo sceglierne uno, direi l'abito di colore rosso cremisi indossato da Uma Thurman in occasione degli **Oscar** nel 2000. Era la prima volta che una delle mie creazioni era su un red carpet (e che red carpet!), un momento davvero memorabile. Quel look viene ancora citato come uno dei più iconici della storia degli Awards.

Se potesse rivolgersi alla giovane Alberta Ferretti che apri-

va Jolly a diciott'anni, che consiglio le darebbe ora?

Non farti turbare dalle difficoltà: sarà un viaggio bellissimo!

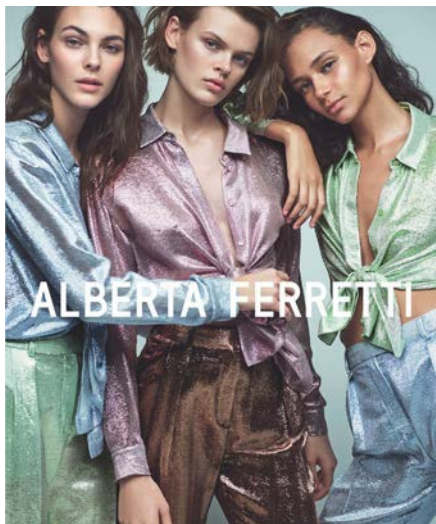
Cosa sogna per il futuro di Alberta Ferretti, del Gruppo e, più in generale, della moda made in Italy?

Siamo tutti consapevoli che questo è un **momento complesso** per il mondo della moda e del lusso.

Nel corso della mia carriera ho imparato però che **le difficoltà sono sempre opportunità** per crescere e migliorarsi, grazie a passione e dedizione, elementi che certamente non mancano né all'interno del mio Gruppo, né al nostro sistema di moda.

Sogno un futuro in cui *savoir-faire* artigianale e nuove tecnologie convivano e si supportino a vicenda, creando valore nel rispetto della società e del pianeta. Abbiamo la fortuna di possedere un patrimonio unico: sta a noi custodirlo e farlo **evolvere**.

Da sinistra, collezione Primavera Estate 2018; Linda Evangelista, protagonista della campagna pubblicitaria 1991 (foto di Steven Meisel); Gisele Bündchen durante la sfilata per la collezione Primavera Estate 2000.





SPETTACOLO, L'X FACTOR CRESCE DIETRO LE QUINTE

IL COSTUMISTA **CARLO POGGIOLI** SPIEGA COME FORMARE I PROFESSIONISTI DEL PALCOSCENICO, TRA CORSI, LABORATORI, CULTURA E PASSIONE. E PERCHÉ SERVE UNA NUOVA GENERAZIONE DI ARTIGIANI PER **SALVARE IL CINEMA ITALIANO**

La fabbrica dei sogni è stato definito il cinema. Lo stesso si può dire per il mondo dello spettacolo in generale, che per fabbricare questi meravigliosi momenti di intrattenimento e cultura non ha bisogno solo di registi e attori, ma di un'infinità di figure professionali che lavorano dietro le quinte con una creatività non inferiore a quella delle star, per esempio costumisti, scenografi, arredatori.

Ma quali sono i percorsi di formazione? Ne parliamo con Carlo Poggioli,

uno dei più importanti e noti costumisti italiani, presidente dell'AS-SC, l'Associazione Scenografi, Costumisti e Arredatori Italiani, che da anni organizza corsi di formazione per i giovani.

Dove trovano lavoro i professionisti che formate?

Non solo nel cinema, ma in tutti i settori dello spettacolo. Io stesso amo impegnarmi anche nel teatro, sia di prosa sia lirica, faccio serie tv, mi occupo di pubblicità. È un campo ampio il nostro, con tante possibili applicazioni

C'è un limite d'età per partecipare ai vostri corsi?

No, anche se ovviamente si iscrivono soprattutto i giovani, siamo aperti a tutte le candidature. L'anno scorso abbiamo avuto due cinquantenni al corso per costumisti, persone che venivano dal mondo dell'abbigliamento e della moda, ma che volevano approfondire la conoscenza dei costumi d'epoca. Bisogna dare a tutti la possibilità di trovare la propria strada.

Il numero è chiuso?

Sì, perché abbiamo deciso di dedi-

carci a 12 allievi al massimo per ogni corso della durata di tre mesi, così da poter seguire ognuno al meglio. Però da due anni l'ASC, in collaborazione con Cinecittà, organizza un'altra serie di insegnamenti, le Botteghe Artigiane. È un progetto più corposo, 500 ore di corsi, ognuno per 18 allievi, all'interno degli studi di produzione Voxson, e sono gratuiti perché finanziati con i fondi del PNRR. A oggi, sono stati attivati i corsi di pittura, scultura, falegnameria, taglio del costume, make-up e hair-style. Poi abbiamo riproposto tintura dei tessuti, invecchiamento ed elaborazione dei costumi, ricamo, modisteria e così via. Stiamo progettando un nuovo corso per insegnare il taglio e la confezione di alcuni dei costumi più famosi nei grandi film del passato.

Insomma, state formando nuove generazioni di artigiani...

Ma certo, il reparto costumi, come quello di scenografia, è formato da

Carlo Poggioli, presidente ASC, è uno dei più noti costumisti italiani.



tante professionalità e competenze diverse. L'artigiano per il cinema è un mestiere che sta scomparendo e per il nostro lavoro è fondamentale. Ma lo sa quanto è difficile oggi trovare una ricamatrice o chi sa realizzare i cappelli? Non abbiamo più chi sa invecchiare in modo realistico un costume per un film d'epoca, dipingere un fondale o creare un oggetto di scena, che richiedono tecniche precise.

Come valutate le candidature?

Preferiamo chi proviene da studi artistici, Accademie di Belle Arti, perché ha già di base una preparazione attinente al nostro lavoro. Poi cerchiamo di aiutare gli studenti a capire quale sia la strada più consona alle loro aspirazioni. Alcuni ragazzi non hanno le idee chiare: a volte pensano di fare gli arredatori, poi scoprono che gli piace di più occuparsi dei props, cioè, per esempio, di realizzare gli oggetti di scena. Molti vengono da noi dopo aver fatto una scuola di moda, oppure lo IED, ma

per fare uno dei nostri mestieri non basta: i nostri docenti sono professionisti che si dividono fra i set e l'insegnamento. In sostanza, insegniamo come funziona un reparto prima e durante le riprese. Poi ci interessa che abbiano passione, dedizione e la voglia di continuare a studiare e sperimentare sempre. In questo mondo bisogna impegnarsi moltissimo, anche nelle ore libere, perché diamo anche molti compiti da svolgere, anche piacevoli come guardare film, andare alle mostre, leggere e così via, indispensabili a crearsi un bagaglio culturale utile per il lavoro.

Come riconoscere il talento di chi vuole fare un mestiere creativo?

Io lo capisco subito dai disegni che mi porta: non mi interessa che siano «belli», ma che esprimano un sentimento, una passione, una forza mentale che, anche se non è declinata tecnicamente bene, ti comunichi creatività.

Quanto conta la cultura specifica



e generale?

È fondamentale, e purtroppo mi sono reso conto che oggi i nostri ragazzi hanno una formazione approssimativa. Recentemente in una masterclass ho parlato della serie Netflix *Il Gattopardo* per la quale ho firmato i costumi. Quando ho chiesto chi avesse visto il film capolavoro di Luchino Visconti del 1963, su 60 ragazzi solo due hanno alzato la mano. Allora dico che bisogna dare loro una preparazione anche del passato. Perché magari sanno che Sorrentino ha vinto l'Oscar con *La grande bellezza*, ma non sanno quanti ne ha vinti Fellini, quanti ne ha vinti Danilo Donati, chi era Piero Tosi e così via.

Insomma non basta studiare sui libri di testo per avere successo...

Io ho avuto la fortuna di lavorare con grandi registi internazionali come Terry Gilliam, Spike Lee, Roman Polanski e tutti conoscono alla perfezione il grande cinema italiano del passato. Durante la lavorazione di *The Palace*, Polanski la sera a cena rideva come un matto ripetendo a menadito le battute di Totò, Alberto Sordi, Aldo Fabrizi. Se volete fare i costumisti, gli scenografi, gli arredatori per lo spettacolo, dovete avere un bagaglio culturale che spazia su tutto il mondo e che va indietro di decenni. E non solo riguardo al cine-

ma. E leggetevi le sceneggiature, tanto si trovano su Internet, perché è dalla sceneggiatura che deriva tutto il resto.

Che cosa caratterizza i vostri corsi, pratica o teoria?

Anche se sono corsi brevi, diamo la possibilità di conoscere a 360 gradi tutte le particolarità del lavoro di costumista, di scenografo e di arredatore, perché un tempo ci si formava così: imparando a fare qualunque cosa. Sono molte materie diverse che insegniamo con molte ore di laboratorio. Chi studia costume, per esempio, deve impratichirsi anche con il taglio dei tessuti, con il ricamo, e con tutta la parte di lavoro digitale che ormai è imprescindibile.

Come viene utilizzata la tecnologia nel vostro lavoro?

Faccio una premessa: nel cinema e molto di più per le serie televisive, non si è mai sicuri di come sarà girata una scena che si era letta nella sceneggiatura. Fino alla sera prima di girarla, il regista o la produzione possono decidere di cambiare tutto. Allora tu magari hai fatto lo «spoglio» del copione, cioè hai capito quali sono i personaggi, in che ambiente si muovono, come sono vestiti eccetera e hai preparato tutto per il set. Se ti arriva un copione nuovo, grazie ai software più recenti non devi fare altro che inserire i nuovi dati per far fronte alle nuove richieste.

Che cosa pensa dell'Intelligenza artificiale?

L'IA, nel nostro mestiere, può essere uno strumento prezioso per risparmiare tempo quando si fanno ricerche durante la preparazione, ma quello che ti propone va sempre verificato e comunque filtrato dalla sen-



Chi studia costume, deve impratichirsi con il taglio dei tessuti, con il ricamo, e con tutta la parte di lavoro digitale.

sibilità, cultura, gusto umano. Diciamo che è utile ma non può sostituire la nostra creatività:

Quali prospettive di lavoro ci sono oggi per chi vuole iniziare un percorso professionale?

L'economia del cinema, ma anche delle serie televisive, è in difficoltà un po' dappertutto, principalmente negli Stati Uniti.

In Italia, negli ultimi tre anni si è assistito a una crescita esponenziale del lavoro delle produzioni cineaudovisive che ha portato a un proliferare di lavoratori non professionisti assunti solo per far fronte alla grande richiesta di personale. Ma purtroppo si trattava di una bolla, che si è sgonfiata a causa della recente crisi dovuta in primis allo stallo delle

produzioni hollywoodiane e in seconda istanza al ritardo della riforma del tax credit. Questo ha comportato che tanti dei nuovi professionisti più o meno improvvisati sono stati lasciati a casa per mancanza sì di lavoro, ma anche e soprattutto di giuste competenze.

I veri professionisti, infatti, hanno sofferto solo in parte la crisi, e con la ripresa del settore stanno tutti tornando a lavorare. E stanno tornando, pur se timidamente, le produzioni internazionali, anche grazie allo sviluppo tecnologico di Cinecittà, che potrà ospitare a breve, nei nuovi teatri di posa in costruzione, anche i progetti all'avanguardia. Sperando che la crisi internazionale dovuta alle guerre in corso non blocchi nuovamente tutto il sistema.

Le produzioni internazionali vengono anche perché i costumisti, gli scenografi e gli arredatori italiani sono tuttora riconosciuti come un'eccellenza?

Certo, il nostro settore ha una storia di premi Oscar e Bafta incredibile: Milena Canonero, Gabriella Pescucci, Dante Ferretti, Francesca Lo Schiavo, Piero Tosi per citarne solo alcuni.

Su quale dei tre settori consiglierrebbe di puntare?

Non si può dire, dipende anche dalle inclinazioni personali. Per il resto, sono tre professioni molto richieste perché sono tutte fondamentali. Voglio incoraggiare i giovani: quando si è bravi e determinati, le occasioni lavorative arrivano.

L'AI è un strumento utile ma non ancora un oracolo

DALLA SCRITTURA AL DESIGN, DAI LICEI ALLA FORMAZIONE PROFESSIONALE: **ANDREA PAZZAGLIA** SPIEGA **COME SFRUTTARE L'AI PER AMPLIFICARE LA CREATIVITÀ** E PREPARARSI ALLE PROFESSIONI DIGITALI DEL FUTURO

Dobbiamo abituarci a un nuovo concetto di creatività: quella che nasce dall'interazione tra il cervello umano e quelle che gli esperti chiamano macchine pseudo-intelligenti. Sono pochi i settori in cui oggi si può prescindere dalle nuove tecnologie e, in particolare dall'IA.

Andrea Pazzaglia, Head of AI Development, Class Editori.



Persino gli ambiti tradizionalmente creativi, come quello dell'arte, per alcuni aspetti si giovano della fusione umano-digitale. Allora è lecito chiedersi quali traguardi si possono raggiungere e qual è il modo più corretto per utilizzare uno strumento così potente come l'intelligenza artificiale.

Lo abbiamo chiesto ad Andrea Pazzaglia, PhD in Scienze e Tecnologie Energetiche e Nucleari, che ha maturato negli anni una solida e vasta esperienza nell'ambito dell'intelligenza artificiale. Oggi Pazzaglia è Head of AI Development a Class Editori, dove lavora sull'integrazione di modelli di Machine Learning e Generative AI nei processi editoriali e informativi, con l'obiettivo di migliorare l'accessibilità e la personalizzazione dei contenuti.

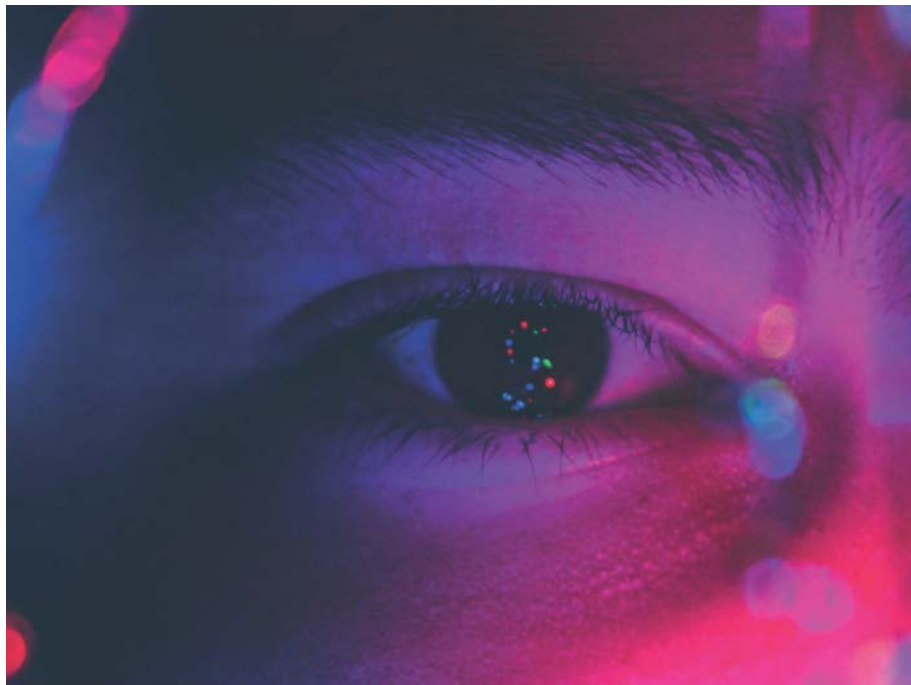
Come si può relazionare in senso positivo la creatività umana con l'AI?

Premetto che la mia non è una professione creativa in senso stretto, come quella di un artista, per

esempio, ma c'è comunque della creatività nella parte di sviluppo dei prodotti tecnologici, perché si parte da un'idea che va poi concretizzata con formalismo tecnico, come per tutte le attività umane. E poi nello sviluppo di questi strumenti ci sono ruoli prettamente creativi, come il web designer, che si occupa di creare interfacce accattivanti per questi tools. Dietro l'interfaccia di ChatGPT ci sono i web designer che studiano i colori, le forme, le animazioni, come disporle e via dicendo. Poi dobbiamo considerare l'altro aspetto, l'utilizzo di AI generativa per la creazione di testi, immagini, video. Nel campo creativo l'AI ha iniziato a scrivere codici, ha cominciato a creare immagini e video di altissima qualità, ma sempre come conseguenza di input forniti dall'essere umano.

Ma se l'intelligenza artificiale può generare codici, non toglie lavoro agli sviluppatori?

No, è uno strumento in più che rende più efficiente il lavoro e permette di concentrarsi su attività a più alto valore aggiunto. Un esempio: se prima era necessaria mezz'ora per scrivere alcu-



“L’uso di questi strumenti richiede impegno. I risultati non cadono dal cielo, non basta dare qualche input alla macchina”.

ne righe di codice, ora bastano tre minuti, così ci si può concentrare su altri aspetti meno tecnici. È come avere a disposizione un team di persone enormemente più grande. Questo effetto si può inquadrare nel «Paradosso di Jevons», formulato dall’economista William Stanley Jevons, che ha osservato per la prima volta che una tecnologia più efficiente non riduce la domanda, ma al contrario l’aumenta; basti pensare ai computer, un tempo uno strumento per pochissimi, ora letteralmente alla portata di tutti. Quindi, avere strumenti che producono codice in parziale autonomia rende più facile ed economico creare software e, in quanto più conveniente, aumentare la domanda di codice e infine di sviluppatori.

Che cosa pensa delle ultime generazioni cresciute immerse nelle nuove tecnologie? Hanno qualcosa in più o in meno?

Non vedo una grande differenza rispetto al passato, ogni generazione si adatta in maniera fluida a utilizzare le tecnologie esistenti. Sono discorsi che si facevano già in passato, per esempio quando siamo passati dal cavallo all’automobile.

Certo, i ragazzi e le ragazze nati e cresciuti in questo ambiente tecnologico sono già in grado di utilizzare al meglio questi nuovi strumenti. Con i pro e i contro che comportano, va da sé, ma mi aspetto che siano capaci di utilizzare la macchina pseudo-intelligente nel modo più efficiente e corretto, delegando ad essa solo ciò che è indispensabile e giusto.

Per sintetizzare, l’unione umano-macchina regala effettivamente un plus di creatività...

Io ne sono convinto. Faccio un esempio personale: questi strumenti sono utili non solo per scrivere i codici, ma anche a livello di brainstorming, vale a dire per dialogare con un’intelligenza che ha conosciuto tutto lo scibile umano e che, pur non essendo umana, è utile per uno scambio dialettico. Un dialogo che, se avvenisse solo fra persone, richiederebbe decine e decine di esperti di differenti settori, con un notevole impiego di tempo ed energia. Poi è ovvio che con queste informazioni in più il confronto fra persone per sviluppare un progetto è più efficiente e incisivo.

Non si rischia la dipendenza



“Lo sviluppo dell’Ai incrementerà nuove professionalità che sappiano creare e realizzare ma anche guidare il lavoro”.

da uno strumento per quanto intelligente? Oggi, per esempio, sono molte meno le persone che sappiano fare più calcoli a mente.

Quello che deleghiamo alla macchina è principalmente la memorizzazione di una serie di informazioni puntuali, perciò non mi preoccuperei. C’è, infatti, una questione davvero molto interessante: questi strumenti ci costringono a concentrarci non tanto sulle risposte, ma soprattutto su come fare le domande. C’è un aspetto cognitivo di livello superiore nel saper fare le domande, poi ascoltare le risposte, poi affinare le domande con il nostro senso critico. Se io pongo una domanda precisa all’AI, riceverò una risposta sensata e utile. Quindi tutto questo processo non

annulla la nostra mente, la sviluppa in altre direzioni.

Chi vuole domani svolgere una professione creativa nel senso tradizionale, dalla grafica alla moda, dall’arte alla pubblicità, può fare a meno di questi strumenti?

Dipende. Ci sono Ceo più all’avanguardia come Jensen Huang di Nvidia che sostengono che l’AI non cancellerà il lavoro in generale ma solo quello di chi non la utilizza. È un po’ come la storia del cavallo e dell’automobile: se hai una società di spedizioni che trasporta la merce con il carretto trainato dai cavalli, quando arriva l’automobile devi aggiornarti o esci dal mercato. Quindi saper sfruttare le tecnologie per migliorare efficienza e qualità ti per-

mette di essere più competitivo.

Ai ragazzi che oggi sono al liceo, che cosa possiamo consigliare per prepararsi?

Consiglierei di cominciare a giocare con questi strumenti, fare delle prove, disegnare un’interfaccia web nell’ambito che interessa loro. Sulla base del mio pensiero riceverò una bozza, che guarderò in maniera critica, quindi chiederò all’AI di modificarla e così via fino a ottenere il risultato più soddisfacente. Un esempio pratico: fate una versione di latino per conto vostro, poi chiedete all’AI di correggere gli errori, fatevi spiegare gli errori e perché li avete fatti e così via. In questa maniera lo strumento diventa familiare. Però noi abbiamo la responsabilità di dire chia-



Secondo Andrea Pazzaglia, i giovani devono imparare a dialogare con le macchine, senza rinunciare a cultura e pensiero critico.

ramente ai ragazzi: se volete fare un lavoro creativo usando l'AI, non limitatevi all'aspetto tecnico, nutrite la vostra cultura e abituatevi a fare fatica. L'uso di questi strumenti richiede impegno e costanza, i risultati non cadono dal cielo, non basta dare quattro input alla macchina e aspettarsi il miracolo, servono pensiero e approfondimento.

Come siamo messi in Italia con la formazione dei giovani?

A livello universitario siamo messi bene, e parlo dell'ambito tecnico. Se penso al Politecnico di Milano o ad altre università dove si insegnano le materie STEM, non abbiamo niente da invidiare a nessuno. Poi, ovviamente, un periodo all'estero per conoscere altre realtà, altri punti di vista,

può solo fare bene.

Che cosa pensa dell'istruzione superiore italiana?

I licei purtroppo mi sembrano ancorati a un passato che non esiste più, serve un'evoluzione. Il che non significa non studiare più Dante, ma mettersi al passo con la contemporaneità.

Possiamo indicare quali sono i ruoli con il maggiore potenziale nel campo della creatività digitale?

Non so esattamente. Di sicuro ci sono tantissimi nuovi ruoli che si stanno evolvendo. Nell'ambito che mi compete, la professione di web designer avrà un ulteriore incremento, perché dare a un codice scritto dalla macchina l'impronta giusta a livello visivo

sarà sempre più fondamentale. Poi ci sarà bisogno di product manager che sappiamo guidare la creazione e la realizzazione di un prodotto digitale. Direi quindi principalmente una crescita di professioni ad alto livello.

Ai giovani piace molto il lavoro di creator per i social media...

Bè, immagino sarà sempre più facile realizzare contenuti accattivanti, a prescindere dal loro effettivo valore, quindi mi aspetto un notevole aumento della produzione, ma non so se la professione di creator sia da inseguire: con la diffusione di questi strumenti l'offerta sarà sovrabbondante, mentre la richiesta rimane ferma. C'è il rischio di saturazione.



L'ARTE COME MESTIERE: VISIONE E FORMAZIONE

STORICO E CRITICO D'ARTE TRA I PIÙ AUTOREVOLI, **GABRIELE SIMONGINI RIFLETTE SULLO STUDIO**, L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE E LE SFIDE INEDITE PER LE NUOVE GENERAZIONI CHE VOGLIONO **VIVERE D'ARTE E CREATIVITÀ**

Storico e critico dell'arte fra i più influenti, nonché professore all'Accademia di Belle Arti di Roma, Gabriele Simongini ha un lunga storia universitaria ed ben noto nel mondo dell'arte contemporanea. Recentemente il suo nome è diventato di dominio pubblico in seguito alla curatela della mostra *Il tempo del futurismo* alla Galleria nazionale d'arte moderna e contemporanea di Roma (Gnam), che è stata

accompagnata da ampi dibattiti sulla stampa nazionale. Diversamente dalle mostre del passato dedicate al movimento fondato nel 1909 da Filippo Tommaso Marinetti, tuttavia, la mostra curata da Simongini si è concentrata sul rapporto tra arte e scienza-tecnologia, illustrando il «completo rinnovamento della sensibilità umana avvenuto per effetto delle grandi scoperte scientifiche» posto alla base della

nascita del Futurismo. Una riflessione oggi molto attuale, se si considera l'impatto rivoluzionario dell'intelligenza artificiale su tutti i lavori creativi che rischia di far avverare la profezia della «macchinizzazione dell'umano e dell'umanizzazione della macchina» preconizzata proprio dai futuristi. È proprio così? Ecco cosa risponde in proposito.

Professor Simongini, qual è la

sua definizione di professione creativa?

Quella professione capace di offrire una visione inedita del mondo in cui viviamo, ricca di immaginazione.

In Italia si può vivere d'arte?

È molto difficile vivere come artista «puro», perché questa possibilità richiede una determinazione incrollabile e tanto impegno. È più facile farlo nei campi collaterali, come quelli della pubblicità oppure della produzione di fiction.

In che modo gli studenti prossimi alla maturità possono scoprire di avere attitudini artistico-creative?

Devono interrogare prima di tutto se stessi, capire se hanno davvero la necessità profonda di

creare qualcosa. Ma è fondamentale anche incontrare la persona giusta, magari un docente, che sia capace di accendere la scintilla. Bisogna avere passione e allora si può andare lontano.

Le ricchezze artistiche dell'Italia sono immense: quali strade hanno a disposizione le nuove generazioni per valorizzare questa straordinaria risorsa?

A dire la verità le nostre istituzioni pubbliche devono ancora fare un notevole passo in avanti per favorire l'inserimento delle nuove generazioni nella valorizzazione del nostro patrimonio artistico. Purtroppo siamo ancora una società gerontocratica e spesso, per comodità, si è considerati giovani addirittura fino a

cinquant'anni, come per dire «ti devi fare ancora le ossa, abbi pazienza». Sarebbero utili delle start-up capaci di garantire un uso avanzato delle nuove tecnologie per l'organizzazione di mostre, visite ai monumenti ed eventi culturali, curando tutti gli aspetti, dall'inizio alla fine, e soprattutto la comunicazione in modo innovativo.

Che cosa suggerirebbe a un giovane che vuole intraprendere un percorso da curatore? E a chi, invece, vorrebbe optare per un percorso da artista?

Il curatore deve prima di tutto conoscere bene la storia dell'arte, saper scrivere in modo chiaro e preciso, vedere mostre e musei in tutto il mondo, frequentare gli artisti migliori ma anche i suoi

Gabriele Simongini, storico e critico dell'arte, nonché professore all'Accademia di Belle Arti di Roma.





Una sala della mostra "Il Tempo del Futurismo" alla Galleria Nazionale di Arte Moderna e Contemporanea di Roma.

coetanei, cercare di essere il più possibile anticonformista e non appiattirsi sull'international style oggi dominante. Chi aspira a diventare artista deve prima di tutto chiedersi se lo ritiene davvero necessario per realizzare al meglio la sua vita. Inoltre deve imparare tutte le tecniche e solo dopo scegliere quella oppure quelle più adatte a esprimere la sua visione del mondo. Sarebbe anche importante soprattutto all'inizio del percorso lavorare nello studio di un artista importante, la miglior palestra possibile. Sia al potenziale curatore sia al potenziale artista consiglio di leggere molto. Per esempio, inizierei da *Lettere a un giovane poeta* di Rainer Maria Rilke, inarrivabile.

Oltre alle attività specificamente creative, quali altri mestieri offre la filiera artistica?

Tutti quelli che ruotano nei campi del restauro, dell'organizzazio-

ne delle mostre, delle visite guidate, e della comunicazione settoriale.

Ci sono distretti artistici all'estero dove vale la pena trasferirsi per la propria formazione?

Agli studenti d'Accademia consiglio di fare sempre almeno un'esperienza Erasmus, che spesso è davvero formativa. Fra le mete migliori, senza dubbio Londra, oppure la Spagna.

Quand'era giovanissimo, come ha superato le emasse delle scelte e gli ostacoli che ha trovato sul cammino nel suo percorso di crescita?

Facendo un passo dopo l'altro, senza avere fretta, costruendomi una formazione seria e soprattutto rifiutando di arrendermi o di scoraggiarmi di fronte alle tante difficoltà. Sono importanti anche gli incontri giusti: per esempio, più che all'università, ho imparato

molto da un grande artista italiano veramente cosmopolita, Piero Dorazio, un pittore italiano che con la sua arte ha contribuito dal 1945 all'affermazione dell'astrattismo in Italia e ha esposto i suoi dipinti in tutto il mondo... Bisogna continuare a sognare e non arrendersi mai. Mai.

Considera l'IA un alleato oppure un antagonista delle professioni creative?

Se non perdiamo la centralità della cultura umanistica, l'IA può essere molto utile, ma non dobbiamo farci prendere dalla pigrizia di lasciarci guidare dalla intelligenza artificiale. Noi possediamo la coscienza, l'immaginazione, la sensibilità, l'intelligenza delle mani e dobbiamo usare l'IA valorizzando tutte queste doti. Dobbiamo infatti ricordarci che le cose importanti nascono dalla pazienza, dal tempo, dall'attenzione. Diffidate dalla facilità e dalle scorciatoie.



DIRIGI IL TUO FUTURO

www.laba.biz

NELL'ARTE IL CARTACEO CREA ANCORA LAVORO

FRA REDATTORI, GRAFICI, ICONOGRAFI, STAMPATORI, AUTORI E FOTOGRAFI LA STAMPA ARTISTICA REGGE L'IMPATTO WEB. **CATHERINE CASTILLON**, CEO DI SKIRA EDITORE DAL 2023, RACCONTA I **MESTIERI DI CARTA** SEMPREVERDI

Skira Editore ha una storia secolare, iniziata nel 1928 con la fondazione della casa editrice e la pubblicazione, tre anni più tardi, delle *Metamorfosi* di Ovidio con 50 disegni originali di Pablo Picasso. Oggi accompagna artisti, musei, fondazioni, gallerie, ma anche brand, nel creare una narrativa scritta e visiva che racconta progetti, intellettualmente ed emozionalmente. Una referencia nel mondo dell'arte che si apre a nuovi

territori, come quello della *fashion photography*.

Con Catherine Castillon, ceo Skira dal 2023, cerchiamo di capire le potenzialità professionali del settore per la Gen Z.

Quali sono attualmente le professionalità più richieste nel mondo dell'editoria d'arte?

Creare e promuovere un libro d'arte richiede competenze diverse che agiscono in sinergia nelle diverse fasi del progetto: autori,

redattori-revisori, iconografi, grafici, tecnici, fotolitisti, stampatori-rilegatori, logisti, agenti commerciali, promotori, distributori, fotografi, videografi, specialisti in comunicazione, uffici stampa, organizzatori di eventi, senza dimenticare i capi progetto e il reparto amministrativo, finanziario e legale. Skira produce anche mostre temporanee che girano in tutto il mondo e gestisce negozi di musei. Abbiamo quindi anche produttori e specialisti del





Catherine Castillon, ceo della casa editrice Skira dal 2023.

retail interni all'azienda. Non sarò in grado di dirvi quale sia la professionalità più ricercata, ma una cosa è certa: qualunque sia il nostro campo di competenza, siamo tutti animati dalla passione di trasmettere una visione più inclusiva del mondo.

Quando un giovane, dopo il diploma, punta a una strada formativo-professionale dove la creatività gioca un ruolo importante, come consiglia di accrescere, ampliare, valorizzare queste sue attitudini?

Le qualità principali per lavorare in un settore creativo sono la curiosità e l'apertura mentale. I gusti e gli interessi evolvono nel tempo e sono intimamente legati alla storia personale di ciascuno. Il bello e il brutto, l'interessante e il non inte-

ressante sono solo punti di vista. È importante lasciarsi attraversare, guardare il mondo con curiosità, per avere una cultura personale sufficientemente ampia da poter assemblare i diversi elementi in modo originale e creare qualcosa di unico.

Quali stimoli e suggestioni possono ricavare gli studenti che sfogliano e leggono i vostri cataloghi?

I libri Skira sono delle finestre aperte sulle culture, il tempo, i continenti. Prestiamo grande attenzione ai testi e al loro valore scientifico, alle immagini che devono rispecchiare perfettamente l'originale, all'impaginazione, moderna e incisiva, e alla sensazione al tatto (carta, finiture) che contribuisce anch'essa all'emo-

zione che un libro deve suscitare. Pubblichiamo libri su un'infinità di tematiche: arte contemporanea, moderna, antica, archeologia, architettura, design, fotografia, moda, gioielliera, lifestyle, sport...

Ogni lettore può trovare stimoli e suggestioni che corrispondano ai suoi gusti o alle sue ricerche di studi. Abbiamo un archivio di oltre 7.000 referenze, quindi la scelta è veramente vasta.

Personalmente, mi piace vedere come le tematiche e il loro trattamento, sia testuale quanto visivo, si evolvono nel tempo.

I punti di vista differiscono a seconda del periodo di pubblicazione e delle origini geografiche. Questo è ciò che intendo per cultura: un'apertura al mondo.

L'editoria d'arte offre mestieri creativi gratificanti anche dietro le quinte?

Assolutamente. Quando si lavora nel settore culturale, tutto ruota intorno alla creatività. Si pensa immediatamente alla creatività dei curatori e dei grafici, ma non bisogna dimenticare quella di chi comunica e promuove libri e mostre o quella degli amministratori che devono trovare modi originali per finanziarli.

Il mondo dell'editoria sta affrontando grandi sfide legate alla trasformazione digitale: che opportunità si aprono per le nuove generazioni?

Il settore dell'editoria è abituato dal XV° secolo e Gutenberg a evolvere velocemente. I software per la creazione di libri o la ricerca di immagini, le tecniche di stampa... tutto evolve rapidamente e seguiamo, mese dopo mese, ogni aggior-



Dal 1996, Skira produce, organizza e allestisce mostre d'arte in tutta Europa.

namento.

Le nostre più grandi sfide rimangono quelle di sempre: la veracità, la pertinenza e l'originalità dei contenuti.

Ad oggi, i database dei programmi di intelligenza artificiale non contengono abbastanza contenuti culturali per essere privi di errori o di approssimazioni mentre i nostri libri devono essere delle referenze. L'uso dell'AI riguarda quindi principalmente la fluidità dei processi aziendali, affinché tutti gli attori possano lavorare in modo più rapido e sinergico.

Per Skira, la vera sfida è trovare un equilibrio fra la facilità di utilizzo di tutti i nuovi strumenti digitali e l'infaticabile ricerca di eccellenza e rigore nei contenuti e la loro forma.

Quand'era giovanissima, come ha superato l'impasse delle scelte e gli ostacoli che ha trovato sul cammino nel suo percorso di crescita?

Ho sempre saputo che avrei lavorato nel settore culturale e creativo, ma il mio percorso non è stato molto lineare. Ho deciso di lasciare la mia città natale per trasferirmi a Parigi durante l'ultimo anno di università, per preparare la mia tesi di dottorato in farmacia e poi entra-

re all'HEC. Questo mi ha permesso di lavorare per circa quindici anni nel marketing internazionale di numerosi marchi di cosmetici (L'Oréal, Procter & Gamble, LVMH). Poi ho deciso di creare la mia società a cavallo tra Parigi e Milano, un'agenzia di consulenza in marchi e creazione che si è fusa con Havas-BETC nel 2019. Successivamente sono entrata a far parte del gruppo Chargeurs Museum Studio, leader mondiale nell'ingegneria culturale, e alla fine del 2023 il suo presidente, Micha-

el Fribourg, mi ha proposto di assumere la direzione di Skira.

È stato veramente un grande onore. Tutte queste esperienze mi hanno dimostrato che la voglia e la determinazione possono permetterci di realizzare i nostri sogni. Passo dopo passo, con gli occhi ben aperti e tanto lavoro, riusciamo a creare opportunità che ci apriranno la strada.

Può indicarci un libro, una mostra e un museo ispirazionali che consiglierebbe a un under 20 per trovare stimoli?

Un libro: *Crossed histories*. Un libro che abbiamo appena pubblicato sull'impatto delle donne sulla città postmoderna: segue le traiettorie personali e professionali di tre protagoniste che, ciascuna a modo proprio, hanno plasmato l'ambiente intellettuale e fisico della loro città: Ada Louise Huxtable (1921-2013), attraverso i suoi articoli nella rubrica di architettura del





La Boutique di Milano in via Meravigli 18 e, a destra, **la Boutique di Parigi** in 28 rue de Grenelle.

New York Times; Gae Aulenti (1927-2012), con la conversione della Gare d'Orsay di Parigi in museo e di Piazzale Cadorna a Milano; e Phyllis Lambert (nata nel 1927), con la fondazione del Canadian Centre for Architecture a Montreal nel 1979.

Una mostra: *Clubbing*, al Grand Palais Immersif di Parigi fino al 1° ottobre 2025. Un'esposizione immersiva e partecipativa ideata dall'artista Pierre Giner, in collaborazione con il collettivo di grafici Trafik e il media elettronico Poptronics. Per immergersi nel cuore della cultura club, dalle prime serate underground alle tendenze più attuali. Un'esperienza collettiva e festosa, un viaggio sensoriale unico - attraverso il suono, le luci e il movimento - e un'immersione nella storia vibrante e vivace dei club che hanno plasmato le comunità più all'avanguardia e inventato la cultura degli ultimi decenni.

Un museo: Le Louvre Abu Dhabi. È situato nell'incredibile distretto

culturale di Saadiyat ad Abu Dhabi, e la sua architettura, progettata da Jean Nouvel, ci offre una sinfonia di cemento, acqua e sottili giochi di riflessi di luce. La crescente collezione di tesori del museo comprende opere d'arte e oggetti eccezionali che coprono l'intera storia dell'umanità in tutto il mondo. Riunisce tutti i tipi di espressioni artistiche di epoche diverse, sotto forma di antichi reperti archeologici, oggetti, sculture, dipinti e installazioni contemporanee provenienti da tutto il mondo.

A quasi un secolo dalla fondazione, Skira continua a rivestire un ruolo di primo piano nell'editoria d'arte. Che cosa è richiesto oggi, per essere competitivi in questo mercato?

Giochiamo in un mercato globale. Pubblichiamo tanti libri con istituzioni italiane, come Fondazione Brescia Musei o Fondazione de Fornaris, ma anche estere. Siamo partner del Museo d'Arte Moderna di Shanghai, del Moma, del Mini-

sterio della Cultura Saudita, del Louvre, per citarne qualcuno. Distribuiamo i nostri libri nei cinque continenti ed abbiamo, oltre alle nostre due boutique di Milano e Parigi, una rete di 120 librerie-partner nel mondo nelle quale organizziamo eventi per il lancio dei libri.

Il libro, rimane il protagonista principale e attorno ad esso abbiamo creato un vero e proprio ecosistema che gli permetta di emergere: comunicazione digitale, social network, collaborazioni, uffici stampa (New York, Parigi, Milano), eventi, mostre. Abbiamo fatto un evento con Julian Schnabel e una platea di giornalisti nei nostri uffici di New York per il lancio di Colorfield - Glory of the world; inauguriamo in autunno una mostra al Musec di Lugano con l'artista cinese Chen Xi (di cui pubblichiamo anche il catalogo). Creiamo dei ponti fra le persone, i continenti, le culture. Vediamo il libro come un soggetto vivo e cerchiamo sempre di innovare e rinnovare.



**BLOW-UP
ACADEMY**

CINEMA E ARTI VISIVE

Fai esplodere il tuo talento!

Corsi triennali di:

RECITAZIONE | REGIA | DIREZIONE DELLA FOTOGRAFIA
MONTAGGIO E POST-PRODUZIONE | SCENEGGIATURA



@blowupacademy
www.blowupacademy.it

VERSO LA REALIZZAZIONE DI UN'ENCICLOPEDIA VISIVA

PER **MARCELLA PRALORMO**, DIRETTRICE PER BEN VENT'ANNI DEL MUSEO E PINACOTECA AGNELLI, LA CREATIVITÀ SI IMPARA. MA PER AFFERMARSI NEL SUO MONDO SONO NECESSARI STUDIO, LAVORO, UMILTÀ E VOCAZIONE



Storica dell'arte, direttrice per vent'anni della Pinacoteca Agnelli, appassionata acquarellista, curatrice museale, art advisor: inquadrare **Marcella Pralormo** in una singola definizione è impossibile, perché non ha mai amato identificarsi in un solo ruolo. Al museo del Lingotto, in particolare, ha lavorato con i servizi educativi per proporre al pubblico tante proposte adatte a tutte le fasce di età, dai bambini di tre anni fino agli adulti. Dal 2022 i progetti su cui si concentra maggiormente hanno come comune denominatore l'arte come portatrice di benessere per le persone. Grazie alle sue molteplici identità professionali e creative e al suo appiccio trasversale fra le generazioni ha sviluppato una visione sui lavori creativi particolarmente utile e preziosa per tutti gli studenti che aspirano a far parte del suo mondo.

Marcella Pralormo, artisti si nasce o si diventa?

Tutti possono sviluppare la propria creatività e imparare le competenze creative. Io insegno l'acquerello in natura anche ai principianti e le persone si rendono conto dopo una giornata di lezione con me che la pittura si può apprendere. È



Tutti possiamo essere creativi, dobbiamo soltanto allenarci, avere forza di volontà e una vocazione inscalfibile.

come imparare a scrivere, è una questione di connessione tra il cervello, l'occhio e la mano. A me piace insegnare agli adulti perché molti di loro hanno perso la capacità di disegnare, non hanno coltivato le capacità creative nel corso della loro vita e vederli contenti di questa riscoperta delle loro capacità mi dà molta soddisfazione. Quindi la creatività si impara, e per essere un grande artista è necessario tanto lavoro e una vocazione forte. Non basta frequentare un'accademia o una scuola.

Che cos'è la creatività, secondo lei?

Per me è la gioia di creare con l'acqua e il colore un dipinto piacevole per noi stessi, senza giudizio e senza altri scopi se non quello di stare bene. L'acquerello è la tecnica che preferisco, perché l'acqua va dove vuole, non puoi controllarla e crea immagini inaspettate. Da una macchia di colore puoi decidere che cosa rappresentare,

ti obbliga a sviluppare la tua dote creativa innata. Tutti siamo creativi, dobbiamo solo allenarci.

Che cosa suggerirebbe a un giovane che vuole intraprendere un percorso da curatore? E invece uno da artista?

Direi loro di studiare in una buona scuola per avere una buona base culturale e poi di andare a visitare tutti i musei e tutte le mostre possibili, di guardare tanta arte. Solo così si impara a riconoscere il bello, si forma il proprio occhio, ci si crea un'enciclopedia visiva importante e necessaria, sia per un artista sia per un curatore.

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

Oltre all'osservazione dell'arte, rimanere aperti a qualunque stimolo visivo, musicale. Non informarsi sui cellulari ma dal vero. Poi, dopo una scelta di studio in linea con i propri interessi, che sia un'accademia, una scuola, un'università, provare i lavori creativi attraverso stage nelle realtà creative: musei, studi di design, case di moda.

Lei ha diretto la Pinacoteca Agnelli dal 2002 al 2021 e ha dato ampio spazio ai servizi educativi: come valuta quell'esperienza?

È stata una esperienza molto bella e stimolante. Sin dall'inizio ho lavorato con i servizi educativi per offrire al pubblico tante proposte adatte a tutte le fasce di età, dai bambini di tre anni fino agli adulti. Saper appassionare all'arte e al museo è stata per me una bella sfida. Abbiamo lavorato a partire dalla magnifica collezione permanente, composta da opere di auto-

ri molto noti, come Matisse, Picasso, Modigliani e tanti altri. Avevamo anche programmi educativi specifici sulle mostre temporanee dedicate al collezionismo.

Il suo lavoro imponeva un approccio manageriale con la creatività: nel mondo dell'arte, come si imparano i mestieri dietro le quinte?

Il lavoro da direttore di museo è più organizzativo che creativo. Di carattere sono molto organizzata e amo pianificare. Mi sono formata studiando lettere con indirizzo artistico a Torino, poi con una specializzazione a Firenze in storia dell'arte e museologia e museografia. Ho poi fatto uno stage al Louvre dove ho capito che avrei voluto lavorare nei musei. Ho imparato sul campo come fare una mostra, come si lavora con gli artisti e come si gestisce un museo, dopo anni di gavetta a Palazzo Bricherasio, poi a Palazzo Grassi e alla Gam di Torino, prima di arrivare a dirigere la Pinacoteca Agnelli. Mi sono molto impegnata. Non mi sono mai risparmiata sul lavoro. E sono sempre stata curiosa e aperta a imparare anche aspetti che non erano nelle mie competenze strette. Quindi posso dire che si impara grazie a tanta dedizione al lavoro e umiltà.

Gli sbocchi occupazionali nel suo settore sono frequenti oppure serve tanta gavetta?

Non è facile lavorare nei musei e nel mondo dell'arte, consiglio di iniziare da uno stage. Per me è stato così, lo stage al Louvre mi ha fatto capire che volevo lavorare in un museo e mi ha fatto vedere da vicino come è la vita vera del museo.



Studiare in una buona scuola e frequentare i musei: i segreti per diventare curatori.

Crede sia opportuna un'esperienza all'estero per uno studente appassionato del suo mondo? E se sì, dove?

Un'esperienza all'estero può essere molto stimolante. Sia in Europa che in altri Paesi. Ogni Paese e ogni museo o luogo di lavoro

creativo offre una formazione utile. Per me è stata la Francia e sono passati molti anni, oggi ci sono opportunità in tanti musei e istituzioni in tutto il mondo: deve essere molto interessante lavorare nei musei dei paesi arabi o della Cina, per esempio.





UNICITÀ CONTRO SERIALITÀ

PER **MASSIMILIANO TONELLI**, DIRETTORE EDITORIALE DI **ARTRIBUNE**, L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE AIUTA, MA IL VALORE DELL'IDEAZIONE RIMANE NELL'ORIGINALITÀ. E I GIOVANI DEVONO IMPARARE A "FARLA RESPIRARE"

La conversazione con **Massimiliano Tonelli**, fondatore e direttore editoriale di **Artribune**, piattaforma editoriale a tutto tondo dedicata alla creatività, inizia con un paradosso: «**Come stanno arte e editoria? Due ambiti in crisi e, per questo, due settori che hanno grande appeal?**»

Lo stupore dura solo un momento, perché la spiegazione non è poi così complicata: basta considerare la parola "crisi" in senso etimologico, ovvero dal greco "krisis", che significa "scelta", "decisione" e, in senso più ampio e contemporaneo, "cambiamento".

«Il momento dell'editoria dell'arte non è diverso dall'editoria in generale», spiega Tonelli, «da una parte rimane legata a dinamiche che hanno funzionato per quasi due secoli, dall'altra è coinvolta da continue novità che arrivano in maniera rapida. Dove, prima, si cercava di catturare l'attenzione del lettore, oggi tutto l'ecosistema portato dalle nuove tecnologie si basa sulla distrazione, sulla curiosità effimera della notifica».

Ma non basta ridurre il tutto alla rivoluzione digitale, perché anche all'interno dei nuovi

media le cose sono in perenne evoluzione...

«È una continua sfida non solo per decidere che contenuti provare a veicolare, ma anche con quali mezzi: prima il web, poi le newsletter via mail, poi i social, poi la carta torna a farsi appetibile... Diciamo che siamo in una fase molto fluida».

Poche certezze, dunque, ma non per questo i giovani interessati a intraprendere un percorso nel giornalismo o nella comunicazione devono spaventarsi. Chiarisce Tonelli: «Non ci sono necessariamente più ombre che luci, è solo

una fase di cambiamento e bisogna capire come i contenuti di buona qualità e originali possano continuare a essere veicolati e trovare la loro sostenibilità. Nella convinzione che questi contenuti continuino a servire a tutti: al sistema, agli algoritmi dell'Intelligenza Artificiale, agli operatori...».

Se, poi, stringiamo l'obiettivo sull'editoria dell'arte, le cose cambiano ulteriormente: «Qui, a differenza di altri settori, c'è una presenza inferiore di creator e, di conseguenza, si apre una doppia opportunità: da un lato i mezzi tradizionali d'informazione hanno spazi maggiori perché non erosi da contenuti creati da altri; dall'altra c'è più spazio per la nascita proprio di nuovi creator».

La disamina ha fornito un quadro abbastanza chiaro della situazione. Manca da capire, a questo punto, come il mondo della formazione specifica si stia muovendo di fronte a tutto questo.

«Non mi sento di dare un giudizio generalizzato», risponde Tonelli. «Partecipo a diversi corsi di formazione e penso che ci sia la giusta attenzione a tutto quello che sta succedendo nel nostro settore».

Ma se il mondo dell'informazione è in continuo divenire, un punto fermo rimane ed è lo stesso del passato: la formazione sul campo, all'interno di una redazione, anche al di fuori dei tirocini o gli stage previsti all'interno dei vari percorsi formativi. «Io consiglio di iniziare subito a lavorare e a collaborare con una redazione. Magari all'inizio non si ha modo di venire retribuiti, ma si comincia a costruire un'esperienza fondamentale. L'architave



Massimiliano Tonelli, direttore editoriale di **Artribune**.

della redazione di *Artribune*, per esempio, è formata da persone tutte nate dopo gli Anni 2000, che non hanno aspettato di finire gli studi per iniziare a collaborare. Qualsiasi corso non potrà mai soddisfarti al 100% se hai voglia di fare!».

L'indicazione è chiara. Possiamo dire altrettanto chiaramente anche qual è un errore da non fare? «Una cosa che è poco di moda dire: pensare di poter arrivare senza sapere nulla, senza essere capaci di scrivere! Non si deve andare da un giornale e dire "ti mando un pezzo", magari aspettandosi di avere una retribuzione in cambio, perché allora significa non aver

capito nulla delle dinamiche di queste microscopiche realtà che sono le redazioni».

Attenzione, Tonelli non sta certo dicendo che sia giusto farsi sfruttare in alcun modo, solo che è molto difficile dosare queste dinamiche e, soprattutto, dosare la spocchia di chi, pur non avendo alcuna esperienza, pensa che qualsiasi passo che fa debba essere retribuito; che qualsiasi sforzo a cui non corrisponde un compenso sia per forza di cose uno sfruttamento. Perché, alla fine, sono tutte opportunità che si perdono.

Tonelli porta la sua esperienza diretta: «Io ho lavorato per anni in banca, part time, da quando



Artribune è una piattaforma di notizie e commenti sul mondo dell'arte. Ha anche un formato cartaceo bimestrale.

avevo 20 anni. Alla stessa età ho aperto il mio primo giornale. Ma ho continuato a lavorare in banca fino al 2012, quando finalmente ho visto l'opportunità che l'editoria potesse darmi uno stipendio». Certo, oggi la situazione è differente rispetto anche solo a 15 anni fa, ma non per i motivi che ci aspetteremmo: «Anni fa ricevevamo decine di curricula di giovani che volevano lavorare. Oggi le persone che hanno voglia di lavorare sono meno, ma il bisogno rimane. Per me, un giovane che ha veramente voglia di imparare e di lavorare, in questo momento è una risorsa enorme».

Tornando agli errori da non fare, Tonelli tiene a sottolinearne un altro: «Inviare dei contenuti, anche di prova, o delle richieste di collaborazione, senza curarsi di quello che è il tono e lo stile del

giornale a cui si scrive. Perché così si dimostra di non aver fatto il minimo sforzo per capire la realtà con la quale si vorrebbe avere a che fare».

Fin qui abbiamo parlato del mondo dell'editoria, ma possiamo dire anche qualcosa del mondo dell'arte, dal punto di vista di una persona che ben conosce le sue dinamiche?

«Possiamo dire che il mondo dell'arte è rimasto legato a dinamiche molto ottocentesche, con le accademie di belle arti, la formazione classica... Ma anche qui vale il discorso fatto prima: se uno è motivato, al di là della formazione deve fare di tutto per vivere il prima possibile un'esperienza nell'atelier di un artista, meglio ancora se all'estero. Bisogna rendersi conto che, nel giornalismo come

nell'arte, parliamo di mestieri che hanno molto a che fare con il "rubare" le competenze a chi è più grande, a chi è partito prima. Inoltre, bisogna viaggiare molto, vedere cosa succede in altri Paesi, in altri contesti. Bisogna avere voglia di respirare l'aria che si sente altrove, così da staccarsi da dinamiche troppo provinciali che possono esserci in Italia».

Quello che, invece, non gioca assolutamente lo stesso ruolo per il comunicatore e per l'artista è l'impatto della IA, perché se per quanto riguarda l'editoria abbiamo già detto, per quanto riguarda l'arte Tonelli non ha grossi dubbi: «Il valore dell'arte è l'unicità. L'Intelligenza Artificiale potrà aiutare, potrà essere una base di partenza... Magari arriverà anche "l'artista digitale", ma non credo potrà interessare moltissimo».



ANCHE UN INGEGNERE PUÒ INVENTARE ARTE E CULTURA

A CAPO DELLA BAM-BIBLIOTECA DEGLI ALBERI DI MILANO, **FRANCESCA COLOMBO** RACCONTA COME IL **MANAGEMENT CULTURALE** POSSA TRASFORMARE LO SPAZIO PUBBLICO IN UN LABORATORIO DI INNOVAZIONE E SOSTENIBILITÀ

Per Francesca Colombo, direttrice di BAM-Biblioteca degli Alberi Milano, il manager culturale contemporaneo deve combinare formazione scientifica e sensibilità umanistica: per leggere in profondità presente e futuro

Francesca Colombo, attuale

direttrice generale e culturale di BAM, la Biblioteca degli Alberi Milano, da anni si occupa da anni di management culturale, una disciplina che all'epoca dei suoi studi in Italia era semi-sconosciuta. Laureata in Ingegneria Gestionale al Politecnico di Milano e diplomata in pianoforte al conservatorio Verdi, Francesca ha inizia-

to a lavorare come manager culturale nel '96 e nel suo percorso ha messo il suo metodo e la sua creatività al servizio di importanti istituzioni come il Maggio Musicale Fiorentino, Teatro alla Scala, Mito, Expo 2015, Mantova capitale della Cultura, Museo del Violino di Cremona, Mast di Bologna e altro ancora. Oggi, al timone di



Francesca Colombo, direttrice BAM.

BAM, continua a dedicare grande attenzione alle nuove generazioni: ecco come.

Francesca Colombo, come è approdata al progetto BAM?

Nella mia carriera sono spesso stata chiamata da istituzioni o imprenditori per avviare start-up o portare innovazione culturale, come è avvenuto anche per BAM. La mia formazione unisce metodo e creatività: ingegneria gestionale al Politecnico di Milano e pianoforte al Conservatorio Giuseppe Verdi. Da qui nasce la definizione che spesso mi accompagna di «ingegnere della cultura». Nel 2018 sono stata chiamata dalla Fondazione Riccardo Catella e dal Comune di Milano a dare avvio a un partnership pubblico privata molto innovativa e sfidante per la gestione di un parco

pubblico, la Biblioteca degli Alberi di Milano. Una sfida che ho accolto subito con entusiasmo, partecipando alla creazione di una vera e propria startup culturale, definendo i valori e l'identità del parco, creando i contenuti, costruendo un team e una rete di stakeholders da coinvolgere. Era l'occasione perfetta per mettere a frutto competenze e passioni in un progetto che rappresenta ciò in cui credo: una proposta culturale contemporanea, inclusiva, innovativa, multidisciplinare e fortemente legata ai temi della sostenibilità ambientale. Un esempio concreto di come il management culturale possa generare valore sociale e trasformare lo spazio pubblico in un luogo vivo, accessibile e ispirante, soprattutto per le nuove generazioni.

Qual è la forza principale di questo progetto?

La forza di BAM risiede nella sua capacità unica di coniugare cultura, natura e comunità in un progetto innovativo di rigenerazione urbana. In un mondo sempre più virtuale, BAM promuove il valore delle relazioni, della presenza fisica, del corpo che abita uno spazio condiviso. Riappropriarsi di questo spazio diventa un gesto culturale e civico, capace di creare legami, generare senso di appartenenza e trasformare luoghi in comunità.

Come si avvicinano gli studenti all'esperienza artistica-naturale-culturale proposta da BAM?

Fin dall'inizio, BAM ha dedicato grande attenzione alle nuove generazioni, progettando un pro-

gramma culturale pensato per coinvolgerli attraverso linguaggi performativi diversi – musica, teatro, danza, circo – nuovi format e scelte strategiche di gratuità e accessibilità, oltre alla collaborazione con Università e centri di formazione. BAM promuove anche esperienze di tirocinio, volontariato e co-progettazione con gli atenei. Un esempio significativo è la partnership con NABA per il BAM Circus, il nostro festival di circo e teatro di strada, dove gli studenti hanno realizzato scenografie site-specific.

Basandosi sulla sua esperienza, che cosa suggerirebbe a un giovane che vuole intraprendere un percorso da manager culturale?

Consiglio di integrare competenze sia manageriali sia artistiche. Credo molto nell'integrazione tra saperi: combinare formazione scientifica e sensibilità umanistica aiuta a leggere il presente con profondità e affrontare le tematiche attuali e il futuro in modo inclusivo e sostenibile. Serve poi il coraggio di sperimentare, con curiosità e apertura, per costruire un percorso autentico basato sulle proprie doti e capacità. Ed infine occorre cercare il confronto e il dialogo, coltivare relazioni e tenere sempre il mondo intero come metro di riferimento.

Il suo lavoro impone un approccio manageriale con la creatività e l'arte: come si impara?

Si impara studiando e sperimentando. Metodo, rigore, trasparenza e innovazione sono fondamentali nel management



culturale, dove l'arte e l'artista restano al centro. Gestire la cultura significa trasformare idee in progetti sostenibili, coinvolgendo partner, pubblico e istituzioni nel rispetto di tempi, budget e obiettivi. Infine, il lavoro di squadra è essenziale: motivare, valorizzare le differenze e costruire fiducia è parte integrante di questo mestiere.

Gli sbocchi occupazionali nel suo settore sono frequenti oppure serve tanta gavetta?

La gavetta è importante, ma oggi il settore offre opportunità e nuovi percorsi formativi a chi ha voglia di mettersi in gioco. Non esistono strade facili o rapide, ma con curiosità, passione e tanta voglia di imparare si può costruire un percorso ricco e significativo.

Crede sia opportuna un'esperienza all'estero per uno studente appassionato del suo mondo? E se sì, dove?

Sì, un'esperienza all'estero è un'opportunità preziosa per aprire la mente e arricchire competenze personali e professionali. Aiuta a vedere il mondo da pro-



Coniugare tecnologia e natura è uno dei filoni che portano a trovare lavoro.

spettive diverse e sviluppare soluzioni creative. Oltre alle grandi capitali culturali europee e internazionali, consiglio di guardare con interesse anche ai Paesi del Golfo, dove stanno nascendo interessanti realtà culturali.

Da sempre il programma culturale di BAM riserva un'attenzione speciale per le nuove generazioni: che cosa li aspetta nell'immediato futuro?

Il nostro impegno è quello di offri-

re occasioni in cui i giovani possano non solo fruire della cultura, ma viverla in modo attivo, trovare uno spazio di espressione autentica e sperimentare forme nuove di dialogo con il mondo che li circonda. BAM continuerà a investire in progettualità dedicate, percorsi formativi, esperienze immersive e momenti di confronto intergenerazionale che possano accompagnare i giovani nel diventare cittadini attivi e consapevoli.



LE RADIO? CREAZIONI CHE UNISCONO GENERAZIONI

ALESSANDRO VOLANTI, DIRETTORE MARKETING DI RADIO ITALIA, SPIEGA COME LE EMITTENTI TRASFORMINO INTUZIONI E IDEE IN EVENTI E PROGETTI. IL CONSIGLIO AI GIOVANI PER IMPARARE? RESTATE NELLA NOSTRA PENISOLA

Per Alessandro Volanti, direttore marketing di Radio Italia, le emittenti radiofoniche sono fucine di creatività perché permettono di generare idee originali e creare eventi che avvicinano le persone di ogni età. E in controtendenza, suggerisce: restate in Italia

Molto più che una stazione radiofonica: fondata nel 1982, Radio Italia è un caposaldo della cultura nazionale. Da oltre 40 anni, la sua missione di diffonde-

re esclusivamente musica italiana ha contribuito in modo significativo alla promozione degli artisti e della gloriosa tradizione canora del nostro Paese.

Un impegno rafforzato dalla presenza dell'emittente su più piattaforme e dal lancio di continue iniziative per coinvolgere il proprio pubblico progettate dal team di Volanti, che in questa intervista racconta i mestieri radiofonici in onda e dietro le quinte.

Qual è la sua definizione di

professione creativa?

Per me la professione creativa è una qualsiasi attività lavorativa capace di generare idee originali, soluzioni innovative e contenuti che possano ispirarsi al presente, pensando però al futuro. Chiaramente queste idee e soluzioni devono poi trovare un effettivo riscontro «reale», altrimenti la professione rimane «ideale».

In che modo gli studenti prossimi alla maturità possono scoprire di avere attitudini

artistico - creative?

Sono convinto che l'inclinazione artistico-creativa non sia qualcosa che si può scoprire o acquisire, ma che ognuno di noi possiede oppure no. È latente, nascosta, e solo sperimentando e mettendosi alla prova si può «scoprire» di avere determinate attitudini.

Quali abilità sono necessarie per lavorare in radio?

Dipende dai ruoli che si vogliono ricoprire all'interno della radio e dai diversi settori. Sicuramente avere amore per la musica è un requisito minimo fondamentale. Un'emittente radiofonica è una realtà complessa, articolata: i ruoli sono tanti e diversi e di conseguenza lo sono le abilità richieste.

Che tipi di lavoro si possono svolgere in una stazione radio?

Al giorno d'oggi le radio sono vere e proprie aziende a 360 gradi. Sono davvero molteplici i lavori che si possono svolgere: lo speaker, il fonico, la regia audio, i social, lavorare nel marketing, nell'area partnership o nel settore commerciale. Si può lavorare sul web, nello sviluppo di contenuti per sito e app, si può lavorare in redazione, fare il videomaker per i canali digitali e per i canali televisivi. Si può lavorare in ambito pr e ufficio stampa, così come si può lavorare nell'area it tecnica e amministrativa. Ne abbiamo per tutti i gusti :)

Quali sono le sfide più comuni nel settore radiofonico per un giovane alle prime armi?

Ogni radio ha il suo *mood*, il suo stile e il suo *modus operandi*. Penso che la sfida più comune nel

nostro settore (come in tanti altri) sia quello di riuscire a calare la propria personalità e le proprie capacità e competenze nella realtà lavorativa che ti sta accogliendo. Solo diventando una parte del tutto è possibile integrarsi e portare il proprio valore aggiunto.

Considera sensata un'esperienza all'estero per formarsi in questo settore?

Sicuramente un'esperienza estera aiuta a conoscere uno scenario più ampio sul mondo della radio in generale, inteso come settore. Nella realtà dei fatti poi ogni Paese ha le proprie dinamiche e le proprie opportunità e quindi può succedere che quanto appreso all'estero poi non sia realizzabile in Italia e viceversa, o che sia realizzabile in tempi relativamente lunghi. Se dovessi dare un consiglio a chi vuole lavorare nella radio, suggerirei vivamente di concentrarsi in primis sull'esperienza in Italia, per poi fare esperienze estere e tornare con competenze e idee che, se applicate con intelligenza al nostro mercato, possono risultare innovative.

Quand'era giovanissimo, come ha superato le emasse delle scelte e gli ostacoli che ha trovato sul cammino nel suo percorso di crescita?

Ho sempre cercato di buttare il cuore oltre l'ostacolo impegnandomi in quello che pensavo potesse essere il giusto percorso per me, seguendo quello che più mi piaceva fare. Gli ostacoli e le difficoltà sono sempre stati dei turning point fondamentali. Mi hanno aiutato a crescere, a mettermi in discussione e a spingermi a fare

sempre meglio.

Quali saranno le tendenze future nell'industria radiofonica?

Sarebbe bello avere la sfera di cristallo, ma il mondo in cui viviamo viaggia a una velocità tale che quello che sembra nuovo, diventa vecchio nel giro di qualche mese. Sicuramente il mondo del digitale sta prendendo sempre più piede anche nel nostro settore, ma ho la convinzione che non riuscirà mai a soppiantare in pieno il calore che le persone e gli eventi in fisicità possono regalare. E la radio su questo è maestra indiscussa.

Considera l'IA un alleato oppure un antagonista delle professioni radiofoniche?

Per me l'IA è un grande e potente alleato che, come tutti i grandi e potenti alleati, bisogna imparare a conoscere e padroneggiare per evitare di esserene fagocitati.

Alessandro Volanti direttore marketing di Radio Italia.



SCUOLA HOLDEN

CONTEMPORARY HUMANITIES

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



dixit ==

oggi puoi
studiare la comunicazione

ma anche

crearla

**time
to be**

IULM

università
iulm



FRA DIGITALE E TRADIZIONE

IL PRESIDENTE DI PIATTAFORMA SISTEMA FORMATIVO MODA, **MATTEO SECOLI**, SPIEGA COME ORIENTARSI IN UN SETTORE CHE UNISCE ARTIGIANATO E HI-TECH



MATTEO SECOLI dal gennaio 2022 è presidente del Consiglio direttivo di Piattaforma Sistema Formativo Moda

Il main item di questo periodo storico è l'incidenza dell'AI e dell'hi-tech sulle professioni. Nella moda cosa cambierà?

Il fashion si basa già da qualche tempo su tecnologie avanzate, dal software di grafica al cad, dal 3D alla prototipizzazione digitale, quindi questa recente rivoluzione copernicana non ci coglie impreparati. I più grandi brand stanno persino sviluppando collezioni per il metaverso e per prodotti sviluppati per restare digitali. D'altronde 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 transalpini portano da noi i loro headquarters e ciò non è un caso.

Cosa serve ai giovani per riuscire nelle attività più creative?

Un orientamento ben fatto, perché indirizza la carriera. E avere idee chiare e determinazione perché la moda è un mondo bellissimo ma fatto di scadenze e ritmi incalzanti. La sua filiera ha una miriade di mestieri, dagli stilisti ai sarti, alcuni trasversali a più settori come design, grafica, comunicazione ma anche arte e cultura. Consiglio di "toccare con mano" le accademie, per esempio partecipando agli open day e ai Saloni dello Studente, dove sono presenti in gran numero. Cercate il percorso adatto al tipo di lavoro che intendete svolgere e poi confrontatevi con i vostri docenti.

Come utilizzare le iniziative della vostra Piattaforma Moda?

Partecipando ai nostri eventi di orientamento. A partire da Fashion Graduate Italia, tre giorni di sfilate ed eventi realizzati con tre obiettivi: raccontare l'industry agli studenti in uscita dalle nostre accademie; favorire il loro scouting mostrando i loro portfolio review ai professionisti d'azienda; informare docenti e studenti delle scuole secondarie, ai quali indirizziamo anche una settimana di lection e talk come orientamento alle scelte post maturità

Alcuni genitori temono che le accademie siano scelte troppo

originali: cosa direbbe loro?

Ricorderei che in Piattaforma l'80% delle realtà formative sono nate fra gli anni '30 e '70 del '900. Ied, Naba, Secoli, Polimoda, Marangoni, ecc. Inoltre negli ultimi 20 anni le discipline che insegnano moda sono state attivate anche all'interno delle Accademie di Belle arti prima e nelle Università poi. L'alta formazione ha dunque solide radici: nell'industria come nell'artigianato.

Le scuole di moda costano...

Quasi tutte offrono borse di studio o rette parametrizzate ai redditi. Purtroppo in Italia non abbiamo un sistema di prestiti sull'onore come nei Paesi nordici e anglosassoni. Però, come Piattaforma, da alcuni anni abbiamo messo a punto uno strumento di finanziamento chiamato «Per merito» che ogni accademia coniuga secondo sue clausole, cominciando a rimborsarlo all'inizio di quello lavorativo e in un range di tempo molto lungo, sino a 30 anni.

L'Italia è il posto giusto per trovare occupazione?

Per lavorare tutti i paesi occidentali sono interessanti. Ma l'Italia resta leader sui ruoli legati allo sviluppo del prodotto. Alexander McQueen, brand inglese, ha l'headquarter a Londra, ma 13mila metri quadrati di laboratorio in Italia dove realizza tutta la filiera.

CORSO TRIENNALE IN DESIGN

equipollente alla laurea triennale

Interior Design
Graphic Design
Product Design
Exhibition Design
Visual Communication

Visita il sito:



IL MESTIERE COME ARTE: EDUCARE MANI E MENTE

ALBERTO CAVALLI, DIRETTORE GENERALE DELLA FONDAZIONE COLOGNI: CURIOSITÀ, PAZIENZA E SAPERE MANUALE SONO LE CHIAVI PER TRASFORMARE IL TALENTO IN PROFESSIONE E DARE SENSO AL LAVORO NEL XXI SECOLO



ALBERTO CAVALLI
Direttore generale
Fondazione Cologni
Mestieri d'Arte

Quali predisposizione serve nei cosiddetti lavori creativi?

Curiosità per i dettagli, tenacia nel perseguire gli obiettivi, pazienza, attitudine ad approfondire, sperimentare, ricercare, plasmare sono le principali caratteristiche utili a svolgere una

professione artistico-artigianale. Quando il proprio sguardo incontra un oggetto di evidente bellezza la domanda di un aspirante creativo dev'essere: qual è il modo di crearlo?

Gli insegnanti come possono aiutarli in questo processo?

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. E sono numerosissimi (vedi Capitolo 9 Utilities, sezione Luoghi, ndr).

Questa guida si concentra sulle accademie italiane: sono ancora le leader mondiali?

La concorrenza straniera cresce ma noi siamo ancora i primi: dalle accademie all'avanguardia tra arte e tecnologica alle officine più tradizionali e storiche. Fra le tante mi permetto di citare 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 il punto di riferimento.

Trovare già il meglio nel *bel-paese* dispensa quindi da un'esperienza all'estero?

No, perché vedere che cosa realizzano gli altri offre comunque spunti e stimoli nuovi. Non dimentichiamo che in passato i migliori artigiani partivano da Fussen, in Germania, e da altre città anseatiche d'eccellenza per un *wanderschaft* (*vagabondaggio, alla maniera dei clerici vagantes, ndr*) per osservare le opere dei colleghi. *L'uomo artigiano* di Richard Sennet è esplicativo: «L'uomo artifex persegue la ricerca dell'opera quasi perfetta, del buon lavoro fatto con arte, intelligenza, conoscenza e sapienza manuale».

Fare del proprio talento una professione rende felici?

Richiede sacrificio ma permette di dare un senso forte alla vita. Consente di mantenere un'osservazione costantemente attenta sul mondo e di trasformare ciò che ci piace in un lavoro retribuito. Allena la mente, gli occhi, le mani. Oggi è il non saper fare niente la vera forma di schiavitù. Come metafora direi che è la gravità, e non l'inerzia, la forza più potente del mondo.

DESIGNER NEEDED



I Am A Designer.

IAAD.

ISTITUTO
D'ARTE
APPLICATA
E DESIGN



young x youth —



PAULINA VALDEZ ROMERO

Master Alta Moda, Fashion Design. **Accademia Costume & Moda**

Anno accademico 2023/2024

Affidarsi ai docenti è stato fondamentale per me: il loro sguardo esperto mi ha aiutato a crescere, anche nei momenti di incertezza.

Un altro consiglio? **Non isolatevi.** Confrontarsi con i compagni, condividere idee e visioni, è ciò che arricchisce davvero: dalle differenze nascono contaminazioni preziose. Vivete ogni giorno in

accademia con entusiasmo, **partecipate** a ogni progetto, workshop, evento.

È così che ho colto l'occasione di presentare la mia collezione finale durante Fashion Graduate Italia 2024: un'esperienza che ha dato senso a tutto il mio percorso. La scuola è un trampolino, ma tocca a voi spiccare il salto.



FRANCESCA IANNI,

Corso di Fashion Design

Accademia: **Laba Firenze**

Un percorso artistico può essere lo spazio giusto per esplorare, sbagliare, scoprire, cambiare idea. E soprattutto, conoscere te stesso e il tuo stile.

Significa imparare a **osservare** il mondo con occhi diversi, porre domande, cercare soluzioni **fuori dagli schemi**, immaginare ciò che ancora non esiste ed essere curiosi.

Incontrerai sia persone simili a te, sia profondamente diverse da te, e questo **confronto** ti aiuterà a crescere.

Alla fine, ti sentirai nel posto giusto: starai investendo su te stesso, sulle tue idee e sul tuo modo unico di vedere il mondo.

CARLO TENTI, Triennio in Fashion Design
NABA, Nuova Accademia di Belle Arti, Campus di Milano

Cercati.

In questi anni ho capito quanto sia importante studiarsi e analizzarsi al fine di portare il proprio linguaggio in questo ambito che ha bisogno di **autenticità** e nuovi racconti.

Ogni progetto, durante il percorso universitario, deve essere sfruttato il più possibile per **sperimentare**, senza mai tirarsi indietro ma dando sempre il meglio di sé per **andare oltre** il semplice lavoro.

Dedicare tempo alla **lettura**, alla ricerca, all'informazione su elementi che riteniamo fondamentali per costruire un proprio racconto.

Questi sono per me altri aspetti davvero importanti per arricchire ed **espandere** quello che vogliamo raccontare attraverso la moda.



GIULIA ANDREOSSO,
Modellista Sartoriale
Istituto di Moda Burgo

Vuoi studiare moda? Non basta amare lo shopping. Serve curiosità per scoprire cosa c'è dietro ogni capo: chi l'ha pensato, con quali materiali, perché proprio quella forma. La moda è **ricerca**, progetto, racconto.

Allenate lo sguardo: è lì che tutto comincia. Servono testa per creare, occhi per osservare, mani per costruire. Scegli una scuola con **docenti appassionati**, con esperienza reale nel settore. Impara la teoria, ma sperimenta con la pratica: è lì che cresci davvero. Non crearti aspettative. Parti con la mente aperta. Solo chi osserva, ascolta e prova va avanti.

**I MAESTRI
ARTIGIANI DI
DOMANI
Grazie alla
Fondazione
Cologni, è
possibile svolgere
un tirocinio di sei
mesi, retribuito
con 800 euro
mensili, in studi,
laboratori e
botteghe d'arte:
vi presentiamo
quattro giovani
che, dopo la
loro esperienza
formativa, stanno
svolgendo il
lavoro che amano**



SARA CAVALIERE

ATELIER Museo Storico e Parco del Castello di Miramare. **SCUOLA** Scuola di Alta Formazione del Centro Conservazione e Restauro La Venaria Reale

Sara Cavaliere è di Moncalieri (provincia di Torino). Si laurea in Conservazione e Restauro dei Beni Culturali alla Scuola di Alta Formazione del Centro Conservazione e Restauro La Venaria Reale, nel settore dei manufatti tessili e in pelle. «La conservazione preventiva in una residenza storica è una sfida nuova poiché costringe a un approccio insolito, ad allargare lo sguardo dal contenuto al contenitore e a porre quest'ultimo in relazione con le cause di deterioramento». Con il tirocinio al Museo Storico di Trieste, Sara ha avuto modo di approfondire le diverse anime del restauro. A gennaio 2023 è diventata una restauratrice professionista freelance specializzata in manufatti tessili e in pelle. Ha già svolto importanti interventi tra cui quello per l'Armeria Reale di Torino.

ANDREA ARTONI

ATELIER Lorenzo Rossi. **SCUOLA** Civica Scuola di Liuteria di Milano

Andrea Artoni vive a Monza (MB) e scopre il mondo della liuteria nel 2015: durante uno stage in un centro diurno, incontra uno degli studenti della Civica Scuola di Liuteria di Milano e capisce che quel mestiere gli calza a pennello. Si iscrive sotto la guida del maestro liutaio Lorenzo Rossi e dopo quattro anni conclude il suo percorso scolastico con il massimo dei voti. Grazie al progetto *Una Scuola, un Lavoro* inizia nel 2020 un tirocinio nel laboratorio milanese: «Gli anni di esperienza del mio maestro e tutor costituiscono una risorsa preziosa per chi, come me, sente il bisogno di affinare le tecniche di costruzione, restauro e set-up degli strumenti ad arco». Dopo più di tre anni, Andrea lavora ancora nel laboratorio del Maestro Rossi.



VALERIA QUAINI

ATELIER Fonderia
Artistica Battaglia
SCUOLA Accademia
di Belle Arti di Brera



Valeria Quaini viene dalla provincia di Lecco. Consegue il diploma in Scultura all'Accademia di Belle Arti di Brera (Mi), e viene selezionata, attraverso *Una Scuola, un Lavoro*, per un tirocinio alla Fonderia Artistica Battaglia a Milano, seguita dal tutor Andreas Boccone. «Qui ho la possibilità di praticare ciò che mi è stato insegnato. Artisti di tutto il mondo si recano in fonderia per realizzare le proprie opere, il mio compito è creare il modello in cera di ciò che verrà poi fuso in bronzo o in altri metalli. È un lavoro che esplora tecniche della scultura come il modellato, la formatura, la fusione, il cesello e la patinatura». Al termine del tirocinio, l'atelier le ha chiesto di rimanere a lavorare in fonderia, e Valeria ha accettato.



ANTONIO CORTESE

ATELIER Ulderico Pinfildi. Corso di fashion design
SCUOLA Istituto Superiore a Indirizzo raro Caselli

Nato a Napoli, Antonio Cortese ha conseguito nella sua città il diploma professionale per l'industria e l'artigianato della porcellana e della ceramica all'Istituto Caselli di Capodimonte. Grazie al programma di Fondazione Cologni, ha frequentato il Mini Master a Milano, per poi tornare a Napoli, a San Biagio dei Librai, per il tirocinio di sei mesi nella bottega del maestro presepiere Ulderico Pinfildi. Qui ha imparato la modellazione dell'argilla per creare volti, cesti di frutta e verdura, e architetture. «Con questo tirocinio mi piacerebbe migliorare la mia manualità e prepararmi per entrare nel mercato artistico». Antonio continua a collaborare con la bottega del presepe.

CREATIVITÀ
CHE ISPIRA,
INNOVAZIONE CHE
TRASFORMA



Scopri la nostra
offerta formativa



Milano

Via Luigi Cagnola, 17 tel 02 780517



accademia@acmemilano.it

BEST PRACTICE



PROGETTO THE GREEN LIGHT

Scuola: **Ferrari Fashion School**
Azienda: **Berto**
Corso: **1° e 2° anno Design della Moda.**
BA in Fashion Design



Per la visual generation, il racconto per immagini è complementare alle parole. Eccone alcuni esempi. Nel progetto **The Green Light**, realizzato con Berto, azienda che produce denim sostenibile, gli studenti hanno affrontato una Fashion Marathon sull'upcycling. Usando scarti di denim, han creato outfit menswear originali, sviluppando soluzioni zero waste e sperimentando tecniche di trasformazione sartoriale. Per ripensare il ciclo di vita del capo con una progettazione responsabile e creativa.

Studenti/studentesse: **Scarlet Abreu, Eleonora Arrivabene, Elena Bondioli, Luna Casey, Chiara De Simone, Sara Di Cosola, Greta Falcinella, Elena Giacomelli, Serena Giuriati, Alessia Manica, Ludovica Rota, Michalina Sztuka, Teodora Vujisic, Tosca Wiedmann.**



PROGETTO URBANO E BIOTICO

Scuola: **Ferrari Fashion School**
Azienda: **Manteco**
Corso: **2° anno Bachelor in Fashion Design**

Nel progetto didattico realizzato in collaborazione con Manteco, gli iscritti al secondo anno del corso BA in Fashion Design si sono confrontati con il tema **Urban and Biotic**, indagando il legame tra uomo contemporaneo e ambiente attraverso l'uso della lana come materiale sostenibile e performante. La sfida progettuale ha richiesto la realizzazione di un completo menswear che rispondesse alle esigenze climatiche e funzionali della

vita urbana, senza rinunciare a una forte componente di carattere sensoriale e artigianale.

I ragazzi hanno lavorato su silhouette strutturate ma confortevoli, esplorando texture diverse - dalla lana cardata ai tessuti tecnici rigenerati - per coniugare innovazione, estetica e responsabilità ambientale.

Un progetto che ha stimolato una riflessione concreta sul futuro del menswear sostenibile.

Studenti: **Luna Casey, Ottilia Paesani, Tosca Wiedmann, Michalina Sztuka.**



PROGETTO NAVI

Nome scuola: **Domus Academy**

Nome azienda: **Samsung Design Innovation Center (SDIC)**

Corso frequentato: **Master Accademico in Product Design, Master Accademico in Interaction Design**

Nel mondo odierno, la disinformazione rappresenta una problematica crescente, in grado di influenzare l'opinione pubblica e le decisioni individuali. Cresce così l'esigenza di strumenti che promuovano consapevolezza e pensiero critico. **Navi** è stato progettato proprio con questo obiettivo: rilevare la disinformazione attraverso l'analisi di input audio e visivi (OCR e ASR), acquisiti tramite Bluetooth e microfoni esterni. Il dispositivo elabora continuamente le informa-

zioni provenienti sia dai sistemi collegati che da fonti esterne, confrontandole con database di fact-checking come Snopes, Reuters Fact Check, PubMed e OMS. Rendendo il rilevamento della disinformazione un'esperienza interattiva e intuitiva, Navi fa riflettere in modo critico sui contenuti che ci circondano. Si pone come un ponte tra automazione e capacità decisionale dell'individuo, incoraggiando un approccio più consapevole e attivo alla fruizione dei media.



Studenti: **Shane Bana, Javiera Bakic, Ekin Yuksel.**



PROGETTO INTERGALACTIC Scuola: IED Corso: 2° anno Bachelor in Fashion Design (Corsi triennali - DAPL)

Azienda: Pitti Immagine Uomo 108 IED Istituto Europeo di Design+ C2C Festival in collaborazione con Mirror Digital Agency

Intergalactic è l'installazione che l'Istituto Europeo di Design e C2C Festival, in collaborazione con Mirror Digital Agency, hanno presentato in occasione di Pitti Immagine Uomo 108 con la curatela di Bill Kouligas, artista, musicista e designer, tra le figure più radicali della sperimentazione contemporanea. Un'installazione esito di un progetto che ha coinvolto un team di studenti IED delle sedi di Italia e Spagna - Milano, Cagliari, Firenze, Roma, Torino, Madrid, Barcellona, Bilbao e l'Accademia di Como Aldo Galli - appartenenti a diversi ambiti disciplinari quali fashion design, sound design, graphic design, textile design, marketing, comunicazione visiva,

video e motion graphics.

Gli studenti hanno lavorato in gruppi trasversali, favorendo un incontro tra competenze eterogenee. Un sistema aperto, basato su scambio costante e confronti settimanali guidato da Bill Kouligas, in veste di curatore e mentor.

Pensata come un'esperienza, l'installazione ha preso forma negli spazi dell'Ex Teatro dell'Oriuolo di Firenze, in uno scenario dove tessuti, immagini in movimento, segnali sonori e stimoli sensoriali si sono intrecciati in tempo reale. Al centro dell'installazione, un'architettura di luce e tessuto ha preso vita grazie a sensori reagenti al movimento dei performer e del pubblico. I performer, indossando

capi progettati e realizzati dagli studenti, sono diventati parte integrante dell'ambiente interattivo. Anche i visitatori sono stati parte attiva e interattiva: i loro gesti hanno generato suoni che a loro volta hanno modulato proiezioni su superfici tessili, in un loop continuo tra stimolo e risposta, dando forma a un ecosistema dinamico che ha messo in dialogo arte e tecnologia, materia e immaginazione. Mirror, agenzia di comunicazione che fa dell'innovazione digitale un'attitudine distintiva, ha affiancato l'istituto IED nella direzione creativa e tecnologica dell'installazione, gestendo distribuzione e integrazione delle componenti tecnologiche.

Studenti: *Li Chien, Bianca Falcione, Giona Vezzali, Nicholas Franceschi e Rachele Manconi* di Fashion Design; *Giorgia Gardinali* di Fashion and Textile Design; *Gabriele Curatolo* di Sound Design; *Lorenzo Zoppi, María Mur e Gonzalo Munoz* di Graphic Design; *Marta Sanesi* di Fashion Marketing; *Amedeo Innocenti* di Design della Comunicazione Visiva; *Cesare Recchioni e Ann Kapanadze* di Motion Graphics and Video.

PROGETTO ANGELO DELL'APOCALISSE,
Scuola: AFOL Moda Corso: Tecniche di Design del
Costume per il Teatro e lo Spettacolo
Azienda: TEATRO FONTANA

In occasione della prima dello spettacolo che ha dato il nome all'attuale stagione teatrale, *Mirate all'angelo*, il Teatro Fontana di Milano ha stretto una preziosa collaborazione con Fondazione ITS Cosmo Fashion Academy e AFOL Moda. Nell'ambito del corso di Tecniche di Design del Costume per il Teatro e lo Spettacolo, gli allievi sono stati incaricati di progettare e realizzare un'esposizione di costumi ispirati alla tematica degli angeli, in linea con il titolo della stagione.

Sotto la guida esperta della docente costumista, Katarina Vukcevic, otto gruppi di studenti hanno dato vita a interpretazioni uniche e suggestive dell'archetipo angelico. Il risultato è una collezione di otto costumi che esplorano le molteplici sfaccettature dell'angelo, andando oltre l'immagine tradizionale e indagando concetti quali la distruzione, la ribellione, il desiderio, la lotta, il potere, la perfezione, l'ombra e il confine ultimo. Angelo dell'Apocalisse - Bellezza e distruzione si fondono in un presagio implacabile: il mondo si sgretola e lui ne è il testimone. (Paola DeMango, Carlotta Masnaghetti, Sara Pellizzoni)



Studente: **Sara Pellizzoni.**



NUOVA ACCADEMIA DEL DESIGN

Design your future
NOW

■ PERCHÉ SCEGLIERE NAD?

NAD – Nuova Accademia del Design

valorizza da oltre un decennio la creatività dei suoi studenti attraverso un approccio "learning by doing" e un corpo docente di professionisti. Grazie al costante contatto con designer, progettisti e imprenditori, NAD riduce il divario tra il mondo accademico e lavorativo. Con oltre 600 studenti, NAD garantisce una didattica impeccabile anche a distanza, investendo in tecnologie avanzate come schermi interattivi, telecamere 4K e la piattaforma Cisco Webex.

Accademia Capiello, con 60 anni di esperienza nei settori grafica e fashion, rappresenta un polo specializzato nella formazione di professionisti del design e della comunicazione. I docenti qualificati, che dividono il loro tempo tra professione e insegnamento, portano in aula le loro esperienze dirette dal mondo del lavoro. L'acquisizione da parte di NAD ha permesso di integrare metodologie innovative e tecnologie avanzate, arricchendo ulteriormente i percorsi formativi tradizionali dell'istituto fiorentino.

CERTIFICAZIONI



PARTNERS



■ INNOVAZIONE

Esplora l'apprendimento in mondi virtuali. Con NAD esplori nuovi orizzonti educativi attraverso Realtà Virtuale e Aumentata. Insieme a Vection Technologies trasformiamo le lezioni in avventure coinvolgenti, dove i concetti prendono vita e le aule diventano mondi virtuali per sperimentare e imparare in modi innovativi

■ PARTNERSHIP

La formazione nelle due accademie è completata da un forte legame con le aziende per creare contest, project work e collaborazioni che mantengono il collegamento con il futuro professionale degli studenti. Dal 2024, NAD estende i suoi servizi anche alle aziende, offrendo programmi personalizzati per aggiornare e potenziare le competenze del personale, rispondendo alle sfide di un mercato in evoluzione.

■ INCLUSIVITÀ

NAD e Vection, si impegnano a fornire un ambiente inclusivo e supportivo per tutti gli studentiggarantendo loro un'esperienza educativa equa, personalizzata e orientata al successo.



Via Santa Teresa 2,
37135 VERONA (VR)
info@hdegroup.com
+39 045 58 24 48
accademiadeldesign.com

Viale Michelangiolo, 19
50125 FIRENZE (FI)
info@accademiacapiello.it
+39 055 68 13 211
accademia-capiello.it



JOB ON SHOW





MATILDE ARRIGONI

Scuola: Afol moda

Azienda: Nastrificio Achille Valera Lissoni

Il lavoro frame by frame. Alcuni ruoli a volte hanno nomi troppo up per compresi. Eccoli allora svelati dalle immagini in alcuni progetti scelti ad hoc:

Afol moda x nastrificio Achille Valera Lissoni, leader in lavorazione e trasformazione di filati in nastri di alta qualità: è il pro-

getto scuolaazienda nato per valorizzare l'accessorio nella moda. I nastri, da dettagli decorativi diventano protagonisti del design. Matilde Arrigoni ha trasformato la sua visione estetica in una giacca unica, dove il nastro è elemento centrale. Il capo è stato esposto a Milano Unica 2025.



MARCELLO PIPITONE

Scuola: **Ferrari Fashion School**

Azienda: **Marcello Pipitone**

Le studentesse del Master di Fashion Design and Creative Direction della **Ferrari Fashion School** di Milano hanno seguito un importante workshop intensivo di upcycling con **Marcello Pipitone**. L'upcycling è il punto focale della filosofia creativa del designer milanese, contribuendo alla soluzione del problema del *textile waste*. Gli studenti hanno così creato capi sportswear unici, partendo da materiali di scarto e rielaborando l'estetica del quotidiano.

In queste foto, studenti al lavoro durante la settimana di workshop alla Ferrari Fashion School di Milano.





@Andrea Guernani

PROGETTI LAB MODA, ARCHIVIO, LAB ORAFO

Scuola: IED, Istituto Europeo di Design di Torino

Corso: Fashion Design, Oreficeria

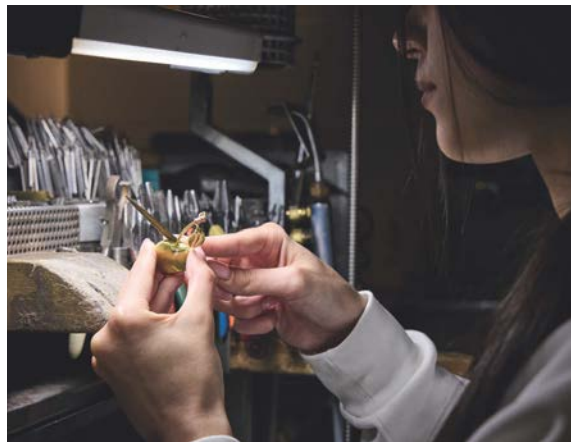
LAB MODA e ARCHIVIO

Cuore pulsante della sede **Marconi di IED Torino** sono i due laboratori di sartoria, in cui gli studenti di Fashion Design possono sperimentare e affinare le proprie competenze nell'ideazione e creazione di capi d'abbigliamento.

L'Archivio è uno spazio dedicato alla consultazione e alla ricerca su tessuti e materiali: un hub creativo per esplorare texture e tecniche utili per la progettazione di capi e accessori.

LAB ORAFO

Nel laboratorio orafa **Pieffe**, gli studenti dell'Istituto Europeo di Design di Torino imparano a trasformare idee e progetti in preziose creazioni sotto la guida di artigiani esperti che li guidano nella conoscenza di tecniche e materiali. Utilizzando seghetto, lime, pinze, trapano e cannelli a idrogeno e ossigeno, si sperimentano le tecniche base della lavorazione orafa, dalla saldatura alla rifinitura finale passando per l'uso di ottone, alpacca e rame.



@Eduardo Piva



PROGETTI MAKING OF

Scuola: **Istituto Secoli Novara**
Corso: **Prototipia del Prodotto Moda**

Istituto Secoli di Novara, in partnership con i brand, è una scuola di eccellenza dedicata alla formazione di prototipisti. L'obiettivo è quello di coltivare le conoscenze che sono alla base di quel "saper fare" che da sempre contribuisce a definire l'esclusività del prodotto Made in Italy dell'abbigliamento. Nei laboratori di Istituto Secoli, tra l'altro, si studiano i tessuti da impiegare nello sviluppo di una collezione moda. Le aule di Istituto Secoli sono dedicate allo studio e alla pratica della prototipia.



THE SIGN FESTIVAL



20-21 MARZO 2026

THESIGN ACADEMY FIRENZE



directory ==

DOVE IMPARARE I MESTIERI FRA ARTIGIANATO E FANTASIA

LE 150 SCUOLE DI ALTA FORMAZIONE POST-DIPLOMA PER PREPARARSI A SVOLGERE LE PROFESSIONI PIÙ ORIGINALI E SPECIALIZZATE: CON TUTTI I LORO CORSI, SOFISTICATI E NON, UTILI AL FUTURO DELLA GEN Z

Un secolo fa la professione si imparava «a bottega». Adesso si va **in accademia**. 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'innovazione.

Campus ne ha censite 150 e le illustra nei dati essenziali per un primo contatto: nome della scuola, città, indirizzo fisico, telefono, e-mail, sito web, numero verde o whatsapp per info e counseling, corsi e/o settori di specializzazione. Una *directory* per cominciare a capire quali vi incuriosiscono di più. E quindi quali conoscere e approfondire in base a didattica e geografia.

Il passo successivo dovrebbe essere contattarle e visitarle, prendere appuntamento con le loro segreterie e chiedere un colloquio per porre tutte le domande che volete.

Oppure **venite a incontrarle ai Saloni dello Studente di Campus**, dove, in un'unica location, tappa dopo tappa, ne trovate a disposizione contemporaneamente la gran parte, coi loro counselor e orientatori pronti a rispondere a tutti i vostri dubbi e interrogativi e ad aiutarvi in tutti gli aspetti della scelta che eventualmente mediterete: 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: accademiamoda.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: iscrizioni@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
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 del bosco 34/a, 95125 Catania
Tel. 095-2865429

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. 0961-773679

Mail: segreteria@abacatanzaro.it

Sito: abacatanzaro.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, 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. 0832-258635

Mail: accademiabelleartilecce@pec.it

Sito: accademiaclece.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. 0733-405150

Mail: infopoint@abamc.it

Sito: abamc.it

Settori: Decorazione del contemporaneo, Grafica d'arte, Pittura, Scultura e nuove tecnologie per la scultura (biennio), 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
Tel. 02-86955220

Mail: relazioniesterne@accademiadibrera.it

it; presidente@accademiadibrera.it;

comunicazione@accademiadibrera.it

Sito: accademiadibrera.milano.it

Settori: Pittura, Scultura, Grafica d'arte, Decorazione, Scenografia, Materiali Lapidari 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, Scenografia, Progettazione artistica per l'impresa indirizzo Graphic Design, Decorazione del contemporaneo, Grafica d'arte per l'editoria contemporanea,

16. ACCADEMIA DI BELLE ARTI DI REGGIO CALABRIA

Via XXV Luglio, 10, 89121 Reggio Calabria
Tel. 0965-499415
Mail: info@abararc.it
Sito: abararc.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 UDINE

Viale Ungheria, 18; 33100, Udine
Tel. 0432-292256
segreteria@accademiatiepolo.it
Sito: accademiatiepolo.it
Settori: Graphic design per l'Impresa, Architettura d'interni e design, Pittura, Tatuaggio artistico. Corso triennale in Pittura e Arti Visive (indirizzi: Illustrazione e Fumetto; Fotografia; Pittura). Corso magistrale in Communication design con indirizzi Advertising e Art Direction.

18. 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

19. 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

20. ACCADEMIA DI BELLE ARTI DI SASSARI

Via Duca degli Abruzzi, 4, 07100 Sassari
Tel. 079-280302
Mail: segreteria.studenti@accademiasironi.it
Sito: accademiasironi.it

Settori: Arti Visive, Dipartimento di comunicazione e Didattica dell'Arte, Progettazione e Arti Applicate

21. ACCADEMIA DI BELLE ARTI DI TORINO «ALBERTINA»

Via Accademia Albertina, 6, 10123 Torino
Tel. 011-889020
Mail: didattica@albertina.academy.it
Sito: albertina.academy.it
Settori: Pittura, Scultura, Decorazione, Grafica d'arte, Scenografia, Nuove Tecnologie dell'arte, Progettazione artistica per l'impresa, Cinema, Fotografia, Audiovisivo, Comunicazione e valorizzazione del patrimonio artistico contemporaneo

22. 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

23. ACCADEMIA DI BELLE ARTI DI VENEZIA

Fondamenta Zattere allo Spirito Santo, 423, 30123 Venezia
Tel. 041-2413752
Mail: direttore@accademiavenezia.it
Sito: accademiavenezia.it
Settori: Pittura, Decorazione, Scultura, Grafica, Scenografia, Nuove tecnologie dell'arte

24. ACCADEMIA DI BELLE ARTI LEGALMENTE RICONOSCIUTA DI BERGAMO «CARRARA»

Piazza Giacomo Carrara, 82d, 24121 Bergamo
Tel. 035-237374
Mail: accademia@poliartibg.it
Sito: accademiabellearti.bg.it
Settori: Pittura, Nuove tecnologie, Arti e culture multimediali, Design della comunicazione visiva

25. ACCADEMIA DI BELLE ARTI LEGALMENTE RICONOSCIUTA DI CUNEO

Via Savigliano, 8/b, 12100 Cuneo

Tel. 0171-695753
Mail: direzione@accademiabelleartcuneo.it

Sito: accademiabelleartcuneo.it
Settori: Videomaking, Graphic Design, Advertising, Interior Design, Fotografia, Metaverso

26. ACCADEMIA DI BELLE ARTI LEGALMENTE RICONOSCIUTA DI GENOVA «ACCADEMIA LIGUSTICA»

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

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

Via Luigi Cagnola, 17, 20154 Milano
Tel. 02 780517
Mail: accademia@acmemilano.it
Sito: acmemilano.it
Via Costantino Porta, 25, 28100 Novara
Tel. 0321-627101
Mail: accademia@acmenovara.it
Sito: acmenovara.it
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, Scenografia virtuale per il cinema e i nuovi media, Innovazioni digitali per la valorizzazione dell'arte e della cultura

28. ACCADEMIA DI BELLE ARTI LEGALMENTE RICONOSCIUTA LABA

Via Don G. Vender, 66, 25127 Brescia
Tel. 030-380894
Mail: segreteria.vender@laba.edu
Sito: laba.edu
Settori: Design, Graphic Design, Fashion design, Pittura, Progettazione degli Interni e della decorazione, Fotografia, Scenografia.
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 -

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,

31. ACCADEMIA DI BELLE ARTI LEGALMENTE RICONOSCIUTA DI SANREMO

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, Game design, Pittura, Alta Formazione Professionale

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

Via Cairoli, 20, 96100 Siracusa
Tel. 0931-21908

Mail: info@madeprogram.it

Sito: madeprogram.it

Settori: Design, Arti visive, Animation & CGI, Moda, 0 km design e arti applicate

33. ACCADEMIA DEL LUSSO

Via Montenapoleone 5, 20121, Milano
Piazza di Spagna 9, Roma
Tel. 800-334411

Mail: info@accademiadellusso.com

Sito: accademiadellusso.com

Settori: Interior Design, Fashion Styling &

Communication, Fashion Graphic Design, Fashion Communication Management

34. 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 Progettazione artistica per l'Impresa, Fashion Design

35. ACCADEMIA DI BELLE ARTI LEGALMENTE RICONOSCIUTA DI RAVENNA

Via delle Industrie, 76, 48122 Ravenna
Tel. 0544-453125

Mail: accademia@abaravenna.it

Sito: abaravenna.it

Settori: Arti visive, pittura, Arti visive mosaico, Decorazione mosaico, Design del gioiello

36. RUFA - ROME UNIVERSITY OF FINE ARTS

Via Benaco, 2, 00199 Roma
Tel. 06- 85865917

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.

37. ACCADEMIA DI BELLE ARTI LEGALMENTE RICONOSCIUTA ABADIR

Pizza Platani, 3, 90046 San Martino delle Scale (PA)

Tel. 091-418104

Mail: segreteria@abadir.net; direzione@abadir.net

Sito: abadir.net

Settori: Graphic design e media digitali, Product design e comunicazione visiva

38. ACCADEMIA DI BELLE ARTI LEGALMENTE RICONOSCIUTA DI VERONA

Via C. Montanari, 5 - 37122 Verona Tel.

045-8000082

Mail: protocollo@

accademiabelleartiverona.it

Sito: accademiabelleartiverona.it

Settori: Pittura, Scultura, Decorazione, Design, Scenografia, Nuove tecnologie dell'Arte

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

Via Col Moschin, 17, 01100 Viterbo
Tel. 0761-220442

Mail: form su abav.it/contact

Sito: abav.it

Settori: Pittura, Scultura, Scenografia, Graphic design, Fashion Design, Restauro, Cinema e Televisione, Fotografia

40. ACCADEMIA ITALIANA

Piazza Pitti, 15, 50125 Firenze
Tel. 055-284616

Mail: form su accademiaitaliana/chiedi-informazioni

Sito: accademiaitaliana.com

Settori: Moda, Design, Fotografia, Grafica, Gioiello, Comunicazione, Interior design, Design del prodotto, Graphic design, Fashion design e management, Fashion e Texile design

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@poliar.te.net

Sito: poliar.te.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- 40075727; 02-36643100
Mail: info@accademiacostumeemoda.it
Sito: accademiacostumeemoda.it Settori:
Fashion, Costume e Moda, Comunicazione
di Moda, Management,

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, 5/d, 10152 Torino
Tel. 011-548868
Mail: orientamento-to@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 DUOFIN ART -
ACCADEMIA DELLE ARTI E
NUOVE TECNOLOGIE**
Via Monza, 21, 00182 Roma
Tel. 06-6864008
Mail: compilare form su
accademiaellearti.it
Sito: accademiaellearti.it
Settori: Design, Interior, Public,
Videomaking, Story, Cinema,

**51. ISTITUTO PANTHEON -
DESIGN AND TECHNOLOGY**
Clivo di Monte del Gallo, 48, 00165
Roma; Via Alberto Mario, 65
20149, Milano
Tel. 06-6786478
Mail: info@istitutopantheton.it
Sito: istitutopantheton.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

**52. 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

53. ISTITUTO DESIGN PERUGIA
Via XX Settembre 57-63 Perugia
Tel. 075-5734647
Mail: info@istitutoitalianodesign.it
Sito: istitutoitalianodesign.com Settori:
Moda, Interni, Prodotto, Comunicazione,
Design

**54. 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

**55. 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

**56. 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

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

**58. ISTITUTO SUPERIORE
PER LE INDUSTRIE ARTISTICHE
(ISIA) DI URBINO**
Via Santa Chiara, 36, 61029 Urbino
Tel. 0722-320195
Mail: segreteria@isiaurbino.net
Sito: isiaurbino.net
Settori: Progettazione e Grafica

**59. LIBERA ACCADEMIA DI BELLE
ARTI DI RIMINI**
Via Roma, 64b, 47921 Rimini Tel. 0541-
27449
Mail: didattica@labarimini.com

Sito: labarimini.it
Settori: Graphic Design, Fashion Design,
Fotografia, Cinema

**60. 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

**61. 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, Electronic music production,
Urban music production, Videomaking con
DaVinci resolve

**62. SCUOLA POLITECNICA
DI DESIGN - SPD**

Piazzale Lugano, 19, 20158 Milano
Tel. 02-21597590
Mail: info@scuoladesign.com
Sito: scuoladesign.com
Settori: Transportation and Car Design,
Interior Design, Product Design,
Communication Design, Food Design,
Event and Exhibition Design

**63. ACCADEMIA
INTERNAZIONALE DI TEATRO**

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

Le accademie Musicali

**64. 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

**65. ISTITUTO POLIARTE MILANO
CIVICA SCUOLA DI MUSICA
CLAUDIO ABBADO**

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

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

Via Guido Rey, 11100 Aosta Tel. 0165-
43307
Mail: segreteria.didattica@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 I°, 84, 93100
Caltanissetta
Tel. 0934-20078
Mail: segreteriestudenti@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: didattica@conservatoriocatania.it
Sito: conservatoriocatania.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: segreteriamodena@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, 13, 88047 Nocera
Terinese (CZ)
Tel. 0968-923854
Mail: segreteria@tchaikovsky.it
Sito: cons.cz.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: didattica@verdiravenna.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. 0522-1172170
Mail: frontoffice@conservatorio.peri-
merulo.it
Sito: consperimerulo.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. 0541-1647843
Mail: direzione@madernalettimi.it
Sito: madernalettimi.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: conservatoriosiena.it
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: info@briccialditerni.it
Sito: briccialditerni.it
Settori: Corsi strumentali, Vocali,
Compositivi

84. MUSSIDA MUSIC PUBLISHING

Via Elio Reguzzoni, 15, 20125 Milano
Tel. 02-6411461
Mail: al form cpm.it/contatti
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/ita
Settori: Produzione Audio, Produzione
Video, Game Design, Game Art, Music
Business

**86. SAINT LOUIS MUSIC CENTER
- COLLEGE OF MUSIC**

Via Baccina, 28, 00184 Roma
Tel. 06-870017
Mail: direzione@slmc.it
Sito: saintlouis.eu
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
Tel. 051-3140192
Mail: info@bsmt.it
Sito: bsmt.it
Settori: Design, Fashion Design, Graphic
Design.

91. TRENTINO 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 Savelli, 102, 8, 35129 Padova
Tel: 0490-971700
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 MITA - MADE IN ITALY TUSCANY ACADEMY

Via Pantin, 63, 50018 Scandicci (FI)
Tel. 055-9335306
Mail: info@mitacademy.it
Sito: mitacademy.it
Settori: Arti applicate, Articoli in pelle, Artigianato, Design, Disegno industriale, Marketing, Moda, Modellistica e tecniche di progettazione di prototipi, Pianificazione e controllo della produzione, Tecnologie dei materiali, Tessile

94. ACCADEMIA CINEMA TOSCANA

Via di Tiglio, 370, 55100 Lucca
Tel. 0583-928354
Mail: segreteria@accademiacinematoscana.it
Sito: accademiacinematoscana.it
Settori: Regia, Sceneggiatura, Direzione della fotografia, Montaggio, Compositing, Storia del cinema, Coproduzione internazionale, Operatore di ripresa, Legal, Produzione, Cinema del reale, presa diretta, Marketing cinematografico, Motion Graphics

95. 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

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

Corso Pella, 10, 13900 Biella
Tel. 015-8853523
Mail: segreteria@istambiella.it
Sito: istam.it
Settori: Sviluppo e produzione del prodotto Tessile, Processi Tessili, Innovazione e Sostenibilità, Confezione industriale e Sartoriale, Progettazione e sviluppo prodotti di Maglieria

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

Contrada Pergolo, 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
Corsi: Corso Artist, Corso Top 3D Corso Best, Corso D.B. MITA, Corso MC Fash, Corso ALT.

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

Via Belvedere, 20, 63821 Porto Sant'Elpidio (FM)
Tel. 0734-340390
Mail: info@itssmart.it
Sito: itssmart.it
Settori: Abbigliamento, Calzature e Pelletteria

99. 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

100. 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

101. 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
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 di San Concordio, 461, 55100 Lucca
Tel. 351-5362767
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 San Francesco, 94, 56127 Pisa
Tel. 392-8826137
Mail: didattica@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
Settori: 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: segreteria@sitamlecce.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 adulti: corso propedeutico
biennale (15-19 anni)
e corso triennale accademico
professionale (fino ai 35 anni)

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. 081-264408
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 Soderini, 24, 20146 Milano
Tel. 02-77405205
Mail: segr.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
Whatsapp: 3454495313
Instagram: @altamodaacademy_official
Settori: Sartoria, Cucito, Fashion design

113. APRO FASHION

Str. Castelgherlone, 2/a, 12051 Alba CN
Tel. 0173 284922
Mail: informa@aproformazione.it
Sito: aproformazione.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: direzione@capac.it
Sito: capac.it/sedi/milano-visconti
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
Pelleteria

**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

**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: info@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 Mentana, 15, 20900 Monza
Tel. 039-2847794
Mail: info@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: info@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: segreteria@fondazioneccsc.it
Sito: fondazioneccsc.it
Settori: Regia, Reportage audiovisivo, Montaggio, Produzione, Conservazione e management del patrimonio audiovisivo; Costume, Fotografia; Recitazione; Sceneggiatura; Scenografia; Suono; Animazione; Pubblicità e cinema d'impresa; Produzione

124. FONDAZIONE CENTRO CONSERVAZIONE E RESTAURO DEI BENI CULTURALI LA VENARIA 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: fondazionecologni.it
Settori: Oreficeria, Pelletteria, Tecniche artistiche, Calzaturiero, Vetreria.

126. IDD, ISTITUTO DEL DESIGN

Via Lazzazera, 27, 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. 095-7164138;
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@maianiaccademiamoda.it
Sito: maianiaccademiamoda.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

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, Modellista abbigliamento, Modellista CAD, Modellista basi smart uomo, Fashion stylist, Graphic design, Lavorazione industriale, Conformato donna

134. ISTITUTO ITALIANO DESIGN

Via Alessi, 3/a, 06122 Perugia
Tel. 0755-734647
Mail: info@istitutoitalianodesign.it
Sito: istitutoitalianodesign.it
Settori: Moda, Design degli interni e del prodotto, Comunicazione, Light Design.

135. **POLIMODA**

Via Curtatone, 1, 50123 Firenze

Tel. 055-2750628

Mail: orientation@polimoda.com

Sito: polimoda.com

Settori: Progettazione Atelier, Strategia digitale, Progettazione di Accessori, Direzione Artistica, Business, Fashion Design, Gestione del Design

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

Via Felice Casati, 16, 20124 Milano

Tel. 02-22175050

Mail: info@rafflesmilano.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.

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. **BLOW-UP ACADEMY**

Corso Isonzo 137 - 44121 Ferrara

Tel. 377-3856631

Mail: info@blowupacademy.it

Sito: blowupacademy.it

Settori: Regia, Montaggio e Post-Produzione, Recitazione, Sceneggiatura, Direzione della Fotografia.

139. **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: ipzs.it/sam

Settori: orafa, argenteria, lavorazione della medaglia.

140. **REA ACADEMY**

Via Colombo, 440, 00145 Roma

Tel. 800-910410

Mail: form@reakeup.com; contatti@reakeup.com

Sito: reaacademy.com

Settori: Beauty Design e Management, Trucco Regionale, Tautaggio e Dermopigmentazione, Make Up Beauty Pro, Trucco ed Effetti Speciali.

141. **ROMA FILM ACADEMY**

Cinecittà Campus, Via Quinto Publicio, 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

142. **RS, ROSA SBLANO MODA E TALENTO**

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.

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: [\(citta'\)@scuolacomics.it](mailto:(citta')@scuolacomics.it)

Sito: scuolacomics.com

Settori: Fumetto, Illustrazione, Tatuaggio,

Animazione, Disegno

145. **SCUOLA MOHOLE ACCADEMIA**

Via Ventura, 5 - 20134 Milano

Tel. 02-36513670

Mail: segreteria@mohole.it

Sito: scuola.mohole.it

Settori: cinema, videomaking, game design,

3d animation, recitazione e danza, fumetto

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

Via Giuseppe Verdi, 22, 35139 Padova

Tel. 049-8751172

Mail: info@sitam.it; Sito: sitam.it

Settori: Modellistica Donna, Taglio e cucito Creativo, Taglio e cucito per donna, Sviluppo taglie, Corso fiori di stoffa e pelle.

147. **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.

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

Via Alex Visconti, 18, Milano

Tel. 02-89057930

Mail: cfp@scuolacova.it

Sito: scuolacova.it

Settori: Operatore e tecnico del legno, Design e prototipizzazione, Tecnico di modellazione e fabbricazione digitale, Tecnico delle lavorazioni artigianali in design applicato, Manufacturing design.

149. **SCUOLA ORAFA AMBROSIANA**

Via Tadino 30, 20124 Milano

Tel. 02-2945005

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.

150. **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.

focus



ACCADEMIA DI BELLE ARTI GB TIEPOLO



OBIETTIVI E STORIA

L'Accademia di Belle Arti GB Tiepolo di Udine (ABA UD) è la più grande scuola di arte e design privata del Nord Est, riconosciuta dal MUR come istituzione AFAM. ABA UD rilascia titoli a valore legale equipollenti alla Laurea e alla Laurea Magistrale universitarie. Fin dalla sua fondazione, l'Accademia è diventata un punto di riferimento per studenti italiani e internazionali, grazie a programmi in italiano e in inglese che combinano tradizione e innovazione. L'approccio dinamico e interdisciplinare stimola la collaborazione tra diverse discipline creative, formando professionisti pronti a rispondere alle sfide di un mercato globale in continua evoluzione.

ABA UD si trova a Udine, una città a misura d'uomo e con una qualità della vita tra le più alte in Italia, e che offre un ambiente ideale e stimolante per studiare, crescere ed esplorare.

PRINCIPALI MATERIE

L'Accademia di Belle Arti GB Tiepolo offre un'educazione di alta qualità nei settori dell'arte e del design, con corsi di Diploma Accademico di Primo e Secondo

OFFERTA FORMATIVA

Trienni: Graphic Design, Product Design, Interior Design, Brand Design, Motion Graphic, Pittura, Arti Visive, Fotografia, Fumetto ed Illustrazione

Bienni Specialistici:

Communication Design, Advertising, Arti Visive (*), Interior Design (*), Product Design (*)

Biennio in Tatuaggio Artistico

Corsi Brevi, Corsi Propedeutici, Foundation Year

(*) in corso di approvazione

LOCATION & FACILITIES

La sede di ABA UD si estende su una superficie di circa 5.000 metri quadrati, comprendenti aule moderne e laboratori attrezzati. E' situata nel centro cittadino, facilmente raggiungibile dalla stazione ferroviaria e ben servita da trasporti pubblici sia urbani che extraurbani. Gli studenti possono inoltre usufruire della mensa

studentesca e di impianti sportivi situati nelle immediate vicinanze.

La città di Udine, vivace e dinamica, è un centro creativo ricco di stimoli culturali e opportunità di networking internazionale, grazie alla presenza di aziende di rilevanza globale. La sua posizione geografica, tra il Mare Adriatico e le Alpi, la rende un punto di partenza ideale per esplorare destinazioni europee come Venezia, Trieste, l'Austria e la Slovenia. La città non solo offre un ambiente stimolante per gli studi, ma anche un contesto naturale e culturale che invita all'esplorazione e all'avventura, rendendo ogni soggiorno un'opportunità unica.

Gli studenti di ABA UD hanno inoltre la possibilità di usufruire delle agevolazioni per il diritto allo studio, offerte dall'Agenzia Regionale per il Diritto allo Studio del Friuli Venezia Giulia (ARDIS), che coprono rette, vitto e alloggio, facilitando così l'accesso e la permanenza agli studi in condizioni favorevoli e sostenibili.



DATI

800 Numero studenti

92% % Ex studenti Occupati

98% % Ex studenti MITA Occupati

22% % studenti internazionali

40% Numero di borse di studio erogate

Da 5.000 a 9.000€ secondo ISEE

Costo medio della retta annuale

Livello riconosciuti dal MUR che coprono aree come grafica, architettura d'interni, pittura, design, fotografia, illustrazione, fumetto, brand design, art direction e motion graphic.

Inoltre, con il programma MITA, attivo da oltre dieci anni, l'Accademia è leader in Europa nella formazione nel tatuaggio artistico.

COME SI STUDIA

ABA UD è un ambiente ideale per studiare, dove le classi a numero chiuso facilitano i rapporti con docenti e compagni. Lezioni, laboratori e scambio creativo stimolano innovazione e crescita personale. Infine, con la modalità ABA Flex, l'Accademia offre soluzioni ibride per conciliare studio, lavoro e vita privata.

CHE COSA SI DIVENTA

ABA UD forma i futuri professionisti delle creative industries, guidando ogni studente nello sviluppo di una propria identità originale e completa, pronta ad affrontare il mercato. L'approccio didattico, vicino alle reali condizioni di lavoro, integra discipline artistiche con competenze trasversali come teamwork, gestione

del tempo e delle scadenze, comunicazione e project management.

AZIENDE PER STAGE

Situata a Udine, nel cuore del Nord Est, ABA UD unisce tradizione artigianale, innovazione e sostenibilità, vantando 185 accordi con aziende e studi in Italia e all'estero. Inserita in un polo manifatturiero e creativo tra i più importanti del Paese, offre agli studenti opportunità concrete nei settori del design, della comunicazione e delle arti applicate.

LA NOSTRA SINTESI

ABA UD è un'Accademia d'avanguardia che pone lo studente al centro.

DOCENTI

I docenti di ABA UD sono artisti e designer attivi che uniscono pratica professionale e insegnamento. Offrono programmi aggiornati e in linea con le tendenze, trasmettendo competenze teoriche e pratiche richieste dal mercato. Questo approccio garantisce una preparazione concreta, attuale e spendibile nel mondo del lavoro creativo e del design.



CONTATTI

Viale Ungheria 18, Udine 33100

Tel. +39 0432 848999 /

+39 377 3604496

Mail: orientamento@accademiatiapolo.it

Sito: accademiatiapolo.it





IED, ISTITUTO EUROPEO DI DESIGN

OBIETTIVI E STORIA

L'Istituto Europeo di Design è il più grande network europeo di Scuole di Arte e Design, presente in tre Paesi: Italia, Spagna e Brasile. Dal 1966 offre un'esperienza formativa unica che coniuga il pensiero critico con un approccio progettuale concreto che permette agli studenti di affrontare nuove domande progettuali anticipando le sfide future e contribuendo a creare un mondo più equo e resiliente.

IED forma designer competenti e consapevoli che interpretano il design con etica, abilità tecnica e sguardo innovativo apportando soluzioni che rispondano ai bisogni delle prossime generazioni: dall'industrial all'interior design, dalla moda alle arti visive e alla comunicazione. E, come novità del 2025, dal cinema.

IED è presente a Milano, Roma, Torino, Firenze, Cagliari, Barcellona, Madrid, Bilbao, San Paolo, Rio de Janeiro e Como, includendo nel network l'Accademia di Como Aldo Galli. Gli 11 campus sono un crocevia di idee: spazi creativi in continua interazione tra loro e in profonda connessione con i territori in cui si trovano, all'interno dei quali confrontarsi e condividere visioni.

IED è stata selezionata tra le top 20 scuole di moda nel mondo nel ranking 2025 di CEOWORLD.

PRINCIPALI MATERIE CHE SI STUDIANO

Attraverso una metodologia che intreccia cultura, tecnologia e sperimentazione, il percorso accademico insegna a sviluppare un progetto in tutte le sue fasi, dall'idea alla realizzazione. Le progettazioni si integrano con insegnamenti teorici e tecnici, contribuendo alla costruzione di un pensiero critico e di un'autonomia progettuale, fondamentali per adattarsi a strumenti e media in continua evoluzione.

COME SI STUDIA

Gli studenti e le studentesse frequentano corsi, in inglese e in italiano, nelle aree del design, della moda, delle arti visive, del cinema e della comunicazione. Il modello didattico integra lezioni frontali, laboratori e progetti reali con aziende e istituzioni. IED offre una esperienza teorico-pratica dinamica che risponde alle necessità e realtà del mercato professionale, sempre sotto una prospettiva critica che cerca soluzioni per migliorare la vita delle persone e promuovere il bene comune.

PECULIARITÀ DI IED

Studiare in IED significa recepire stimoli da una rete internazionale di docenti, alumni e partner, che

OFFERTA FORMATIVA

• **Trienni:** *Diploma Accademico di Primo Livello (CFA 180)*
Product, Interior e Transportation Design.
Fashion Design, Fashion Stylist, Jewelry Design,
Fashion Marketing and Communication. Graphic,
Video, Media, Sound Design, Illustrazione e Animazione,
Fotografia, Design della Comunicazione,
Comunicazione e Valorizzazione del Patrimonio
Artistico Contemporaneo. Cinema.

• **Bienni:** *Diploma Accademico di Secondo Livello (CFA 120)*
Interior, Product, Interaction, Fashion Design, Visual
Communication, Communication and Creative
Technologies, Design for Public Spaces, Textile Design,
Design X Other Species.

• **Master di Primo Livello:** (CFA 60)
Design - Innovation, Strategy and Product, Visual Arts

• **Lifelong Learning:**
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 oltre **40 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%	studenti trova lavoro entro anno dal diploma



consente di accedere a esperienze formative uniche e multidisciplinari. Significa anche entrare in contatto con un network di scuole caratterizzate da una visione innovativa, essere immersi in contesti diversi e collaborare in progetti nazionali e internazionali guidati da una faculty di professionisti attivi nei loro settori.

CAREER SERVICE E NETWORK DI AZIENDE

Il Career Service supporta gli studenti attraverso un percorso di orientamento al lavoro. Ha l'obiettivo di creare un ponte tra mondo accademico e lavorativo, offrendo una panoramica approfondita su opportunità professionali, competenze richieste e tendenze delle professioni creative, grazie al contributo di manager, professionisti HR e trend-setter del contesto creativo. Collaborando con aziende e agenzie leader, PMI e start up, offre la possibilità di accedere a stage qualificanti.

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, nel corso degli anni, ha sviluppato un polo formativo d'eccellenza a supporto dei giovani e dell'industria.

Modartech si propone sul mercato con un'offerta formativa ampia e strutturata e una metodologia didattica basata principalmente su project work multidisciplinari 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.

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 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 Calzatura, 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 su servizi dedicati quali supporto nella ricerca dell'alloggio e servizio di tutoraggio.

CONTATTI

Viale R. Piaggio, 7 Pontedera (PI)

0587 58458

info@modartech.com

www.modartech.com





DATI

470	Numero studenti
1.000	Network aziende
87 %	Ex studenti occupati
20	Studenti per classe
40	Numero di borse di studio erogate, per un valore di 120.000 euro

LE MATERIE CHE SI STUDIANO

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 attività artistiche e culturali di ricerca e sperimentazione abbinate a competenze tecniche, assimilate nelle ore laboratoriali.

COME SI STUDIA

La didattica è composta da materie teoriche, pratiche e attività esperienziali quali visite guidate presso le più importanti fiere del settore così come da una assidua presenza di esperti, aziende e professionisti che grazie a workshop, special lessons e seminari

portano all'interno dell'istituto testimonianze dirette. La metodologia del project based learning si fonda sulla realizzazione di progetti sviluppati in dialogo costante con le imprese, favorendo un confronto concreto con tempi, metodi e modalità proprie del mondo del lavoro.

SBocchi PROFESSIONALI

Il dialogo continuo con il mondo del lavoro contribuisce a orientare la didattica di Modartech verso le professionalità più richieste dalle aziende e formare così figure spendibili che mantengono sempre molto elevato il tasso di occupazione degli studenti formati. Tra le figure in uscita dall'Area Moda si evidenziano Fashion Designer, Designer di accessori, Modellisti CAD abbigliamento, 3D Designer, Product Manager, Technology Advisor, mentre dall'Area Comunicazione emergono Communication Strategist, Art Director, Social Media Manager, Graphic Designer, Web Designer, Content Creator.

CAREER SERVICE

Il servizio di job placement permanente di Modartech favorisce l'inserimento lavorativo degli studenti grazie a un network di oltre mille aziende in Italia e all'estero. Stage, collaborazioni e supporto mirato portano l'87% degli alunni a trovare lavoro presso brand prestigiosi come Dolce & Gabbana, Etro, Giorgio Armani Operations, Max Mara, Valentino e molte altre realtà d'eccellenza.

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 introdurre visioni e linguaggi più vicini alle pratiche artistiche contemporanee e al sistema delle professioni creative. A conferma dell'eccellenza della sua metodologia didattica, anche nel 2025, per il quinto 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 campus di Milano e Roma, e dall'A.A. 2026/27 anche di Londra, 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 universitari, 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 e all'innovazione sui temi più attuali, tra nuove tecnologie, IA e sostenibilità, e alla relazione con il contesto artistico e professionale di riferimento.

CAMPUS

MILANO - Via C. Darwin 20, 20143 Milano

ROMA - Via Ostiense 92, 00154 Roma

CONTATTI

E-mail orientamento@naba.it

Tel. 02 97372106

Sito web www.naba.it

Social FB | IG | in | YT | TikTok | Spotify



OFFERTA FORMATIVA

TRIENNI:

Comics and Visual Storytelling | Graphic Design e Art Direction | Marketing and Management for Creative Business | 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:

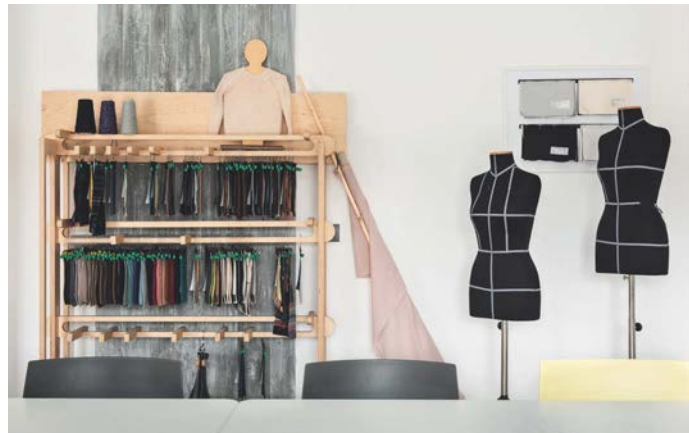
Comunicazione dell'Innovazione Sostenibile | Creative Advertising | Luxury Brand Management | Interior and Living Design | Italian Design | New Urban Design | Fashion Digital Marketing | Sneaker Design | Screenwriting for Series | Art and Ecology | Contemporary Art Markets | Photography and Visual Design | Registrar and Collection Management

PHD:

Artistic Practice | Pratiche Artistiche e Cultura del Progetto

SPECIAL PROGRAMMES:

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



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.

CHE COSA SI DIVENTA

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

DATI IN EVIDENZA

6000+	Numero studenti
40%	Percentuale di studenti internazionali
100+	Nazionalità rappresentate
90%	Tasso di impiego entro l'anno dal diploma*
94%	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 2023 a un anno dal diploma.



NOVALIA, LIBERA ACCADEMIA D'ARTE

OBIETTIVI E STORIA

Novalia è una Libera Accademia d'Arte con sede ad Alba. E' stata fondata nel 2015 da professionisti nell'ambito dell'arte e della formazione artistica. E' una realtà giovane e dinamica che propone un percorso accademico completo e che integra tutti i linguaggi visivi necessari per svolgere la professione d'artista nel contesto contemporaneo. Il triennio in Arti Visive Novalia rappresenta una formula unica nel panorama degli istituti di altra formazione artistica in Italia. Il contesto s'ispira alle botteghe del Rinascimento, dove il maestro guida l'allievo personalmente; l'approccio multidisciplinare promuove la contaminazione fra linguaggi artistici antichi e contemporanei. L'obiettivo è quello di formare artisti consapevoli, in possesso di competenze utili per realizzarsi nel mondo del lavoro.

IL METODO DIDATTICO

Al centro del percorso c'è l'unicità di ogni studente che attraverso una didattica innovativa cresce, si forma ed esprime la propria personalità artistica. I docenti sono tutti professionisti nel settore delle arti visive e insegnano per l'intero monte ore. La formazione, basata su dinamiche di mentoring, crea una relazione di personale fiducia tra docente e allievo il quale sviluppa il proprio talento in un'ottica di esercizio del pensiero critico e di ricerca di uno stile originale, superando con impegno e motivazione eventuali fragilità.

L'Anno Accademico va da Ottobre a Giugno, con circa 800 ore di formazione all'anno, strutturato in blocchi didattico-laboratoriali di 3-4 giornate full immersion a settimana. L'ampio monte ore e le classi numericamente giuste di 20 studenti, alimen-

IL TRIENNIO ACCADEMICO

L'offerta formativa è strutturata in nove principali discipline artistiche che partono dalla solida base del **disegno manuale** per poi sviluppare, in progressivi livelli di approfondimento, le competenze tecniche e le capacità espressive specifiche di ogni linguaggio.

Dall'illustrazione tradizionale alla digital art, dal fumetto all'animazione 2D, dalla pittura alla decorazione, dalla fotografia all'incisione, ogni corso risponde ad una visione multidisciplinare, pensata per trasmettere una conoscenza che include tutti i linguaggi, sostenuti

dagli insegnamenti fondamentali della storia dell'arte, della pedagogia e dell'estetica.

Per accedere al Triennio Novalia è necessario avere un diploma di Scuola Superiore. **Non è previsto un test di ingresso**, ma un colloquio conoscitivo preliminare all'iscrizione.



tano un costante confronto diretto tra docenti e compagni: nascono così veri team creativi con un flusso continuo di spunti e scambi.

CORSO PROPEDEUTICO

Per colmare eventuali lacune o consolidare le tecniche artistiche di base, l'Accademia propone un corso preparatorio per affrontare il triennio. Utile soprattutto a chi non proviene da un liceo artistico per verificare le proprie abilità e iniziare il percorso con sicurezza.

CHE COSA SI DIVENTA

Grazie al corpo docente interamente formato da professionisti di alto livello e alla collaborazione con Case Editrici, Società di produzione cinematografica, Studi di progettazione, Enti pubblici e privati del territorio, i nostri studenti hanno la reale possibilità di intraprendere carriere artistiche nel campo della pittura, dell'illustrazione editoriale, dell'illustrazione per l'infanzia, del fumetto e della digital art.

AGEVOLAZIONI E BORSE DI STUDIO

A tutti gli studenti che si iscrivono per la prima volta, al primo anno di corso, Novalia riconosce uno sconto sulla retta annuale in base alla data di iscrizione e alla provenienza geografica.

Le rette annuali variano in base alla fascia di reddito e sono calcolate sulla Dichiarazione ISEE.

Ogni anno l'Accademia mette a bando Borse di studio a copertura parziale o totale della retta annuale, per sostenere studenti meritevoli.

Studiare ad Alba

Piccola **perla rara** è **Novalia** aperta a chi, post-diploma, cerca un triennio in arti visive. Si trova ad Alba, circondata da colline simili a quelle della Terra di Mezzo. Le Langhe, però, insieme a Roero e Monferrato sono territorio patrimonio Unesco. Il luogo ideale per dare spazio e tempo alla formazione di una visione libera, capace di aprire nuovi occhi sul mondo. Novalia ha una sede bellissima dove coltivare relazioni autentiche e dove studiare è un'esperienza avvolta da un ambiente umano e stimolante.

CAMPUS

Per gli studenti fuori sede è disponibile un campus adiacente all'Accademia, con tutti i servizi per facilitare la vita lontano da casa.

VUOI SAPERNE DI PIÙ?

Per noi di Novalia la tua unicità è un valore: per questo anche l'accesso agli Open Day è pensato su misura. In presenza oppure online, in forma collettiva o se preferisci individuale, scopri tutte le modalità e richiedi il tuo Open Day!

CONTATTI

Novalia Libera Accademia d'Arte,
Via San Paolo 8/A
12051 - Alba. CN
tel: 0173 209380
WhatsApp info +39 392 2262575
mail: info@novaliaarte.com
www.novaliaarte.com



NOVALIA
Libera Accademia d'Arte

LABA

LIBERA ACCADEMIA DELLE ARTI

IL CENTRO DELLA MODA FIORENTINA

PALAZZO
RICCI ALTOVITI

www.laba.biz

utilities

DOVE NASCE LA FANTASIA: I MUSEI ITALIANI ONLINE

SE SI VUOLE SVOLGERE UN MESTIERE IN AMBITO ARTISTICO/IDEATIVO, OGGI È CONSIGLIABILE **FREQUENTARE I LUOGHI DOVE VENGONO ESPOSTI OGGETTI FRUTTO DELL'ESTRO, DELL'INVENTIVA E DELLA CREATIVITÀ**

L'Italia ha il record di luoghi considerati patrimonio dell'umanità (61) dall'Unesco, l'Organizzazione delle Nazioni Unite per l'educazione, la scienza e la cultura. Ma anche in fatto di musei non scherza, con migliaia di **spazi espositivi**. Sono loro i primi stimoli per l'immaginazione. Per questo segnaliamo i siti web delle direzioni regionali dei musei dove è

possibile consultarne elenchi, indirizzi e tipologie: dall'arte all'architettura, dalle sculture più antiche e misteriose alle creazioni digitali più sorprendenti. Molti di loro **pubblicano** anche **bandi per stage e tirocini**: occasioni per misurare sul campo l'aderanza fra le proprie passioni e gli ambiti culturali trattati dai singoli spazi espositivi.

MUSEI REGIONALI

ABRUZZO

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

ALTO ADIGE

<https://suedtirol.info>; <https://musei.provincia.bz.it/it/home> e <https://musei.provincia.bz.it/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.
Curricula 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](#);

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



Una sala del Mudec - Museo delle Culture di Milano., dedicato alle culture del mondo.

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.artigianatoepalazzo.it. Artigianato, moda e lifestyle i main fields di questo spazio per ricordare il collegamento tra arte artigiana e palazzi dove da secoli ne 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.bolsenaricama.it/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.

CITTA 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.

CITTA 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

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

*Da sinistra, il sontuoso Salone di Mariano Rossi alla **Galleria Borghese di Roma**; due sale del **MART di Rovereto**.*



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/>. 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://fondationesozzani.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

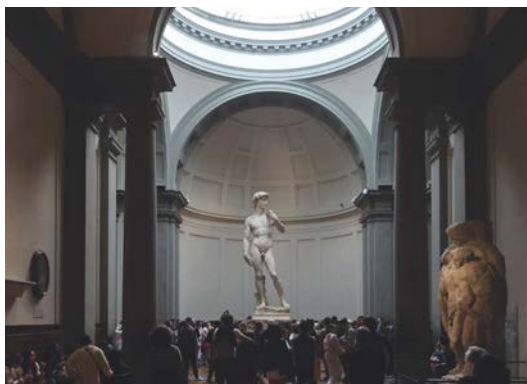
Roma, <https://galleriaborghese.beniculturali.it>. Museo statale, espone opere di autori immortali come Gian Lorenzo Bernini, Bronzino, Canova, Caravaggio, Raffaello, Perugino, Lorenzo Lotto, Antonello da Messina, Rubens, Bellini, Tiziano. Unica al mondo per numero e importanza delle sculture del Bernini 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

*Alcuni spazi della **Biennale di Venezia** 2024, nata nel 1895 con l'organizzazione della prima Esposizione biennale al mondo.*





Il David di Michelangelo, Galleria dell'Accademia di Firenze. L'arpa del 1581 custodita nelle Gallerie Estensi a Modena.

manufatti della collezione storica 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, trafilata, fotoceramica, gres, smalti ad alta temperatura, gioielli.

PICCOLO TEATRO DI MILANO

www.piccoloteatro.org. Come numerosi teatri, fulcro di iniziative

io scelgo *l'Università Vanvitelli*

**Guarda l'offerta formativa
e scegli il tuo percorso di studi**



Università
degli Studi
della Campania
Luigi Vanvitelli

www.unicampania.it





Il Museo della Ceramica Richard Ginori a Sesto Fiorentino (Fi): un'eccellente selezione di prodotti dalla fondazione a oggi.

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 futuri 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 di carattere pratico che vanno dall'oreficeria alla modellazione della cera, dall'incastonatura a microscopio sino all'incisione, dagli smalti a fuoco alla gemmologia. Nel lungo elenco di proposte didattiche, da segnalare anche il corso di Strategie, pianificazione del lavoro e comunicazione per il gioiello.

ALTRE LOCATION DA VISITARE

È 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

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 estese 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 DI 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

Iscriviti. al tuo *Futuro* ci pensiamo *noi*.

LAVORO GARANTITO AL 100% DEGLI ISCRITTI



lilianapaduanò
ACCADEMIA DI FORMAZIONE PROFESSIONALE

L'ACCADEMIA
N°1
D'ITALIA



Artissima @Perrotina Piva Castellano Peirone

INIZIATIVE E RASSEGNE ACCENDONO NUOVE IDEE

VISITARE FESTIVAL, FIERE ED EVENTI IN TUTTA ITALIA, DALLE METROPOLI AI PICCOLI CENTRI, È UN MODO PER TROVARE ISPIRAZIONE, INCONTRARE PROFESSIONISTI, COMPRENDERE LE PROPRIE ATTITUDINI E IMMAGINARE PROGETTI PER IL FUTURO

Luoghi ed eventi culturali in Italia sono miniere d'ispirazione per giovani creativi: il *Festival della Mente* a Sarzana stimola idee e pensiero critico; *Artissima* a Torino mostra tendenze e sperimentazioni dell'arte contemporanea; *Artigiano in Fiera* e *Book District* offrono mestieri e narrazioni dal vivo; *FareTurismo* ed *Ente Moda Italiano* mettono in contatto con professionisti e opportunità di rete; *Cartoons on the Bay* è la vetrina dell'animazione italiana, mentre l'*Auditorium Parco della Musica* Ennio Mor-

ricone a Roma ospita musica, performance e incontri che formano competenze tecniche e sensoriali. A Milano, il *Fuorisalone* trasforma la città in un laboratorio diffuso di design e innovazione, capace di anticipare linguaggi e stili; a Perugia, il *Festival Internazionale del Giornalismo* apre uno spazio di confronto con reporter e comunicatori da tutto il mondo. **Partecipare, guardare, ascoltare, dialogare**, è il primo laboratorio per trasformare curiosità in progetti e costruire nuove visioni professionali.

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.it. 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.

ESTORIA

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: info al sito 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.

A sinistra, immagine da Artissima 2025. Qui sotto, un evento Ellesse a Pitti Uomo.



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 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 CREATIVITÀ

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 Altagamma.

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.

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



@gettyimages

Sfilata della maison Dior, primavera-estate 2025.

www.prixialia.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.

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 outwear 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.

ESPLORANDO IL FUTURO

MOLTI **SITI** OFFRONO **NEWS E SPUNTI** CONCRETI SULL'ETEROGENEO MONDO DEI LAVORI AD ALTO TASSO D'IDEAZIONE. CHE SIA TESSILE, DESIGN, OROLOGERIA, CALZATURIERO, OREFICERIA, ECCONE UNA SELEZIONE

adi-design.org

ADI, ASSOCIAZIONE PER IL DISEGNO INDUSTRIALE

L'associazione, con sede fisica 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.

armanisilos.com

ARMANI SILOS

Inaugurato 10 anni fa, il 30 aprile 2015 direttamente da un Maestro che è già nella storia dell'Italia e dell'arte italiana, lo spazio espositivo propone circa mille outfit di Giorgio Armani dal 1985 al 2025, suddivisi per stagioni e collezioni, oltre a 2.000 capi, accessori, bozzetti, video di sfilata e di backstage e foto di campagne pubblicitarie iconiche. Fino al 28 dicembre 2025, in via Bergognone, viene proposta la mostra *Privé, Giorgio Armani 2005-2025*.

artex.firenze.it

ARTEX Centro per l'Artigianato Artistico e Tradizionale della Toscana. Organizza fiere ed eventi di artigianato artistico. L'iniziativa principale principale in Italia 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

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.

assocalzurifici.it

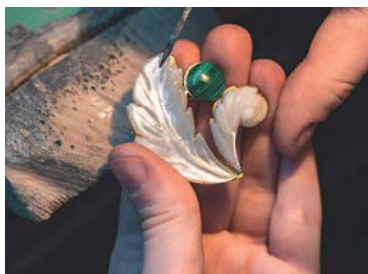
ASSOCALZATURIFICI

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



Tre giovani apprendisti artigiani del lusso in tirocinio con le iniziative e le borse di studio di **Fondazione Cologni dei Mestieri d'Arte** di Milano.

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 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; Assopellettieri; Aip, Associazione italiana pellicceria; Anfao, Associazione nazionale fabbricanti articoli ottici, Assocalzaturifici; Federeorafi, 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. 7 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, presentar 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.

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 (telefono 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.

Fondazione Cologni collabora anche 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

[fondazionecogni.it/it/attivita-progetti-formativi-e-didattici](http://www.fondazionecogni.it/it/attivita-progetti-formativi-e-didattici) 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 METIERS 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.

michelangeloofoundation.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 STATISTICHE

DEI SETTORI CREATIVI:

statistica.beniculturali.it

dati.cultura.gov.it

imuseiitaliani.beniculturali.it



BORSE DI STUDIO PER MATRICOLE E DIPLOMANDI

**GLI ENTI PER IL DIRITTO ALLO STUDIO AIUTANO
GLI STUDENTI CON CAMERE A PREZZI
CALMIERATI, SCONTI E FACILITAZIONI.
GLI INDIRIZZI UTILI NELLE 20 REGIONI ITALIANE**

ABRUZZO

Azienda Dsu, www.adsuchietipescara.it; viale dell'Unità d'Italia, 32/a - 66100 Chieti; viale Marconi, 189 - 65126 - Pescara; tel. 0871-561740; sportello: lun/mer/ven 9,30-12; mar-giov. 15-16,30. Posta elettronica certificata: adsuch.protocollo@postecert.it; per richieste sul diritto allo studio: mario.vaccarili@adsuch.it; marco.ciammaichella@adsuch.it; i.desantis@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 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 cinque capitoli Alta formazione; Cultura, biblioteche, musei; Istruzione professionale; Istruzione e diritto allo studio; Politiche giovanili e pari opportunità.

Provvidenze per gli studenti sul portale internet https://old.regione.calabria.it/website/organizzazione/dipartimento13/subsite/settori/coordinamento_universita_centri_ricerca_impres/

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 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.ardis.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/ sottoripartito 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;



Unimarconi
LA PRIMA UNIVERSITÀ
DIGITALE ITALIANA

La formazione che fa la differenza!

COSTRUISCI SERIE COMPETENZE
PER IL TUO SUCCESSO PROFESSIONALE

Corsi di Laurea

Master

Corsi di Formazione

Seguici su:



06.377251



ALTRI INDIRIZZI PER FACILITAZIONI

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 del **Ministero dell'Università** su 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.

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/6395_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/6402_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 studenti: www.ersusassari.it/it/servizi-studente.



ersusassari.it/it/servizi-studente. 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



Accademia
Italiana

Firenze | Roma



Fashion Design

Graphic Design

Communication

Photography

Jewelry

Design

Corsi Triennali
Bienni Specialistici
e Master Accademici
accreditati MUR

we design.

Registrati
ai nostri
eventi



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; pec.dsutoscana@postacert.toscana.it.

Per appuntamenti: sportellostudente.dsu.toscana.it. Borse di studio: www.dsu.toscana.it/borsa-di-studio.

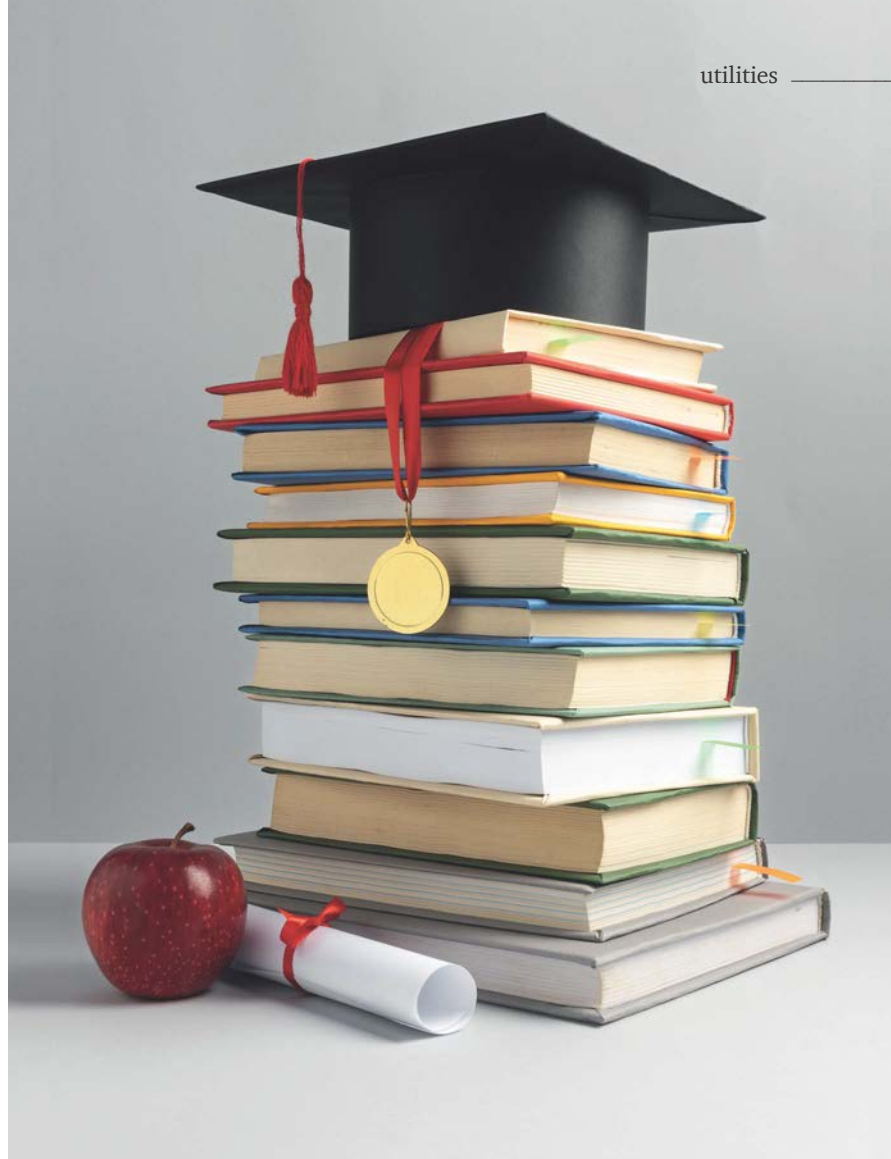
TRENTINO-ALTO ADIGE

<https://www.provincia.bz.it/formazione-lingue/diritto-allo-studio/provvedimenti-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 al sito 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.



**ACCADEMIA
DI BELLE ARTI
SANTAGIULIA**



**L'UNIVERSITÀ DELLA TUA CREATIVITÀ
A BRESCIA**

UN VIRGILIO PER LA GEN Z

CAMPUS INFORMA E SOSTIENE GLI **STUDENTI** NELLE SCELTE POST-DIPLOMA. CON GUIDE AI CORSI, FIERE IN TUTTA ITALIA, WEBINAR SULLE PROFESSIONI, APP, E MAGAZINE. AL CENTRO LA PIATTAFORMA **SALONEDELLOSTUDENTE.IT**

Nato nel 1988 come mensile su università, formazione e ricerca, *Campus* ha inaugurato i Saloni dello Studente nel 1990 e seguito nel tempo le nuove generazioni secondo gli strumenti e le modalità evoluti nel tempo. Oggi web e app sono il centro motore della sua opera di orientamento ai maturandi, ma Saloni dello Studente fisici mantengono la dimensione umana di cui i giovanissimi hanno bisogno per sentirsi realmente sostenuti e seguiti. Non solo *Campus*. L'intera casa editrice di cui è parte, *Class Editori* è attenta al tema education e new gen. I periodici *Class* e *Capital* spiegano come la tecnologia modifica la vita e la didattica della Z Gen. Quotidiano e settimanale *MF-Milano Finanza* e *milanofinanza.it* diffondono le iniziative per gli studenti. Come il quotidiano *Italia Oggi* che al martedì, con *Azienda-Scuola*, pubblica un inserto dedicato. *Class CNBC* trasmette *Campus Giovani* mentre UpTv e Radio Classica rilanciano le iniziative di orientamento per gli studenti.

In un'epoca di rapidi mutamenti non basta un unico strumento per aiutare nuove generazioni che fra un decennio potrebbero trovarsi di fronte un mondo completamente diverso. Per questo la professione e la missione di *Campus* - orientare gli studenti di scuola secondaria superiore nelle scelte post-diploma - è svolta con un insieme articolato e composito di strumenti. Al centro ci sono da ben 35 anni i *Saloni dello Studente fisici*, perché anche in tempo di IA niente può sostituire il dialogo umano in presenza: l'informazione non è solo parola, ma dialogo, mimica, sguardo, empatia, interazione, prossemica. Durante l'anno scolastico 2025/2029 ne sono previsti ben 19, sia in grandi capoluoghi di regione come Milano, Torino, Firenze, Napoli, Bari e Palermo, sia in città strategiche per i distretti produttivi come Carrara, Parma, Catania, Agrigento, Sassari, Chieti, Reggio Calabria, Salerno, Matera e altre (elenco su salonedellostudente.it). Sia nella, anzi nelle capitali, perché dal 2024 al *Salone Nazionale dello Studente alla Fiera di Roma* si è aggiunto quello di **Parigi**, organizzato insieme ai colleghi francesi del gruppo *l'Etudiant*.

Gli eventi si tengono in fiere, palazzetti e nei principali spazi espositivi delle città e durano da 2 a 3 giorni. Sono aperti anche a insegnanti, genitori, professionisti e a tutti gli interessati alla filiera scuola-istruzione-lavoro. E, per chi non può recarsi fisicamente, c'è la possibilità di seguire gli incontri di orientamento e presentazione dei corsi sulla piattaforma web di Campus.

Solo in **streaming**, sempre su www.salonedellostudente.it, si possono seguire 2 cicli di webinar. Il primo di 16 incontri rivolti agli studenti, *I sentieri delle professioni*, spiega come ci si forma ai principali lavori, settore per settore, dalla sanità al turismo, dalla tecnologia alla finanza. Il secondo, *Strumenti per l'orientamento*, è rivolto agli insegnanti per evolvere le metodologie didattiche in base a progresso tecnologico e ricerche psico-pedagogiche. Svolti da settembre a maggio, sono gratuiti, assegnano crediti formativi agli studenti il primo e agli insegnanti il secondo e sono visibili anche dall'app *CampusHub* lanciata a inizio 2025.

Cartacee ai Saloni e scaricabili gratis in pdf dal sito, oltre alla presente ci sono la *Guida agli ITS Academy*, il manuale *Direzione Futuro. Strumenti per l'orientamento post-diploma* e a breve la *Guida alle lauree STEM*. Mentre sul sito, tra gli approfondimenti su scuole, ITS, Accademie e Università c'è il notiziario di *Campus Magazine*. Il costante rapporto con le 9.102 scuole secondarie di secondo grado, fa di *Campus* il principale counselor della **New** e della **Next Gen**.



Guida alle Professioni Creative 2026

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

Grafica e immagine

Consuelo Ogueta

Hanno collaborato

Marco Basileo, Francesco Elli, Fabrizio Filosa, Margherita Malaguti, Cinzia Minafra, Mimmo Stolfi

Marketing

Samantha Giacomelli

Pubblicità

Nunzio Aprile (Centro-Sud), Valeria Baglioni (Nord)

Campus Editori s.r.l.

Terza edizione ottobre 2025

Contatti

Segreteria e Ufficio Scuole 02-58219360 (oppure sostituendo i 3 numeri finali con 329 o 732)
salonedellostudente@class.it; www.salonedellostudente.it

Un ringraziamento a tutte le Accademie che hanno fornito immagini per la realizzazione di questo volume.

Stampa

Stamperia Artistica Nazionale SpA, Via M. D'Antona, 19 - 10028 Trofarello (TO)

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



SHAPING
THE NEW
GENERATIONS
OF PERFORMING ARTS
PROFESSIONALS,
SINCE 1813

www.accademiascala.it





Piattaforma
Sistema
Formativo
Moda

€ 2,50*

MF **MILANO**
FINANZA

ItaliaOggi

