



# E le aziende

2025

---

**Alumni**

**Career**

**Industry Engagement**



**La nostra storia**

# Da più di 50 anni prepariamo i professionisti del futuro

**L'Istituto Europeo di Design nasce nel 1966 da una straordinaria visione di Francesco Morelli.**

Fin dalla sua fondazione, IED si configura come **spazio di ricerca**, una rete aperta, inclusiva e attiva, in grado di insegnare e promuovere la **cultura del progetto; una scuola** dove l'approccio al design diventa strumento di trasformazione sociale, culturale ed economica.

**L'esperienza formativa** si fonda sul concetto educativo che **il sapere e il saper fare debbano crescere insieme**. Un'idea semplice ed efficace che caratterizza l'intero percorso didattico: formare gli studenti unendo teoria e pratica, a partire dal sapere portato in aula dai **professionisti** del settore e dalle necessità di ricerca delle Aziende partner.

## Il nostro network



IED è un network riconosciuto a livello internazionale presente in **11 sedi**, di cui **6 in Italia** - Milano, Cagliari, Firenze, Roma, Torino e Accademia Aldo Galli di Como - **3 in Spagna** - Barcellona, Madrid e Kunsthil Bilbao - e **2 in Brasile** - Rio de Janeiro e San Paolo.

Oggi IED è l'unica Scuola Internazionale di Alta Formazione in ambito creativo ad aver mantenuto nel tempo una matrice interamente Italiana ed è membro delle principali reti accademiche internazionali quali, ad esempio, **Cumulus, Elia, WDO**.

**Ogni anno IED avvia progetti di innovazione in ambito formativo** nelle discipline del Design, della Moda, delle Arti Visive e della Comunicazione, del Management e dell'Arte, sperimentando forme di apprendimento e nuovi modelli per interpretare il futuro.

**11**

SEDI NEL MONDO

**1900**

DOCENTI

**10K**

STUDENTI ALL'ANNO

**100+**

NAZIONALITÀ DI  
PROVENIENZA

L'approccio IED

# Progetto e Genius Loci

IED promuove la dimensione internazionale della formazione, lo scambio culturale, la **creazione di un sapere condiviso** e di buone pratiche attraverso collaborazioni aziendali ed accademiche con partner e istituzioni in tutto il mondo.

Dal 2022, con la **creazione di IED S.B.p.A.** ha inserito tra i suoi obiettivi quanto da sempre fa parte del suo DNA: la generazione di valore condiviso per la collettività e l'ambiente e l'impegno a **operare in modo responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti di persone, comunità, territori, ambiente, beni e attività culturali e sociali, enti, associazioni e altri portatori di interesse.**



# Industry Engagement

CHI SIAMO

## LA DIVISIONE

La Divisione Industry Engagement è il **ponte attivo e strategico tra il mondo della formazione IED e il sistema produttivo, culturale e istituzionale**. Un ecosistema aperto che favorisce l'incontro tra didattica, ricerca e impresa, attraverso la co-progettazione di esperienze formative e creative fondate sulla multidisciplinarietà, sull'innovazione e sulla cultura del progetto.

La Divisione promuove collaborazioni che rispondono a un duplice obiettivo: da un lato, interpretare le esigenze e le visioni di aziende, enti e istituzioni; dall'altro, generare valore per studenti e docenti attraverso modelli didattici contemporanei, professionalizzanti e orientati all'apprendimento attivo.

Collaborare con IED significa inoltre **rafforzare la visibilità del proprio brand, attivare canali di comunicazione innovativi e contribuire in modo tangibile alla formazione delle nuove generazioni**, beneficiando del prestigio e dell'awareness di un network educativo riconosciuto a livello internazionale.

# Industry Engagement



## COSA FACCIAMO

---

### Formazione Aziendale Tailor Made

IED progetta percorsi formativi su misura, personalizzati e finanziabili, pensati per accompagnare Aziende e Istituzioni nei processi di **innovazione aziendale, upskilling, reskilling e lifelong learning**.

### Borse di Studio, sponsorship, convenzioni

Promuovere la cultura del design tra i giovani e sostenere lo sviluppo creativo è una mission che IED persegue attraverso l'attribuzione di borse di studio finanziate da Enti e Aziende, che scelgono di affiancare il proprio nome a un giovane talento creativo per uno o più anni per accompagnarlo nella propria formazione.

### Workshop e Progetti

IED sviluppa **workshop intensivi, progetti extra-didattici e focus group tematici**, con l'obiettivo di esplorare soluzioni innovative e testare concept legati a prodotti, servizi, strategie di comunicazione o posizionamento.

# Industry Engagement

AZIENDA  
**ASSOCIAZIONE FISHLOVE**

NOME PROGETTO  
**A NEW MANIFESTO**



**CASO STUDIO**

## L'obiettivo

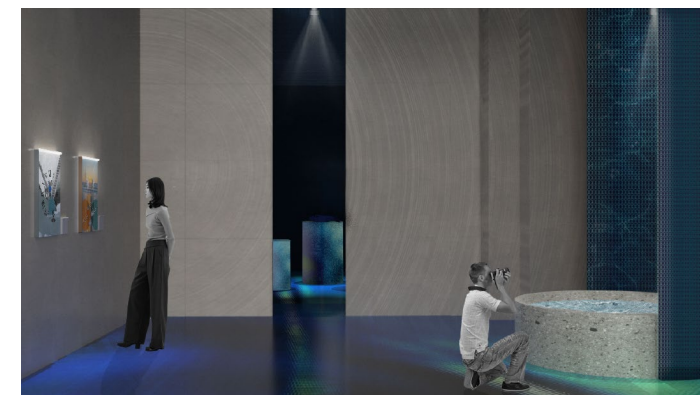
Realizzazione di due manifesti inediti (pubblico e istituzioni) come strumenti di comunicazione e advocacy. I manifesti esprimono i valori dell'Associazione e la visione di **acquicoltura sostenibile** a tutela di ecosistemi e specie acquatiche. Tra gli obiettivi rientrano anche la proposta di un allestimento scenografico di una mostra capace di raccontare in modo immersivo e inedito l'impegno di Fishlove, oltre allo sviluppo di proposte di titoli per le opere fotografiche e di cinque artwork destinati alla comunicazione.

## Il team di lavoro

**12 studenti** del 2° anno del corso in Interior Design, Design della Comunicazione, Illustrazione e Animazione, Sound Design Fashion Styling & Communication.

## I risultati

Il progetto ha prodotto una **nuova identità visiva e concettuale** che rinnova il linguaggio comunicativo di Fishlove, rendendolo più inclusivo, immediato e riconoscibile. I due manifesti realizzati sintetizzano i valori fondamentali dell'Associazione e offrono **strumenti efficaci di divulgazione e sensibilizzazione**, mentre gli artwork e le proposte di titolazione arricchiscono il repertorio creativo a disposizione di Fishlove per le future campagne di comunicazione e attività istituzionali.



# Industry Engagement

AZIENDA  
**ASSOCIAZIONE FASHION  
REVOLUTION**

NOME PROGETTO  
**FA/RE: BEING COOL IS  
NOTHING NEW**



## CASO STUDIO

### L'obiettivo

Il progetto Fa/Re, realizzato in collaborazione con **Orsola de Castro**, fondatrice di Fashion Revolution, **promuove una riflessione attiva sul valore del riuso e sulla sostenibilità nel sistema moda** attraverso un approccio multidisciplinare e partecipativo. Progettazione e realizzazione di un evento esperienziale aperto al pubblico, che coniuga creatività, artigianalità e tecnologia per dare nuova vita a materiali di scarto – dai capi d'abbigliamento ai provini fotografici e alle audiocassette – trasformandoli in oggetti, strumenti e installazioni dal linguaggio contemporaneo.

### Il team di lavoro

**50 studenti** dei corsi triennali e master in Fashion Design, Fashion Marketing, Fashion Styling & Communication, Fotografia, Sound Design, Media Design, Interior Design, Product Design, Illustrazione e Animazione, Graphic Design.

### I risultati

Una **tre-giorni esperienziale** presso IED Moda Milano, durante la quale il pubblico ha potuto **esplorare il tema del riuso attraverso laboratori, installazioni e workshop interattivi**. Gli studenti, organizzati in team creativi, hanno curato tutti gli aspetti dell'evento – dalla scenografia alla comunicazione – acquisendo competenze progettuali e gestionali. Grazie alla collaborazione con Levi's, i-D Vice e 24 Bottles, Fa/Re si è affermato come un modello virtuoso di formazione collaborativa e sensibilizzazione, capace di unire design, sostenibilità e sperimentazione.



# Industry Engagement

AZIENDA  
**FERRARELLE & SOS  
MEDITERRANEE**

NOME PROGETTO  
**DESIGN SOSTENIBILE**

[LINK](#)



CASO STUDIO

## L'obiettivo

**Progettazione di soluzioni di design sostenibile per migliorare la vita dei naufraghi** a bordo della Ocean Viking, la nave che l'ONG SOS Mediterranee utilizza per il salvataggio e il primo soccorso in mare di migranti nel Mediterraneo.

## Il team di lavoro

**10** studenti del 2 anno del corso di Product Design  
Docente tutor: **Marika Aakesson**

## I risultati

**Cinque progetti sostenibili ed ecologici con l'ambizione di risolvere alcuni problemi pratici della vita quotidiana dei naufraghi a bordo della nave.**

Una cabina telefonica portatile che isola i rumori e garantisce la privacy, un barber shop piccolo e funzionale, uno zaino impermeabile e gonfiabile con rescue kit, un tavolo pieghevole multifunzionale pensato per la zona medica ma anche per la distribuzione di cibo e un gioco che parla di solidarietà.



# Industry Engagement

AZIENDA  
**ATAC**

NOME PROGETTO  
**TERRA NUOVA**

**LINK**

**IED**



**CASO STUDIO**

## L'obiettivo

**Creare un'esperienza immersiva nella metropolitana di Roma**, che permette alla comunità romana di avvicinarsi nuovamente alla Natura. Un progetto che promuove la sostenibilità e immagina un futuro ancora più ecologico per Roma.

## Il team di lavoro

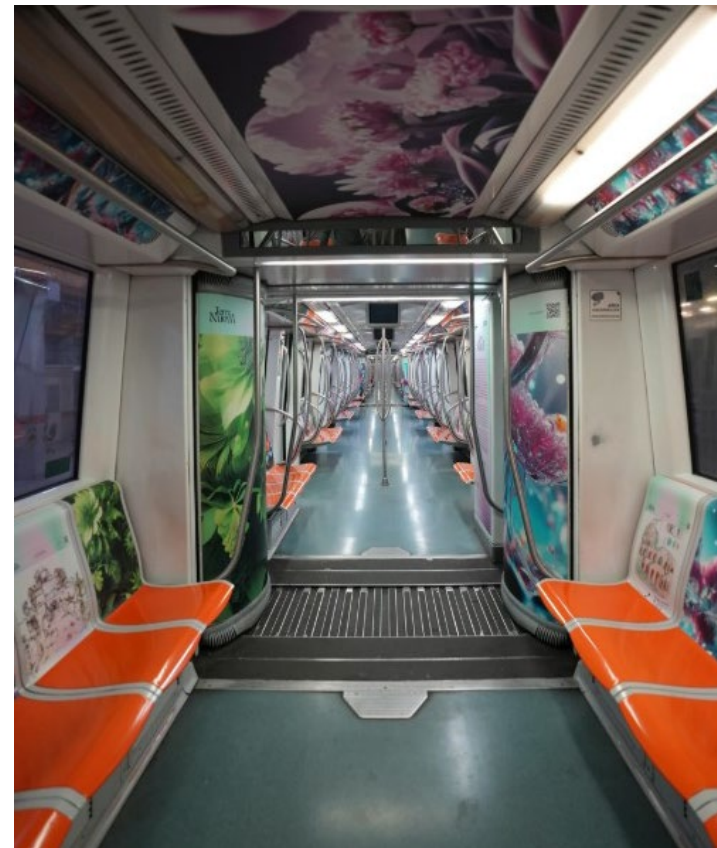
**13** studenti del Master in Arts Management e **25** studenti del liceo (PCTO)

Docente tutor: **Matteo Modena, Branco Corradini**

## I risultati

**Gli interni dei vagoni della metropolitana si animano grazie agli sketch degli studenti**, dando vita a un progetto che coniuga arte e una visione di futuro sostenibile, attraverso la creazione di una sinergia tra creatività, innovazione e responsabilità ambientale.

*Abbiamo focalizzato la nostra attenzione su alcuni murali che raccontano storie di sostenibilità nella città di Roma. Incoraggiamo la comunità romana ad essere più attenta all'ambiente, decidendo di utilizzare la metropolitana per immergersi e scoprire l'arte pubblica della città.*



# Industry Engagement



AZIENDA  
IED

NOME PROGETTO  
AGENDA 2030

[LINK](#)



CASO STUDIO

## L'obiettivo

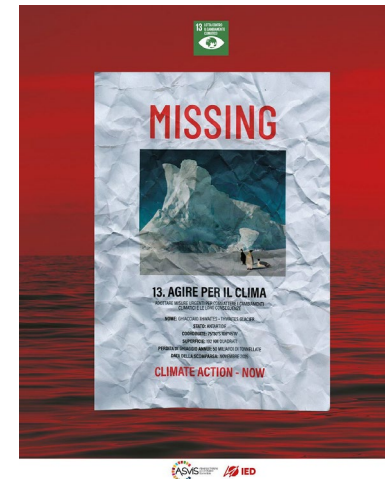
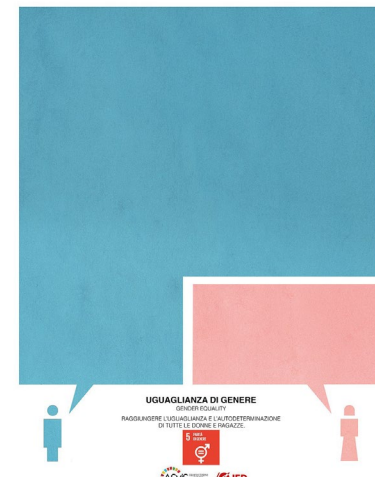
Progettazione di artwork che traducono tramite immagini i 17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile dell'Agenda 2030

## Il team di lavoro

17 studenti del corso di Graphic Design  
Docente tutor: **Luigi Vernieri**

## I risultati

Tramite un linguaggio transgenerazionale e in grado di unire il mondo reale con il mondo digitale, gli studenti hanno dato vita ad una narrazione tramite **poster dei 17 Obiettivi di sviluppo sostenibile.**



# Industry Engagement

AZIENDA  
**GREENPEACE**

NOME PROGETTO  
**TURISMO RIGENERATIVO**

[LINK](#)



CASO STUDIO

## L'obiettivo

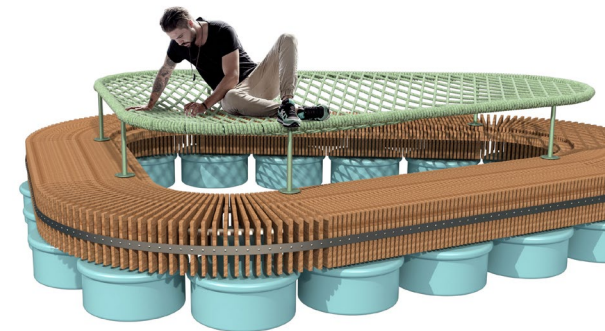
**Progettazione di nuove forme di turismo** a Roma in chiave generativa, ripensando l'esperienza turistica in **chiave sostenibile e rispettosa dell'ambiente, toccando zone come il Parco delle Valli, l'Isola Tiberina e il Gazometro**

## Il team di lavoro

**7** studenti dei corsi di Graphic design, Product design e Design della Comunicazione  
Docente tutor: **Marika Aakesson**

## I risultati

Uno dei progetti di Tesi LIMEN: propone un turismo rigenerativo in tre tappe: Aniene, Isola Tiberina e Marconi. Tramite **l'installazione di alcune apposite piattaforme galleggianti sul Tevere**, l'attività turistica viene ripensata in una **nuova chiave più responsabile**, volta alla preservazione dell'ambiente e al benessere dei visitatori e della popolazione locale.



# Industry Engagement

AZIENDA  
**TERRANOSTRA**

NOME PROGETTO  
**SLOW TOURISM**



CASO STUDIO

## L'obiettivo

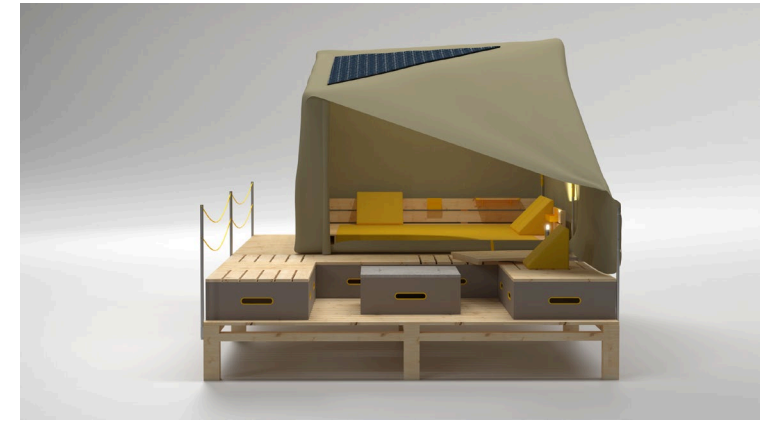
Progettazione di spazi, oggetti e servizi per la degustazione eno-olio gastronomica nel Lazio e per lo sviluppo di **hospitality** innovativa e sostenibile in modalità **glamping**.

## Il team di lavoro

Studenti del corso di Product design e Interior design  
Docente tutor: **Marika Aakesson**

## I risultati

Uno dei progetti di tesi Ventura: **una tenda multifunzionale da Glamping** pensata per offrire uno spazio accogliente dove vivere a contatto con la natura. Non è solo un posto dove dormire, ma un ambiente flessibile che si adatta a diverse situazioni. La tenda può essere configurata in più modi, a seconda delle esigenze, grazie a una struttura pensata per essere modulare e facile da usare.



# Industry Engagement

AZIENDA  
**CNR-IBE**

NOME PROGETTO  
**DESIGN PER RESISTERE**

[LINK](#)



**CASO STUDIO**

## L'obiettivo

Progettazione di una serie di **prototipi di arredi antisismici** con l'obiettivo di portare soluzioni concrete e scalabili in scuole, uffici, abitazioni e spazi pubblici e offrire protezione in caso di terremoto in ambienti di uso quotidiano, senza sacrificare estetica e funzionalità.

## Il team di lavoro

Studenti del corso di Product design  
Docente tutor: **Mauro Del Santo** con il supporto progettuale di **Marco Fellin** e la consulenza tecnica del ricercatore **Edoardo Giacobbo**, entrambi del **CNR**.

## I risultati

Una serie di **prototipi di arredi antisismici** progettati per offrire un rifugio protettivo durante un terremoto. Gli arredi offrono **una protezione immediata** negli ambienti quotidiani, senza rinunciare a funzionalità ed estetica. **Tavoli, letti, armadi e scrivanie progettati per resistere al crollo di macerie e proteggere chi si trova al loro interno.** L'idea progettuale si ispira al sistema **LifeShell**, sviluppato dai ricercatori del CNR: **strutture in legno lamellare X-LAM** capaci di resistere al peso di macerie e crolli strutturali. Il progetto è presente alla fiera Maker faire Roma 2025.



# Industry Engagement

AZIENDA  
**UNICEF**

NOME PROGETTO  
**DESIGN A PRIZE FOR UIFF**



**CASO STUDIO**

## L'obiettivo

L'obiettivo è stato quello di **realizzare i premi per i cineasti dell'UIFF** – Unicef Innocenti Film Festival una iniziativa della Fondazione di Unicef a Firenze dedicata al cinema indipendente sui temi dell'infanzia in tutto il mondo

## Il team di lavoro

**10 studenti** selezionati fra i corsi triennali in Design del prodotto e Fashion Design.

Docenti: **Javier Deferrari, Luca Parenti.**

## I risultati

La collaborazione ha portato alla **realizzazione di due proposte: un foulard** che richiamava i colori del festival e si ispirava alla città di Firenze, stampata su materiali bio e con inchiostri sostenibili, che è stata donata come premio a tutti i partecipanti del Festival cinematografico. Inoltre, gli studenti di Design hanno realizzato **la statuetta celebrativa di UIFF, premio per i long movies vincitori.**



# Industry Engagement

AZIENDA

**ACQUAVIVA IN ALPE DELLA  
LUNA**

NOME PROGETTO

**LA REGINA DI ACQUAVIVA**



**CASO STUDIO**

## L'obiettivo

L'obiettivo del progetto di tesi è stato quello di **generare uno storytelling** ispirato alle leggende e agli elementi identitari di Acquaviva in Alpe della Luna – borgo resiliente dell'Appennino toscano che gli studenti del corso di comunicazione hanno animato con un progetto di comunicazione e valorizzazione del territorio.

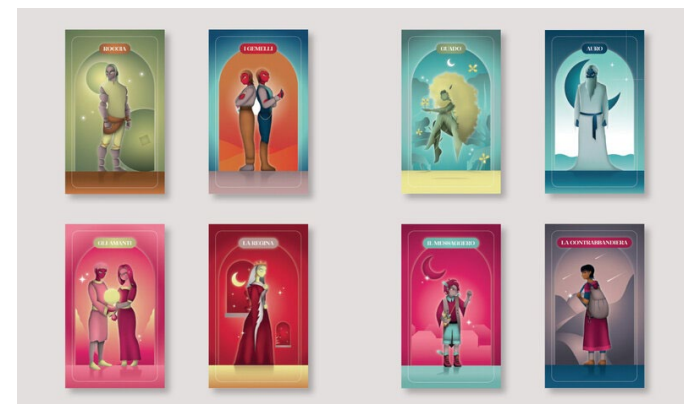
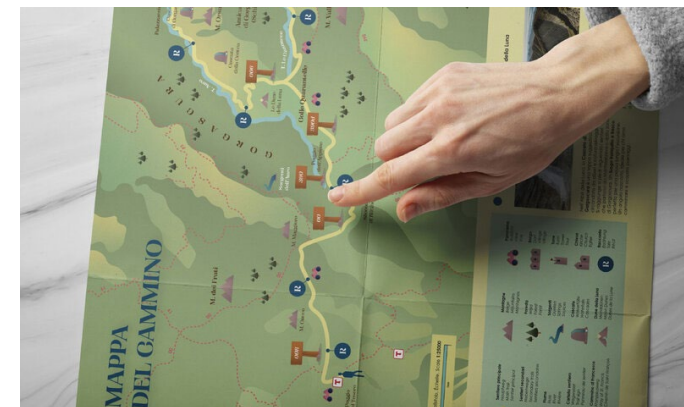
## Il team di lavoro

Studenti al terzo anno del Corso triennale in **Design della comunicazione visiva**.

Docenti: **Diego Fontana, Alessandra Foschi**.

## I risultati

Con la Luna come fulcro narrativo. Attorno a questo simbolo gli studenti hanno **sviluppato otto personaggi**, capaci di intrecciare tradizione e immaginazione, proponendo attività sia esperienziali sia informative. Il concept si declina in un festival annuale della durata di cinque giorni e in un cammino interattivo pensato per gli appassionati di trekking. Lungo il percorso, i visitatori possono vivere un'esperienza immersiva grazie a racconti audio accessibili tramite QR-code, che trasformano il territorio in uno spazio narrativo condiviso e partecipativo.



# Industry Engagement

AZIENDA  
**BANCO ALIMENTARE**

NOME PROGETTO  
**IED PER BANCO**



CASO STUDIO

## L'obiettivo

**Aumentare la consapevolezza del pubblico** sulla specificità e sul valore del lavoro svolto a livello regionale, e attirare nuovi donatori, sia di beni alimentari che di risorse economiche.

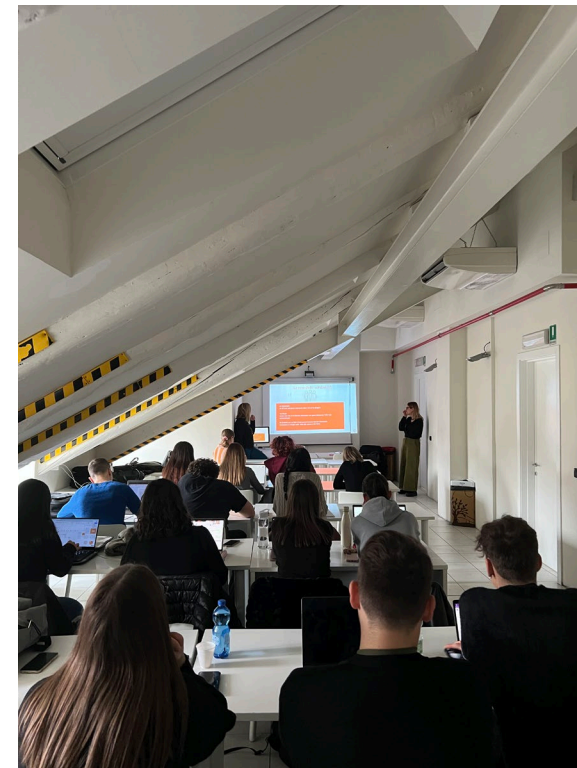
## Il team di lavoro

**22 studenti** del secondo anno del corso in Design della Comunicazione.

## I risultati

La collaborazione ha portato allo sviluppo di una **strategia di comunicazione** integrata per rafforzare l'identità locale del Banco Alimentare del Piemonte, distinguendola da quella nazionale. Gli studenti vincitori hanno proposto un concept efficace e coerente con i valori del BAP, orientato a sensibilizzare nuovi donatori e volontari, con particolare attenzione al target under 40.

È stata inoltre sviluppata una proposta per una campagna di crowdfunding, pensata per sostenere i costi logistici del servizio solidale, e un evento fisico esperienziale, ideato per attrarre nuovi sostenitori attraverso un format coinvolgente.



# Industry Engagement

AZIENDA  
**MAGLIFICIO PO Srl**

NOME PROGETTO  
**CAPSULE OSCALITO**



CASO STUDIO

## L'obiettivo

Sviluppo di una **capsule collection di intimo** per il Brand Oscalito, in linea con la filosofia, i valori etici e di sostenibilità dell'azienda con un focus particolare al target under 30.

## Il team di lavoro

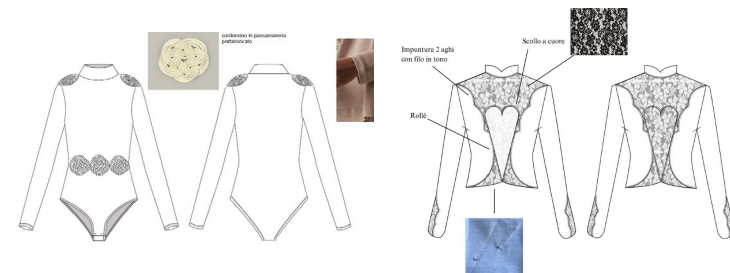
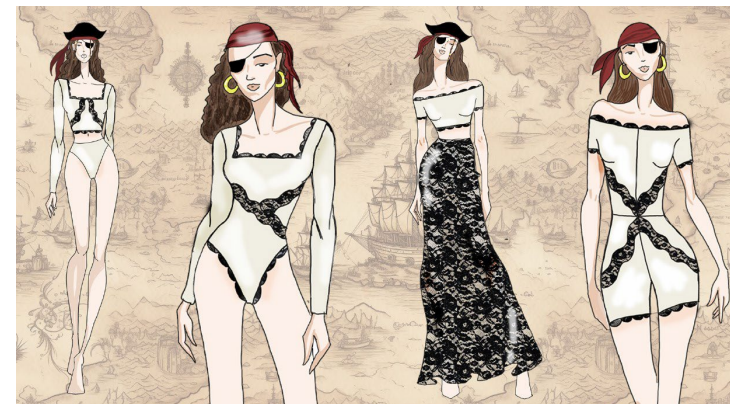
**45 studenti** organizzati in minimo 10 gruppi di lavoro del 2° anno del corso di Fashion Design .

Docenti: **Angelo Lapicciarella, Giorgia Palmirani.**

## I risultati

Due **proposte** principali. La prima riguardava lo sviluppo di **una capsule collection** dedicata al segmento donna, è stato realizzato un book di collezione in formato digitale, che comprendeva diversi elementi fondamentali: mood board che ispiravano l'intera linea, una cartella colori e una cartella tessuti dettagliate, lo studio e la definizione di 5-7 capi di abbigliamento intimo, corredati da relative schede tecniche.

La seconda proposta si è concentrata sul tema della **sostenibilità** e della **comunicazione**. Anche in questo caso, gli elaborati hanno incluso una mood board rappresentativa, proposte di branding efficaci e un concept specifico per i social media e il digital marketing. Infine, è stata svolta un'analisi approfondita del brand, per garantire coerenza e un approccio strategico all'intera comunicazione.



Veneralia - Collezione SIS 2020  
Melissa Lamanna, Giada Ferreri,  
Gloria Cardia, Greta E. Laurino

# Industry Engagement

AZIENDA  
**FONDAZIONE TIME 2 - Ente  
Filantropico**

NOME PROGETTO  
**SOCIAL A MODO TUO –  
INSTAGRAM**

[LINK](#)



**CASO STUDIO**

## L'obiettivo

L'obiettivo del progetto in collaborazione con Fondazione Time 2, realtà che affianca persone con disabilità nel passaggio all'età adulta, attraverso programmi educativi, sportivi e di empowerment, era lo studio e l'approfondimento della **conoscenza consapevole di Instagram**, i vari utilizzi, le strategie tecniche, l'impatto su chi li utilizza e sul mondo e l'analisi della comunicazione di alcuni profili di successo.

## Il team di lavoro

**11 ragazz\* partecipanti al corso**, tutorati da 2 docenti professionisti.

## I risultati

La collaborazione con Fondazione Time 2 si è rivelata intensa e significativa sia sul piano professionale che umano, grazie all'interazione con giovani partecipanti che hanno mostrato entusiasmo, energia positiva e una sincera volontà di mettersi in gioco..

L'intero progetto ha saputo coniugare entusiasmo, passione e strumenti concreti per la crescita personale e professionale dei partecipanti, confermando la validità di una collaborazione efficace e di valore.



# Career

93%

PLACEMENT  
RATE ITALIA A.A.  
22/23

76%

STAGE  
CURRICULARE +  
EXTRACURRICULARE  
+ FIELD PROJECT  
ANNO 2024

24%

PLACEMENT  
ANNO 2024



## COSA FACCIAMO

### Accesso a Talenti Qualificati

IED dispone di un vasto bacino di studenti e Alumni formati in vari campi del design, della moda, delle arti visive e della comunicazione, garantendo ai Partner accesso a talenti con competenze qualificate

### Supporto continuo

IED offre un supporto continuo durante tutto il processo di selezione, fornendo assistenza, anche burocratica, ai Partner per garantire una transizione fluida verso l'inserimento lavorativo.

### Processo di Selezione Efficiente

La personalizzazione del processo di selezione e l'uso di strumenti digitali avanzati (ATS – Applicant Tracking System) aiutano a identificare rapidamente i candidati più adatti, riducendo il *time to hire*.

### Eventi Monobrand EMPLOYER BRANDING & RECRUITING

In qualsiasi momento dell'anno creiamo, su richiesta, eventi costruiti ad hoc in base alle esigenze delle aziende.

### Job Future Days

Speech, tavole rotonde, interviste e approfondimenti tematici - con i protagonisti del mercato del lavoro

### Career Fair UN MODO NUOVO DI FARE RECRUITING

.Evento dove le aziende partecipanti hanno l'opportunità di scoprire i migliori profili emergenti dai corsi IED, cercando giovani talenti che possano integrare i loro team e contribuire all'innovazione e alla crescita del settore.

# Alumni

## COSA FACCIAMO

La community IED Alumni è una vivace rete di professionisti della creatività distribuita in tutto il mondo, che promuove la condivisione di conoscenze e l'innovazione, in linea con i valori promossi da IED.

Designer, artisti, imprenditori e leader di settore ad ogni livello di seniority, che si sono formati in IED e portano avanti la cultura del progetto nei vari settori dell'industria creativa.

## Career Page

Tramite la pubblicazione e la promozione di offerte di lavoro e collaborazione freelance, le aziende possono ricevere candidature spontanee da parte dei membri della community Alumni e avere la possibilità di entrare in contatto diretto con profili interessati alle opportunità lavorative da loro proposte.

## Osservatorio Professioni e Scouting

Gli strumenti a disposizione del team rendono possibile analizzare su larga scala il bacino di talenti IED, che conta più di 100.000 professionisti in tutto il mondo, attivi soprattutto nelle aree del design strategico e della comunicazione. Una volta individuati i profili più interessanti, il team si mette a disposizione per creare la connessione migliore tra le aziende e gli Alumni, con l'obiettivo di attivare progetti speciali, focus group o partnership strategiche su scala locale e internazionale.

100K 150+

EX STUDENTI  
APPARTENENTI ALLA  
RETE IED ALUMNI

PROFILI  
PROFESSIONALI

24+ 1000

MENTORI ALUMNI

OPPORTUNITÀ DI  
LAVORO  
ESCLUSIVE  
ALL'ANNO



# Entra a fare parte del network IED.

[career.service@ied.it](mailto:career.service@ied.it)

[www.ied.it/aziende](http://www.ied.it/aziende)

Entra a farne parte