POLITECNICO DI TORINO
Repository ISTITUZIONALE

Studiare Design in Piemonte

Original
Studiare Design in Piemonte / Filippini, A., Marino, C., Tamborrini, P.M.. - STAMPA. - (2023), pp. 1-116.

Availability:
This version is available at: 11583/2984524 since: 2023-12-14T18:58:03Z

Publisher:
Circolo del Design

Published
DOI:

Terms of use:

This article is made available under terms and conditions as specified in the corresponding bibliographic description in the repository

Publisher copyright

(Article begins on next page)

28 November 2026



Studiare Design in Piemonte

Ali Filippini
Cristina Marino
Paolo Tamborrini





Studiare Design in Piemonte

Titolo

Ali Filippini
Cristina Marino
Paolo Tamborrini

Autori

MIRA

MIRA è un progetto di:
Circolo del Design

Direzione:
Sara Fortunati,
Circolo del Design

Partner:
Camera di commercio di Torino,
Città di Torino,
Dipartimento di Economia e Statistica “Cognetti de Martiis” dell’Università degli Studi di Torino,
Dipartimento di Architettura e Design del Politecnico di Torino,
IRES Piemonte,
CNR-IRCrES,
Unioncamere Piemonte

In collaborazione con:
Fondazione Santagata per l’Economia della Cultura

Con il sostegno di:





Comitato scientifico:
» Paola Borrione
Fondazione Santagata per l’Economia della Cultura
» Claudio Germak
Politecnico di Torino
» Santino Piazza
IRES Piemonte
» Giovanna Segre
Università degli Studi di Torino
» Giampaolo Vitali
CNR-IRCrES

Project Manager:
Enza Brunero,
Circolo del Design
Rossana Bazzano
Circolo del Design

Communication Manager:
Marta Della Giustina,
Circolo del Design

Ufficio Stampa:
Spin-to

Art Direction:
Fionda

mira.circolodeldesign.it



STUDIARE DESIGN IN PIEMONTE

Autori:
» Ali Filippini
Politecnico di Torino
» Cristina Marino
Politecnico di Torino
» Paolo Tamborrini
Politecnico di Torino

Con la collaborazione di:
» Lorenza Abbate
Politecnico di Torino
» Paola Borrione
Fondazione Santagata per l’Economia della Cultura
» Sergio Degiacomi
Politecnico di Torino
» Claudio Germak
Politecnico di Torino

INDICE

Introduzione

1.1 Cultura del progetto e didattica del design
1.2 La formazione in Piemonte: evoluzione storica

Il sistema della formazione in Design nel territorio

2.1 I servizi al design
2.2 Il workshop
2.3 L'offerta culturale

La rete nazionale e internazionale

3.1 La rete nazionale ed internazionale delle scuola di Design

Strumenti e metodologie per l'analisi

Insegnare design: il punto di vista delle scuole

5.1 Insegnare design: il punto di vista delle scuole

Il sistema della formazione in Design nel territorio

6.1 Formare designer in Piemonte
6.2 La formazione secondaria di secondo grado
6.3 L'istruzione Terziaria
6.3.1 I docenti per il design
6.3.2 Spazi e luoghi
6.3.3 Verso il mondo del lavoro
6.4 L'evoluzione della formazione terziaria
6.5 Dottorato e Master in Design
6.6 Le aspirazioni future

Direzioni

Bibliografia
Ringraziamenti



1. Introduzione

1.1 Cultura del progetto e didattica del Design

a cura di
P. Tamborrini

La ricerca nasce dall'esigenza di mappare sotto il profilo quantitativo e qualitativo l'offerta formativa legata al Design nella regione tenendo conto non solo delle scuole legate alla cosiddetta formazione terziaria, ovvero di Università e Alta Formazione, ma anche secondaria quindi comprensiva di istituti professionali, scuole di formazione, istituti tecnici e licei ad indirizzo Design[1].

Un aspirante designer può iniziare a formarsi oggi nella regione e iniziare dalla scuola secondaria seguendo gli indirizzi in Design offerti dai licei artistici del territorio o gli altrettanto numerosi percorsi, soprattutto in comunicazione e multimedia, degli istituti tecnici e professionali, per scegliere poi di completare il suo percorso con i corsi professionalizzanti e di alta formazione offerti da Università e AFAM.

Per il Piemonte, come si vedrà, la formazione specifica in Design inizia, dopo un interessante preambolo, con gli anni '70 del secolo scorso aumentando di livello e di importanza nel tempo con un forte allargamento dell'offerta in linea con l'evoluzione stessa della disciplina. Oggi possiamo affermare che all'economia del Design piemontese contribuiscono la presenza delle sue scuole, di diverso ordine e grado, che formano da decenni professionisti impegnati nelle varie specializzazioni della disciplina. Sono diverse infatti le competenze che oggi ruotano intorno al Design e cambiano la professione del designer estendendo il suo tradizionale ruolo di progettista di beni di consumo e di comunicazione. Il designer oggi progetta servizi (si pensi alle app) e processi, in particolare quelli sostenibili e circolari nei settori della manifattura, dell'agroalimentare, del terzo settore e di molti altri ancora. Pertanto, dal nuovo millennio sotto l'ombrello del *design multidimensionale* si è aperta per questa ancora giovane disciplina uno scenario composito di indirizzi che ne ampliano i confini, diventati porosi, e le relazioni con le persone, l'ambiente e il territorio.
MIRA in precedenti ricerche **ha individuato la presenza di 7 settori, dove le attività di Design si presentano sia come offerta di progetto *(core design)* che di supporto della produzione *(design driven)*, correlabili ai percorsi formativi delle scuole.** Il range della formazione in Design si estende perciò a partire dai settori più tradizionali come il **Communication and Multimedia Design** (grafica, packaging, art direction, pubblicità e marketing, editoria, web/app design, videomaking e fotografia, social media content creator), il **Product Design** (arredi e complementi per interni ed esterni, apparecchi di illuminazione, attrezzature e componenti tecnologici), il **Fashion Design** (tessuti, abbigliamento, gioielli, accessori), il **Transportation Design** (mezzi per la mobilità stradale, aerea, nautica), lo **Spaces Design** (retail design, public space, exhibit design, interior) ad altri maggiormente rappresentativi degli effetti della **transizione digitale** (web, app, data visualization) e delle cosiddette **tecnologie disruptive** (IoT, game design, robotica). **Come l'Interaction Design** (UX, UI) – competenza molto richiesta in Piemonte dalle agenzie di comunicazione e dal transportation – e lo **Strategic and Service Design** (design dell'innovazione, design sistemico, design del servizio, social design) fortemente legato alle pratiche sostenibili attivate da alcuni grandi gruppi e all'innovazione sociale promossa da una cultura diffusa sul territorio, in particolare da fondazioni, associazioni e cooperative.
Sono solo alcune delle categorie coperte dagli indirizzi accademici e scolastici alle quali si possono integrare più recentemente dei percorsi dedicati al **Food Design**, ambito incubato proprio in Piemonte quando nel 2002 la galleria

1 Le scuole secondarie di secondo grado includono licei, istituto tecnici, istituti professionali, scuole di istruzione e formazione professionale; le scuole terziarie, o post-diploma: Università, con lauree triennali e magistrali, dottorati, master di primo e secondo livello, i corsi AFAM di Alta Formazione con le Accademie di Belle Arti e le scuole di specializzazione. Per approfondimento visitare il sito del Ministero dell'Istruzione e del Merito:

OneOff a Torino organizza il primo concorso dedicato. Oggi il Food Design è al centro della nuova laurea in "Design sostenibile per il sistema alimentare" del Politecnico con l'Università di Parma ma anche del nuovo master in "New Food Thinking" dell'Università di Scienze gastronomiche di Pollenzo. Altrettanti segnali di apertura al nuovo giungono dal mondo delle tecnologie applicate come la laurea in "Ingegneria del cinema e dei mezzi di comunicazione" del Politecnico (che tuttavia non forma progettisti ma tecnici del cinema) dove **tra gli insegnamenti acquista rilievo**, oltre alla computer grafica e la modellazione 3D, anche **il Sound Design** come accade nei corsi dedicati alle nuove tecnologie musicali della Scuola di Alto Perfezionamento Musicale di Saluzzo.

Vista nel suo complesso questa articolata nonché aggiornata **offerta didattica** rispecchia quella nazionale e delle altre scuole di Design ma allo stesso tempo, per alcune sue peculiarità, **appare distintiva di alcune caratteristiche culturali e imprenditoriali del territorio.** Si pensi al settore dell'automotive, già pillar dell'economia piemontese e oggi meglio inserito in un contesto di Transportation Design - nell'offerta formativa di IED Torino e IAAD - dell'eno-agro-alimentare, del tessile-abbigliamento; ma anche alla presenza sempre più consistente di imprese e tech company di recente formazione che operano in funzione della *digital transformation* – dove si applicano le metodologie del design thinking e del design sistemico – rivolte al mondo delle organizzazioni e dei servizi.

In particolare, **sono 3 gli indirizzi identitari della formazione di Design in Piemonte potenzialmente attrattivi per studenti da fuori regione o nazione.**

Un primo ha a che fare con l'aspetto 'tecno' che contraddistingue dal dopoguerra l'industria piemontese con ricadute importanti nel Transportation Design supportato da una formazione di eccellenza al Politecnico, negli istituti di design (IED Torino e IAAD) da sempre vivaio di progettisti per il settore, nonché da nuove Design Academy attivate dalle stesse *design house*. L'interdisciplinarietà tra scienze umane, ingegneria e design – maturata da esperienze seppur brevi come quella del noto Interaction Design Institute di Ivrea, e le relazioni con il contesto dell'Open Design relativo ai Fablab (il primo in Italia, a Torino, nel 2011) – connota in modo specifico l'approccio verso le tecnologie ICT e IoT per gli oggetti connessi con una crescita d'importanza dell'interaction e dell'experience design studiati nelle diverse scuole.

Un altro aspetto distintivo riguarda molto da vicino i temi della contemporaneità – quindi la transizione ecologica e digitale – ed è rappresentato dalla ricerca sulla sostenibilità ambientale di prodotti e processi. Da questo punto di vista il Politecnico è stato un apripista già dai suoi esordi nei primi anni del 2000 tanto da offrire per primo in Italia una laurea magistrale denominato inizialmente "Ecodesign" e oggi evoluto in "Design Sistemico", i cui insegnamenti si applicano alle dimensioni immateriali del mondo delle organizzazioni e dei servizi per incrementare la sostenibilità culturale, sociale, ambientale ed economica.

Pensando alle sorti del Pianeta cresce la consapevolezza pertanto di una formazione ai vari mestieri che tenga conto dei parametri di sostenibilità e circolarità ora al centro anche delle nuove politiche del Made in Italy con le quali anche le scuole si stanno a vari livelli confrontando.

Sostenibilità e innovazione perché la sostenibilità non è più da tempo percepita come un vincolo ed è entrata nella sua dimensione progettuale nelle aziende di qualsiasi tipo: l'innovazione con una direzione è la nuova narrativa, densa di conseguenze, e impone al designer di interpretare la fase storica che stiamo attraversando. Un'istanza che coinvolge anche la città che con tutti i suoi problemi diventa anch'essa un territorio di lavoro, un campo di sperimentazione, dove usare, per esempio, metodi collaborativi finalizzati all'innovazione urbana.

Questo aspetto del co-design si ricollega con l'ultima caratteristica speciale dell'offerta nella formazione in Design riguardante il Social Design con le sue pratiche alternative di progetto che affondano le radici nella storia sociale del territorio, legata agli enti assistenziali e caritatevoli, oggi al centro dei progetti del terzo settore. Caratterizzato da una visione olistica e un approccio multidisciplinare – con competenze in design strategico, antropologia, psicologia cognitiva e sociale – il Social Design e i suoi percorsi formativi coinvolgono la collettività anche in azioni di rigenerazione sostenibile oltre ad avere attenzione per i temi della giustizia sociale e dell'inclusione,

avvicinando i progettisti agli organici di organizzazioni no profit per lo sviluppo di politiche di welfare, oltre a cooperative e associazioni in cui è richiesto un contributo di progettazione partecipata.

Più in generale, il mercato del lavoro stesso è in costante mutazione e sono diverse, nella loro articolazione, le competenze richieste oggi a un designer.

Tra i nuovi orientamenti, ad esempio, si assiste a un ritorno verso gli aspetti pratici del mestiere legati a professionalità e *savoir faire* spesso poco coltivati ma al centro della richiesta soprattutto delle aziende del lusso (dichiarate recentemente anche aziende culturali e creative) alla ricerca non solo di talenti creativi ma anche di talenti manifatturieri o talenti del fare. Da questo punto di vista l'offerta formativa dei vari corsi di formazione professionale in arti e mestieri ma anche dei corsi e i master degli istituti privati nel territorio costituisce un valido supporto. Dall'altro lato, l'irruzione del digitale ha imposto come noto un'accelerazione dei cambiamenti tecnologici che sta imponendo un adeguamento – insieme a una revisione dei sistemi tradizionali di formazione – per supplire alla mancanza di figure professionali in grado, per esempio, di creare dei prodotti digitali per esperienze *metaverse* (per i brand questo aspetto è ora importante) come sta facendo il comparto fashion. Nascono così nuove figure professionali soprattutto in ambito NFT, più recente, mentre altre specializzazioni sono filiazioni di professioni precedenti come il game design.

Infine, va registrato come la trasformazione digitale, accelerata dalla pandemia, abbia mutato profondamente oltre al mondo della formazione manageriale anche quello scolastico. La tecnologia, o una sua riscoperta, ha fornito opportunità senza precedenti, grazie a soluzioni collaborative che permettono agli utenti di godere di una accessibilità costante ai materiali di formazione ovunque e da qualunque dispositivo. A questo si affiancano la realtà virtuale, la realtà aumentata, l'intelligenza artificiale, la blockchain e il metaverso considerati già ad alto potenziale nel mondo del training e dell'education. Ma anche se la possibilità di percorsi individuali-personali, con l'accesso a risorse digitali come talk, video, blog e tutorial, si è ampliata a dismisura, ciò non ha comportato un declino della richiesta di iniziative di formazione e sviluppo progettate per rispondere all'evoluzione ed espansione del Design che stiamo osservando.

Tutt'altro, anticipando alcuni argomenti al centro dei prossimi capitoli, esaminando anche l'ambito della formazione non formale, si possono individuare realtà interessanti che in diverso modo erogano corsi formativi e organizzano workshop. Tra queste, sul territorio ricordiamo i workshop e le residenze organizzate da associazioni culturali come IN Residence, MinD e la recente DesignMind Academy. Così come i corsi organizzati da realtà come Print Club Torino e Fablab Torino.

1.2 La formazione in Piemonte: evoluzione storica

a cura di
A. Filippini

Già a metà degli anni ‘50, contestualmente a un periodo denso di accadimenti per l’affermarsi del Design italiano e della sua cultura progettuale – le Triennali dedicate al Design; la fondazione del Premio Compasso d’Oro e dell’ADI; la nascita di riviste come Stile e Industria – in Piemonte si hanno segnali di un orientamento della formazione verso quest’area.

I primi segnali si possono registrare nel campo della grafica, un settore cresciuto nel contesto della stampa e della tipografia, che tra le due guerre aveva dato vita a Torino a una stagione vivace e prolifica di cui il periodico Graphicus rappresenta bene il contesto anche nelle sue relazioni con l’industria dei caratteri e della produzione editoriale. **La storia delle arti grafiche e delle scienze della stampa si lega a doppio filo con la Città di Torino e il suo sistema scolastico Ottocentesco**, di matrice sociale e produttivo, pensato per una rapida ed efficace professionalizzazione. Così le vicende delle scuole torinesi appaiono retrospettivamente sempre intrecciate con le principali realtà produttive del territorio in un continuo scambio di *know-how* d’impresa e di istruzione teorico-pratica[2].

L’Associazione Culturale Progresso Grafico, nata nel luglio del 1946 all’interno della vecchia scuola tipografica ora dedicata a Vigliardi Paravia, fonda nel 1949 a Torino il primo Istituto Tecnico nazionale per le Arti grafiche e fotografiche di istruzione secondaria dedicato alla stampa, titolato a Bodoni, e presieduto dal direttore generale della fonderia di caratteri Nebiolo.

Nel 1955, il preside della Facoltà di Architettura Giuseppe Maria Pugno viene coinvolto e reso promotore dei primi corsi di “Cultura Grafica” tenuti nelle aule della Scuola tipografica Vigliardi Paravia, che riscuotono un enorme successo. Dal 1956 i corsi posti sotto l’egida del Ministero della Pubblica Istruzione passano sotto il controllo della Facoltà di Architettura. Nel 1959 presso il Politecnico di Torino viene istituito l’Istituto di Scienze e Arti Grafiche con l’obiettivo, tra gli altri, di istituire una Scuola ai fini speciali per il conseguimento di titoli universitari nel campo della stampa e della grafica che apre, grazie a finanziamenti privati, nel gennaio del 1963. Dai primi passi nel 1967-68 diventa triennale per passare ad inizio del nuovo millennio, come si vedrà meglio poco oltre, a corso di laurea in Design in seguito alla domanda delle maggiori istituzioni economiche e imprenditoriali del territorio.

Nella prima metà degli anni ‘50 viene fondata anche la Scuola Politecnica di Design dall’artista e designer verbanese Nino Di Salvatore, **la prima scuola privata “di fatto” di Design in Italia**[3]. Nel 1950 Di Salvatore apriva a Domodossola una Scuola Superiore di Belle Arti, autorizzata dal Ministero della Pubblica Istruzione, dove la novità era costituita dai metodi di insegnamento innovativi che introducevano nuove materie per l’epoca come la “Psicologia della forma e del colore”. Dall’esperienza nasce nel 1954 a Novara la Scuola Politecnica di Design, inizialmente denominata Centro Studi Arte-Industria, in un periodo in cui il termine anglosassone era ancora quasi completamente ignorato da molti industriali e professionisti oltre che dalla pubblica istruzione. Finalità del Centro, scriveva Di Salvatore, «è di preparare i designer che inserendosi professionalmente nei processi della produzione industriale ne conoscano le tecniche e i mezzi di produzione»[4]. **Una concomitanza di date la apparenta alla più nota e internazionale Hochschule für Gestaltungdi Ulm** (i cui corsi iniziano nel 1955) con **cui condividono la volontà di continuare i precetti della Bauhaus così come l’approfondimento della metodologia della progettazione e**

2 A. Pesando, “L’anima grafica di Torino”, Graphicus, aprile 2021, p. 10

3 A. Pansera, G. Furlanis, “La formazione del design in Italia: premessa storica, La didattica del design in Italia”, Gangemi 2017, p. 28

4 A. Marcolli, “La Scuola Politecnica di Design”, s.d.

l'importanza data alle discipline scientifiche e tecniche. Dal momento che gli studenti erano tutti stranieri e provenienti da Milano e dalla Lombardia **la scuola viene spostata nel 1959 a Milano dove il Design si era affermato da più di vent'anni e che si dimostrava pertanto la città più adatta per ospitare una scuola di questo tipo.**

Tornando al Politecnico di Torino va tenuto conto dell'arrivo nel 1969 di Achille Castiglioni, architetto milanese e designer, già vincitore di cinque Compassi d'Oro, alla sua prima esperienza didattica. Il suo corso ha sede nell'Istituto di Tecnologia dell'ambiente costruito a partire dal 1970 e vede una frequenza di circa 300 allievi all'anno. In seguito, **nel 1977, Castiglioni è incaricato come Professore Straordinario della Facoltà di Architettura per la cattedra di "Architettura degli Interni e Arredamento" che conserverà fino al 1981** [5]. Fondamentale per cogliere la regia complessiva di questi accadimenti la figura di Giuseppe Ciribini arrivato nel 1963, dopo un'esperienza presso la citata Hochschule für Gestaltungdi Ulm tra il 1958 e il 1959, e alla cui 'mediazione' deve molto anche la configurazione dell'attuale corso di Design.

Nel 1978, l'allora preside Mario Federico Roggero decide di ampliare l'offerta di Design affidando un secondo corso a Giorgio De Ferrari, con Luigi Bistagnino assistente, con l'obiettivo di stabilire relazioni virtuose tra il mondo dell'università e quello imprenditoriale piemontese. Un settore individuato è relativo all'oggetto a consistente contenuto tecnologico; un altro alle attrezzature seriali di arredo urbano, ambito che finisce per caratterizzare, almeno inizialmente, i corsi progettuali di Design. La figura di Bistagnino, analogamente a quella di Ciribini poco prima, sarà fondamentale per la creazione del corso di laurea in Design e soprattutto per aver posto le basi teoriche e non solo metodologiche del percorso di studi sulla sostenibilità che porta alla laurea magistrale in "Design Sistemico".

Altro settore strategicamente legato all'economia del territorio è rappresentato dal settore automobilistico e nello stesso 1978 **lo IAAD, Istituto d'Arte Applicata e Design, apre a Torino la prima specializzazione italiana post diploma in "Architettura della carrozzeria", oggi "Transportation design"** con importanti partnership internazionali. Nel 2012 IAAD. sigla un'importante partnership strategica con il gruppo francese AD Education, un network internazionale nell'ambito del design e della creatività, presente in 9 paesi europei, che va a moltiplicare le opportunità di scambio fra studenti provenienti dalle diverse sedi. Questo tipo di accordo è rappresentativo anche della dimensione economica legata al mondo della formazione, dove l'acquisizione da parte di fondi privati di note scuole rappresenta un cambiamento in atto che vede le medesime diventare uno strumento di investimento insieme ad altri innescando relazioni virtuose con effetti sul mercato occupazionale.

Contestualmente, nelle Accademie di Belle Arti dove erano presenti corsi di Design dal 1977 come corsi speciali a seguito della Legge di Riforma 508/99 si attivano più indirizzi formativi afferenti alla nuova Scuola di Progettazione Artistica per l'Impresa. In questi anni anche l'Albertina, una delle accademie più antiche del nostro Paese che affonda radici nel XVII secolo, si dota di una scuola di Progettazione Artistica per l'Impresa. Attualmente altre due Accademie legalmente riconosciute, l'Accademia di Belle Arti di Cuneo e l'Accademia Acme di Novara completano l'offerta con corsi anche di comunicazione, fashion design, graphic design e art direction.

Negli anni a venire l'esiguità dell'offerta formativa statale favorisce l'attivazione e lo sviluppo di scuole di Design private alcune delle quali acquisiranno ben presto una notorietà internazionale come l'Istituto Europeo del Design (IED), aperto a Milano nel 1966, che nel 1989 apre a Torino nella prima sua sede di via Bligny[7]. La scuola con la sua offerta oggi estesa dai corsi triennali e post-diploma, oltre che di master e bienni specialistici (ma anche corsi di formazione continua e corsi estivi) apre anche al settore del tutto trascurato della moda – dove però dagli anni '50 operavano scuole professionali oggi ancora attive[8] – a corollario dell'offerta delle scuole per orafi, eccellenza piemontese[9] nel comparto fashion, e si distingue, come lo IAAD, per un percorso formativo specialistico articolato in più indirizzi, la valorizzazione delle risorse del territorio (anche IED Torino nel 1994 attiva il corso di "Transportation Design") e le collaborazioni con imprese e designer di chiara fama.

In Italia, nei primi '90 l'Università pubblica apriva uno dopo l'altro corsi di laurea in Design autonomi rispetto al percorso di Architettura cosicché a Torino nel 1996 viene attivato il Diploma in Disegno Industriale trasformato nel 2000 in Corso di Laurea. In questa città alle soglie del

5 P.P.Peruccio, "La didattica del design a Torino", QuAD, 24, 2018, pp. 251-59.

6 Nel 2013 i trienni post diploma IAAD. sono ufficialmente accreditati dal MUR (Ministero dell'Università e della Ricerca) in qualità di Diplomi Accademici di I Livello. Viene inaugurata la nuova sede, nel quartiere Aurora, all'interno del quartier generale Lavazza, con una superficie di 3.000 mq a disposizione per didattica, esposizioni, conferenze ed eventi.

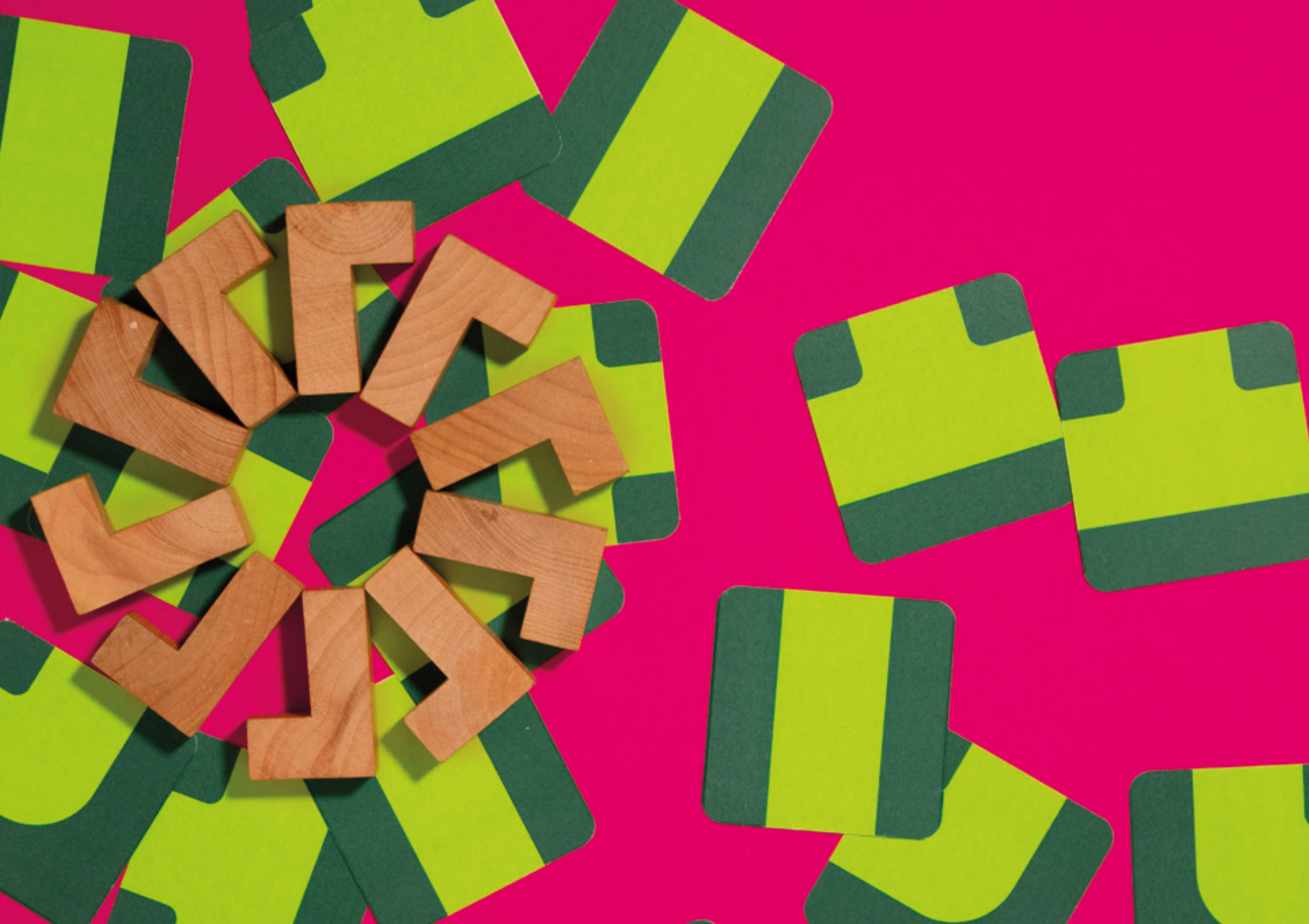
7 I corsi IED di Torino nel 2012 ottengono il riconoscimento del Ministero per l'Istruzione, Università e Ricerca.

8 Per esempio, ad Alessandria, l'Istituto Vezza dal 1947, a Torino l'istituto di Alta Moda Montesano dai primi anni Settanta e l'istituto Mara Scalon dagli anni Ottanta.

9 Come la scuola orafa "Vincenzo Melchiorre" di Valenza o la Scuola per Orafi "Fondazione E.G. Gherardi" di Torino, la più antica in Italia del settore.

nuovo millennio la formazione in Design assume perciò un ruolo strategico anche per le relazioni con le aziende del territorio e delle sue tre principali scuole di Design (Politecnico, IAAD e IED) diventate presto centri di eccellenza con visibilità e attrazione internazionale dove avvicinarsi alle culture del progetto, in un'ottica ampia e non solo industriale. Contemporaneamente, sul piano delle tecnologie **l'esperienza di Interaction Design Institute Ivrea**, scuola post-laurea nata come iniziativa congiunta di Olivetti – la scuola è ospitata nella cosiddetta "Casa Blu" già sede del Centro studi Olivetti – e Telecom Italia pur limitata nel tempo (2001-2005) e **poi proseguita con Interaction Design Lab nella scuola milanese Domus Academy, si rivelerà fondamentale per far conoscere al mondo della formazione questa attività multidisciplinare tra psicologia cognitiva, informatica e design, con il contributo dato allo sviluppo di pensiero anche da sociologi e filosofi di fama mondiale.** L'istituto, diretto da Gillian Crampton Smith, svolgeva anche consulenza esterna a ospitava ricercatori in visita. La sua attività principale consisteva nel suo Master in Interaction Design. Ne derivarono anche nuovi prodotti informatici e di grande successo, tra cui la scheda di sviluppo open source Arduino, creata per costruire progetti di robotica, elettronica e automazione da parte di artisti creativi, designer e maker senza dover disporre di approfondite conoscenze tecniche.





2.1 I servizi al design e la loro offerta formativa

La recente costituzione di MakPi-Making Piemonte, un network di Fablab, makerspace e competence center profit e no profit nato per fornire a imprese e startup competenze in materia di innovazione, è servito anche a ricordare come il Piemonte sia una delle aree italiane ed europee con il maggior numero di centri di competenza in grado di offrire strumenti per formare l'innovazione tecnologica.

Un'attività che si rivolge anche alla formazione per le scuole.

Fra i luoghi dell'innovazione connessi al Design e alla sua formazione, assumono importanza gli spazi in cui è possibile scambiare idee, condividere azioni e sperimentare fabbricando, in cui i designer possono cimentarsi nella realizzazione di prototipi con diversi materiali e tecniche di fabbricazione, collaborando con altri creativi alla realizzazione dei propri progetti.

Fra questi luoghi troviamo **Fablab Torino** (nella rete MakPi-Making Piemonte) **il primo laboratorio di fabbricazione digitale italiano aperto nel 2011** (con il nome di Fablab Italia), in occasione della mostra "Stazione Futuro" alle Officine Grandi Riparazioni per i 150 anni dell'Unità d'Italia. È un'associazione culturale, un laboratorio di fabbricazione digitale e un makerspace: un luogo dove il fai-da-te tradizionale incontra le tecnologie open source e le tecniche per la prototipazione rapida, ospitato presso Toolbox Coworking, uno spazio ibrido che in forma di comunità professionale aperta accoglie freelance, imprese e startup.

Sul piano formativo ogni mese vengono proposte attività base ed avanzate ad accesso libero. I corsi gratuiti "Hello World", in particolare, sono indispensabili per apprendere le basi e ottenere l'abilitazione necessaria per prenotare e utilizzare le macchine in autonomia. Quindi stampa 3D, taglio laser, fresa CNC, vinyl cutter così come elettronica, software di progettazione e tecniche di fabbricazione digitale.

Similmente, **Print Club Torino**, ospitato anch'esso all'interno di **Toolbox, è un laboratorio di stampa e arti grafiche** dove è possibile sperimentare e condividere conoscenze, idee, tecniche e processi. Come associazione culturale offre a illustratori, designer, studenti e appassionati gli strumenti, i materiali, gli spazi necessari per dare forma a idee e progetti con l'aiuto di consulenze professionali da parte di uno staff specializzato.

È un ambiente votato alla condivisione di conoscenze per progetti e opportunità professionali e al suo interno vengono organizzati corsi che soddisfano approcci e livelli di apprendimento differenti: per chi vuole provare un'esperienza o voglia approfondire un percorso professionale aumentando le proprie abilità, con un calendario ricco di appuntamenti dedicati alle tecniche di stampa, alla scoperta dei macchinari del laboratorio, durante il fine settimana o negli orari serali. Ogni corso viene svolto in collaborazione con tutor esperti, tecnici e professionisti selezionati per ciascuna delle diverse tecniche e attività. Percorsi didattici dedicati all'incisione, legatoria e calligrafia si svolgono inoltre per tutto l'anno con workshop singoli di papercraft, modellazione, textile design, serigrafia e risograph. A questi si affianca una summer school per approfondire, ricercare e apprendere un approccio creativo tecnico per approcciare in maniera intensiva un argomento e immergersi totalmente in uno spazio creativo guidati da tutor con cui lavorare fianco a fianco esplorando sia gli aspetti tecnici che la parte pratica manuale.

2.2 I workshop

Ai workshop parte dell'offerta formativa di scuole e università si integra quella relativa ai workshop e ai corsi proposti da associazioni culturali no-profit e altri enti.

Si tratta di percorsi formativi, anche sperimentali - come già fa da tempo IN Residence - accomunati dalla forte connessione con il territorio - come nel caso della recente summer school DesignMind. Tema trasversale e comune delle varie offerte è sicuramente la questione legata alla sostenibilità ambientale e ai suoi processi creativi, come sperimentato da anni nel comprensorio biellese da Unidee rispetto al tema del tessile moda.

Questo tipo di percorsi si rendono distintivi anche per come approcciano, spesso con un numero selezionato/limitato di partecipanti, aspetti del Design correlati alla sfera socio-antropologica e/o artistica, offrendo a chi ne prende parte la possibilità di un confronto diretto con i diversi attori, coinvolti nelle attività pianificate, e talvolta anche una visibilità istantanea dei risultati mediata dai canali di comunicazione e delle pubblicazioni dedicate.

IN Residence

Nel 2008, in concomitanza dell'evento Torino World Design Capital viene creato il format di IN Residence, da un'idea di Barbara Brondi e Marco Rainò, architetti e curatori indipendenti di design, ospitato nella cornice del residence DUPARC progettato nel 1970 da Laura Petrazzini e Corrado Levi. Il programma inizia con una serie di workshop annuali in Italia e all'estero che fino al 2016 si tengono a Torino per essere poi ospitati in altri sedi in concomitanza di eventi di Design. Dal 2019 a questi si aggiungono le residenze per designer emergenti, una coppia per anno, selezionati e ospitati presso il DUPARC per un periodo di tempo e invitati a prendere visione delle risorse del territorio con le quali collaborare. IN Residence non solo crea quindi opportunità di approfondimento per giovani designer di talento ma genera nel tempo anche un'interessante produzione editoriale e curatoriale – con pubblicazioni dedicate, cataloghi, mostre itineranti – a implementare la ricerca sulle molteplici facce del design contemporaneo.

MinD

MinD Mad in Design è un'associazione culturale nata a Torino nel 2019 che opera in risposta a situazioni di disagio ed emarginazione nell'ambito della fragilità mentale proponendo progetti creativi, multidisciplinari e inclusivi nell'ambito delle discipline creative.

Dal 2014 l'associazione realizza progetti sotto forma di workshop che agiscono su due aspetti del design: da un lato il progetto come strumento di trasformazione in chiave migliorativa del contesto, dall'altro il processo creativo come sistema di relazioni che si traducono in pratiche di inclusione sociale e riabilitazione. Il tutto attraverso la partecipazione diretta di studenti e persone seguite dai servizi di salute mentale; sperimentando e verificando alla fine i risultati, anche clinici. La dimensione partecipativa del design lo rende un efficace strumento di inclusione sociale, generatore di relazioni mirate a valorizzare l'altro, e prezioso alleato della strategia riabilitativa. Ad esempio, nell'ultima edizione del Workshop MinD dal titolo "Healing Heritage" si è ricreata un'esperienza di progettazione partecipata e inclusiva per sperimentare azioni e pratiche volte a valorizzare il ruolo del patrimonio culturale per la salute mentale condivisa da trenta persone con diversi background ed esperienze.

Unidee

Nel 2004 nasce dall'esperienza della Fondazione Pistoletto di Biella, e dai suoi programmi formativi, l'Accademia Unidee basata sull'idea di costruzione di un futuro sostenibile. La visione generale che permea tutti i corsi è il rapporto tra arte e cambiamento sociale

attraverso il ruolo dell'artista che risponde alle sfide contemporanee. Tra i corsi offerti si menzionano il Master in "Design, creatività e pratiche sociali" e il progetto "Fashion B.E.S.T" che ha dato vita nel 2021 al primo corso triennale di alta formazione artistica in Fashion Design Sostenibile. Quest'ultimo mira a formare nuovi professionisti del design circolare e sostenibile nel campo tessile e della moda.

DesignMind

DesignMind è una summer school nel borgo di Castellania Coppi (AL), co-fondata e co-organizzata dai progettisti Lorenzo Palmeri e Paolo Casicci, rivolta a chi sceglie di impegnarsi per un futuro sostenibile e inclusivo. Gli studenti sono coinvolti in un lavoro pratico seguiti da un team di progettisti affermati, professionisti come designer, giornalisti, fotografi, pr e coach. Insieme accompagnano lo studente tra le tematiche del progetto, quelle pratiche e quotidiane e quelle meno evidenti, non affrontate in alcuna scuola come la copia; i soldi; la gestione del fallimento; l'opportunità nascosta nell'errore; la costruzione dell'idea; il metodo; la ricerca di una propria via progettuale.

I *camp* sono di due tipi: per studenti delle scuole secondarie di secondo livello e universitari. Il primo percorso è mirato a chi ha un interesse nel design senza avere ancora avuto modo di confrontarsi direttamente con le discipline del progetto. Nel secondo caso, viene privilegiata una formazione sotto forma di coaching per affrontare il mestiere in tutti i suoi aspetti e problematiche. Gli allievi vengono assistiti nella valutazione del proprio portfolio per essere supportati nella scelta di una direzione precisa nella molteplicità delle ipotesi formative e professionali future.

2.3 L'offerta culturale

Sono interessanti, soprattutto a Torino, i programmi culturali offerti da alcune associazioni che operando con gli strumenti e le pratiche del design, approfondiscono temi di ricerca legati al processo creativo e progettuale.

Spesso questo tipo di attività si presenta sotto forma di eventi[10], anche estesi nella città, organizzati da attori culturali diversi. Tra questi si segnalano quelli organizzati da:

Circolo del Design

Nel 2019 ha attraversato un profondo rinnovamento adottando una nuova forma associativa e installandosi in una nuova sede di circa 400 mq per produrre/offrire attività diversificate nell'antico cortile di Palazzo Costa Carrù della Trinità nel centro di Torino. Il Circolo è noto all'interno della comunità del design torinese perché realizza talk, mostre e workshop con una ricca programmazione per diffondere la cultura del progetto, favorendo le connessioni tra le competenze progettuali e il contesto produttivo, sociale e culturale. A disposizione dei soci una biblioteca del design con oltre mille tra volumi e riviste, anche in prestito.

Tra le iniziative in favore della connessione tra imprese del territorio e designer c'è "Ask to Design", progettato insieme a Camera di commercio e con la consulenza scientifica del Politecnico di Torino, per favorire la conoscenza e l'impiego degli strumenti del design dando valore alla community di designer piemontesi.

10 come: la Italian Tech Week; Biennale Tecnologia; Open House Torino; View Conference

La piattaforma online offre ai designer una vetrina per presentare i propri lavori mentre alle imprese propone un self assessment e la possibilità di entrare in contatto con i designer della community attraverso delle call aperte calate sui loro bisogni.

Graphic Days®

Giunto all'ottava edizione il festival Graphic Days® di Torino, presso la Cavallerizza Reale trasformata in un grande laboratorio artigianale di stampa, è un appuntamento internazionale interamente dedicato al visual design promosso da Quattrolinee, Print Club Torino e Plug.

L'obiettivo del festival è quello di diffondere la cultura della progettazione visiva grazie a un programma ricco di mostre, conferenze e worskhop animati da professionisti nazionali e internazionali e una fiera espositiva. Il festival include la città intera con un palinsesto di appuntamenti diffusi: gli studi di design del territorio aprono le porte al pubblico proponendo mostre, conferenze ed attività legate alle arti visive e alla contaminazione. Inoltre, uno spazio di lavoro aperto permanente a cura di Print Club Torino mette in connessione printmaker internazionali, designer e aziende, con piccoli workshop, creando un luogo di apprendimento orizzontale in cui far confluire esperienze e far dialogare una crescente comunità di creativi e maker.

Torino Stratosferica

Istituita formalmente come associazione culturale no-profit a partire dal 2016 con l'obiettivo generale di promuovere il city imaging. Si connota oggi come un contenitore aperto ai visionari, ambiente di sperimentazione e ricerca, collettore e generatore di idee. Con il format The City At Stake – Talks insieme a ospiti internazionali e italiani di primo piano l'associazione discute come riadattare i paradigmi del vivere urbano di fronte alla crisi globale, dei trend che cambieranno lo stile di vita e i consumi dei prossimi anni, e delle idee e provocazioni lanciate dal lavoro collettivo dell'associazione stessa.

Nell'ambito della progettazione partecipata, si segnala il progetto Precollinar Park: azione bottom up di ri-generazione urbana volta alla trasformazione in parco lineare di un'area abbandonata ora smantellato e trasferito in parte in via Farini.

Nel territorio si distingue anche la presenza e l'attività culturale di altri attori come i musei, inclusi quelli cosiddetti d'impresa, gli archivi e le fondazioni. Tra questi, **il Museo Alessi di Omegna** al suo 25esimo anno di attività, quello di **Abet Laminati a Bra**, il museo **Officina della scrittura Aurora** con un laboratorio didattico che ospita numerosi corsi aperti al pubblico e alle scuole. Anche se non offrono corsi di formazione propriamente detti questi contribuiscono nell'insieme a delineare una rete a supporto della cultura del design – coprendo l'ampia gamma delle tipologie, dai mezzi di trasporto all'accessorio moda – fondamentale per la formazione di uno studente.

Tra i musei, ricordiamo il **Mauto, il Museo dell'Automobile** di Torino, giunto quest'anno ai suoi 90anni di attività, che organizza anche laboratori didattici, abbinati alla visita guidata della collezione, in collaborazione con il Politecnico, suddivise in un percorso che tocca i temi: future, tech, design e disponibili anche in versione digitale.

A Ivrea, **la Fondazione Adriano Olivetti**, istituita nel 1962, realizza progetti di ricerca negli ambiti disciplinari della cultura d'impresa, delle scienze sociali, dell'innovazione e dell'urbanistica, in collaborazione con enti pubblici, privati e del terzo settore, nazionali e internazionali svolgendo anche attività di alta formazione, autonomamente o in coordinamento con altre istituzioni, per enti pubblici, privati e del terzo settore.

Tra le iniziative recenti, il ciclo di incontri online "Olivetti Design Talks" realizzati per scoprire un secolo di storia Olivetti. L'Associazione archivio Storico Olivetti è altrettanto attiva nell'organizzazione di eventi, incontri, promuovendo e partecipando a progetti e iniziative con imprese, enti, scuole, istituti culturali, ricercatori e studiosi provenienti da tutti i campi.

3. La rete nazionale e internazionale delle scuole di Design

a cura di
A. Filippinl

3.1 La rete nazionale e internazionale delle scuole di Design

Una parte fondamentale nel sistema formativo legato al design è svolta dalle associazioni che in diverso modo si occupano di fare da connettori con scuole e istituzioni oltre che monitorare e misurare lo stato dell'arte in termini di iscritti e scuole sia in Italia sia all'estero.

Due casi esemplari sono rappresentati da CUID, in Italia, e Cumulus sul fronte internazionale.

CUID, la Conferenza Universitaria Italiana del Design, è un'associazione universitaria che si occupa della formazione in design nell'università pubblica italiana e ne rappresenta le esigenze e gli orientamenti di politica culturale. È bene ricordare come il sistema universitario gioca un ruolo fondamentale nella formazione dei designer nel nostro Paese.

CUID, pertanto, **svolge un ruolo di coordinamento e indirizzo dell'attività di formazione** nel rispetto dell'autonomia dei singoli atenei dove sono attivi corsi di laurea triennale, magistrale e dottorale. **Promuove ogni iniziativa che possa giovare al prestigio degli studi universitari e al potenziamento dell'insegnamento, della ricerca e della cultura nei campi del design in tutte le sue articolazioni.**

«L'associazione che rappresento – ci spiega Francesca Tosi, professoressa ordinaria di Disegno industriale presso il Dipartimento di Architettura-DIDA dell'Università degli Studi di Firenze, presidente di Cuid - sostiene l'offerta dell'Università pubblica italiana; ne promuove gli interessi scientifici e culturali rappresentando l'associazione presso il ministero e altri organismi pubblici o privati che lo richiedano. L'associazione organizza periodicamente degli eventi, delle giornate di studio, insieme ai settori scientifici disciplinari vicini ai corsi di studi (perché oltre alle materie di progetto va considerato l'apporto di altre materie come il marketing, l'estetica, l'ingegneria...) con l'interessamento anche delle aziende e del tessuto sociale che richiedono fortemente il contributo dei designer e siamo quindi molto attenti alle richieste di nuove capacità e competenze».

CUID ha avviato dal 2017 la rilevazione dell'offerta formativa in Design dell'Università pubblica italiana e della condizione occupazionale dei laureati triennali e magistrali. I dati sono elaborati a partire dalle informazioni disponibili sul sito del MIUR – Ministero dell'Istruzione dell'Università e della Ricerca – sul sito Almalaurea, e attraverso l'indagine svolta in tutte le sedi universitarie italiane nelle quali sono attivi corsi di studio in design..

Le ultime rilevazioni (con le quali CUID ha contribuito anche al rapporto "Design Economy 2023" di Symbola nella sezione dedicata a Formazione e Lavoro) **riflettono una crescita che non riguarda solo il numero delle scuole ma anche la domanda e il numero degli studenti.**

Per i corsi di laurea universitari, ad oggi 29 triennali e 24 magistrali, distribuiti nelle 21 sedi nel territorio nazionale, la maggior parte sottoposti al vincolo del numero programmato, aumenta **il numero di iscrizioni al test di ingresso** che **supera di 4 volte i posti disponibili**, con una media nazionale di 2,5 domande per ciascun posto. **Gli studenti complessivamente iscritti al primo anno di corsi in design, pubblici e privati, sono 14.907**, e di questi l'Università, nonostante gli ingressi contingentati, conferma essere ancora la principale scelta per i futuri designer con circa il 40% del totale.

«I corsi di laurea in design, continua Tosi, hanno ottimi risultati sia in termini occupazionali che di soddisfazione degli studenti e stanno crescendo di numero senza che

calino le iscrizioni e a fronte di un lieve arretramento nel periodo della pandemia possiamo dire di avere avuto una ripresa forte e in parte inaspettata. Anzi, ad oggi la situazione è anche migliorata da prima della pandemia quindi parliamo di una tendenza positiva».

L'università italiana rappresenta il 40% degli iscritti perché si regola sul numero chiuso; il restante della percentuale è rappresentato dalle scuole private e gli istituti AFAM ed è un dato di fatto che laddove si sono formati dei corsi di laurea in design si siano poi insediate anche delle scuole private.

«La grande differenza tra pubblico e privato – puntualizza Tosi – sta nel fatto che l'Università, per sua missione, mette al primo posto la didattica, seguita dalla ricerca quindi il servizio al territorio: ovvero lo stretto rapporto tra didattica e ricerca che le scuole private non attuano».

Quali orientamenti e competenze emergono? «**Le competenze emergenti**, come ha dimostrato il convegno CUID del 2022 dedicato al tema "La formazione universitaria del design nel cambiamento d'epoca" sono rivolte alle aree più innovative come quelle toccate dalle **tecnologie digitali**. Importante è intercettare delle nuove aree di interesse, come nel caso del **food**, del comparto legato al cibo e al suo sistema, oggi al centro di corsi di laurea dedicati. Un mondo finora poco considerato che ha accolto un'esigenza formativa latente e foriera di crescita». «I corsi offerti dall'università italiana sono di una vitalità estrema, supportati dalla capacità dei docenti di essere costantemente innovativi nell'offerta. Noi siamo avvantaggiati da una forte richiesta da parte del mercato che con le nostre discipline riusciamo a coprire in termini di specializzazioni richieste. Dall'altro lato, per diverse ragioni difficilmente riassumibili in breve, l'organizzazione della struttura accademica in un unico settore disciplinare non rispecchia la pluralità di cosa sia oggi il design (ovvero dal punto di vista ministeriale non esistono differenze tra chi insegna, per esempio, design della comunicazione o degli interni). Queste differenze sono note all'interno dell'associazione e governate ma sarebbe auspicabile diventare un'area divisa in più specializzazioni per rispecchiare questa diversità tanto interessante quanto complessa nella sua gestione».

Seppur auspicabile, non esiste, ad oggi, un corrispettivo dell'associazione che includa istituti e università private. L'impostazione universitaria ha caratteristiche molto diverse da quelle del privato in termini di reclutamento dei docenti (svolto fuori dalle logiche dei meccanismi concorsuali) che impatta sul numero di iscritti, così come sul fronte economico e dei relativi interessi.

L'altra associazione è costituita da **Cumulus, con sede in Finlandia, che rappresenta un ecosistema dinamico per l'internazionalizzazione e la mobilità globale, lo scambio di conoscenze e la collaborazione nella pedagogia, ricerca e pratica dell'arte e del design.** L'associazione internazionale è guidata da un team dedicato di educatori di arte e design provenienti da tutto il mondo di cui oggi il presidente è l'italiano Lorenzo Imbesi, professore ordinario e Direttore del Centro Sapienza Design Research presso l'omonima università di Roma. Fondata nel 1990 come rete di cooperazione tra le principali università europee di arte, design e media **Cumulus è nata come piattaforma per favorire la collaborazione e la mobilità di studenti e docenti all'interno del programma Erasmus dell'Unione Europea**. Ottenuto lo status ufficiale di Associazione nel 2001 e divenuta internazionale nel 2006, ha continuato ad espandersi. Attualmente la sua rete **è formata da più di 350 istituti all'avanguardia nella formazione artistica e di design di 63 paesi nel mondo**; questo rappresenta l'importanza della collaborazione nel panorama della formazione superiore in design in un frangente storico sempre più complesso e globale. I soci si riuniscono nelle due conferenze annuali oltre che nei vari simposi organizzati periodicamente. Ci sono inoltre degli eventi speciali che nascono dalle opportunità date dalla collaborazione reciproca e il networking nella comunità delle arti e del design globali.

«**La rete di Cumulus** – ci spiega il prof. Imbesi – ad oggi **si estende in tutto il mondo, con una presenza importante di scuole europee, seguite da una forte presenza dell'Asia, e in particolare di Cina e India**. Da questi paesi provengono un grande numero di richieste per il fatto che le scuole hanno bisogno di costruire forme di internazionalizzazione oltre che garantirsi un accreditamento. Sono scuole anche molto diverse, alcune più legate al contesto locale e altre, di matrice anglosassone, con docenti stranieri. Diverso, e

in parte problematico, è il caso dell'Africa dove in futuro intendiamo investire per fare in modo di coinvolgere maggiormente, anche tenendo in considerazione la fascia che si affaccia sul Mediterraneo»

La distribuzione geografica delle scuole correlata ai rispettivi orientamenti formativi e al numero degli iscritti sono, in definitiva, i dati utili all'associazione per cogliere il quadro d'insieme utile a istruire eventuali policy. Un aspetto importante è legato alla compresenza di orientamenti diversi: «Ci sono scuole con radici più tecnologiche, ingegneristiche, e altre decisamente più artistiche, per cui in Cumulus da sempre convive, per semplificare, una radice legata al mondo dell'Accademia e una dell'Università. Questo spettro di differenze si riflette ad esempio nei temi dei cosiddetti Working Groups, i gruppi di lavoro divisi per aree di interesse. Nell'insieme c'è una grande varietà e anche se le differenze sono minori rispetto al passato è difficile stabilire una linea comune».

Esiste una peculiarità italiana nel formare al design? «Sicuramente la cultura che c'è dietro ad ogni paese contraddistingue il suo approccio al design mentre direi che i temi praticati, gli orientamenti, globalmente spesso si avvicinano. Credo, ad esempio, che gran parte del successo di **Cumulus** sia legato al fatto che **nasce dalla finlandese Aalto University**, in un contesto storicizzato legato ad una cultura e ad un certo modo di intendere il design, un po' come nel caso del design italiano».

Perché una scuola dovrebbe far parte di Cumulus? «Anzitutto per essere accreditata a livello internazionale; non secondariamente per fare parte di una rete di formazione e di scambi, oltre che di ricerca. Stiamo ora lavorando ad un network delle scuole di dottorato, con una piattaforma dedicata, per permettere ai docenti di mettersi in relazione rispetto ai temi di interesse. E l'utilità di queste azioni, strumenti, è dal punto di vista della comunità scientifica indubbia».

Nell'ultima conferenza di Anversa il workshop "Co-progettiamo il futuro di Cumulus", affrontava le direzioni future, quali sono?

«Rispetto ad altre associazioni che includono imprese e professionisti (come la World Design Organisation, N.d.R.) Cumulus si rivolge a scuole e studenti, quindi, è importante costruire una forma di diversificazione dell'offerta con iniziative che vanno oltre i due convegni scientifici annuali. Per avvicinare maggiormente gli studenti, ad esempio, stiamo organizzando un workshop internazionale (Cumulus Student Talent Camp) con la modalità di una summer school dove studenti provenienti da tutto il mondo si incontrano per lavorare e progettare su temi specifici. Il primo si è tenuto lo scorso ottobre a Jaipur, in India. Queste iniziative, come quella del PhD network e i Regional Seminars che organizziamo con le scuole servono a rendere sempre più partecipi gli iscritti anche localmente».

«Non da ultimo, conclude Imbesi, poiché il confronto è sempre aperto con i nostri associati, abbiamo avviato un confronto rispetto ai contenuti della Cumulus Kyoto Design Declaration, che risale al 2008, e che era centrata sui temi della sostenibilità. Stiamo dunque organizzando workshop per rivederne i contenuti e adattarli al dibattito contemporaneo – pensiamo all'impatto dell'intelligenza artificiale – che richiedono un passaggio da una visione human-centered a una sempre più sistemica».

4. Strumenti e metodologie per l'analisi

a cura di
C. Marino

L'analisi portata avanti in questo report prende in considerazione la formazione in Design a 360°: dalle scuole secondarie, con indirizzi di professionalizzazione ancora generici, al dottorato, ovvero il più alto titolo in questo ambito, passando attraverso gli istituti di istruzione terziaria, dal carattere multi-sfaccettato e dinamico, e che in termini di tematiche trattate meglio rispondono alle sfide della contemporaneità.

Per la costruzione del capitolo di approfondimento sui numeri e le persone **sono stati raccolti dati da fonti diverse attraverso i seguenti metodi**:

- **dati statistici** forniti dagli enti statali e associazioni disciplinari che praticano un monitoraggio continuo del panorama dell'istruzione e della formazione in Design,
- **questionari** rivolti sia agli studenti delle scuole secondarie e terziarie, sia ai dirigenti delle scuole,
- **interviste semi-strutturate** ai direttori accademici e ai coordinatori dei corsi di studio,
- **un'attività di Design partecipativo** che ha coinvolto gli studenti delle scuole secondarie e terziarie.

A partire da questi metodi ciò che ne deriva è:

- ***un censimento degli Istituti attivi*** nel campo dell'istruzione secondaria e terziaria
- ***un'analisi desk quantitativa/qualitativa*** (mappatura delle diverse fonti) che ha individuato le caratteristiche delle attività di formazione, la tipologia di indirizzi, dei temi trattati e sviluppati dai vari soggetti coinvolti;
- ***un'analisi qualitativa delle esperienze*** da parte di docenti e studenti (interviste e workshop) e dei meccanismi della formazione in Design realizzata attraverso la raccolta di punti di vista interni della comunità per comprendere le logiche, i valori, le pratiche.

Dal punto di vista tematico, per mantenere una lettura d'insieme gli **ambiti disciplinari della formazione in Design** sono stati raggruppati nei settori professionali del Design elaborati nel corso della stesura del report "Professione Designer under 35 in Piemonte". Per praticità di lettura se ne fornisce una breve descrizione:

- **Communication and Multimedia Design:**
  grafica, packaging, art direction, pubblicità e marketing, editoria, web/app, videomaking e fotografia, social media content creator.
- **Spaces Design:**
  retail design, public space, exhibit design, interior design.
- **Interaction Design:**
  user experience, user interface, IoT, game Design, robotics.
- **Product Design:**
  Design arredi e complementi per interni ed esterni, apparecchi di illuminazione, elettronica di consumo, attrezzature tecnologiche, packaging, prototipazione rapida, artigianato.
- **Fashion Design:**
  Design dei tessuti, abbigliamento, gioielli e accessori.
- **Transportation Design:**
  Design dei mezzi per la mobilità stradale, aerea e nautica.
- **Strategic and Service Design:**
  Design dell'innovazione, Design sistemico, Design del servizio, social Design, Design driven.

Le categorie sopra illustrate sono state utilizzate per mappare tutti i settori della formazione in Design e restituiscono una lettura univoca che evidenzia non solo i legami con gli altri report dell'Osservatorio, ma che fa emergere anche il ruolo di determinati ambiti disciplinari sul territorio.

L'intera indagine esamina solo le categorie di Istituti pubblici e privati che formano professionisti del Design: Università e Sistema AFAM per quanto riguarda la formazione terziaria **e Istituti Professionali, Istituti Tecnici e Licei Artistici** per quanto riguarda la formazione secondaria.

Gli Istituti Professionali comprendono un biennio comune e un triennio finalizzato all'approfondimento tematico e si articolano secondo 11 indirizzi, al contrario **gli Istituti Tecnici hanno un percorso unico della durata di 5 anni suddivisi in due bienni e un quinto anno specializzante, i Licei Artistici** hanno un percorso simile, con **un biennio omnicomprensivo e un triennio più verticale sugli ambiti proposti.**

In questa sede **non sono stati analizzati gli Istituti di natura privata che offrono formazione di tipo post-diploma e post-laurea e che si pongono al di fuori del circuito dei corsi ufficiali riconosciuti sia dal Ministero dell'Università e della Ricerca (MUR), che dal Ministero dell'Istruzione e del Merito (MIM).**

Lo studio si è concentrato, infatti, solo sugli Istituti di formazione superiore formalmente riconosciuti da questi due enti ministeriali nazionali.

Delle tipologie di Istituti di formazione terziaria l'indagine ha riguardato i seguenti percorsi formativi: lauree triennali, diploma accademico di I livello, laurea magistrale, diploma accademico di II livello, master di I livello, master di II livello e dottorato di ricerca.

Ai dati statistici raccolti attraverso gli open data forniti dai Ministeri **sono stati aggiunti ulteriori dati qualitativi attraverso la somministrazione di un questionario online**, aperto da maggio a settembre 2023 **a cui hanno preso parte 235 studenti di cui 175 appartenenti alle scuole terziarie e 60 delle secondarie.**

All'interno del questionario agli studenti è stato chiesto di valutare la propria esperienza in relazione al loro percorso di formazione, alle diverse tipologie di infrastrutture che li ospitano, alle esperienze di tirocinio e mobilità e ai progetti curricolari ed extracurricolari a cui hanno partecipato, nonché alle abitudini culturali integrate nel territorio.

I risultati del questionario sono stati poi incrociati con le altre fonti per stratificare l'indagine e far emergere in modo trasparente elementi di forza e debolezza che caratterizzano i vari livelli di formazione in Design in Piemonte.

Un secondo questionario è stato poi somministrato alle scuole a cui hanno preso parte 9 dirigenti scolastici che hanno fornito integrazioni quantitative rispetto al rapporto con le aziende convenzionate sul territorio, i numeri del personale docente e collaboratore, le tipologie di infrastrutture per la didattica, alcuni dati sulla storicità di alcuni percorsi, compresi l'anno di fondazione delle varie scuole e un elenco dettagliato dei percorsi di studio.

Parallelamente alla somministrazione dei due questionari sono state condotte due attività di focus: la prima rivolta a direttori e coordinatori delle scuole attraverso delle interviste semi-strutturate e la seconda sviluppata attraverso un'attività di Design partecipativo finalizzata all'ascolto e alla valorizzazione del punto di vista degli studenti.

Le interviste strutturate, condotte da Paola Borrione **di Fondazione Santagata per l'economia della Cultura, hanno coinvolto** quattro rappresentanti tra le accademie di Torino e l'unico ateneo universitario. Nella fattispecie sono stati intervistati: **Paola Zini (direttore IED Torino), Cristian Campagnaro (coordinatore del collegio di Design Polito), Salvo Bitonti (direttore Accademia Albertina delle Belle Arti), Alessandro Colombo (direttore IAAD Torino).** Ciascun intervistato ha fornito una panoramica generale sull'istituto formativo di appartenenza, sui corsi dell'offerta formativa e sulle competenze fornite agli studenti dal corpo docente. Successivamente, è stato affrontato il tema degli spazi — sia fisici sia digitali implementati durante le prime fasi della pandemia e in parte mantenuti — per restituire lo stato dell'arte degli strumenti a disposizione degli studenti durante la didattica. A seguire, il dialogo è entrato nel merito del rapporto con il territorio, con le aziende e con l'innovazione che queste connessioni sono in grado di

generare in funzione della formazione in Design e del futuro degli studenti una volta raggiunto il titolo di studio.

La seconda fase operativa è stata **un'attività di workshop coordinata dal gruppo di ricerca e moderata dalla designer Federica Pecoraro dello studio torinese Fightbean.** L'attività di focus group svolta presso il Circolo del Design **ha coinvolto 22 studenti di cui 9 provenienti dalla regione Piemonte e 13 da fuori regione, appartenenti a 4 Istituti, 3 del livello di formazione terziaria e 1 del livello di formazione secondaria.** Il workshop ha avuto una durata complessiva di quattro ore e agli studenti è stata chiesta la loro percezione e l'impatto che hanno avuto sulla loro formazione elementi come la città e il territorio. A questa prima fase esplorativa sono poi seguite due fasi di approfondimento e ideazione con l'obiettivo di restituire, oltre alle valutazioni sul percorso anche i suggerimenti per migliorare le loro esperienze formative in Design. Le tematiche trattate in tutte le fasi sono state: la relazione tra territorio ed enti di formazione, la relazione tra professionisti, quella con le aziende e infine l'influenza dello scenario culturale.

L'intera attività di Osservatorio, si sviluppa sempre parallelamente su due filoni, quello quantitativo, che ha l'obiettivo di censire l'esistenza e la consistenza della formazione in Design in Piemonte, e **quello qualitativo** che si propone di valorizzare in modo strutturato i dati quantitativi fornendo delle valutazioni sulla coerenza con il territorio, con i metodi di studio utilizzati, con gli spazi e con le vocazioni del tessuto socio-economico e professionale già indagato nel report "Professione designer under 35 in Piemonte".

L'impianto della ricerca e i vari livelli delle attività operative per raggiungere questi risultati hanno richiesto la partecipazione di diverse professionalità con un apporto di molteplici competenze disciplinari. Per ogni attività il concetto di formazione è stato inteso come una relazione che va oltre il rapporto tra docente e studente e sono stati affrontati i temi degli spazi, sia fisici che digitali, delle infrastrutture all'interno delle quali la formazione si sviluppa, integrando anche aspetti di continuità e comunità territoriale, analizzando le aule studio, i luoghi di aggregazione e ancora le relazioni che intercorrono tra studenti e professionisti. Un dialogo questo, che inizia sicuramente nelle aule, ma che si innesta poi sul tessuto culturale attraverso eventi, contaminazioni e progetti speciali.

Questo approccio, ha prodotto una **sintesi oggettiva e misurabile di alcuni fenomeni in essere e ha portato alla luce nuovi elementi di conoscenza a carattere Regionale, che** una volta esplicitati, diffusi e condivisi potranno stimolare riflessioni sull'intero sistema **della formazione in Design in Piemonte e attivare un confronto e un dialogo sia sul versante pubblico delle istituzioni che su quello privato delle realtà aziendali e lavorative, essendo la formazione un sistema ponte verso i professionisti di domani.**


Istituzioni culturali

















Foto di Vittorio Iandolino

5. Insegnare design: il punto di vista delle scuole

a cura di
di P. Borrione



5.1 Insegnare design: il punto di vista delle scuole

Il presente capitolo è frutto della lettura, analisi e rielaborazione delle interviste condotte con i direttori o responsabili didattici del corso di design di IED Torino, IAAD, Accademia Albertina di Belle Arti e Politecnico di Torino al fine di ascoltare le loro voci su cosa significa insegnare design oggi e su quali sono le traiettorie future giudicate come più promettenti.

La codifica, pianificazione e progettazione d'insegnamento di una disciplina fa spesso riferimento a una metodologia specifica, che dà forma e orientamento alle scelte didattiche. Il mondo del design in questo è piuttosto sui generis: esistono tante buone prassi, e, anche **all'interno delle singole scuole, viene riconosciuta la presenza di un ventaglio di metodologie della progettazione molto variegato, non standard.** Alcune scuole, ad esempio il Politecnico, hanno una metodologia specifica, che, in estrema sintesi potremmo identificare come *complessità crescente* in cui gli studenti si trovano di fronte a situazioni a complessità ridotta a inizio percorso, per arrivare all'ultimo anno a fronteggiare problemi complessi, molto simili a quelli del mondo reale. In altre il modello in termini formativi vede, accanto alle materie teoriche, progettuali e tecnico strumentali, il ricorso continuo e pervasivo al lavoro con le aziende, istituzioni e soggetti del mondo del lavoro, che, oltre a portare dei brief di lavoro, portano anche le loro competenze all'interno del percorso di studi.

Alcuni aspetti metodologici in comune, a livello di scuole torinesi, possono essere quindi rintracciati ne:

- l'attenzione a un **buon bilanciamento tra piano teorico e piano pratico**, con il **ricorso ai professionisti esterni** quali docenti che portino concretezza nel corso di studi (punto su cui si tornerà) **e con le aziende** (anche questo tema verrà approfondito) **in modo che la committenza sia reale e non simulata.**
- **l'accento particolare sul progetto di tesi**, sia essa individuale o di gruppo, come momento formativo di grande importanza, sia sul piano delle competenze tecniche, sia su quello delle competenze relazionali.
- **la costruzione**, nel corso degli anni **di un portfolio di lavori** che possa connotare lo studente e presentarlo sul mercato del lavoro, cosa che riflette un approccio di learning by doing, oggi dato quasi per scontato in questo campo, ma meno presente quando i primi corsi di design sono partiti.

Una delle complessità cui fanno fronte le scuole di design è, come menzionato, il fatto di lavorare costantemente, nella composizione del corpo insegnante, in equilibrio tra una preparazione teorica e una forte connessione con il mondo del lavoro. Questo richiede la capacità di selezionare docenti versatili, che sappiano passare dal piano teorico a quello pratico e viceversa e anche profondamente radicati nel mondo del lavoro, quale valore aggiunto di grande importanza e una costante attenzione a mantenere delle condizioni di interesse per il corpo docente, per poter dare continuità alla didattica. si tratta di una condizione di selezione, ingaggio e motivazione del corpo insegnanti che non trova paragoni diretti nell'università, quanto, ad esempio nel mondo AFAM in cui è anche il lavoro esterno che qualifica il corpo docente.

La connessione con le aziende viene citata da tutti come fondamentale, quale interlocutore esterno grazie al quale le esercitazioni progettuali diventano opportunità di scambio e di apprendimento per tutti i soggetti coinvolti, anche dal lato dell'impresa, soprattutto per le

realtà più piccole e meno strutturate in cui si riscontra una maggiore mutualità tra chi apprende e chi riceve. Le aziende che si rivolgono alle scuole hanno quindi la sensibilità di riconoscere questi interlocutori non come sostituti dei professionisti, ma come i nodi di connessione con gli studenti, i mediatori del dialogo con i più giovani. Se il mondo dell'azienda rimane l'elemento centrale della **relazione con l'esterno, si rileva che sono entrate a far parte di questo tipo di scambio anche le organizzazioni del terzo settore, le cooperative, le organizzazioni non formali.** Questo fenomeno si traduce in una interessante opportunità per gli studenti, perché aumenta la capacità di collocamento e aumenta anche la capacità che gli studenti hanno di riconoscere in altre forme organizzative che non siano l'azienda degli interlocutori per il progetto. Inoltre, accanto alla capacità di lavorare con le aziende del territorio, **vi è una dimensione internazionale degli interlocutori sempre più marcata, spesso mediata dalle diverse specializzazioni delle scuole.**

L'evoluzione dell'insegnamento di design vede alcune direttrici principali:

» la prima è relativa ai contenuti e alle competenze in uscita e vede **nell'ibridazione con altre discipline** una modalità di lavoro che consente di dare risposta alla necessità di dare ai professionisti del design una maggiore consapevolezza della società in cui vivono e operano, quantomeno per riconoscere le competenze specifiche degli interlocutori, siano essi colleghi o committenti.

» una seconda direttrice di sviluppo è quella che intreccia il tema del cambiamento profondo del lavoro e della **necessità di formarsi in maniera continua per far fronte all'obsolescenza delle competenze**: una delle sfide quindi non è (solo) preparare i giovani designer di oggi, ma attrezzarsi per essere pronti a rispondere alle esigenze formative lungo tutto l'arco della vita professionale dei designer. Le scuole di design devono quindi dare risposte su come aggiornarsi, quando è meglio farlo, con quali fini.

» un terzo elemento su cui ragionare è quello dello **spazio della didattica**: in uno scenario in cui i media digitali hanno messo a disposizione contenuti tecnici di altissimo livello e grandi opportunità di formazione che vanno colte, le scuole fanno la differenza attraverso alle persone - che devono lavorare in maniera più sartoriale rispetto alle esigenze degli studenti - e attraverso agli spazi di confronto, networking, laboratoriali, di lavoro condiviso che mettono a disposizione e che aiutano a costruire comunità.

» l'ultimo elemento, che intreccia tutti i precedenti, è quello dei **format dei corsi di studi**: essere *imbrigliati* nelle griglie ministeriali, se da una parte è percorso necessario per un'offerta formativa terziaria, dall'altra parte concede poco spazio alla necessità di anticipare gli scenari futuri per offrire una formazione di frontiera. Le scuole rispondono in maniera differenziata: chi valutando l'organizzazione di programmi non riconosciuti ma che rispondano all'esigenza di una formazione flessibile e all'avanguardia, chi progettando nuovi corsi universitari di diverso grado, cercando di contemperare velocità e aderenza ai parametri ministeriali.

A livello di contenuti e competenze alcuni temi tornano nel discorso di tutte le scuole intervistate e si possono riassumere in una chiara attenzione alla contemporaneità per i temi (intelligenza artificiale, sostenibilità, inclusione delle diversità, ma anche cultural heritage, open innovation, social design e impatto sociale) e di attenzione al mondo del lavoro rispetto alle competenze soft da sviluppare (in primis l'avvio all'imprenditoria).

Guardando al rapporto con il territorio e con Torino in particolare, e alle reciproche opportunità che possono nascere e crescere, considerata la vocazione produttiva e anche culturale relativa al settore del design, **emergono diverse valutazioni e proposte**.

Innanzitutto si sottolinea che **Torino andrebbe promossa in maniera sistematica come città degli studi di design, perché ha molte caratteristiche che la rendono ideale per uno studente che voglia specializzarsi in questo ambito**: un'ampia scelta di scuole, corsi e specializzazioni,

soggetti culturale ed eventi dedicati e un rapporto continuativo con le aziende durante il percorso formativo che assicura un altissimo livello di impiego post laurea.

Un secondo asse di lavoro potrebbe essere quello di investire per mantenere i talenti sul territorio, soprattutto grazie all'accelerazione di impresa o al sostegno delle startup, sia di design, sia inserendo i designer in altre imprese tecnologiche o di altro tipo in cui le loro competenze possano essere riconosciute. Le scuole "pre incubano" naturalmente grazie ai lavori progettuali di tesi. Tuttavia pochissimi di questi evolvono in imprese. Nelle parole di uno degli intervistati: «Ho sempre la sensazione che un'opportunità che non diamo pienamente ai nostri studenti e che alcune delle proposte che loro svolgono durante la tesi potrebbero diventare qualcosa di più di una tesi scritta e di un modello.»

Un terzo asse di potenziamento che viene riconosciuto è quello della distribuzione: rispetto alle altre grandi città del design in questo Torino è carente sia rispetto agli spazi privati, sia data l'assenza di un grande evento che possa attrarre gli operatori di tutta la filiera.

Un ultimo asse di lavoro, che si intreccia con le evoluzioni previste per l'insegnamento del design, **è una policy di attrazione dei nomadi digitali che operano nel settore:** una città culturalmente vivace rispetto al design, con ottime possibilità di continuare a formarsi grazie alla presenza di diverse scuole con programmazioni differenziate, e una buona qualità di vita. **Potenzialmente si tratta di una città molto attrattiva per i professionisti, ma serve una policy comune, capacità di comunicazione, molta cooperazione anche con gli enti pubblici di cui, nell'ambito del design, non si rileva sempre una presenza esperta e consapevole.**



6. Numeri e Persone

a cura di S. Degiacomi, C. Marino



6.1 Formare designer in Piemonte

La peculiarità del Design Italiano è la capacità di creare sinergie con le esigenze talvolta produttive, talvolta culturali dei territori.

Per tale ragione, la nostra indagine inizia con l'osservazione della distribuzione geografica delle scuole sul territorio piemontese in relazione allo scenario nazionale.

La regione Piemonte, infatti **ospita circa il 10% dei diplomati di formazione terziaria in Design nazionale**[11] risultando una delle regioni più attive insieme a Lazio e Toscana, che si collocano immediatamente sotto il primato della Lombardia.

In particolare, **il Piemonte essendo la terza regione dove si evidenzia l'11,6%**[12] **delle imprese di Design ribadisce il legame esistente tra la formazione e le esigenze produttive e professionali**, trainata per lo più dalla città di Torino che si afferma tra le prime province per il ruolo esercitato nella formazione e nel numero di imprese di Design, e che possiede dal 2014 anche la nomina di **Creative City UNESCO** nel settore del Design, unica città italiana.

Questo legame tra la formazione e il territorio si evince anche nelle risposte degli studenti ottenute nel corso dell'attività di workshop. Alla domanda «Perché avete scelto di studiare Design a Torino e in Piemonte» **la maggioranza degli studenti sostiene di aver scelto Torino in particolare per come risponde alle esigenze sia professionali che di benessere cittadino del futuro più prossimo**. Tra i fattori di scelta, per esempio, ciò che pesa maggiormente nella decisione d'intraprendere questo percorso di formazione è la qualità percepita delle scuole, fattore seguito dal valore percepito delle istituzioni culturali, dall'accessibilità degli alloggi e dal dinamismo degli eventi sul territorio che contribuiscono a rendere Torino non solo una città vivibile, ma che riesce a diventare «una seconda casa per chi sceglie di trasferirsi in Piemonte per studiare Design».

Per gli studenti fuori sede la comparazione dei costi con quelli delle altre città universitarie che offrono percorsi di formazione in Design diventa un fattore determinante nella scelta: **gli studenti riferiscono di una buona disponibilità di alloggi e soluzioni abitative a Torino oltre che di una buona sostenibilità economica generale** risultante sia dai sistemi di mobilità che dall'offerta

» 1. Perchè studiare Design a Torino?

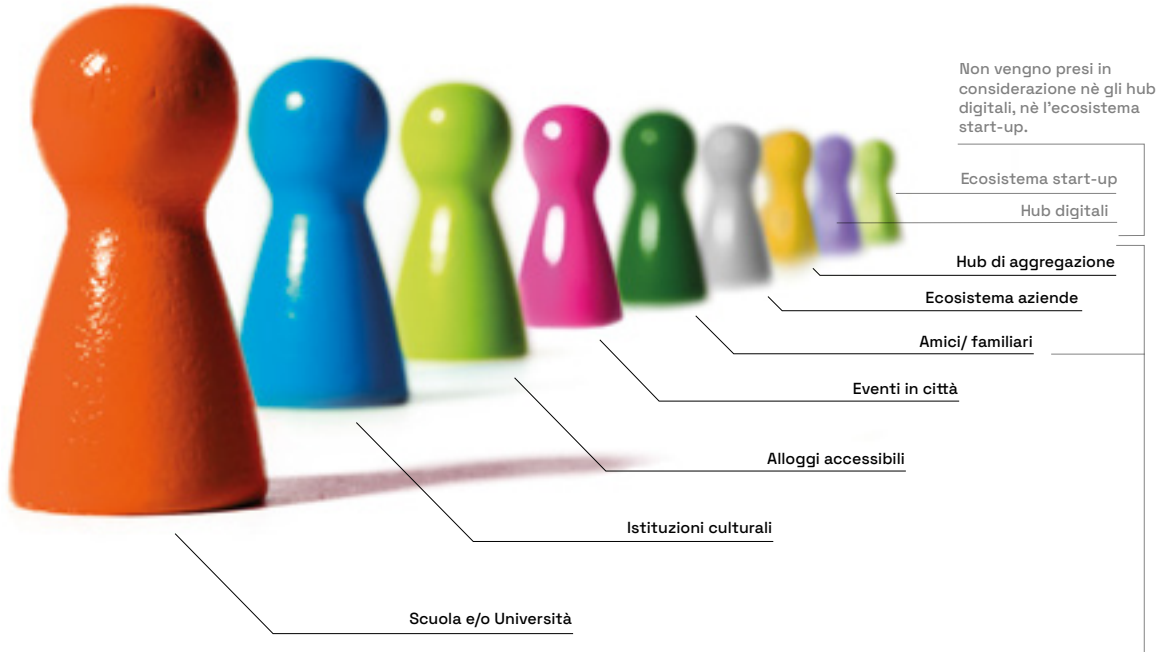


Fig.1 Ricostruzione della scala di priorità emergente durante il workshop.

11 Fonte Dati Symbola - "Design Economy 2023"

12 Fonte Dati Symbola - "Design Economy 2023"

culturale, nonostante segnalino un peggioramento drastico di questi fattori negli ultimi tre anni.

Come si evince dalla figura 1, gli hub digitali e l'ecosistema delle startup rappresentano un patrimonio per il territorio e un fattore di attrattività anche in termini di formazione, ma i giovani studenti non sono soliti frequentarli assiduamente e pertanto non li classificano come determinanti a livello decisionale. La percezione rispetto a questi due elementi è quella di un interesse futuro quando gli studenti si saranno affermati nella scena cittadina e potranno godere appieno dell'offerta culturale della città.

La possibilità di vivere in un **territorio capace di mixare storia, cultura e intrattenimento** è un ulteriore aspetto citato dai giovani creativi, che in particolare percepiscono la **città di Torino ricca di storia e vivibile soprattutto per alcuni aspetti legati al benessere cittadino.**

Dal punto di vista lavorativo, gli studenti dichiarano che al momento della scelta della città dove studiare, il potenziale mercato del lavoro non rappresenta un fattore fondamentale e la maggior parte degli studenti non sa ancora dove vorrebbe andare a lavorare al termine degli studi. Questo è sicuramente determinato da una conoscenza limitata delle realtà presenti sul territorio dal punto di vista lavorativo ad eccezione delle grandi aziende storiche attrattive soprattutto in alcuni ambiti del Design come per esempio, Stellantis (ex Fiat) per il settore dell'automotive o Alessi per il design del prodotto. In particolare gli studenti del settore dell'automotive riconoscono nella storia industriale della città e nell'indotto meccanico una rassicurazione per il futuro e questo rappresenta una caratteristica di motivazione soprattutto per le famiglie che investono nella formazione dei futuri designer della mobilità.

L'ecosistema delle startup, gli hub digitali e la vocazione fortemente imprenditoriale non sono motivo di attrazione per le giovani generazioni, né per gli studenti stranieri.

Al contrario la capacità di creare una comunità, di rafforzare legami con amici e parenti risulta essere un aspetto decisivo sia per gli studenti che provengono dall'estero, che spesso sono motivati dalla presenza di altri connazionali, sia per gli studenti fuori sede che a volte si trasferiscono da altre regioni del territorio italiano per la vicinanza a parenti molto prossimi.

Le relazioni interpersonali, infatti, rappresentano una caratteristica di facilitazione che seppur non si rivela il principale fattore scelta, influisce nella scelta della città dove studiare.

A valle di queste motivazioni che spingono a scegliere la regione Piemonte, e in particolare la città di Torino, per intraprendere il percorso di formazione in Design, **i paragrafi che seguono delineano i confini dell'offerta formativa della regione e approfondiscono le dinamiche che si instaurano sul territorio e con il territorio.**

6.2 La formazione secondaria di secondo grado

L'offerta formativa in Design inizia la sua specializzazione negli Istituti di formazione secondaria.

Il contesto piemontese offre un totale di **39 scuole secondarie di secondo grado** che comprendono:

» **Licei Artistici a indirizzo Design**, dove si acquisiscono le prime competenze relative al progetto del prodotto e della comunicazione e la padronanza dei linguaggi e delle tecniche relative.

» **Istituti Tecnici** divisi in **Grafica, Comunicazione e Sistema Moda**, dove nel primo gli studenti studiano il mondo della comunicazione, personale e di massa, e apprendono come essa si sviluppa attraverso la grafica, i linguaggi multimediali e le nuove tecnologie; nel secondo si preparano a diventare i professionisti del settore moda per ideare, progettare, realizzare e promuovere prodotti tessili, abbigliamento e calzature.

» **Istituti professionali**, nello specifico negli indirizzi di **Industria e artigianato per il Made in Italy**, dove gli studenti sono formati sui processi di lavorazione, fabbricazione, assemblaggio e commercializzazione di prodotti industriali e artigianali, nonché negli aspetti relativi all'ideazione, progettazione e realizzazione dei prodotti stessi, con riferimento anche alle produzioni tipiche locali.

Come si evince dalla figura 2, la maggior parte degli Istituti presenti nella Regione Piemonte sono Licei Artistici (22), mentre il restante 46% è costituito da 12 Istituti tecnici professionali (indirizzo Grafica e Comunicazione) e 5 scuole specializzate nelle professioni di moda.

Gli istituti sono poi distribuiti in maniera proporzionale rispetto alla grandezza delle province, come mostra la figura 3.

Gli studenti e le studentesse di questi Istituti compongono una popolazione di quasi 9.500 studenti coinvolti nell'ambito del Design.

» 2. Istituti di istruzione secondaria per tipologie

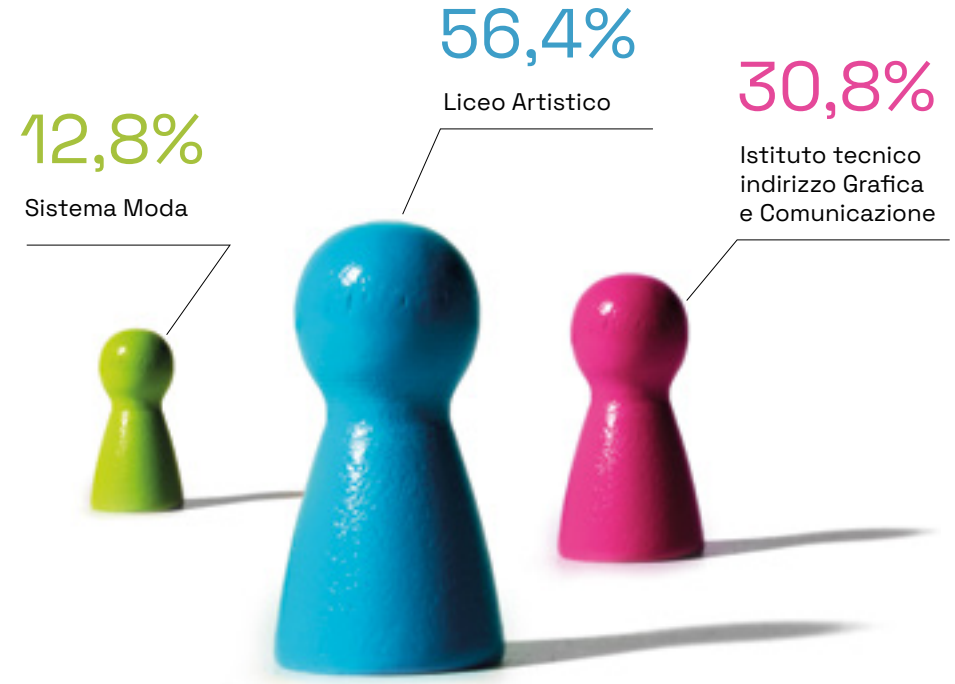


Fig.2 Istituti di istruzione secondaria per tipologie nell'anno scolastico 2021/22 - Fonte: Rilevazione dati Miur.

» 3. Distribuzione nelle province della regione Piemonte degli Istituti di formazione secondaria.

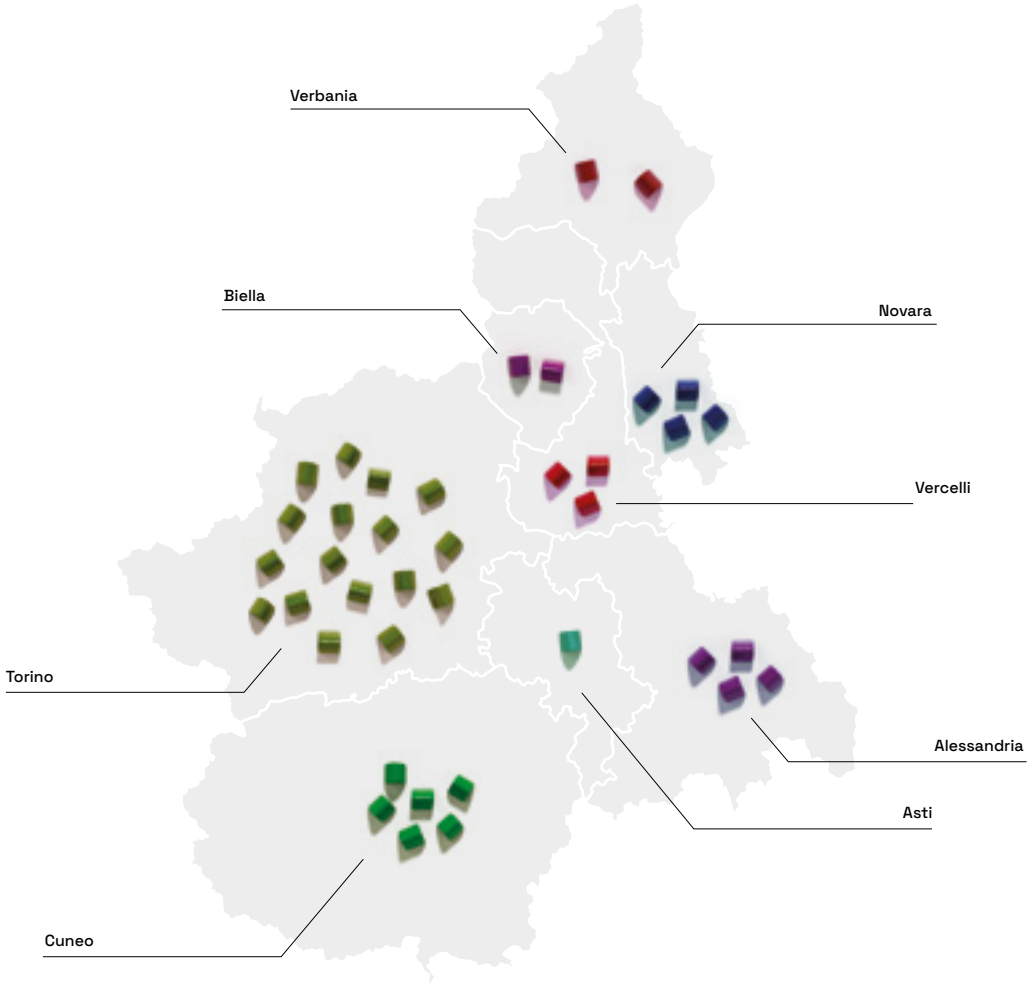


Fig.3 Distribuzione nelle province della regione Piemonte degli Istituti di formazione secondaria. Fonte: Rilevazione dati Miur.

Come già esplicitato nella nota metodologica, le quantificazioni rispetto alla tipologia di indirizzo sono state raggruppate secondo la tassonomia di MIRA e la figura 4 mostra come gli ambiti di interesse siano quasi equamente divisi tra Design del Prodotto e Design della comunicazione visiva, con un restante 10% circa destinato alle professioni di moda e un 1% destinato al Design degli spazi che include i percorsi di Scenografia e Interior Design.

» 4. Studenti iscritti per indirizzo, a seguito dei raggruppamenti negli ambiti MIRA

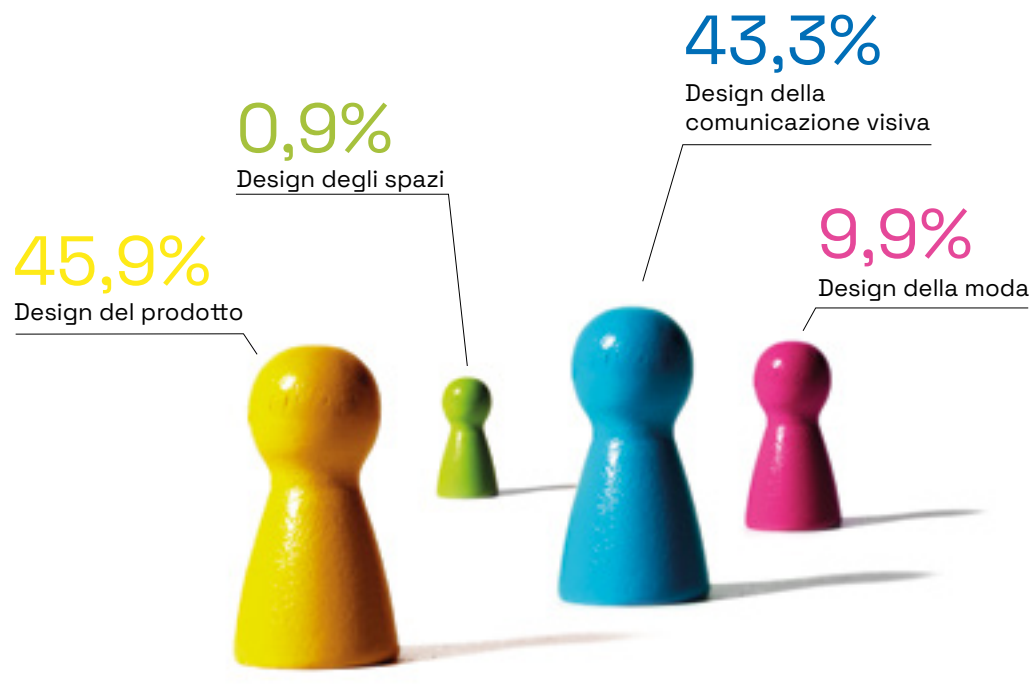


Fig.4 Studenti iscritti per indirizzo, a seguito dei raggruppamenti negli ambiti MIRA. Per approfondire gli ambiti, si rimanda al Capitolo 4.

6.3 L'istruzione Terziaria

La **formazione terziaria** vede coinvolti **7 Istituti** divisi in:

- 1 Accademia di Belle Arti
- 2 Accademie legalmente riconosciute
- 2 Istituzioni autorizzate a rilasciare titoli AFAM (art.11 DPR 8.7.2005, n.212)
- 1 Università Statale.

All'interno di queste scuole i percorsi e gli indirizzi si scompongo poi in **27 specializzazioni diversi** in base alla durata. Di queste, 25 sono rappresentate da percorsi triennali di primo livello e 9 biennali di secondo livello.

» 5. Studenti iscritti nelle scuole terziarie per l'anno accademico 2021/2022 in base alla tipologia di istituto

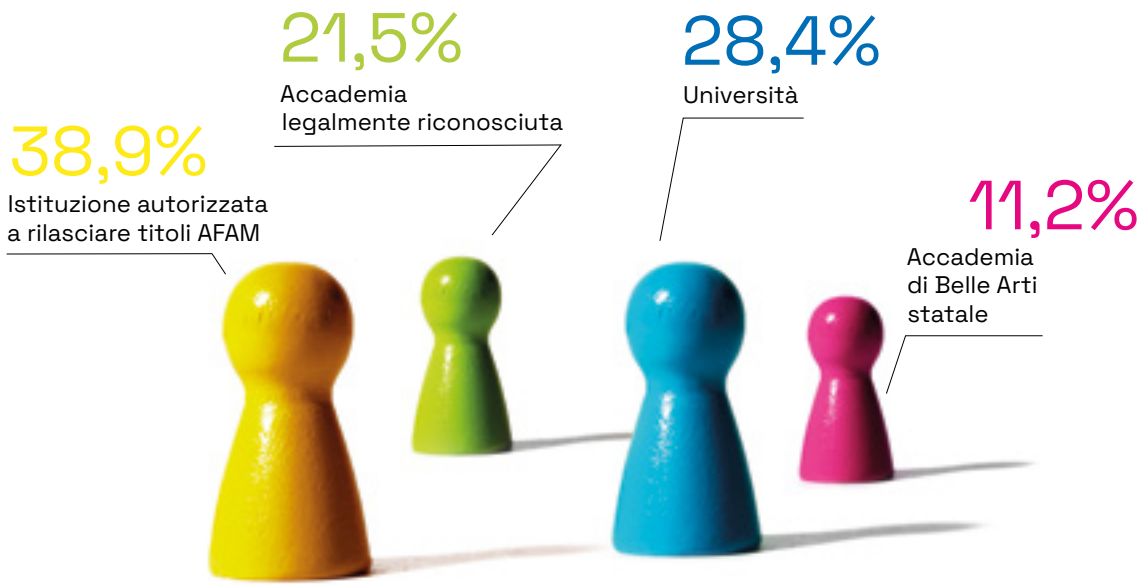


Fig.5 Percentuali iscritti ai corsi di formazione terziaria per l'a.a. 2021/2022 per tipologia di istituto.

L'istruzione terziaria comprende in Piemonte per l'a.a. 2021/22 oltre **4.400 studenti** di cui la maggior parte - equivalente a una percentuale di 38,9 % - frequenta Istituzioni autorizzate a rilasciare titoli AFAM, il 37,7 % è uno studente delle accademie e il restante 28,4 % frequenta un'istituzione universitaria. Le prime 3 al termine del percorso rilasciano un totale di 20 Diplomi accademici di I e II Livello legalmente riconosciuti.

La media degli studenti stranieri si aggira intorno al 15%, senza particolari distinzioni circa la tipologia di istituto.

Benché la formazione proposta dagli Istituti rientri nei 7 ambiti disciplinari dove il Design si sviluppa — ovvero Communication and Multimedia, Product, Fashion, Transportation, Spaces, Interaction, Strategic and Service Design —, ogni Istituto secondo la propria vocazione declina individualmente la nomenclatura dei corsi in una costellazione poliedrica e articolata in sotto-ambiti diversi. Per esempio, sebbene alcuni percorsi possano essere classificati all'interno dell'ambito Design e Comunicazione Multimediale, alcuni percorsi sono maggiormente orientati ai settori come l'editoria o la pubblicità, mentre altri sfruttano il digitale per la produzione di immagine, grafica o altri linguaggi espressivi.

A valle dell'indagine che comprende anche il punto di vista dei docenti e dei coordinatori, questa diversità di ambiti è il risultato di una classe docente che è al tempo stesso composta da esperti professionisti e ricercatori accademici di ambiti disciplinari spesso diversi che quindi declinano le sperimentazioni in ambito didattico secondo le proprie competenze e conoscenze.

Dalle interviste emerge infatti che nella didattica un elemento fondamentale è l'interazione tra discipline e per questo, all'interno dei singoli insegnamenti si tende all'interdisciplinarietà che può avvantaggiarsi di attività laboratoriali dove intervengono discipline diverse che lavorano insieme o si raccontano nelle possibilità di lavorare insieme. Esempi emblematici raccontati sono i nuovi percorsi formativi che interconnettono la progettazione legata al cibo e alla sostenibilità; o i nuovi corsi sperimentali sulla mobilità che si completano con le discipline del

marketing e della user experience, andando a costituire percorsi come quelli di Transdisciplinary Design.

Cionostante, dalla figura 6 per l'anno 2021/22 si evince una **prevalenza dell'ambito Design della comunicazione visiva e multimediale**, che però non può dirsi nettamente superiore vista l'ampiezza degli studenti nei corsi ibridi in cui non vi è una netta distinzione tra Design del prodotto e della comunicazione e l'ampiezza della colonna Design di prodotto.

Tra gli ambiti rimanenti, si equivalgono poi il Design della moda e il Design della mobilità seguiti dal Design strategico e del servizio e il Design degli spazi.

» 6. Totale iscritti a.a. 2021/22

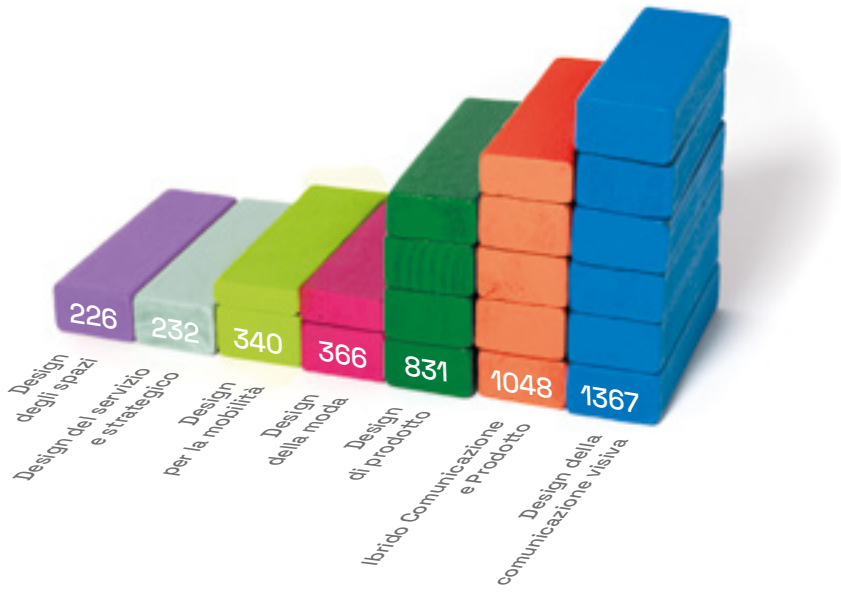


Fig.6 Totale iscritti ai corsi di formazione terziaria per l'a.a. 2021/2022 per ambito disciplinare.

6.3.1 Docenti per il design

Il corpo docente della formazione terziaria è composto da 968 docenti come valore complessivo tra le 6 scuole indagate.

A partire dalle risposte fornite dai coordinatori durante le interviste e all'interno del questionario destinato alle scuole, è possibile ricostruire alcuni dati anagrafici del personale docente come per esempio **l'età media che si aggira tra i 36 e i 45 anni**, ma anche le regioni di provenienza. I dati forniti dimostrano che la maggior parte del corpo docente è originario del Piemonte, Lombardia, Emilia-Romagna, Sicilia e Valle d'Aosta; con qualche eccezione per le regioni di Toscana e Veneto. Per quanto riguarda invece gli ambiti di specializzazione del personale docente questi ricalcano gli ambiti di formazione con una maggiore concentrazione di Communication & Multimedia Design, seguita da Product Design, Fashion Design, Transportation Design, e Service & Strategic Design.

Infine, **la percentuale del corpo docente che è anche professionista supera il 50% in 3 scuole su 6** che hanno partecipato all'indagine e questo dato conferma l'elevata presenza di personale collaboratore a contratto nel corso degli ultimi 5 anni, come si evince dalla figura 7.

Nel corso dell'analisi un approfondimento è stato ritagliato alla tematica di genere in relazione ai contratti di lavoro del personale docente (figura 8,9 e 10).

La percetuale di personale femminile viene nettamente superata dal sesso maschile in qualunque tipologia di contratto nel corso delle 5 annualità.

» 7. Personale docente nel corso dal 2017 ad oggi

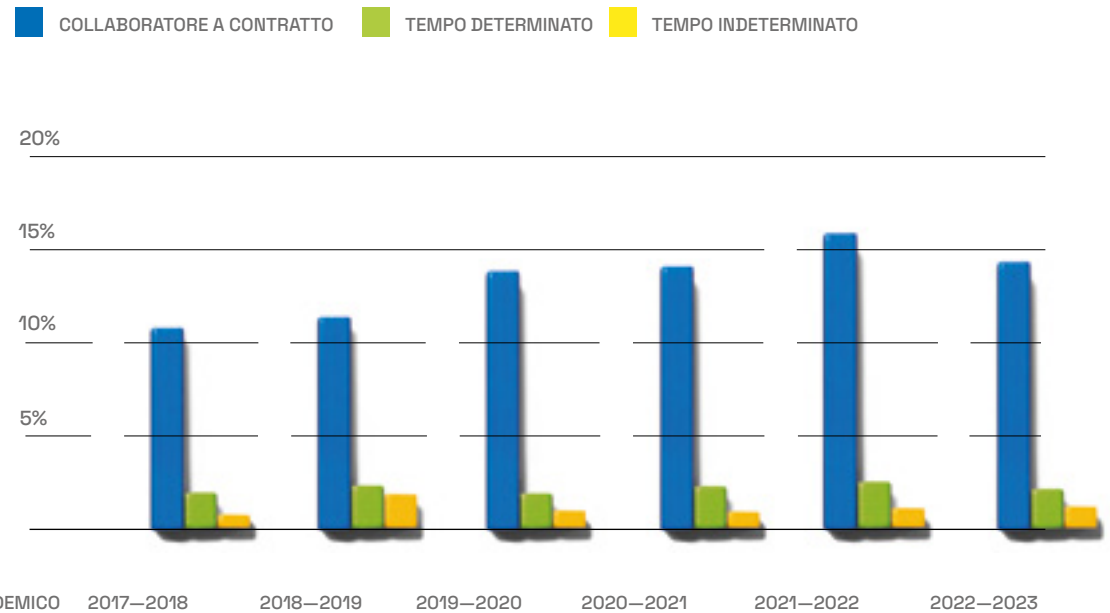


Fig.7 Percentuale docente per tipologia di contratto dal 2017 ad oggi.

» 8. Personale docente assunto con contratto a tempo indeterminato

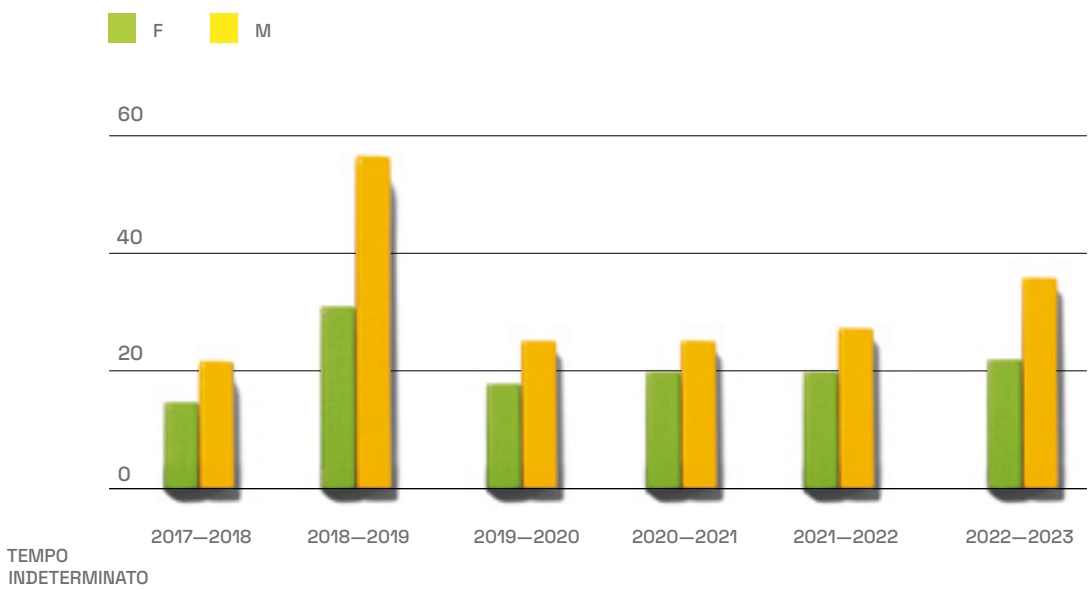


Fig.8 Personale docente assunto con contratto a tempo indeterminato per sesso

» 9. Personale docente assunto con contratto a tempo determinato.

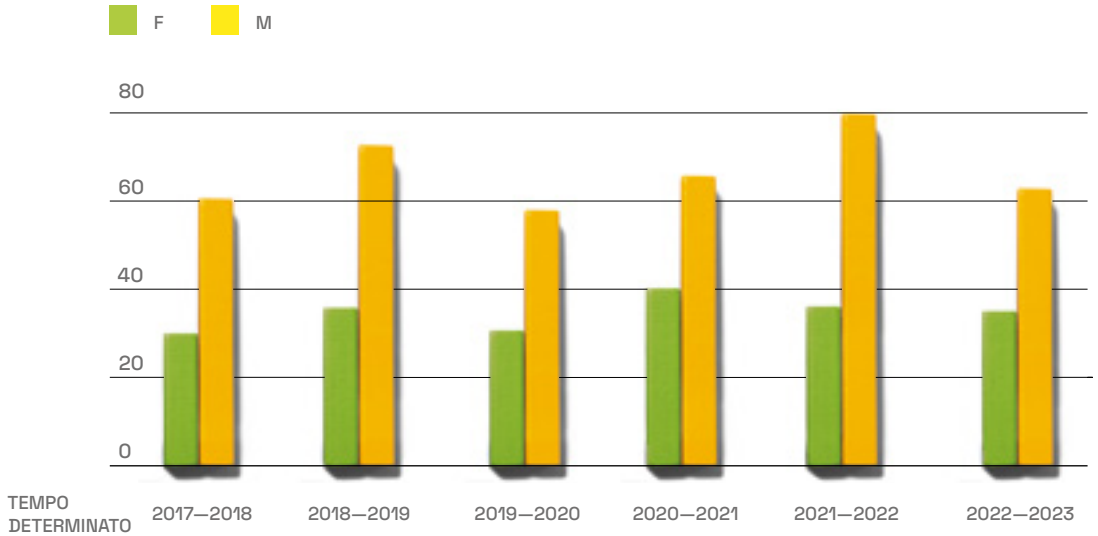


Fig.9 Personale docente assunto con contratto a tempo determinato per sesso

» 10. Personale docente assunto come collaboratore a contratto

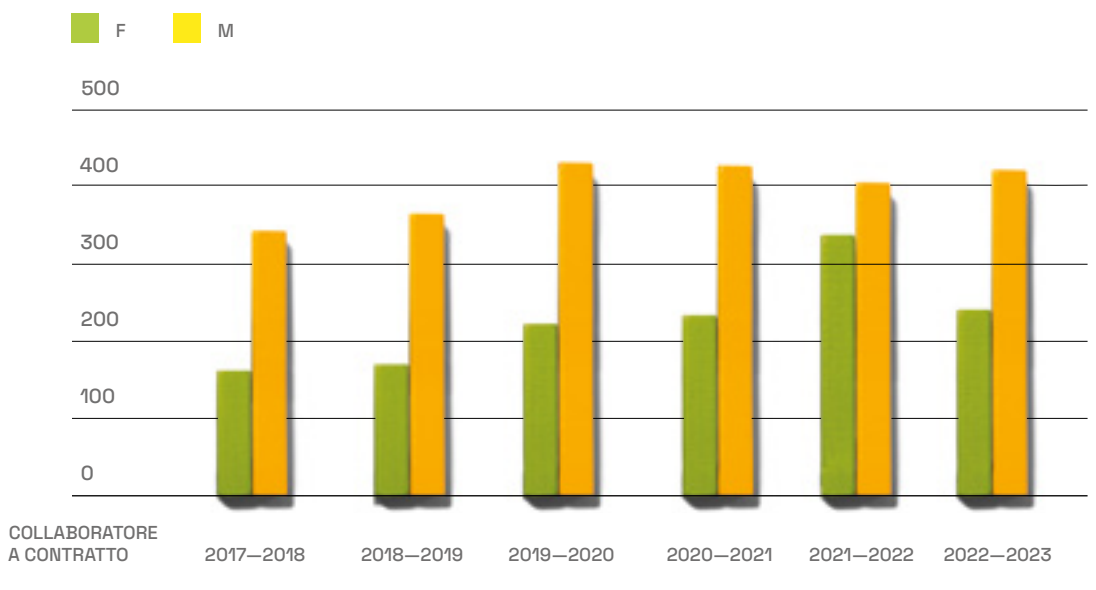


Fig.10 Personale docente assunto come collaboratore a contratto per sesso

La prevalenza maschile risulta sempre netta a eccezione dei contratti di collaborazione per l'anno 2021/22 dove il divario si assottiglia.

In aggiunta a queste analisi, durante le interviste semistrutturate è emerso che negli ultimi anni il corpo docente ha iniziato a sfruttare le proprie competenze non solo traendole dall'ambito accademico, ma anche dal mondo della libera professione, del quale molto spesso fa parte. Il risultato sono metodologie e conoscenze sempre aggiornate e una maggiore flessibilità sia nei metodi che negli strumenti della didattica in Design. Per tale ragione possiamo affermare che **il corpo docente delle scuole di Design del Piemonte non ricopre solo il ruolo di formatore, ma si avvicina sempre di più ad avere caratteristiche di mentor** ed è in grado di fornire agli studenti una guida nella futura professione e gli strumenti per valorizzare le competenze individuali.

Queste considerazioni oggettive sulla formazione vengono validate dalla percezione degli studenti (figura 11), i quali hanno valutato positivamente (4 e 5 su 5) al 75,4% l'esperienza con il personale docente, al 50,3% la disponibilità al mentoring e al 53,1% i metodi di insegnamento.

Durante l'attività partecipata gli studenti dichiarano che l'approccio metodologico appreso nei vari percorsi formativi rappresenta una buona base per affrontare il mondo del lavoro. Tuttavia, spesso sentono la mancanza di una formazione specifica sulla fattibilità economica di alcuni progetti sviluppati in ambito educativo.

» 11. Valutazioni del personale docente da parte degli studenti rispondenti al questionario.

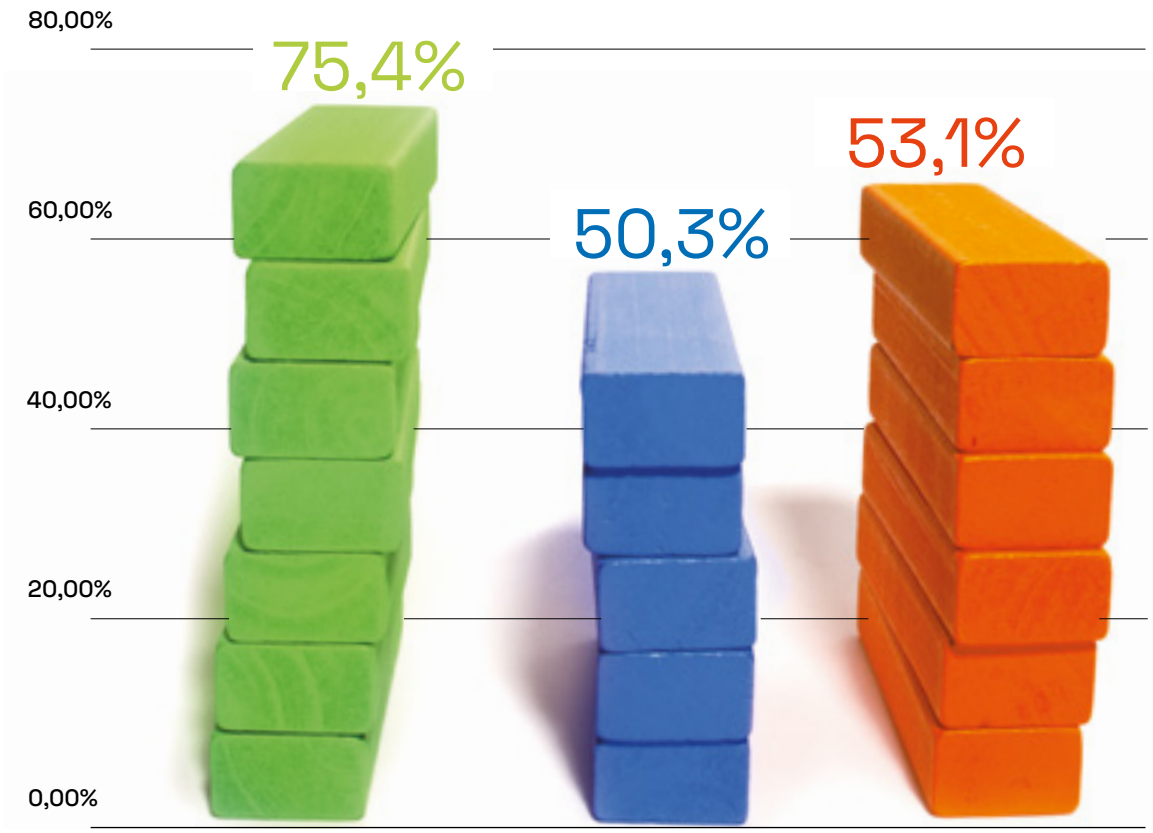


Fig.11 Valutazioni della soddisfazione degli studenti rispondenti al questionario rispetto al personale docente.
Fonte Questionario agli studenti.

6.3.1 Spazi e luoghi

Dei 7 Istituti della formazione terziaria coinvolti 5 hanno fornito in dettaglio una panoramica sui servizi offerti per garantire spazi, strumenti e tecnologie necessarie e/o supplementari all'apprendimento.

Oltre alle aule tradizionali per lezioni frontali, anche gli spazi laboratoriali per il digitale sono presenti in tutti gli Istituti. Inoltre **4 istituti su 5 garantiscono la presenza di laboratori fotografici**. La presenza di laboratori innovativi come quelli destinati alla prototipazione rapida, per la sperimentazione con la realtà virtuale o per le progettualità in ambito moda risultano invece più sporadiche.

Considerando gli strumenti in dotazione agli studenti, la totalità degli Istituti coinvolti garantisce almeno una tipologia di materiali a supporto per lo studio — che siano libri, dispense o dispositivi digitali —, mentre per quanto riguarda la sperimentazione e la prototipazione progettuale **4 Istituti su 5 forniscono l'accessibilità a laboratori per la prototipazione di modelli** e solo 3 Istituti su 5 sovvenzionano pacchetti software specifici per l'apprendimento e la progettazione.

Altri servizi complementari garantiti trasversalmente sono le biblioteche e le aule studio.

Un occhio di riguardo è offerto alla salute mentale e al benessere durante l'esperienza di apprendimento: **1 degli Istituti infatti garantisce il supporto psicologico**, mentre altri **2 offrono programmi di mentoring e sessioni di tutoraggio individuali o di gruppo**.

Per quanto riguarda la didattica a distanza, come evidenziato durante le interviste da alcuni rappresentanti degli Istituti, si cerca di mantenere gli strumenti utili a facilitare una didattica smart fornendo la connessione a banda larga che garantisce l'accesso a contenuti in diretta considerandoli però come accessori per rinforzare nuovamente le attività in presenza. Inoltre alcuni Istituti - 3 del totale - garantiscono sistemi di proiezione durante la didattica (slide, lavagne luminoso, proiettori) mentre è più rara è la garanzia di accesso a contenuti registrati fruibili on demand.

Questa panoramica di servizi integrati ai percorsi didattici delle scuole terziarie è stata validata nella sua qualità ed efficienza da un questionario fornito a 175 studenti che per il 46,7% danno una valutazione di 4 e 5 su un massimo di 5 alle le aule per lezioni frontali, per il 42,7% danno una valutazione di 4 e 5 per i laboratori di materiali, il 45,6% danno una valutazione di 4 e 5 per i laboratori digitali, il 32,7% danno una valutazione di 4 e 5 per i laboratori di prototipazione rapida e il 28,5% dà una valutazione di 4 e 5 per la didattica a distanza (figura 12).

» 12. Valutazione degli studenti rispetto alle infrastrutture della didattica.

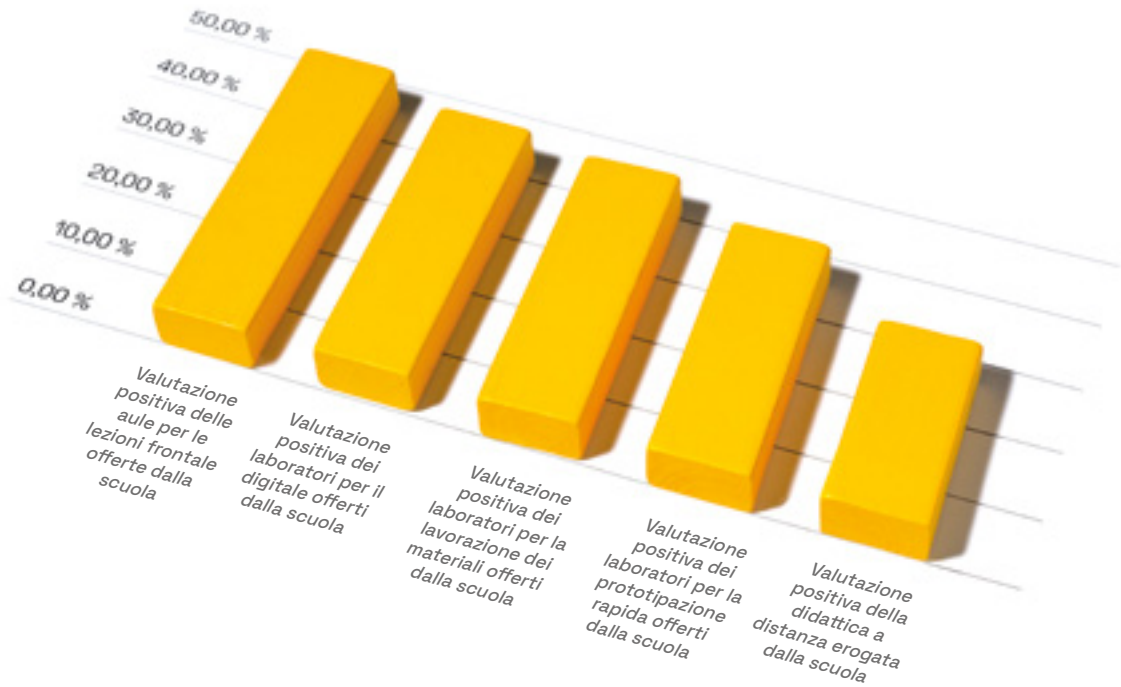


Fig. 12 Valutazioni delle infrastrutture della didattica da parte degli studenti rispondenti al questionario. Fonte Questionario agli studenti

Tuttavia, gli spazi della formazione in Design non sono solo quelli destinati alla didattica interna alle scuole, ma il territorio offre ai giovani designer la possibilità di confrontarsi anche negli spazi pubblici, negli eventi e nelle occasioni di contaminazione culturale.

Per tale ragione nel corso della nostra indagine abbiamo voluto indagare questi spazi attraverso le relazioni che intercorrono tra i futuri progettisti e il territorio (figura 13).

Dalle attività di Design partecipativo emerge dunque come i giovani futuri designer dello stesso corso di studi frequentino gli spazi della città attraverso le attività suggerite dagli stessi docenti o dagli stessi Istituti che frequentano. Dalle loro risposte si sottolinea **l'esigenza di una vera e propria dimensione sociale in cui progettisti di corsi diversi possano confrontarsi tra loro in luoghi esterni a quelli istituzionali.** Questa criticità si amplifica quando si mescolano studenti italiani con studenti stranieri che oltre alle difficoltà nella mancanza dei luoghi di aggregazione rimarcano difficoltà anche nella lingua.

Nella mappa dei luoghi della contaminazione della formazione in Design emergono: bar, aule studio, punti di aggregazione nei quali si riuniscono designer di corsi diversi, anche se non sempre la frequenza obbligatoria dei corsi agevola le relazioni.

Ciò che emerge a livello territoriale è una certa tensione tra il desiderio di frequentare altri progettisti e la necessità di rimanere produttivi rispetto alle esigenze dei singoli corsi in materia di esami e progettualità da portare avanti.

Esistono però anche occasioni di progetto in cui designer di corsi diversi si trovano a lavorare per un cliente comune, o per uno stesso studio e queste occasioni sono quasi sempre presenti durante le attività extracurriculari di tirocinio e workshop all'interno e in collaborazione con le aziende. Questa occasione rappresenta un momento utile sia per la formazione che per avviare le prime esperienze lavorative coltivando così l'imprenditorialità personale e la multidisciplinarità.

Infine, abbiamo chiesto agli studenti quali fossero gli spazi della cultura che riescono a stimolare la loro creatività. La maggior parte dei futuri progettisti ha dichiarato che cercano ispirazione nelle principali forme di intrattenimento

» 13. I luoghi di aggregazione della formazione in Design

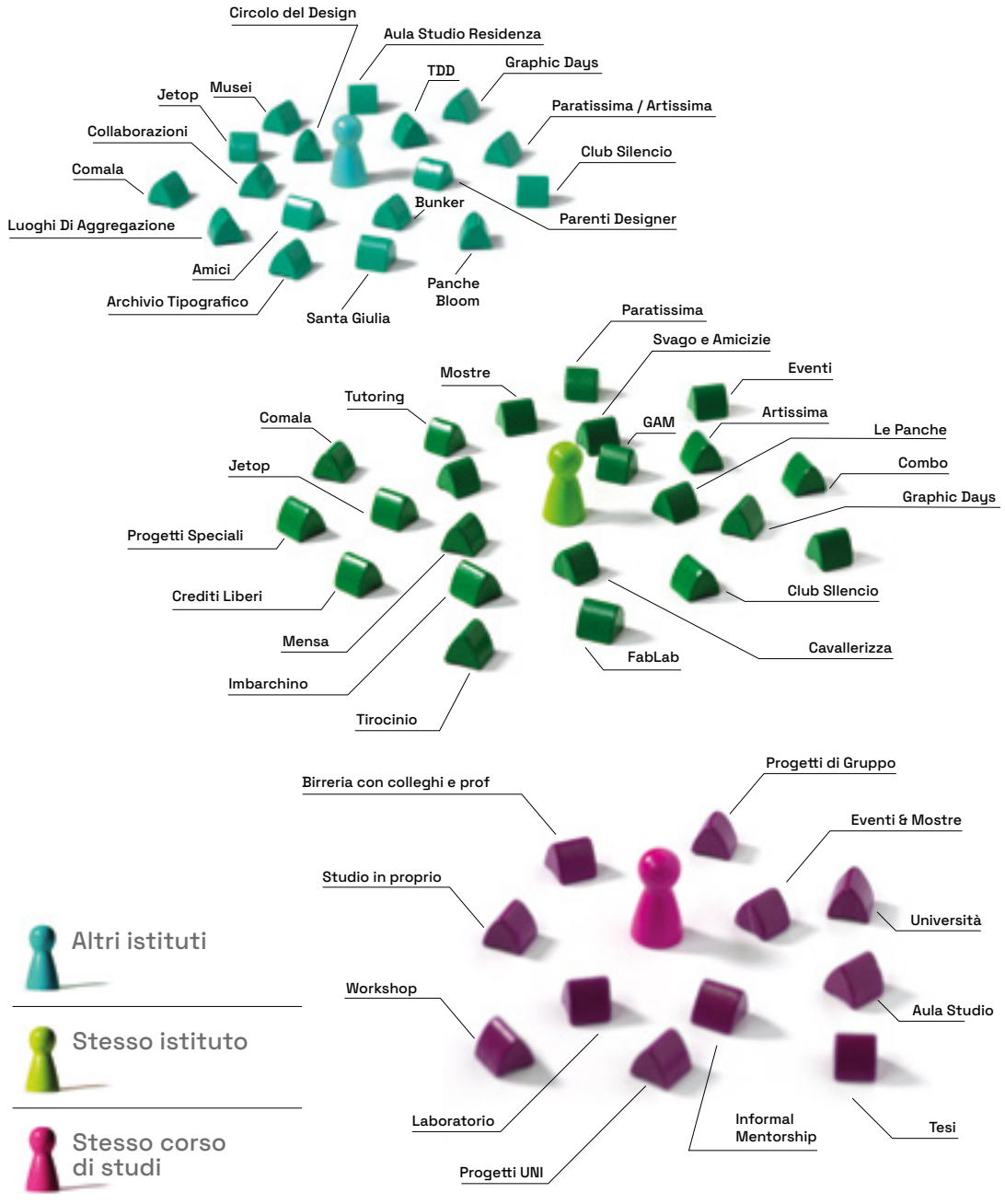


Fig.13 Mappa realizzata durante le attività di workshop partecipativo con gli studenti. Fonte report con Fightbean

(serie tv, podcast, film, videogame, manga...) e sono soliti frequentare mostre, eventi, conferenze e festival.

Queste occasioni sono apprezzate sia per scovare nuove tendenze anche provenienti dal tessuto territoriale che per diventare luogo di incontro e confronto con altri professionisti e designer. Tuttavia, a differenza del centro storico che per gli studenti rappresenta un museo urbano dove ritrovare la dimensione umana, molti eventi sono difficili da rintracciare e le manifestazioni non sono raggiungibili perché non adeguatamente diffuse e comunicate alle comunità di studenti. Una nota di merito viene anche restituita per le iniziative di aggregazione reali e virtuali diffuse sul territorio che permettono lo sviluppo di un senso di comunità, di queste viene offerto un maggiore dettaglio nel capitolo 2.

6.3.3 Verso il mondo del lavoro

Un aspetto interessante della formazione dei giovani designer è la tendenza a esplorare contesti anche lontani dal territorio piemontese.

Già nel report "Professione designer under 35 in Piemonte" infatti un quarto dei designer rispondenti (20,6%) aveva dichiarato di aver svolto nel corso della propria

» 14. Iscritti stranieri per l'anno 2021/22 con raggruppamenti Mira per ambito

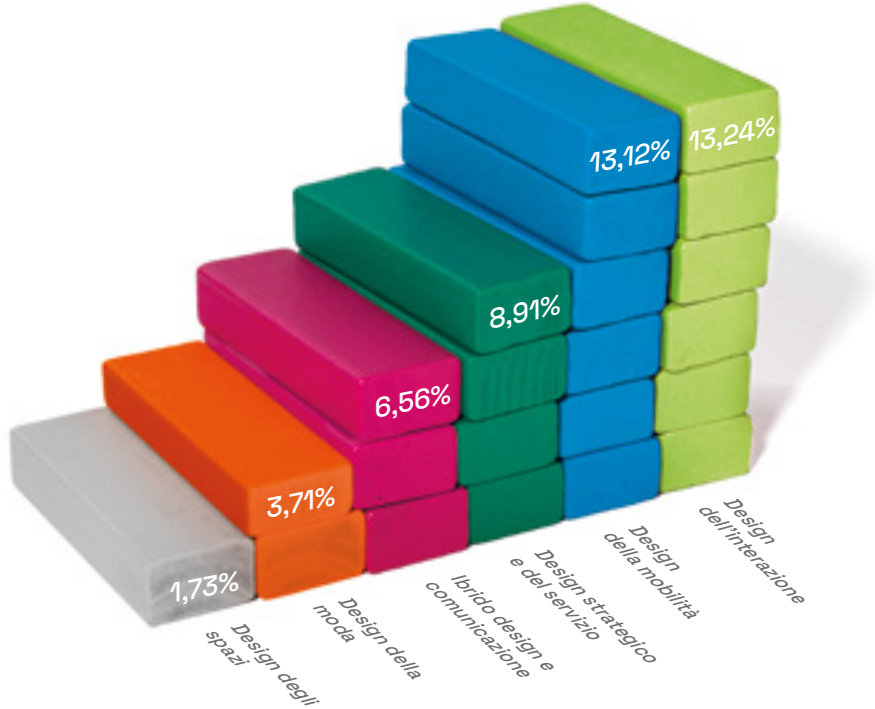


Fig.14 Iscritti stranieri per l'anno 2021/22 con raggruppamenti per ambito (secondo tassonomia MIRA).

formazione un periodo di studio presso un'università o un Istituto fuori dall'Italia.
Anche nel corso di questa indagine gli studenti intervistati hanno confermato che la motivazione alla base dello svolgimento di un periodo di formazione all'estero è legata al conseguimento del titolo di studio o per la partecipazione a summer school, seguiti dalla frequenza a singoli corsi e workshop, mentre risulta meno rilevante l'interesse a seguire master e convegni/seminari. Questa **propensione a svolgere periodi di studio all'estero appariva più alta di circa 13 punti percentuali rispetto a quanto accade a livello nazionale per il gruppo disciplinare "arte e design" che si attesta all'7,9%**[13].

Dall'altra parte i coordinatori confermano di avere una serie di progettualità organizzate per periodi all'estero che si articolano attraverso programmi strutturati di mobilità tra Mobilità Erasmus, Erasmus+, corsi preparatori per studenti in Cina e programmi Exchange.

I dati relativi alle iscrizioni di stranieri, confermano le ipotesi avanzate sia nel report "Professione designer under 35 in Piemonte" che nelle premesse di questa indagine ovvero che **il rapporto tra il tessuto imprenditoriale e quello della formazione in Design è molto stretto.** La percentuale maggiore di studenti che arrivano dall'estero per iscriversi ai corsi di formazione confermano **l'attrattività degli ambiti legati al Design dell'interazione, l'ambito disciplinare più recente nel quale sono stati attivati corsi di formazione, il Design della mobilità che conserva la storicità del territorio, e il Design strategico e del servizio** (figura 14).

Passando poi alla formazione fuori dal contesto universitario, che si avvia al mondo del lavoro, questa indagine prende in considerazione le attività di tirocinio.

Tra le scuole terziarie intervistate 5 su 7 dichiarano di avere questa attività come obbligatoria all'interno dei programmi di studio. Il monte ore necessario per gli studenti è variabile di scuola in scuola, ma in media l'esperienza di tirocinio si esaurisce tra le 200 e le 300 ore nell'arco di 3 mesi circa. Infine, 4 delle 7 scuole esaminate prevedono il coinvolgimento attivo di aziende convenzionate in attività che vanno oltre quelle di tirocinio e includono progetti di ricerca, tesi in azienda e attività sperimentali.

Inoltre, durante le interviste semistrutturate i rappresentanti delle suddette scuole fanno emergere la necessità e la costanza con la quale lavorano ad un incremento relazionale con il territorio e con le aziende per garantire una formazione appropriata per il mondo del lavoro.

Gli istituti di formazione, non intendono sostituirsi né ai professionisti, né alle aziende, né sostituire la didattica con l'apprendimento dei mestieri, ma l'obiettivo finale rimane quello di preparare gli studenti al contesto lavorativo e quindi riteniamo sempre più necessario un dialogo tra i professionisti e i giovani che intendiamo supportare in questo durante tutte le fasi del percorso di formazione.

In particolare trasversalmente nelle conversazioni con tutti gli Istituti, è interessante notare che la relazione con le aziende e il mondo esterno è una collaborazione continua, suscettibile a ricambi e aggiornamenti in base alle esigenze specifiche della didattica da un lato e del territorio dall'altro. Il confine di questa collaborazione, non si esaurisce con il contesto aziendale, ma le relazioni si ampliano e si amplificano anche attraverso enti pubblici e privati, fondazioni e piccole realtà che negli anni si sono affermate sul territorio. Per avere questo tipo di network è essenziale un gioco di squadra, per tale motivo, spesso le collaborazioni non arrivano solo dalle scelte dei dirigenti o direttori, ma in alcuni casi sono frutto della partecipazione del corpo docente in percorsi virtuosi.

Gli studenti che hanno preso parte all'attività di Design partecipativo hanno dichiarato che **l'esperienza di tirocinio è il momento più atteso all'interno dei percorsi di formazione**, ma spesso emergono difficoltà di allineamento sia con il mercato (per quanto riguarda mansioni e retribuzione) che con le ambizioni dei progettisti. Nonostante ciò, una discreta percentuale di loro sarebbe disposto a sperimentare anche esperienze di tirocinio all'estero se le scuole riuscissero a guidarli in questo percorso che ritengono altamente specializzante.

13 Fonte Almalaurea, 2021

6.4 L’evoluzione della formazione terziaria

Con l’obiettivo di individuare cambiamenti nel corso degli ultimi 5 anni, si sono analizzati gli iscritti e i laureati/diplomati in Design.

L’analisi ha evidenziato come alcuni ambiti disciplinari sono stati in passato, e rimangono, il settore trainante per la formazione in Design sul territorio, mentre altri, di più recente istituzione, iniziano a delinearsi in un panorama in continua evoluzione.

In particolare, la maggioranza degli iscritti si conferma negli ambiti del Design della comunicazione e del prodotto, sia nei corsi specializzati singolarmente che nei percorsi ibridi, a cui fanno seguito il Design della mobilità e della moda, mentre si equivalgono il Design degli spazi e il più recente Design del servizio e strategico (figura 15).

Infine, una piccola percentuale è rappresentata dal Design dell’interazione i cui corsi iniziano nello scenario piemontese dal 2022/23.

Per ciò che concerne la distinzione per tipologia di istituto (figura 16), **negli ultimi 5 anni la percentuale maggiore di studenti è rappresentata dagli iscritti presso le istituzioni autorizzate a rilasciare titoli AFAM**, seguiti dal bacino dell’università e dalle accademie legalmente riconosciute, mentre la percentuale più bassa degli studenti è quella dell’Accademia di Belle Arti.

L’andamento degli iscritti complessivamente risulta crescente ma in maniera stabile rispetto alle diverse tipologie di istituzioni.

L’analisi ha evidenziato come alcuni ambiti disciplinari sono stati in passato, e rimangono, il settore trainante per la formazione in Design sul territorio, mentre altri, di più recente istituzione, iniziano a delinearsi in un panorama in continua evoluzione.

In particolare, **la maggioranza degli iscritti si conferma negli ambiti del Design della comunicazione e del prodotto**, sia nei corsi specializzati singolarmente che nei percorsi ibridi, **a cui fanno seguito il Design della mobilità e della moda**, mentre si equivalgono il Design degli spazi e il più recente Design del servizio e strategico.

Infine, una piccola percentuale è rappresentata dal Design dell’interazione i cui corsi iniziano nello scenario piemontese dal 2022/23.

Per ciò che concerne la distinzione per tipologia di istituto, negli ultimi 5 anni la percentuale maggiore di studenti è rappresentata dagli iscritti presso le istituzioni autorizzate a rilasciare titoli AFAM, seguiti dal bacino dell’università e dalle accademie legalmente riconosciute, mentre la percentuale più bassa degli studenti è quella dell’Accademia di Belle Arti.

L’andamento degli iscritti complessivamente risulta crescente ma in maniera stabile rispetto alle diverse tipologie di istituzioni.

Infine, l’analisi monitora anche l’andamento nel corso dei 5 anni rispetto agli ambiti in maniera separata, per verificare se alcuni ambiti disciplinari subiscono variazioni più consistenti di altre e risultano quindi in crescita o in declino.

Il numero di iscritti si conferma stabile per i corsi di Design Strategico e Design della moda, c’è una decrescita molto lieve degli ambiti di Design degli spazi, Design della mobilità, Design della comunicazione visiva e multimediale e Design ibrido che include comunicazione e prodotto. Si rileva invece un andamento crescente per l’ambito di Design del prodotto e l’insediamento dei corsi nell’ambito del Design dell’interazione.

Rispetto alle tematiche di genere, durante l’analisi è emerso che nel tempo alcuni ambiti disciplinari hanno ricalcato i più tradizionali stereotipi assegnando per esempio il settore dell’automotive al genere maschile e il

Design della moda a quello femminile.

Per quanto riguarda gli altri ambiti del progetto invece la presenza delle donne è prevalente sia nell'ambito del Design degli spazi che in quello del Design della comunicazione.

Infine, è interessante notare come gli unici due settori nei quali è più marcata una parità di genere sono il Design del prodotto (figure dalla 17 alla 21), dove gli iscritti di genere femminile e quelli di genere maschile tendono a equivalere, e quello del Design strategico e del servizio che nei due anni dalla sua istituzione alterna una prevalenza femminile ad una prevalenza maschile.

Focalizzando l'attenzione invece sul numero dei laureati (figura 22) si evince un andamento crescente nell'ambito della moda, del Design del prodotto, della mobilità e degli spazi.

La percentuale maggiore dei laureati è sempre rappresentata dal Design della comunicazione, mentre decrescono i laureati in Design Strategico e del Servizio e dei corsi ibridi. Rimangono stabili i laureati in Design dell'interazione, anche considerando la giovane età del corso.

» 15. Iscritti nei corsi di Design per ambito disciplinare dal 2017 al 2023

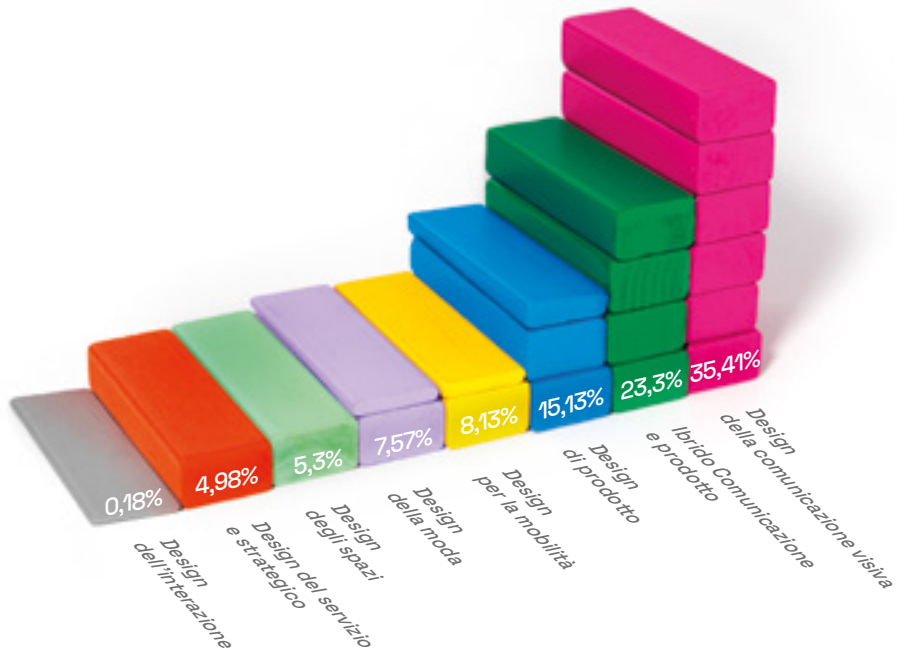


Fig.15 Studenti iscritti ai corsi di Design per ambito del Design dal 2017 al 2023.

» 16. Andamento iscritti negli ultimi 5 anni per tipologia di istituto

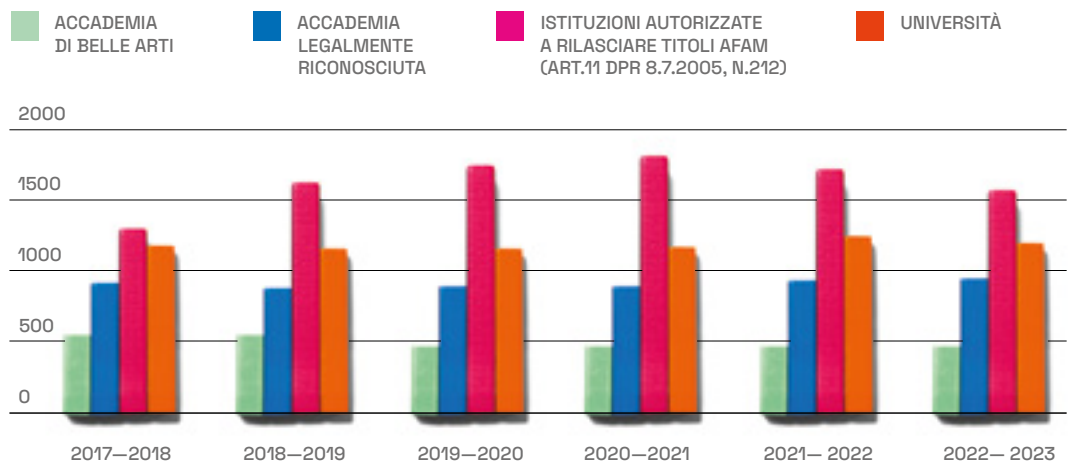
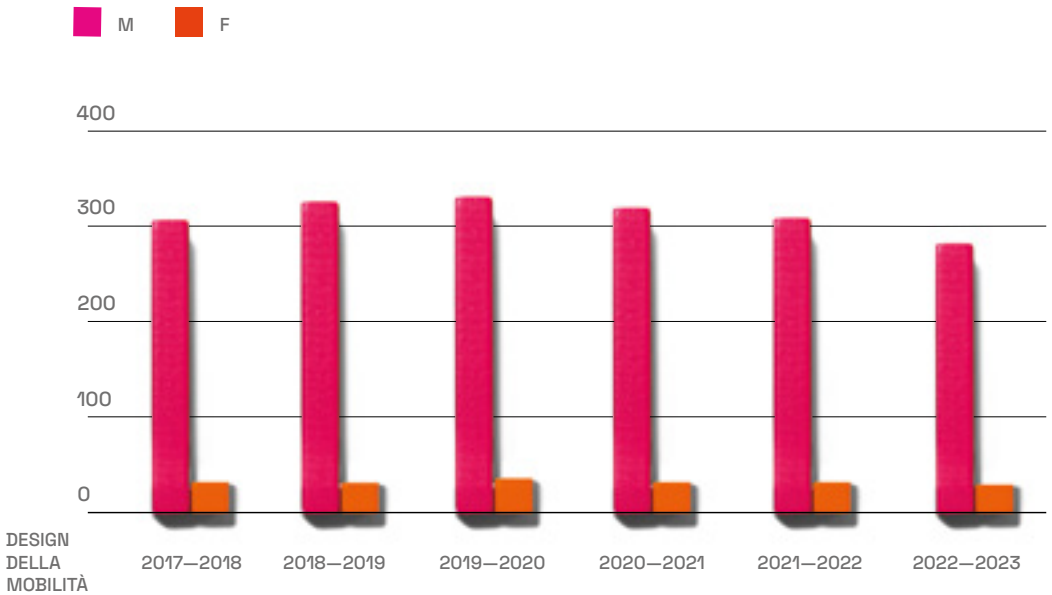
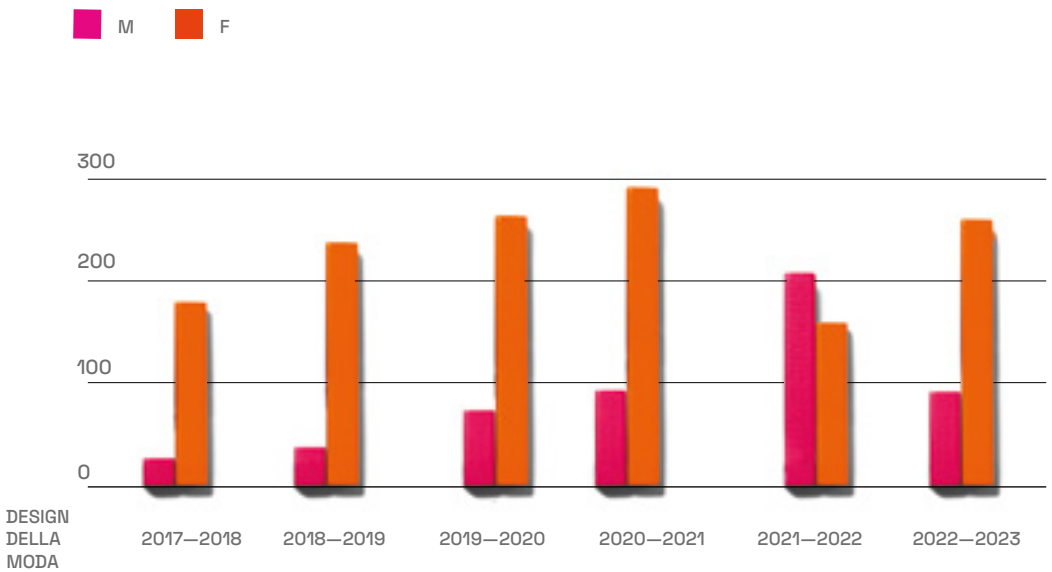


Fig.16 Studenti iscritti ai corsi di Design per tipologia di istituto dal 2017 al 2023.

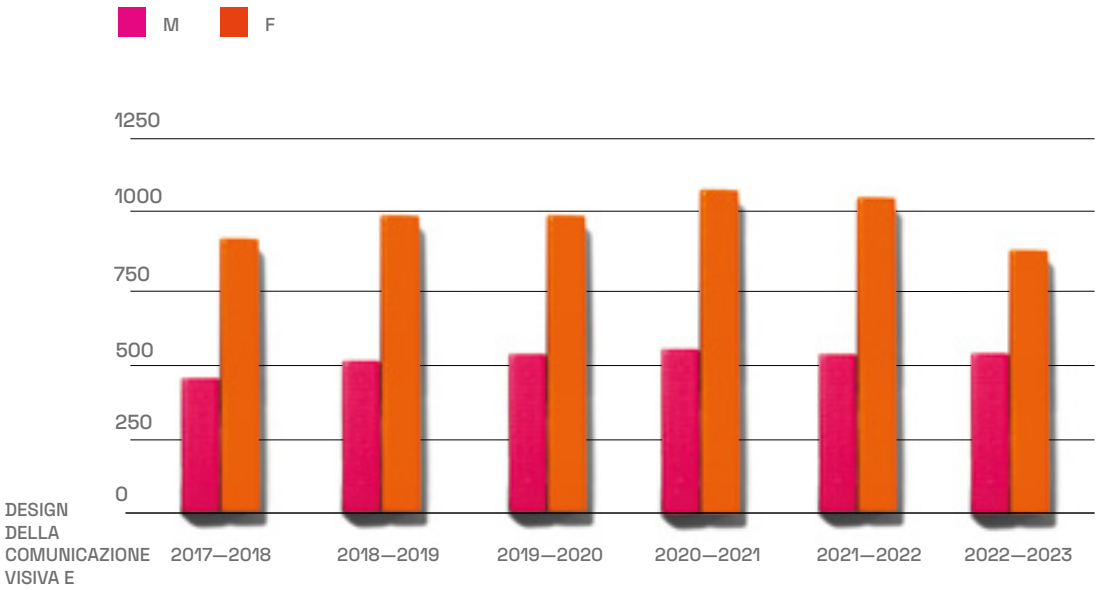
» 17. Iscritti Design della mobilità dal 2017 ad oggi



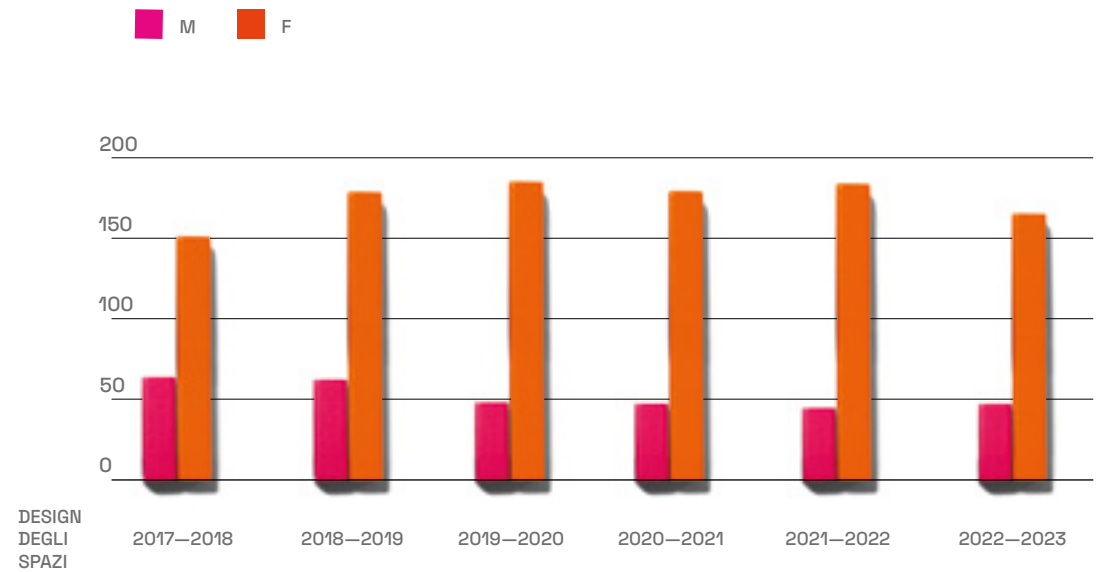
» 18. Iscritti Design della moda dal 2017 ad oggi



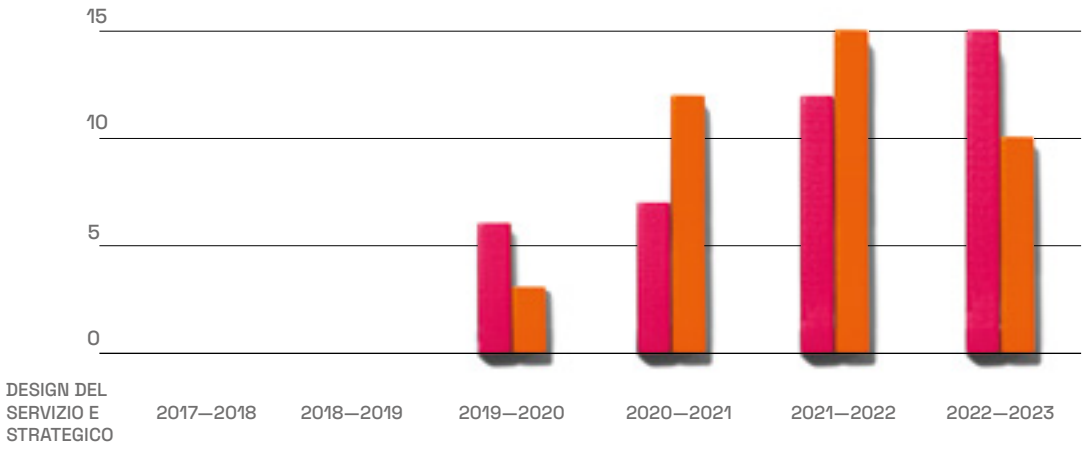
» 19. Iscritti Design della comunicazione visiva e multimediale



» 20. Iscritti Design degli spazi dal 2017 ad oggi



» 21. Iscritti Design del Servizio e strategico dal 2017 ad oggi



» 22. Serie storica diplomati per corso dal 2017 al 2021

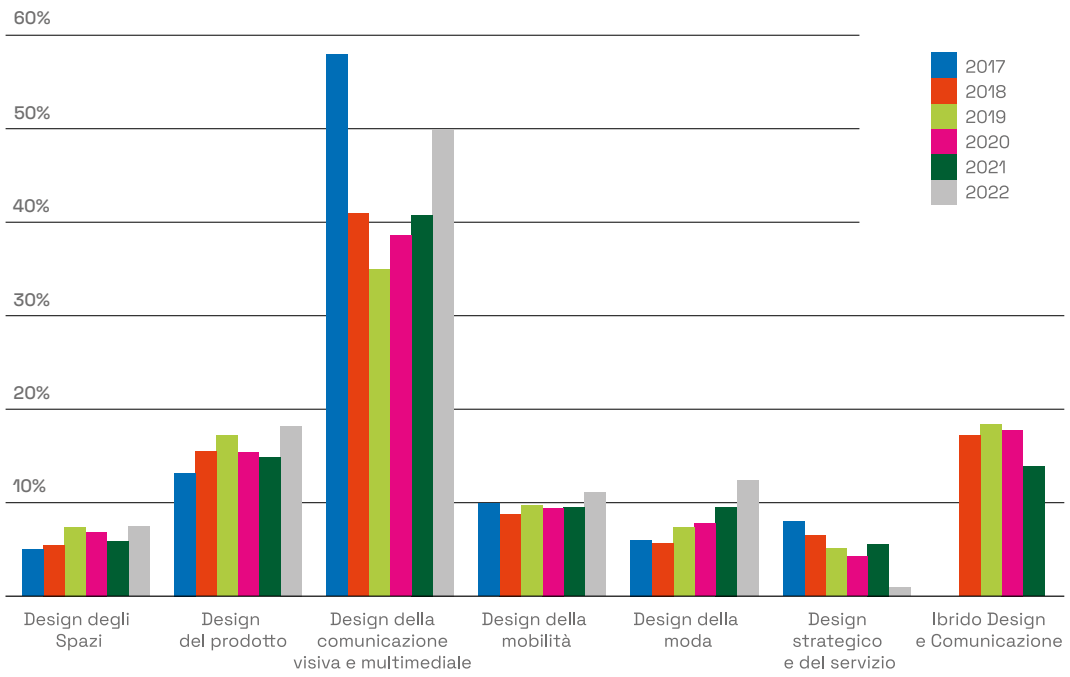


Fig.22 Laureati per ambito disciplinare dal 2017 ad oggi.

6.5 Dottorato e Master in Design

Master e corsi di specializzazione in Design sono programmi di didattica settoriale, spesso rivolti a laureati triennali o magistrali e giovani professionisti che permettono l'apprendimento di nozioni altamente focalizzate circa alcuni ambiti di interesse.

Si tratta infatti di percorsi di perfezionamento che sul territorio piemontese spaziano in ambiti molto diversi tra loro, alcuni conseguenti ai percorsi triennali e magistrali già ampiamente discussi all'interno di questo report, altri invece che implementano il percorso formativo in aree divergenti.

Per l'anno 2022/23 l'offerta formativa dei master specializzati era articolata in **10 master** coerenti con la tassonomia degli ambiti MIRA, figura 23.

All'interno del percorso di formazione, una caratteristica di eccellenza è rappresentata dal **dottorato di ricerca**: il più alto grado di istruzione dell'ordinamento accademico che fornisce le competenze necessarie per esercitare attività di ricerca di alta qualificazione presso Università, enti pubblici o soggetti privati e utile per l'accesso alle carriere nelle amministrazioni pubbliche o per l'esercizio delle libere professioni.

La regione Piemonte può vantare una **storicità** nel percorso di dottorato all'interno **del Politecnico di Torino che inizia oltre 20 anni fa** con un susseguirsi di corsi multidisciplinari: dall'Innovazione Tecnologica per l'Architettura e il Disegno Industriale, ai Sistemi di

Produzione & Design Industriale o ancora Cultura del Design con una matrice maggiormente dedicata all'ambito storico.

Nell'ultimo quinquennio preso in esame il percorso di dottorato dei Designer è stato affiancato a quello degli Ingegneri della Produzione e Gestionali nel corso di Gestione, Produzione e Design.

La figura 24 mostra come dal **ciclo 31** (inizio a.a. 2013/14) **il corso di dottorato abbia formato un totale complessivo di 35 studenti a diventare esperti ricercatori in ambito aziendale e talvolta prestigiosi docenti di Design.**

I temi delle ricerche affrontate nel corso di questi anni sono di tipo trasversale e multidisciplinare, il cui obiettivo è stato – ed è tuttora – esplorare le potenzialità del Design come strumento di investigazione della realtà e con potenzialità operative ben più ampie di quelle tradizionalmente consolidate. Si tratta di ricerche, che intrecciano la tematica del Design con fenomeni emergenti della contemporaneità, rilevando in tempo reale i riflessi che i cambiamenti in corso hanno o possono avere sulla disciplina, sia dal punto di vista teorico che pratico.

A partire dal 2023/24 il dottorato in Design assume una nuova connotazione, trovando sinergie all'interno del Dipartimento di Architettura e Design. **Il nuovo dottorato con 15 borse di ricerca promuove attività di ricerca e sviluppo progettuale nel campo del Design integrandosi all'ambito della Tecnologia dell'Architettura e della Qualità ambientale, con l'obiettivo di contribuire all'innovazione dei sistemi culturali, sociali, ambientali e produttivi.**

» 23. Master di I Livello secondo i raggruppamenti MIRA

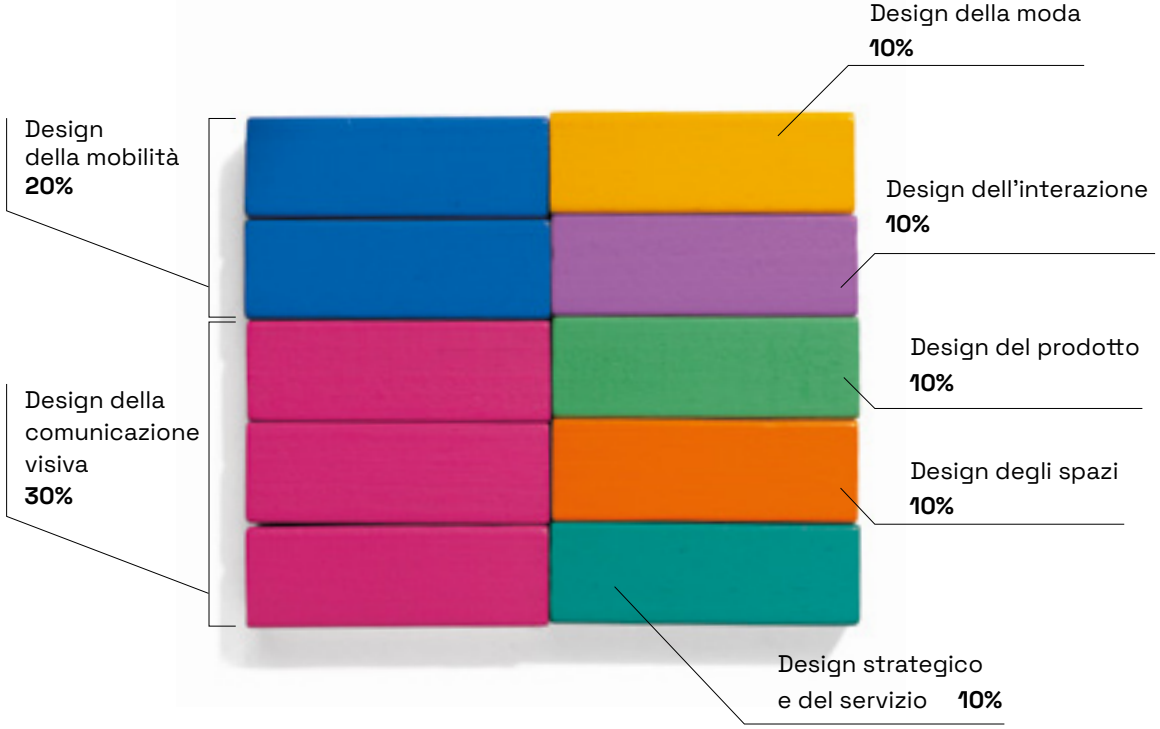


Fig. 23 Offerta formativa Master di I livello secondo gli ambiti Mira per l'anno 2022/23

» 24. Dottorandi per ciclo di dottorato dal 31° ad oggi

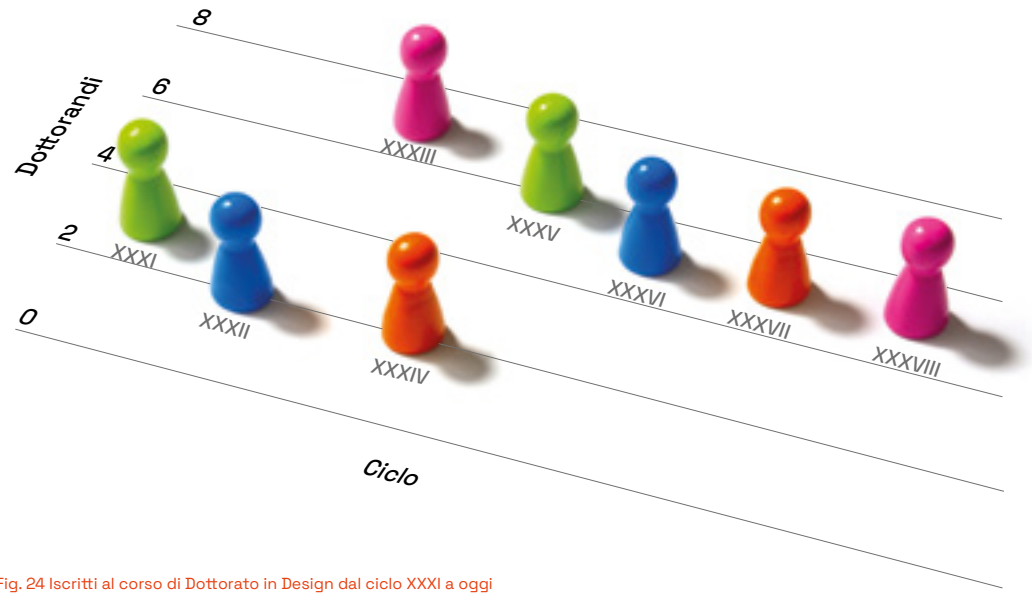


Fig. 24 Iscritti al corso di Dottorato in Design dal ciclo XXXI a oggi

6.6 Le aspirazioni future

Durante l'attività di Design partecipativo una parte dell'attività è stata finalizzata a raccogliere suggerimenti e spunti da parte dei futuri designer.

Rispetto al sistema valoriale-lavorativo nel quale intendono inserirsi dopo la laurea una parte significativa degli studenti ci ha confessato che tra le loro ambizioni ci sia quella di **lavorare in un contesto dove sia per loro possibile generare un impatto positivo: sull'ambiente, sulle comunità locali e sulla società.** Inclusività, etica e ambiente sono i valori più citati e vanno di pari passo con la possibilità e l'ambizione di poter crescere come professionisti e come persone in un ambiente attento e accogliente (figura 25).

> «Vorrei lavorare in un ambiente che permetta una crescita sia a livello professionale che personale, attenta ad un impatto ambientale sostenibile, ma anche con un'attenzione al profilo etico» (studente iscritto ad un percorso di specializzazione durante il workshop)

> «Vorrei avere un impatto positivo sulla vita delle persone e sperimentare vari approcci creativi» (studente iscritto ad un percorso di triennale durante il workshop)

Metodologie di lavoro, tipologie di prodotti progettati e prestigio delle aziende sono temi che passano in secondo piano rispetto al desiderio di **trovare un lavoro con valori più alti e un significato autentico.**

Affacciandosi al mondo del lavoro **i futuri progettisti cercano dunque una dimensione di benessere lavorativo.**

» 25. Wordcloud generata durante l'attività di workshop partecipativo.



Fig. 24 Wordcloud generata durante l'attività di workshop partecipativo.

Si aspettano di mantenere un certo grado di libertà, alternando il lavoro in ufficio al lavoro da casa e viaggi/ lavoro da remoto.

La possibilità di lavorare in momenti che non rientrino nel tradizionale 9-18 è considerata non negoziabile per un lavoro creativo.

> «Vorrei avere la libertà di poter esprimere la mia creatività e le mie skill su diverse aree. Che ogni giornata sia diversa e non dover per forza trascorrere tutto il tempo fissa al computer o in ufficio.» (studente iscritto ad un percorso di triennale durante il workshop)

In generale per quanto riguarda il bilanciamento vita-lavoro gli studenti si dicono preoccupati dalla monotonia di un lavoro sempre uguale e valutano di entrare in studi e realtà più piccole nelle quali l'ambiente sia stimolante e al tempo stesso giovane e dinamico. Alcuni di loro dichiarano infatti che la rigidità dell'imposizione gerarchica poco si addice ad un lavoro creativo e non riuscirebbero a tollerare imposizioni o pressioni causate da immodificabili «si fa così, perchè abbiamo sempre fatto così».

Infine, **l'ambiente lavorativo ideale degli studenti è quello che offre stimoli continui e che supporta una dimensione di affermazione individuale.** Oltre alla collaborazione che deve essere fidata tra le parti, molto peso viene dato alla possibilità di affermarsi personalmente alla ricerca della propria fama, del proprio stile e della propria individualità.

> «Mi immagino di lavorare in una realtà innovativa dove possa imparare ad utilizzare per esempio le più recenti tecnologie. Un ambiente che mi permetta di stare al passo con i tempi e di sperimentare in più campi, fare sempre cose nuove e sfruttare tutte le potenzialità del digitale» (studente iscritto ad un percorso di specializzazione durante il workshop)

L'importanza della sicurezza economica è citata da qualche partecipante come elemento chiave fin dalle prime esperienze. Gli studenti di Design, che ambiscono a diventare dei professionisti sperano di crescere all'interno di aziende e studi e di non saltare da una posizione di entry level all'altra in differenti realtà. Infine, emerge chiaramente il tema del voler divulgare i propri progetti sia nel mondo professionale che in quello accademico sia con la partecipazione ai classici premi di settore (es. targa giovani del compasso d'oro) che in conferenze, workshop e talvolta anche attraverso i social.

Dal punto di vista delle competenze infatti, **nel passaggio tra università e lavoro gli studenti sentono di non avere strumenti adatti per raccontare in modo adeguato se stessi e il proprio lavoro.** Pertanto, tendono a colmare la loro formazione partecipando ad attività di portfolio review per avere feedback sul proprio curriculum e sullo storytelling dei loro progetti. Anche i concorsi, sia locali che nazionali sono considerati in maniera positiva per mettersi alla prova e per confrontarsi con il mondo esterno. Infine la maggioranza degli studenti dichiara di utilizzare con assiduità le piattaforme digitali per promuoversi (es. LinkedIn; Behance; Dribbble).

Per concludere i ragionamenti sul futuro della formazione in Design è stato chiesto agli studenti di suggerire alcuni miglioramenti rispetto alla loro esperienza. Se ne elencano i risultati divisi in 4 sezioni: relazioni con la propria istituzione, relazione con i professionisti, relazione con le aziende, relazione con la città.

» **1) Relazione con la propria istituzione:** in questo step gli studenti sono stati chiamati a immaginare soluzioni in grado di supportarli durande il percorso di studi. Da questa sessione sono emerse 16 idee:

1. spazi di co-progettazione adatti ai design con possibilità di svolgere lavori in gruppo
2. buddy scolastico
3. possibilità di accesso ai corsi curati da altre università sul territorio locale e/o nazionale
4. reverse mentoring con i professionisti
5. project review con aziende e professionisti
6. challenge con team multidisciplinari di istituti diversi
7. vetrina per mostrare alle aziende i lavori svolti durante la didattica

8. supporto per gli studenti stranieri
9. flessibilità nelle lezioni
10. supporto per apprendere i tool
11. possibilità di partecipare a dei “circoli” del design multi-corso
12. masterclass organizzate dalle università con i professionisti del settore
13. orientamento per studenti delle superiori con ex studenti che frequentano l’università
14. lab con computer ad alte prestazioni
15. servizi per la tutela delle idee (es. corsi sulla proprietà intellettuale dei designer / brevetti)
16. creare un albo dei designer

» **2) Relazione con i professionisti:** in questo step gli studenti sono stati chiamati a ideare occasioni per relazionarsi in maniera efficace con i professionisti a sostegno del loro percorso evolutivo da studenti di design a specialisti della professione. Dalle membership al coaching senza dimenticare l’apprendimento continuo in questa fase gli studenti hanno prodotto 7 idee.

1. invito dei professionisti durante le lezioni e i corsi
2. collaborazioni lavorative anche brevi
3. colazioni di lavoro con i professionisti
4. incontri di networking con le aziende
5. seminari tematici
6. conoscere il percorso di formazione di altri professionisti locali
7. speed date con aziende che cercano personale

» **3) Relazione con le aziende:** in questo step sono stati richiesti spunti per creare nuove opportunità di contatto e per mettersi alla prova in un contesto reale lavorativo già durante il percorso di studi. Da questo emerge la necessità di avvicinare la formazione scolastica all’esperienza di progettazione sul campo tenendo presente i relativi vincoli: gli studenti hanno prodotto in questo senso 10 idee.

1. buddy aziendali
2. crediti liberi con aziende
3. workshop con aziende
4. one day/one week stage
5. summer camp in azienda di 2-3 settimane
6. elenco delle aziende presenti sul territorio accessibile
7. review dei lavori con le aziende
8. piattaforma esplorativa con aziende e studi con una panoramica sintetica dei progetti in corso
9. piattaforma digitale per trovare aziende interessate a collaborazioni spot con i giovani designer

» **4) Relazione con la città:** questa fase evidenzia come la percezione dello spazio urbano e dei servizi differisce in base alle esigenze delle persone. Seguendo diversi approcci e aspettative gli studenti hanno fatto emergere 12 idee per ridisegnare la relazione con la città e gli spazi urbani.

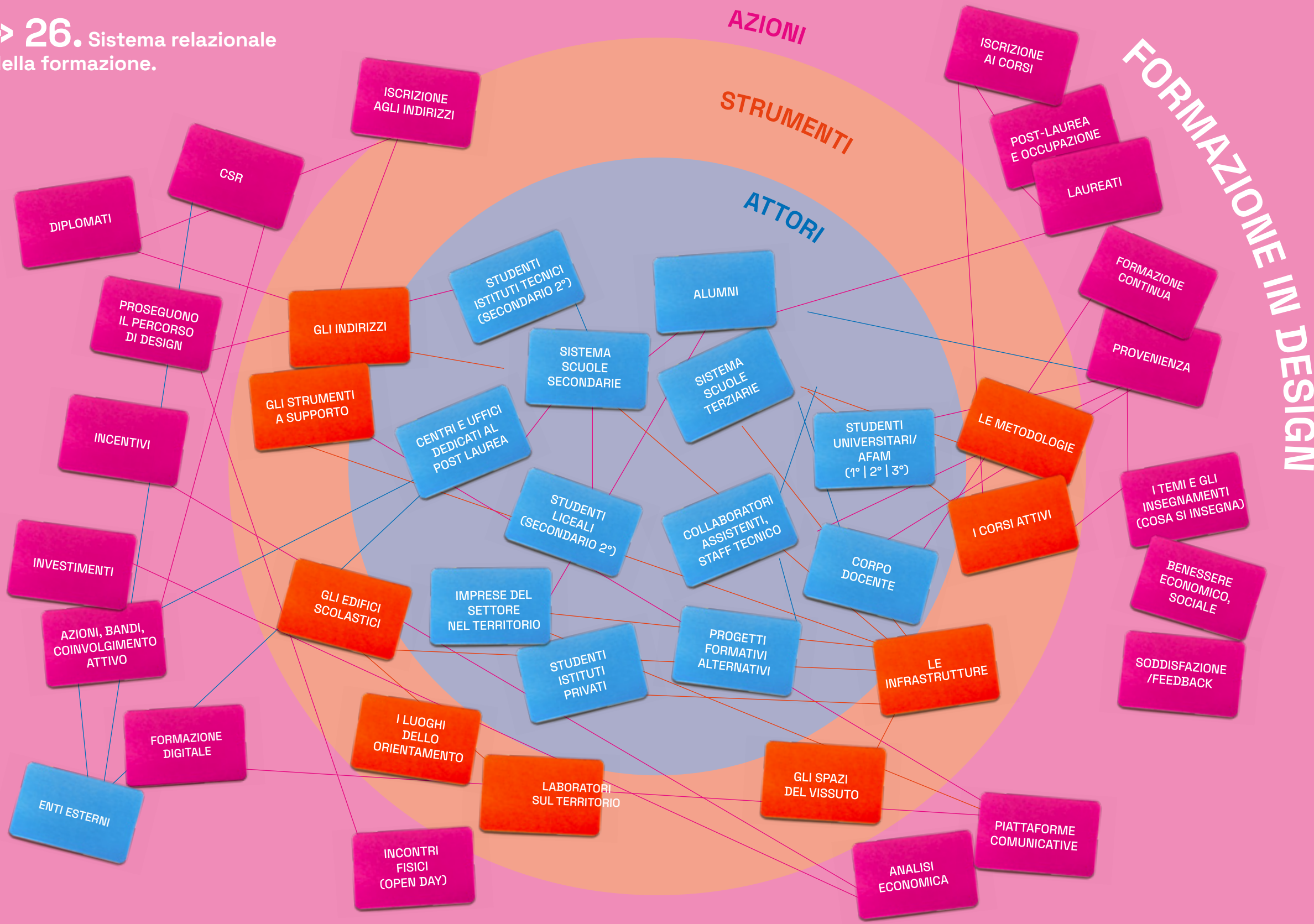
1. riscoprire i luoghi identitari della città, valorizzandoli con progetti e idee degli studenti
2. piattaforma con gli eventi e le possibilità di formazione in città
3. social hub: centri per incontrarsi, mangiare, scoprire nuove opportunità
4. progetti di riqualificazione con la cittadinanza e gli istituti di formazione
5. piattaforma per raccogliere e lasciare

feedback a livello locale

6. Designathon: sfide lanciate dalla città ai giovani progettisti
7. più attenzione ai fuori sede
8. piattaforma per trovare gli spazi dove studiare/ lavorare in team
9. concorsi indetti dalla città per migliorare i propri servizi, la comunicazione e i social
10. guida per eventi e posti interessanti per i designer
11. orto urbano con bar, coworking e iniziative di team building.
12. uffici di co-working all'aperto soprattutto per i periodi primaverili/estivi.

Le idee raccolte, durante questa fase si sono rivelate poi perfettamente in linea con i dati raccolti nella ricerca "YOUTOO" del Comune di Torino che ha come finalità la lettura condivisa e partecipata delle esigenze e dei bisogni di giovani e adolescenti che risiedono nel Comune di Torino. Per esempio, i designer si rispecchiano molto nel bisogno di essere rappresentati quando sottolineano la necessità di un albo, o di fare esperienza e di partecipare in modo attivo quando richiedono ulteriori momenti di scambio tra i vari istituti di Design.

» 26. Sistema relazionale della formazione.



Direzioni

I risultati di questa indagine delineano lo scenario di un'offerta formativa poliedrica, disciplinarmente articolata, capace di andare dal macro al micro con percorsi altamente specializzati e pronti per affrontare le grandi sfide contemporanee. È un'offerta orientata al risultato e alla produttività, legata al mondo delle imprese, ma anche in grado di lavorare sulle grandi questioni globali con attitudine più speculativa. È una formazione altamente stratificata che va dai livelli secondari dove si apprendono tecniche e mestieri, a quella dottorale che offre un contributo allo sviluppo di strategie competitive.

Dalla sua evoluzione, la formazione in Design in Piemonte risulta essere stabile, ma al tempo stesso dinamica, capace di trovare per alcuni aspetti un'identità precisa e una sua specificità legata all'industria da un lato e alle persone e al territorio dall'altro.

Del resto, se è difficile oggi circoscrivere perfettamente i confini del Design come ambito disciplinare, altrettanto lo è definire quelli della formazione, se non abbracciando una visione sistemica.

Il legame sinergico tra il territorio e la formazione in Design in Piemonte innesta le sue radici in un approccio condiviso da più scuole: l'approccio alla complessità e all'innovazione. Tale orientamento si rintraccia all'interno di numerosi corsi sul territorio, da quelli tradizionali a quelli specializzati dei Master, dedicati per esempio al Transdisciplinary Design, al Design per il Sociale, o a quello Sistemico. Si applica anche ai processi di innovazione per l'ambiente o per la produzione digitale per la cultura, fino al Trasportation Design che comunque continua a caratterizzare il territorio, soprattutto se associato a temi come l'User Experience o l'Inclusive Design.

L'obiettivo in ogni caso è quello di restituire una problematizzazione complessa ai temi del design e fornire un approccio formativo capace di essere applicato non solo al benessere dell'individuo, ma a quello dell'intero ecosistema nel quale è inserito.

A questo punto è doveroso interrogarsi su quali traiettorie emergono dai dati raccolti e dalla loro analisi e in quale direzione spingere per dare valore al quadro restituito da questo report. In sintesi, 5 possibili orientamenti:

1. Il binomio scuola-città

Per una buona formazione lo studente non deve solo apprendere all'interno della scuola ma

partecipare direttamente, frequentemente, alla vita culturale e produttiva della città intesa come sistema di informazione e comunicazione. Una scuola fondata sulla cultura del design deve collocarsi, simbolicamente, nel *cuore della città:* **perché anche la città è scuola.**

Se da un lato Torino e il Piemonte promuovono iniziative culturali ed imprenditoriali di grande qualità, unicità, rilevanza internazionale e caratterizzate da una sofisticata interdisciplinarietà, dall'altro, sovente, si perde il legame identitario e il riferimento al concept di Torino Città del Design, immagine accreditata, tra l'altro, dalla nomina Unesco Città Creativa per il Design del 2014. In questo ambito, tra le traiettorie che il report formazione evidenzia, riportiamo proprio l'opportunità di **valorizzare in modo unitario e pervasivo questa identità attraverso l'energia che studenti, giovani creativi insieme ai propri docenti sanno sviluppare e trasmettere, anche dando vita a progetti di trasformazione della città.**

2. City making e design

All'interno di una città che vive di attività legate al settore terziario e ai servizi è opportuno considerare l'importanza del **sostentamento e della creazione ex novo di spazi adibiti non solo all'incontro ma anche alle attività formative e progettuali** svolte da studenti ed ex studenti. Si pensi al modello virtuoso e ricco di implicazioni culturali e imprenditoriali di Fablab, Print Club e Archivio Tipografico. Potenziare dunque questi luoghi fisici che diventano contenitori iconici di design. Spazi multifunzionali che possano ospitare gli studenti delle discipline creative per confrontarsi, per studiare e sperimentare, luoghi per una formazione innovativa basata anche sul modello della contaminazione disciplinare, design oriented (Clab).

Hub *visibili* all'interno della città/regione anzitutto ai cittadini ma anche agli stranieri in visita d'affari o per turismo (se ben comunicati e mappati nelle guide, itinerari della città).

3. Il Design nella Città Universitaria

Lo sforzo dovrebbe andare nella direzione di creare una identità percepibile allo *studiare design* a Torino e nella regione. **Promuovere quindi il Piemonte e segnatamente Torino come città importante per la formazione del design** da promuovere a livello nazionale e internazionale anche con campagne di comunicazione dedicate. Il design in Piemonte ha infatti una storia riconosciuta e una identità che traspare anche dai percorsi formativi (si pensi

all'automotive, ma più recentemente anche al tema della sostenibilità). Una promozione della formazione in design dovrebbe includere azioni mirate come campagne di comunicazione, il potenziamento della comunicazione nei saloni dedicati all'orientamento e persino nelle fiere deputate al design (come il Salone Satellite) per promuoverne non solo la storia, ma anche i percorsi d'eccellenza coinvolgendo le scuole ai diversi livelli, presentandone i progetti e le attività.

Nel report i neo studenti dichiarano di scegliere di studiare in Piemonte, a Torino, preferendo questa opzione ad altre. Alla qualità della formazione per contenuti e modi viene associata un'alta qualità della vita da studente in città. Questo rappresenta un'importante **opportunità per strategie e sviluppi in ambiti di investimento culturale ed economico.**

4. La relazione con le aziende

Il rapporto tra aziende e scuole è da sempre un elemento caratterizzante della formazione in design che emerge plasticamente dal coinvolgimento di queste nei workshop, nelle relazioni per gli stage, più in generale nell'interlocuzione alla base della ricerca applicata.

Il design entra oggi nelle aziende che lo richiedono come input caratterizzante per la produzione (*design driven*) ma vive anche di una sua dimensione più nascosta (*design hidden*) nella domanda delle imprese manifatture o di servizi.

Il modello virtuoso di collaborazione tra design-scuola-impresa può pertanto essere assunto a prototipo da altre discipline che cerchino oggi di applicare le stesse metodiche di contaminazione tra scuola e impresa e di challenge sfidanti per fare innovazione.

È fondamentale dunque creare iniziative, reti, per promuovere il design e le sue applicazioni verso le aziende che non sono a conoscenza della possibilità di interlocuzione con il mondo della formazione e i suoi attori. Luoghi o occasioni dove poter presentare periodicamente le tesi progettuali portate avanti con le imprese o, ancora, tesi e progetti che potrebbero interessare le aziende per acquisizioni e sviluppi.

5. Ascoltare le scuole e i propri studenti per attivare policies

Le scuole di design conoscono e studiano (fornendo interpretazioni progettuali) le grandi tematiche attuali, per esempio, legate alla transizione digitale ed ecologica-sociale e, sovente, anticipano lo studio sulle sfide del futuro.

Le scuole di design si caratterizzano per una concreta multidisciplinarietà applicata al progetto e per i designer vale ancora la definizione di *mediatori di saperi*.

Con questi presupposti, perché non immaginare un **diretto coinvolgimento di studenti e docenti** in alcuni tavoli o board strategici (di aziende o istituzioni pubbliche) in modo da portare dei punti format per facilitare lo scambio di idee e stabilire ulteriori connessioni per lo sviluppo di innovazioni legate al progetto, alla produzione nei diversi distretti, alla cultura d'impresa e alla sua comunicazione/valorizzazione.

Principali riferimenti bibliografici

Dellapiana E. (2018), *Da dove vengono i designer (se non si insegna il design?). Torino dagli anni Trenta ai Sessanta*, in Quaderni di Architettura. Quasar, Roma.

Design economy 2023, I Quaderni di Symbola, Roma

Pansera, A., Furlanis G. (2017), *La formazione del design in Italia: premessa storica, La didattica del design in Italia*, Gangemi

Peruccio, P.P. (2018), *"La didattica del design a Torino: Il progetto politecnico, i maestri, la dimensione sistemica del design"*, in Quaderni di Architettura. Quasar, Roma.

Pesando, A. (2021), *L'anima grafica di Torino*, Aprile, Graphicus

Tamborrini, P., Remondino, C. (2020), *"Contaminare per formare: il nuovo percorso di Laurea in Design e Comunicazione del Politecnico di Torino"*, in L'offerta formativa universitaria italiana, Francoangeli

Tosi, F. (2020), *Insegnare/ Orientare/Fare Design. L'offerta formativa universitaria italiana*, Francoangeli, Milano

Ringraziamenti

Referenti nazionali e internazionali:

Francesca Tosi
CUID

Lorenzo Imbesi
Cumulus

Referenti delle università coinvolte:

Salvatore Bitonti
Accademia Albertina delle Belle Arti di Torino

Alessandro Colombo
IAAD

Paola Zini
IED Torino

Cristian Campagnaro
Politecnico di Torino

Si ringraziano inoltre:

Sabrina Barberis
Politecnico di Torino

Paolo Maccarrone
Accademia Albertina delle Belle Arti

Sara Banzatti IAAD

Emma Cova IED Torino

Fightbean (tutor del workshop con gli studenti)

Federica Pecoraro

Eleonora Tava

Studenti coinvolti nel workshop con Fightbean:

Accademia Albertina di Belle Arti di Torino
Marco Fiananese
Zhu Jashun
Mattia Arcangelo Stigliano

IAAD
Agostino De Palmas
Martina Manfredini
Paolo Saucedu

IED Torino
Gabriele Fioretto
Morena Di Molfetta
Francesca Macolino

Politecnico di Torino
Nicole Aranci
Nicolò Buselli
Giuseppe Maroncelli
Francesca Salvaia
Juri Sanni
Davide Sito

CIRCOLO DEL DESIGN

Il Circolo del Design alimenta e promuove la cultura del progetto realizzando progetti d'impatto sul territorio e un programma di attività culturali e di formazione.

Con la sua attività il Circolo contribuisce a rinforzare il sistema del design del territorio e favorisce le connessioni tra designer, aziende, mondo culturale, pubblica amministrazione e istituzioni.

Il Circolo del Design è uno spazio aperto, inclusivo e partecipato.

Il Circolo del Design è sostenuto da:
Camera di commercio di Torino

Principali sostenitori dei progetti:
Fondazione Compagnia di San Paolo
MiC - Ministero della Cultura
Regione Piemonte
Fondazione CRT
Reale Foundation
si ringrazia il Fondo di Beneficenza di Intesa Sanpaolo

Sponsor:
CNA Torino
Unione Industriali Torino

Network:
New European Bauhaus
Creative Action Europe

Contatti:
Circolo Del Design ,
Via S. Francesco da Paola 17, 10123 Torino
info@circolodeldesign.it | +39 331 432 1195

C D D
CIRCOLO DEL DESIGN



La ricerca approfondisce gli aspetti legati alla formazione del designer nella regione considerando non solo l'offerta delle scuole ma anche le relazioni con l'intero sistema legato al mondo del progetto al fine di osservarne l'impatto culturale sul territorio.

Si intende così esplorare e delineare lo scenario complessivo dell'offerta formativa e le potenzialità future con le esigenze di sviluppo e progresso culturale, sociale, ambientale e tecnologico, anche in confronto con le direzioni emergenti a livello nazionale e internazionale.

Un aspetto distintivo di questa mappatura quanti-qualitativa sta nel considerare non solo l'apporto degli istituti legati alla cosiddetta formazione terziaria, ovvero Università e Alta Formazione, ma anche di quella secondaria, fino ad includere le attività formative offerte da realtà extra scolastiche (enti, istituzioni culturali, associazioni) altrettanto fondamentali per costruire un sistema territoriale efficace in tutti i suoi aspetti e nelle relazioni.

Con l'obiettivo di mettere a disposizione a tutti gli attori coinvolti (studenti, docenti, policy maker di enti pubblici e privati con interessi nel mondo del Design) uno strumento utile per comprendere il sistema formativo di una professione sempre più ambita.

mira.circolodeldesign.it

C D D
CIRCOLO DEL DESIGN

€12,00
ISBN 979-12-210-4108-8

9 791221 041088