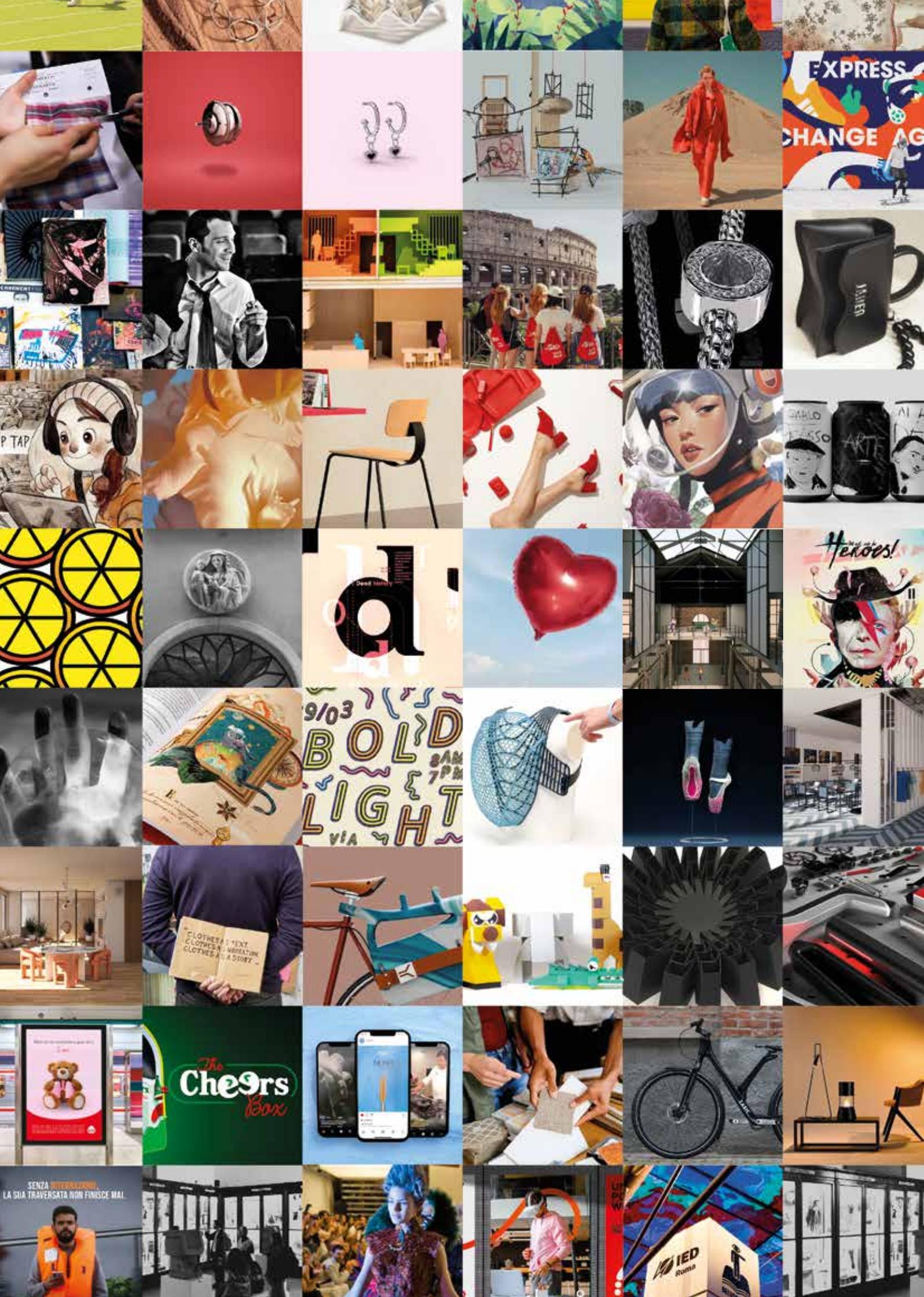


IED Roma
50 STORIE DI FUTURO







volume realizzato senza fini di lucro da
IED Istituto Europeo di Design S.B.p.a.

Tutti i diritti sono riservati.
I contenuti di questo volume non potranno
essere ripresi e diffusi in tutto o in parte,
senza preventiva autorizzazione IED.

IED declina ogni responsabilità,
per eventuali imprecisioni, errori,
omissioni presenti nel Volume,
così come per eventuali danni o
pregiudizi che dovessero derivare
da qualunque utilizzo dei contenuti
effettuato senza autorizzazione.

Finito di stampare a
dicembre 2023 da
Tipografia Tiburtini
Traduzioni a cura di
Imagine Traduzioni



IED Roma
50 STORIE DI FUTURO





GRADUATION CEREMONY
GRADUATION



IED Roma, 50 storie di futuro

A cura di

Laura Negrini

Comunicazione e Relazioni esterne

Valeria Nardoni

Art Director e Relatore di tesi

Luigi Vernieri

Graphic Design e Correlatore

Roberto Terrinoni

Editor e Coordinatore di redazione

Daniela Ubaldi

Il volume è stato in parte realizzato
come progetto di tesi dagli studenti
di Graphic Design dell'A.A. 2022 -2023

**Assistente di produzione
e autore della copertina**

Rocco Cilurso

Progetto Grafico

Rocco Cilurso

Sabrina Lista

Helena Russo

Larianna Spadaro

Contenuti

Eduardo Cardoso Saraiva

Lorenzo Chiodo

Alessandro Froio

Claudia Lattari

Sara Panzironi

Stefano Petruzzello

Lorenzo Picchiarelli

Anna Cristina Quartarella

Si ringrazia

Enzo Cucchi per l'autorizzazione

alla pubblicazione dell'opera

"Senza titolo 2019 (Nicolino)",

Alessandro Cucchi per la disponibilità;

Daniela Staffa e Mauro Rotondi

per la collaborazione da Fandango;

Stefano Cicconardi (Plural Agency)

e Alessandro Galatoli (fotografo)

per il ritratto di Diego Sacchetti;

Maria Centi, Creative Director &

Licensing Press Officer Valentino;

Antonella D'Alessandro,

Head of Global Corporate PR Etro;

Martina Nipoti,

Project Manager Image Traduzioni;

Marika Aakesson,

coordinatrice Product Design IED Roma.

Una scuola come lo IED è un luogo di tempi simultanei, non ne esistono altri come questo, in cui storia, presente e visione convivano insieme. Da qui la natura di questa pubblicazione, occasione per festeggiare i 50 anni dello IED a Roma, che descrive l'incontro di "storie di futuro", storie di attori e progetti che si confrontano con epoche diverse, progettano un tempo che ha effetto nei successivi, disegnano un presente i cui effetti si diffondono a catena, come la spinta di un domino che, se è forte all'origine, si riverbera modificando tutto l'ambiente circostante.

Come una spinta all'origine



Laura Negrini

Director - IED Roma

La storia dello IED a Roma nasce nel 1973 con la sede in via dei Fori Imperiali. Si tratta della seconda sede aperta dal visionario fondatore di IED Francesco Morelli, dopo quella di Milano nel 1966, prima scuola di design in Italia.

Gli studenti che si sono diplomati in quegli anni e che oggi svolgono l'attività professionale, attraverso il loro modo di intendere il design, definiscono il presente. Molti di quei professionisti sono oggi docenti e guidano gli studenti nella comprensione dei bisogni della società e nella prefigurazione del come vorremo vivere domani. Una scuola come lo IED è un luogo di tempi simultanei, non ne esistono altri come questo, in cui storia, presente e visione, intesa come atteggiamento programmatico, convivono insieme. Da qui la natura di questa pubblicazione, occasione per festeggiare i 50 anni dello IED a Roma, che descrive l'incontro di "storie di futuro", storie di attori e progetti che si confrontano con epoche diverse, progettano un tempo che ha effetto nei

successivi, disegnano un presente i cui effetti si diffondono a catena, come la spinta di un domino che, se è forte all'origine, si riverbera modificando tutto l'ambiente circostante.

IED Roma è questa spinta, testimoniata in questo volume dalle storie che si intersecano, i progetti e gli eventi che l'hanno caratterizzata nel tempo, le visioni dei rappresentanti del network internazionale di cui Roma è parte, le testimonianze di ex studenti che sono diventati oggi grandi professionisti. Queste storie si intrecciano senza ordine apparente, perché il loro contatto e la loro interferenza reciproca vale molto più della regola. Questa pubblicazione festeggia il trascorrere del tempo e ne celebra le conseguenze, fotografa la simultaneità di effetti che nascono dalle idee e che, se la scuola ha lavorato bene, si propagano come un'onda in assenza di attrito.

IED Roma è una scuola che fin dalle origini si è basata sulla trasmissione del sapere e soprattutto del saper fare. Ma il con-



Enzo Cucchi, "Senza titolo 2019 (Nicolino)", scultura in marmo bardiglio grigio, cm 66x44x50. Collezione Privata. Crediti fotografici: Musacchio-Ianniello

retto di fare è cambiato in modo sostanziale in questi 50 anni. La moda, il design, la comunicazione e tutte le arti visive sono state travolte da trasformazioni inimmaginabili. La storia di IED non è stata solo lo sviluppo di corsi e l'alternarsi di nuovi programmi didattici ma è stata una storia di visioni che hanno saputo interpretare le epoche e immaginare le realtà produttive in cui nuovi designer potessero inserirsi. Henry Ford riteneva che non si impara a scuola ciò che farà il mondo l'anno prossimo ma non è sempre così: IED è stato capace di formare la predisposizione a giocare d'anticipo. Nessuna sfera di cristallo, ma la naturale attitudine di un progettista nel senso profondo del termine, quella di trasformare un'intuizione in ricerca. L'idea di scuola è certamente negli anni cambiata, e oggi si basa su presupposti fondamentali: il primo riguarda lo spostamento dell'attenzione dalla didattica al soggetto e quindi dalla valorizzazione del progetto alla valorizzazione del progettista. Il progetto (quindi la nostra idea di futuro) non può migliorare se non migliora il progettista. La crescita culturale di una comunità non si fonda sul trasferimento di sapere ex-cattedra, ma sulla creazione di condizioni che favoriscono lo sviluppo di un'autonomia di pensiero e della capacità di confrontarsi con contesti sempre più mutanti e imprevedibili. L'autonomia di pensiero presuppone il recupero della capacità di concentrazione, il valore di un tempo del progetto lungo, dedicato, silenzioso. La nostra attenzione è diventata una merce preziosa.

La tecnologia che usiamo ogni giorno è indubbiamente utile, ma deliberatamente progettata per distrarci. L'obiettivo verso cui questa scuola si muove è quello di unire tecnologia e recupero della manifattura antica, intelligenza artificiale e manualità propria dell'antica tradizione allo scopo di distrarre dalla distrazione, per recuperare un'esigenza di profondità e autenticità. Il secondo presupposto è che la scuola sia un luogo di relazioni aperte, problematiche e provocatorie. In cui il corpo docente non sia un sistema chiuso, ma basato su correnti, scambi e relazioni, privo di una metodologia intesa come iter programmatico univoco a favore invece dell'intreccio costante delle diverse nature metodologiche di cui si compongono tutte le discipline creative.

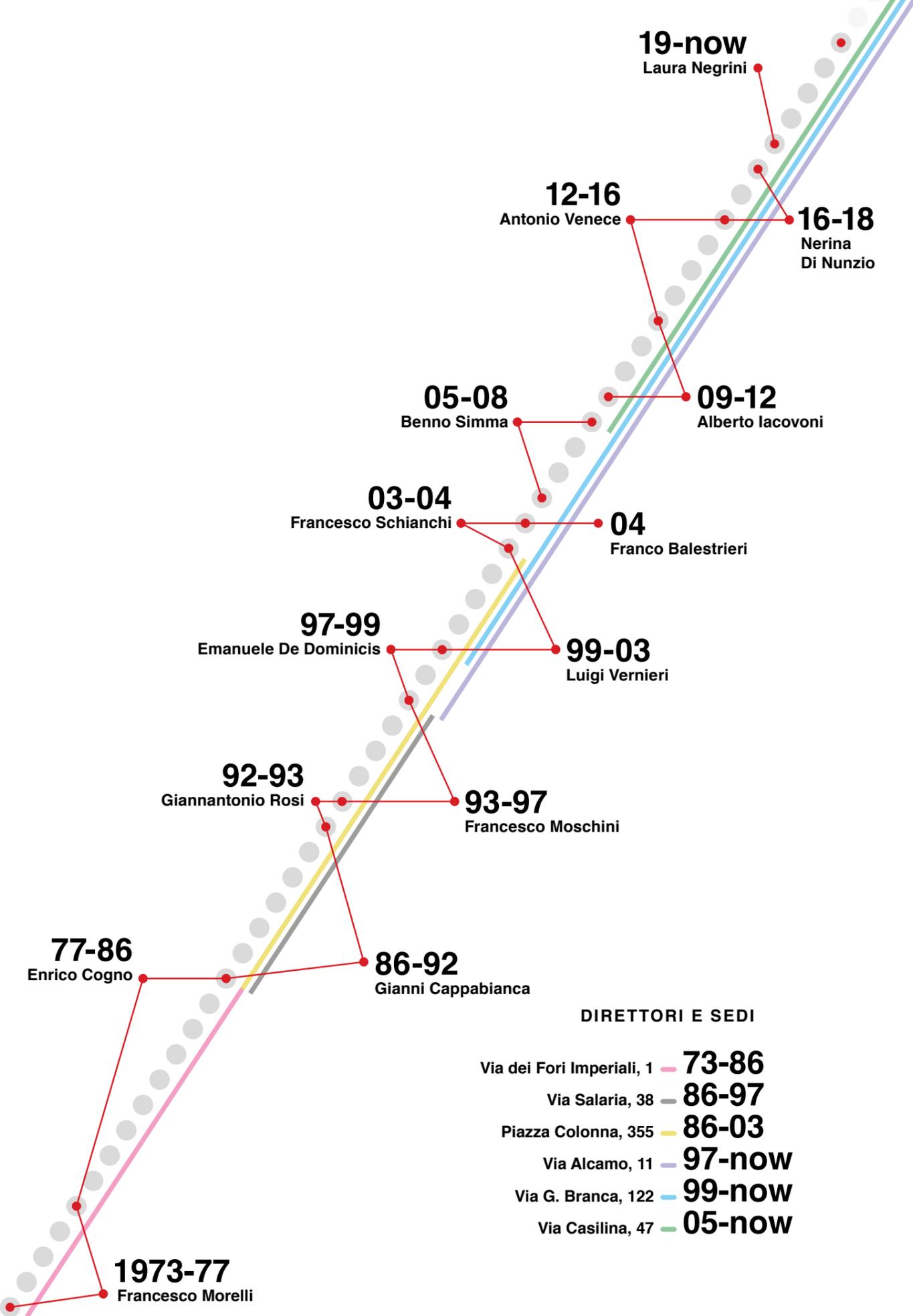
I nostri docenti, designer, artisti e intellettuali che da quel lontano 1973 fino ai nostri giorni hanno scelto di dedicare parte del loro tempo a trasferire la loro esperienza professionale alle nuove generazioni, sono da tempo la forza di questo Istituto. Impossibile ricordarli tutti, non abbiamo archivi così capienti, ma doveroso ricordarne l'immenso contributo in tutti questi anni.

L'intreccio di storie che segue è stato guidato, nel tempo, dallo sguardo di direttori molto diversi tra loro, che nelle diverse fasi si sono confrontati con il network internazionale. La storia della nostra sede è la storia di persone, direttori, coordinatori, staff, docenti e studenti, uniti dalla comune passione per la creatività e

da un travolgente e mai totalmente confessato amore per questa città. IED Roma è da sempre una realtà internazionale, con corsi in inglese, partnership con accademie e realtà aziendali di tutto il mondo, ma sempre fortemente legata al suo contesto territoriale. La sua vocazione è sempre stata quella di valorizzare attraverso il progetto esigenze inespresse, individuare soluzioni altrimenti invisibili a partire dal confronto con i suoi interlocutori. Si tratta, in fondo, dell'attitudine primaria del design, quella di mettersi a servizio dei bisogni della propria epoca, delle necessità del proprio territorio, e dei valori che possono migliorare il nostro stile di vita. Per questa ragione il volume esprime questa attitudine in una serie di progetti raccolti sotto il titolo IEDfor.

Vivere, studiare e progettare a Roma non equivale a farlo altrove. Roma è la città in cui i futuri possibili coesistono con il passato millenario, per questo è una città in cui l'esperienza formativa in ambito creativo è viva e profonda. La testimonianza delle culture è talmente imponente che ci appare prepotente nel quotidiano. Preesistenze antiche generano vuoti irrazionali nella città, monumenti fuori scala scardinano prospettive altrimenti ordinate e controllate. Queste prospettive avvicinano mondi lontani, capolavori dell'arte e dell'architettura che hanno caratterizzato tutte le epoche, che si fondono ad una natura rigogliosa e si confrontano in combinazioni difficilmente prevedibili e mai completamente

progettate. Roma è il luogo della visione e dell'immaginazione, la città in cui davvero la meraviglia coglie all'improvviso. Quella meraviglia che è la prima espressione di uno sguardo che si spinge più avanti e che è il primo atto della conoscenza. Concludo riportando un'opera di Enzo Cucchi, un artista romano di adozione. L'opera "Senza titolo 2019 (Nicolino)", è stata presentata al MAXXI nel 2019 e rappresenta un bambino nudo in un istante di gioco libero, in cui piega le mani a simulare un cannocchiale per meglio guardare un insetto, uno scorpione, appoggiato all'estremità del suo piede. Il putto è realizzato in marmo, di dimensioni molto contenute rispetto allo spazio per cui è pensato e rievoca naturalmente un'iconografia classica molto presente nella scultura romana. In quest'opera, l'artista descrive Roma, cogliendone il senso di "resistenza all'inarrestabile avanzare di un mondo basato sulla velocità e sull'emergenza e di una cultura della tecnica e della scienza che prosciuga ogni giorno di più gli spazi del desiderio e della libertà di pensiero". Lo IED di Roma assomiglia alla sua città: è un luogo in cui si realizza l'unione di tecnica, tecnologia e pensiero. In cui si esprime la riscoperta della manualità, della calma e della libertà di divagazione, come atteggiamenti necessari oggi per recuperare il senso profondo di ciò che si immagina, la riscoperta della ricerca, quella che ci fa guardare a cose vicine con la stessa curiosità con cui si osserverebbero orizzonti lontani e che non teme mai l'ignoto.



1973-2023

La storia dello IED a Roma nasce nel 1973 con la prima sede in via dei Fori Imperiali, presso la Basilica di San Cosma e Damiano, nel cuore della Roma antica, che all'epoca proponeva i primi corsi in Design, Moda e Arti Visive. A partire dal 1983 la sede si estende al quartiere Prati. Vengono istituite le Scuole di Design, Moda e Arti Visive. Dal 1984 al 1999 IED Roma ha trasferito i corsi della Scuola di Moda in piazza Colonna e dal 1988 al 1998 la Scuola di Design trovò diverse sistemazioni tra la via Salaria e piazza Ungheria.

Nel 1997 lo IED trova l'attuale collocazione presso lo storico palazzo di via Alcamo dove oggi si tengono i corsi di Arti Visive e nel 2000 apre anche la sede di Testaccio in via Giovanni Branca per i corsi di IED Moda e IED Comunicazione. Il Dipartimento Master e la Biblioteca dal 2009 hanno sede in via Casilina che si amplia nel 2012 per accogliere gli studenti di IED Design.

In questi anni si sono susseguite alla guida personalità che hanno reso IED Roma quello che è ora, mentre accoglieva oltre 10.000 studenti provenienti da tutto il mondo: ragazzi e ragazze di 60 nazionalità diverse che includono tutti i continenti. Diretto dal 2019 da Laura Negrini, IED Roma è presente in città con tre sedi, nei quartieri di San Giovanni e Testaccio, e può oggi contare su una rete di oltre 500 docenti e un network di 1.500 studenti.

Il libro che avete tra le mani



Luigi Vernieri

Special Projects Manager - IED Roma

50 anni, mezzo secolo, sono un numero di anni ragionevolmente significativo per fare un bilancio.

Ma il libro che avete tra le mani non intende tracciare una linea definitiva a partire dalla quale indicare una somma.

A guardarli insieme 50 anni di idee, sfide, progetti, percorsi formativi, salti evolutivi, esplorazioni inedite e, scommesse sul futuro, si smarriscono date, riferimenti ai corsi, firme dei progetti. Si rimane allegramente rapiti dal caleidoscopio di questa incredibile fucina di creatività e di creativi, ci si smarrisce nella sorpresa e nella meraviglia delle visioni e delle immagini.

Ma questo libro che, come vedete nel sommario, mescola personalità, eventi, visioni e progetti a vocazione sociale, non vuole essere un semplice giro di giostra.

Il libro che state sfogliando abbraccia un arco importante di attività che, per i creativi e il personale IED, sono storia del cambia-

mento sociale, scambio fittissimo e fecondo con il mondo fuori la scuola, conquiste professionali ma anche sfide esistenziali, pezzi importanti di vita vissuta nel felice flusso creativo, scelte di cui riconoscere la responsabilità, ricerca condivisa che ha portato lontano i gruppi che la costruivano insieme. Storia, personale e collettiva. La mia, per esempio, che in 25 anni di IED ho avuto il privilegio di innescare e condividere diversi dei progetti che avete tra le mani. Ma questo non è certamente un libro di memorie

Anzi ad essere didascalici questo è un libro che parla di futuro. Il tema delle riflessioni che tracciano il fil rouge è tratto da "2046", film di fantascienza firmato da un autore di culto del cinema di Hong Kong, Wong Kar-way.

E poiché il libro che avete tra le mani non è nemmeno un saggio accademico, sembra naturale che non ruoti intorno a una "parola-concetto" come Libertà o Formazione. La frase è, appunto, tratta da un dialogo del film, come un fermo immagine nel flusso di una

trama. Si tratta della citazione-omaggio, al format di "Fefè, visual magazine" una rivista internazionale da me ideata anni fa che, come vi capiterà di leggere, ha intrecciato più volte la vita della didattica nell'arco degli anni.

Come in Fefè, ai creativi che sfoglieranno questo libro sarà chiaro subito che questo libro non ha, effettivamente, un tema. Ha, piuttosto, un "brief". Offre una chiave di lettura per i contributi – le Visioni – che abbiamo chiesto ai vertici e ai direttori delle diverse sedi del Gruppo IED che oggi è un vero o proprio network internazionale. Testi che esprimono le diverse anime, gli orientamenti scientifici e le personalità di chi oggi rappresenta e incarna il presente del Gruppo IED. Tanto basta per ammettere che sì, proprio nel punto di maggior contributo scientifico ed accademico, questo non è nemmeno un libro di saperi e verità assolute e in materia di futuro di certo non offre facili ricette.

Ma se avete deciso comunque di prendere il tempo di sfogliare questo volume, vorrei attrarre la vostra attenzione su alcuni contenuti, selezionati con difficoltà tra molti meritevoli per raccontare questi cinquanta anni di evoluzione in IEDRoma. Tra gli ex studenti, che chiamiamo alumni, abbiamo dato voce a 28 personalità che

hanno raggiunto posizioni significative nella professione, attraverso percorsi che, leggerete nelle interviste, sono brillanti o pieni di sfide, estremamente focalizzate o ricche di inattesi colpi di scena, in qualche caso addirittura divertenti. "Storie di successo" nel senso autentico del termine, capaci di esprimere l'aspetto peculiare della formazione in IED. Perché se è vero che, come spiegano i sociologi, il "posto di lavoro" ha quasi smesso di essere "sogno" per una generazione, è altrettanto vero che un lavoro creativo è sempre qualcosa che si sceglie con una idea di talento, con l'urgenza esistenziale di esprimersi e magari lasciare un segno, con l'ambizione di arrivare ad essere visto, apprezzato, riconosciuto.

Si sceglie lo IED per passione anche quando l'età non permette di avere quella chiarezza di sé che traccia precisi ruoli professionali. Si sceglie un percorso IED quando si sente, anche solo confusamente, di avere "talento". E se nessun sistema formativo nel mondo dovrebbe mai deludere o frustrare la realizzazione dei suoi studenti, lo IED da sempre – dalla nascita a Milano più di 50 anni fa - interpreta con il massimo impegno questa richiesta di formare proprio questi 'creativi': nuovi professionisti che non si affidano al caso, non si collocano e basta ma impugnano la conoscenza trasmessa per mettere a frutto la loro inclinazione.

Da sempre lo IED fa sua, rende missione, proprio questa spontanea, appassionata, vivace domanda di futuro dei nostri studenti e quindi, nella costruzione di questo libro, abbiamo pensato di rendere plasticamente questa tensione facendo intervistare gli ex studenti, ora professionisti affermati, da chi questo successo lo sogna davanti a sé, nel futuro. Nella copertina, nelle gabbie, nel format ma soprattutto nelle interviste questo libro è frutto del lavoro di tesi degli studenti del terzo anno del corso di Graphic Design, dell'A.A. 2022-2023.

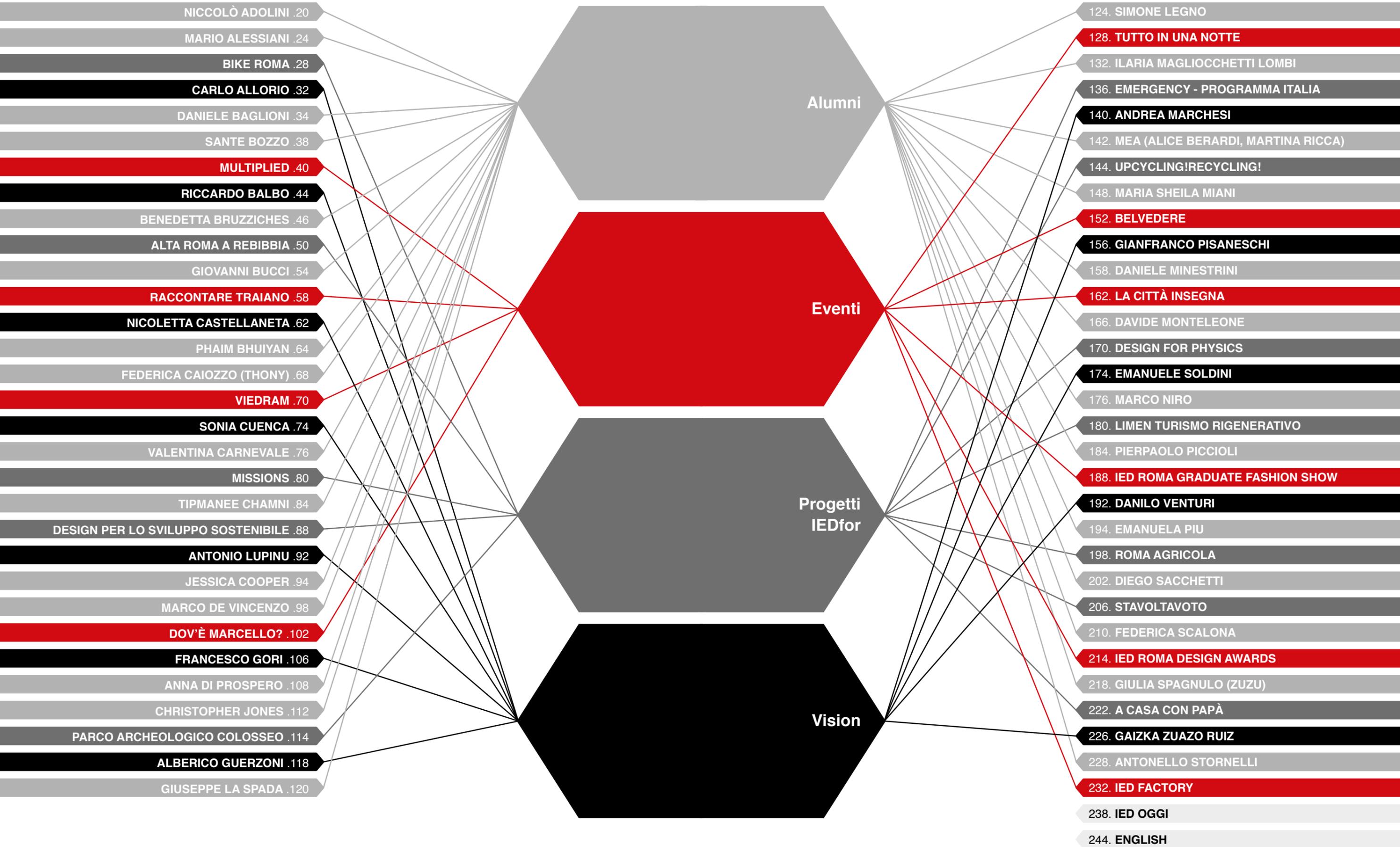
Nelle domande tra chi costruisce tra i banchi la propria scommessa sul futuro e le risposte, le confessioni, i piccoli grandi suggerimenti, di chi, in qualche modo, ha mantenuto la promessa, provate a scorgere anche quella curiosa scintilla, quasi un corto circuito, che rende così speciale insegnare ed apprendere nel mondo IED. Che rende esperienza osmotica lo scambio tra chi, professionista affermato, torna in aula (in quella dove ha studiato) nel ruolo di insegnante, per incontrare ragazzi che in un futuro ravvicinato, diventeranno colleghi.

Provate a scorgere quella briosa consapevolezza che hanno gli studenti, allora come oggi, di condividere una sensibilità colletti-

va, un flusso creativo elettrizzante che li mescola e li avvicina più di quanto potrebbe qualsiasi formula accademica.

E se per raccontare i cinquanta anni di IED Roma vi abbiamo messo davanti cinquanta storie, disseminate tra le interviste agli ex studenti, gli eventi che hanno costruito la vita di questa sede e i progetti di IED FOR, nati per dare un contributo sociale, è perché questo libro, tra le tante cose che non è, una cosa, invece, di certo è.

Un libro. Un progetto concreto, realizzato, tangibile. Una promessa mantenuta. Un'ambizione risolta. Una cosa, diremmo, tipicamente IED, che interpreta il design nel senso più esteso e pieno del termine. Dove l'idea diventa impegno, l'impegno dialogo con gli altri e il fare insieme trasforma la didattica in concreta produzione. E non importa quanto concettualmente ambizioso, complesso, affollato di elementi sia il brief. Non importa il film da cui è tratto il dialogo che ispira il nostro tema. Perché il libro che avete tra le mani è anche questo: il simbolo di qualcosa che noi facciamo praticamente tutti i giorni, a Roma, da cinquant'anni, con i nostri studenti. Mettere al mondo e nel mondo i progetti.





Come Product Designer, **Niccolò Adolini**, collabora con diversi brand del made in Italy. Docente allo IED di Roma è arrivato ad insegnare anche alla Sichuan Normal University di Chengdu in Cina.

Nella formazione di Niccolò Adolini c'è l'*Accademia di Architettura dell'Università della Svizzera Italiana*, creata da Mario Botta a Mendrisio, prima della scelta di studiare design a Roma. Nell'anno del diploma IED, il 2010, si aprono per lui le porte dell'apprendistato presso lo *Studio Dordoni* di Milano. Dal 2016 è docente di Product Design allo IED di Roma. Nell'anno seguente la sua competenza su materiali e made in Italy lo porta ad un incarico di docente in Cina, alla *Sichuan Normal University di Chengdu*. Consigliere in ADI Lazio, oggi è il responsabile del product design nello Studio Adolini, che collabora con aziende come *Ceramica Flaminia, Kalon, Tecla, NIC Design, Martinelli Luce*.





In una intervista hai raccontato che fondamentale per orientarti è stata la figura di Riccardo Blumer. In che modo ti ha dato il coraggio di cambiare percorso di studi?

Nasco in teoria come architetto, ho un padre architetto e mi sembrava quasi doveroso seguire le sue orme. Da quando ero bambino mi portava in cantiere. Andare in Svizzera e studiare architettura è sembrato amore a prima vista. Dopo aver conosciuto Blumer, però, ho aperto gli occhi e mi sono appassionato al product design.

Dalle tue radici, a Civita Castellana, ti sei allontanato molte volte. I viaggi sono stati d'ispirazione?

Per il lavoro di mio padre, per passione personale, per studio ho sempre viaggiato, quindi ho fatto sempre un po' il nomade. Quando si va in giro si rimane sempre colpiti dalle novità, da tutto ciò che è diverso, da quello che viviamo quotidianamente. Alla

fine siamo come delle spugne e assorbiamo tutto per poi riportarlo nei nostri progetti. Il viaggio, la formazione, le ore di treno, mi hanno sicuramente arricchito.

Giulio Cappellini ti ha notato durante la tua partecipazione ad un contest IED. Grazie a quale progetto?

Ero al terzo anno, l'anno di tesi e lo IED offriva agli studenti un contest con *Ceramica Flaminia*. Ci hanno dato un brief molto aperto "Progetta un bagno del futuro". Abbiamo presentato il progetto all'azienda e ci ha valutato lo stesso art director, Giulio Cappellini. Sono stato in grado di progettare un lavabo prendendo ispirazione da *Caballero e Carmensita* (i popolari personaggi di un carosello *Lavazza*). Mi sono presentato con il modellino in scala reale e questo ha fatto sì che mi notasse.

Hai detto di sviluppare un legame con le tradizioni e le ma-

terie prime dei luoghi in cui lavori. Quando ti sei trovato in Brasile come è maturato il tuo stile?

Al mio arrivo in Brasile i primi prodotti sono stati un disastro. Soprattutto per i materiali diversi, il legno che usiamo in Italia, ad esempio, non è lo stesso legno che si usa in Brasile. Inoltre nel 2013 sembrava un paese più conservatore, più classico. Oggi è diverso: le aziende brasiliane ora non si discostano moltissimo da quelle europee, ma anni fa non era così. La difficoltà più grande è stata anche quella di progettare con le proporzioni del cliente brasiliano.

L'incontro con il designer Daniel Simonini ha avuto un ruolo importante? Il confronto professionale aiuta a migliorare i progetti?

Ho collaborato con lui più o meno nove anni quindi di progetti insieme ne abbiamo fatti tanti, siamo andati insieme in Brasile, lui

erano dieci anni che non tornava nel suo paese. Per lui è stato come rinnamorarsi del Brasile, senza il mio stimolo, la mia volontà di aprire nuovi mercati non ci sarebbe tornato.

Produci pezzi unici, dove aggiungi dettagli significativi. Quali sono quelli che hanno la tua firma?

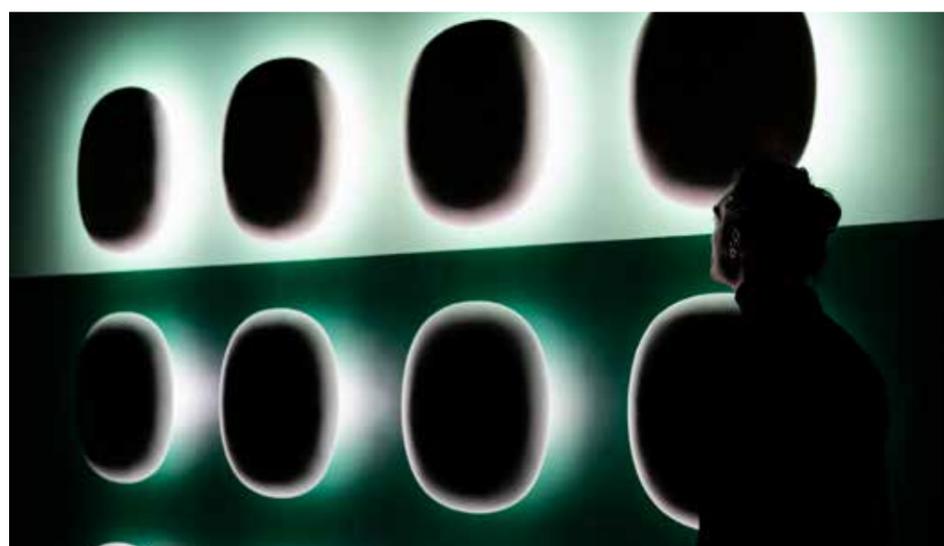
La semplicità, l'artigianalità rendono unici i miei prodotti che vogliono essere sempre funzionali. Spesso i progetti più interessanti sono quelli che non hanno l'autore riconoscibile. Pensa l'imbuto, le forbici, il taglierino: nel loro design non c'è proprietà intellettuale, non esiste il designer che li ha progettati, eppure li usiamo tutti i giorni e risolvono un sacco di problemi. Questo deve fare il mio design, risolvere problemi ed essere bello e funzionale.



Industrial designer **Mario Alessiani** ha scelto Londra dopo il diploma IED, dove ha lavorato per firme di fama internazionale. Con il suo studio oggi collabora con brand come *Fabbian*, *Bundl*, *Umbra*, *Bogaerts Label*.

Classe 1989, nato a Teramo, si fa notare già negli anni del corso di Product Design, a Roma, in occasione di workshop con aziende importanti come *Flaminia*, *Vist* e *Lago*. Da studente collabora come junior designer nello studio di Giulio Patrizi per poi trasferirsi a Londra dove entra nel team di Jake Phipps. Di nuovo in Italia fonda il suo studio di industrial design e centra il suo lavoro sulla ricerca di una espressione produttiva ed estetica degli oggetti che chiama "bellezza funzionale". Oltre ad essere tornato in IED come docente, insegna design presso la Sichuan Normal University di Chengdu in Cina e all'Università degli Studi di Camerino.





Dove nasce la tua passione per il product design e come si è sviluppata nel percorso IED?

I miei genitori sono architetti e fin da piccolo le mie frequentazioni ruotavano intorno all'argomento. Ero più affascinato dagli oggetti che dagli spazi, però. Ormai il design è la mia vita e il processo è iniziato proprio durante lo IED. Credo che l'eredità più grande sia proprio quella: mi ha fatto venire "fame di design". Durante gli studi l'incontro con Mauro Del Santo è stato il più significativo. Oltre ad avermi dato consigli preziosissimi, mi suggerì la lettura di "Making of design" che mi ha fatto accendere la scintilla.

Il tuo approccio ha uno stampo tradizionale e al contempo innovativo. Da dove viene l'ispirazione?

Dal passato italiano cerco la solidità concettuale. Per lo sviluppo del mio metodo ho pescato un po' in Europa cercando di capire gli approcci di Paul Cockshedge, Jasper Morrison e i fratelli Bouroullec.

Come racconteresti le origini del tuo processo creativo e chi o cosa ti ha avvicinato verso la ricerca della "bellezza funzionale"?

Ad un certo punto del mio percorso, intorno ai venticinque anni, ho iniziato a chiedermi come potessi essere utile al mondo del design, che tipo di unicità trasmettere. Tirando le somme ho capito che c'era una sensibilità alla forma che nasceva dall'interpretazione dei processi produttivi. All'epoca lavoravo con aziende con produzioni molto semplici, pochi stampi. Ne ho estrapolato l'essenza e l'ho accentuata nei miei lavori, cercando di allenarla. Col tempo è diventata la ricerca di una bellezza-con-scopo che ho sintetizzato nelle parole "bellezza funzionale". È un concetto molto intimo e in evoluzione, che cerco continuamente di affinare. Questo emerge nei progetti realizzati per *Umbr*, *Officine Tamborino*, *Axolight*, *Bogaerts*, *Iludi*, *Xlboom*, che sono in queste pagine.

Hai avuto la possibilità di trasferirti a Londra e lavorare presso lo studio di Jake Phipps. Che cosa ti porti da quest'esperienza?

Jake era uno che difficilmente scendeva a compromessi quando si parlava di progetto. Quando affrontava un concept faceva i salti mortali per riuscire a realizzarlo, l'ho sempre stimato molto per questo. Una volta assunse per otto ore un ingegnere, non ricordo il nome, considerato un genio dello stampaggio plastico, per portarlo in azienda e far sentire dalla sua voce che si poteva fare una certa forma. Alla fine l'ingegnere non accettò il compenso: si fece promettere in regalo la lampada in questione, una volta prodotta, perché la trovava così bella che valeva la fatica dell'intervento.

Nel 2013 poi, hai aperto il tuo studio. Quanto è stato difficile crearsi una propria realtà produttiva?

Col senno di poi è stato folle mettersi in proprio così giovani,

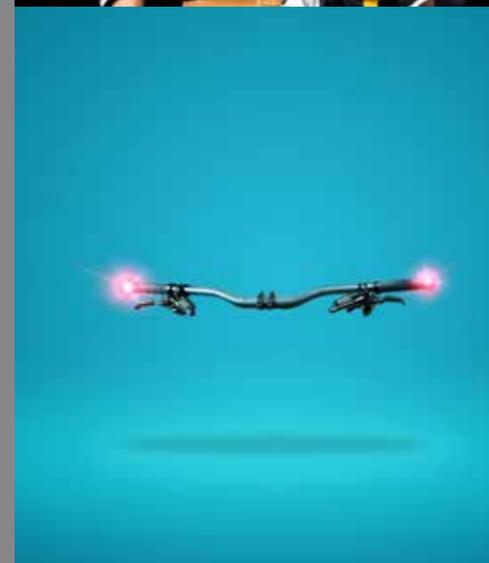
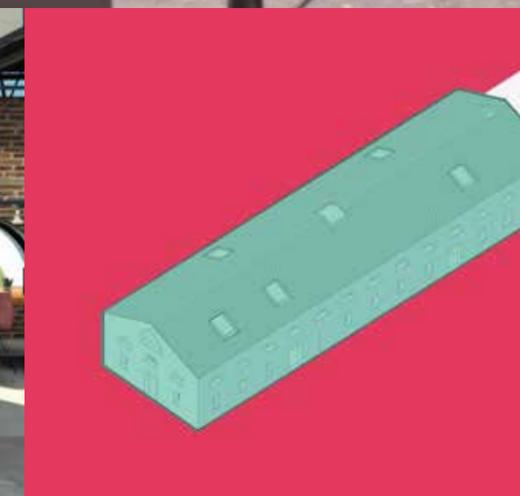
forse dovevo aspettare ancora un po'. Ma lavoravo per altri da circa tre anni e avevo voglia di tentare. A Londra vedevo i miei coetanei che facevano mostre e autoproduzioni, la cosa mi fece pensare che prima avessi iniziato, meglio sarebbe stato. Tornato da Londra, poi, mi trovavo a lavorare per una azienda e ad avere diverse richieste, dopo aver vinto contest di design. Ad un certo punto non passava serata che non dovessi lavorare ai miei progetti. Allora ho pensato che fosse il momento giusto per andare da soli.

Che segno vorresti lasciare come designer? C'è un aspetto specifico sul quale ti stai concentrando?

Il mio sogno è che la cultura del design diventi mainstream, un po' come lo è diventata la cultura del cibo. Per adesso cerco di indirizzare il mio lavoro verso la qualità, trasmetterla e contribuire alla diffusione della materia.

IEDfor: Bike Rome. Mobilità sostenibile al servizio della città.
Tesi interdisciplinare che ha coinvolto le quattro scuole IED: Design, Moda, Arti Visive e Comunicazione.

Il progetto, sviluppato in collaborazione con il Comune di Roma, ha esplorato strategie di progettazione multidisciplinare basate sull'integrazione tra mobilità ciclabile e valorizzazione del patrimonio ambientale e culturale della capitale.





Usa il tempo
in cui ti sposti
per muoverti.

Svolta la situazione.
Prendi una Svolta.



UNDERGROUND



Agli studenti del corso di Interior Design, è stato chiesto di progettare la ristrutturazione del Padiglione 9 all'interno dell'Ex Mattatoio per un infobike center polifunzionale. Gli studenti di Product Design si sono impegnati nella progettazione di servizi legati al bike sharing, comprensivi di prototipi di "bicicletta per Roma" e accessori per ciclisti urbani. Arti Visive si è concentrata sulla declinazione multisensoriale delle informazioni immaginando il format di una inedita guida della città. Gli studenti di Comunicazione, oltre a strategie di valorizzazione sono stati sollecitati a progettare campagne per attivare una community urbana. La scuola di Moda ha proposto capi e accessori innovativi per il ciclista urbano.

Questo è il luogo

IED a Roma compie 50 anni, 1973 - 2023: da allora vi sono stati enormi cambiamenti nel nostro modo di vivere, la velocità e la possibilità di spostarsi in tutto il mondo, l'istantaneità della circolazione delle informazioni, la possibilità di connessione tra quasi tutti gli abitanti della Terra, nessuno è più irraggiungibile. Ognuno di noi ha strumenti che gli consentono di immaginare e creare il futuro: quello che prima era riservato a pochi, ora è di tutti. E non dobbiamo dimenticare che noi siamo nella parte del mondo dove vi sono più possibilità di vivere bene e di governare il miglioramento delle condizioni di vita: nella restante parte, molto più grande e popolata, non si possono avere pace, cibo, libertà di agire, istruzione, opportunità di togliersi dal proprio stato, comparabili a quelli di cui noi godiamo. Abbiamo dunque nella nostra possibilità di azione un grande privilegio e una forte responsabilità nei confronti degli altri.

La nostra scuola è davvero bellissima, ha molte sedi in diversi Paesi del mondo, in città differenti tra loro per struttura fisica e cultura, allievi che vengono da più di cento Stati diversi, tutti portatori dello spirito e dei valori dei luoghi da cui provengono, pronti a condividere le loro esperienze con i coetanei e gli insegnanti (che spesso a loro volta sono stati qui allievi): da tutto questo nasce la sua forza, la capacità di trasferire a chi la vive (quelli che la frequentano per imparare e crescere insieme e quelli che vi insegnano), i semi da cui nasceranno competenze, talento, creatività, lavoro e azioni condivise. Ma questo, in fondo, si potrebbe dire di tante scuole o istituzioni culturali che hanno una forte matrice internazionale e una comunità variamente partecipata, non tocca la speciale essenza di questa nostra: che si fonda fortemente e con uno spettro molto ampio sulla

cultura del progetto, del fare e del saper fare, del contatto con le professioni, a cominciare dagli insegnanti; delle relazioni con le arti e l'industria, negli innumerevoli progetti speciali nei più svariati campi; dello studiare i principi teorici e immediatamente applicarli nell'esperienza dei laboratori, del lavoro comune della creazione, in un ambiente di formazione che, per la complessità e la molteplicità delle materie che vi si coltivano, è un mondo in dimensioni ridotte, che proietta la sua energia e i suoi saperi nella vita futura.

Se il modo di vivere e il mondo, come si è detto, sono cambiati molto, questo essere della nostra scuola possiamo dire che da oltre mezzo secolo non è mai mutato: è rimasta tale la sua capacità d'intercettare tutto quello che di significativo si è manifestato e di usarlo per costruire il modo di progettare il futuro, per creare dunque il futuro attraverso l'attività di chi ne faceva e ne aveva fatto parte. Se queste sono le condizioni che un allievo si trova di fronte arrivando qui, il suo compito, semplice e ad un tempo molto arduo, sarà quello di entrare in rapporto con tutto quello che vede e che sente, con tutte le persone che gli capita d'incontrare, con tutte le esperienze che gli si presentano, cercando d'impegnarsi in ogni attività e di non trascurare alcuna occasione, dentro e fuori la scuola, per impadronirsi di quello che gli accade intorno. L'impegno, l'applicazione, la dedizione e l'interesse per ogni fenomeno sono alla base di ogni conoscenza della vita e formano le basi di ogni progetto, da quello di crescita personale a quelli che metteremo in campo e saranno i gradi del nostro futuro. Questo è il luogo, qui ci sono le persone, gli strumenti e l'atmosfera, lungo la strada non dobbiamo assolutamente perderli.



Dopo aver collaborato con le più importanti agenzie di comunicazione, **Daniele Baglioni** oggi è Head of Creative presso *McCann Worldgroup* oltre che firma del suo brand *Bello*.

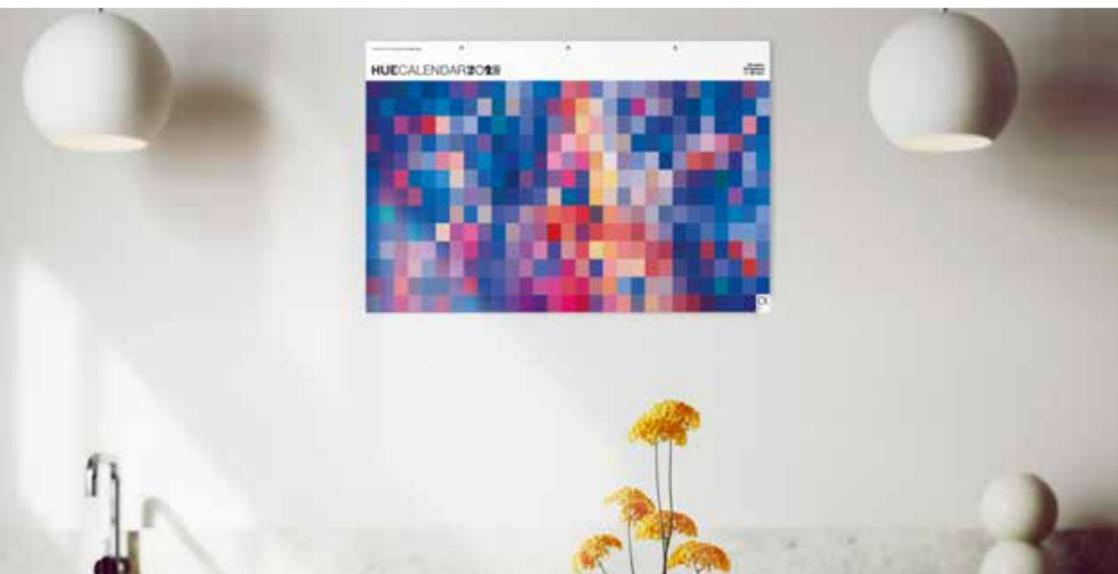
Sul suo profilo Daniele Baglioni, che vive e lavora a Milano, si definisce creativo e startupper. Durante la sua formazione accademica allo IED di Roma ha conseguito un diploma in Graphic Design con lode oltre ad aver frequentato i corsi in Marketing, Comunicazione e Pubblicità e in Web Marketing. Appena terminato il percorso di studi ha collaborato con importanti agenzie di comunicazione tra cui *Leo Burnett*, *DDB*, *Dentsu* e *Saatchi&Saatchi*. Mentre è a capo della squadra creativa nel Gruppo *McCann*, firma come designer per *Bello*, piccolo brand da lui fondato che produce collezioni di qualità ispirate al lifestyle.



STAMP COLLECTING

ART GETS SMALL.

Posteitaliane



Abbiamo letto dei tuoi successi, ma degli aspetti personali si sa poco. Il desiderio di lavorare nel campo creativo dove è nato? Viene da un ambiente familiare o di studio?

Non posso non dire che il mio interesse verso l'arte, la creatività e il bello venga dalla mia famiglia. I miei genitori, che ringrazio sempre, non fanno il mio mestiere ma mi hanno sempre stimolato e contagiato. Ho poi scelto un percorso di studi che potesse sostenere la mia passione con competenze ed esperienze.

Che eredità ti ha lasciato il percorso in IED? Tra le tue fonti di ispirazione c'è Bruno Munari. Che peso ha avuto studiarlo?

Il percorso allo IED mi ha dato la possibilità di studiare e al tempo stesso di immergermi nel mondo del lavoro. Bruno Munari è stato fonte di grande ispirazione: la cultura del progetto, il pensiero laterale, a volte anche folle, spesso mi aiuta a sentirmi più libero e a pensare progetti originali.

Dalla scuola ad una agenzia come la Saatchi&Saatchi: come è stato il passaggio? C'è un progetto che possiamo definire il trampolino di lancio?

Ho avuto la possibilità di iniziare la mia carriera in Saatchi&Saatchi prima ancora di finire l'ultimo anno dello IED. Erano i mesi di preparazione alla tesi e partecipai ad un incontro allargato in cui i direttori creativi di tante grandi agenzie aprivano le porte ai giovani. Raccontando durante il colloquio proprio il mio progetto di tesi ho ottenuto che mi offrissero un stage. Il progetto consisteva nello sviluppo creativo e tecnico di una rivista digitale. Era il tempo in cui le app mobile erano il canale più innovativo e interattivo.

Come nasce Bello? Che peso ha come campo di sperimentazione e ramo nella tua carriera?

Aver iniziato a lavorare presto per un'agenzia è stata sempre la mia forza e fortuna ma non ho mai perso la voglia e la passione



di fare qualcosa anche per me, tutto mio. *Bello*, è un progetto personale, una start-up che ho lanciato qualche anno fa perchè avevo il sogno di creare un brand che disegna e produce oggetti di design. È una valvola di sfogo e uno spazio dove poter sperimentare e rischiare.

Si sa dei clienti famosi - Poste Italiane, McDonald's - ma cosa ti appassiona nel tempo libero? Ci sono degli elementi che ti aiutano nel processo creativo?

Il progetto creativo è frutto della curiosità ma anche di metodo. La difficoltà non sta nell'aver le idee ma nel saperle realizzare. Nel tempo libero salto tra varie passioni e tanti sport diversi, mi aiuta a liberare la mente ma anche ad allenare la costanza che è un altro valore importante per la creatività.



Sante Bozzo è fashion designer per *Miu Miu*. Il suo progetto di tesi viene premiato come migliore collezione donna al “*My Own Show*”, contest internazionale promosso dal Gruppo IED. Negli anni ha lavorato per grandi aziende tra cui *Etro*, *Rochas*, *Gucci*.

Originario di Cosenza, affascinato dal mondo delle arti visive fin da tenera età, si diploma in Fashion Design nel 2010. “*Camera*” il suo progetto di tesi, ispirato dalla fotografa statunitense Francesca Woodman, viene premiato durante la *Fashion Week* di Milano. Appena diplomato, viene selezionato per uno stage presso l’ufficio stile di *Valentino Prêt-à-Porter*. Nel 2012 comincia a lavorare per *Dsquared* a Milano. Dal 2013 al 2017 collabora con *Rochas* ed *Etro*, mentre fino al 2020 lavora per *Gucci*. Oggi è Senior Womenswear designer di *Miu Miu*, del gruppo *Prada*.

Come hai trascorso gli anni prima di trasferirti a Roma per studiare moda in IED? Che cosa, in particolare, ti ha avvicinato a questo mondo?

Gli anni prima dello IED sono stati abbastanza creativi. Sono sempre stato affascinato dall’arte, ho sempre voluto fare questo lavoro. Ci pensavo dai primi anni del liceo. Sapevo che se avessi voluto avvicinarmi a questo mondo, avrei dovuto lasciare casa. Ho un bellissimo ricordo anche di quel momento di transizione, della paura di fare un tuffo nel vuoto. Roma è stata una scelta fatta anche di cuore. L’ho percepita come una dimensione quasi di casa, più intima. Ho conosciuto persone e amici che sento e vedo tutt’ora.

Il tuo progetto di tesi è stato presentato alla *Fashion Week* di Milano e premiato al “*My Own Show*”. Quali caratteristiche sono piaciute di più e che cosa ha significato per te questa vittoria?

Entrare allo IED mi ha avvicinato alla moda in maniera più tecnica. Lo stile è cambiato molto negli anni, ma credo di portarmi ancora dietro un bagaglio immaginario abbastanza coerente. Riguardando adesso i progetti, vedo le cose con un occhio quasi tenero. Però sono sempre stato abbastanza attento al reale a livello di abbigliamento e di progetto. Ho avuto la fortuna che i docenti credessero tanto in me e questo mi ha caricato di ambizione. Nel progetto di tesi bisognava un po’ rappresentare se stessi. Ho tirato fuori tutto di me e alla fine è uscito un lavoro che mi piace molto e che, se ora vado a riguardare, racchiude anche codici che mi porto ancora dietro. Il “*My Own Show*” è stata una bella soddisfazione. Non me l’aspettavo, è un bellissimo ricordo.

Sei arrivato subito a collaborare con brand significativi della

moda italiana. Che percorso ti ha portato a questi livelli? E come è cambiato il tuo lavoro durante le diverse collaborazioni?

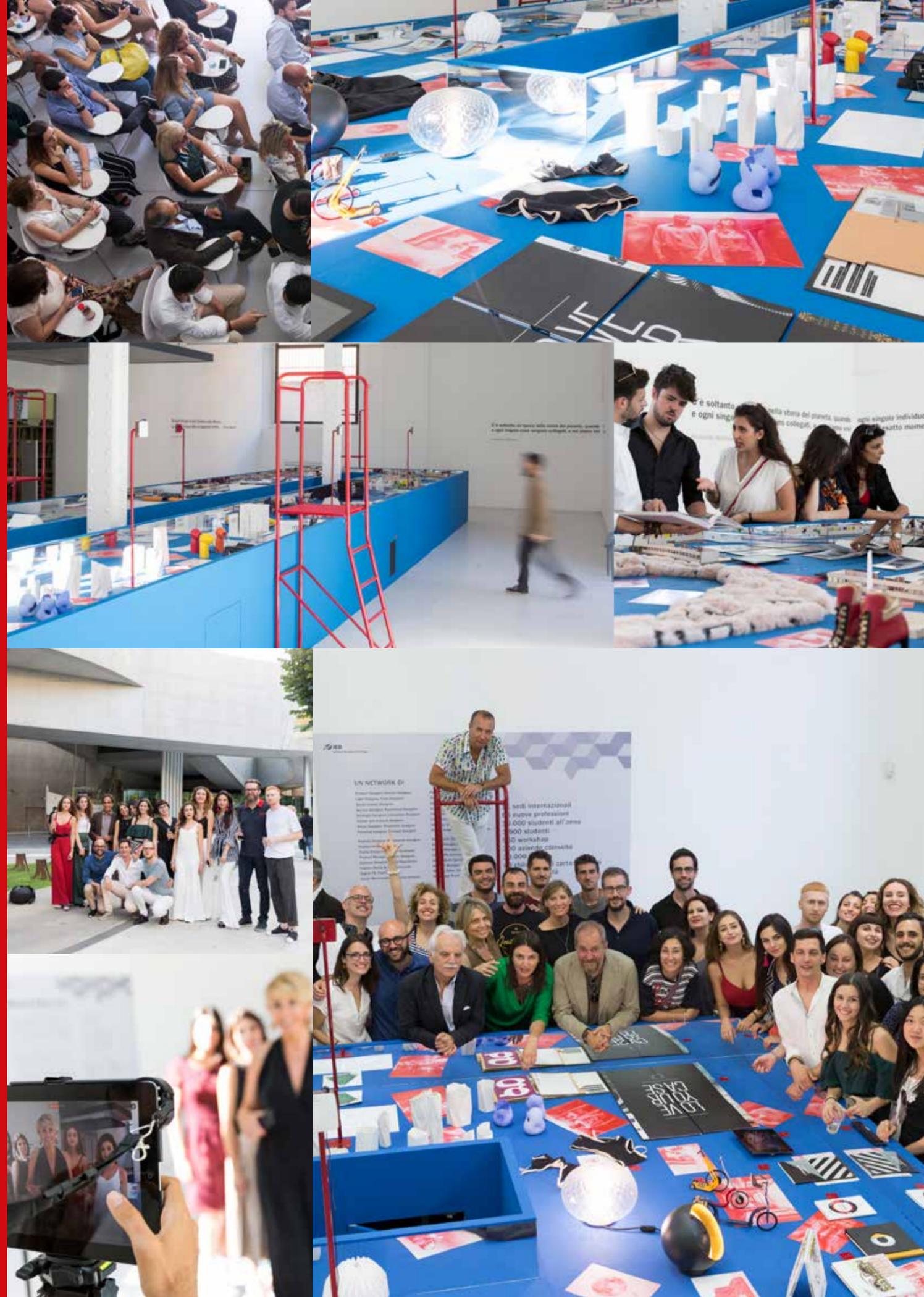
La fortuna è stata che il giorno di tesi c’era una commissione con un head hunter che proveniva da *Valentino*. La sfilata dello IED è stata a luglio e io ho iniziato subito dopo proprio da *Valentino*. Era un brand dove tutti volevano andare. E devo ammettere che è stata una bellissima esperienza anche se vi sono entrato con tanta paura. Ma sono stato subito fortunato, forse perché ho dimostrato voglia di fare. Ho pensato: “Ok, sono uno stagista, devo entrare alle 9 devo uscire alle 6” ma poi, in effetti, non me ne andavo mai alle 6. Lavorare in un brand così importante già all’inizio può farti notare per lavori futuri, come è successo a me. I successivi percorsi sono stati abbastanza diversi ma con aspetti simili, perché poi alla fine la progettualità di una collezione è quella. Negli anni sono cambiato io, nell’essere più veloce, più rapido.

C’è qualche tendenza che oggi ispira la tua produzione? E poi, come vedi cambiata la moda negli ultimi anni? In che direzione secondo te si sta andando?

La cosa curiosa è che adesso lavoro per un brand che tra i banchi dello IED menzionavo e nominavo sempre. È un posto dove si può crescere molto. Qui ho centrato il mio punto di vista a 360 gradi: perché sono sempre stato molto romantico, con un gusto forte per l’immagine e per i contrasti. Per quanto riguarda la moda, direi che cambia ogni giorno e la vedo molto diversa rispetto a quando io studiavo. Mi piacerebbe che ci fosse più tempo per lavorare sui dettagli. La velocità mi spaventa, ma immagino di non poter decidere. So solo che andando avanti la situazione non cambierà.

Multiplied. IED talent temporary exhibition. Un'installazione su base multidisciplinare che si è svolta al Corner MAXXI, nel Museo nazionale delle arti del XXI secolo, dal 7 al 9 luglio 2017.

Prototipi, oggetti di design, stampe, pubblicazioni editoriali, accessori e gioielli, fotografie, video e paesaggi sonori: i progetti dei talenti dell'Istituto Europeo di Design fusi in un racconto multidisciplinare, creativo e condiviso, hanno dato vita all'installazione temporanea nel principale polo del contemporaneo nella capitale.





Lo IED ha promosso lo sguardo dei suoi studenti al MAXXI con una installazione temporanea che ambiva a rispondere alla domanda: "Da dove guardi il tuo futuro?" Come in una grande vasca l'allestimento ha offerto un colpo d'occhio sul sincretismo dei progetti nei mondi IED, mettendo in mostra le realizzazioni sviluppate dagli studenti durante il percorso formativo. Grazie alla peculiare struttura interna del museo, i tre affacci sopraelevati hanno consentito di guardare le realizzazioni nel loro insieme, immergendo gli osservatori in una condizione caleidoscopica. Tra i progetti esposti "Viaggio al centro della terra" nuova edizione del romanzo di Jules Verne rivisitata dagli studenti di Graphic Design per Armando Curcio Editore. "Fabbrica" web serie dedicata al Teatro dell'Opera di Roma, "Eva" e "Recuerdo",

lampade per l'azienda *Oluce* firmate dagli studenti di Product Design e presentate durante *Euroluce 2017*, oltre a un volume e una proposta di allestimento per "Zaha Hadid in Italia" la mostra dedicata alla progettista del MAXXI scomparsa l'anno precedente. Nel ventaglio di progetti proposti anche la borsa da fotografo "M.U.G. Modular Utility Gear" da IED Moda e, ad opera degli studenti di Comunicazione, il libro-dizionario visuale "Benvenuti nell'era dell'esperanto creativo".

Riccardo Balbo

Chief Academic Officer - IED Gruppo

Sulla spiaggia, a guardare il futuro insieme a IED Roma

Mi è capitato più volte di ascoltare o leggere l'espressione "progettare il futuro", usata come pay-off aziendale, slogan politico o promessa a giovani studenti impegnati nello studio del design e dei "mestieri creativi". La ritengo una espressione azzardata, che trae in inganno e distrae dal profondo senso del progetto.

"Se vuoi un futuro devi andarlo a cercare": certo, ma dove?

Durante i miei studi di architettura mi sono interessato alla teoria delle catastrofi, elaborata da René Thom alla fine degli anni sessanta, i cui presupposti teorici accompagnano ancora oggi molte mie riflessioni: dare spiegazione a fenomeni discontinui, a cambiamenti di stato attraverso descrizioni e modelli di continuità, concentrandosi sui punti dove il cambiamento (la "catastrofe") inizia in modo dolce e impalpabile. È come il pi greco, inventato per arrotondare il quadrato, ma questa è un'altra storia. Immaginiamo una spiaggia, dove si deve camminare molto prima di raggiungere il bagnasciuga e, di fronte a noi, un mare calmo, tutto da navigare. Camminando, la sabbia si fa più compatta e umida, poi sempre più umida, sino a quando finalmente i piedi in mare: la sabbia sotto i piedi è sempre la stessa, ma da un certo punto in poi è cambiato tutto.

Il mare, a tutti gli effetti, è la catastrofe della spiaggia, la variazione brusca, il cambiamento di regole, di comportamenti, di modo di muoversi. Eppure sotto i piedi c'è sempre la stessa sabbia: se asciugassimo il mare avremmo soltanto una spiaggia più profonda. Non esiste risposta univoca e precisa alla domanda da dove inizi il mare, dipende dal grado di "risoluzione" che si vuole raggiungere; ma certamente, anche con l'accuratezza del granello

di sabbia, a un certo punto la spiaggia finisce e il mare comincia. Proviamo a considerare il mare come il nostro futuro, sconosciuto, che osserviamo titubanti o entusiasti; la spiaggia è da dove arriviamo, la nostra identità, il nostro passato, più o meno tortuoso, che ci ha condotto a lambire il mare-futuro. Il presente è quel momento indefinibile di confine tra la spiaggia e il mare.

Possiamo immaginare davvero di progettare il mare? Al massimo decidiamo di immergerci e nuotare, ma non di disegnarlo. Abbiamo, però, tutti - in primis i designer e in generale chi progetta - una responsabilità: individuare le secche un po' rialzate che non permettono al presente di evolvere; immaginare quali onde bagneranno più velocemente la spiaggia; prevedere dove la risacca potrebbe erodere pericolosa la strada da cui veniamo, o peggio quando onde anomale potrebbero bagnare addirittura gli asciugamani. IED Roma, per un connaturato senso di libertà che caratterizza la città e le persone, è nel nostro gruppo da sempre quella che più volentieri si precipita sulla battigia della contemporaneità e che indugia più degli altri nel tornare sulla sabbia.

La sensazione di progettare il futuro si fa forte quando siamo su una spiaggia dolce e regolare, senza insidie o precipizi, quando la nostra identità è salda, con visibilità del fondo e profilo della battigia ben chiari, ma insieme a IED Roma e all'energia di chi sa di poter essere libero abbiamo - noi designer - la responsabilità di indicare il ritmo e la lunghezza dei passi in avanti per immergersi, senza dimenticare la spiaggia che abbiamo attraversato. Quello che progettiamo è il presente, qualche attimo prima che arrivi.



Benedetta Bruziches è una delle firme del lusso made in Italy. Orgogliosa alfiera di una qualità artigianale che prende la linfa dal territorio in cui è nata, nel cuore del Lazio, ha creato un brand con il suo nome che piace nel mondo.

Da Caprarola nel viterbese alla New York di *“Sex and the City”*. Una delle ultime creature di Benedetta Bruziches - una limited edition patchwork della *Vitty* - è stata avvistata nelle mani di Sarah Jessica Parker, attrice identificata ormai con Carrie Bradshaw della fortunata serie. Ma sono varie le celeb a cui piacciono le borse intarsiate dalle donne della Tuscia, che Benedetta Bruziches, classe 1985, propone con l'orgoglio di una piccola rivoluzione culturale. La brillante carriera era partita subito dopo lo IED, prima come Responsabile della collezione accessori per *Romeo Gigli*, poi in una esperienza a Madras in India.





Oggi è una grande firma, riconosciuta a livello internazionale. In che modo le tue radici hanno influito in questo percorso?

Mi è sempre dispiaciuto pensare che un percorso nella moda fosse possibile solo altrove. Da romantica quale sono, ho sempre sentito un profondo legame con la mia terra, convinta che potesse offrirmi tutto ciò di cui avevo bisogno per dare il via ad una vera e propria avventura. Come designer, sapevo che l'elemento di maggior valore fosse quello di nutrire una prospettiva autentica, originale e unica e sapevo che questo sarebbe stato possibile per me solo da qui, attingendo alla mia storia (che ha del romanzesco) e a quegli elementi che da sempre mi hanno fatto sentire supportata e che mi hanno trasferito nel senso del meraviglioso, che proprio in questo luogo ho imparato a conoscere. Restare a Caprarola non è stata solo una scelta, è stata un'affermazione di chi sono e di ciò in cui credo. Tra le conversazioni silenziose con la bellezza del Palazzo Farnese e i bagni serali al Lago di Vico, ho trovato la mia voce. Questa voce ha definito ogni aspetto del mio brand, dalla qualità delle idee alla loro realizzazione. In un panorama dove l'originalità è spesso sacrificata sull'altare della produzione di massa, la decisione di rimanere fedele alle mie origini è stata, paradossalmente, la più grande innovazione. La radicazione a Caprarola, col suo tesoro di umanità, è stata lo scudo che ci ha permesso di resistere, di crescere e di affermarci in un mercato tanto competitivo.

Come funziona il processo produttivo di questi oggetti così particolari?

A Caprarola abbiamo dovuto inventare un modello produttivo a partire da quelle che erano le risorse del territorio. Il desiderio era quello di creare le condizioni di lavoro ideali, combinando design e creatività con l'identità territoriale in quella che chiamo una via di ricostruzione gentile.

Quando sei entrata allo IED il sogno era questo?

Non proprio. Io volevo fare la designer itinerante, conoscere il mondo disegnando, tutto quello che siamo diventati si è formato strada facendo. Alla fine del mio percorso di studi in IED, l'allora direttrice Lara Aragno mi offrì la possibilità di fare da assistente a Romeo Gigli. Incontrare Romeo e vedere il suo genio all'opera mi ha segnato profondamente. Ma ben presto capii che l'ambiente della moda non faceva per me, che dovevo trovare una mia formula. Quando incontrai Vimal, il proprietario di un'azienda di borse di Madras, in India, ho lasciato tutto imbarcandomi in un'esperienza che mi avrebbe cambiato la vita. Leggendo la mia storia a ritroso, mi chiedo se esista qualcosa in ciascuno di noi che ci induce a essere in un certo modo, a fare certe scelte, a prendere certe vie. Se c'è una cosa che ho capito del mio daimon è che ama le avventure e le imprese impossibili!

Quali sono i pezzi iconici e quelli più significativi a livello personale?

Nelle mie borse c'è tutta una serie di mondi. Sicuramente, il fil rouge che le lega tutte è l'esperienza di vita di una donna che indaga su cosa significhi essere al mondo. Ogni borsa nasce da un sogno, da una visione, si ribella al destino di essere solo un contenitore e sceglie un'altra vita, quella di "oggetto autoironico e poetico". Ogni borsa è un'esperienza vissuta che testimonia la tappa di un viaggio personale, un'istantanea dell'evoluzione del femminile alla scoperta delle dee che governano la personalità di ogni donna.

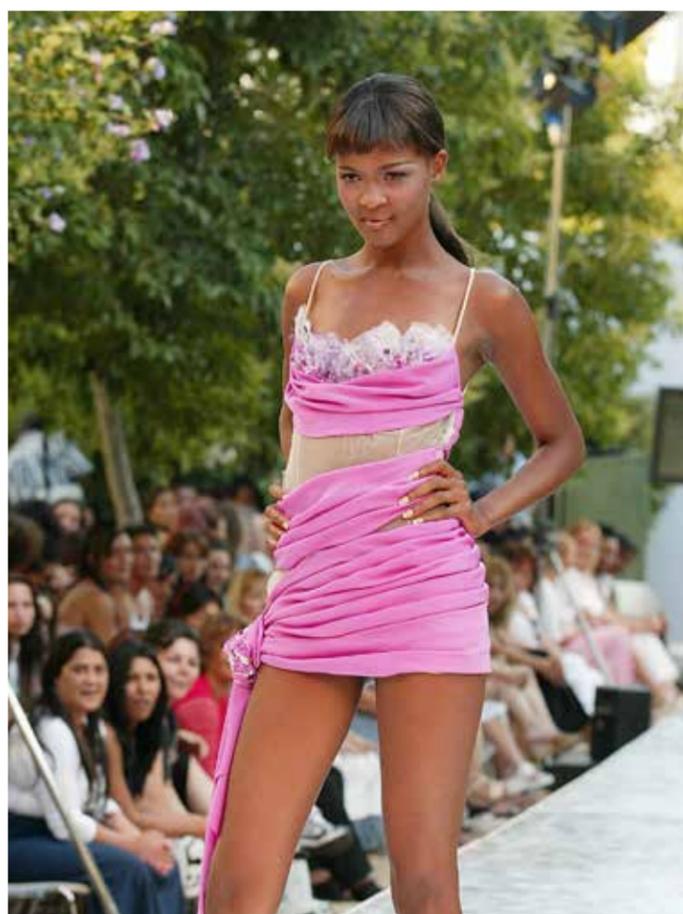
IEDfor: Alta Roma a Rebibbia.
Progetto di formazione con le detenute di Rebibbia che ha portato ad una sfilata, un'asta e ad una collezione di divise su committenza di *Trambus Open*.

Nel 2004 *Alta Roma* ha istituito e finanziato un "Laboratorio di Alta Moda" all'interno del carcere femminile di Rebibbia, creando con lo IED un'opportunità formativa e lavorativa pensata per favorire l'inclusione sociale e la realizzazione personale dei soggetti deboli affidati all'istituzione.





Una vera sfilata di abiti ispirati alle Olimpiadi inserita nell'appuntamento estivo di *Alta Roma*. In passerella i modelli realizzati dal lavoro di otto detenute che da marzo a giugno del 2004 avevano partecipato al corso di formazione in Alto artigianato condotto dallo IED. ventiquattro in tutto le creazioni che hanno avuto una distribuzione grazie all'asta benefica "*Alta Moda di Rebibbia*": il ricavato è servito a fare del laboratorio un vero atelier artigianale. Il progetto ha poi avuto un ulteriore sviluppo con la prima committenza da parte di *Trambus Open*, il nuovo servizio turistico di autobus a due piani, per cui sono stati disegnati e realizzati i prototipi delle nuove divise destinate ad autisti e hostess.





Italo-olandese, classe 1981,
Giovanni Bucci è un pluripremiato
regista, motion designer e musicista
che vive tra Los Angeles e Londra.

Diplomato nel 2005 ha avviato subito una carriera di successo con clienti di alto profilo, tra cui *Red Bull*, *MTV*, *BBC*, *Nike*, *Warner Bros*, *Sony*, *Columbia Records* e *BMW*, collaborando con importanti agenzie come *Saatchi&Saatchi* e *Publicis*. Co-fondatore di *Void N' Disorder*, casa di produzione video con sede a Los Angeles, dirige le produzioni a livello tecnico e creativo. *VND* si contraddistingue per la creazione di contenuti stilisticamente ricercati che coniugano design e tecnologia. Oltre alla sua attività nella produzione video, è anche il fondatore e frontman della band *ODDKO*, per la quale, naturalmente, produce i video musicali che hanno ricevuto riconoscimenti in importanti festival internazionali.





Cosa ti ha portato a scegliere il mondo del video nei primi anni del 2000?

Avevo completato gli studi in graphic design presso l'Istituto d'Arte e mi trovavo a dover scegliere quale passione e quale professione seguire nella vita. Intanto grazie al progetto di tesi realizzato per la mia band, un video musicale, avevo capito che questa è la forma creativa che trovo più interessante. Per me racchiude tutte le altre, offre la possibilità di lavorare in molteplici ambiti e non mi costringe a limitare la creatività ad un singolo settore.

Hai raccontato nelle interviste che fare ricerca è determinante per te. Quanto conta lo stile e l'immaginario di riferimento e da dove vengono le tue "visioni"?

Nella mia esperienza i progetti migliori si concretizzano quando c'è tanta ricerca e si producono molte idee/contenuti dai quali si fa una rigida selezione. Durante il processo, credo molto

nell'unire una parte di ricerca razionale con l'improvvisazione istintiva e nell'adattarsi agli ostacoli e agli imprevisti che possono presentarsi. A volte, durante la realizzazione del progetto, si scopre che un'idea nuova può arricchirlo o addirittura migliorarlo rispetto all'idea iniziale. Pertanto è meglio non essere troppo rigidi nel seguire un piano di lavoro prefissato e concedersi la libertà di apportare eventuali modifiche o correzioni necessarie. Per quanto riguarda l'ispirazione, non credo in un manuale da seguire. La mia fonte di ispirazione è la somma dei miei interessi ed esperienze. Quando faccio ricerca, mi piace unire idee che provengono da fonti ed epoche totalmente diverse.

Hai vissuto e vivi in più città: in quale ambiente ti sei sentito più stimolato? E quale quello che ti ha permesso di crescere meglio professionalmente?

Ho avuto l'opportunità di vivere in diverse città e paesi tra cui

Olanda, Italia, Regno Unito e Stati Uniti. Dal punto di vista creativo, Londra è stata la città più stimolante per me. Tuttavia, a livello lavorativo, Los Angeles è imbattibile ed è la città perfetta per le mie esigenze. Nessun'altra città al mondo può eguagliare l'impatto che l'industria video e musicale esprime a Los Angeles. La città è un vero e proprio hub di attività creative, con infinite opportunità per espandere le mie conoscenze e lavorare con i migliori del settore.

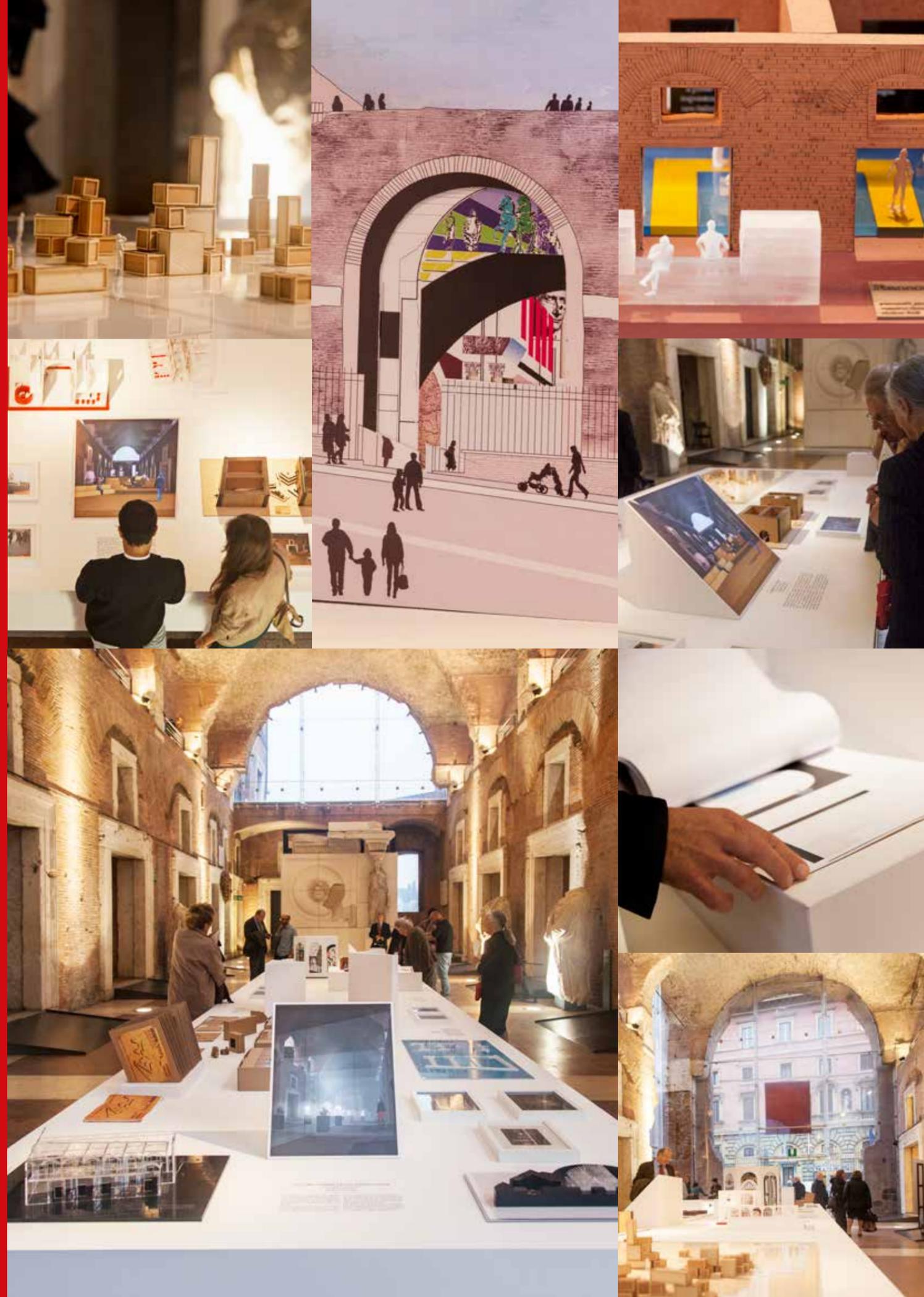
Qual è stato il progetto che ha segnato di più il tuo percorso? E cosa invece ti ispira oggi?

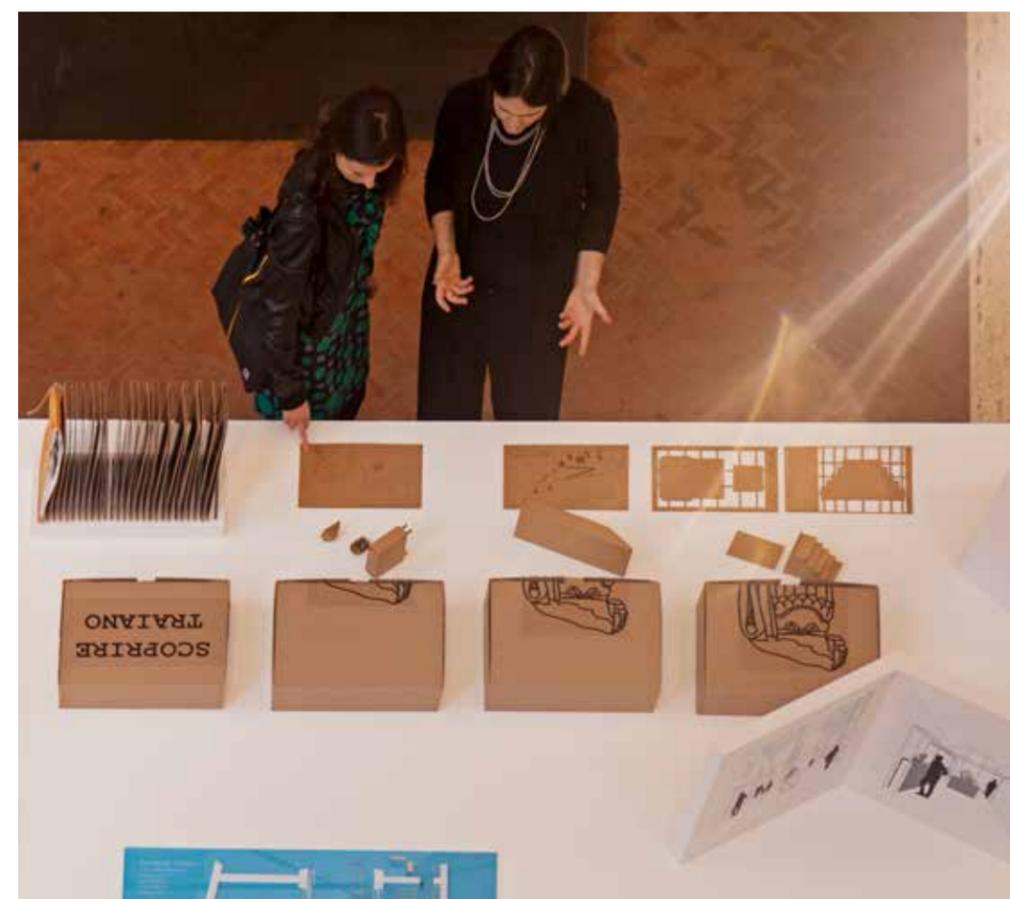
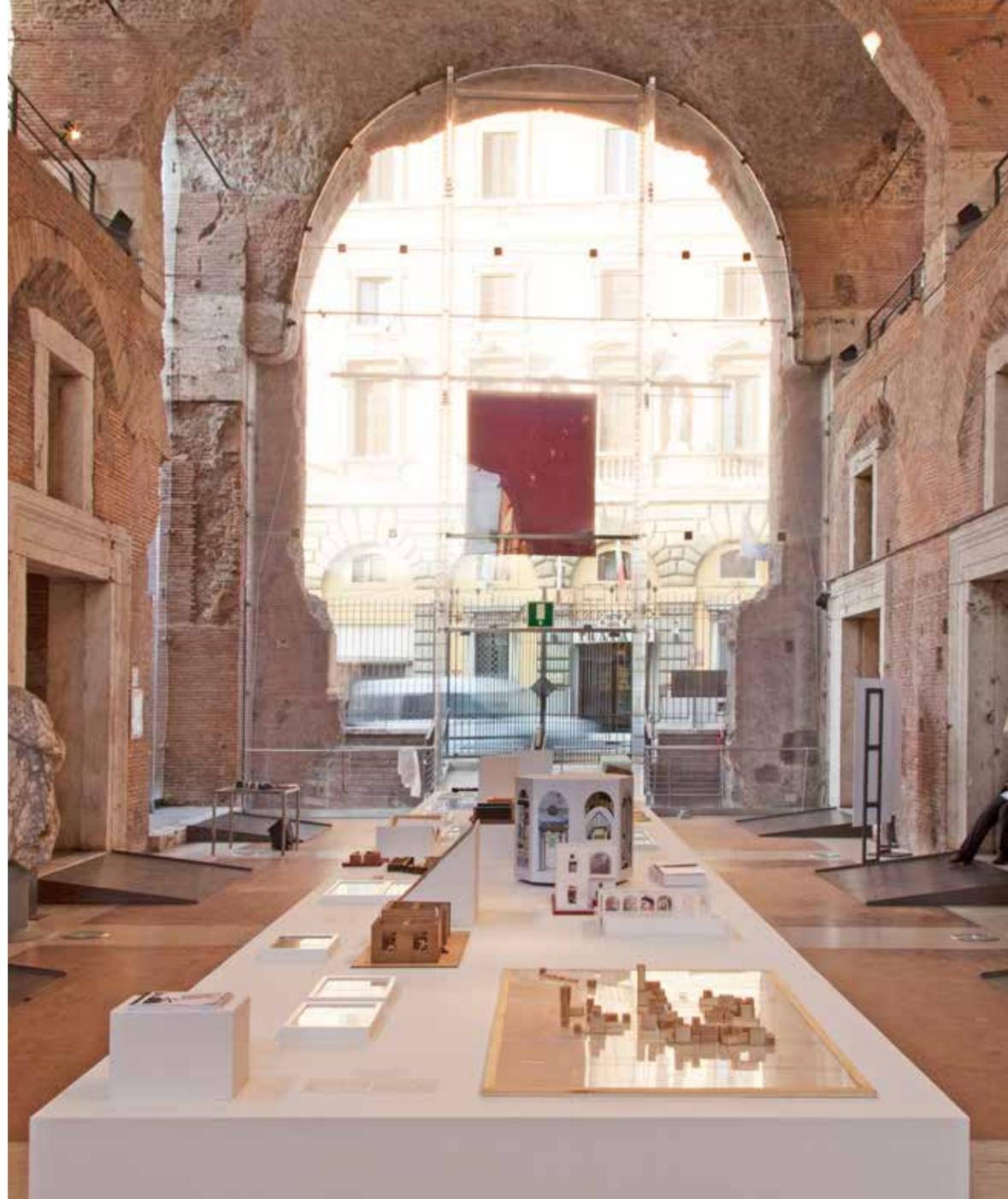
Ho trascorso quasi vent'anni nell'industria delle video produzioni e ho avuto la fortuna di lavorare su grosse produzioni come *Star Trek*, *Terminator*, *Pacific Rim*, *RoboCop* o di seguire progetti musicali per artisti del calibro di *Drake*, *Timbaland*, *Korn*, *Jane's Addiction* e *Andrea Bocelli*, oltre a progetti commerciali per brand

di primo piano. Tuttavia, tra tutti i progetti che ho realizzato, quello che mi ha segnato maggiormente e di cui vado più fiero è il video musicale "*ODDKO - Disobey*", poiché ho avuto la totale libertà creativa: ho lavorato alla musica come al video senza vincoli da committenti esterni. Grazie a questa libertà, sono riuscito a unire tutte le mie passioni in un'opera d'arte unica e personale. Un altro progetto significativo nel mio percorso professionale è stata la produzione e la regia di due videoclip musicali - "*Never Never*" e "*Love and Meth*" - per la band *Korn*, con cui sognavo di lavorare fin dagli anni dell'Istituto d'Arte. È stato incredibilmente gratificante vedere che questo sogno si è avverato e sono grato per l'opportunità che mi è stata data.

Raccontare Traiano. Mostra dei progetti nel percorso di exhibition design che dal 25 ottobre al 3 novembre 2013 è stata ospitata nella Grande Aula dei Mercati di Traiano Museo dei Fori Imperiali.

Un racconto degli spazi in chiave contemporanea, tra interazione e architettura dello spazio: questo l'impianto della mostra ai Mercati di Traiano che ha esposto i progetti risultato della ricerca nell'ambito dell'exhibition design, sviluppati nella tesi dagli studenti di Interior Design.





Realizzata in collaborazione con i servizi museali di *Zètema Progetto Cultura*, e promossa da Roma Capitale, Assessorato alla Cultura, Creatività e Promozione Artistica e Sovrintendenza Capitolina ai Beni Culturali, la mostra *"Raccontare Traiano"* ha visto ventitre studenti lavorare ad un ambizioso progetto di tesi: l'elaborazione di otto proposte di allestimento per una mostra sul personaggio di Traiano, raccontato attraverso le opere appartenenti al Foro che porta il suo nome. Con il coordinamento di Laura Negrini, allora Direttore di IED Design Roma, Gianfranco Bombaci, allora Coordinatore del corso di Interior Design e Matteo Costanzo, Relatore di tesi, il lavoro si è sviluppato in stretta sinergia con la Direzione del Museo. *"Raccontare Traiano"* ha inteso dimostrare che design e architettura dello spazio possono

contribuire ad avvicinare la contemporaneità alla storia, trasformando un'esperienza archeologica in un viaggio nel presente. Un'attenzione particolare è stata riservata ai temi dell'interazione, sia attraverso l'utilizzo di tecnologie innovative sia attraverso semplici dispositivi materiali, capaci di rendere il visitatore partecipe dell'esperienza. Le proposte hanno coinvolto sia gli spazi interni che quelli esterni dei Mercati di Traiano, integrando le soluzioni architettoniche al progetto della luce e al contributo grafico, con soluzioni diverse, dal dispositivo digitale alla soluzione effimera a basso costo.

Nicoletta Castellaneta

Director – Accademia di Belle Arti Aldo Galli

La ricerca attiva del futuro; ai cowboy non piace la tv.

Qualche tempo fa, nel tentativo di entrare alla Scuola di cinema di Roma, dove era richiesta la stesura di una sceneggiatura, avevo scritto una storia intitolata *“Ai cowboy non piace la tv”*. Al di là del contenuto della storia il significato voleva trasmettere un concetto in cui si mostrava e sviluppava un approccio attivo alla vita: la visione di dinamicità del cowboy in opposizione alla passività a cui il media televisivo trascina. A parte la ventina di anni che mi separano da quel momento, sono ancora convinta che anche oggi dovremmo essere dei nuovi cowboy.

A differenza dei mitologici pionieri di nuove terre, i cowboy di oggi sono chiamati ad esplorare territori già ampiamente indagati e, spesso, già ampiamente sfruttati; su questo si fonda la sfida contemporanea. I territori oggi sono fisici, tematici e digitali, hanno confini mobili, presentano complessità etnografiche e sociali, problematiche di sostenibilità gestionali, prospettive evolutive in cui l'ambiente sempre di più ha una centralità strategica e risorse la cui gestione è sempre di più interconnessa. E qual è l'arma, direi lo strumento, con cui affrontare la loro conquista? Lo strumento è quello della cultura.

È più che mai necessario, oggi, che la cultura possa diventare strumento attivo, conoscenza pratica e non solo teorica alla radice dell'attività umana; il termine cultura deriva dal verbo latino colere in rimando all'arte del coltivare, l'attività della cultura è prendersi cura di ciò che nasce dalla radice e dalla matrice della natura e si trasla, nella sua relazione alla visione antropologica, al coltivare la conoscenza di sé per potervi radicare la propria identità nello sviluppo dei propri talenti. In questo senso più ampio la cultura è sicuramente lo strumento per conquistare

i territori sempre più complessi del futuro, partendo dal coltivare le proprie passioni per metterle a frutto in una visione proattiva. Nulla al pari dello strumento della cultura ha intrinsecamente l'abilità di indagare il reale, concepito nella sua attualità con un metodo creativo, in virtù dell'attitudine all'utilizzo della trasversalità dei saperi e di trarne visioni per il futuro.

In questo contesto, l'educazione artistica e la creatività giocano un ruolo cruciale nella preparazione degli individui a diventare conquistatori e ricercatori del loro proprio futuro e di tutti gli scenari dei futuri possibili. In questo anche i nuovi strumenti tecnologici e gli attuali software di sviluppo per la manipolazione della realtà offrono opportunità infinite. La ricerca del futuro è quindi una attitudine, per la quale ci vuole il coraggio di un pioniere contemporaneo che, attraverso la cultura riesca a leggere la realtà e usando l'azione sappia inventare come conquistare il suo futuro. La grande forza del pioniere contemporaneo sta nella sua capacità di essere trasversale, resiliente e dinamico. Il futuro non esiste, è una condizione che si può solo immaginare secondo una prospettiva, partendo dal reale. Come in una parallasse il futuro si muove a seconda di come lo si guarda partendo dal presente e così il movimento cambia la prospettiva. Prendete un destriero che non conosca la stanchezza e che corra veloce e, armati delle capacità dell'intelligenza che alimentano il pensiero, andate verso la luna. Anche se sembrerà che si allontanano sarete voi i protagonisti del viaggio e porterete con voi ciò che avete imparato con la certezza che troverete il futuro ad attendervi.



Phaim Bhuiyan è un talento-rivelazione del cinema italiano degli ultimi anni. La sua opera prima *“Bangla”* è un film pluripremiato e *Forbes* lo ha inserito nella classifica europea degli under 30 più influenti.

Talento precoce Phaim Bhuiyan, arriva al successo con il primo lungometraggio *“Bangla”* dove oltre a rivestire il ruolo di regista è attore e sceneggiatore. Forti le sue radici nel quartiere multietnico di Torpignattara: lui stesso si definisce 50% bangla, 50% italiano, 100% Torpigna. Attivo fin dall’adolescenza come autore di video musicali per la scena underground della capitale, trova, mentre studia ancora allo IED, la produzione per l’opera prima, fortemente autobiografica, che lo porterà a vincere vari premi come il *Globo d’oro* e il *David di Donatello* come Miglior regista esordiente. Nel 2022 è uscita su RaiPlay la serie ispirata al film.



BANGLA

L'AMORE AI TEMPI DELLE SECONDE GENERAZIONI

UN FILM DI PHAIM BHUIYAN

CARLOTTA ANTONELLI PHAIM BHUIYAN

ALESSIA GIULIANI MILENA MANCINI CON SIMONE LIBERATI CON L'AMICHEVOLE PARTECIPAZIONE DI PIETRO SERMONTI

SCRITTO DA VANESSA PICCIARELLI E PHAIM BHUIYAN. CASTING MARCO MATTEO DONAT CATTIN MUSICHE DARIO LANZELLOTTI COSTUMI PATRIZIA MAZZON SCENOGRAFIA MAURO VANZATI
MONTAGGIO ROBERTO DI TANNA FOTOGRAFIA SIMONE D'ONOFRIO ORGANIZZATORE MICHELE OTTAGGIO SUPERVISIONE ALLA PRODUZIONE IVAN FIORINI PRODUTTORE CREATIVO EMANUELE SCARINGI
PRODUTTORE DELEGATO LAURA PAOLUCCI PRODOTTO DA DOMENICO PROCACCI PRODOTTO DA ANNAMARIA MORELLI (TIMVISION) DIRETTO DA PHAIM BHUIYAN

REALIZZATO CON IL SOSTEGNO DELLA REGIONE LAZIO - FONDO REGIONALE PER IL CINEMA E L'AUDIOVISIVO. CON IL SOSTEGNO DELLA DG CINEMA



Come nasce la passione per il cinema? E i tuoi genitori come hanno preso questa scelta?

Il mio percorso è partito dall'adolescenza con la grafica pubblicitaria. Presto però poi mi sono reso conto che preferivo l'audiovisivo e ho iniziato a seguire su *YouTube* autori come *Cane Secco* o *Willwoosh*. Il video per me è stata una passione ma anche una forma di comunicazione: non ho mai avuto la capacità di usare bene le parole e quindi le immagini video sono diventate il mio mezzo espressivo. Mi ha spinto, poi, l'atteggiamento della mia famiglia dove la creatività non si associava ad una prospettiva di lavoro. Per loro era più facile dire "Vai a lavorare alle poste, trovati un lavoro in azienda". Questo mi ha dato una motivazione in più per riuscire: quella di dimostrare che si sbagliavano.

Qual è stata la scintilla che ti ha indirizzato verso lo IED? Ricordi dei passaggi significativi?

Ho conosciuto lo IED perché hanno fatto orientamento nel liceo dove andavo, per altro vicino alla sede: è stato tutto abbastanza immediato. Degli anni IED ricordo questo primo progetto all'interno del Teatro di Formello, in cui si girava per un giorno con gli studenti di tutti e tre gli anni, sia di video che di sound design. È stata la prima volta che abbiamo lavorato insieme: ho cercato un po' di farmi vedere e il corto non è andato benissimo. E questo è stato istruttivo: solo dagli errori puoi capire effettivamente che forse, a volte, dovresti abbassare un po' la cresta ed essere più al servizio del progetto. La nota positiva, magari, è che ero l'unico del primo anno a voler interagire con quelli del terzo anno; cercavo di sgomitare, ecco.

Hai mosso i primi passi con "Bangla" quando eri ancora studente IED. Come è nata l'idea? Quanto è stato difficile calarsi all'interno di un ruolo così importante per te?

Avevo realizzato un servizio con la società di produzione *Fremantle*. Loro mi hanno contattato come filmmaker ma quando ho raccontato la mia storia ad Alessandro Sortino - l'head writer - lui ha detto "no, allora la facciamo su di te". Quello è stato il primo biglietto da visita. Però io non pensavo di fare un film, io stavo pensando alla tesi. Poi è successo che il progetto mi è scoppato in mano: nei giorni successivi sono stato contattato dalla *Fandango* e mi hanno detto "guarda ci è piaciuto molto il servizio, vorremmo costruire un racconto". Mentre scrivevamo, in pre-produzione, ci hanno chiesto "quali sono gli attori che vorreste?". Era un progetto personale, si basava sulla mia storia, quindi ho accettato di recitare. Anche perché non si trovavano facilmente attori emergenti di seconda generazione o di origini diverse da quelle italiane. Da un punto di vista tecnico sul set sono stato molto aiutato da Emanuele Scaringi, che mi ha seguito come un "co-regista". Questo mi ha permesso di fare anche l'attore.

Il film ha ricevuto numerosi premi importanti. Che emozioni hai avuto leggendo il tuo nome tra le nomination?

Sicuramente il ricordo più importante è per il premio di "Miglior regista esordiente" al *David di Donatello*: una cosa che ti gratifica ma ti spaventa. Io sono stato preso dall'ansia di dover fare il secondo film e il successo l'ho un po' patito, mi ha aiutato il lavoro con uno psicoterapeuta. Con il successo del film, poi, ho iniziato a fare tante presentazioni dal significato socio-culturale. Questo ruolo un po' mi spaventa: io volevo fare il regista, non avevo intenzione di essere interpretato come simbolo di integrazione.



Thony è attrice e cantautrice, molto apprezzata in entrambi i ruoli. Nel cinema è stata lanciata dal film di Virzì “*Tutti i santi giorni*” dove recita e firma le musiche vincendo un *David di Donatello* per la miglior canzone originale.

Siciliana, classe 1982, Federica Johanna Victoria Caiozzo, in arte Thony, è diplomata in Sound Design. Dopo il film rivelazione con Virzì, che gli vale, tra diversi premi, anche il *Globo d'oro* come protagonista, la sua carriera prende quota sia in cinema che nella musica. Pubblica album di successo e recita in serie e film tra cui “*Momenti di trascurabile felicità*” di Luchetti, per il quale è candidata Miglior attrice protagonista ai *Nastri d'Argento*. Tra i tanti riconoscimenti per la produzione musicale la nomination per il brano nel film di Pif “*In guerra per amore*”.

Sei nata e cresciuta in Sicilia, che cosa ti ha spinto a trasferirti a Roma e a scegliere Sound Design?

Mi sono trasferita a Roma un po' d'istinto, a 18 anni. Però già nei miei pensieri c'era la musica. Quando sono venuta a Roma, ho iniziato a scrivere delle canzoni e mi sono accorta che per registrarle dovevo chiedere ad altre persone. Un giorno ho detto “No voglio fare tutto io, dall'inizio alla fine”. Quindi ho cercato un corso on line e se non sbaglio il giorno stesso o il giorno dopo c'erano le selezioni per le borse di studio. Sono venuta a Roma perché sono praticamente scappata di casa. Ai tempi avevo un fidanzato non proprio perfetto. Lo vidi con un'altra e tornata a casa dissi “Mamma voglio andare a vivere in un'altra città”.

In che modo lo IED ti ha formato, che eredità ti ha lasciato? Come ti ha aiutato nella tua carriera sia da musicista che da attrice?

Fino ai 29 anni ho fatto solo la musicista. Studiare sound design sicuramente mi ha aiutato, perché mi ha dato la possibilità di cominciare ad usare programmi per arrangiare. Ma con lo IED ho veramente imparato le basi di tutto. Per quello che riguarda i corsi, ai tempi facevamo un corso in cui ci facevano sonorizzare e accompagnare con la musica delle scene di film. Non sapevo che questo avrebbe avuto un'applicazione reale nella mia vita. Lo IED, inoltre, aveva una frequenza obbligatoria; questo mi ha dato una stabilità per quanto riguarda orari, frequenza, maturità. Poi avevo la borsa di studio e sentivo la responsabilità di mantenere una media.

Quali sono le fonti di ispirazione e gli incontri per te decisivi nel mondo del cinema e della musica?

La musica, soprattutto in Italia, è molto cambiata, è diventata abbastanza monotematica per quanto mi riguarda. Fatico a trovare

delle cose a cui appassionarmi. Per me scoprire cose che amo musicalmente è un lavoro. Quando trovo qualcosa che mi piace divento abbastanza ossessiva, voglio sapere tutto di un determinato artista. Ce ne sono due che ascolto molto: uno è il gruppo “*Y la bamba*”, l'altra è Phoebe Bridgers, una cantante americana. Per quanto riguarda il cinema, penso che ci siano un sacco di bravi registi giovani, tanti registi emergenti. So che c'è tutta una schiera di autori che hanno un grande immaginario moderno e non usano le solite regole della commedia. Non ti faccio nomi perché sono tanti. Per me sono d'ispirazione.

Nella composizione di varie colonne sonore ce n'è una a cui sei particolarmente legata?

“*Tutti i santi giorni*” è stato il mio primo film. Lì ho fatto l'attrice, la colonna sonora e le canzoni originali, posso dire che un'esperienza così intensa non mi è più capitata. Mi ha formato profondamente. Anche la prima canzone che ho scritto per la prima stagione di “*Summertime*” mi ha aperto un canale verso un pubblico di giovani che io non pensavo avrei potuto prendere. Quindi anche a quello sono molto legata.

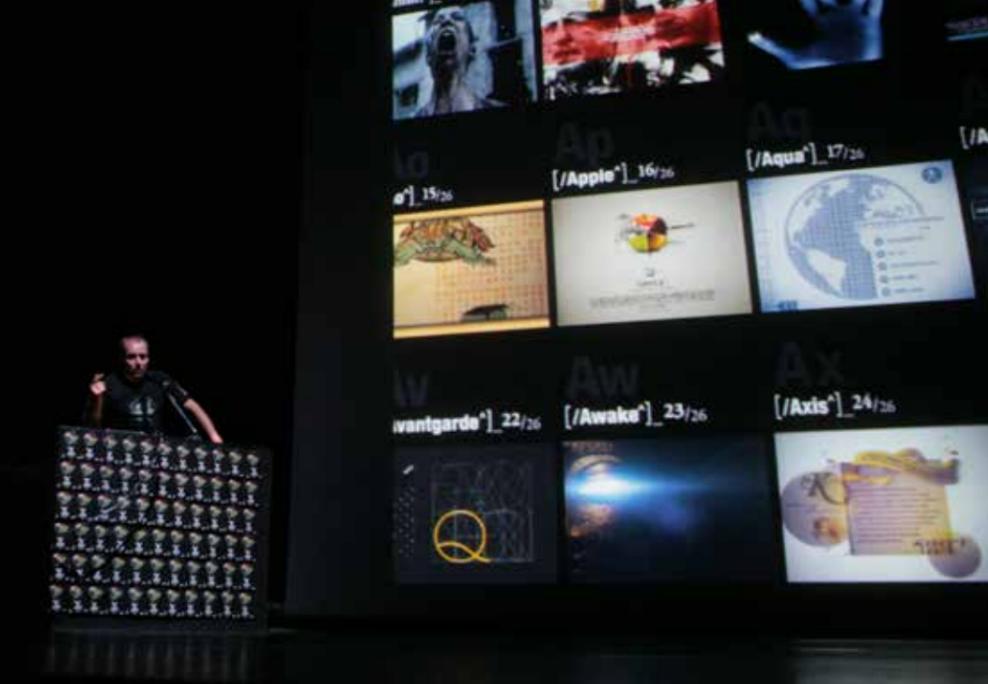
Com'è stato collaborare con più figure che provenivano dallo IED?

Posso dire che, a prescindere da “*Summertime*”, ho incontrato lungo la strada diversi miei compagni di corso. Ogni tanto mi capita di conoscere persone, sia nel cinema che nella musica, che hanno frequentato lo IED. Questo mi ha fatto pensare, per esempio, come ognuno venga dallo stesso corso, trovando poi dei campi di applicazione totalmente diversi. In una scuola come lo IED hai la necessità di inventarti la tua strada perché non è una e unica. Quindi diventa fondamentale la tua personalità e la tua visione.

Viedram, Video + Sound Design Festival.
Appuntamento internazionale dedicato alle nuove frontiere del suono e dell'immagine in movimento, organizzato dallo IED, in collaborazione con *Fefè Project*.

Crasi tra le parole "Video", "IED" e "Ram", *Viedram* è stato un osservatorio dedicato a selezionare e far conoscere i migliori esiti espressivi in audio e video e promuovere i nuovi creativi del digitale. Dall'edizione 2009 ha allargato il campo di sperimentazione anche al sound design.





Festival unico nel suo genere *Viedram*, nato come rassegna di video design nella Scuola di Arti Visive, ha fatto un salto di qualità nel 2007. Da osservatorio con una vocazione didattica ha assunto la fisionomia di un festival internazionale prendendo piede nella vita culturale cittadina, grazie a specifiche partnership. Nel programma di "Cinema. Festa internazionale di Roma" ha avuto modo di intrecciarsi con la fotografia di moda nell'evento "Dov'è Marcello? Strane coppie nel cinema e altro". A partire dall'edizione seguente, 2009, il festival ideato e diretto da Luigi Vernieri, ha beneficiato del supporto dell'altra sua iniziativa "Fefè Project" e della crew legata a "Fefè visual magazine". "Viedram, video + sound design Fefestival" ha portato dunque al Cinema L'Aquila, una due giorni di incontri e proiezioni con il meglio della produ-

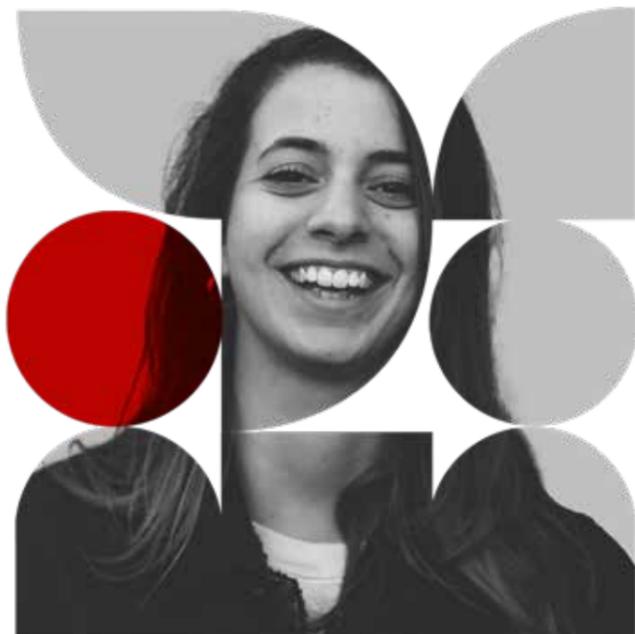
zione internazionale: dal videoclip al commercial, dai titoli di testa fino alla nuova categoria "sound design", collegata al nuovo triennale IED. Inserita nell'edizione di "Digitalife" del "RomaEuropa Festival" l'edizione 2011 ha visto "Viedram_visual culture Fefestival_video+sound design" arricchire ulteriormente il programma con ospiti internazionali e il best of della motion graphic da "Pictoplasma" e "Ars Electronica". In cartellone anche una sezione di video mapping e la presentazione di "ADAM", primo art magazine per Ipad, novità assoluta nell'editoria digitale, realizzato come progetto di tesi dagli studenti di Arti Visive.

Il futuro di cui il nostro pianeta ha bisogno

Nel tracciare un quadro della situazione attuale, possiamo dire che, ormai, in tutti i forum economici, sociali, scientifici, culturali e governativi si parla di lotta al cambiamento climatico e delle sue ripercussioni (oltre alle catastrofi naturali, le migrazioni climatiche sono ormai un fenomeno di rilevanza globale). Si valutano le potenzialità delle innovazioni tecnologiche come l'intelligenza artificiale e l'ingegneria biologica e si inizia a sospettare che i paradigmi applicati finora non riescano a stare al passo con le trasformazioni già in atto. Può sembrare eccessivo, ma è una sintesi molto chiara del nostro tempo. Un tempo che scorre sempre più veloce, che vive un'accelerazione esponenziale. Un tempo che sfugge ai canoni stabiliti, che si fa imperscrutabile per alcuni, eccessivo per molti, fonte d'ispirazione per il design e i designer. La tensione costante verso un futuro migliore è l'eterno motore che guida l'azione del designer. Ed è questa visione lungimirante a rendere il design protagonista e risorsa fondamentale nella grande rivoluzione che sta affrontando la nostra contemporaneità. Il design è da sempre una componente del pensiero avanguardista e l'Istituto Europeo di Design, una scuola che, sin dalla fondazione a Milano nel 1966, ha formato e continua a formare intere generazioni di designer, ha un ruolo fondamentale nella costruzione degli scenari futuri. Cosa c'è infatti di più importante

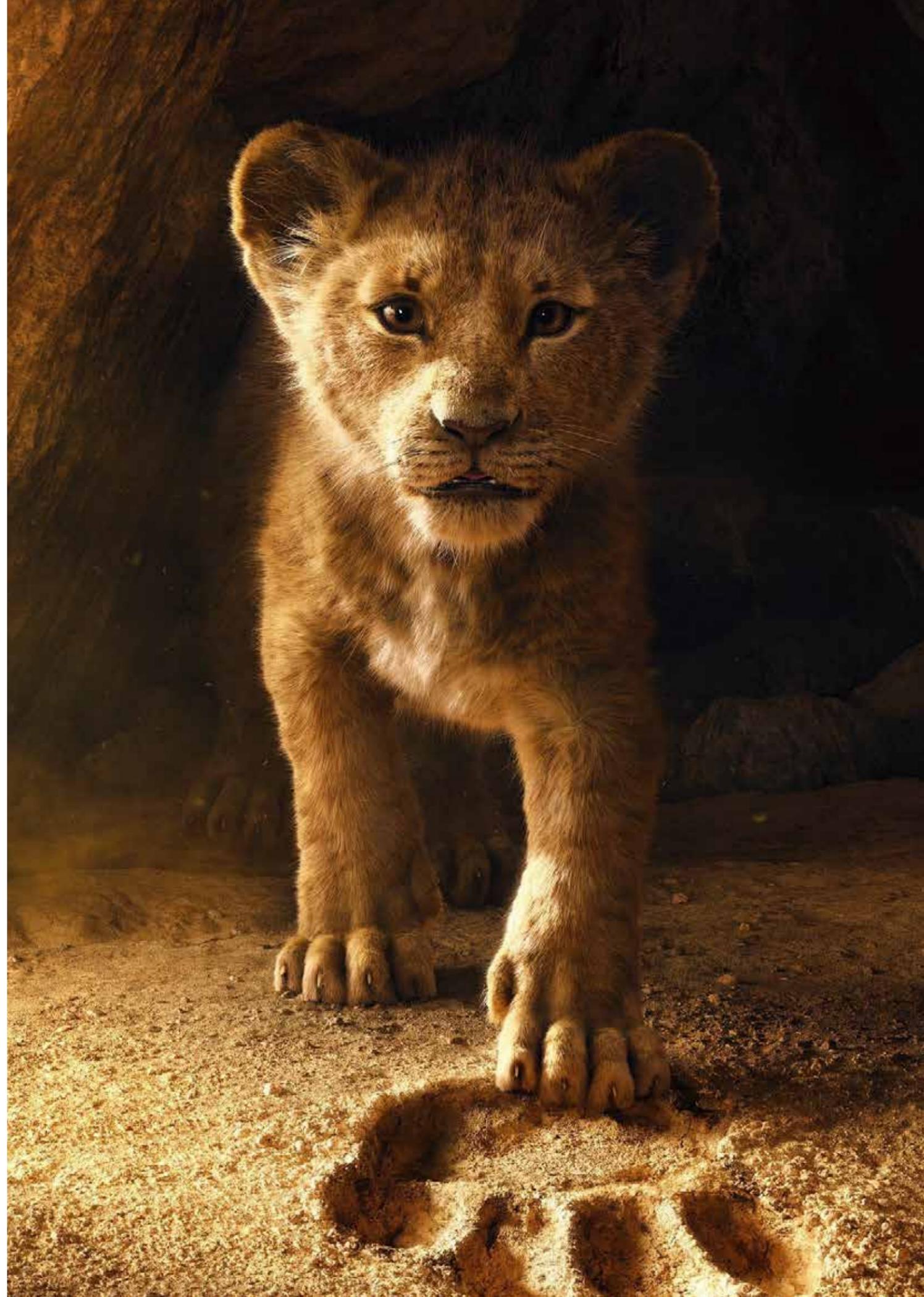
che condividere e trasmettere le buone pratiche del design, se proprio questa disciplina contribuirà a plasmare nuovi stili di vita in un domani all'insegna della salute, dell'inclusione, del rispetto e dell'impegno?

Per tutte queste ragioni, il 50° anniversario di IED Roma è un traguardo degno di essere celebrato e condiviso nella sua importanza. Innanzitutto, segna il pieno compimento del progetto ideato da Francesco Morelli, l'uomo che immaginò uno spazio in cui la didattica del design includesse la pratica sul campo. Ne rimarca, poi, l'enorme successo, che si materializza oggi nel più grande campus internazionale dedicato esclusivamente al design, con dieci sedi dislocate in Italia, Spagna e Brasile. Infine, questa ricorrenza è un'occasione per riconoscere il grande impegno accademico di una sede situata nel cuore della storia, nella città che un tempo fu il centro del mondo e che oggi vive un momento di grande rinnovamento e opportunità. Anche grazie ai progetti di innovazione e crescita degli attori socioeconomici e culturali. Oggi IED Madrid guarda alla sede di Roma per trarre nuova linfa dai suoi successi e continuare, con rinnovata passione, la corsa verso il futuro che i nostri allievi progettano ogni giorno. Un futuro positivo e possibile. Il futuro di cui il nostro pianeta ha bisogno.



Valentina Carnevale vive e lavora a Londra dove, dal 2021 è VFX Production Manager presso la famosa *Industrial Light & Magic*, l'iconico studio di effetti speciali digitali fondato nel 1975 da George Lucas.

Appassionata di produzioni 3D, Valentina è arrivata allo IED di Roma per frequentare il corso di CG Animation. Tra il 2010 e il 2013 ha studiato animazione ma anche video grafica e tecnologie interattive, assorbendo tutte le conoscenze tecniche necessarie per gli effetti speciali digitali, con il sogno di lavorare nel mondo della produzione. Un sogno diventato realtà a Londra dove, partendo dal ruolo più facile, è arrivata in pochi anni a coordinare la produzione dei VFX in titoli di grande richiamo del ciclo di *Alien*, *Transformers*, *Jurassic Park*.



Come sei arrivata a studiare CGA allo IED? Come è nato questo amore per gli effetti speciali?

Ho sempre saputo di volere fare un lavoro in un settore creativo ma non sapevo ancora quanto avrei amato una carriera nei VFX. Inizialmente mi sono iscritta al triennale di Graphic Design. Al secondo anno il nostro corso si è diviso in due indirizzi e d'istinto ho deciso di proseguire in quello di CG Animation. Andando avanti ho scoperto la passione per le produzioni 3D e, durante il progetto di tesi, oltre ad occuparmi di animazione, ho ricoperto un ruolo organizzativo che mi ha fatto capire quanto mi interessasse espandere le mie conoscenze nella produzione.

Dopo lo IED la tua carriera è cresciuta molto: quanto ha influenzato la scelta di trasferirti a Londra? Avevi già in mente un percorso che ti ha spinto a fare, come si dice, la "gavetta"?

Trasferirmi a Londra è stato sicuramente il trampolino di lancio. Sono arrivata qui dieci anni fa spinta dal desiderio di farmi strada nella produzione dei VFX, in un momento in cui a Roma le opportunità in questo campo erano minori rispetto a quelle di adesso. Una volta qui ho lavorato per oltre un anno in un ristorante per perfezionare la lingua e avevo quasi perso di vista il mio obiettivo. Nel 2015 però mi sono imbattuta in un post su *LinkedIn* della *ENVY Post Production*, che era alla ricerca di runners. Sapevo che quello sarebbe stato l'inizio del percorso che mi avrebbe portata a fare il lavoro dei miei sogni.

Come sei entrata in contatto con realtà importanti? C'è stata un'occasione che ritieni abbia favorito il salto?

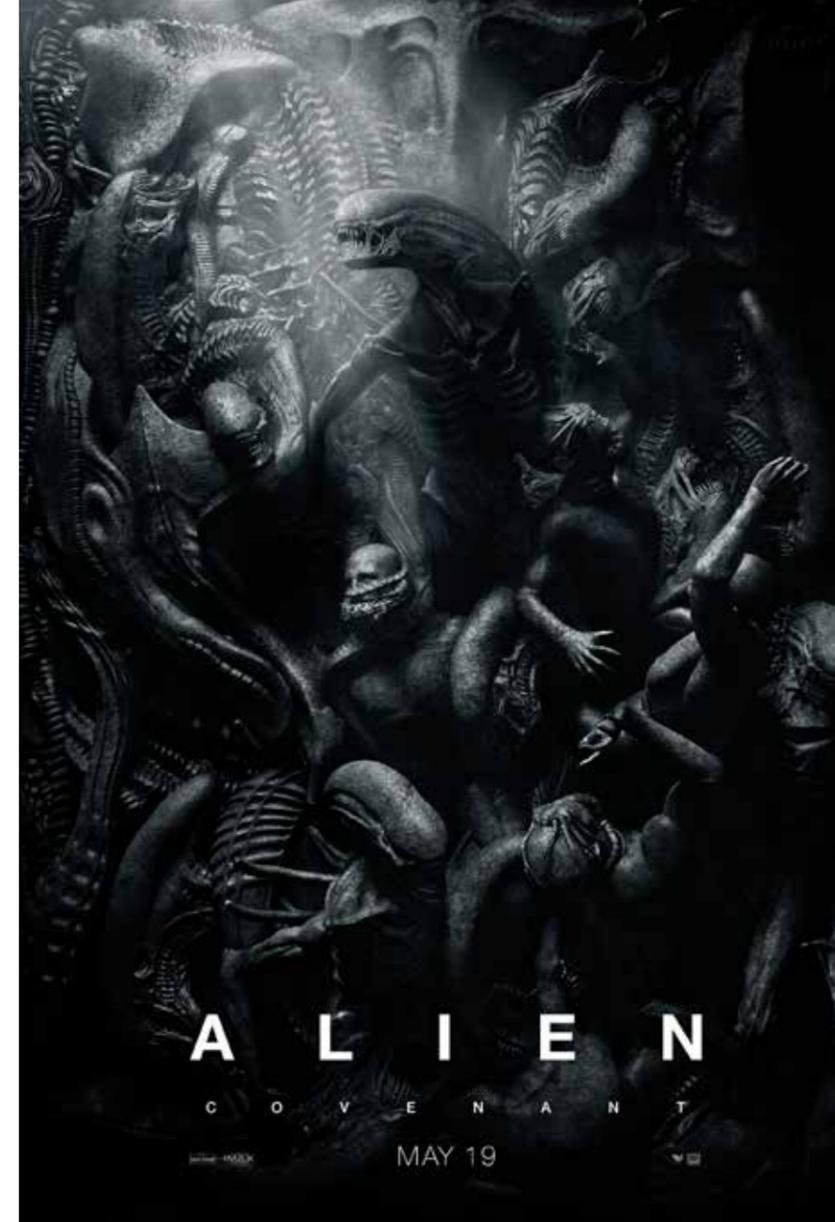
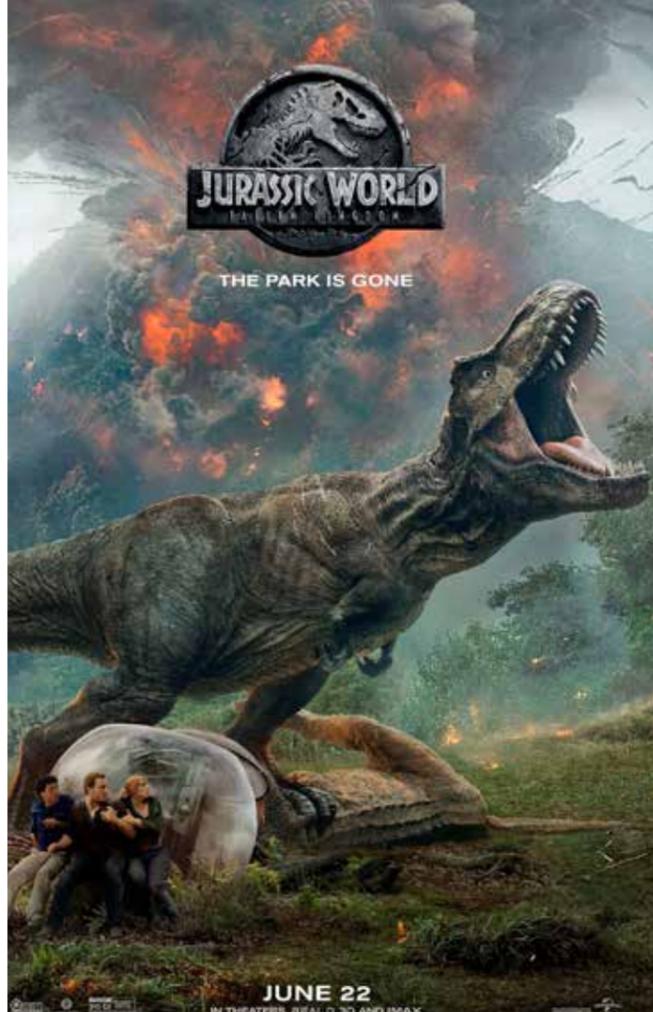
Dopo quasi due anni da *ENVY* sentivo che per me era arrivato il momento di affacciarmi nel mondo dei VFX. Sapevo che la *Moving Picture Company* avrebbe di lì a poco iniziato a lavorare su una produzione Disney "*The Lion King*". Ho pensato di buttarmi e sottoporre la mia candidatura come Coordinatrice. È stato così che nel 2018 ho finalmente messo piede in uno degli studi di VFX più prestigiosi al mondo. Il primissimo progetto a cui ho lavorato è stato "*Alien Covenant*" di Ridley Scott dove ho coordinato i dipartimenti di Environment e Digital Matte Painting per la creazione di numerose ambientazioni. Sono seguite poi grandi produzioni come "*Transformers*" e "*The Last Knight*" e poi "*The Lion King*", il progetto dei miei sogni perché interamente realizzato in computer grafica.

Titoli che fanno davvero sognare. Sono occasioni che hai fortemente voluto? Quanto conta lavorare nella squadra giusta?

Ho sempre accettato ogni progetto che mi veniva proposto con molto entusiasmo, anche se non ne ero fan al cinema. Perché ho sempre apprezzato il lavoro di gruppo dietro alle grandi produzioni. Tutt'ora prediligo un team funzionale: la comunicazione e il teamwork sono tutto affinché un progetto funzioni e le consegne non risultino irraggiungibili.

Quali sono i progetti che ti stanno appassionando e come ti vedi nel futuro anche in relazione alla rapida evoluzione di questo mondo?

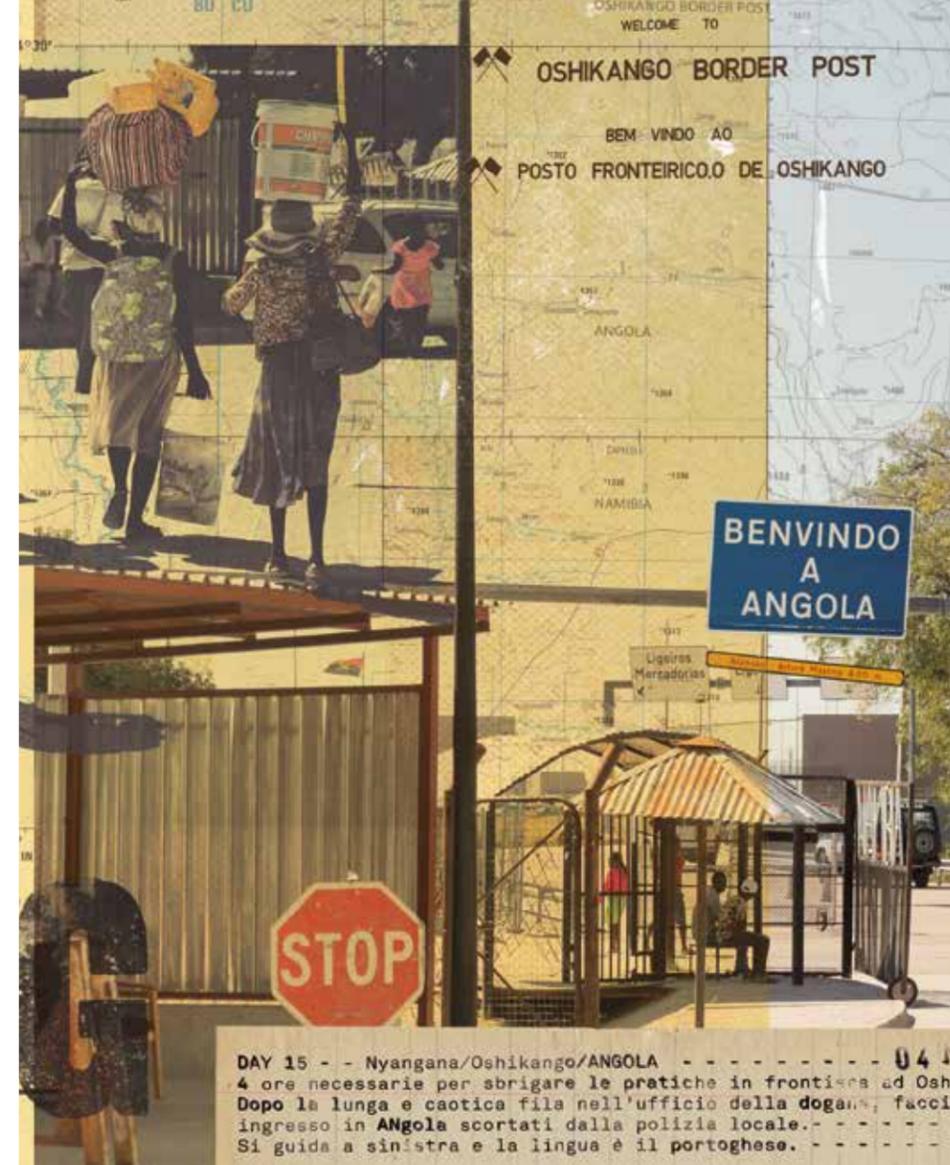
Al momento mi trovo alla *Industrial Light & Magic* da oltre 5 anni, cosa che mi ha permesso di lavorare su progetti con grandi sequenze di animazione. Tra i miei preferiti c'è sicuramente l'ultimo della serie di Spielberg "*Jurassic World Dominion*". Da bambina ero terrorizzata dalla famosa scena del T-Rex e a distanza di tutti questi anni ne ho apprezzato tantissimo il lavoro di modellazione ed animazione. Non so cosa mi riservi il futuro ma sono convinta di trovarmi nel posto giusto: la *ILM* non è solo la più famosa ed importante azienda nel campo dei VFX, è anche leader nell'innovazione.



IEDfor: Missions. In missione per le Missioni. Progetto speciale dedicato a far conoscere e promuovere le attività umanitarie in Africa, che ha generato una missione con gli studenti IED.

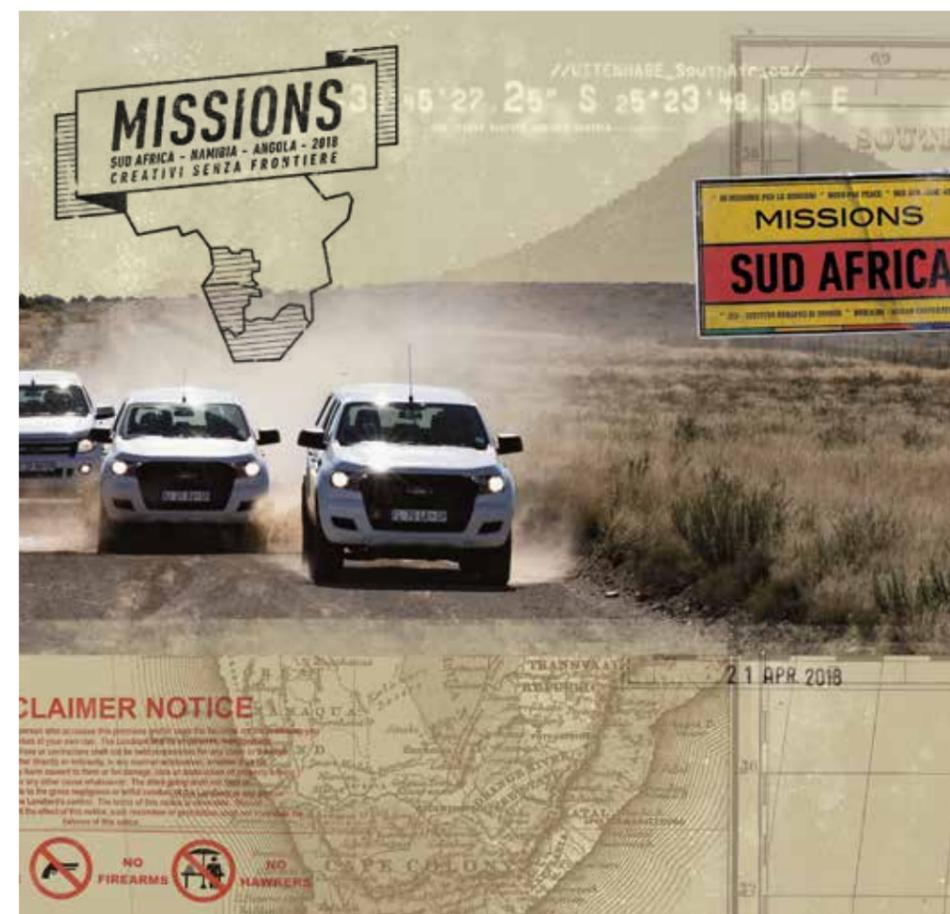
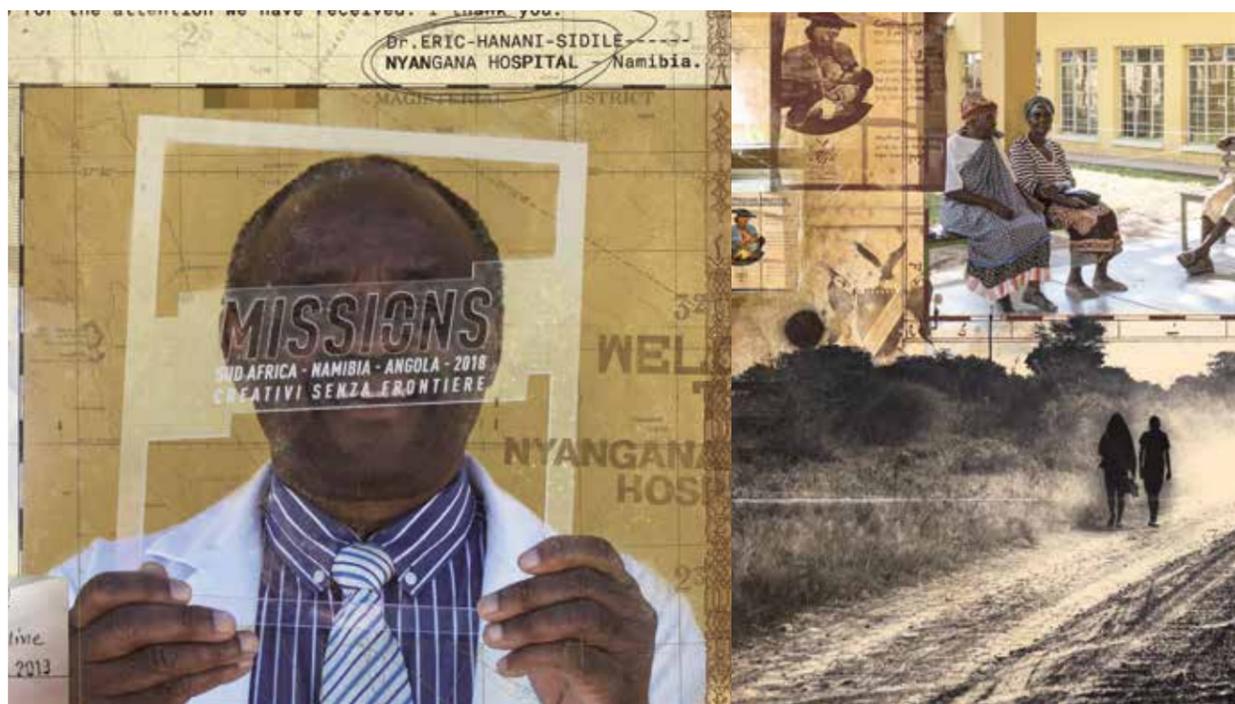
Missions è l'iniziativa che nel 2018 ha portato un gruppo di studenti selezionati dalle diverse sedi del Gruppo IED in una spedizione di 23 giorni in Sud Africa, Namibia e Angola, con l'obiettivo di dare un volto a "Gli anonimi della fede" gli operatori delle missioni umanitarie cattoliche attive in quelle aree.





DAY 15 - - Nyangana/Oshikango/ANGOLA - - - - - 04
 4 ore necessarie per sbrigare le pratiche in frontiera ad Osh
 Dopo la lunga e caotica fila nell'ufficio della dogana, facci
 ingresso in Angola scortati dalla polizia locale. - - - - -
 Si guida a sinistra e la lingua è il portoghese. - - - - -

22 giorni di reportage, un diario di viaggio quotidiano su web e social, 20 ore di girato, 16.000 foto, 100 illustrazioni e 25 artwork prodotti. Sono i numeri di "Missions - In missione per le missioni" l'iniziativa che ha visto lo IED impegnato in un imponente progetto di spedizione in Africa, lungo un itinerario che ha attraversato Sud Africa, Namibia e Angola. La missione ha impegnato otto tra studenti ed ex studenti selezionati dalle sedi di Roma, Milano e Barcellona che, col coordinamento e l'art direction di Luigi Vernieri, hanno raccontato le missioni cattoliche, in affiancamento e collaborazione con la spedizione di solidarietà della Onlus MotoForPeace, composta da uomini e donne di Polizia di Stato e Carabinieri.





Chamni Tipmanee è un fotografo thailandese, tra i più noti e apprezzati del suo paese nel campo della fotografia commerciale. Dal 1988 è a capo della sua agenzia in Bangkok e firma anche progetti di denuncia sociale.

Studente di fotografia allo IED di Roma, Chamni Tipmanee si diploma nel 1982 e decide di tornare nella sua Thailandia. Dopo aver lavorato come freelance per alcuni anni nel 1988 fonda a Bangkok la sua agenzia chiamata *Chamni's Eye*. Parallelamente all'attività come fotografo commerciale, Chamni porta avanti progetti personali, caratterizzati da un'attenzione verso i temi sociali e verso una fotografia che affronta il vero, sia interessandosi ad usi e costumi, sia raccontando i problemi della società che lo circonda.





Pensando al tuo percorso dalla Thailandia a Roma e ritorno, mi viene in mente una frase della scrittrice Jodi Picoult: “I genitori non sono le persone da cui vieni, sono le persone che vorrai essere quando crescerai”. Quanto è vera questa frase?

Molto. Mio padre era il capo del nostro villaggio, una persona sempre dedita all'aiuto del prossimo e al miglioramento della società in cui viveva. Usava la sua fotocamera per imprimere su pellicola il progredire dello sviluppo della sua intera comunità: strade in costruzione, ponti, estrazioni petrolifere o di gas. Ricordo ancora in modo molto vivido la macchina fotografica che usava e posso dire che, davvero, è stato per me un modello.

Inizialmente, che cosa ti chiamava dell'Europa? E che ricordi hai di Roma?

Roma è un polo d'attrazione per l'arte e per gli artisti. L'Istituto Europeo di Design all'epoca aveva la sua sede nei pressi dell'a-

rea archeologica del Foro Romano. Tutto ciò mi ha reso particolarmente entusiasta del fatto che avrei cominciato e concluso i miei studi in questo contesto.

Sei arrivato in Italia e allo IED per studiare fotografia: perché hai scelto la strada della comunicazione pubblicitaria? Quali sono state le fonti di ispirazione negli anni di studio?

In IED ho frequentato con convinzione il corso di Fotografia pubblicitaria e durante questo periodo aver avuto amici e compagni molto disponibili all'aiuto, ha reso per me più piacevole e scorrevole l'apprendimento. Inoltre, quando si è a Roma ogni cosa e ogni luogo può essere una fonte di ispirazione. A partire da veri e propri punti di riferimento quali: il Colosseo, la Città del Vaticano e i numerosi musei in tutta la capitale. È stata proprio l'esperienza a Roma, posso dire, che mi ha aiutato a capire che anche la fotografia pubblicitaria poteva essere parte del mio futuro.

Nei progetti personali gli scatti ritraggono situazioni di vita rurale, oppure aspetti della società, evidenziando anche le problematiche. Che cosa ti preoccupa del mondo odierno? Che cosa, d'altra parte, ti fa sperare in un futuro migliore?

Mi interessa la vita di tutti i giorni, quella della gente, della *working class* o dei venditori di generi alimentari nei mercati. Le loro storie ispirano e fanno sorgere domande, mi fanno venir voglia di restituire qualcosa alla società. Mi riferisco in particolare alla consapevolezza di doversi prendere più cura dell'ambiente. Vorrei che ci fosse più sensibilità generale riguardo questi temi, mi piacerebbe che ognuno partecipasse a questa nuova presa di coscienza.

Come nasce lo studio Chamni's eye? Che cosa gli ha permesso di crescere così tanto nel tempo?

Dopo aver lavorato per un po' di anni, ho colto l'opportunità e

ho deciso di aprire uno studio collaborando con il mio socio. Dal 1991 siamo riusciti a mantenere alta la qualità del nostro lavoro, abbiamo migliorato il team ed espanso il nostro business con lo scopo di soddisfare le richieste dei clienti. Richieste come: fotoretocco, videomaking e servizi tipici di una vera e propria agenzia digitale. Sono certo oggi che continueremo a rimanere in pista e ci impegneremo ad accogliere ogni cambiamento che avverrà in futuro.

IEDfor: Design per lo sviluppo sostenibile. Progetti che arrivano ad offrire soluzioni capaci di superare barriere fisiche e psicologiche e trasformare la quotidianità in modo positivo per le persone e per il pianeta.

Product Design di IED Roma promuove progetti di ricerca legati al Design per lo sviluppo sostenibile sociale e ambientale con l'obiettivo di stimolare una maggiore sensibilità verso queste tematiche così importanti per i futuri designer. La progettazione parte dall'ascolto delle persone coinvolte, i familiari, le associazioni e gli operatori e si sviluppa condividendo le idee e discutendo le proposte.





In collaborazione con *Legambiente* sono nati progetti per bambini come il gioco dell'oca che spiega l'economia circolare e la casetta mega puzzle in cartone riciclato. Il robot morbido "Jowie" è pensato per bambini in ospedale. I progetti di ricerca finalizzati a prodotti e servizi che associano elevati livelli di funzionalità, tecnologia, estetica ed ergonomia per le persone per cui sono stati pensati nascono nei laboratori del corso di cui è coordinatore e docente Marika Aakesson. "Design for Diabetes" per persone affette da diabete. Nel progetto "Lasciatemi le rughe" i prodotti supportano l'autonomia di anziani. "A come Atipico!", in dialogo con persone con autismo e i loro familiari. I progetti sono stati esposti ad *Exposanità*, pubblicati sull'*ADI Design Index* e vincitori del Premio "Eccellenze del Design nel Lazio".



Resilienza creativa in tempi di sfide globali

In un'epoca segnata da eventi climatici estremi, pandemie, conflitti e crisi finanziarie, i giovani designer si trovano a forgiare un futuro non solo caratterizzato dalla creatività e dall'estetica, ma anche dalla resilienza e dalla capacità di adattamento.

La prospettiva del futuro varia per ciascuno di noi.

Una parte lo vedono come un incerto territorio da conquistare, altri come una tela bianca pronta ad essere dipinta con i colori delle proprie ambizioni senza interessarsi al prossimo. Tuttavia, indipendentemente dall'interpretazione, il futuro richiede un impegno attivo. Richiede di lasciare da parte la passività, sfidare le convenzioni e osare intraprendere viaggi interiori ed esteriori. L'indimenticabile citazione di Wong Kar-wai in "2046" "Se vuoi un futuro devi andarlo a cercare" risuona come un invito a cacciare il futuro, a plasmarlo con le proprie mani.

Oggi, nel contesto in continuo cambiamento, lasciare un'impronta significa adottare un approccio consapevole e orientato alla trasformazione. Ecco alcuni modi in cui è possibile lasciare un'impronta significativa:

- Consapevolezza ambientale e sostenibilità: intraprendere azioni che riducano l'impatto sull'ambiente. Questo può includere scelte quotidiane consapevoli, come ridurre il consumo di plastica, promuovere l'energia rinnovabile, sostenere il riciclo e l'upcycling, nonché la progettazione di soluzioni sostenibili nel proprio campo di lavoro.

- Creatività responsabile: sviluppare soluzioni innovative che siano socialmente e ambientalmente responsabili. Unire l'innovazione con l'attenzione per le sfide globali come la crisi climatica,

la salute pubblica e la giustizia sociale.

- Educazione: condividere conoscenze e sensibilizzare gli altri su questioni cruciali. Tenere al corrente e coinvolgere la comunità su temi importanti come l'uguaglianza, la diversità e l'inclusione.

- Collaborazione e azione collettiva: unire le forze con altre persone, organizzazioni e comunità per affrontare sfide comuni. Collaborare in progetti che promuovono il cambiamento positivo e incoraggiare azioni collettive per creare un impatto più significativo.

- Difesa e attivismo: essere attivi nel difendere cause importanti. Partecipare attivamente alla difesa dei diritti umani, dell'ambiente, della giustizia sociale e della parità, e sostenere azioni volte a influenzare i cambiamenti positivi a livello politico e sociale.

- Empatia e inclusione: creare un ambiente inclusivo, rispettoso, dove si accolgono le diverse prospettive e si promuove l'uguaglianza. Essere empatici e contribuire a costruire comunità solidali. Tutti possiamo, con le nostre azioni e scelte quotidiane, lasciare un'impronta positiva nel mondo. La chiave è agire con consapevolezza, responsabilità e una visione orientata verso un futuro migliore per tutti.

Ai giovani designer che stanno ancora imparando e crescendo, vorrei offrire un messaggio di incoraggiamento. Il vostro percorso di apprendimento non è solo un'accumulazione di conoscenze tecniche, ma un viaggio di auto-scoperta e di esplorazione delle vostre capacità creative.

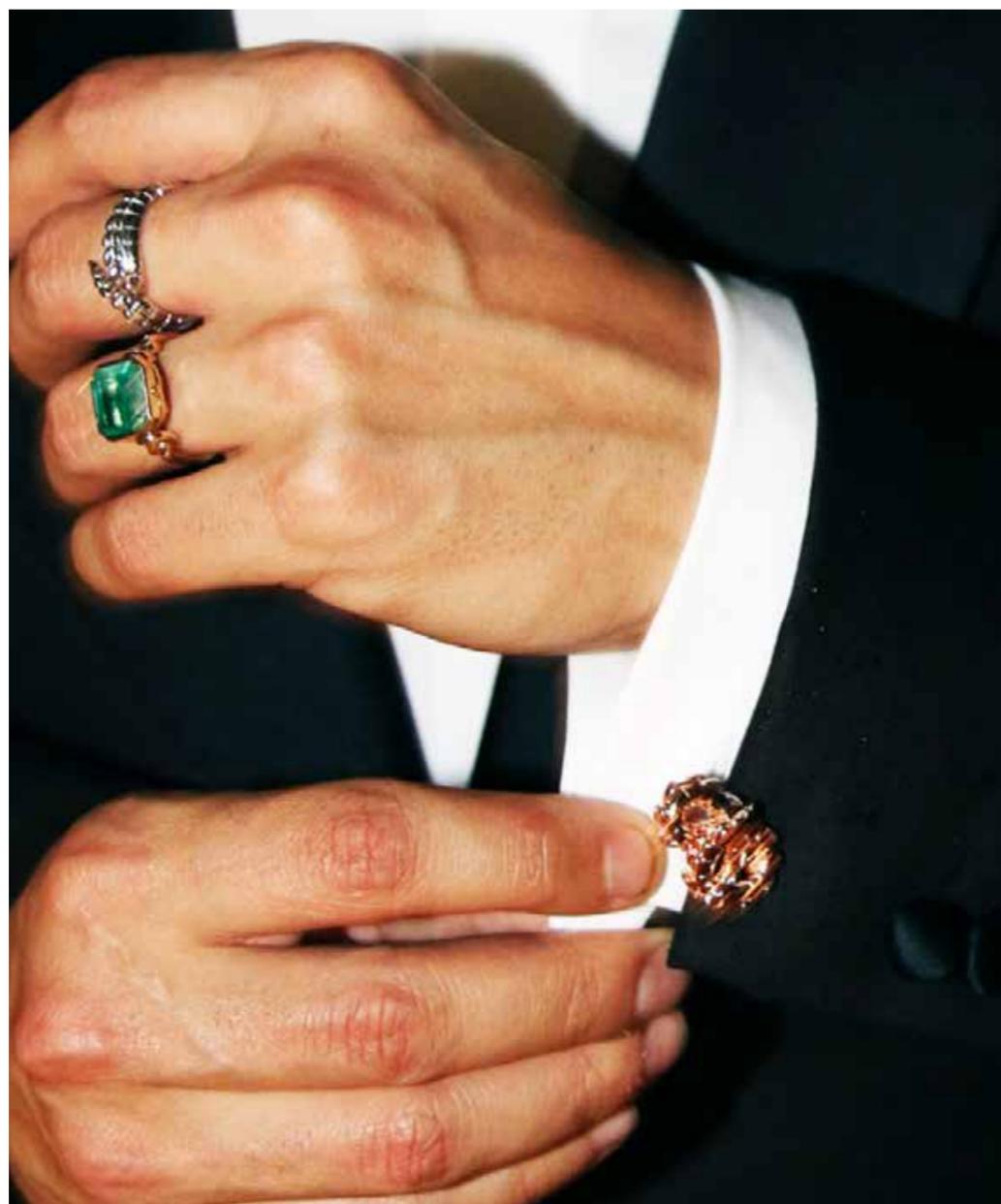
Siate audaci nel vostro approccio, abbracciate l'incertezza come un terreno fertile per l'innovazione e la scoperta.



Jessica Cooper è la fondatrice di *Ohliguer*, marchio australiano di gioielli con design iconici e contemporanei, balzato nell'olimpo fashion grazie alla corona indossata dalla pop star Madonna sulla copertina di *Vogue*.

Jessica Cooper è originaria di Sydney in Australia. La sua storia passa per una laurea in Belle Arti, prima di approfondire scultura e fotografia e poi approdare alla gioielleria. *Ohliguer*, il brand che ha fondato ha sede a Brisbane e vuole essere anche omaggio alle figure di sua nonna e bisnonna, che ancora continuano ad essere fonte di ispirazione. Il periodo trascorso a Roma, dove ha frequentato il Master IED in Jewelry Design, le ha svelato il potere della creatività.





Nelle tue creazioni la storia familiare sembra avere un peso, visto che hai dedicato il brand a due importanti figure femminili. Come si è trasmessa la passione del gioiello?

La mia famiglia ha una storia davvero unica che costituisce per me una costante fonte di ispirazione. Il mio bis, bis, bis nonno possedeva alcune miniere nella catena degli Urali, in Russia, che fornivano pietre preziose delle dimensioni di uova di rettile al famoso *Fabergé*, per i suoi capolavori destinati anche alla famiglia reale. Alla caduta dello Zar durante la Rivoluzione Russa, la mia famiglia fu costretta a fuggire. I gioielli di grandi e rinomati artigiani, tra cui anche *Fabergé*, dovettero essere nascosti e furono ricamati in modo intricato nei vestiti, anche nella biancheria, della mia bisnonna, che per questo brillava indossandoli nelle dimore dei russi, in giro per l'Europa. Da bambina passavo molto tempo a casa di mia nonna e insieme a mia sorella adoravamo cercare tra i suoi cassetti gioielli e pietre preziose avvolti ancora con cura in sciarpe e camicie di seta. In quel periodo ho capito subito che il mio scopo era portare avanti l'eredità creata dai miei antenati.

Qual è stata la motivazione che ti ha spinto al passaggio dall'Australia allo IED Roma? Perché proprio Roma e questa scuola?

Roma è la mia città preferita in assoluto. Ha qualcosa di assolutamente ipnotizzante. Per me la città ha questa energia unica che penso venga catturata perfettamente nel momento e nel modo in cui il sole si posa sulle mura antiche del centro storico durante il giorno. Trovo che sia un posto unico, che ha un fascino come nessun altro.

Durante il periodo di formazione hai incontrato delle persone in grado di ispirarti nei tuoi progetti?

Certamente. Luca Bartoleschi per esempio è stato di grande ispirazione per me. Le sue creazioni per *Bulgari* sono indubbiamente iconiche. Anche Amanda Triossi è stata particolarmente influente su di me. L'ho assistita nella stesura di svariati cataloghi, tra l'organizzazione dei contenuti e l'editing di immagini relative al periodo presso le prestigiose case d'asta di *Sotheby's* e *Christie's*.

Quale è stato il balzo che ti ha permesso di raggiungere personaggi di spessore come Madonna? Quale ricerca ti ha portato ad essere scelta nel progetto?

In tutta onestà, non c'è stato alcun "salto". È stato piuttosto un duro lavoro composto da una moltitudine di piccoli passi. Una stilista molto talentuosa mi ha chiesto di realizzare uno schizzo per una corona di spine. Lo schizzo è stato approvato all'istante: ho avuto solo due settimane per crearlo e incastonare dentro centinaia di diamanti in modo che arrivasse nello studio di New York in tempo per il servizio fotografico. Quando finalmente l'ho visto, sono stata così sollevata che calzasse a Madonna!

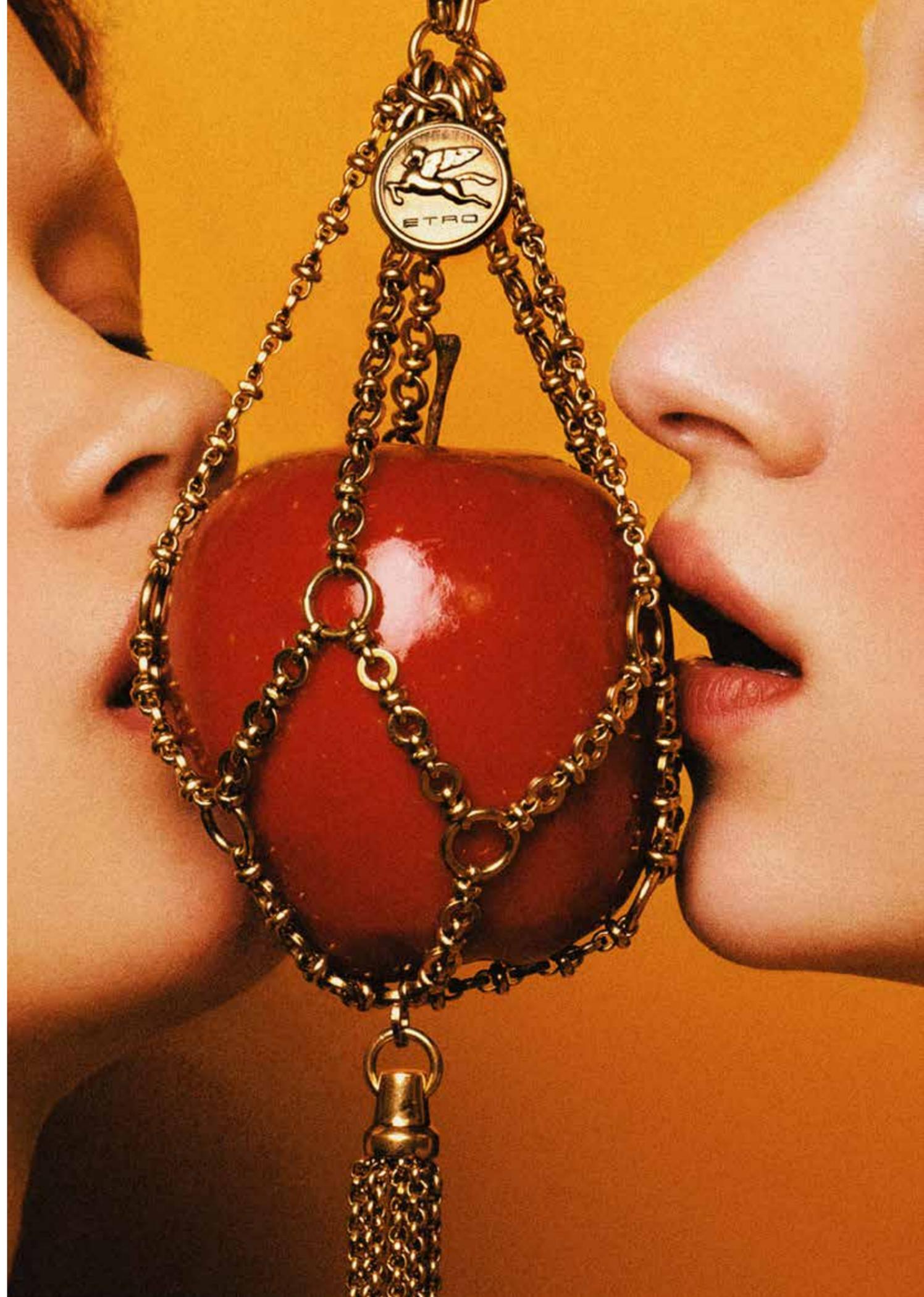
Parlando di questa cultura italiana che ti ha influenzata: è una memoria che continua anche oggi ad ispirarti magari per altri lavori?

L'Italia mi sta molto a cuore. Ho sempre avuto il sogno di vivere metà dell'anno in Australia e metà in Italia. Infatti sono alla ricerca di uno showroom, che possa rimanere studio privato, nel cuore di Roma, per costruire progetti futuri.



Marco De Vincenzo è una delle firme più innovative nel mondo degli accessori made in Italy. Direttore creativo di *Etro* e Head Designer di pelletteria per *Fendi*, ha fondato un suo brand apprezzato a livello internazionale.

Da Messina a Roma per studiare Fashion Design allo IED di Roma. E a soli ventun anni Marco De Vincenzo entra a far parte degli uffici creativi di *Fendi*, dove arriva a ricoprire oggi la posizione di Leather goods Head Designer. Nel 2009 lancia il brand che porta il suo nome e nello stesso anno vince anche il concorso “*Who Is On Next*” di *Vogue Italia*. Dal 2014 entra nella galassia delle partnership di *LVMH* che porta alla crescita internazionale del marchio. Da giugno 2022 è anche Direttore Creativo di *Etro* dove, a settembre 2022, debutta con la sua prima collezione donna.



Visto l'affermazione in giovane età, quando hai scoperto la tua passione per abiti e accessori? Come ha influito la scelta dello IED?

Ho scoperto la moda come forma di creatività da adolescente, ma è stato durante lo IED che questa passione ha preso sembianze più concrete. Vivere per tre anni a stretto contatto e quotidianamente con persone che coltivavano il mio stesso interesse, mi ha confermato che la moda era davvero il lavoro che avrei voluto fare da grande.

Quali punti di forza sono stati capaci di avvicinarvi a Fendi? C'è un progetto a cui sei più legato perché lo consideri il trampolino di lancio?

Con *Fendi* ho scoperto l'importanza degli accessori, che fino a prima di questa collaborazione avevo ritenuto quasi marginali. Avevo poco più di venti anni quando le borse sono diventate il centro del mio universo creativo e ancora non sapevo quanto la loro importanza nel sistema moda sarebbe cresciuta a dismisura negli anni. Credo che la mia partecipazione alla nascita della *Peekaboo*, tutt'oggi un'icona del brand, sia stato un momento cruciale nella mia carriera.

Il tuo passaggio ad Etro è stato letto come l'avvio di una nuova fase nella storia del brand. Su cosa punti per disegnare la nuova identità? E cosa hai tenuto della "tradizione"?

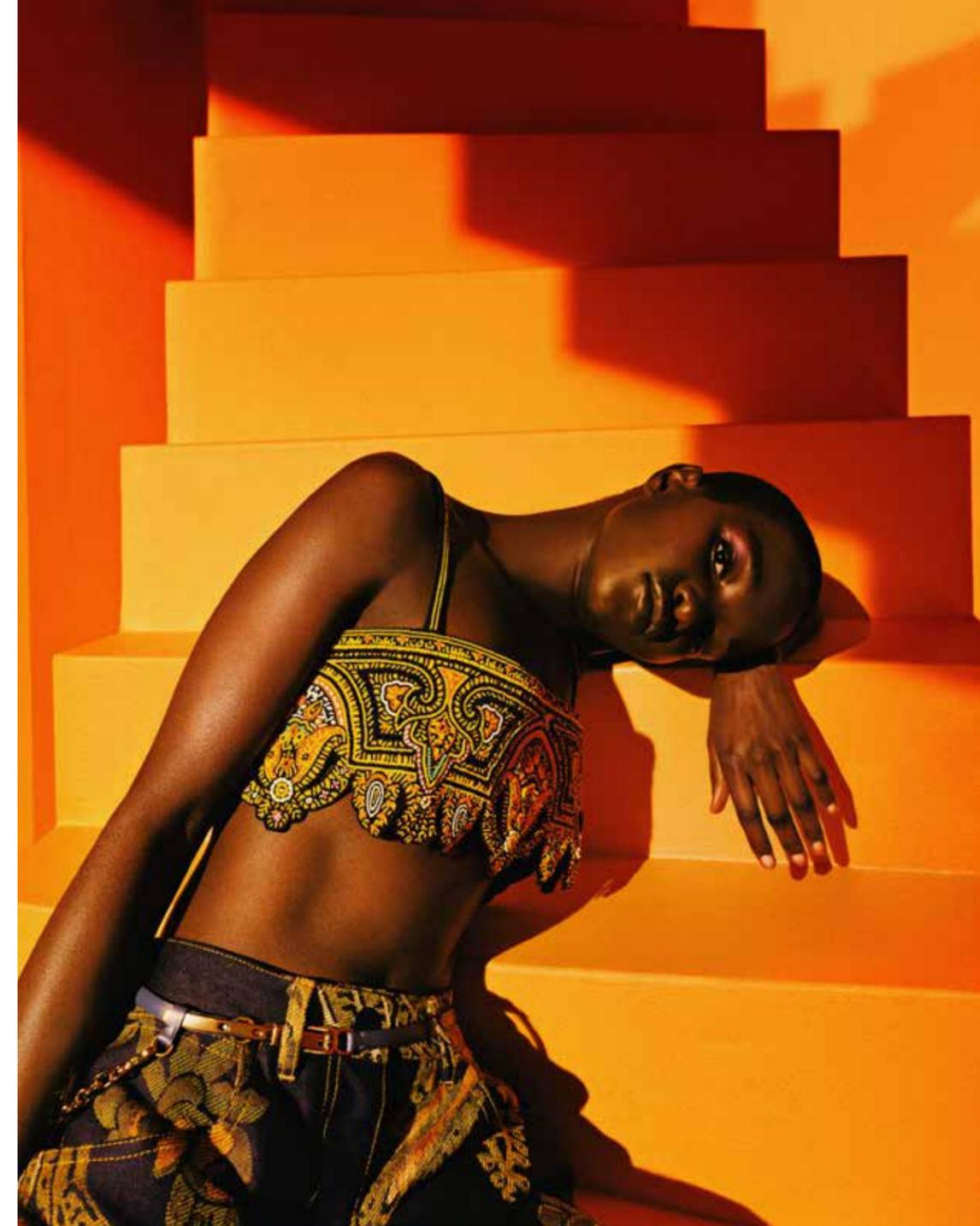
Credo di aver imparato dentro *Fendi* come si rispetta un marchio e come lo si trasporta nel futuro. Anche da *Etro* seguirò le orme di chi mi ha preceduto, ma senza nostalgia per il passato. Punterò sul tessuto, vero patrimonio del marchio e su una eccentricità senza sforzo.

Da dove nasce l'esigenza di creare un tuo brand? Possiamo dire che ti consente di cercare nuove estetiche?

Nel mio caso è nato dalla necessità di esplorare la moda in maniera completa. Dopo dieci anni dedicati esclusivamente alla pelletteria, mi mancavano i vestiti.

Nei tuoi abiti c'è molta ricerca sui tessuti. Da dove prendi l'ispirazione e che ruolo hanno le tue radici siciliane nella qualità estetica delle tue collezioni?

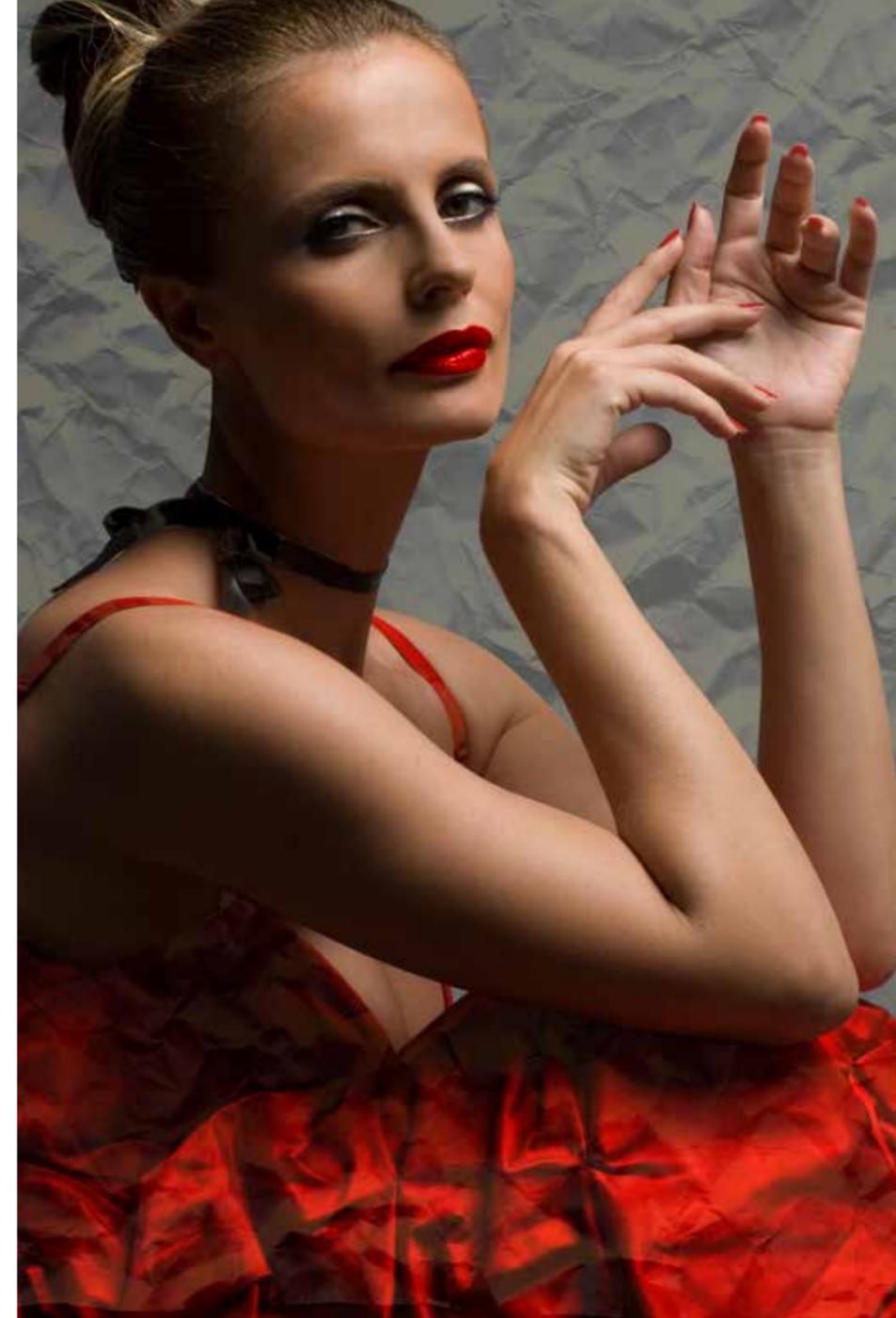
Il tessuto è da sempre la mia guida, mi affascina le sue infinite possibilità. L'ispirazione può essere ovunque e se non ti dai troppe regole è meglio perché riesci a sorprenderti. La Sicilia vive nel mio amore per il mix di colori e di patterns, in quel caos apparente pieno di armonia.



**Dov'è Marcello? Strane coppie
nel cinema e altro.** Evento installativo
che ha indagato la relazione tra moda,
cinema e arti visive, in occasione
della prima edizione di *Cinema
Festa Internazionale di Roma*.

Il mondo del cinema, della moda e dell'arte sono entrati in risonanza in un appuntamento che nel titolo ha voluto richiamare l'icona di Marcello Mastroianni, nell'intramontabile mito de *"La dolce vita"*. L'evento, che ha visto in mostra i ritratti di apprezzati attori italiani, si è svolto al Museo Nazionale delle Arti e Tradizioni Popolari di Roma, dal 17 al 27 ottobre 2007.





In stretta relazione con la principale kermesse di cinema di Roma, IED ha voluto celebrare la relazione tra moda ed arti visive in un evento che testimonia il suo ruolo di ambasciatore della cultura del progetto e della sua vocazione all'innovazione e allo sviluppo. "Dov'è Marcello? Strane coppie nel cinema e altro" è stato un evento installativo che ha visto unirsi le professionalità di artisti di fama internazionale con la creatività di giovani stilisti cresciuti nel vivaio della sede romana dell'Istituto. L'obiettivo era comunicare due linguaggi, moda e arti visive, in un passo a due in cui ciascuno ha interpretato creativamente un tema comune, con i propri strumenti, il proprio sapere, la propria arte. Fil rouge dell'evento questa "strana coppia", che ha ispirato da un lato il progetto moda, dall'altro la sezione tematica di "Vie-

dram, festival Internazionale di Videodesign" appuntamento alla sua quinta edizione promosso sempre dallo IED di Roma. Due straordinari fotografi: Iké Udé, afro-americano residente a New York, e Angelo Turetta, fotografo italiano di set cinematografici, hanno immortalato quattro grandi personaggi del nostro cinema, Valentina Cervi, Isabella Ferrari, Iaia Forte e Claudio Santamaria, che hanno indossato gli abiti disegnati dai giovani designer della Scuola di Moda.

Francesco Gori

Chief Executive Officer - IED Gruppo

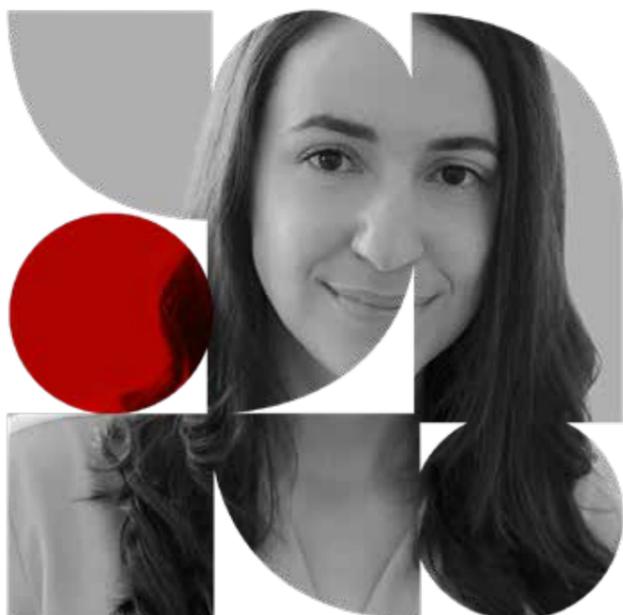
La via lunga

Nel mio percorso di laurea in Economia - erano gli anni bui della crisi energetica e del terrorismo in Italia - maturai la convinzione che la condizione sociale ed economica degli italiani più disagiati e svantaggiati potesse migliorare solo con la crescita economica del paese che, dal dopoguerra, era legata sostanzialmente alla crescita dell'industria. In particolare, dell'industria privata trainante che identificavo con le poche multinazionali di allora, visti gli scandali che fiorivano nel sistema parastatale. Fu così che, ricevuti telegrammi dalle principali società e banche, pubbliche e private, grazie alla mia laurea con lode, scelsi *Pirelli* perché fu l'unica a parlarmi di opportunità di lavoro all'estero.

Il mio primo stipendio era inferiore al canone di affitto, ma l'ambizione di fare carriera in fretta e farmi notare a tutti i costi in quella che allora era una vera multinazionale con settantamila dipendenti nel mondo mi indusse a lavorare sempre oltre l'orario di lavoro per accumulare conoscenze e esperienze, non denunciando ore di straordinario per timore che mi sarebbe stato altrimenti impedito il lavoro extra. Insomma, fin dall'inizio investii parecchio nel lavoro senza tuttavia rinunciare ai divertimenti grazie all'energia e all'adrenalina di quegli anni. Cosa sognavo? Diventare il numero Uno! Quale altro obiettivo porsi se non quello più alto? Piuttosto, come raggiungerlo? Ero convinto, e lo sono tuttora, che solo attraverso la conoscenza

del business - mercati, concorrenti, clienti e fornitori e soprattutto prodotto - delle tecniche gestionali e delle strategie d'impresa avrei potuto crescere e assumere posizioni e responsabilità maggiori. Così fu, con alti (la dirigenza dopo sei anni di lavoro, a poco più di trent'anni) e bassi (un cambio al vertice che vide l'inserimento per alcuni anni di un manager inesperto sopra di me) fino alla nomina a Dg dopo vent'anni dalla mia assunzione seguita dalla nomina ad Amministratore Delegato (CEO). Ma tutto ha una fine e, dopo aver trasformato un player per tanti anni perdente nella più dinamica società dell'Industry nel mondo, decisi di andarmene per insofferenza nei confronti del Presidente, rientrato dalle sconfitte nel settore delle telecomunicazioni e affamato di riscatto. Avevo cercato il mio futuro per vent'anni, lo avevo trovato e goduto per altri dieci, avevo creato valore non solo per gli azionisti ma soprattutto per diecimila ulteriori dipendenti e per la loro crescita professionale ma avevo compiuto sessant'anni: era il momento di lasciare.

Una storia lunga, la mia. Oggi inattuale perché esistono percorsi di carriera più veloci e perché ci sono alternative esistenziali che privilegiano la qualità del privato rispetto all'impegno nel lavoro. Ma se tornassi indietro non esiterei a rifare lo stesso lungo, faticoso percorso verso il futuro che mi ero scelto.



Anna Di Prospero è una firma della fotografia italiana, apprezzata e premiata a livello internazionale. I suoi scatti, capaci di indagare i lati profondi della persona, hanno generato mostre e libri.

Pluripremiata, autrice di scatti iconici, Anna di Prospero ottiene la sua prima personale all'interno di *Fotografia-Festival Internazionale di Roma* nel 2008, ben prima del suo diploma allo IED di Roma. Il suo lavoro è esposto in prestigiose manifestazioni in Europa e Stati Uniti, dove ha approfondito gli studi presso la *School of Visual Arts New York City (SVA NYC)*. Tra i riconoscimenti è stata *People Photographer of the Year* all'*IPA*, *Discovery of the Year* al *Lucie Awards* e secondo posto nella categoria *Ritratto* al *Sony World Photography Award*. Nel 2022 esce la sua prima monografia, *"Nei miei occhi"*, edita da *Contrasto*.





Sin da adolescente ti sei appassionata a fotografia e pittura. I due campi dialogano? Come confluisce l'interesse per la pittura nei tuoi progetti fotografici?

Per me la pittura ha una grande influenza. Sono appassionata di pittura sin da piccola, infatti la mia stanza era tappezzata di ritagli di dipinti di Edward Hopper. A quindici anni mi sono avvicinata alla fotografia grazie ad un concorso, vincendo una sezione chiamata "Casa, Incontro, Viaggio". Sono tematiche che affronto oggi da adulta come fotografa.

Quando frequentavi IED ti sei avvicinata al mondo di New York. I trasferimenti da una città all'altra hanno cambiato anche il modo di realizzare fotografie?

L'esperienza a New York ha generato una grande maturazione. Il luogo per me è stato una crescita personale e una scoperta. Sono partita da casa, dalla mia città di Latina, per iniziare un lavoro

legato alle architetture contemporanee. La percezione che abbiamo di un luogo, secondo me, è sempre e solo una proiezione di quello che abbiamo dentro. Quando sono ritornata in Italia, ho spostato la mia attenzione fotografica, sul rapporto con gli altri.

Da studentessa, hai anche avuto il riconoscimento "Un creativo al giorno". Puoi raccontarci su cosa si basava il progetto proposto?

La fortuna ha voluto che il tema fosse "Se stessi" quindi ho partecipato al concorso con i primi autoritratti che realizzavo all'interno della casa dove mi ero trasferita. All'epoca ero inesperta da un punto di vista fotografico. Quando la commissione ha valutato i miei scatti, ha visto qualcosa di interessante. Mi hanno dato un'opportunità che per me è stata la chiave di volta.

Dalla scuola in poi ci sono stati incontri o progetti che han-

no avuto un ruolo fondamentale nella costruzione della tua carriera?

L'incontro con Giorgia Fiorio, una fotografa italiana e mia mentore e con Gabriel Bauret, critico francese. Entrambi conosciuti alla *Reflexions Masterclass*. In questa esperienza ci incontravamo per la lettura del portfolio dei nostri lavori sia di ricerca, che commissionati. A questi incontri intervenivano personalità importantissime nel settore fotografico, uno dei primi è stato Ferdinando Scianna, poi Joan Fontcuberta e il Direttore del *MEP* (La Maison Européenne de la Photographie) di Parigi.

Tra le fonti di ispirazione c'è Gregory Crewdson. In che modo il suo stile è entrato a far parte della tua produzione?

Gregory Crewdson è stato certamente di ispirazione: ho osservato a lungo il suo lavoro come quello di Hopper o di altri pittori, però non c'è stata mai la volontà di emularlo perché è impossibi-

le. Un'altra fonte di ispirazione per me è Vivian Maier. Trovo affascinante che lei abbia deciso di rapportarsi al mondo, attraverso il filtro della macchina fotografica.

Grazie alla fotografia, hai esplorato il tuo mondo interiore e quello delle persone che ti circondano. Hai scoperto aspetti inediti?

Le mie fotografie sono cresciute insieme a me ed io sono cresciuta grazie a loro. Le mie prime immagini erano come delle pagine di un diario, che non ho scritto ma raccontato attraverso le foto. Oggi riguardando le immagini dell'epoca, capisco il valore e l'importanza che hanno avuto per me anche nei momenti difficili. La fotografia è stata sempre uno strumento di introspezione, di crescita molto potente, molto utile ed è diventata uno strumento per rapportarsi agli altri. La fotografia è proprio parte della mia identità.



Christopher Jones è Creative Lead in Creative Works in Google. Prima di arrivare al prestigioso ruolo ha maturato la sua esperienza in agenzie come *Publicis, Saatchi&Saatchi, Leo Burnett e Grey*.

Nel suo ruolo Christopher Jones si specializza nella collaborazione con marchi e partner creativi per sbloccare il potenziale innovativo sulle piattaforme di Google, guidando i clienti a massimizzare l'impatto e la creatività attraverso le tecnologie offerte da Google stesso. È parte di un team multidisciplinare dove, insieme a Creative Technologists, strateghi, creativi ed insights experts agiscono come consulenti ed educatori delle piattaforme, guidando i clienti nell'utilizzo delle tecnologie di Google per ottenere il massimo impatto e creatività. Nel suo percorso, passato per Dubai, Vienna, Berlino e Londra, ha collezionato numerosi riconoscimenti tra cui spiccano premi d'oro, d'argento e di bronzo ai *Cannes Lions*.

Sappiamo che hai origini italiane e neozelandesi, come sei arrivato allo IED di Roma? Che età avevi quando hai scoperto la passione per i linguaggi visivi?

Nella mia vita ho avuto la fortuna di nascere da genitori di diverse nazionalità: ho un padre neozelandese e una madre italiana, questo mi ha portato ad avere sempre una visione più ampia del mondo e delle sue incredibili opportunità. Ricordo che al termine del liceo classico ero uno dei tanti studenti che non avevano chiaro cosa avrebbero fatto della propria vita. "Comunicazione" mi sembrava abbastanza generico come studio, dunque mi iscrissi allo IED di Roma per seguire il percorso triennale di Marketing e Comunicazione. Il giorno in cui conclusi l'iscrizione al corso mi capitò tra le mani la brochure dello IED che raccontava anche del corso di Art Direction e Copywriter in pubblicità. Ecco brillare i miei occhi. Dopo un paio di lezioni compresi di aver fatto la scelta giusta.

In che modo la formazione è stata importante nel percorso che partito dallo IED ti ha portato ad una multinazionale come Google?

Una formazione corretta è fondamentale. Viviamo in un mercato del lavoro davvero competitivo che, purtroppo, ha sempre meno tempo per insegnare ai giovani. Si chiede di produrre sempre di più in meno tempo e con budget minori. Attraverso la formazione, i giovani possono integrarsi con successo nel mercato del lavoro, dando il loro contributo sin dall'inizio, insieme ai professionisti.

Negli anni hai sperimentato in maniera molto ampia nel mondo della comunicazione. Quali sono le esperienze lavorative che ti hanno reso quello che sei oggi?

Il mio motto è sempre stato: "Rimango in un posto di lavoro fino a quando imparo qualcosa, finito di imparare prendo le mie cose e cambio". Alla *Saatchi&Saatchi* di Londra sarò sempre ricono-

sciente perché mi ha permesso di spegnere il computer e iniziare davvero a pensare con la mia testa. La prima campagna pubblicitaria che ho fatto era per *Amnesty International*. Insieme alla mia partner creativa di allora, Marina Di Furia, la disegnammo su un pezzo di carta e la presentammo con grande incoscienza. Invece, tempo 20 giorni, le strade di Madrid si ricoprirono di manifesti con la nostra idea. Sarò sempre riconoscente anche a *Publicis Vienna* e *Saatchi&Saatchi Dubai* per avermi fatto comprendere le diverse sfumature della cultura europea e araba. A Berlino il periodo in *Saatchi* è stato tra i più splendidi perché il sogno di avere un *Leone* al *Festival di Cannes* finalmente si concretizzò. Poi arrivarono sei premi, tutti insieme, con la campagna "*Days of Hope*".

Come è stato rientrare in Italia con la Leo Burnett?

"L'Italia non è un paese per giovani", dicevano. Ma per me non è stato così. Personalmente ho continuato a fare progetti splendidi per il nostro paese, continuando a vincere Leoni a *Cannes*, con campagne dai clienti importanti come *Samsung Maestros Academy*, nata per valorizzare l'artigianato o *Samsung Smart Play-Board*, per comprendere l'intelligenza multipla dei bambini e *Samsung SmartBike*, una e-bike dai sistemi di sicurezza innovativi.

In quanto Creative Lead di Google, hai seguito l'evoluzione dell'interfaccia in questi anni decisivi: come potresti descrivere quello che è successo?

Negli ultimi anni c'è stata una fortissima accelerazione nell'uso della tecnologia. Basti vedere la relazione che le aziende hanno con lo smart working: una volta sarebbe stato impensabile il mondo in cui viviamo adesso. La costante propensione all'innovazione è in assoluto la cosa più stimolante per un creativo: è come avere sempre delle nuove "tele" su cui "dipingere" nuove idee.

IEDfor: Parco archeologico del Colosseo. Progetto di tesi dell'A.A. 2019-2020 volto a potenziare la comunicazione, la gamification e l'accessibilità del noto sito.

Il progetto che riguarda uno dei luoghi più iconici della capitale e del patrimonio archeologico mondiale, ha coinvolto gli studenti delle Scuole di Arti Visive e di Comunicazione, in particolare di Design della Comunicazione, Graphic Design-Motion Graphic, Media Design, Sound Design e Video Design-Filmmaking.



P·AR·@

30 OTTOBRE 2020

In occasione della celebrazione del 500° anniversario della morte di Raffaello Sanzio (Urbino, 1483 - Roma, 1520) apre a Roma negli spazi della Domus Aurea (sala Ottaviana e ambienti limitrofi), un evento espositivo dedicato al

tema delle grottesche, con straordinari apparati interattivi e multimediali.

Il progetto, curato dal Professor Vincenzo Formicola con Stefano Borghini e Alessandro D'Alessio, promosso da Parco Archeologico del Colosseo e prodotto da Electa, intende narrare l'eccezionale storia della riscoperta della pittura antica sepolta nelle "grotte" dell'originaria Domus Aurea di Nerone.

Una giornata nel mezzo del
CAMMIN

PERCORSI

STORIE DI DONNE

...ali da scoprire tra monumenti e reperti del Parco, tra dee, professioniste dell'arena, sacerdotesse: Palatino, Colosseo conservano ancora le tracce della memoria delle donne che hanno accompagnato la storia di Roma, negli ultimi giorni dell'Impero.

”

AL PARCO

6



Il Parco Archeologico del Colosseo come partner di tesi ha chiesto allo IED di individuare ed elaborare strategie utili all'ampliamento dell'audience, specialmente quella dei cittadini italiani e di valorizzare l'aspetto tecnologico e interattivo fornito dalla visita di tutte le opere e gli spazi presenti nel Parco: dal Colosseo ai Fori Imperiali, dal Palatino alla Domus Aurea. Gli studenti hanno lavorato a un piano di comunicazione utile a rilanciare l'offerta tecnologica e artistica del Parco e a rendere più efficace il brand, attraverso materiali pubblicitari ed editoriali, video e installazioni interattive, applicazioni, contenuti ed eventi dedicati ai social media.

Alberico Guerzoni

Director - IED Milano

Fantasia, immaginazione. Futuro.

Crisi umanitarie, climatiche, sociali, politiche ed economiche. Siamo assediati da eventi che costantemente richiamano gli aspetti peggiori della nostra era. Il futuro appare incerto e segnato da angosce che ne ridisegnano costantemente i confini. In questo clima, spesso, noi come esseri umani e come gruppi sociali, esprimiamo tutte le nostre fragilità e vulnerabilità.

Oggi più che mai è necessario porsi - in dialogo con altre realtà - come individui generatori di cambiamento. Assurgere a baluardo di resistenza e generare confini ideali entro i quali poter laboriosamente e creativamente proporre e disporre di orizzonti inediti. Osservare il contemporaneo mediante una lente in grado di scorgere il mondo da un'altra prospettiva, cercando di indagare e raccogliere tutti gli elementi di positività da amalgamare per riprogettare il futuro.

Dobbiamo nutrirci di sapere circolare, buono, propositivo, bianco. Abbandonare il nero e il negativo.

Il sapere che abbiamo ereditato, acquisito con l'esperienza, non è qualcosa che può essere esclusivamente, o semplicemente, tramandato in maniera cronologicamente lineare dalle precedenti generazioni a quelle nuove. In ottica di ascolto, sono particolarmente orientato a raccogliere le istanze, le voci, le speranze, poste al centro del dibattito soprattutto dalle nuove generazioni. In questo, ad esempio, trovo fondamentale l'attenzione per l'ambiente e il pianeta (*Fridays For Future*), per la body positivity, per i linguaggi e le inclusioni in ogni loro forma. Nel costante e ricco

dialogo tra generazioni, al centro di una particolare missione pedagogica di progetto, oriento il lavoro concreto sui temi dell'impegno civile, ambientale e sociale. Con la certezza che il design possa imprimere un segno tangibile per il bene del pianeta e di tutti i suoi abitanti.

Vorrei proporre qui un esempio che riprendo da un antropologo indiano, naturalizzato statunitense, Arjun Appadurai. Che differenza esiste tra fantasia e immaginazione? Per l'antropologo, la fantasia è più un fatto privato, qualcosa che noi, in qualità di essere umani, spesso compiamo: fantastichiamo su qualcosa che è irrealizzabile, impossibile da conseguire. Al contrario, l'immaginazione è un fatto pubblico e sociale; immaginare qualcosa ci spinge verso l'azione, verso il compiere gesti che porteranno alla realizzazione di ciò che abbiamo immaginato. Immaginiamo qualcosa e quotidianamente aggiungiamo un tassello che porterà alla realizzazione di ciò che abbiamo visualizzato nelle nostre menti. L'immaginazione ci orienta, ci guida, sprona ad attivarci nell'immediato per la realizzazione di progetti grandiosi. Insieme alla continua sintesi e abbandono del superfluo.

Ecco, in questo senso noi possiamo immaginare un futuro adesso. Perché se è vero che è importante rivolgere uno sguardo verso il futuro, un orizzonte di senso verso il quale orientarci, è fondamentale prendere consapevolezza che il futuro è qui, ora e tocca a noi mettere in moto quel movimento che scompagini tutto affinché le nostre vite si tramutino in meglio.



Siciliano, classe 1974, **Giuseppe La Spada** è un artista interdisciplinare focalizzato sul rapporto uomo-natura. Già direttore creativo per diversi brand oggi è Art Director del *Global Network Of Water Museums*, iniziativa capofila dell'Unesco.

Dal diploma IED nel 2001, avvia un percorso ricco di riconoscimenti, primo fra tutti il prestigioso *Webby Award*, e diverse collaborazioni con artisti del calibro di *Ryūichi Sakamoto, Franco Battiato, Christian Fennesz, Marco Mengoni*. Negli anni ha firmato lavori come direttore creativo per brand come *Expo2015, Autogrill, Ca' del Bosco, Bulgari, Versace*. Oltre a tornare in IED come docente, oggi è membro dell'International Academy of Digital Arts and Sciences di New York. L'elemento acqua percorre tutto il suo immaginario, divenendo ogni volta soggetto, contesto o anche medium.



Nato a Palermo e cresciuto a Milazzo, cosa ti ha portato a scegliere lo IED di Roma?

Io studiavo Giurisprudenza, nel frattempo dipingevo togliendo energie allo studio. Su suggerimento di mio padre, decisi di provare a rendere ciò che facevo qualcosa di serio. Grazie ad una ragazza che studiava Moda vengo a conoscenza dello IED. Vedo prima la sede di Milano e poi quella di Roma, dove rimango catturato dal rapporto umano con le persone che mi hanno accolto. Rapporto che è rimasto fino alla tesi, quando mi hanno chiesto subito di insegnare. Insegnare mi ha fatto diventare una persona migliore, la formazione per me è uno dei tasselli più importanti.

Sappiamo che è stato molto importante l'incontro con Ryūichi Sakamoto. Come sei riuscito ad entrare in contatto con lui?

Ho deciso di rispondere ad un'iniziativa che Sakamoto aveva lanciato "Stop Rokkasho". Sul sito erano a disposizione delle sue tracce da poter remixare e fare l'upload sul sito. Ho creato un progetto in *Flash* con animazioni, foto, video, suono e l'ho inviato al suo indirizzo mail. Nasce così "Mono No Aware" del 2007 e inizia una grande amicizia e varie collaborazioni: dai video del tour "Cendre" con uno spettacolo al Ground Zero alle cover dei CD. L'ultimo progetto con lui è del 2022: un field recording diventato parte dell'installazione presente alla *Biennale di Venezia* e al Museo Haus der Kunst di Monaco. Rimangono preziosi i suoi insegnamenti: il rapporto con l'invisibile e il ruolo dell'arte nella relazione che l'essere umano ha con la natura.

Cosa è successo quando dal mondo professionale del digitale sei passato all'attività artistica, fino ad essere esposto in musei importanti?

Ho sempre avuto varie crisi davanti alla "violenza" del mondo commerciale. Con l'ultima, nel 2014 decido di ricominciare da zero e mi metto a indagare il significato dell'arte e studiare tutto quello che riguardava l'acqua. Il passaggio chiave è stata la mostra "Sublimis" alla *Triennale di Milano*, con un progetto chiamato "Aphar" volto a capire come l'acqua venga associata all'origine della vita. Il supporto/regalo da parte di Sakamoto con la musica originale "Shizen No Koe" (la voce della Natura). Da lì mi sono dedicato solo al tema ambientale e alla ricerca. Per me è stato come entrare in risonanza, accordarsi ad altre frequenze.

Com'è stato tornare a Milazzo dopo tanti anni e fare un progetto importante per la città?

Per l'Area Marina Protetta Capo Milazzo, ho avuto il piacere di fare un video che volevo fosse un messaggio per la popolazione e per i bambini soprattutto. È piaciuto molto anche ad un responsabile IED Milano e abbiamo deciso di legarlo a un progetto di tesi sulla sostenibilità ambientale. Così gli studenti sono venuti a Milazzo e ho compreso l'utilità di fare da ponte con il mio luogo di origine.

Cosa vedi nel futuro della creatività digitale? Quale campo di ricerca ti sta appassionando?

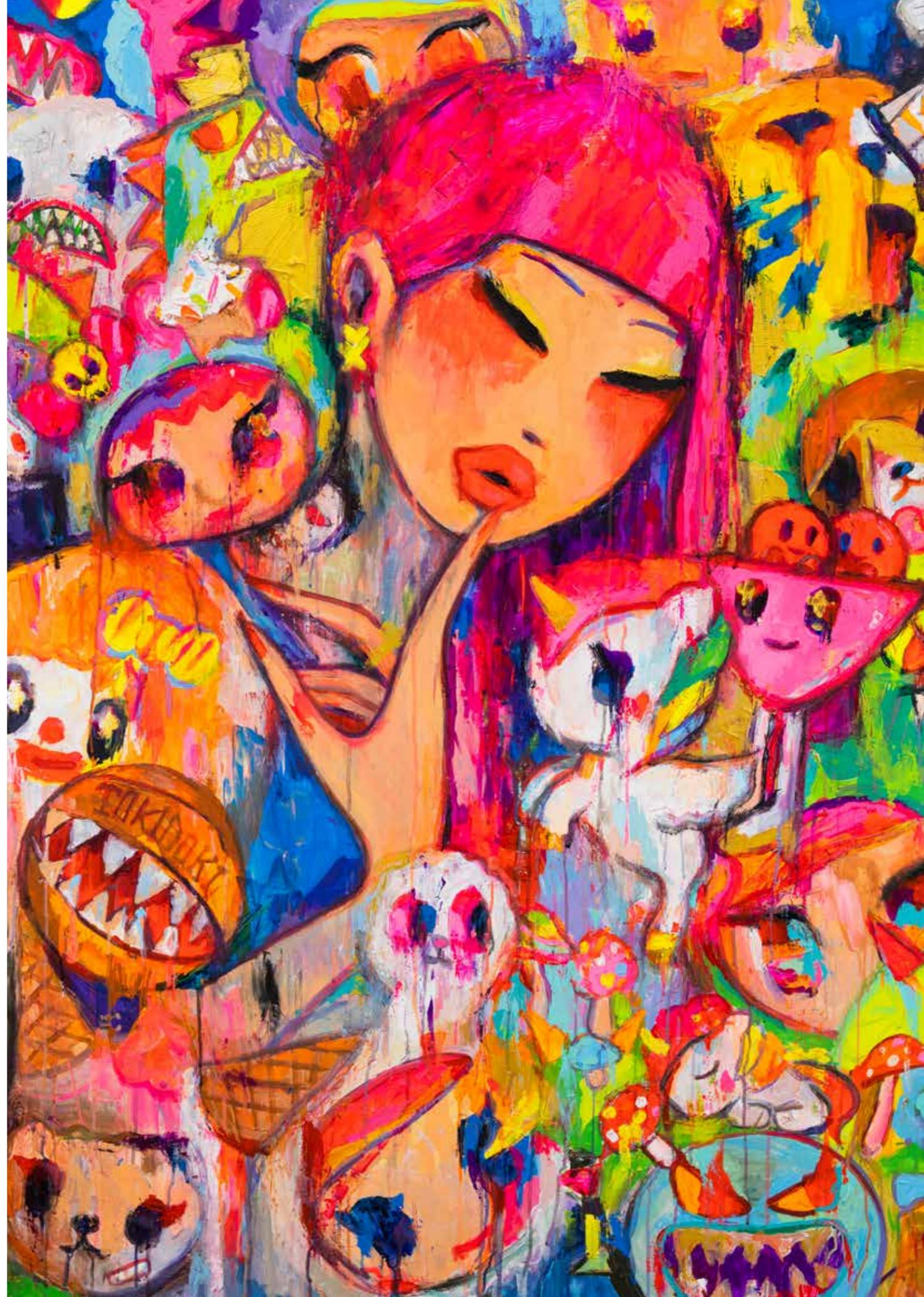
AI, NFT, Blockchain: sono di certo i settori su cui il mondo si concentrerà. Mi interessa però la parte etica del digitale, di questo accesso che trasformerà sempre più persone in "creatori" e credo sarà doverosa una ecologia del processo. Per esempio in uno degli ultimi progetti fatti con gli NFT ho prestato molta attenzione al consumo di energia, cercando la coerenza con la mia filosofia.

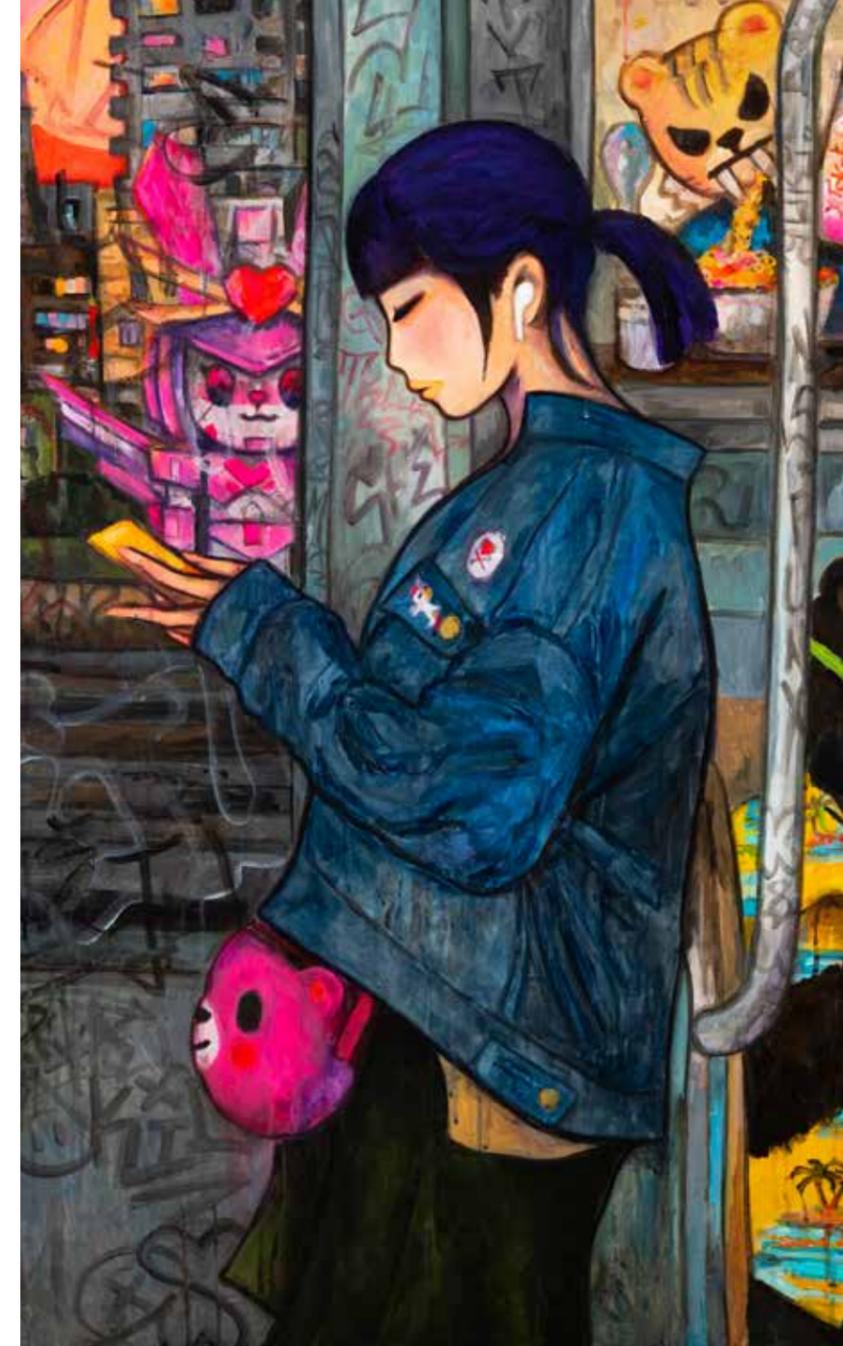




Simone Legno è il papà di *Tokidoki*, brand globale con il quale è riuscito a realizzare prestigiose collaborazioni: dalla limited edition per il *Guggenheim Museum*, a una originale versione di *Barbie*, fino a personaggi *Marvel*.

Nato e cresciuto a Roma, Simone Legno ha creato con *Tokidoki* un brand ispirato alla cultura manga, che vive tra pop e street style. La sua carriera prende quota quando viene scoperto sul web da due imprenditori di Los Angeles che lo invitano negli Usa per costruire un marchio globale. Dai capi d'abbigliamento agli accessori, passando per i cosmetici e la tecnologia, oggi *Tokidoki* vanta collaborazioni con alcuni dei maggiori brand. Anche se vedere i suoi personaggi diventare art toys lo emoziona, la categoria in grado di rappresentarlo meglio è quella delle borse e degli accessori.





Venivi da studi di Scienze Politiche, cosa ti ha portato ad affrontare la Comunicazione Visiva in IED?

All'epoca all'Università non c'era niente che avesse a che fare con la comunicazione visiva come la intendevo io. L'Accademia delle Belle Arti si riferiva ad arti più classiche. Nonostante mi piacesse anche studiare scienze politiche o sociologia, la cosa che mi appassionava davvero è questa. Sarei stato male se non lo avessi fatto.

Hai creato il sito- vetrina mentre eri ancora allo IED. Quali sono stati gli artisti che ti hanno ispirato? Che tipo di cultura giapponese hai studiato per il tuo percorso progettuale?

In realtà non avevo già in mente lo stile Tokidoki, anzi il primo lavoro che avrei voluto fare prima di conoscere il web era il fumettista.

Durante gli studi avevi già maturato l'idea di Tokidoki?

Tokidoki è una cosa cresciuta man mano. L'ho creato perché avevo necessità di avere un portfolio artistico per essere contattato e perché mi piaceva l'idea di avere un mio sito personale con i miei lavori. Era il mio campo di sperimentazione e grazie a Tokidoki sono entrato in una community internazionale. Ecco perché oltre ai clienti ho avuto l'opportunità di incontrare Pooneh Mohajer e Ivan Arnold. In seguito a questo ho dovuto fare delle scelte e non è stato facile! Anche decidere di trasferirsi a ventisei anni negli Stati Uniti.

Hai avuto la possibilità di vincere la borsa di studio allo IED?

No, per mantenermi ho trovato altri lavori. Facevo ad esempio le interviste per le statistiche in aeroporto. Però ho sempre disegnato, fin dai tempi del liceo, sui libri. Per dieci anni, poi, ho fatto parte di un gruppo punk, suonavamo nei centri sociali, al

Forte Prenestino. Lì si respirava molto l'aria artistica e della grafica pubblicitaria in un certo senso. Facendo le locandine per i "concerti" ci fu un punto di svolta perché vidi a casa di un amico un computer con *Illustrator* e *Photoshop* di suo fratello architetto. Quello fece scattare in me qualcosa. Anche se le locandine le facevamo tipo "serial killer" ritagliando le lettere dai giornali.

Quali sono gli artisti che più hanno ispirato il tuo progetto?

Più che arte in sé, Tokidoki è come se fosse il diario della mia vita. La cultura del "cute" e del "kawaii" e tutto questo mood hanno avuto influenza su di me. Ho avuto ispirazioni anche da quella che è la cultura urban e street tipica di Los Angeles. Poi ci sono tanti artisti che mi piacciono. Però il motivo per cui Tokidoki si è fatto così tanto spazio tra alcuni giganti è proprio il suo essere unico. Negli anni ho notato che alcune major negli Stati Uniti hanno preso ispirazione da lui, in un certo senso ha fatto tendenza.

Secondo te quali sono stati gli elementi che hanno accelerato il successo del tuo progetto? Come ha fatto il quotidiano "The Independent" a scoprirti nell'underground inglese?

C'è da dire che io e i miei soci abbiamo veramente iniziato da zero. Uno pensa che arrivati in America ci sia il Rockefeller di turno che ti riempie di dollari invece noi abbiamo iniziato con una scrivania in fiera. Insomma è stato difficile però, come si dice, la fortuna aiuta gli audaci e spesso bisogna buttarsi. Anche adesso, nella gestione dell'azienda e del brand bisogna prendere delle decisioni: magari fai questa scelta e diventi ancora più popolare oppure no.

Tutto in una notte. Maratona creativa dove gli studenti di tutti i dipartimenti venivano invitati a lavorare in sede ad un tema progettuale, lanciato la sera. E consegnare al mattino una proposta.

Dal tramonto al primo caffè della mattina. Una dodici ore capace di sfidare gli entusiasmi e le energie degli studenti in un percorso interdisciplinare ad alto tasso di adrenalina e produttività. La sera si lancia il brief e all'alba si presenta la risposta creativa. Una maratona che si è svolta per sei edizioni dal 2005 al 2010.





"Tutto in una notte è una scommessa: una collettività che si materializza nella notte e idee che si tramutano in realtà alle prime luci dell'alba". Nel 2009 Alberto Iacovoni, allora Direttore di sede, presentava così la quinta edizione. Oltre centocinquanta studenti in dieci gruppi transdisciplinari si stavano misurando con il tema lanciato nel brief serale: l'ideazione e la costruzione di dieci "Ciccio" ambienti per allestimenti, gonfiabili e modellabili, battezzati con l'acronimo di "Curiously Inflated Computer Controlled Interactive Object". Progettare per un "Ciccio" non è stata la sola sfida insolita che ha impegnato in una esperienza creativa, adrenalinica e trasversale gli studenti IED. Nel 2006 a tenere impegnati gli studenti era stato un "Negozio felice" da progettare in tutti i suoi elementi: dall'allestimento degli interni al brand. Memorabile

anche l'edizione 2007: la notte si è svolta in collegamento e in contemporanea nella sede di Roma, dove il format è nato, e quella di Barcellona. quattrocentocinquanta studenti e trenta docenti sono rimasti svegli a progettare un evento da inserire nel programma della *Notte Bianca*. Agli studenti dei gruppi giudicati più meritevoli un viaggio premio in una capitale europea. Da questa edizione in poi partner dell'evento è stato "Fefe, visual magazine" mentre il *Fefe departement* coordinato da Luigi Vernieri, già Direttore di IED Arti Visive, firmava con un gruppo di studenti il reportage della notte pubblicato come allegato del trimestrale a distribuzione internazionale.

130 EVENTI





Ilaria Magliocchetti Lombi è art director e fotografa. La sua produzione spazia dalla scena musicale indie ai ritratti delle personalità della cultura e della politica, per i principali magazine italiani.

La passione per la fotografia nasce presto, nel 2006, intrecciata a quella per la musica. Gli anni a seguire con gli scatti della nuova scena musicale italiana la rendono un punto di riferimento del suo immaginario. Allo IED frequenta il corso di Art Direction e poi si sposta a Barcellona per costruire quella carriera che oggi si muove tra discografia ed editoria. Considera il ritratto la sua principale forma espressiva e firma per riviste quali *Vanity Fair*, *Rolling Stone*, *L'Espresso* e *La Repubblica*, mentre nei lavori personali affronta tematiche sociali. Docente in IED, tiene spesso lezioni e workshop in varie scuole e università.



La tua passione per la fotografia nasce presto, però allo IED avevi scelto il corso di Art Direction

In quel momento sentivo che per me dire "faccio la fotografa" fosse come dire "faccio la rockstar". Non mi sembrava un mestiere possibile. Questo mi ha spinto a scegliere un lavoro che all'epoca mi appariva più concreto. Pensavo che la fotografia fosse un sogno difficilmente realizzabile. Studiare fotografia mi sarebbe piaciuto, ma in realtà quei tre anni mi hanno dato modo di sviluppare una modalità di pensiero e di ragionamento su altre cose che comunque mi è servita. In un certo tipo di lavori come quello con la musica avere un background come art director sicuramente mi ha aiutato tanto. Di fatto in tanti lavori sono stata io l'art director.

Che cosa ti ha portata a Barcellona e che cosa ti ha lasciato la città?

Sono andata a Barcellona perché, finiti i tre anni, volevo approfondire la fotografia. Era una città con la quale avevo già confidenza, dove si trovavano alcuni amici, e la vedevo molto diversa dalla Roma di quegli anni. La sentivo molto viva e vicina al mondo, con una forte multiculturalità, un'apertura mentale diversa. Poi avevo bisogno di trovarmi in un posto che non fosse la mia città e che però fosse abbordabile. L'idea era di trovarmi in un posto stimolante, da sola, senza amici, per capire se la fotografia era la cosa che volevo fare. Ci ho passato quattro anni quindi ci ho proprio lasciato il cuore. Mi ha fatto capire un po' dove volevo andare e che persona volevo essere anche da un punto di vista fotografico.

Tre progetti che hanno segnato la tua vita professionale?

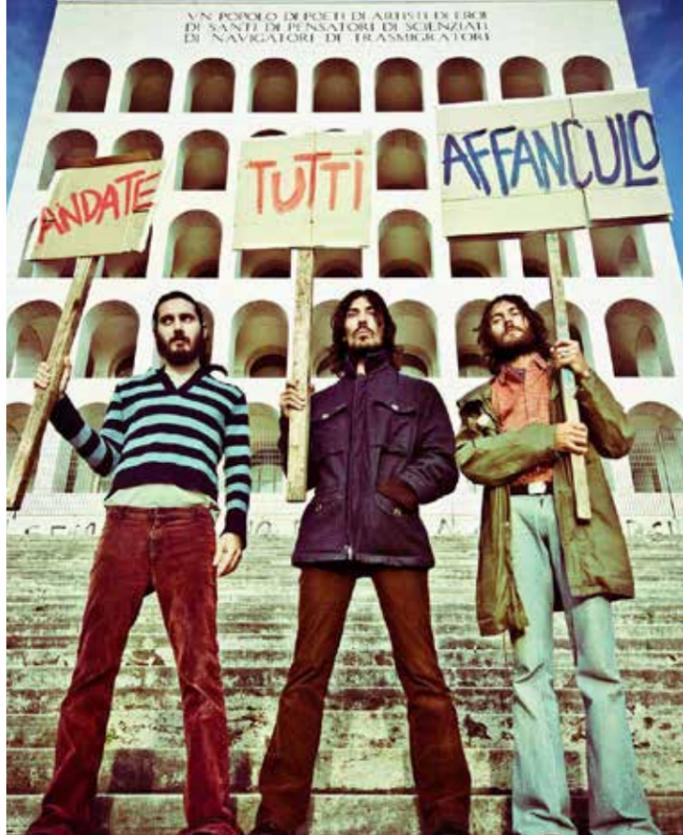
Sicuramente la prima collaborazione con gli *Zen Circus*. La cover del loro primo album in Italiano, ovvero *"Andate tutti affanc**o"* è stato il primo progetto musicale che ho percepito come "qualcosa in più" rispetto a situazioni più piccole già affrontate. Ricordo anche i primi lavori commissionati dai magazine: ai tempi c'erano *Rolling Stone* e *XL*. Con *Rolling Stone* ho ritratto Niccolò Ammaniti, per *XL* Sorrentino ma anche Guccini, personaggi che rappresentano un mondo emotivamente molto intenso. Poi, a fare la differenza sono stati anche i primi progetti personali come seguire la nascita dei *"Fridays for Future"* in Italia o un progetto per gli atleti italiani senza cittadinanza. Penso anche al primo lavoro commissionato per *Vanity Fair*. Mi avevano mandato a fotografare gli *Afterhours*: in quel momento la band più importante, il simbolo di tutta una scena musicale con la quale lavoravo già da un po' di anni. E li ho fotografati per un magazine importante che aveva un nome. Entrambe le cose, un sogno. È stato bello.

Hai lavorato con artisti, sportivi, personaggi di rilievo. Che cosa conta di più in un ritratto?

Ci sono mille variabili, ma direi che quello che più mi interessa è che il soggetto non sembri passivo. Mi piace l'idea che il soggetto non subisca la mia idea di partenza ma che partecipi alla creazione dell'immagine, che anch'esso sia parte del processo perché il ritratto è un atto condiviso.

Sei tornata in IED ad insegnare? Come ti trovi?

A me piace moltissimo insegnare. Quando vedi che gli studenti e le studentesse riescono a trovare un canale per riuscire a fare quello che vogliono è bello, mi dà molta soddisfazione. Mi viene molto spontaneo avere una comunicazione con ragazzi e ragazze e loro mi restituiscono anche tanto.



IEDfor: EMERGENCY - programma Italia. Progetto di tesi interdisciplinare che si è rivolto alle scuole di Arti Visive e Comunicazione per progettare una strategia capace di promuovere le attività nel nostro paese.

Il lavoro ha visto il coinvolgimento degli studenti dei corsi di Fotografia, Graphic Design, Illustrazione, Video Design, Sound Design, Design della Comunicazione. Giovani creativi che, per elaborare la loro proposta, sono entrati in contatto con i valori, le persone e l'operatività della ONG.





HELP ITALIË.

Velen hebben geen dokter.



AIDE L'ITALIE.

Beaucoup ne peuvent pas guérir une infection.



HILFT ITALIEN.

Viele können Karies nicht heilen



Svolto in partnership con EMERGENCY l'associazione umanitaria italiana co-fondata nel 1994 da Gino Strada, il lavoro di tesi dell'A.A. 2021-2022 si è articolato in diverse richieste che hanno ispirato filoni di ricerca e produzione. I diplomandi hanno lavorato all'ideazione e alla creazione di una campagna di comunicazione cross-mediale per la valorizzazione di "Progetto Italia", attività di accesso alla cura rivolta in Italia a cittadini italiani e stranieri. In quest'ambito gli studenti hanno realizzato una strategia comunicativa arricchita da materiali grafici e pubblicitari, video documentari (anche seriali), paesaggi sonori, spot radiofonici, un podcast, reportage fotografici, e un fumetto.

Andrea Marchesi

Director - IED Barcelona

Mantener firme el timón

Qualche tempo fa lessi un testo che divenne in seguito fonte di guida e di ispirazione per me e per tutta la squadra: *"Le Scuole del Futuro"* (Ben Okri, *Ode Magazine* 2003).

Tra i dei passaggi che riassumono le riflessioni e il messaggio che l'autore vuole lanciare c'è questo che recita: "Nel futuro, i centri educativi insegneranno, tra le altre cose, qualcosa che oggi non insegniamo: l'arte dell'auto-conoscenza. Oggi, i nostri studenti escono dalle università sapendo come dare risposte, però senza sapere come formulare le domande. I nostri studenti non sono connessi con la base della saggezza della nostra cultura. Hanno sufficiente preparazione per il lavoro, però non la conoscenza di come vivere o con quale finalità si vive. Non gli si insegna a vedere. Non gli si insegna ad ascoltare. Non gli si insegna la conoscenza profonda di se stessi. Tutti gli studenti dovrebbero essere dei filosofi. Tutti gli studenti dovrebbero essere coscienti che sono la scintilla che trasformerà il mondo. Ogni studente è una luce, una forza creativa che aspetta di essere usata per dissipare l'oscurità".

Il messaggio che sottintende è che l'autentica finalità della scuola dovrebbe essere quella di liberare le brillanti e sublimi possibilità dell'essere umano.

Queste riflessioni, che non sono le uniche alla base della mia

idea di "fare scuola", oggi come nel futuro, sono comunque un punto fermo per poter definire lo scopo di un centro di formazione e poi condividerlo con tutti i membri della comunità: studenti, docenti e staff accademico.

I tempi che stiamo navigando richiedono molte abilità, una mappa che ci orienti, un proposito chiaro e dei principi solidi ai quali fare riferimento per mantenere il timon firme, in caso di tempesta. La complessità delle sfide che i nostri studenti dovranno affrontare come cittadini e professionisti della creatività, la velocità con la quale la tecnologia propone nuove soluzioni e strumenti, ci obbligano a disegnare dei percorsi formativi nei quali il peso del saper essere dovrà essere sempre maggiore a quello del saper fare. Creare degli spazi fisici e mentali, dove la sperimentazione, la libertà di pensare diversamente, la coscienza sociale e ambientale, il pensiero critico e sistemico e il self discovery, siano coltivati e insegnati come elementi fondanti dell'esperienza formativa, è la vera sfida di una scuola del futuro.

In un video-manifesto realizzato dagli studenti qualche anno fa, il messaggio finale che lanciavano, quasi come una provocazione, era: "We commit to change the world through Design, and you?!". Ecco, il nostro proposito deve essere metterli in condizione di farlo.



Alice Berardi e Martina Ricca sono le fondatrici di *MEA Agency*, con la quale hanno sviluppato un metodo per la comunicazione a 360°.

Tutto è comunicazione. Allora perché non provare a capirla e sfruttarla per andare ovunque, come recita un fortunato libro intitolato: *“Il metodo MEA”*. Nate a Roma tra il 1996 e il 1997 Alice e Martina si sono diplomate insieme in Comunicazione Pubblicitaria e Art Direction allo IED, dove sono tornate come docenti. Insieme hanno fondato l’agenzia che si occupa di strategia, branding e unconventional marketing, ma non solo. La pagina Instagram *“mea agency”* è tra le più seguite in Italia nell’ambito della comunicazione digitale, il loro podcast *mea talk* è stabilmente in cima alle classifiche *Spotify*.

Con quale intuizione avete scelto di frequentare lo IED?

Il mondo della comunicazione ci ha sempre affascinato. Lo IED ci è sembrata sin da subito la scuola che avrebbe potuto accompagnarci in questo percorso. L’impressione era che potesse fornire non solo gli strumenti per lavorare come professioniste ma aiutarci attivamente a trovare il nostro posto nel mondo della comunicazione.

Che eredità vi ha lasciato? Quale pensate che sia il suo punto di forza rispetto ad altri percorsi formativi di design e comunicazione?

Come spesso abbiamo raccontato nel nostro podcast (*mea talk*) e sulle nostre piattaforme social il lascito più importante per noi è stata la capacità di fare networking ovunque e con chiunque. Lo IED ci ha insegnato a parlare in pubblico ma soprattutto a relazionarci con le persone e costruire una rete di contatti. Cosa che si è rivelata essenziale soprattutto durante i primi mesi dalla nascita di *Mea*.

Vi siete conosciute studiando? Quali sono le visioni comuni che vi hanno portato a fondare una agenzia?

Ci siamo conosciute il primo anno e trovandoci bene da subito non abbiamo mai smesso di collaborare durante il percorso di studio. Quando poi abbiamo iniziato a pensare al futuro dopo lo IED abbiamo capito che quella sinergia che avevamo creato non poteva essere sprecata. Il punto però è che uscivamo entrambe con la qualifica e il ruolo di “art director”: con lo stesso ruolo non avremmo potuto continuare ad essere una coppia creativa al di fuori dello IED. Abbiamo dovuto decidere che non volevamo rinunciare a questa collaborazione così fluida e ben assortita. Così, complici

anche le idee sempre più chiare su quale sarebbe stato il mondo in cui ci sarebbe piaciuto crescere professionalmente, abbiamo creato un piano B.

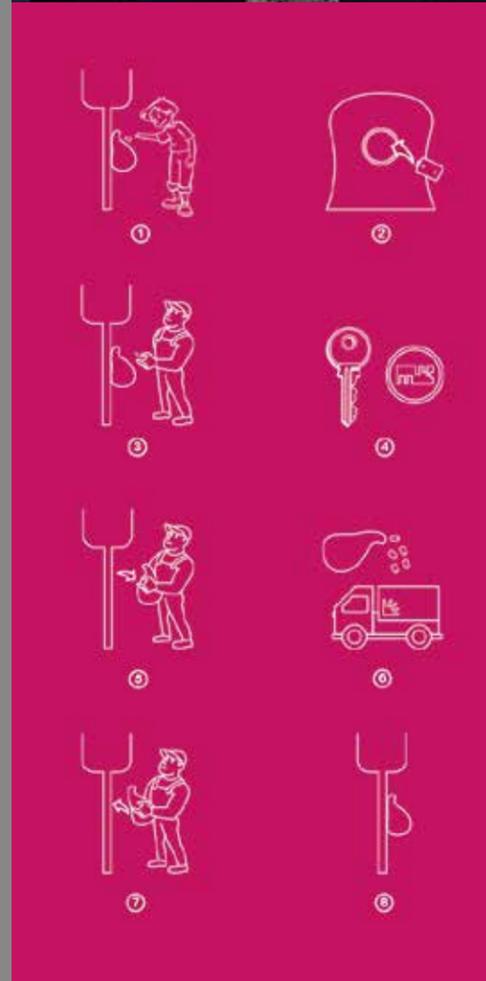
Il vostro libro *“Il metodo MEA”* ha riscosso molto successo. In che senso le analisi che affronta sono attuali?

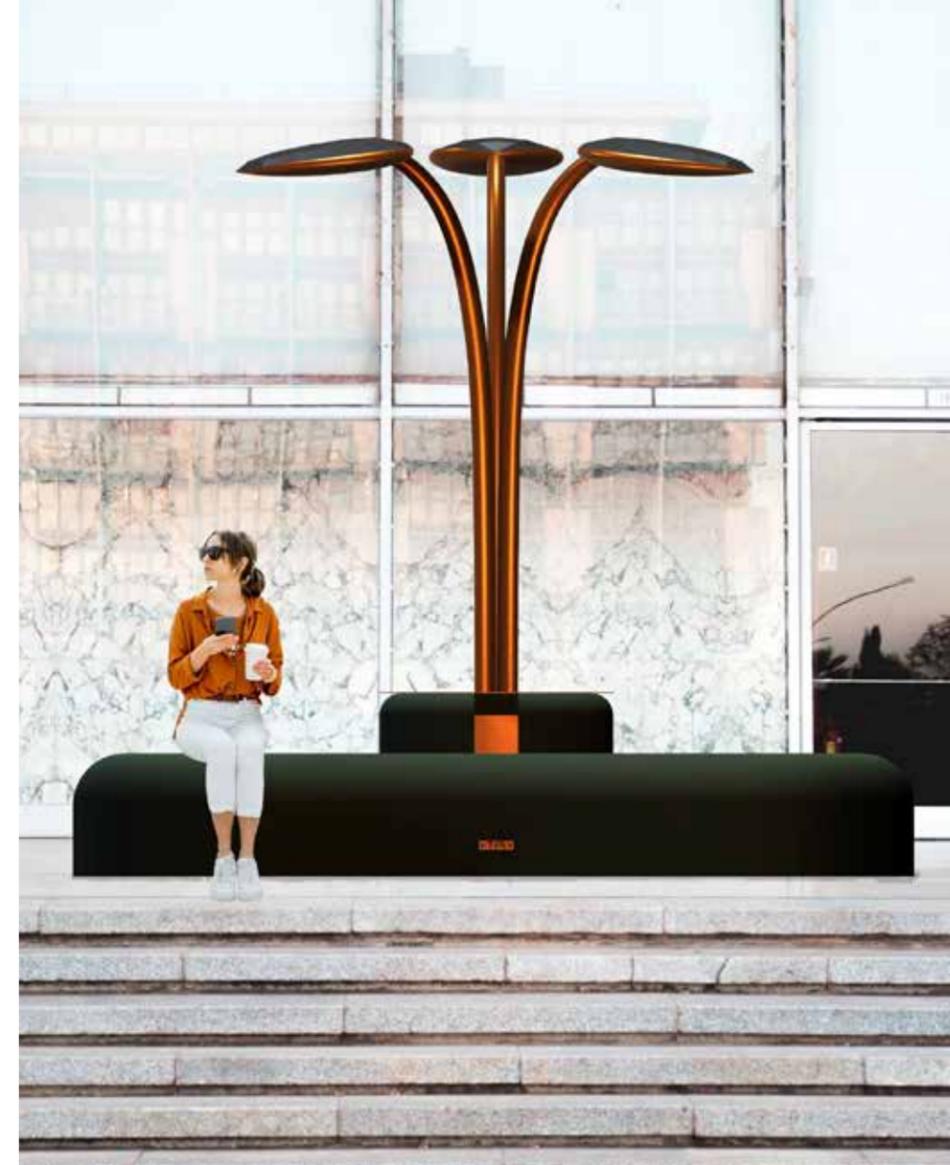
Scrivendo *“Il metodo MEA”* abbiamo cercato di affrontare quanto più possibile tematiche legate all’attualità. La comunicazione ormai viaggia velocissima, soprattutto quando parliamo di social: avere esempi e case study sempre aggiornati è essenziale per continuare a rimanere “sul pezzo”. La maggior parte degli esempi che si trovano nel nostro libro si riferiscono a fenomeni di comunicazione che sono avvenuti nel corso dell’ultimo anno circa e riescono a fotografare l’attuale condizione della comunicazione in Italia a partire dal digitale. Questa attenzione agli argomenti di attualità è stata per noi essenziale per intercettare il pubblico sui social. L’altro elemento chiave per noi è sempre stato quello di raccontare la comunicazione e la pubblicità come qualcosa di accessibile e fruibile da tutti e non solo dai soliti addetti ai lavori. Questo è proprio l’incipit de *“Il metodo MEA”*, un libro pensato non solo per creativi, studiosi ed esperti ma una guida per tutti i curiosi, per chi vuole capire di più di un mondo in cui tutti ci troviamo immersi ma che spesso è complesso da gestire. Un approccio che nasce dalla nostra esperienza personale di consulenti: pensiamo che, soprattutto per la comunicazione digitale, il problema più grande, al momento, in Italia, risieda nel fatto che le aziende continuano a non capire perfettamente il mondo dei social e dell’influencer marketing e quindi non riescono a sfruttare al massimo le opportunità che questi mezzi offrono.

IEDfor: Upcycling!Recycling!

è il titolo del progetto per un nuovo sistema di isole ecologiche di prossimità, studiato per il Comune di Roma, nell'anno accademico 2022-2023.

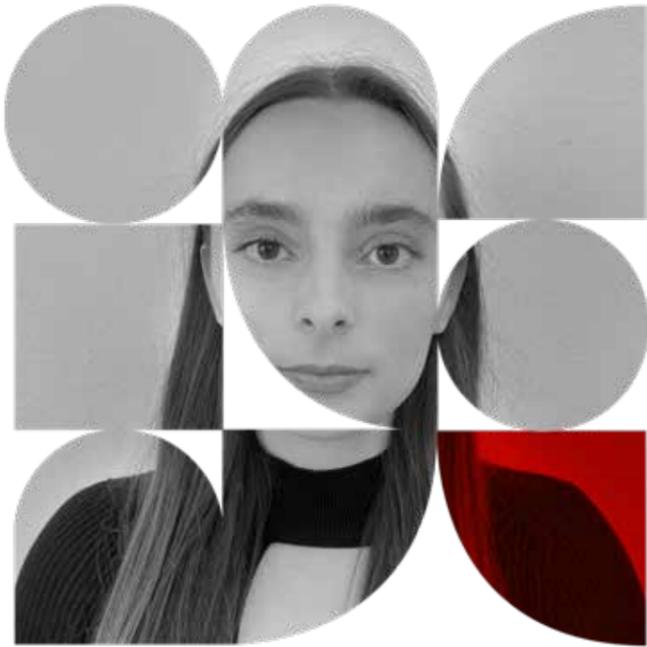
Soluzioni per il recupero dei rifiuti ma anche spunti per modelli di formazione e informazione: questi i risultati del lavoro che ha portato alla mostra di sette progetti nella Sala della Protomoteca in Campidoglio, inaugurata alla presenza delle autorità di Roma Capitale e dei vertici AMA.





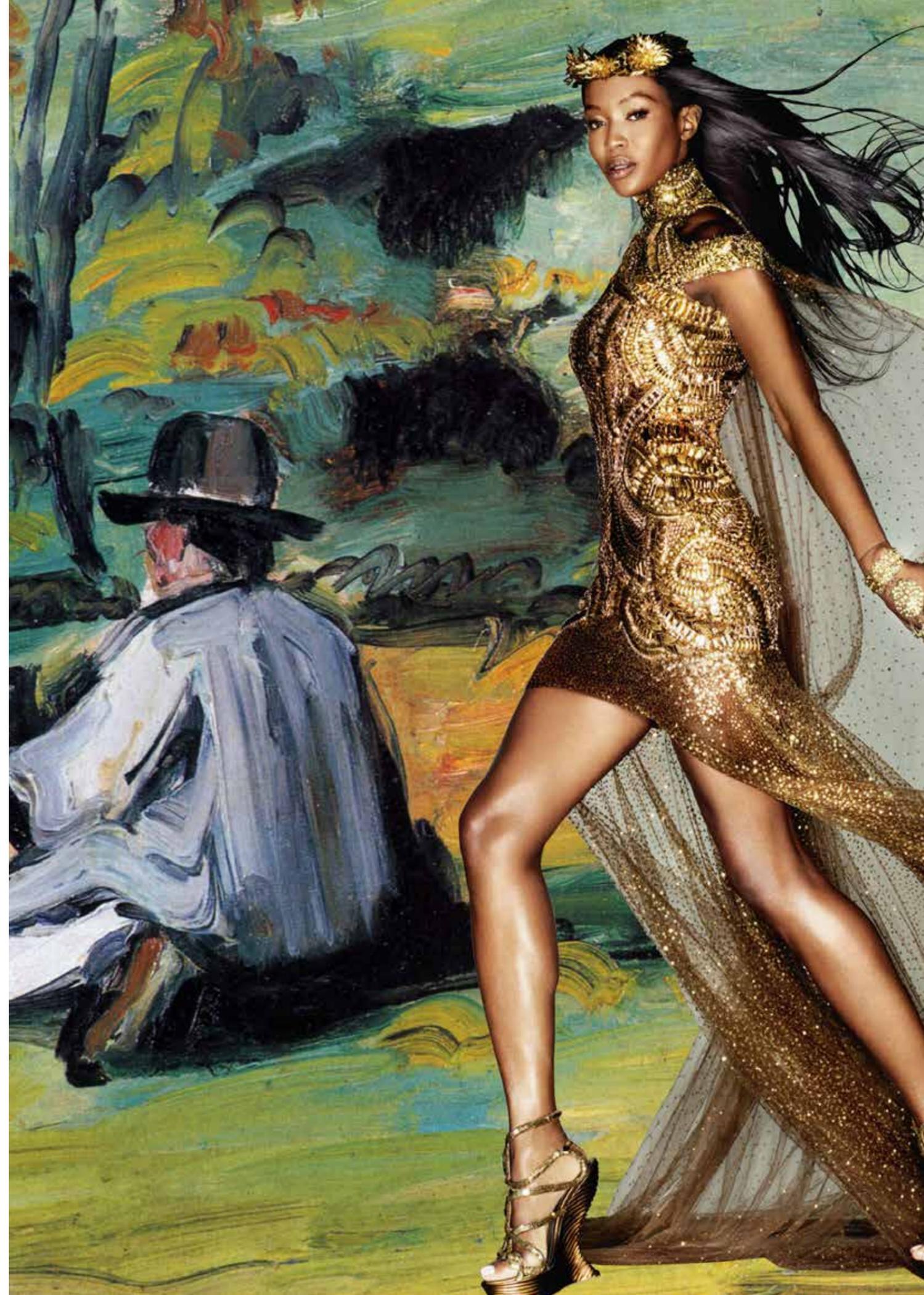
Come può un progetto di design incoraggiare quante più persone a cambiare stile di vita e dedicarsi a una quotidianità più sostenibile? Questa la domanda che ha guidato la progettazione di un nuovo sistema di isole ecologiche di prossimità, destinate alla raccolta e al riciclo di rifiuti. A firmare i progetti gli studenti di Product Design guidati da Marika Aakesson, Coordinatrice del corso e Docente di Design per lo sviluppo Sostenibile e gli studenti di Media Design coordinati da Max Giovagnoli, Docente della materia e Coordinatore della scuola di Arti Visive. Le proposte, sviluppate per l'Assessorato all'Agricoltura, Ambiente e Ciclo dei rifiuti del Comune di Roma, hanno avuto come punto di partenza gli *Obiettivi di Sviluppo Sostenibile* delle Nazioni Unite e il *New European Bauhaus* dell'Unione Europea.

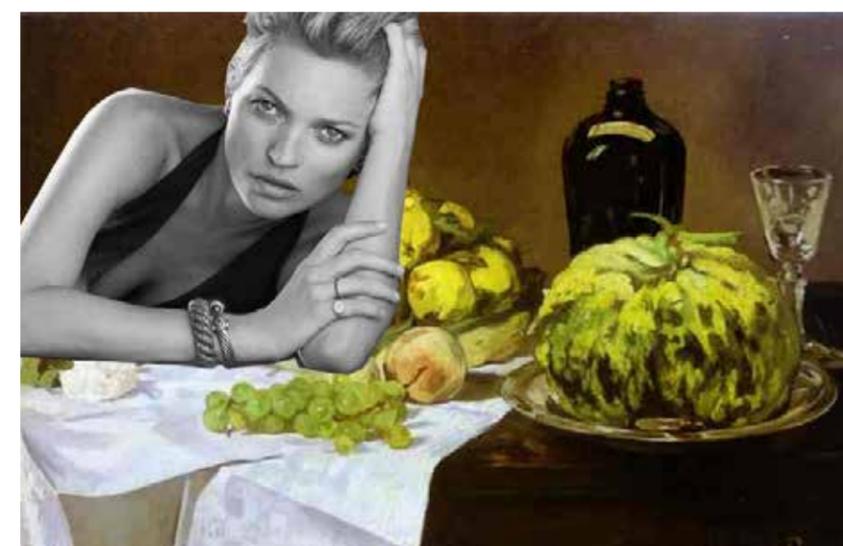




Maria Sheila Miani è social media strategist e digital artist. Oggi è Talent e Communication project Manager per Chiara Ferragni in *The Blonde Salad*.

Nata in Irlanda ma cresciuta a Roma, dove si è diplomata come Fashion Editor nel 2015, è anche una attenta viaggiatrice che realizza guide sulle città che scopre e vive per lavoro: in Italia ma anche Corea del Sud e Giappone. A soli 21 anni, mentre ancora studia in IED, si fa notare con il progetto *Legolize Fashion* dove trasforma in *Lego* le star che compaiono sulle copertine dei fashion magazine.





Intanto come è nata la tua passione per la moda? E come ti sei trovata a scegliere lo IED?

Il mio interesse per la moda nasce dal liceo, nel periodo in cui iniziavano ad avere un forte richiamo i blog. Lo IED l'ho scoperto per caso in un programma televisivo dove Pif intervistava la stylist di Bianca Balti, Aurora Sansone. Pif le chiede "Ma come si fa a fare il tuo lavoro?". Lei pronuncia un elenco delle università e nomina anche lo IED. Io non capivo nemmeno come si scrivesse - pensavo YED - non avevo idea. Comunque l'ho googolato: ho visto che lo IED era a Roma, io vivevo a Roma e quindi ho detto "perfetto, voglio fare questo nella vita". Pensavo all'inizio di fare la stylist o la editor, ma nei tre anni ho capito che c'erano tante opportunità diverse. In realtà il momento di svolta è stato quando, al terzo anno, ho preso parte all'*Exchange Student Program* e sono andata a Los Angeles per tre mesi. Quello mi ha aperto gli occhi.

C'è un passaggio dove potresti dire di aver accelerato il tuo percorso?

Quando sono tornata allo IED per finire il mio terzo anno ho iniziato ad aprire i profili Instagram, *Legolize Fashion* e *IsArtInFashion*. Il primo era nato per l'esame di *Adobe Illustrator*, il secondo dopo che avevo imparato a fare i collage con *Photoshop*. Sembrava un gioco ma attraverso quel profilo io in verità studiavo i nomi dei fotografi, make up artist, hair stylist, fashion editor. Questo perché nei copy dei miei post mettevo i crediti di tutte le persone che avevano lavorato all'editoriale e mi trovo ancora oggi a conoscere dei nomi perché li taggavo.

Come sei arrivata così velocemente a fare quello che sognavi di fare?

Quando sono tornata da Los Angeles ho fatto un'altra cosa che mi ha aiutato tantissimo: mi sono fatta una lista di 5 posti dove volevo andare a lavorare finito lo IED e uno di questi era da Chiara.

E come progetto di tesi ho pensato a una sorta di documentario su come cambiava la moda grazie ai social media. Ho intervistato Riccardo Pozzoli, cofondatore di *The Blonde Salad*. Era il 2015 e Chiara era già sulla cover di *Vogue Spagna*, tra le "most powerful influencers" secondo *Forbes*. Devo aver fatto buona impressione perché appena finito lo IED mi hanno offerto lo stage e sono lì da 7 anni.

Riuscire a fare buona impressione non è da sottovalutare ma quanto è stata importante la tesi per stabilire una relazione. Avevi già i contatti?

I primi contatti li ho cercati io: per esempio Franca Sozzani ha accettato di essere intervistata perché in verità nel suo blog, su *Vogueitalia.it*, la gente poteva commentare ed io commentavo. Si era creata una sorta di community, così quando ho trovato un contest che invitava a commentare le sfilate della *Milano Fashion Week* ho partecipato, senza aspettarmi niente.

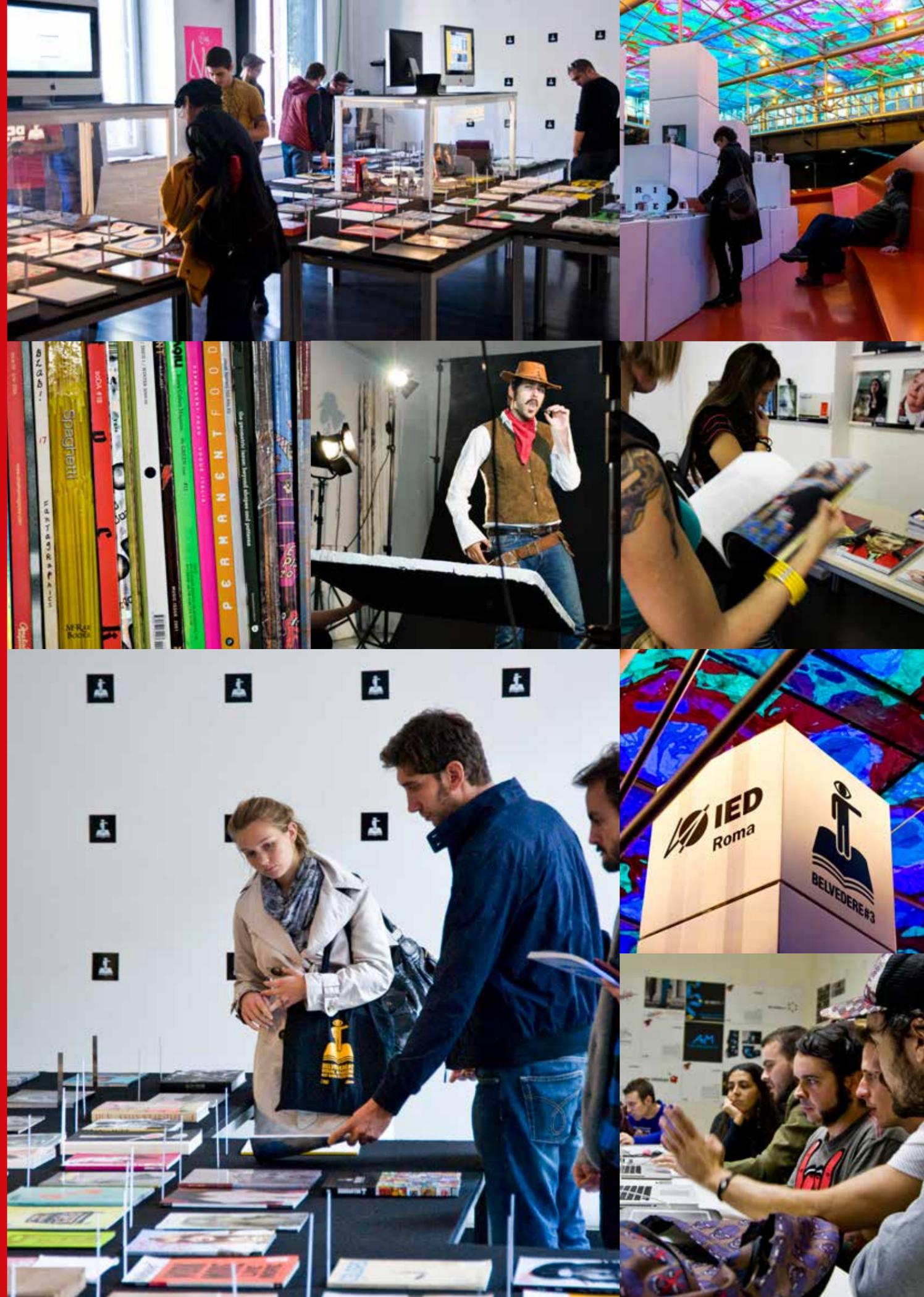
Poi un giorno ero a lezione allo IED, ricordo nell'aula 1, e una mia compagna con *Vogue Italia* in mano mi fa "Maria ma questa sei tu?". C'era il mio editoriale. Così sono entrata in contatto con *Vogue Italia* e penso sia l'unica ragione per cui Franca Sozzani abbia accettato di farsi intervistare da una studentessa.

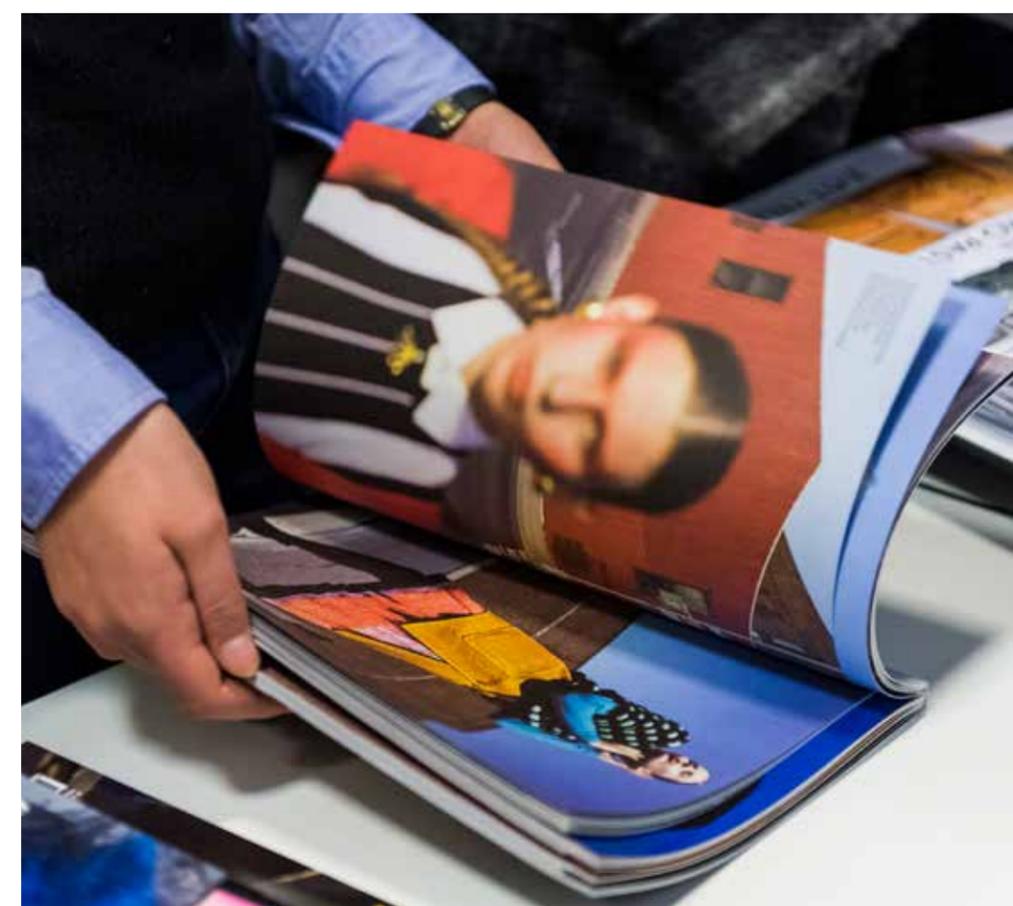
Lavorate in un ambito che è in continuo aggiornamento, in perenne evoluzione. Secondo te che direzione sta prendendo?

La direzione non la so, ma vedo che ci sono sempre più opportunità per le persone che vogliono trovare la loro nicchia e affrontare l'argomento che vogliono raccontare. Secondo me al momento bisogna diventare anche molto responsabili a livello sociale. Non basta più far vedere che hai una vita bella, devi anche comunicare i valori importanti in cui credi. Adesso puoi far vedere benissimo i tuoi interessi ma devi anche comunicare dei valori.

**Belvedere, Visual Magazine
+ Art Book Festival.** Appuntamento
biennale dedicato all'editoria creativa.
Si è svolto per tre edizioni dal 2008
al 2012, in location diverse.

Una ricognizione internazionale dei titoli più raffinati e innovativi tra i visual magazine e gli art book in una mostra da sfogliare, ma anche workshop con gli art director dei magazine di culto e convegni con addetti ai lavori ed esperti. Questo il festival *Belvedere* che per tre edizioni, a cadenza biennale, ha portato a Roma gli esiti migliori della sperimentazione grafica e del publishing.





Centrato su un fenomeno della visual culture tipico dei nostri anni, il festival *"Belvedere"* è stato il primo appuntamento italiano capace di indagare l'evoluzione creativa mondiale dei prodotti editoriali su carta che spaziano dalla grafica alla fotografia, dall'urban alla pop art, fino all'advertising. Superando la distinzione tra magazine e libro, i titoli selezionati in tutto il mondo hanno offerto a studenti e appassionati uno sguardo sulla frontiera della sperimentazione editoriale e al tempo stesso una galleria di visioni dove il confine tra espressione artistica e prodotto di consumo si è assottigliato fino a scomparire. In occasione del festival gli studenti hanno potuto partecipare a workshop sulla creazione editoriale con firme dei magazine di tendenza come lo statunitense *Lemon* e il titolo icona, lo spagnolo *Rojo*. Ideato e

curato da Luigi Vernieri, allora Direttore della Scuola di Arti Visive, il festival ha beneficiato del network e del team di *Fefè Visual Magazine*, periodico a distribuzione internazionale creato sempre da Luigi Vernieri, che in ogni numero invitava venticinque artisti, uno scrittore e un bambino a interpretare un tema tratto dal dialogo di un film. *"Belvedere"* si è svolto a cadenza biennale in alternanza con *"Viedram"*, festival dedicato al video design e nella sua terza edizione ha portato la sua mostra al MACRO, Museo di Arte Contemporanea di Roma, in un allestimento che ha preso spunto dal racconto delle età della vita.

Gianfranco Pisaneschi

Director - IED Brazil

50 anni di IED Roma: un legame eterno tra Passato e Futuro.

Nel contemplare la linea del tempo dell'istruzione e il suo intricato rapporto con la società nel corso dei decenni, diviene innegabile il ruolo cruciale svolto dall'evoluzione dell'insegnamento universitario nello sviluppo culturale, tecnologico e sociale. Parallelamente alla città di Roma, che ha immortalato il suo marchio nella storia globale, le istituzioni di insegnamento con mezzo secolo di esistenza hanno anch'esse svolto un ruolo di spicco sulla scena mondiale, illuminando il cammino come fari di conoscenza, creatività e innovazione. In questi luoghi sacri le giovani menti ricevono l'orientamento necessario per diventare leader, visionari e pensatori critici.

I continui progressi nelle metodologie didattiche, l'implementazione delle più avanzate tecnologie dell'istruzione e l'inesauribile impegno nella ricerca sono stati elementi essenziali in questo straordinario percorso. Le università assumono la nobile missione di sviluppare programmi accademici innovativi che non solo aprono porte all'apprendimento, ma abilitano anche gli studenti a fronteggiare con resilienza e audacia le sfide imposte dal mondo contemporaneo.

In questo contesto, lo IED Roma, che celebra il suo giubileo d'oro con 50 anni di esistenza, risplende come un paradigma di trasformazione educativa e lascia un segno indelebile nel campo

del design e della creatività. Rappresenta non solo una testimonianza passiva dei cambiamenti avvenuti nei decenni, ma anche un attivo promotore di tali trasformazioni. Proprio come la Roma antica guidava con l'esempio nella sua società, lo IED Roma supera il ruolo di semplice scuola di design per ergersi a leader nella comunità globale del settore.

Con il suo saldo impegno per l'innovazione, una ricerca instancabile e la prontezza ad abbracciare l'immaginazione, lo IED Roma incarna la quintessenza dell'insegnamento universitario moderno. Mentre celebriamo questi cinque decenni di realizzazioni, contempliamo il futuro con una promessa ardente: lo IED Roma del futuro supererà la tradizionale definizione di scuola. Sarà una fonte inesauribile di ispirazione e innovazione, plasmando il mondo con la potente combinazione di creatività e conoscenza.

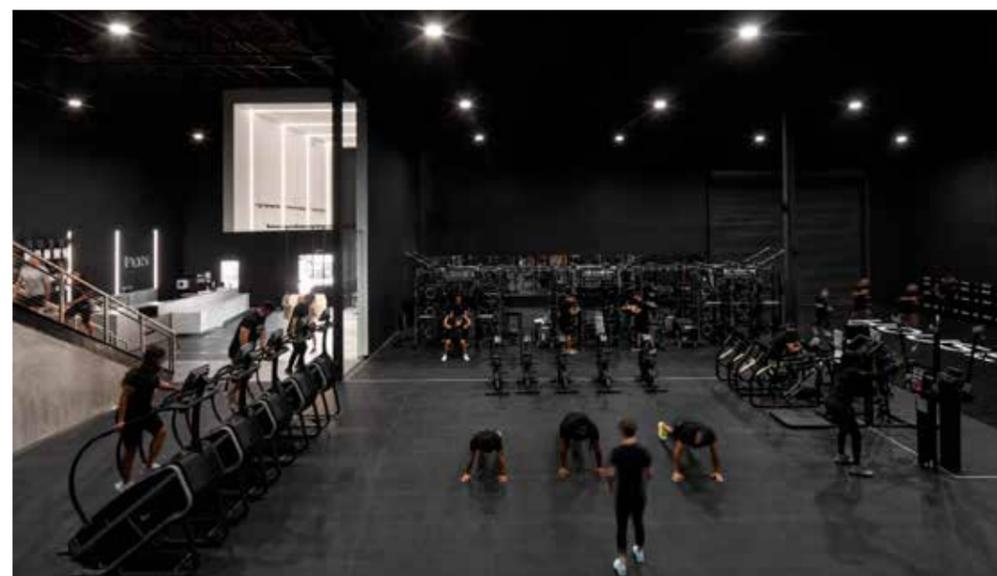
Questa celebrazione acquisisce un significato personalmente unico, poiché una parte della mia infanzia si è svolta tra i volumi delle grandiose costruzioni romane, il che mi lega in modo unico a questa stimata istituzione. Mi sento profondamente onorato di far parte di questa celebrazione dei 50 anni e, così facendo, contribuire attivamente alla continuazione di questa storia fatta di successi, realizzazioni e ispirazioni che è lo IED Roma del futuro.



Daniele Minestrini è un interior e retail designer. Una carriera in *Diesel*, che lo ha portato negli Stati Uniti dove oggi dirige lo *Studio Dada*, che ha fondato nel 2017.

Vulcanico e appassionato Daniele Minestrini si forma nella club culture dei primi anni '90 e avvia la sua carriera con i punti vendita *Onyx* mentre ancora è studente allo IED. La lunga collaborazione con *Diesel* lo porta a New York dove vive e dirige il suo *Studio Dada*. Spaziando da discoteche a scenografie, da edifici a negozi di ogni dimensione e tipologia. Collabora con diversi brand tra cui *Lacoste* (di cui è stato Director of Architecture and Store Design for the Americas), *Rimowa*, *Alexander Wang*. Nella sua città natale, Perugia, ha firmato *152 Store*, un concept store multi brand.





Come sei arrivato al design? Ho letto che studiavi ingegneria

Sono originario di Perugia e quando ho finito la scuola superiore vivevo nella speranza di fare architettura. Sono finito ad ingegneria e mentre ero all'università ho cominciato a lavorare subito nel design: il mio primo progetto realizzato, a diciotto anni, è stato l'interno di una discoteca dove ero parte dell'organizzazione e dove sono stato resident dj per dieci anni. La notte musica e club, di giorno università... mi sono divertito come un matto. Quando è arrivato il momento sono venuto a Roma e mi sono guardato intorno. Dello IED mi è piaciuta la struttura, le persone e ho capito che era decisamente la strada giusta.

C'è stata qualche figura chiave o qualche opportunità particolarmente significativa?

Due le persone fondamentali: Stefano Cassio che è tutt'oggi mio mentore e caro amico. Secondo me sarebbe fondamentale che

tutti avessero un mentore. E l'altra persona che ha creduto in me, con cui mi sono divertito tantissimo è stata Claudio Andreoli, che mi ha introdotto all'insegnamento. Insegnare è bellissimo ma veramente tanto impegnativo.

Un momento di svolta nella carriera? So che, mentre studiavi, hai iniziato a lavorare per Onyx

Il proprietario di *Onyx* chiamò lo IED chiedendo due o tre ragazzi per collaborare alla progettazione dei nuovi negozi. Mi candidarono, così, all'ultimo anno di IED, già lavoravo per *Onyx* e disegnavo le sue vetrine. Una collaborazione che è andata avanti e mi ha dato visibilità: oltre a firmare una decina di negozi ho partecipato alla collaborazione tra *Onyx* ed *MTV* per "*Total Request Live*". Sono passato poi a *Diesel* con una telefonata che all'inizio avevo preso per uno scherzo. Così mi sono trasferito a Bassano del Grappa e per quattordici anni ho lavorato per il brand, spa-

ziando dalle scenografie per eventi ai retail store. Un giorno ho chiesto a Renzo Rosso perché ero stato assunto e lui mi ha risposto "Perché sei un DJ!". Alla fine, nel 2006, il brand mi offrì il trasferimento negli Stati Uniti per costruire il dipartimento di architettura e curare tutti i progetti, tra cui quello della nuova sede. Oggi il gruppo *OTB* che controlla *Diesel* è ancora mio cliente. Insieme ad altri brand come *Martin Margiela*, *Staff International*, *Marni*...

Negli stessi anni hai aperto a Perugia "152 Store" con Luca Falovo. Un progetto un po' più personale?

Quel progetto è stato il primo dove avevo carta bianca e potevo contribuire alla nascita di un brand. Luca ed io abbiamo sviluppato tutto insieme: a partire dall'analisi del suo brand di articoli sportivi che doveva affacciarsi al futuro, tenendo l'eredità storica del nome. Se vedi lo spazio, è un box di cemento dove tutto è flessibile e si può muovere all'interno. Abbiamo fatto eventi cul-

turali, sfilate, dj set, wine tastings, food tastings, competizioni di skateboards... Da quando è nato è diventato un punto di riferimento per la città.

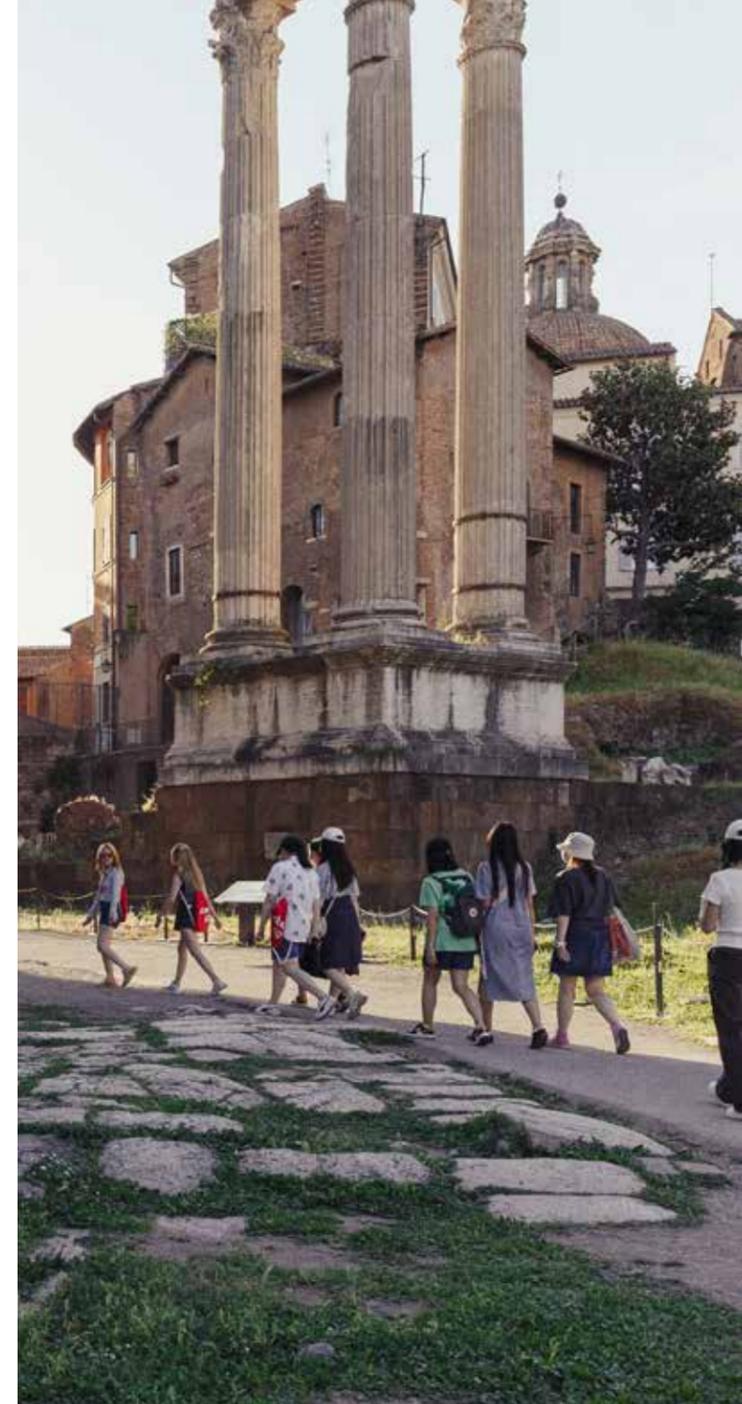
Viaggiare e operare in territori diversi influenza il lavoro?

Tutto influenza il lavoro e il territorio nella maniera più assoluta. Lavorare negli Stati Uniti non è come lavorare in Italia o in Giappone. Ogni posto è assolutamente diverso, anche se le dinamiche umane sono sempre le stesse. L'unica cosa fondamentale è fare il proprio lavoro per bene: avere un'etica professionale, mantenere la qualità per la quale sei stato chiamato, rispettare chiunque lavori per te, con te, affianco a te, imparare costantemente da tutti. E poi le cose vengono.

La Città Insegna. Ciclo di lezioni all'aperto dove la scoperta di quartieri, monumenti, angoli insoliti di Roma ha offerto lo spunto per una revisione delle materie studiate in aula.

In quattro edizioni *La Città Insegna* ha consentito agli studenti una relazione nuova con elementi basilari del progetto creativo, attraverso vere e proprie lezioni passeggiate in aree di Roma famose e non, da rileggere con occhio critico. Negli ultimi due anni, in collaborazione con *Open House Roma*, ha offerto anche appuntamenti aperti al pubblico.





Osservare lo stesso luogo con occhi diversi e instaurare con il territorio una nuova connessione. È da questi intenti che nasce *La Città Insegna* il ciclo di lezioni all'aperto che nel 2023 ha raggiunto la quarta edizione. Un'esperienza didattica figlia dell'emergenza sanitaria che è riuscita a stringere una profonda connessione tra lo IED e la sua città. La prima edizione ha spaziato dallo studio del fregio della Colonna di Traiano come storyboard pubblicitario, fino ai rapporti armonici nelle piante nell'Orto Botanico. Nell'anno seguente si è acuita la possibilità di guardare con occhi inediti monumenti più che famosi: dalla storia dei grandi eventi a Roma al cospetto dell'Ara Pacis, fino allo studio dell'Arco di Costantino e del Colosseo come fonte ispirazione nel design del gioiello. Nella terza edizione lo IED ha anche aperto

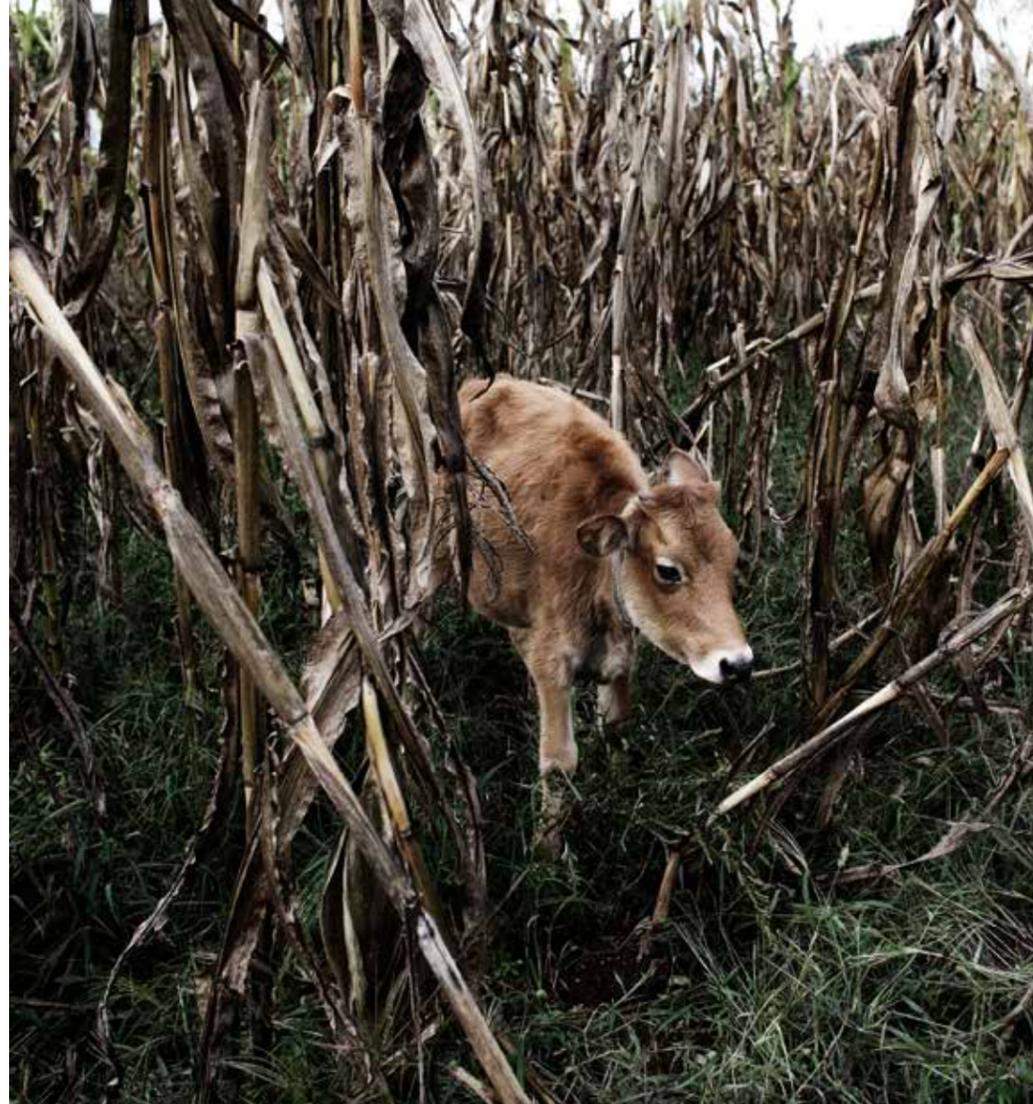
due appuntamenti al pubblico: con il fotografo Massimo Siragusa alla scoperta del quartiere Coppedè e con l'architetto Marco Pietrosanto, in un percorso nello storico quartiere dell'Istituto Autonomo Case Popolari del Tiburtino II e l'adiacente *Città del Sole*. Ben quattro le lezioni aperte al pubblico nell'edizione 2023 che ha visto la scoperta dei quartieri Prati, Garbatella e Trastevere. A guidare gli itinerari insoliti l'illustratore Fabio Magnasciutti, la storica della fotografia Alessia Tagliaventi, e gli architetti e designer Marco Pietrosanto, Francesca Capitani e Marco Lanzetta.



Davide Monteleone è un artista visivo che predilige la fotografia. Più volte vincitore del *World Press Photo*, spazia dalla creazione di immagini, al fotogiornalismo, alla scrittura.

Nato nel 1974, dopo il diploma IED avvia la sua carriera come fotografo editoriale per l'agenzia *Contrasto*. Nel 2001 si trasferisce in Russia che diventa negli anni successivi terreno dei suoi progetti di ricerca e reportage, poi diventati libri. Del 2007 il suo primo, *"Dusha. Anima Russa"* seguito da *"La linea inesistente"*, *"Spasibo"*, e *"The April Theses"*. Tre premi *World Press Photo* arrivano nel 2007, 2009 e 2011. L'anno seguente, con *"Red Thistle"* vince, tra gli altri, l'*European Publishers Award for Photography*. Nel 2022, *"Sinomocene"* indaga sull'espansione economica cinese. Collaboratore abituale di importanti riviste come *National Geographic*, *Time* e *The New Yorker*, espone in gallerie e musei nel mondo. Dal 2019 è *National Geographic Fellow*.





Come e quando è entrata la fotografia nella tua vita? È una passione di famiglia o l'hai scoperta mentre giravi il mondo, dopo aver abbandonato Ingegneria?

Ho cominciato a fotografare intorno ai venti anni, per curiosità e divertimento. Lentamente mi sono appassionato alla possibilità di raccontare storie per immagini.

In IED cosa ti ha aiutato a focalizzare il tuo stile e il tuo orientamento progettuale? Negli anni di studio o dopo ci sono stati incontri significativi?

Lo sviluppo di uno "stile" è un percorso più lungo di un tracciato educativo, anche perché è sempre in evoluzione. Lo IED è stato molto utile per cominciare a capire la tecnica e il linguaggio, oltre a costruire i primi contatti professionali. Negli anni di studio ho sviluppato in particolare un interesse per la fotografia documentaria, questo anche grazie ad alcuni docenti e la loro passione per l'insegnamento. Altri incontri "importanti" sono avvenuti nel corso della mia carriera e ancora avvengono. Come in molte professioni creative la rete di contatti e l'aiuto di professionisti più esperti sono importanti quanto il talento e la dedizione.

Come sei entrato in contatto con l'agenzia *Contrasto* e come hai cominciato a collaborare? È stata lei a proporti qualcosa o avevi tu un progetto da sottoporre?

Ho preso contatto con *Contrasto* subito dopo lo IED tramite un fotografo che faceva già parte dell'agenzia. Al tempo proposi una prima storia che suscitò il loro interesse e da questo nacque la collaborazione, che poi mi ha spinto a partire per la Russia per produrre servizi e reportage che *Contrasto* distribuiva e in parte produceva.

Cosa ti ha portato alla vittoria nel *World Press Photo*? Le foto candidate erano quelle del libro *"Dusha. Anima Russa"*? Come sono cambiate, dopo il riconoscimento, prospettive e ambizioni?

In realtà il primo *WPP* mi fu assegnato per un reportage durante la guerra in Libano nel 2006. Il premio aveva un forte impatto mediatico internazionale e grazie alla vittoria il mio nome, allora piuttosto sconosciuto all'estero cominciò a circolare. Quella prima vittoria è stata certamente uno stimolo a continuare il lavoro e ad espandere la mia rete di contatti e clienti.

Quali sono gli stimoli e le riflessioni che oggi ti portano ad un nuovo progetto che potrebbe essere interessante per te e per il pubblico a livello internazionale?

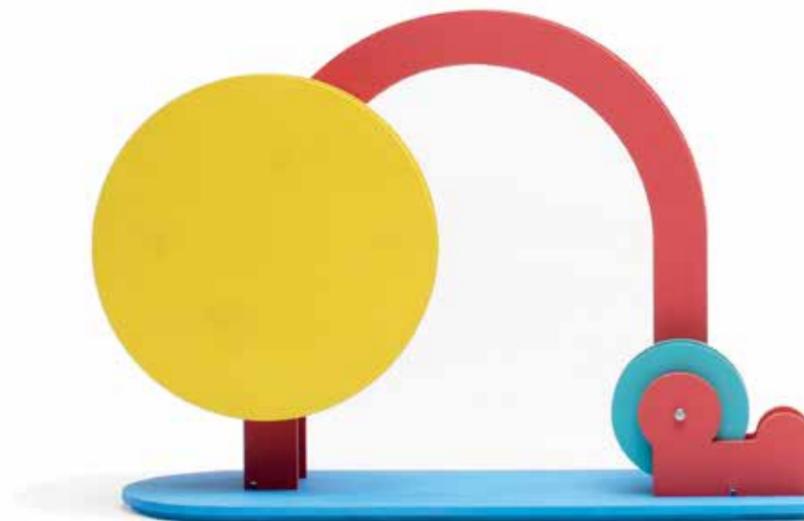
Oggi lavoro in una maniera molto diversa rispetto ai primi anni della mia carriera. Da un lato perché il mercato editoriale è cambiato, dall'altro perché preferisco concentrarmi su progetti più estesi rispetto alle brevi storie editoriali. Sono interessato alle grandi tematiche dei nostri tempi: la geopolitica, l'economica, la tecnologia. Cerco di trovare tra queste tematiche dei progetti affini alle mie curiosità. Inoltre, diversamente da un tempo in cui lavoravo principalmente da solo, oggi i miei progetti si avvalgono dell'aiuto di assistenti e collaboratori. In un certo senso non penso più come un fotografo ma piuttosto come una piccola casa di produzione che si avvale di collaboratori per sviluppare idee e progetti attraverso le immagini e non solo.

IEDfor: Design for physics.

Progetto nato in partnership con il Dipartimento di Fisica di Sapienza Università di Roma, che ha studiato e ridisegnato strumenti didattici per migliorare l'apprendimento della fisica.

Presentato alla *Maker Faire* di Roma nel 2023, il pacchetto di strumenti realizzato da studentesse e studenti del secondo e terzo anno di Product Design ha avuto il pregio di sottolineare come la connessione tra design e ricerca scientifica possano promuovere l'innovazione in contesti di apprendimento scolastici.





Molle, pendoli, piani inclinati, rotolamenti: diverse le leggi della fisica che possono essere studiate attraverso gli strumenti di "Design for Physics" che, con forme insolite, hanno associato arte e discipline scientifiche. L'utilizzo degli smartphone è uno dei punti focali del progetto che consente misurazioni digitali con strumenti a basso costo che richiamano il design italiano degli anni '60 e '70. La progettazione ha impegnato gli studenti del corso di Product Design, guidati dal docente Mauro del Santo, con la supervisione di Gianfranco Bombaci, Coordinatore della Scuola di Design e la consulenza di Giovanni Organtini, Professore associato di Fisica Sperimentale presso Sapienza Università di Roma.

172 PROGETTI IEDFOR



Emanuele Soldini

Chief Operating Officer - IED Gruppo

Un anno come tanti

Un anno come tanti, il 1973, denso di contraddizioni, di luci e di ombre. Certamente non un anno memorabile anche se per la prima volta dal dopoguerra la crisi energetica è un fatto serio e in Italia si viaggia a targhe alterne, pari una domenica e dispari la successiva. Ricordo grandi weekend in bicicletta delle famiglie italiane.

Il '73 è pure l'anno della prima telefonata fatta con un telefono portatile e il 14 gennaio Elvis trasmette dalle Hawaii il primo concerto via satellite visibile in tutto il mondo. A 50 anni di distanza sembra preistoria. Jean-Paul Sartre fonda *Libération* e nello stesso periodo muoiono Pablo Picasso, Pablo Neruda e Anna Magnani e chissà quanti personaggi che hanno fatto la storia della cultura nella prima metà del secolo.

Per una stolta guerra che finisce in Vietnam ce n'è una che nasce nel Sinai, la guerra del Kippur e il colpo di stato in Cile ci ricorda che l'umanità è stupida e non impara mai nulla dal passato, per quanto tremendo possa essere. Nel '73 la benzina arriva a costare 200 Lire (uguali a 10 cent) al litro, che allora sembrano tante e per un caffè se ne spendono 150. La musica... la musica viaggia veloce, per fortuna e in quell'anno escono *"The Dark Side of the Moon"* dei Pink Floyd, *"Life on Mars"* di Bowie, *"Angie"* dei Rolling Stones. Roba che non si dimentica...

In questo panorama, con un paese che ha paura, agli albori degli anni di piombo e nel pieno della maggiore crisi energetica che il nostro paese abbia mai vissuto, Francesco Morelli decide di aprire lo IED a Roma, perché è una persona che guarda avanti e non si spaventa. Crede nei giovani e nella necessità di essere creativi per superare i guai e le difficoltà. Chi progetta, chi fa

design studia il passato, analizza il presente e racconta il futuro, pensa a domani, immagina il cambiamento e cerca la strada migliore per arrivare all'obiettivo. Ho sempre sentito un'energia particolare in questa nostra sede romana forse proprio perché vive in una città che per millenni ha creato e sedimentato cultura e innovazione e oggi, museo a cielo aperto, non smette di ispirare generazioni di progettisti di tutto il mondo.

Negli anni la sede è cresciuta ed è fiorita, sempre all'avanguardia soprattutto nel grande mondo della comunicazione visiva digitale e ha contribuito in modo determinante al nostro sviluppo. In questi 50 anni IED è diventato un gruppo internazionale che costituisce una rete multi-geografica e transnazionale capace di affrontare le complessità e intercettare le opportunità del tempo che abitiamo. La pandemia ci ha insegnato tanto e proprio osservando ciò che tutti siamo stati costretti a vivere, abbiamo immaginato la nostra scuola nel futuro, ancora una volta centrata sulla necessità di sperimentare in tutti i settori di cui ci occupiamo, dando maggiore forza all'esperienza laboratoriale e alla cultura del fare uscendo dai sentieri conosciuti. I nostri campus saranno grandi officine creative, progettate per formare persone in grado di cambiare il mondo attraverso la forza delle idee. Nel paese della biodiversità saremo sempre alla ricerca dei migliori esclusi e dei falsi peggiori per comprenderli e costruire le nuove generazioni di progettisti, tutti ugualmente diversi. Questa è la nostra missione.

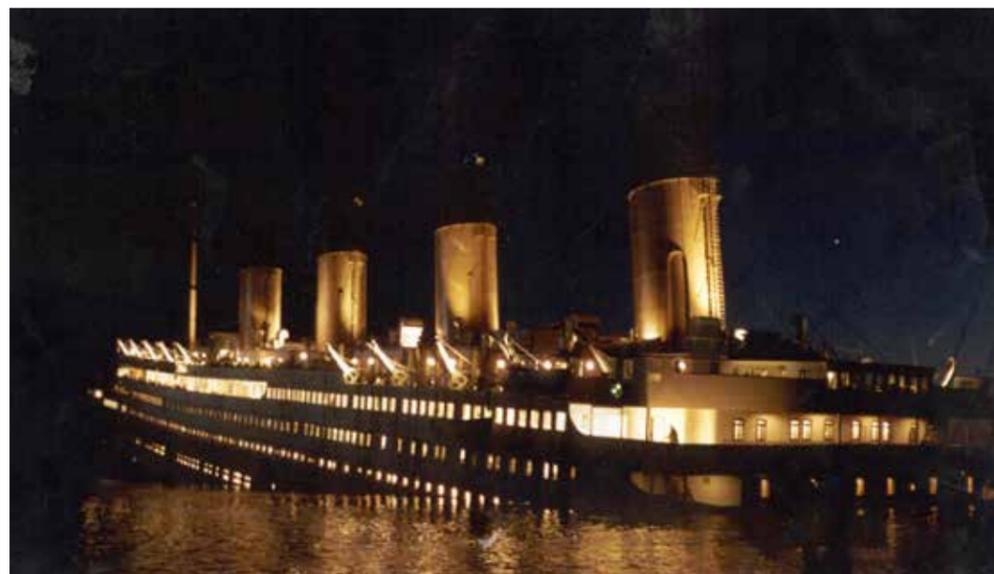
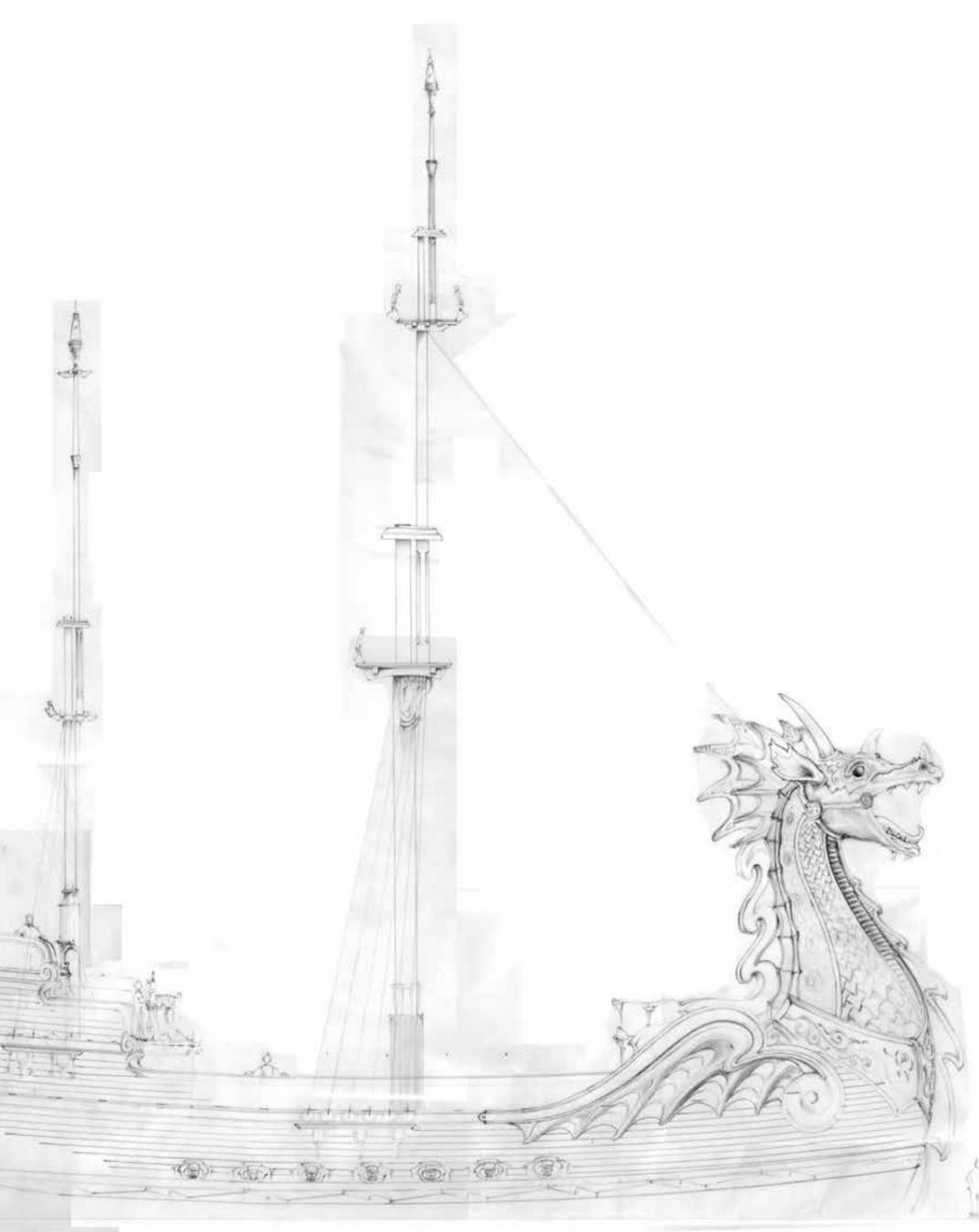
La sede di Roma apre ai Fori Imperiali nel 1973. Sono passati 50 anni ed è più viva che mai, pronta per i prossimi 50.



Marco Niro è un talentuoso art director e production designer che ha lavorato in produzioni hollywoodiane di successo come *Titanic*, *Master & Commander*, *Troy*.

Nato a Città del Messico, Marco Niro trascorre gli anni di formazione in Sudamerica e in Italia, dove studia art direction e graphic design allo IED di Roma. Approdato ai film di Hollywood scala il dipartimento artistico fino a diventare set designer per il colossal *"Titanic"*, che gli vale anche un *Art Director Guild Award*. In pochi anni lo troviamo Art Director per film del calibro di *"Master and Commander: The Far Side of the World"* e *"Troy"*. Il contributo a *"Jarhead"* e *"Le Cronache di Narnia"* gli vale altri riconoscimenti. Tra gli impegni più recenti le serie visionarie di *"Mayans M.C."* e *"Legion"*.





Partendo dallo IED come sei arrivato nel campo del production design a Hollywood? Cosa trovi necessario per una carriera nella settima arte?

Crederci. Io ho creduto nello IED, ho creduto in me dentro all'Istituto Europeo di Design. Viaggiavo tanto a quell'epoca e non avevo mai pensato di andare a finire nel cinema. A me il cinema piaceva come spettatore. Fino a quando mi sono ammalato e sono dovuto restare letteralmente a casa per tre anni. Quando sono riuscito a sopravvivere a quell'esperienza, le coincidenze della vita mi hanno messo davanti alla scrivania di un produttore.

La formazione in IED e le idee sviluppate in quel periodo sono state importanti una volta arrivato oltreoceano?

Sì senz'altro. Perché quello che succedeva, o almeno quello che percepivo io all'epoca, era che i professori davano per scontato che tu fossi in grado di fare cose. Innanzitutto di disegnare, poi di

aggiungere il colore, poi di creare movimenti con queste immagini, solo con lo storyboard. Ci chiedevano cose del genere e io ho sempre sentito questa sfida da parte loro. Anche se non esplicitata, io la sentivo. Guardavo questa gente con una ammirazione incredibile; perché loro erano tranquilli, preparatissimi e buttavano lì progetti che dovevamo affrontare. Dovevamo trovare il modo di produrre qualcosa, senza tanti attrezzi, tantomeno digitali. Quindi lo IED è stato per me la scuola e il parametro per la sfida...

Come si articola il tuo lavoro? Sembra un processo molto complesso quello di estrarre immagini dai copioni cinematografici

Prima di tutto c'è da fare una ricerca. Poi sviluppare un'idea e al traguardo finale, estrarla dal tuo intelletto, dalla tua anima o dal tuo corpo biologico, e metterla lì, fuori, davanti a te. In me succedono queste tre cose. La differenza è che succedono ad

una velocità strepitosa. E un'altra differenza è che dietro di me ci sono centosessanta persone che adesso non vedi, però stanno tutti là dietro. Riescono a fare il loro mestiere alla stessa velocità con cui io faccio la mia ricerca intellettuale. C'è uno che mi fa modellazione 3D, un altro che fa il set designer, un'altra che mi fa gli arredamenti. Poi il costruttore, lo scultore, il pittore... E tutti questi si moltiplicano per dieci. Ecco perché ci sono così tante persone dietro di me: noi in una scena creiamo tutto tranne la persona.

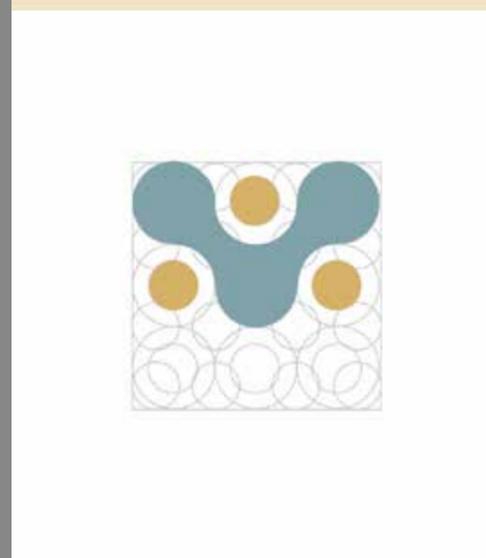
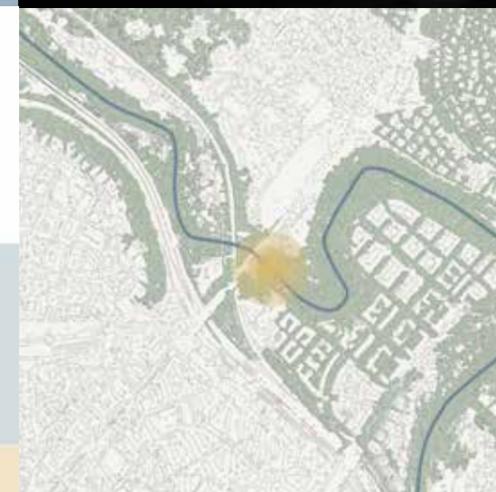
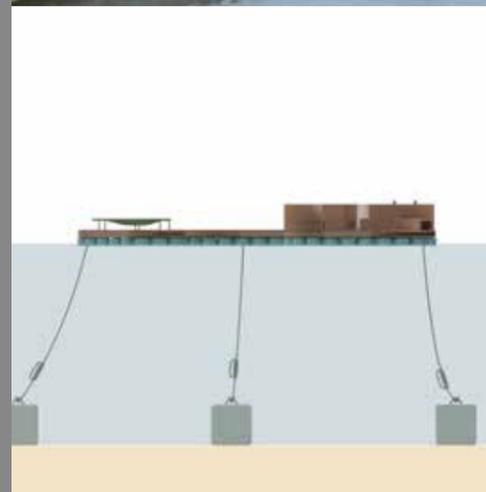
Quali sono i progetti per il futuro e cosa consiglieresti a chi vuole entrare in questo settore?

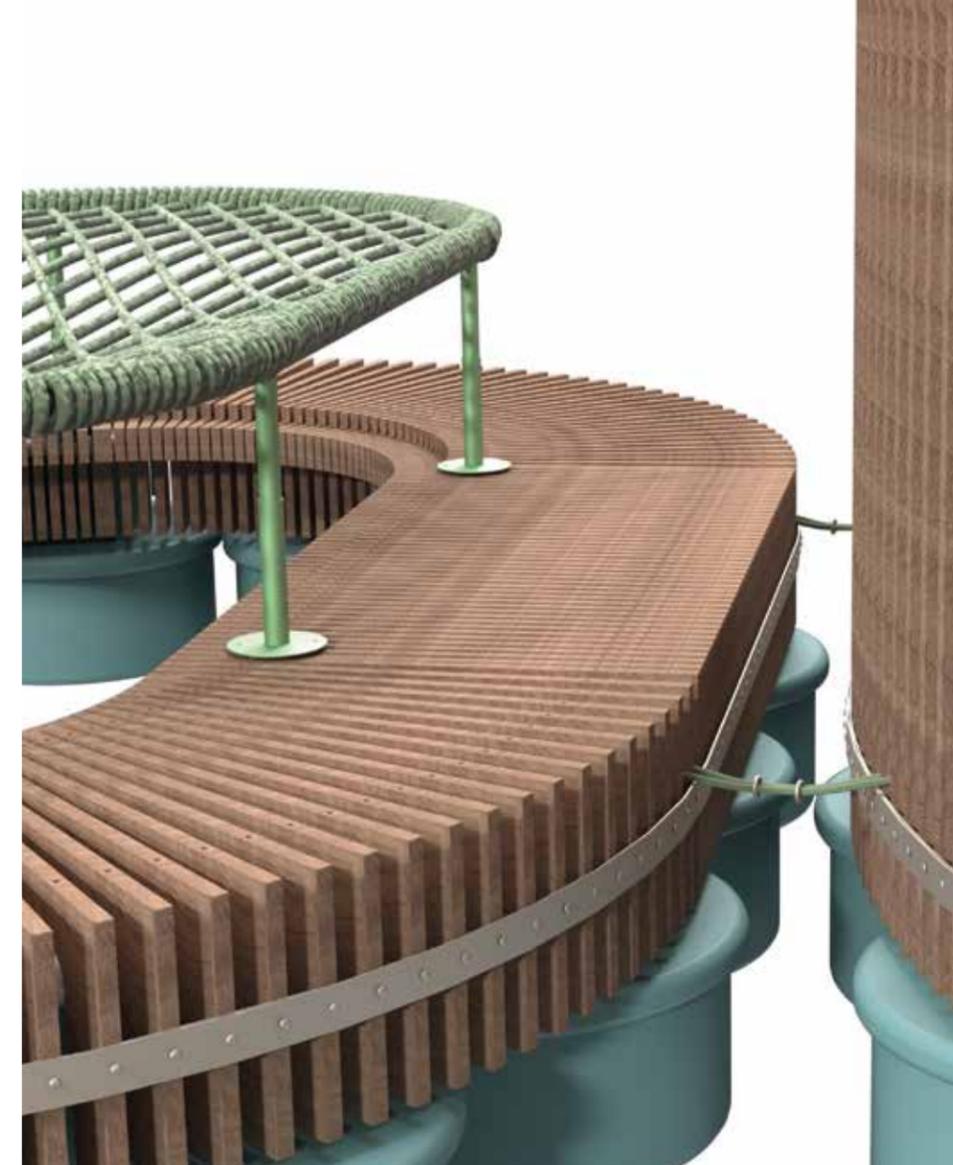
Cosa vorrei realizzare in futuro? Un film in Italia. Agli aspiranti art director io direi: bisogna crederci. Uscire dal diktat "vedere per credere". Al contrario, dovete cambiare tutto. E la prima cosa da cambiare è che non bisogna vedere per credere. Bisogna crederci, prima di vedere. Se ci credi forse riuscirai a creare quella

realtà che vedi solo tu. Perché noi siamo creatori della nostra realtà immaginaria. Per questo bisogna avere un bagaglio interno che, nel caso nostro, perché siamo tutti IED, è un bagaglio artistico, estetico, pieno di texture, di colore, di bellezza. Bisogna essere maestri nell'individuare da dove viene questa bellezza, perché non si crea niente. Sembra semplice ma non lo è. Arrivare al punto dove si vuole stare non è facile. Forse è questa la bellezza della vita: se fosse troppo facile ci annoieremo rapidamente. Se avete questa gratitudine nei confronti della vita per la sfida costante, con gli strumenti per crederci e il bagaglio estetico-artistico interno, le conseguenze saranno molto belle.

IEDfor: Limen, turismo rigenerativo
è il titolo di un progetto di tesi A.A. 2021-
2022, in collaborazione con *Greenpeace*,
che ha coinvolto gli studenti di Design,
Arti Visive e Comunicazione.

Roma e Milano sono le due città prese in esame per un progetto di tesi cross-sede che, nella sede romana ha visto al lavoro, in un'ottica multidisciplinare, sette studenti, impegnati nell'analisi e nella proposta di nuovi strumenti di comunicazione per avvicinare un pubblico non specializzato e anche poco informato sugli obiettivi e le soluzioni adeguate a un turismo sostenibile.





Interdisciplinare e cross sede - tra Roma e Milano - il progetto di tesi pone l'attenzione sul tema del turismo rigenerativo per sviluppare e implementare modelli e strumenti in grado di promuovere e monitorare gli impatti del turismo e al tempo stesso proporre un sistema sostenibile capace di agire e rispondere a esigenze e problemi futuri. Un viaggio responsabile nelle aree naturali non solo preserva l'ambiente ma migliora il benessere delle popolazioni locali e del viaggiatore. Aniene, Isola Tiberina e Marconi: queste le tre tappe romane individuate per condurre il visitatore verso la riscoperta di punti di interesse storici lungo il Tevere, scelto per il forte significato che il fiume ha da sempre per la città. Al progetto, in partnership con Greenpeace, è stato conferito il Premio dell'ADI "Eccellenze del Design nel Lazio".

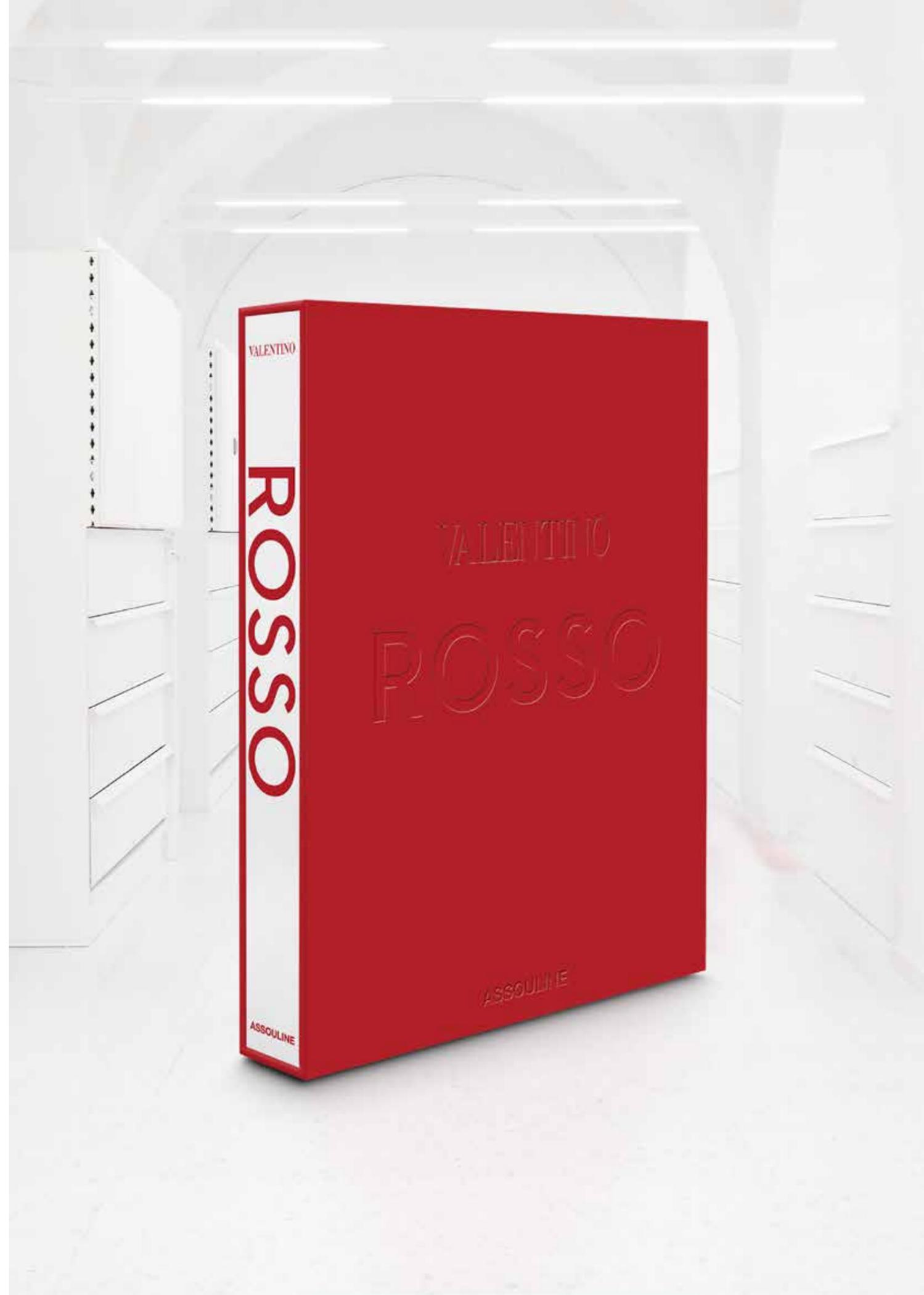
182 PROGETTI IEDFOR

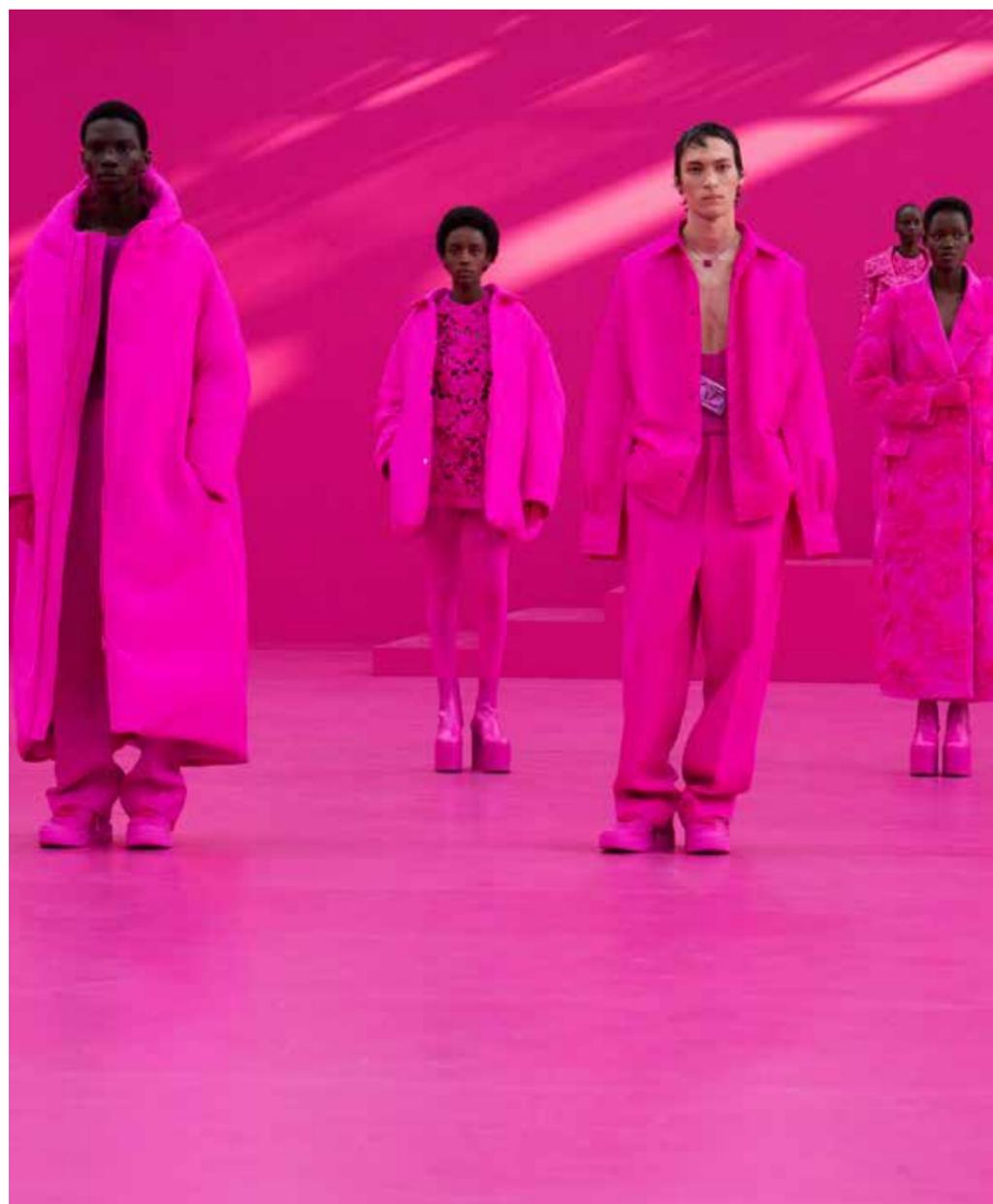




Designer dell'Anno nel 2022 per il *British Fashion Council*, **Pierpaolo Piccioli** è Direttore Creativo di *Valentino*. Ruolo che ricopre dal 2008, prima con Maria Grazia Chiuri e poi da solo dal 2016.

Nato a Nettuno sulla costa del Lazio, dove ha scelto di vivere, è stato studente di Moda all'Istituto Europeo di Design fino al 1990. Nello stesso anno del diploma muove i primi passi della sua carriera come designer di accessori per *Fendi*. L'ingresso in *Valentino* nel 1999, quando la Maison era ancora sotto l'ala del suo iconico fondatore. Tanti i premi che hanno consacrato il suo contributo all'industria e al mondo della moda, come *CFDA Awards l'Oscar* della moda, assegnato ogni anno dal *Council of Fashion Designers of America* agli stilisti che più si sono distinti per creatività ed estro.





Il glamour e la moda come sono entrati nella sua vita? Sappiamo che le riviste hanno un peso in questa passione nascente. Con che idea, aspettativa ha scelto lo IED?

Quando ho deciso di studiare moda nessuno della mia famiglia né del mio giro di amici si interessava di questo settore, è stata una mia scelta personale e indipendente, una vera passione. Mi ero iscritto da poco a lettere per occuparmi di cinema ma capivo di essere attratto dalla ricerca estetica. Anche la mia interpretazione dei film era completamente dominata dalle atmosfere, dai costumi e dalla scenografia. Iscrivermi allo IED, all'epoca, mi parve rivoluzionario. E in qualche modo lo fu.

Quali sono state le sfide che hai dovuto affrontare per seguire il percorso della moda?

Ho lottato spontaneamente contro un pregiudizio culturale, vengo da un piccolo paese della costa laziale dove i cambiamenti relativi ai ruoli sono, o almeno erano, più lenti che altrove. Inoltre il mio percorso di studi ha comportato un sacrificio economico per la mia famiglia che mi ha sempre sostenuto con slancio; studiare con questa consapevolezza deve avermi dato una marcia in più.

In che cosa è stato più formativo il percorso IED? Che bagaglio ti hanno lasciato gli anni trascorsi nella scuola?

Ho imparato concretamente a disciplinare il mio gusto, a coniugare ispirazione, istinto e pensiero, teoria. Il disegno è stato al centro del mio percorso, insieme a un approfondimento storico e culturale dei modelli che hanno contribuito a forgiare il mio gusto. Lo IED ha creato un contenitore, un filtro e un laboratorio a una materia altrimenti indomabile.

Oltre alla passione e l'impegno quali sono stati gli elementi che ti hanno fatto crescere nel campo dell'alta moda?

La costante attenzione alle relazioni umane è stata fondamentale, ho avuto ottimi maestri, ma è stato un mio piccolo merito quello di saperli seguire con umiltà. Il periodo di lavoro artigianale dedicato agli accessori e alla pelletteria è stato il mio primo passo nella moda, devo a quegli anni molta tecnica che ho poi trasferito sullo studio del capo.

Che cosa serve per essere a capo di una maison così importante come quella di Valentino? Che equilibrio si crea tra l'ispirazione del designer e l'universo stilistico del brand iconico?

La mia ricerca estetica e l'eredità della maison che rappresenta camminano insieme lungo un percorso armonioso, di reciproco rispetto. Inoltre si influenzano in un dialogo continuo che vive nel cuore dell'Atelier. Si è negli anni consolidata una coerenza e una fiducia tra queste due componenti che si riflette nelle collezioni, ogni nuova scelta funziona perché rispecchia sia la mia personalità che quella del brand.

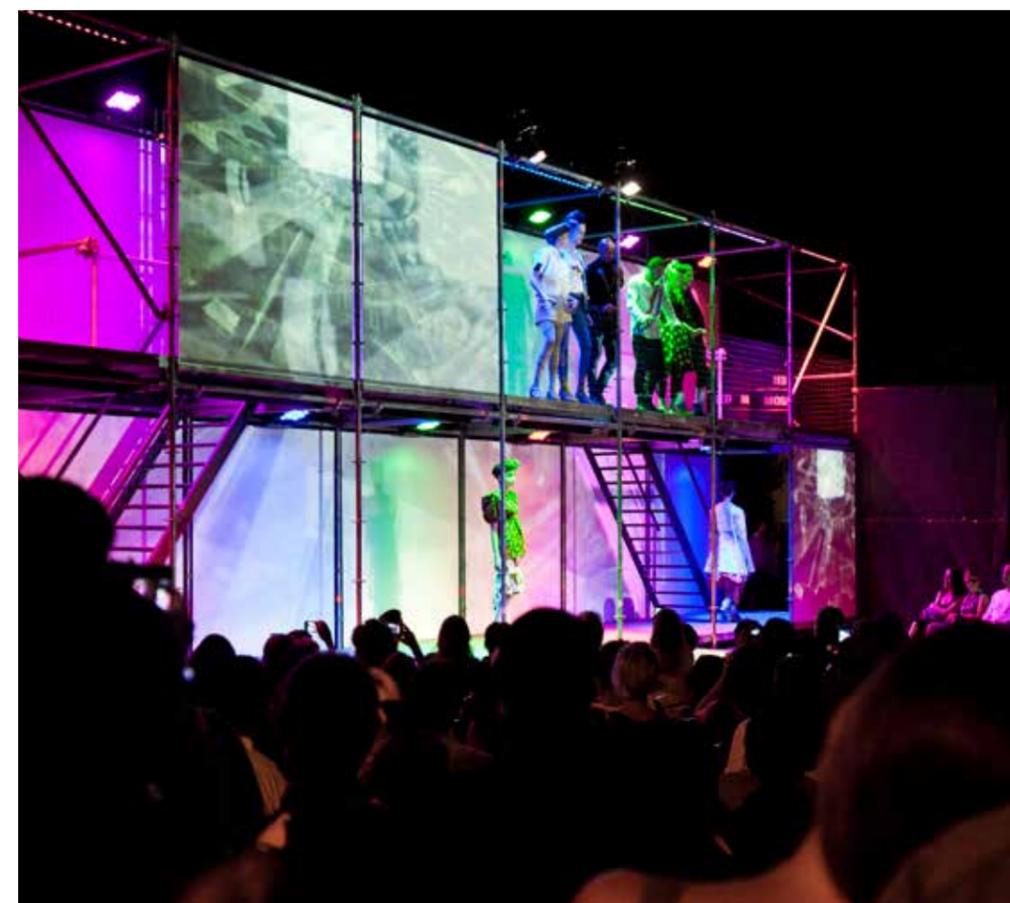
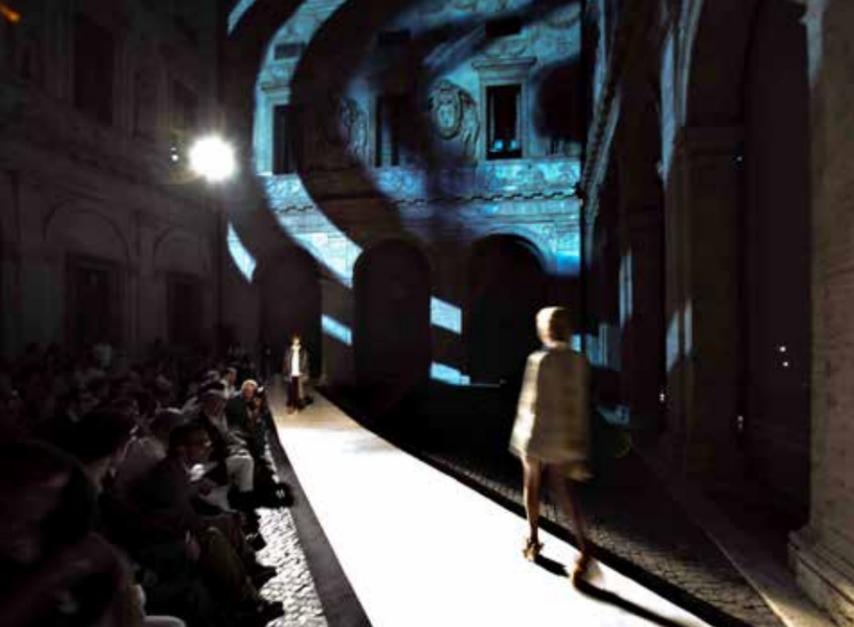
La frase di Pasolini "Non vogliamo essere subito già così senza sogni" chiudere spesso i suoi discorsi pubblici. Come entra nelle sue fonti di ispirazione?

Trovo cruciale ricordare a me stesso, a chi lavora con me e a chi osserva le collezioni Valentino che nulla di tutto questo sarebbe possibile senza la garanzia di una libertà di visione assoluta, l'attenzione al mondo circostante con occhi curiosi e l'apertura assoluta verso qualsiasi forma di diversità. Credo che sia fondamentale, oggi come non mai, che le nuove generazioni rivendichino nuovi spazi per l'immaginazione.

IED Roma Graduate Fashion Show. L'evento che dal 1995 porta in passerella le collezioni dei neodiplomati in Fashion Design e Design del Gioiello della Scuola di Moda.

Innovazione nelle forme e nelle formule, ambientazioni spettacolari nella città eterna, ibridazione creativa tra le diverse forme espressive: tutto questo negli anni ha nutrito il successo dello *IED Roma Graduate Fashion Show*, dove le sfilate hanno presentato i migliori progetti di tesi realizzati dagli studenti in Fashion Design e Design del Gioiello.





Inserito fin dal 2004 nel calendario di *Altaroma*, la kermesse di moda della capitale da sempre attenta ai talenti emergenti, lo *IED Roma Graduate Fashion Show* ha spesso scelto location prestigiose. Come il MAXXI - Museo nazionale delle arti del XXI secolo che nel 2010 ha scelto proprio l'Istituto Europeo di Design per il suo primo evento fashion. "*Memorie del futuro*" il titolo della sfilata curata da Lara Aragno, allora Direttrice di IED Moda, con il contributo di Davide Montagna e della *Compagnia Fattoria Vittadini*. O come, nell'anno seguente, Palazzo Spada con "*Cupiditas Luminis*": un'esperienza sensoriale che ha visto i neodiplomati collaborare con il collettivo artistico *Santasangre*. Ardita l'ambientazione dell'edizione 2015 che, con il titolo "*Frames*", ha portato le creazioni a sfilare tra le opere del grande fotografo David

LaChapelle, nella mostra celebrativa al Palazzo delle Esposizioni. Visioni poetiche e coraggiose hanno nutrito invece "*S. OGNI*" lo show che, al *Guido Reni District*, ha avuto come modello d'eccezione il grande sciatore nautico paralimpico Daniele Cassioli. Con "*Afteromance*", nel 2018, la magia si è nutrita dell'atmosfera suggestiva delle Terme di Diocleziano. Per due volte poi la sfilata di fine anno è scesa in strada nel quartiere Testaccio dove ha sede la scuola di Moda. Memorabile nel 2009 la performance di "*Cyber Lullaby*" dove tra proiezioni, Hare Krishna e street food, la moda si è fatta festa per e con gli abitanti del quartiere, invitati a portarsi la sedia da casa.

Danilo Venturi

Director - IED Firenze

Design, de-sign, the sign.

Trent'anni di globalizzazione sono un secolo brevissimo in cui ci siamo abituati ad un nuovo sistema di valori. Non daremmo per scontate la diversità e l'inclusività se non avessimo così tanto ampliato il nostro perimetro di relazione, al punto di considerare l'extra-terrestre come vero orizzonte futuro. Il viaggio non è più un'eccezione. Prendere un volo per una capitale europea richiede meno tempo che andare al mare con la propria auto. Quelle ore passate in fila in autostrada sono diventate intollerabili anche perché con internet ci siamo abituati ad avere tutto e subito.

Soprattutto a fruire di ogni cosa senza ricorrere ad un rapporto uomo-macchina-ambiente spiccatamente industriale, cioè basato sull'impiego di risorse, il consumo e lo scarico. L'auto è diventata simbolo dell'obsolescenza di un intero sistema, perciò della sostenibilità come valore a cui tendere.

La globalizzazione ci ha regalato anche la convergenza: quando un settore si fonde con un altro. Con un divano, un tablet e un appendiabiti si potrebbe vivere in un miniappartamento senza bisogno d'altro perché finanza personale, attività produttive, creatività, comunicazione e svago, stanno tutte in dodici pollici di vetro e metallo. Meno metri quadri, meno spese, meno emissioni. Un'utopia quasi realizzata, senza né più storia né geografia, anche perché in internet, spazio e tempo sono indefiniti. Tuttavia, la storia si è rifatta viva con il Covid-19 e la geografia con la guerra in Ucraina. Con il primo evento abbiamo sviluppato un'idea

diversa di rapporto con il lavoro, con le altre persone, con noi stessi e con gli ambienti interni ed esterni.

Rigenerazione urbana non significa solo quanto verde c'è in città o come si ristrutturano i monumenti. Significa progettare il futuro, avere la consapevolezza del mondo in cui vogliamo vivere, del significato di libertà e felicità. Con il secondo evento siamo costretti a fare una scelta di campo che non ci era stata richiesta da prima del muro di Berlino. Ma almeno è una scelta. Cioè, è tornata la politica. Nei prossimi anni non sarà la tecnica a mancare, anche perché l'intelligenza artificiale, nel bene o nel male, semplificherà molti processi. Merce rare saranno invece la visione, il pensiero critico, e la creatività. Concepire qualcosa di inedito, impattando sulla società, e affermando la propria autorialità, è ciò che dobbiamo insegnare ai nostri studenti. L'identità di un creatore non può essere definita dalle relazioni effimere e sintetiche dei social network.

Dobbiamo fare in modo che gli studenti diventino ciò che già sono ma non sanno ancora di essere, sviluppando il talento unico di ognuno. Gli studenti devono scrivere, dipingere, e scolpire, anche solo metaforicamente. Devono ambire a lasciare un segno tangibile nell'universo. Pena, l'estinzione della nostra specie, prima ancora che fisica, in ciò che la rende diversa dalle altre, cioè la capacità di dare significato alle cose: design, de-sign, the sign.



Interior Designer **Emanuela Piu** lavora alla costruzione di nuovi universi nella scenografia dei film. Da Londra, dove vive, ha collaborazioni internazionali che arrivano fino alle produzioni di Ridley Scott.

Diplomata con lode in Interior Design allo IED Roma nel 2016, Emanuela Piu vive un periodo in Australia lavorando nello studio di architettura di *Dukes Workshop Pty Ltd*. Tornata in Italia studia con l'Associazione Italiana Scenografi e arriva a Cinecittà come Art department assistant nel film "6 Underground" diretto da Michael Bay. La sua carriera, che perfeziona alla National Film and Television School britannica, con un Master of Art in Production Design, arriva alla svolta con Arthur Max, scenografo di Ridley Scott, per il quale lavora nel film "House of Gucci" e con il quale sta preparando il prossimo film del regista.





Immaginavi di poter arrivare a lavorare nella “fabbrica dei sogni” quando ti sei avvicinata al design con lo IED? In che modo la passione per il cinema si è fusa con questo percorso?

Onestamente no. Ero profondamente convinta che l'interior design fosse la mia strada, ma poi ho cercato nuovi sbocchi professionali. Confrontandomi con un collega dello IED che lavorava su un set cinematografico, mi sono avvicinata alla scenografia. Le skills necessarie per lavorare in un art department sono le stesse per lavorare in uno studio di architettura, cambia la modalità in cui si affronta il progetto.

Da studentessa IED a figura professionale nella grande industria cinematografica internazionale, cosa ha reso possibile questo salto? Guardando indietro dove è stato il momento decisivo?

Sicuramente il salto è stato possibile grazie alle skills apprese

durante gli anni allo IED, che mi hanno reso una persona altamente qualificata. Anche nei miei studi successivi a Londra, l'impostazione di base che mi ha dato questa scuola mi ha messo in una posizione di vantaggio rispetto ai miei colleghi che venivano da studi più classici.

Come è lavorare per Arthur Max ed averlo come mentore? Con quali aspettative hai iniziato a lavorare su “House of Gucci”?

La prima volta che l'ho conosciuto è stato proprio su “House of Gucci”. Sono richiesti standard altissimi per far parte del suo team. Venne colpito dalle mie skills tecniche e le mie personali qualità artistiche decidendo così di insegnarmi gli aspetti specifici del settore.

Nell'ambiente americano il fatto di essere italiana arricchisce il lavoro? Quali sono le difficoltà che hai incontrato nel “mood” cinematografico tipicamente americano?

Essere italiani nel mondo dell'arte e del design è un punto a favore. Non ho riscontrato particolari difficoltà a confrontarmi con il cinema americano. Fin dal mio primo film come assistente di reparto, ho lavorato su produzioni americane. Vorrei poter lavorare in qualche progetto italiano, vedendo così le differenze e le richieste.

Pensando di andare oltre nella collaborazione con Arthur Max - che sembra destinata a grandi progetti ulteriori - come ti immagini tra qualche anno?

Spero di poter continuare a lavorare con Arthur per acquisire l'esperienza necessaria a diventare un giorno a mia volta un *Head of Department*. Ho già declinato diverse offerte, in quanto considero preziosa questa opportunità di formazione che sto vivendo.

Quali progetti nel futuro?

Vorrei continuare la mia carriera nel cinema sia in Inghilterra che in Italia, partecipando a progetti fantasy e sci-fi. Anche se i film storici sono il mio interesse principale. Inoltre vorrei aprire un giorno un mio studio di interior design.

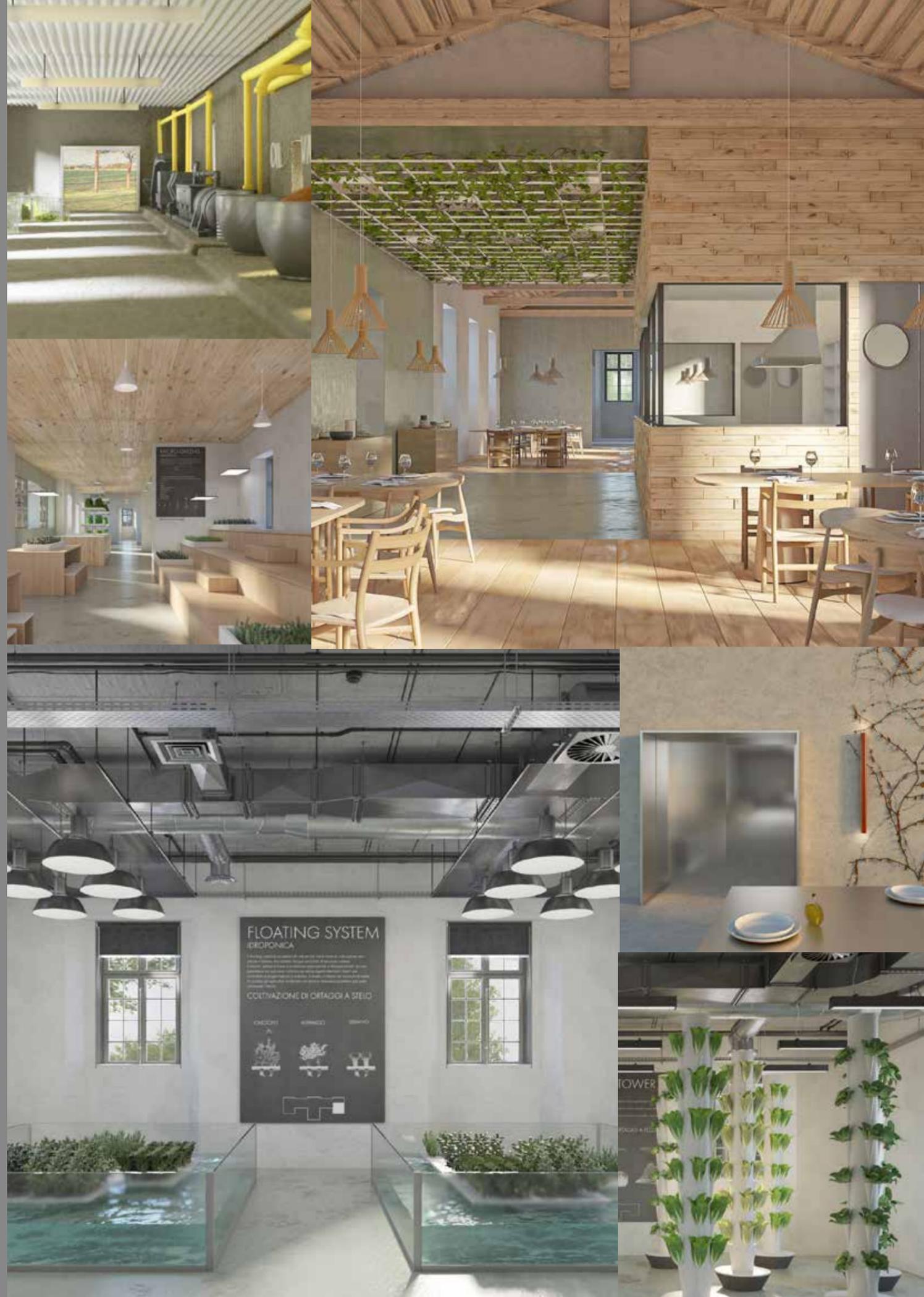
Un'ultima curiosità: il collega dello IED che ti ha fatto scoprire il cinema è rimasto amico, è diventato collega?

Il collega dello IED è Alessandro Guida, siamo migliori amici e lui è ora un social media manager. Vorrei aprire con lui lo studio d'interior design.

IEDfor: Roma Agricola.

Tesi interdisciplinare legata all'agroalimentare che ha coinvolto gli studenti di Interior Design, Product Design e Design della Comunicazione.

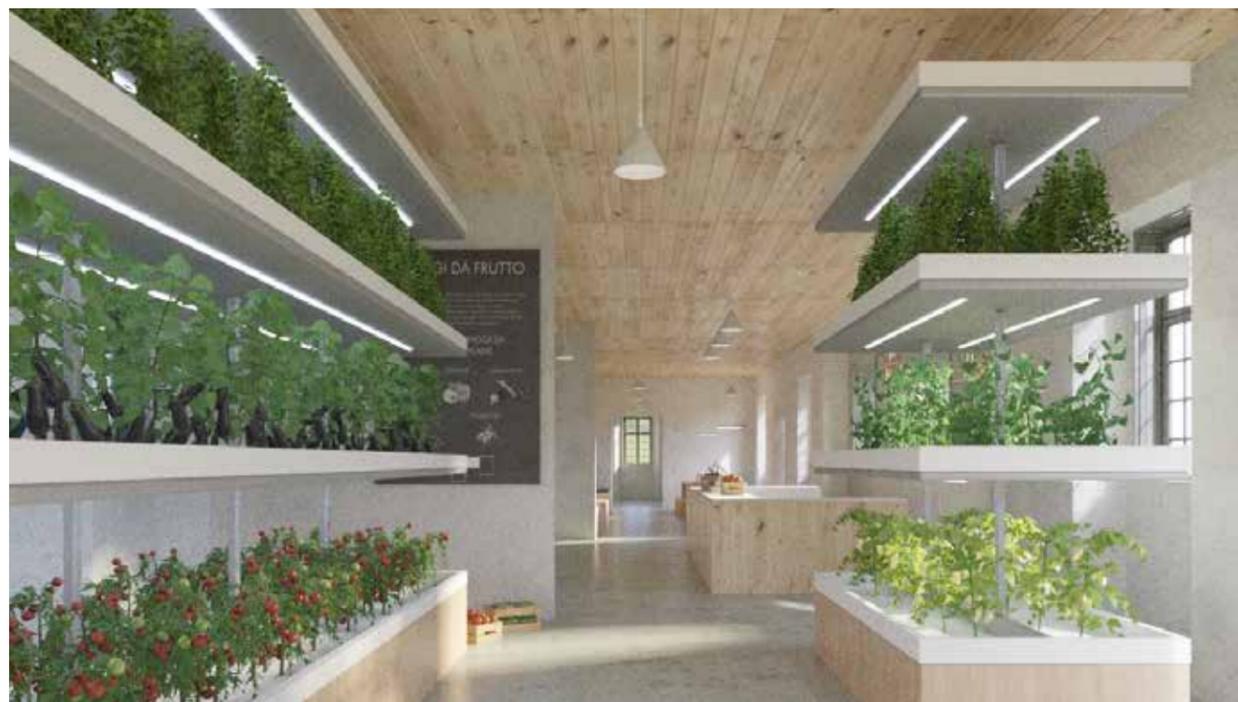
Posizionare Roma, con i suoi cinquantamila ettari coltivati, come capitale europea dell'agroalimentare, l'obiettivo del progetto di tesi interdisciplinare che ha avuto come partner Roma Capitale. L'azione prende le mosse dall'ipotesi della collocazione di un Centro Ricerche Bio-Agroalimentari, con la riconversione dei padiglioni dell'ex manicomio di Santa Maria della Pietà.





Obiiettivo di fondo il posizionamento di Roma nel dibattito sullo sviluppo sostenibile e agroalimentare. Gli studenti di Interior Design hanno preso spunto dal recupero dei padiglioni del complesso per progettare un potenziale spazio di lavoro, ricerca e confronto sul tema della coltivazione e della nutrizione. A Product Design è stato chiesto un sistema di servizi e prodotti per la valorizzazione del patrimonio agroalimentare del territorio. Gli studenti di Design della Comunicazione hanno immaginato una campagna istituzionale che rilanci Roma, metropoli antica ma proiettata nel futuro, con identity, campagna di comunicazione integrata e piano di comunicazione strategico.

200 PROGETTI IEDFOR



I TEMPI SONO MATURI

ROMA RIPARTE DA AGROMA

Dove vivi l'agroalimentare romano.

www.agroma.com

AGROMA
LE RADICI DEL FUTURO



Che cosa ti ha portato allo IED e convinto a studiare digital e virtual design?

Dopo il liceo mi ero avvicinato da autodidatta al mondo dell'html e della grafica. Ho scoperto lo IED attraverso il fratello di un mio amico che lo aveva frequentato e, inizialmente, volevo solo entrare nell'industria legata al web. Così mi sono iscritto e ho conseguito il diploma nel 2009. Durante gli studi quel percorso mi ha permesso di approfondire diverse materie, come 3D, *After Effects*.

Durante gli anni IED, cosa ti ha convinto a scegliere il mondo dei videogiochi? Da dove comincia la tua passione per il "gaming"?

All'epoca mi ero appassionato molto a *Flash*, che mi permetteva di programmare elementi visivi. Questo mi ha portato ad avere maggiori opportunità di lavoro dopo il diploma, poiché durante i colloqui di lavoro ho mostrato molti progetti in *Flash*. Il mio

primo lavoro è stato infatti quello di sviluppatore Flash in un'agenzia molto grande. Poi, con l'avvento dell'iPhone, ho deciso di licenziarmi e di sviluppare un videogioco insieme al mio amico e collega. In quel momento il mercato dei videogiochi era ancora chiuso, ma l'*App Store* della *Apple* ci ha dato la possibilità di pubblicare il nostro gioco con soli 70 euro all'anno. Avevo sviluppato i primi videogiochi già durante gli anni dello IED, ma senza la possibilità di pubblicarli perché all'epoca non c'erano ancora le piattaforme adatte.

Qual è il tuo stile nei progetti? Che cosa pensi abbiano in comune "Sunshine" e "The story of Ray Bibbia"?

Il mio "marchio di fabbrica" nei progetti è sicuramente la sfida nelle meccaniche di gioco. Tanto *"Sunshine"* quanto *"The story of Ray Bibbia"* sono nati dalla volontà di offrire qualcosa di diverso. Nel caso di *"Sunshine"*, si è cercato di colmare una man-

canza percepita nel mercato dei giochi per iPhone. *"The story of Ray Bibbia"*, nato senza questi presupposti, si è invece rivelato un gioco unico nel suo genere, che molti hanno riconosciuto interessante. La difficoltà è dosata in modo diverso nei due progetti. Mentre *"Sunshine"* risulta piuttosto frustrante, in *"The story of Ray Bibbia"* abbiamo cercato di rendere la sfida difficile ma accessibile. In effetti il marchio di fabbrica sta nel dosare l'esperienza in modo che il giocatore non si trovi né troppo frustrato né annoiato.

Che cosa ti ha spinto a tornare allo IED per insegnare? Cosa cerchi di trasmettere ai tuoi studenti?

Dopo essere stato in agenzia, c'è stato un periodo di transizione. Flash era stato abbandonato da *Apple* e i Flash developer erano diventati fantasmi. Ho deciso quindi di imparare il linguaggio di *Apple* e sono tornato in IED per offrire qualcosa che ritenevo un peccato non fosse disponibile, considerando la reputazione di

eccellenza dello IED. Poi cerco di trasmettere ai miei studenti un messaggio che ritengo fondamentale. Amici informatici dicono che la programmazione richiede conoscenze matematiche e anni di studio. Ma io vengo dal liceo artistico e anche se non ero esperto non mi sono lasciato intimorire da chi faceva "gatekeeping". Oggi, quindi, incoraggio i miei studenti a non farsi spaventare. Nell'insegnamento evito troppi discorsi teorici o astratti e cerco di far comprendere i concetti in pratica. Considero la mia missione quella di semplificare e rendere meno spaventose queste materie, poiché ritengo che sia quasi criminale scoraggiare le persone dall'avvicinarsi a esse.

IEDfor: #Stavoltavoto. Progetto speciale legato all'omonima campagna lanciata per sensibilizzare i cittadini, soprattutto quelli più giovani, in vista delle elezioni europee del 26 maggio 2019.

“Tutto in un giorno” la formula che lo IED ha adottato per andare incontro alla richiesta di declinare con creatività e nuove idee i valori della campagna del Parlamento Europeo rivolta alle fasce di popolazione più giovani. Coinvolti nella giornata i futuri designer dei corsi triennali delle Scuole di Design, Arti Visive e Comunicazione.





Sessantasette studenti distribuiti tra i corsi di CG Animation, Fotografia, Graphic Design, Illustrazione, Product Design, Sound design, Video Design, cinque docenti e diciotto persone di staff IED, per l'iniziativa dei Progetti Speciali che ha risposto alla richiesta del Parlamento Europeo, intenzionato, con la campagna #stavoltavoto, a trovare nuovi messaggi per sensibilizzare i più giovani sulle elezioni europee del 26 maggio. Gli studenti IED Roma hanno lavorato in una sola giornata: dalle nove di mattina fino a mezzanotte. Tra i lavori realizzati: una tag collection per adesivi, una mascotte della serata elettorale, una collezione di bandierine distribuite in alcune partite di Serie B e la produzione di un gadget per la stampa.





Copywriter e Direttore Creativo
Federica Scalona è una presenza fissa
nei premi del mondo della pubblicità,
dopo un percorso nelle principali agenzie.

Federica Scalona è Direttrice Creativa di *BBDO Milano*, ruolo che ha conquistato con un veloce percorso professionale che in questi anni l'ha vista fare la differenza su diversi clienti dell'agenzia, tra i quali *E.ON*, *ACE*, *Lines*, *Subito*, con i quali ha anche vinto diversi premi. Prima ancora aveva lavorato da *M&C Saatchi*. A Roma, invece, dopo lo IED aveva iniziato un percorso in *TBWA*, dopo un'esperienza nel *Gruppo Roncaglia*.



DALLA
TESTA
TRA LE
NUVOLE

AI
PENSIERI
SUL
CLOUD

#BORNIN1995



Com'è nata questa passione per la comunicazione, per il mondo della pubblicità?

Ti potrei dire che ho sempre sognato di andare in TV, ma non avendo doti canore, di recitazione e di ballo, gli spot erano l'unico modo. Ma scherzi a parte, è sempre stato un mondo affascinante quello che guardavo degli spot. Poi non c'è un vero e proprio aneddoto, ma forse da pubblicitaria dovrei inventarne uno. Potrebbe essere il mio brief per le prossime interviste! In realtà ero affascinata da quel che vedevo e mi ha sempre incuriosito l'idea di poterlo fare io.

Quando sei entrata allo IED avevi già qualche aspettativa?

Diciamo che da dove vengo io, dieci anni fa, di questo mondo se ne parlava poco e se ne sapeva poco. Io non avevo esperienze dirette con pubblicitari, quindi la scelta dello IED per me è stata totalmente dettata dall'istinto. Le aspettative erano quelle di avere gli strumenti per poter fare quello che volevo. Lo IED mi ha dato le chiavi d'accesso per entrare in questo mondo. Mi ha dato l'ABC per parlare il "pubblicitariese" e riuscire poi a trovare una strada nel mondo del lavoro. Fondamentali le occasioni piccole e grandi di potermi confrontare con persone che avevano esperienza diretta. Cercavo sempre di cogliere ogni lezione come un'occasione per poter imparare, fare portfolio e vendermi dopo.

E per quanto riguarda invece le persone significative nel percorso di studio?

Sono state più di una. Tutti a modo loro mi hanno lasciato qualcosa. Se te ne devo nominare soltanto uno, ti nomino la persona che mi ha fatto definitivamente scegliere se diventare un copywriter o un art director: Lorenzo Terragna. Ha sempre trovato la chiave giusta per stimolarci e ha reso ancora più affascinante questo lavoro.

Quanto è stato decisivo lavorare in M&C Saatchi, a contatto con clienti anche molto importanti? E come vivi la sfida di ogni brief?

Entrando in agenzia, sin da subito sono stata lanciata su clienti piccoli e grandi. Come ho fatto? Come fanno tutti secondo me: con la gavetta. Ho sbagliato la prima volta, però ho sbagliato meno la seconda, e poi sempre meno, fin quando non ho fatto bene. Le sfide ci sono ancora, ma per certi aspetti ora è più semplice perché comunque sei più veloce a risolvere determinati problemi. Però più si cresce più aumentano anche le responsabilità e le sfide si fanno più complesse...non ci si annoia.

Tra i progetti realizzati, puoi indicarne uno che ti rispecchia di più anche nella personalità? Qualcosa che ti è venuto più naturale fare?

Ce ne sono vari. Se guardo indietro, progetti di cui magari ero orgogliosissima cinque anni fa, oggi mi sembrano naïf. Però ce ne sono alcuni che porto nel cuore. Sicuramente il primo è quello che ho fatto per i *Giovani Leoni*, quindi ero piccina, con il quale abbiamo vinto proprio a Cannes. Quello ce l'ho nel cuore perché è stata una full immersion di 24 ore e in più, per la prima volta, io e il mio art non avevamo nessun capo sopra di noi, quindi dovevamo cavarcela da soli nel rispondere al brief. Ed è andata bene. Se parliamo di lavori grandi, nel mondo dell'agenzia ricordo una "maratona" Sky per il lancio di una stagione de *"Il Trono di Spade"*. E tra i progetti che porto nel cuore c'è "Radio" progetto che ho fatto per *l'Humanitas* un paio di anni fa, sia perché era una causa sociale e sia perché adoro il mezzo. Più recenti, "ACE My Famous Bucato", "The Floating Boat" per E.ON, in radio "This is a Disease" per *Amici della Mente*. Campagne diverse fra loro ma che si stanno guadagnando riconoscimenti anche fuori dall'Italia.



IED Roma Design Awards.

Appuntamento annuale, nato nel 2019 con l'obiettivo di premiare il talento e mostrare alla community IED e all'esterno, i risultati dell'impegno e della creatività degli studenti.

Iniziativa peculiare della sede romana i *Design Awards* premiano i migliori progetti sviluppati all'interno dell'Istituto, nel lavoro di tesi ma non solo. L'obiettivo è valorizzare la ricerca, la professionalità, l'intuizione e la capacità di sapere contribuire al progetto con una personale e libera visione della realtà.





Portare alla luce la forza delle idee e le specificità delle discipline creative che all'interno dello IED si nutrono reciprocamente: questa la sfida degli "IED Roma design Awards" che negli anni hanno svolto anche il ruolo di evento inaugurale dell'anno accademico. Il premio, nato con la vocazione di valorizzare quella relazione tra le discipline che emerge anche dalla collaborazione tra studenti, è stato ideato dalla Direttrice di sede Laura Negrini. Nelle varie edizioni è arrivato a contare otto categorie: Design, Moda, Arti Visive - Visual Arts, Arti Visive - Performing Arts, Comunicazione, Master, Progetti Speciali, Tesi Interdisciplinari. L'edizione 2022 ha visto il record di 94 studenti nominati, per 24 progetti finalisti che hanno portato sul palco 11 tra istituzioni e aziende partner. Novità della quinta edizione gli *Special Prize*, voluti dalla sede in

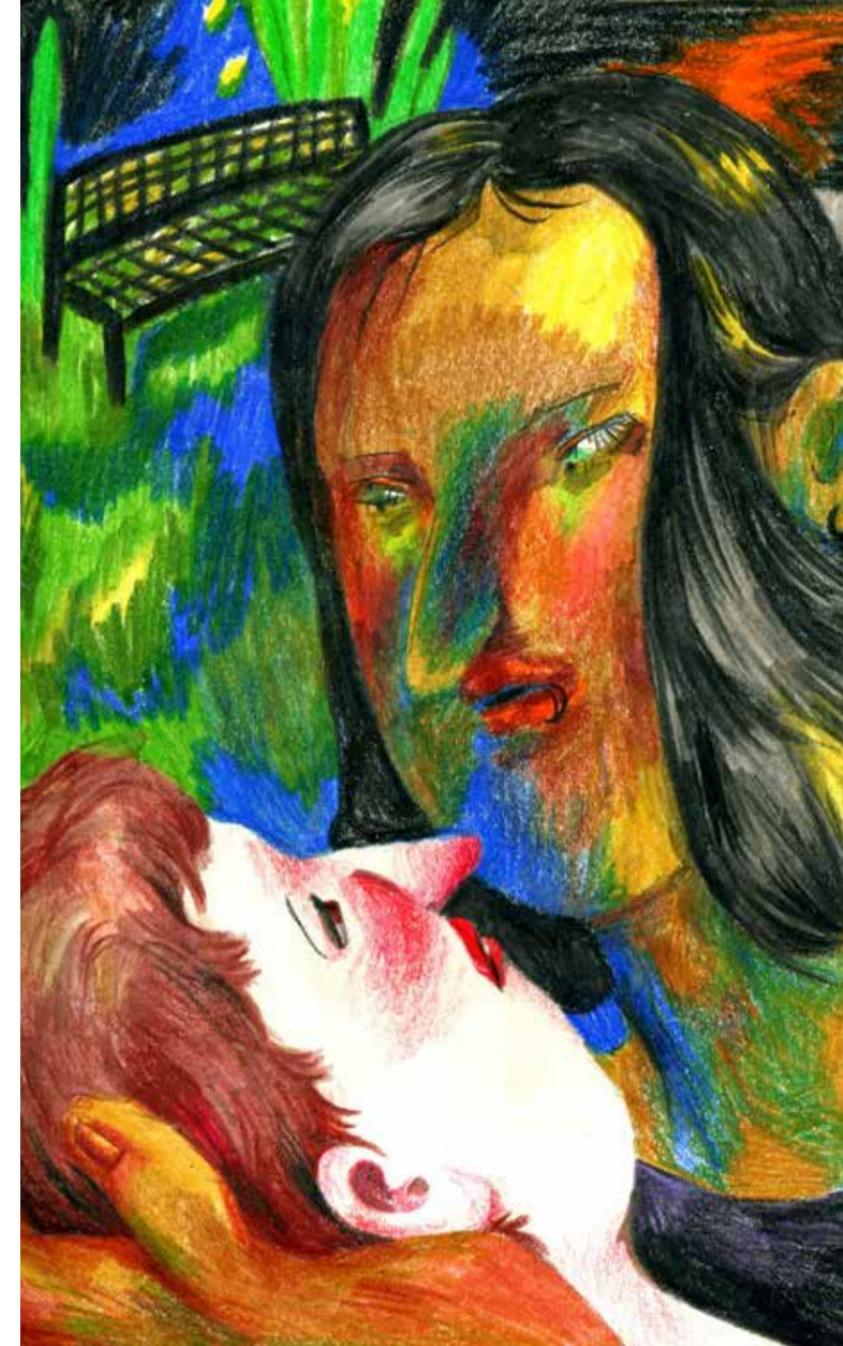
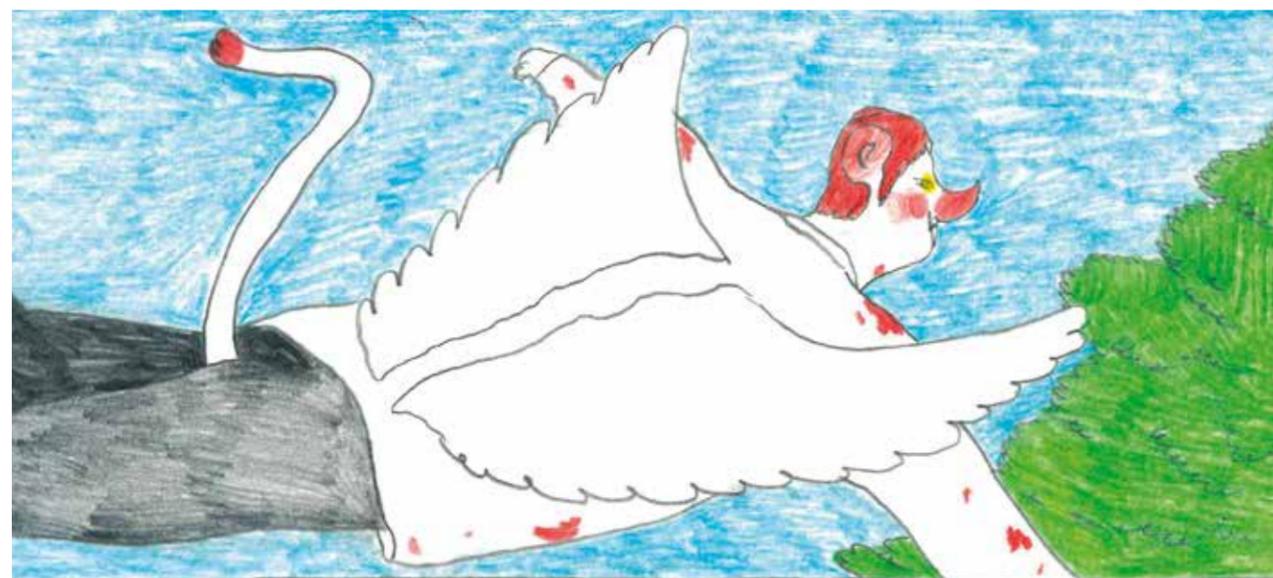
occasione dei cinquanta anni: il *Premio alla Carriera*, assegnato a Pierpaolo Piccioli, direttore creativo di *Valentino* e fashion designer di fama mondiale, diplomato a IED Roma e il *Press Award*, scelto da una giuria di giornalisti ed esperti. Nelle diverse edizioni gli *IRDA* hanno acceso location diverse, dal Teatro dell'Opera di Roma, all'Auditorium della Conciliazione, fino al Palazzo dei Congressi, intrecciando il loro calendario con eventi culturali di punta della capitale come "*Videocittà*", il *Festival della Visione*" ed "*Alice nella Città*", sezione autonoma della *Festa del Cinema di Roma*.



Alfiere di uno stile imperfetto e irresistibile **Giulia Spagnulo** in arte ZUZU è una delle firme del nuovo fumetto d'autore italiano. A lanciarla l'opera "*Cheese*" nata dal progetto di tesi IED.

Con un nome d'arte che deriva dal vezzeggiativo d'infanzia *Zuzù*, Giulia Spagnulo debutta con la *Coconino Press*, firmando, sotto la guida di Ratigher, "*Cheese*". Il titolo, nato come tesi in IED e completato con la supervisione di Gipi, le vale diversi premi prestigiosi e viene tradotto in diversi paesi. Oltre a collaborare con progetti come "*Fumetti nei Musei*" e numerose testate italiane e internazionali (tra cui *Le Monde diplomatique*) ZUZU ha firmato sigle di programmi tv, copertine di libri, album musicali. L'opera seconda "*Giorni felici*" arriva alla candidatura del *Premio Strega*.





L'autore di graphic novel o di fumetti viene letto spesso come un artista, come ti trovi in questo ruolo?

Mi accade spesso che in banca, dal fruttivendolo, a pranzo coi genitori di amici mi chiedano che faccio nella vita. Io rispondo "la fumettista" e la reazione è praticamente sempre di allegro stupore. "Io non ho mai saputo disegnare!" mi dicono. Oppure "Anche a me piaceva tanto disegnare!". Pochi considerano chi fa fumetti come un autore unico che, oltre che del disegno, si occupa di inventare, scrivere, dirigere e sceneggiare una storia. "Saper disegnare" non è ciò che mi rende artista o fumettista. E per lo stesso motivo non mi sento nemmeno un'illustratrice.

Come hai scoperto lo IED? Cosa ti ha spinto a venire a Roma a frequentarlo?

A riscoprire che esisteva lo IED è stata mia madre. Mi ha ricordato che da piccola durante una gita a Venezia - avrò avuto 12 anni

circa - passammo davanti a un cartellone pubblicitario dell'Istituto Europeo di Design. Mi colpì molto la spiegazione che mamma mi diede della parola "design" davanti alla quale esclamai: "Da grande voglio creare cose!".

Come è andata con il tuo primo progetto "Cheese" che ha incontrato subito un editore importante?

"Cheese" è nato proprio allo IED, come tesi di diploma. Scelsi Ratigher come relatore in quanto mi piaceva come fumettista e perché mi ero trovata molto bene con lui come professore del corso di fumetto. Mai mi sarei aspettata che avrebbe fatto leggere "Cheese" alla redazione della casa editrice *Coconino Press* e che decidesse di pubblicarlo. Quando me l'ha detto è stato il momento della mia vita più simile ad un sogno! Gipi è arrivato dopo, sotto forma di Mago. Una figura introdotta da Ratigher in *Coconino* con il ruolo di seguire e dare consigli a un esordiente.

Era stato proprio un fumetto di Gipi a farmi innamorare di quel linguaggio, quindi poter parlare con lui del mio lavoro è stato magico e formativo insieme.

Nel tuo rapido e travolgente exploit, quali emozioni ti sei trovata a fronteggiare?

Subito dopo la pubblicazione non posso dire di essermi davvero goduta l'interesse che "Cheese" ha suscitato. Conoscere i miei lettori è stato entusiasmante e spesso commovente, ma per me è stato come se avessi appena iniziato un percorso inesplorato di cui quello era solo il primo passo. Tutte le attenzioni rivolte alla prima impronta che avevo lasciato hanno avuto come effetto quello di paralizzarmi, piuttosto che di incoraggiarmi a procedere.

Come descriveresti la tua distanza dal "bel disegno?" E cosa suggeriresti a qualcuno che inizia a disegnare?

Nella mia vita ho imparato di più da quello che non mi è piaciuto che il contrario. Credo sia estremamente salubre allontanarsi anche sporadicamente da quello che consideriamo "bello" o di nostro gusto. E anche quando vogliamo valutare noi stessi faremmo bene a esplorare i nostri "difetti" e imperfezioni, perché altrimenti potremmo scoprire in seguito di esserci nascosti quando credevamo di esserci raccontati. Questo percorso, che non finirà mai di arricchirmi, è iniziato nelle ore di disegno dal vero col professore Riccardo Mannelli. Il mio consiglio per chi vuole imparare a disegnare è prima di disimparare a farlo. Guardare di più quello che vogliamo disegnare e meno il nostro foglio. Il libro "Disegnare con la parte destra del cervello" è il migliore amico di chiunque voglia fare questo tentativo.

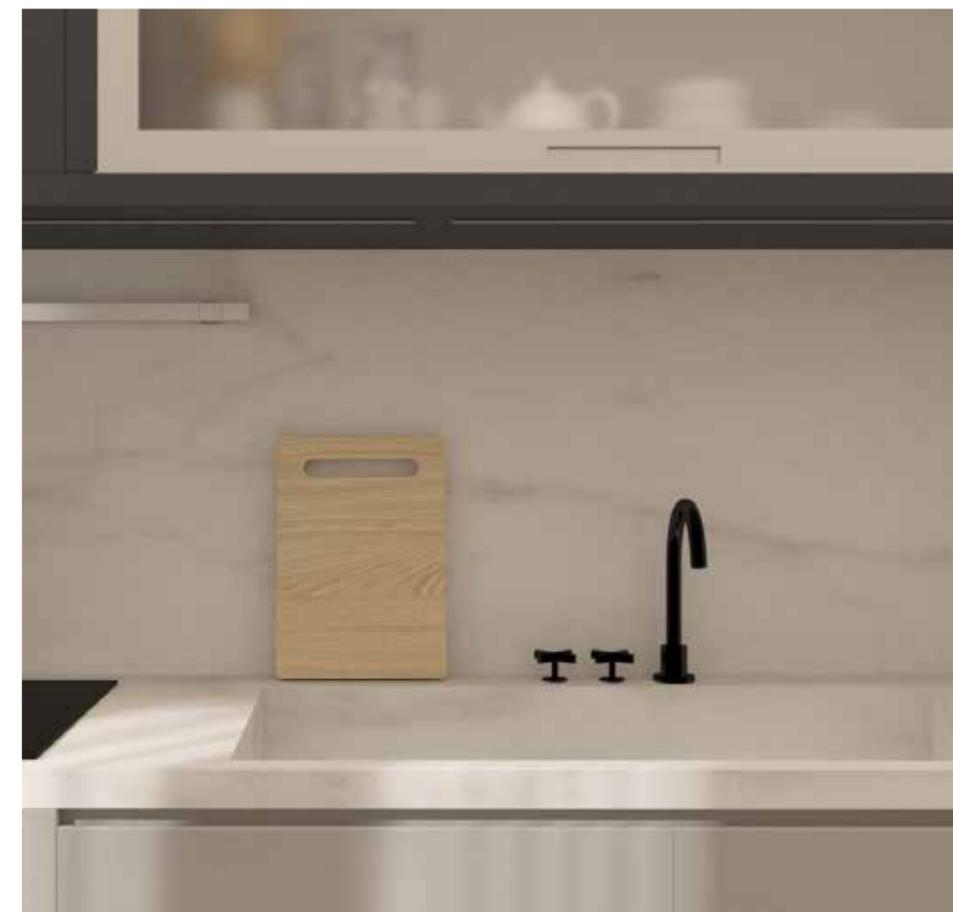
IEDfor: A casa con papà è un progetto di co-housing, ideato dagli studenti di Interior Design, in collaborazione con la Regione Lazio, per affrontare il disagio abitativo e sociale di padri separati.

Il progetto rientra in una più ampia strategia di rigenerazione urbana e valorizzazione dell'ex complesso psichiatrico di Santa Maria della Pietà, con lo scopo di trasformarlo in un "*Parco del benessere e della salute*" capace di offrire servizi compatibili con i bisogni della comunità e sostenibili economicamente.





Spazi da riconvertire a Roma, rispondendo ai bisogni abitativi e sociali che alcuni padri si trovano a dover fronteggiare dopo la separazione. Questa la sfida di "A casa con papà" il progetto di co-housing, realizzato come progetto di tesi, nell'A.A. 2018-2019. Con lo scopo di fornire ai padri in difficoltà un alloggio temporaneo e uno spazio in cui poter incontrare serenamente i propri figli, gli studenti hanno lavorato alla riconversione di un padiglione del complesso di S. Maria della Pietà, che dopo la fine della loro funzione nel 2000, giacciono in parte in uno stato di abbandono. Il loro riuso costituisce anche un'alternativa alla demolizione energivora, sostenendo una economia circolare.



Gaizka Zuazo Ruiz

Director - IED Kunsthal Bilbao

Design cycles

Il professionista della progettazione ha smesso da tempo di essere un agente passivo in attesa di ricevere una committenza.

I progettisti hanno acquisito un ruolo attivo e proattivo, generando le proprie committenze. Questo ruolo richiede una visione analitica e impegnata del nostro contesto, che deve essere educata e declinata nello stesso modo in cui si lavora sulla metodologia di progetto o sulle tecniche di rappresentazione grafica.

I designer progettano e il progetto è la sintesi del nostro lavoro. L'origine etimologica del verbo progettare implica il guardare avanti, ma l'azione del progettare deve limitarsi a uno sguardo verso il futuro? O può avere senso integrare questo sguardo?

Le pratiche artistiche e di design contemporanee hanno recentemente dimostrato un grande interesse per vari esercizi chiamati futures design. Si tratta di azioni riflessive che non cercano di generare soluzioni per il futuro, né tanto meno di progettare il futuro, ma propongono piuttosto uno sguardo spregiudicato e speculativo sul futuro, che può portare ad alcune chiavi di lettura o linee guida, da cui partire per progettare o disegnare il presente. I progetti paesaggistici e territoriali considerati rilevanti nel corso della storia mostrano una chiara influenza di una concezione ciclica del tempo che ha a sua volta ispirato il lavoro di grandi artisti come Richard Long, Nancy Holt o Andy Goldsworthy. Le tesi dell'antropologo Claude Levi-Strauss, che invitano a uno sguardo attento sul passato, sono valide nel lavoro e nei progetti di questi designer e artisti.

Levi-Strauss rivendica uno sguardo analitico sui nostri antenati, rifuggendo dal solito ritorno nostalgico alla storia. Siamo ciò che siamo stati e nella nostra capacità di interiorizzare questo fatto risiedono, paradossalmente, molte delle nostre opzioni per il futuro.

Il design internazionale, alla base del movimento moderno dei primi anni Cinquanta, si basava su un esercizio di rottura con l'influenza degli stili tradizionali che erano stati un riferimento fino a quel momento; si basava anche sulla capacità di evitare futuristici esercizi premonitori. Parafrasando una parte del manifesto realista di Naum Gabo: "Oggi è il momento dell'azione, domani dovremo risponderne. Lasciamo il passato alle spalle come una carogna, lasciamo il futuro agli indovini. Restiamo con il presente (...)".

Oggi, dalla pratica del design, ridefiniamo il nostro rapporto con i diversi strati del tempo, dando un significato se possibile più profondo al concetto di circolarità. Un concetto che può andare oltre i criteri associati alla sostenibilità, come la vita utile dei materiali o la connessione tra i flussi di rifiuti e di consumo nelle città. Intendiamo la circolarità all'interno del processo e del metodo di progettazione come una forma di connessione ciclica tra passato, presente e futuro che ci fornisce una prospettiva olistica e complessa da cui affrontare la nostra professione.

Perché, fondamentalmente, siamo ancora ciò che eravamo.

Zorionak IED Roma!



Con oltre 15 anni di esperienza nel mondo dell'animazione **Antonello Stornelli** è un 3D artist vincitore di un Emmy Award che ha lavorato per *Dreamworks*, *Walt Disney*, *Netflix Animation*.

Nato e cresciuto a Roma, Antonello Stornelli vive da oltre diciassette anni a Los Angeles, dove oggi è CG generalist della serie *WondLa* per *Skydance Animation*. Dopo anni nel settore degli effetti visivi, nel 2011 entra a far parte della *Dreamworks* dove diventa modellatore 3D per la maggior parte dei personaggi di *Dragon Trainer: Riders of Berk*. Passato alla *Walt Disney* lavora nel team della prima serie per *Disney+*: *Monsters at work*, per la quale firma come CG artist i titoli di apertura che gli valgono il *Daytime Emmy Award*. Come Modeling Supervisor e Environment Lead ha seguito la serie *Blue Eye Samurai* per *Netflix Animation*.





Per avere successo così giovane, devi aver iniziato il tuo percorso presto. Quando hai scoperto la tua passione? C'è stato qualcuno di fondamentale per te?

Sono da sempre appassionato di disegno e cartoni animati, in particolare quelli della Disney e i giapponesi, ma la mia passione per l'elettronica è nata grazie a mio padre, che mi regalò un *Apple 2DS*. Quindi fin da bambino seguo il percorso con grande curiosità e voglia di sperimentare. La grafica 3D per me ha unito il disegno e l'elettronica, facendomi appassionare alla computer grafica. Poi frequentando lo IED ho definito il mio percorso nel lavoro e ho ritrovato quello che mi appassionava da bambino. Il mio lavoro è come un gioco in 3D, anche in momenti stressanti è possibile sempre vedere il lato positivo delle cose.

Cosa è stato a spingerti negli States? Hai riconosciuto un'opportunità di crescita per te o per la tua carriera?

Da piccolo sono stato in America e ha finito per rappresentare una forma di libertà per me. In Italia mi sono sentito ingabbiato in una struttura sociale rigida e statica. In America tutti hanno le stesse possibilità: se ti impegni, ce la fai. Mi sono trasferito perché mi sentivo più compatibile con gli Stati Uniti e perché ero esposto a più stimoli culturali, oltre ad essere interessato alla sfida personale. Il sogno americano per me è l'opportunità che una società ti offre. Credo che, come l'Italia durante il Rinascimento, ora l'America si trovi nel suo periodo migliore.

Nel tuo percorso di studi sei partito con il graphic design decidendo poi di rivolgerti al 3D. In che modo IED ti è stato d'aiuto?

Fin da subito mi sono appassionato alla grafica 3D, ma all'epoca era ancora poco sviluppata. Lo IED non offriva corsi specifici a causa anche della scarsa presenza di software dedicati. Ma oggi

so che la mia preparazione nel disegno e nella pittura è stata fondamentale. Avere una buona comprensione dell'arte tradizionale, inclusa l'incisione e la scultura, mi ha aiutato a comprendere l'intensità e il volume delle forme. Lo IED mi ha fornito le basi per diventare un artista, insegnandomi anche l'anatomia. Molti artisti oggi lavorano solo digitalmente, per me invece il contatto con il lato naturale e tangibile del processo artistico è fondamentale.

Hai fatto una carriera fuori dal comune arrivando a vincere un Emmy. Cosa ti ha permesso di conquistare un premio così ambito?

Sono contento di aver partecipato a grandi progetti e aver vinto un *Emmy*, ma non era il mio obiettivo principale. Anzi è stata una sorpresa quando l'ho vinto. Non mi ha cambiato, sono solo a metà della mia carriera, con tanti progetti. Anche perché lavoro con persone che hanno vinto l'*Oscar*, il *Golden Globe*. Non cerco

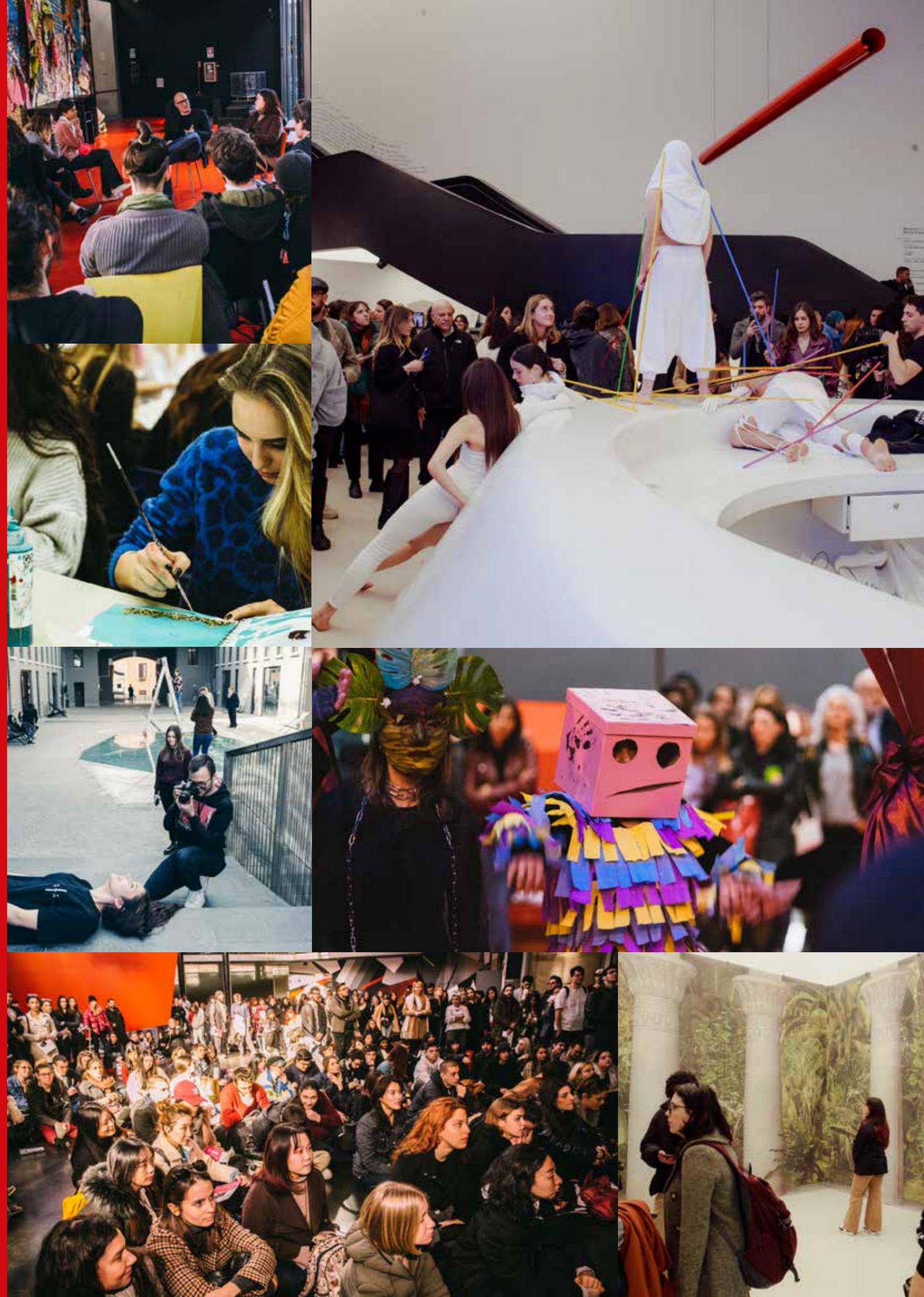
la fama, faccio ciò che amo. Quello che è importante per me è partecipare a serie come *"Monsters at Work"* su *Disney+*, indipendentemente dal successo.

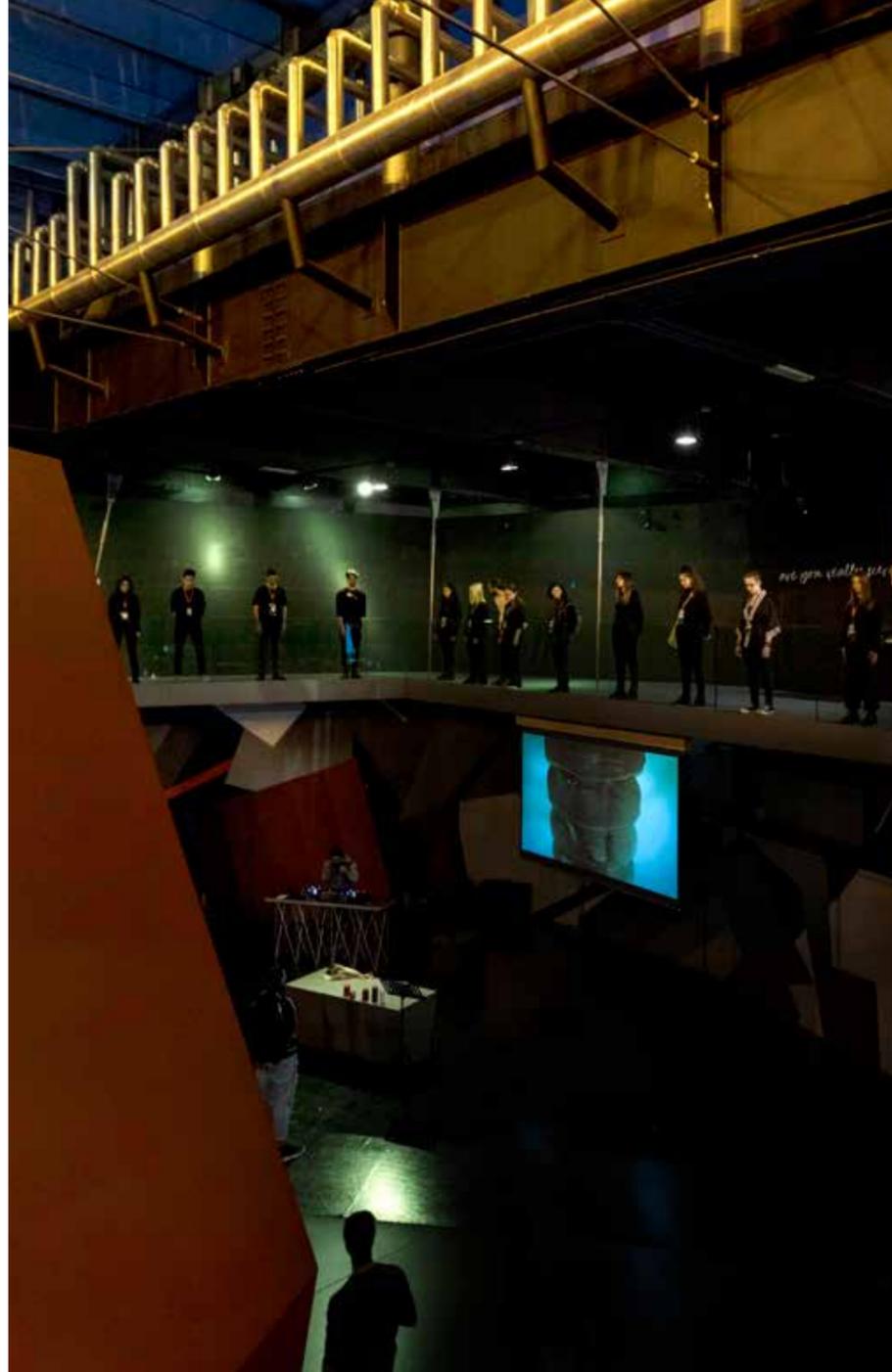
Tra i molti progetti portati avanti c'è qualche realizzazione che ti sta particolarmente a cuore? E come vedi il futuro del campo dove lavori?

Ciascun progetto è appassionante, indipendentemente dal riscontro. In realtà, poiché faccio quello che a me piace, seguo poco i soldi. Poi se arrivano meglio ma non faccio le mie scelte di carriera solo sui soldi. Per quanto riguarda la direzione che sta prendendo adesso l'entertainment io andrei più sul metaverso. Su questo sto facendo una ricerca attraverso diversi lavori personali e penso che mi dirigerò verso i mondi virtuali immersivi, nel mio futuro.

IED Factory dal 2009 propone nella sede IED Roma laboratori interdisciplinari che permettono una esperienza “artistica” nella scuola.

Una settimana intensiva di workshop dove studenti di corsi differenti possono mescolarsi in esperienze progettuali fuori dal percorso accademico tradizionale, che offrono occasioni di confronto con il pubblico, grazie alla presentazione in musei aperti alla città.





IED Factory è un evento annuale organizzato da IED Roma durante il quale laboratori trasversali coinvolgono i dipartimenti di Design, Moda, Arti Visive e Comunicazione. Uno dei numerosi appuntamenti in cui la scuola esplora la sua più grande specificità: quella di costruire relazioni tra le discipline, tra i linguaggi, tra le persone. L'edizione 2019, dal titolo "Imponderabilia" ha accolto una sfida in più: grazie alla collaborazione con il progetto MACRO Asilo è riuscita a intensificare l'esperienza di open education, avvicinando l'attività progettuale dei suoi studenti al mondo dell'arte. In omaggio alla famosa performance del 1977 di Marina Abramović e Ulay IED ha proposto ai suoi studenti e al pubblico quattordici esperienze volte a sondare gli aspetti più profondi del comportamento umano. Il MAXXI è stato invece l'ap-

prodo delle factory del 2022 e 2023. La prima con il titolo "I miss you. Design oltre il consenso" ha visto nella settimana di workshop l'impegno di trecento studenti guidati da quindici artisti provenienti da cinque paesi. Nel 2023, anno in cui IED Roma ha celebrato il cinquantenario, i laboratori hanno prodotto progetti a servizio della società e della sua immagine di futuro. Con il tema "Roma tra 50 anni" quindici artisti che hanno nel racconto visuale il centro del proprio lavoro, hanno scandagliato visivamente insieme agli studenti la città eterna per provare a cogliere i germi del suo domani.

IED Oggi



“La scuola di design ambisce a formare designer consapevoli e innovativi, pronti a influenzare le traiettorie dei processi di sviluppo di oggetti, spazi e servizi. La scuola promuove una comunità di progettisti che, con la loro creatività, la loro competenza tecnica e il loro impegno per la sostenibilità, siano in grado di contribuire a un futuro di prosperità per l'intero pianeta.”

Gianfranco Bombaci,
Head of Design School - IED Roma



“La creatività è un'abilità che può essere allenata, sviluppata e affinata. Stimolando gli studenti a pensare in modo non convenzionale li abitueremo a servirsi delle ultime tecnologie per continuare a raccontare storie vere in grado di emozionare le persone.”

Lorenzo Terragna,
Head of Communication School - IED Roma



“Innanzitutto non si entra per caso nel mondo della moda; è una scelta! Bisogna essere dinamici ed imparare a formare la propria disciplina in modo autocritico. La nostra sfida: aiutare i giovani a coltivare il proprio talento per dare forma e concretezza ai loro sogni e passioni, lasciando in un angolo il nostro giudizio.”

Paola Pattacini,
Head of Fashion School - IED Roma



“Le nuove tecnologie stanno cambiando profondamente la natura delle professioni. Per i master, che hanno come obiettivo primario quello di aprire porte sul mondo del lavoro, è una sfida appassionante che impone di scrutare senza sosta l'orizzonte per cogliere i segni del cambiamento ed indirizzare i percorsi formativi sempre verso nuove prospettive.”

Alberto Iacovoni,
Head of Postgraduate School - IED Roma



“Nella nostra scuola, ogni giorno opere, contenuti e prodotti nascono e cambiano forma in uno spazio fatto di contaminazioni e continui sconfinamenti dove lezioni, progetti, successi, fallimenti, sperimentazioni personali e collaborazioni aziendali permettono ad ogni studente di assumere il proprio sguardo artistico e professionale sul mondo e sul proprio futuro.”

Max Giovagnoli,
Head of Visual Arts School - IED Roma

Staff

DIRECTION

Laura Negrini

ACADEMICS

Moira Annunziata
Francesca Boschi
Francesca Botrini
Elisabetta Brunori
Pietro Cagnazzi
Claudio Calibotti
Antonio Cama
Daniela Campoli
Irene Cannistrà
Antonio Capobianco
Fiammetta Castagnini
Andrea Contini
Giuseppina Curcio
Marco De Giorgi
Mauro Del Santo
Giacomo Della Grazia
Domiziana Duspiva
Flavia Domizia Ferrini
Claudia Franzoni
Karolina Gendek
Gianluca Ghiotti
Francesca Macciachini

Francesco Pizzo
Alessandra Plini
Nicoletta Salvatore
Laura Scamardi
Marta Seghezza
Gaia Zangrilli

STUDENT SERVICES

Giulia De Simone
Stefano Pedrotti
Giuseppe Piesco
Valeria Puntillo
Simona Ruzzini

SPECIAL PROJECT

Selena Mesoraca
Luigi Vernieri

COMMUNICATION & MARKETING

Grazia Battiato
Viviana Borioli
Francesca Castenetto
Francesca Dominici
Vanessa Esteve
Valeria Nardoni

Valter Rea
Giacomo Soddu
Valerio Spinelli

SALES

Francesca Canestrelli
Nadia Di Berardino
Cristina Conte
Viviana Palamara
Valentina Pellegrini
Laura Rubboli
Samoa Sciuto
Isabella Zampi

SERVICES

Daniela Antoni
Francesco Botti
Francesco D'Alonzo
Daniela Giua
Paolo Maccaroni
Pino Maccaroni
Francesco Ornielli
Valerio Pompei
Antonio Pulella
Petrica Vasiliu
Chiara Viviani

ICT

Alessandro Ganci
Fabrizio Giammarini
Pawel Kolodziej
Fabrizio Pellegrini
Riccardo Tretene

FINANCE

Cinzia D'Itri
Daniela Licata
Simone Rosati
Francesca Rossini
Oriana Salvatori
Emanuela Tofani
Milena Vernarelli

Faculty

Marika Aakesson, Sebastien Actis Datta, Niccolò Adolini, Alina Aggujaro, Sergio Alberini, Giulio Aleandri, Roberta Alessandrini, Mario Alessiani, Gaetano Alfano, Maria Alicata, Irene Alison, Roberto, Alma, Carla Altieri - Aureliano Amadei, Alessandro Amato, Tiziana Amicuzi, Antonio Anfossi, Francesca Angelini, Valentina Angelini, William Giuseppe Antico, Elisabetta Antonellis, Flaviano Arbia, Tommaso Arcangioli, Stefano Arduini, Giulia Ares, Julia Asaro, Francesca Astolfi, Tommaso Avellino, Andrea Baccin, Martina Bacigalupi, Carmelo Baglivo, Eleonora Baiocchi, Sara Baldari, Federico Baldassarre, Massimiliano Baldieri, Davide Balistreri, Rosario Balistreri, Gianpaolo Barberi, Daniela Barbucci, Fabio Barile, Filippo Barracco, Antonio Barrella, Luca Bartoleschi, Pietro Bartoleschi, Americo Bazzoffia, Luca Bazzoli, Mauro Bazzocchi, Roberto Belisario, Giusi Bellapadrona, Jordi A.bello Tabbi, Marcella Bellochio, Jacopo Benci, Matteo Bendinelli, Andrea Bentivegna, Alice Berardi, Laura Bernasconi, Luca Bernasconi, Stefano Bessoni, Alberto Blasetti, Patrizia Boglione, Alessio Boi, Niccolò Bolognesi, Gianfranco Bombaci, Michela Bonafoni, Tommaso Bonaventura, Gloria Bondi, Mario Boni, Chiara Borelli, Ylenia Borghetti, Giovanni Botticelli, Edda Bracchi, Patrizia Bracci, Luca Bradini, Paolo Bravi, Paolo Bravi, Gian Maria Brega, Paolo Briscece, Barbara Brocchi, Marzia Brugnoli, Enrico Brunetti, Sveva Brunetti, Anna Bruscia, Paola Buble, Diego Buongiorno, Massimo Bustreo, Andrea Buttarelli, Jacopo Calabresi, Antonio Cama, Flavia Camagni, Marco Valerio Caminiti, Federica Cammarota, Valeria Cammertoni, Francesca Campli, Giovanni Campus, Marco Cannella, Bruno Cannucciari, Andrea Caperni, Francesca Capitani, Antonio Capobianco, Gioia Capolei, Chiara Caproni, Adriano Caputo, Matteo Carbonoli, Eva Carducci, Francesco Carlo, Tiziano Carraro, Elena Carrozza, Martina Carta, Alessandro Casadei, Paolo Casicci, Stefano Cassio, Giulio Castagnaro, Claudio Castaldo, Alessandro Castelli, Loredana Catena, Francesco Ceccherelli, Paola Cellini, Carolina Cenci, Anna Cestelli Guidi, Benedetta Cestelli Guidi, Valentina Cestra, Dario Cevoli, Ming Cheng, Riccardo Chiacchio, Gabriele Chiapponi, Andrea Chronopoulos, Giuliana Ciancio, Nicola Ciancio, Valentina Ciarallo, Elena Cicala, Gianluca Ciccolunghi, Mariagrazia Cilenti, Valentina Cinelli, Marco Cino, Nicola Cipollini, Stefano Virgilio Cipressi, Alessia Clusini, Albertina Coacci, Giovanni Cocco, Giuseppe Coccoli, Alessandro Cocilova, Claudio Coco, Giorgia Coderoni, Leo Colalillo, Andrea Colamedici, Francesco Colangeli, Stefano Colaprete, Giuseppe Colella, Marco Colognola, Mauro Conte, Susanna Contoli, Marcello Coppa, Simone Corini, Dario Corna, Mauro Corsetti, Marco Corsi, Alessandra Cortese, Lorenzo Corvino, Benedetta Cosentino, Eleonora Cosi, Daniele Costa, Veronica Costantino, Jacopo Costanzo, Leonardo Cotti, Giovanni Cozzani, Stefano Cremsini, Angelo Cricchi, Andrea Crimi, Francesca Crisafulli, Alessia Crocini, Laura Cusano, Piero Cutilli, Silvia Cutuli, Enrico D'agata, Fabio D'alessandro, Barbara D'ambrosio, Laura D'ancona, Tommaso D'angelosante, Ilaria D'arco, Inti D'ayala Valva, Cristina Damiani, Carmine Daniele, Alessandro Dante, Domitilla Dardi, Marco De Angelis, Antonio De Falco, Marco De Giorgi, Lucia De Grimani, Mara De Longis, Eleonora De Martini, Erica De Monte, Alessio De Navasques, Devor De Pascalis, Enza De Pinto, Enrico De Santis, Matteo De Santis, Francesca De Sisto, Piero De Stefano, Eleonora Del Bono, Francesco Del Franco, Cecilia Del Guercio, Giulio Del Prato, Mauro Del Santo, Francesca Delicato, Donato Della Guardia, Francesca Delogu, Francesco Delogu, Patrizia Di Costanzo, Claudia Di Fabio, Sabrina Di Gennaro, Mario Di Girolamo, Giovanna Di Lisciandro, Gaetano Di Mambro, Onorato Di Manno, Alice Di Natale, Giorgio Di Noto, Paolo Di Pasquale, Vincenzo Di Siena, Marco Diotallevi, Carmine Distefano, Francesco Dobrovich, Marco Dodaro, Andrea Dolci, Stefano Dominella, Valerio Donati, Stefania Duva, Chiara Ercini, Claudio Esposito, Francesco Estela, Elena Faccio, Luca Fanciulli, Emiliano Fasano, Maura Favero, Laura Federici, Cecilia Fefè, Stefania Felice, Alessandro Feliciani, Alice Felloni, Bebo Ferlito Nabito, Massimo Ferrari, Ilaria Ferrini, Alberto Festa, Stefano Filastò, Chiara Filippi, Simona Filippini, Gaetano Finocchiaro, Fabrizia Fiorilli, Giuseppe Flore, Filippo Foglietti, Antonio Fontana, Roberta Fontana, Fabio Fortunati, Anna Frabbotta, Giada Franceschiini, Vanessa Francia, Barbara Franco, Martino Frascchetti, Gerolmino Freda, Luca Frogheri, Federica Frosini, Elena Frova, Roberto Frusteri, Arnaldo Funaro, Alessandro Gabriele, Francesca Gaffino, Benedetta Gaiani, Fabrizio Galassi, Gabilondo Benjamin Gallegos, Marco Galofaro, Emma Gamba, Irene Gambelli, Stefano Gangli, Ilaria Gargiulo, Carlotta Garlanda, Lorenzo Gasperoni, Margherita Gaudenzi, Guido Gazzilli, Gisella Genna, Massimiliano Germani, Letizia Geron, Simona Ghizzoni, Riccardo Giagni, Alessandro Giancola, Ilaria Gianni, Fabrizio Gianola, Andrea Giansanti, Bonizza Giordani Aragno, Max Giovagnoli, Francesco Giuliani, Rossano Giuppa, Alessandra Glorianza, Chiara Gnignera, Alessandro Gorla, Edoardo Grassi, Tommaso Grassi, Giacomo Grassi, Giulia Grechi, Eleonora Grigoletto, Matteo Grimaldi, Marco Grisolia, Giulio Gualtieri, Gianmarco Guarascio, Tiziano Guardini, Massimo Guerci, Sara Gulinelli, Alberto Iacovoni, Halya Ilardi, Valentina Ilardi, Andrea Indini, Roxana Ionita,

Vito Iorio, Riccardo Ippolito, Alessandro Izzillo, Anastasio Karonis, Peter Kercher, Roberta Krasnig, Roberta Krasnig, Stefano La Ferla, Grazia La Padula, Silvia La Pergola, Valerio La Terza, Luca La Torre, Valenzia Lafratta, Andrea Lamberti Zanardi, Alessandra Lanna, Marco Lanzetta, Marco Lattanzio, Livia Lazzari, Sara Lecci, Andrea Leganza, Ilaria Legato, Cinzia Leggieri, Cristiano Lellini, Francesco Lenzi, Damiana Leoni, Alessandro Leoni, Flavia Liberatori, Maddalena Libertini, Silvia Litardi, Luca Longobardi, Jose Luis Lopez, Stefano Luceri, Gabriele Lungarella, Giuseppe Luongo, Luisa Macciocca, Simone Macciocchi Salerni, Stefano Maggio, Ilaria Magliocchetti Lombi, Fabio Magnasciutti, Gaia Magnini, Paolo Mammucari, Daniele Mancini, Francesco Mancuso, Chiara Manes, Silvano Manganaro, Paolo Mangano, Riccardo Mannelli, Filippo Manni, Barbara Manto, Chiara Manto, Valentina Marcelli, Giulio Maresca, Giorgia Marini, Elisabetta Marra, Simone Martinelli, Luigi Martinucci, Alessandro Martorelli, Diego Massimo, Giuseppe Massoni, Marco Mattioli, Federico Mauro, Anna Chiara Mazzeo, Romana Meggiolaro, Tiziana Melchiorri, Costanza Meli, Emanuele Meloni, Arianna Mereu, Mauro Merlo, Ilaria Merola, Chiara Messineo, Marco Michiorri, Vincenzo Migliano, Andrea Milanese, Giulia Milza, Edmondo Mingione, Massimo Mininni, Sabina Minutillo, Luca Miranda, Valentina Moccia, Matteo Modena, Martina Mogherini, Asli Nasrin Mohiti, Giulio Molaioli, Paolo Mondini, Lorenzo Moneta, Andrea Mongia, Valeria Montebello, Luca Montoneri, Silvia Morani, Vania Morelli, Lorenzo Morelli, Valentina Moroni, Serafino Murri, Enrica Murru, Carlo Nannetti, Luigi Nappa, Chiara Naseddu, Santa Nastro, Andrea Natella, Anna Neri, Salvatore Nicosia, Fausto Nieddu, Benedetta Noviello, Emanuele Nuccilli, Giulia Olivieri, Raimondo Oliviero, Francesco Ormando, Roberto Ottolino, Manuela Pacella, Massimo Palermo, Priscilla Pallante, Mario Palmieri, Valeria Palombo, Carmela Palumbo, Manuela Paniccia, Eleonora Pannunzi, Roberto Pantaleoni, Chiara Pantani, Piergiorgio Paolinelli, Giovanna Paolini, Federico Pascali, Simone Passeri, Massimiliano Patrignani, Giulio Patrizi, Paola Pattacini, Federica Pazzano, Claudia Pecoraro, Stefano Pedretti, Sara Pellini, Maurizio Pellizzari, Stefano Pennacchietti, Eolo Perfido, Marco Peri, Giulio Pernice, Riccardo Peroni, Yuri Perrini, Ilaria Perrotta, Sabrina Perucca, Lorenzo Pesce, Alessio Petetti, Riccardo Petrachi, Silvio Petrassi, Simona Petrollini, Marta Petrucci, Enrico Petti, Simone Pezzè, Lorenzo Piacevoli, Antonio Piccirilli, Luigi Piccolo, Giacomo Pierpaoli, Giulio Pietromarchi, Marco Pietrosante, Marco Pietrosanto, Carolina Pinto, Sofia Piomboni, Romina Piperno, Maurizio Piraccini, Vincenzo Piscitelli, Massimiliano Pistonesi, Vincenzo Pizzi, Dalia Poleac, Lorenzo Poli, Giancarlo Possemato, Margherita Presti, Claudia Primangeli, Pier Daniel Procopio, Maria Carolina Profilo, Ludovica Proietti, Marco Provinciali, Daniele Puppi, Orfeo Quarenghi, Andrea Quarin, Aureliano Quattrone, Lorenzo Raffi, Tommaso Ragnisco, Saverio Raimondo, Luca Rallo, Roberto Ranucci, Chiara Rapaccini, Matteo Rea , Alessandro Reali, Stefano Rebecchi, Gabriele Remotti, Martina Ricca, Sergio Riccardi, Paolo Ricci, Andrea Ricci, Claudio Riccio, Umberto Riccioni Carteni, Florindo Ricciuti, Nicola Righi, Marina Rinaldi, Maria Raissa Risivi, Alessandro Risuleo, Federico Rivera, Maurizio Rizzuto, Christophe Rolland, Alessandra Romani, Massimo Romano, Chiara Ronconi, Benedetta Rosati, Franz Rosati, Davide Rossi, Giulia Rossi, Michela Rossi, Maria Azzurra Rossi, Gregory Jason Rossi, Alberto Ruggieri, Diego Sacchetti, Claudio Salatino, Pasquale Salerno, Dino Salvatico, Andrea Salvatori, Carlo Maria Sambati, Davide Sambrotta, Gian Paolo Sammarco, Anna Sampietro, Francesca Sangiorgi, Giampiero Sanguigni, Renata Sansone, Giusy Santoro, Eliana Saracino, Luigi Sardiello, Rita Sassu, Diego Savalli, Bernardo Savastano, Emilia Scaccia, Monica Scanu, Mariano Scardino, Urania Scarpa, Davide Scarpantonio, Eva Schenck, Annette Schreyer, Isabella Clara Sciacca, Valentina Scibetta, Daria Scolamacchia, Andrea Scopece, Antonio Scuderi, Francesca Romana Secca, Manuela Segimiro, Roberto Semprebene, Claudio Siano, Cristina Silvestrini, Jessica Simonetti, Luisa Simonetto, Massimo Siragusa, Rocco Smaldone, Eleonora Sofi, Stefano Solarino, Alessandro Spalletta, Simone Spampinato, Alessandro Spazzoli, Lucinda Spera, Cristina Spinelli, Lorenzo Sportiello, Francesca Romana Spuri, Antonio Donato Strafella, Simone Strano, Francesco Subioli, Alessia Tagliaventi, Simona Talamelli, Andrea Tanci, Vincenzo Tattolo, Lorenzo Terragna, Roberto Terrinoni, Valentina Tesse, Fabio Timpanaro, Giulia Tomai, Alessio Tommasetti, Edoardo Torda, Peppe Tortora, Romina Toscano, Massimiliano Traschitti, Amanda Triossi, Luca Trombini, Giulia Turano, Giulia Turano, Angelo Raffaele Turetta, Carlo Turrio Baldassari, Daniela Ubaldi, Filippo Ugliengo, Simone Ugolini, Francesco Ugolini, Monica Umena, Paola Ungaro, Emanuele Usai, Sara Vaccari, Violante Valdetaro, Marco Valente, Pietro Valentini, Carolina Venosi, Ilaria Ventriglia Burke, Francesco Verdinelli, Luigi Vernieri, Claudia Maria, Verona Rinati, Lorenzo Vignolo, Dario Vigorito, Valentina Vinotti, Fabio Viola, Francesco Bruno Viteri, Stefano Vittorini, Emilio Volgarino, Paola Volpi, Giorgio Von Moos, Giuseppe Vultaggio, Francesco Zaccaria, Monica Zaffini, Gaia Zangrilli, Massimiliano Zanni, Gabriella Zefferino, Chen Zhao, Giovanna Zinghi, Tecla Zorzi, Alessandro Zuccherofino, Jacopo Zuliani

English

Alumni

NICCOLÒ ADOLINI

As a product designer at Studio Adolini, Niccolò Adolini collaborates with various Made-in-Italy brands. A lecturer at IED Roma, he also went on to teach at the Sichuan Normal University in Chengdu, China. Niccolò Adolini's educational background includes the Academy of Architecture of the Università della Svizzera Italiana, created by Mario Botta in Mendrisio, before he chose to study design in Rome. In the year of his IED graduation, 2011, the doors of an apprenticeship at Studio Dordoni in Milan opened for him. He has been a Product Design Lecturer at IED Roma since 2016. In the following year, his expertise on materials and made in Italy helped him become a lecturer in China, at the Sichuan Normal University in Chengdu. A member of ADI Lazio, he is now head of product design at Studio Adolini, which works with companies such as Ceramica Flaminia, Kalon, Tecla, NIC Design and Martinelli Luce. You mentioned in an interview that Riccardo Blumer was fundamental in orienting you. Was it him who gave you the courage to change your course of studies? I was theoretically born as an architect. My father is an architect, and it seemed almost my duty to follow in his footsteps. Ever since childhood, he would take me to construction sites. Going to Switzerland to study architecture was instinctive. From the first lesson, it was love at first sight. After meeting Blumer, I opened my eyes and fell in love with the product design profession. Your roots are in Civita Castellana, but you have often moved away to study. Were your commuting trips during your studies an inspiration? What caught your attention? My father's work, my personal passion, and my studies have all led me to travel, so I have always been a bit of a nomad. When travelling, we are always struck by the novelty of everything different from what we experience daily. In the end, we are like sponges, and we absorb everything and then bring it back into our projects. The journey, the training, and the hours on the train have definitely enriched me. Giulio Cappellini spotted you during your participation in a IED contest. What was the project you submitted about? I was in my third year, my thesis year, and the IED held a contest sponsored by Ceramica Flaminia. As part of the brief, we were asked to "design a bathroom of the future", so we presented the design to Giulio Cappellini, the company's current art director. I made a washbasin, taking inspiration from Caballero and Carmensita. I realised a full-scale model, which made Cappellini notice me. You said that you develop a link with the traditions and raw materials of the places where you are. When you were in Brazil, did you develop your style? When I arrived in Brazil, my first products were a disaster because of the different materials. The wood we use in Italy is different from the one used in Brazil. Also, Brazil is a more conservative and much more classical country, not one that is particularly innovative, at least not in 2013. However, today, Brazilian companies offer products similar to those offered by European enterprises. In the beginning, it was challenging to design in accordance with the proportions of the Brazilian market. Did your meeting with Simonini play an important role? Does your professional interaction help you to improve projects? I have worked with him for over nine years, so we have done a lot of projects together. We went to Brazil together. He hadn't returned to his country for ten years, and it was like falling in love with Brazil again. He would not have returned if not for my encouragement and desire to explore new markets. You produce unique pieces where you add one-of-a-kind details. What are these details that have your signature on the products you make? Simplicity and craftsmanship are unique details of my products. Both in terms of production and investment, they are straightforward projects. Often, the most exciting projects are the ones without any owner. Imagine the funnel, the scissors, the cutter. There is no intellectual property; there is no designer who made them, and yet we use them every day, and they solve a lot of problems for us. That's what my design has to do: solve problems and be beautiful and functional.

MARIO ALESSIANI

After graduating from IED, Industrial designer Mario Alessiani chose London. This is where he worked for internationally renowned brands. With his studio, he now collaborates with brands such as Fabbian, Bundl, Umbra, and Bogaerts Label. Born in Teramo in 1989, he made his mark during his years on the Product Design course in Rome in workshops with major companies such as Flaminia, Vist and Lago. As a student, he collaborated as a junior designer in Giulio Patrizi's studio and then moved to London, where he joined Jake Phipps' team. Back in Italy, he founded his industrial design studio and cen-

tered his work on the search for a productive and aesthetic expression of objects that he calls "functional beauty". Besides returning to IED as a lecturer, he teaches design at the Sichuan Normal University in Chengdu, China and at the University of Camerino. Where did your passion for product design come from, and how did it develop at IED? My parents are architects, and ever since I was a child, I have been familiar with the subject. I was more fascinated by objects than spaces, though. In high school, my art teacher suggested I try design as an education, a course I didn't know existed at eighteen. By now, design is my life, and the process started during IED. The greatest legacy is just that: it made me "design hungry". During my studies, my meeting with Mauro Del Santo was the most significant. In addition to giving me invaluable advice, he suggested reading "Making of Design", which ignited my spark. Your approach is both traditional and innovative. Where does your inspiration come from? My search for conceptual solidity comes from the Italian past. For the development of my method, I searched around Europe a bit, trying to understand the approaches of Paul Cockshedge, Jasper Morrison and the Bouroullec brothers. How would you describe the origins of your creative process and who or what drew you towards the search for "functional beauty"? At a certain point in my career, around the age of twenty-five, I started to ask myself how I could be helpful in the design world and what kind of uniqueness to convey. Summing up, I realised that there was a sensitivity to form that stemmed from the interpretation of production processes. At the time, I worked with companies with simple productions, a few moulds. I extrapolated the essence and accentuated it in my work, trying to train it. Over time, it became the search for a beauty-with-a-goa that I summarised in the words "functional beauty". It is a very intimate and evolving concept that I am constantly trying to refine. You could move to London and work at Jake Phipps' studio. What do you take away from this experience? Jake was very uncompromising when it came to projects. When he tackled a concept, he would jump through hoops to get it done. I always respected him for that. Once, he hired an engineer for eight hours. I don't remember his name, but he was considered a genius in plastic moulding. He brought him into the company just to hear from his voice that a specific shape could be made. In the end, the engineer did not accept the fee: he had the lamp in question promised as a gift once it was produced because he found it so beautiful that it was worth the effort. Then, in 2013, you opened your studio. How difficult was it to set up your own? In hindsight, it was crazy to set up on my own so young. I may have waited a little longer. However, I had been working for others for about three years, and I was willing to try. In London, I saw my peers doing exhibitions and self-productions, which made me think that the earlier I started, the better. When I returned from London, I worked for a company and had several requests after winning design contests. At some point, not an evening went by that I didn't have to work on my projects. So I thought it was the right time to go my own way. What mark would you like to leave as a designer? Is there a specific aspect you are focusing on? My dream is for design culture to become mainstream, like food culture. For now, I try to direct my work towards quality, transmit it and contribute to disseminating the subject.

DANIELE BAGLIONI

After working with leading communication agencies, Daniele Baglioni is now Head of Creative at McCann Worldgroup, as well as founder and designer of his brand, Bello. On his profile, Daniele Baglioni - who lives and works in Milan - describes himself as a creative and startupper. During his academic training at the IED Roma, he obtained a degree in Graphic Design with honours and a degree in Web Marketing, as well as a Master degree in Marketing, Communication and Advertising. As soon as he finished his studies, he worked with leading communication agencies, including Leo Burnett, DDB, Dentsu and Saatchi & Saatchi. While heading the creative team in the McCann Group, he signed up as a designer for Bello. This is a small brand he founded which produces quality lifestyle-inspired collections. We have read about your successes, but little is known about you. Where did the desire to work in the creative field originate? Did you come from a family environment or a studio environment? I cannot help but say that my interest in art, creativity and beauty comes from my family. My parents' job is different than mine, but I will always thank them because they have constantly stimulated and inspired me. I then chose a course of study that could support my passion with skills and experience. What legacy has your path at IED left you? Among your sources of inspiration is undoubtedly Bruno Munari. How important was it to study him? The path at IED allowed me to study and, at the same time, immerse myself in the business world. Bruno Munari was a source of great inspiration: the culture

of the project, lateral thinking, and sometimes even crazy thinking often helps me feel more free and think up original projects. From school to an agency like Saatchi & Saatchi: how was the transition? Is there a project we can call the stepping stone? I had the chance to start my career at Saatchi & Saatchi even before finishing my final year at IED. It was during the months of preparation for my thesis, and I attended an extended meeting where the creative directors of many important agencies were opening their doors to young people. During the interview, I told them about my thesis project, and they offered me an internship. The project consisted of the creative and technical development of a digital magazine. It was the time when mobile apps were the most innovative and interactive channel. How was Bello born? What weight does it have as a field of experimentation and branch in your career? Having started working early on for an agency has always been my strength and luck, but I have never lost the desire and passion to do something for myself, all my own. Bello is a personal project, a start-up I launched a few years ago because I dreamed of creating a brand that designs and produces design objects. It's an outlet and a space where I can experiment and take risks. Your famous clients - Poste Italiane, Volkswagen, McDonald's - are known, but what are you passionate about in your spare time? Are there elements that help you in the creative process? The creative project is the result of curiosity but also of method. The difficulty lies not in having the ideas but knowing how to realise them. In my free time, I jump between various passions and many different sports. It helps me to free my mind but also to train my perseverance, which is another significant value for creativity.

SANTE BOZZO

Sante Bozzo is fashion designer for Miu Miu. His thesis project was awarded Best Women's Collection at "My Own Show", an international contest promoted by IED Group. Over the years, he has worked for major companies, including Etro, Rochas, and Gucci. Originally from Cosenza, fascinated by the world of visual arts from an early age, he graduated in Fashion Design in 2011. "Camera", his thesis project inspired by the American photographer Francesca Woodman, was awarded during Milan Fashion Week. As soon as he graduated, he was selected for an internship in the style office of Valentino Prêt-à-Porter. In 2012, he began working for Dsquared in Milan. From 2013 to 2017, he collaborated with Rochas and Etro, while until 2020, he worked for Gucci. Today, he is Senior Womenswear designer at Miu Miu of the Prada group. How did you spend the years before moving to Rome to study fashion at IED? What, in particular, brought you closer to this world? The years before IED were quite creative. I have always been fascinated by art. I always wanted to do this work. I had been thinking about it since the early years of high school. I knew that if I wanted to get closer to this world, I would have to leave home. I also have a beautiful memory of that moment of transition, of the fear of taking the plunge. Rome was also a choice made from the heart. I perceived it as almost a dimension of home, more intimate. I met people and friends that I still hear and see today. Your thesis project was awarded at Milan Fashion Week at the "My Own Show". What features did you like best, and what did this victory mean for you? Entering IED brought me closer to fashion in a more technical way. The style has changed a lot over the years, but I think I still carry with me a relatively consistent imaginary baggage. Looking back at the projects now, I see things with an almost tender eye. However, I have always been attentive to the real regarding clothing and design. I was lucky the lecturers believed in me so much, which charged me with ambition. In the thesis project, I had to represent myself a bit. I brought out everything about myself and, in the end, came out with a piece of work that I like a lot and which, if I look back now, also contains codes that I still carry with me. "My Own Show" was very satisfying. I didn't expect it. It's a beautiful memory. You soon came to collaborate with significant Italian fashion brands. What path led you to these levels? And how did your work change during the different collaborations? The luck was that on the day of my thesis, there was a commission with a head hunter who came from Valentino. Let's say that the IED fashion show was in July, and I started right afterwards at Valentino. It was a brand everyone wanted to go to. And I must admit that it was a wonderful experience even though I went in with a lot of fear if I remember. But I was immediately lucky, maybe because I desired to do it. I thought: "Well, I am an intern. I have to go in at 9 o'clock and I have to leave at 6 o'clock." However, in fact, I never left at 6 o'clock. Working for such an important brand from the beginning can make you "stand out" for future jobs, as happened to me. The following paths have been quite different but with similar aspects because, in the end, that is the design of a collection. Over the years, I have changed to being faster and quicker. Is there any trend

that inspires your production today? Also, how do you see fashion changing in recent years? In what direction do you think is it going? What's interesting is that I now work for a brand that I used to mention and name all the time while at IED. It's a place where you can grow a lot. This is where I developed my 360-degree viewpoint: I have always been very romantic, with a strong taste for images and contrasts. As for fashion, I would say that it changes every day, and I see it very differently from when I was studying. I wish there were more time to work on details. Speed scares me, but I guess I can't decide. I just know that in the future, the situation will not change.

BENEDETTA BRUZZICHES

Benedetta Bruzzyches is one of the leading Italian luxury brands. A proud standard-bearer of quality craftsmanship that takes its life-blood from the territory where she was born, in the heart of Lazio. She has created a brand with her name that is loved the world over. From Caprarola in the Viterbo area to the New York of "Sex and the City". One of Benedetta Bruzzyches' latest creations - a patchwork limited edition of the Vitty - was spotted in the hands of Sarah Jessica Parker, the actress identified with Carrie Bradshaw from the successful series. However, many celebrities prefer the handbags inlaid by the women of Tuscia, which Benedetta Bruzzyches (born in 1985) proposes with the pride of a tiny cultural revolution. Her brilliant career started immediately after IED, first as head of the accessories collection for Romeo Gigli, then in an experience in Madras, India. Today, you are the founder of a significant and internationally recognised brand. How have your roots influenced this path? It always bothered me to think that a path in fashion was only possible elsewhere. Being the romantic that I am, I always felt a deep connection with my homeland, convinced that it could offer me everything I needed to start a real adventure. As a designer, I knew the most valuable element was nurturing an authentic, original and unique perspective. I knew that this would only be possible for me from here, drawing on my history (which has something of the romance) and on those elements that have always made me feel supported and transferred to me that sense of the marvellous, which I have come to know in this very place. Staying in Caprarola was not just a choice. It was an affirmation of who I am and what I believe in. Between silent conversations with the beauty of Palazzo Farnese and evening baths at Lago di Vico, I found my voice. This voice has defined every aspect of my brand, from the quality of ideas to their realisation. In a landscape where originality is often sacrificed on the altar of mass production, remaining faithful to my origins was, paradoxically, the most significant innovation. Putting down roots in Caprarola, with its treasure of humanity, has been the shield that has allowed us to resist, grow and assert ourselves in such a competitive market. How does the production process of these exceptional items work? In Caprarola, we had to invent a production model starting from the territory's resources. The desire was to create ideal working conditions, combining design and creativity with territorial identity in a gentle reconstruction. Was this your dream when you entered IED? Not really. I wanted to be a travelling designer, to get to know the world by drawing. Everything we became was formed along the way. At the end of my studies at IED, the then director, Lara Aragno, offered me the chance to be Romeo Gigli's assistant. Meeting Romeo and seeing his genius at work deeply impressed me. But I soon realised that the fashion world was not for me and that I had to find my formula. When I met Vimal, the owner of a handbag company in Madras, India, I left everything behind and embarked on an experience that would change my life. Reading my story backwards, I wonder if there is something in each of us that causes us to be a certain way, make confident choices, and take specific paths. If there is one thing I have realised about my daimon, it is that it loves adventures and impossible feats! What are the iconic pieces and the most significant ones at a personal level? In my bags, there is a whole series of worlds. Certainly, the common thread that connects them all is the life experience of a woman investigating what it means to be in the world. Each bag is born from a dream, from a vision. It rebels against the destiny of being just a container and chooses another life, that of a "self-ironic and poetic object". Each bag is a lived experience that bears witness to the stage of a personal journey, a snapshot of the evolution of the feminine in the discovery of the goddesses that govern every woman's personality.

GIOVANNI BUCCI

Dutch-Italian, born in 1981, Giovanni Bucci is an award-winning film-maker, motion designer and musician living between Los Angeles and London. He graduated in 2005 and immediately launched a successful career with high-profile clients, including Red Bull, MTV,

BBC, Nike, Warner Bros, Sony, Columbia Records and BMW, working with major agencies such as Saatchi & Saatchi and Publicis. As co-founder of Void N' Disorder, a video production company based in Los Angeles, he directs productions at a technical and creative level. VND stands out for creating stylistically sophisticated content that combines design and technology. In addition to his work in video production, he is also the founder and frontman of the band ODD-KO, for which, of course, he produces music videos that have won awards at major international festivals. What made you choose the world of video in the early 2000s? I had completed my studies in graphic design at the Art Institute and had to choose which passion and profession to follow in life. Meanwhile, thanks to the thesis project I did for my band - a music video - I realised that this is the creative form I find most interesting. For me, it encompasses all the others; it offers the possibility of working in multiple areas and does not force me to limit my creativity to a single field. You have said in interviews that doing research is crucial for you. How important is the style and imaginary of reference, and where do your "visions" come from? In my experience, the best projects materialise when there is a lot of research and ideas/content from which a strict selection is made. In the process, I believe in combining a rational research part with spontaneous improvisation and in adapting to obstacles and unforeseen events that may arise. Sometimes, during the realisation of a project, one discovers that a new idea can enrich it or even improve it compared to the original idea. Therefore, it is better not to be too rigid in following a set work plan and to allow yourself the freedom to make any necessary changes or corrections. With respect to inspiration, I do not believe that there is a manual to follow. My source of inspiration is the sum of my interests and experiences. When I do research, I like to combine ideas that come from totally different sources and eras. You have lived and live in several cities: in which environment did you feel most stimulated? And which one allowed you to grow better professionally? I have had the opportunity to live in different cities and countries, including Holland, Italy, the UK and the US. From a creative point of view, London has been the most stimulating city for me. However, work-wise, Los Angeles is unbeatable and is the perfect city for my needs. No other city in the world can match the impact that the video and music industry has in Los Angeles. The city is a true hub of creative activity, with endless opportunities to expand my knowledge and work with the best in the industry. What was the project that marked your path the most? And what inspires you today? I have spent almost 20 years in the video production industry and have been lucky enough to work on big productions such as Star Trek, Terminator, Pacific Rim, RoboCop or to follow music projects for the likes of Drake, Timbaland, Korn, Jane's Addiction and Andrea Bocelli, as well as commercial projects for top brands. However, of all the projects I have done, the one that has marked me the most and of which I am most proud is the ODDKO - Disobey music video, as I had total creative freedom: I worked on the music as well as the video without constraints from external clients. Thanks to this freedom, I could combine all my passions into a unique and personal work of art. Another significant project in my career path was the production and direction of two music videos - Never Never and Love and Meth - for the band Korn, with whom I had dreamed of working since my Art Institute years. It was extremely gratifying to see this dream come true, and I am grateful for the opportunity I was given.

PHAIM BHUIYAN

Phaim Bhuiyan has been a revelation-talent of Italian cinema in recent years. His debut feature "Bangla" is an award-winning film, and Forbes listed him as one of Europe's most influential under-30s. A precocious talent, Phaim Bhuiyan came to success with his first feature film, "Bangla", in which he is not only a director but also an actor and screenwriter. His roots in the multiethnic neighbourhood of Torpignattara are strong: he defines himself as 50% Bangla, 50% Italian, and 100% Torpigna. Active since his adolescence as an author of music videos for the capital's underground scene, he found - while still studying at IED - the production for his first work, intensely autobiographical, which would lead him to win various awards such as the Golden Globe and the David di Donatello as best newcomer director. In 2022, the series inspired by the film was released on RaiPlay. How did your passion for cinema start? Did your parents understand this choice? My path started in adolescence with advertising graphics. However, I soon realised I preferred audiovisuals and started following authors like Cane Secco or Willwoosh on YouTube. Video, for me, was a passion and a form of communication: I could never use words well, so video images became my means of expression. I was also driven by my family's attitude, where creativity was not

associated with a work perspective. It was easier for them to say, "Go find yourself a proper job." This gave me extra motivation to succeed: to prove them wrong. What was the spark that directed you towards IED? Do you remember any significant steps? I got to know IED because they did vocational guidance at my high school, which was also close to the IED seat: it was all quite immediate. Of the IED years, I remember this first project in the theatre in Formello, where we filmed for a day with both video and sound design students from all three years. It was the first time we worked together: I tried a little bit to be seen, and the short did not go well. That was instructive: only from mistakes can you understand that maybe sometimes you should take it down a notch and be more at the service of the project. The positive note, perhaps, is that I was the only first-year who wanted to interact with the third-years; I was trying to get involved, that's all. You took your first steps with "Bangla" while still an IED student. How did the idea come about? How difficult was it for you to step into such an essential role? I had done a shoot with the production company Fremantle. They contacted me as a film-maker, but when I told my story to Alessandro Sortino - the head writer - he said, "No, then we will do it on you." That was my first business card. But I wasn't thinking of making a film. I was thinking of my thesis. Then it happened that the project burst into my hands: in the following days, I was contacted by Fandango, and they told me, "Look, we liked the report, and we would like to make a story." While we were writing, in pre-production, they asked us, "Which actors would you like?" It was a personal project based on my story, so I agreed to act. Also, it was challenging to find emerging actors who were second-generation Italians or not having Italian origins. From a technical point of view on set, I was greatly helped by Emanuele Scaringi, who followed me as a "co-director". This also allowed me to be an actor. The film received many important awards. What emotions did you have when you read your name among the nominations? Undoubtedly, the most significant memory is the award for "Best Newcomer Director" at the David di Donatello: something that gratifies you but frightens you at the same time. I was caught up in the anxiety of having to make my second film, and I suffered a little from the success; working with a psychotherapist helped me. Then, with the film's success, I started doing a lot of presentations with socio-cultural significance. This role scared me a little: I wanted to be a director, but I didn't want to be interpreted as a symbol of integration.

FEDERICA CIAOZZO (THONY)

Thony is an actress and singer-songwriter, highly appreciated in both roles. In cinema, she was launched by Virzi's film "Tutti i santi giorni", where she acted and wrote the music, winning a David di Donatello for best original song. Sicilian, born in 1982, Federica Johanna Victoria Ciaozzo, known as Thony, graduated in Sound Design. After her revelation film with Virzi - which earned her, among other prizes, the Golden Globe as protagonist - her career took off in cinema and music. She released successful albums and starred in series and films, including Luchetti's "Momenti di trascurabile felicità", for which she was nominated Best Actress in a Leading Role at the Nastri d'Argento. Among her many awards for music production is the nomination for the song in Pif's film "In guerra per amore". You were born and raised in Sicily. What made you move to Rome and choose Sound Design? I moved to Rome on instinct when I was 18. But music was already in my thoughts. When I came to Rome, I started writing songs and I realised that I had to ask other people to record them. One day, I said, "No, I want to do everything myself, from start to finish." So I looked for an online course, and if I'm correct, the same day or the next day, there were selections for scholarships. I came to Rome because I practically ran away from home. At the time, I had a less than perfect boyfriend. I saw him with someone else, and when I got home, I said, "Mum, I want to go and live in another city." How did IED shape you? What legacy did it leave you? How has it helped you in your career, both as a musician and as an actress? Until I was 29, I was only a musician. Studying sound design certainly helped me because it allowed me to start using programs for arranging. But with IED, I learned the basics of everything. As for the courses, back in the day, we did a course where they made us soundtrack and accompany film scenes with music. Little did I know that this would have an actual application in my life. IED also had compulsory attendance; this gave me stability in schedules, attendance, and maturity. Then, I had the scholarship and felt responsible for maintaining a high grade average. What are the sources of inspiration and decisive encounters for you in film and music? Music, especially in Italy, has changed a lot. It has become monothematic as far as I am concerned. I struggle to find things I am passionate about. For me, discovering things I love musically is a job. When I find something

I like, I become pretty obsessive; I want to know everything about a particular artist. There are two I listen to a lot: one is the group "Y la bamba", and the other is Phoebe Bridgers, an American singer. As for cinema, there are a lot of good young directors, a lot of up-and-coming directors. I know there is a whole host of authors who have a great modern imaginary and don't use the usual rules of comedy. I won't mention their names because there are so many. For me, they are inspirational. In composing various soundtracks, is there one you are particularly attached to? "Tutti i santi giorni" was my first film. There, I did the actress, the soundtrack and the original songs. I can say that such an intense experience has never happened to me again. It formed me profoundly. Also, the first song I wrote for the first season of "Summertime" opened up a channel to a young audience I didn't think I could get. So I am very attached to that as well. What was it like collaborating with several people who came from IED? I can say that, apart from "Summertime", I have met several of my fellow students along the way. Every now and then, I meet people, both in film and music, who attended IED. This made me think, for example, how everyone comes from the same course and then finds different fields of application. At a school like IED, you need to invent your path because it is not one and only one. So, your personality and your vision become fundamental.

VALENTINA CARNEVALE

Valentina Carnevale lives and works in London. This is where, since 2021, she has been VFX Production Manager at the famous Industrial Light & Magic, the iconic digital special effects studio founded in 1975 by George Lucas. Passionate about 3D productions, Valentina arrived at the IED Roma to attend the Computer Generated Animation course. Between 2010 and 2013, she studied animation, video graphics and interactive technologies, absorbing all the technical knowledge necessary for digital special effects with the dream of working in the world of production. As a result, her dream became a reality in London where, starting from the most accessible role, she went on to coordinate the VFX production for large titles within the Alien, Transformers, and Jurassic Park cycle. How did you come to study CGA at IED? How did this love for special effects come about? I always knew I wanted to do a job in a creative field, but I didn't yet know how much I would love a career in VFX. I initially enrolled in the three-year Graphic Design course. In the second year, our course was split into two branches, and I instinctively decided to continue in CG animation. As I went on, I discovered a passion for 3D productions. During my thesis project, in addition to working on animation, I held an organisational role that made me realise how interested I was in expanding my knowledge in production. After IED, your career grew considerably: how much did this influence your decision to move to London? Did you already have a path in mind that pushed you to, as they say, "work your way up the ladder"? Moving to London was definitely the stepping stone. I arrived here ten years ago driven by a desire to succeed in VFX production. This was during a time when Rome offered fewer opportunities in this field. Once here, I worked for over a year in a restaurant to improve my language skills and had almost lost sight of my goal. In 2015, however, I came across a post on LinkedIn from ENVY Post Production, which was looking for runners. I knew that would be the beginning of the path leading me to my dream job. How did you come into contact with important companies? Was there an opportunity that you felt favoured your turning point? After almost two years at ENVY, I felt it was time to enter the world of VFX. I knew that the Moving Picture Company would soon start working on a Disney production of "The Lion King". I decided to take the plunge and submit my application for the position of Coordinator. So, in 2018, I finally set foot in one of the most prestigious VFX studios in the world. The first project I worked on was Ridley Scott's "Alien Covenant", where I coordinated the Environment and Digital Matte Painting departments to create numerous environments. This was followed by big productions such as "Transformers" and "The Last Knight" and then "The Lion King", my dream project because it was made entirely in computer graphics. These are dream-inspiring titles. Are these opportunities of particular interest to you? How important is it to work in the right team? I have always accepted every project that was proposed to me with great enthusiasm, even if I was not a fan of it in the cinema. Because I have always appreciated the teamwork behind big productions. Even now, I still prefer a functional team: communication and teamwork are everything so that a project works and deliveries are not unachievable. What projects are you passionate about, and how do you see yourself in the future in terms of the rapid evolution of this world? I have been at Industrial Light & Magic for over five years now, which has allowed me to work on projects with large animation sequences. Among my favourites is the

latest in Spielberg's "Jurassic World Dominion" series. As a child, I was terrified by the famous T-Rex scene, and all these years later, I have enjoyed the modelling and animation work so much. I don't know what the future holds for me, but I am convinced I am in the right place: ILM is not only the most famous and important company in the field of VFX, it is also a leader in innovation.

CHAMNI TIPMANEE

As a Thai commercial photographer, Chamni Tipmanee is one of the best known and most respected in his country. He has been running his agency in Bangkok since 1988 and participates in projects related to injustice in society. A photography student at the IED Roma, Chamni Thipmanee graduated in 1982 and decided to return to his native Thailand. After working as a freelancer for a few years, he founded his agency called "Chamni's Eye" in Bangkok in 1988. Parallel to his work as a commercial photographer, Chamni pursues personal projects, characterised by a focus on social issues and on photography that deals with the real, both in terms of customs and traditions as well as by reporting on the problems of the society around him. Thinking about your journey from Thailand to Rome and back, a sentence by the writer Jodi Picoult comes to mind: "Parents aren't the people you come from. They're the people you want to be when you grow up." How true is this phrase? It is very true. My father was the chief of our village, always dedicated to helping others and improving the society he lived in. He used his camera to "capture on film" the development of his entire community: roads being built, bridges, oil or gas extraction. I still remember very vividly the camera he used, and I can say that he was a model for me. Initially, what drew you to Europe? And what memories do you have of Rome? Rome is a magnet for art and artists. At the time, the Istituto Europeo di Design had its seat near the archaeological area of the Roman Forum. Due to this, I was particularly enthusiastic about beginning and completing my studies there. You came to Italy and the IED to study photography: why did you choose the path of advertising communication? What were your sources of inspiration during your years of study? During my time at IED, I attended the Advertising Photography course with great interest. During this time, having friends and classmates who were very helpful made learning more enjoyable for me. Moreover, in Rome, everything and every place can be a source of inspiration. Starting with real landmarks such as the Colosseum, the Vatican City and the many museums throughout the capital. It was my experience in Rome that helped me realise that advertising photography could also be part of my future. In personal projects, the shots portray situations of rural life or aspects of society, also highlighting problems. What worries you about today's world? What, on the other hand, gives you hope for a better future? I am interested in everyday life, but also the life of people, "working class" or sellers at food markets. Their stories inspire and raise questions, making me want to give something back to society. I am referring, in particular, to the awareness of taking better care of the environment. I would like to see more general awareness of these issues and greater participation in this new movement. How did the "Chamni's eye" studio come about? What has allowed it to grow so much over time? After working for a few years, I took the opportunity and decided to open a studio in collaboration with my partner. Since 1991, we have managed to keep the quality of our work high, improve the team and expand our business to satisfy customer requests. Requests include photo editing, video making and services typical of a real digital agency. I am confident today that we will continue to stay on track and will be committed to embracing any changes in the future.

JESSICA COOPER

Jessica Cooper is the founder of Ohlguier, an Australian jewellery brand with iconic and contemporary designs, which has risen to fashion prominence thanks to the crown worn by pop star Madonna on the cover of Vogue. Jessica Cooper comes from Sydney, Australia. Her story goes through a degree in Fine Arts before going on to study sculpture and photography and then into jewellery making. Ohlguier (the brand she founded) is based in Brisbane and is also dedicated to her grandmother and great-grandmother, who continue to be a source of inspiration. In interviews, she explains that her time in Rome, where she studied with the greatest names in jewellery making, attending the IED Master in Jewelry Design, revealed the power of creativity. As you have dedicated the brand to two important female figures from your family history, family history plays a significant role in your creations. How was the passion for jewellery passed on? My family has a very unique history that is a constant source of inspiration for me. My great, great, great grandfather owned some mines in the Ural Mountains, Russia, which supplied precious stones

(the size of reptile eggs) to the famous Fabergé for his masterpieces, also destined for the royal family. My family was forced to flee when the Tsar fell during the Russian Revolution. Jewellery from great and renowned artisans, including Fabergé, had to be hidden and intricately embroidered into the clothes, even underwear, of my great-grandmother, who shone by wearing them in Russian homes around Europe. As a child, my sister and I used to spend a lot of time at my grandmother’s house. We loved searching her drawers for jewellery and precious stones still carefully wrapped in scarves and silk shirts. At that time, I soon realised that my purpose was to carry on the legacy created by my ancestors. What was the motivation behind your move from Australia to IED Roma? Why Rome and this school? Rome is my absolute favourite city. It has something mesmerising about it. For me, this city has a unique energy that is perfectly captured in the moment, as well as in the way the sun sits on the ancient walls of the historic centre. I find it to be a unique place that has a charm like no other. During your training, did you meet people who could inspire you in your projects? Of course. Luca Bartoleschi, for example, was a great inspiration for me. His creations for Bulgari are undoubtedly iconic. Amanda Triossi was also particularly influential on me. My role was to assist her in the preparation of several catalogues, arranging the content and editing images related to her time at the prestigious auction houses Sotheby’s and Christie’s. What was the turning point that allowed you to join the likes of Madonna? What research led you to be chosen for the project? In all honesty, there was no “turning point”. It was rather hard work made up of a multitude of small steps. A very talented designer asked me to sketch a crown of thorns. The sketch was instantly approved: I only had two weeks to create it and set hundreds of diamonds in it so that it would arrive at the New York studio in time for the photo shoot. When I finally saw it, I was relieved to see that it was a good fit for Madonna. Talking about this Italian culture that influenced you: does it continue to inspire you today, perhaps for other works? Italy is very close to my heart. I have always dreamed of living half the year in Australia and half in Italy. It is my intention to build future projects in a showroom that may remain a private studio in the heart of Rome.

MARCO DE VINCENZO

Marco De Vincenzo is among the most innovative names in accessories made in Italy. Creative Director of Etro and Head Designer of leather goods for Fendi, he has founded his own internationally acclaimed brand. From Messina to Rome to study Fashion Design at IED Roma. At just twenty-one, Marco De Vincenzo joined the creative departments of Fendi, where he now holds the position of Leather goods Head Designer. In 2009, he launched the brand that bears his name, and in the same year, he also won Vogue Italia’s “Who Is On Next” competition. In 2014, he joined the LVMH galaxy of partnerships, leading to the brand’s international growth. From June 2022, he has been the creative director of Etro, where, in September 2023, he debuted with his first woman’s collection. Seeing the success at a young age, when did you discover your passion for clothes and accessories? How did your choice of the IED influence you? I discovered fashion as a form of creativity as a teenager, but it was during IED that this passion took on a more concrete form. Living for three years in close contact and daily with people cultivating the same interests as me confirmed that fashion was indeed the job I wanted to do when I grew up. What strengths were able to bring you closer to Fendi? Is there a project you are most attached to because you consider it a stepping stone? With Fendi, I discovered the importance of accessories, which, until before this collaboration, I had considered almost marginal. I was in my early twenties when bags became the centre of my creative universe, and I still didn’t know that their importance in the fashion system would grow enormously over the years. I believe that my participation in the birth of the Peekaboo, still an icon of the brand today, was a crucial moment in my career. Your move to Etro has been read as starting a new phase in the brand’s history. What did you focus on to design the new identity? And what have you kept of the “tradition”? I think I learnt at Fendi how to respect a brand and carry it into the future. At Etro, I will also follow in the footsteps of those who came before me without nostalgia. I will focus on fabric, the brand’s heritage, and effortless eccentricity. Where did the need to create your brand come from? Can we say that it allows you to search for new aesthetics? In my case, it arose from the need to explore fashion comprehensively. After ten years dedicated exclusively to leather goods, I missed clothes. There is a lot of research on fabrics in the clothes you realise. Where do you get your inspiration from, and what role do your Sicilian roots play in the aesthetic quality of your collections? Fabric has always been my guide. I am fascinated by its infinite possibilities. Inspiration can be anywhere,

and if you don’t give yourself too many rules, it’s better because you can surprise yourself. Sicily lives in my love for the mix of colours and patterns, in that apparent chaos, complete with harmony.

ANNA DI PROSPERO

Anna di Prospero is a great name of Italian photography, appreciated and awarded internationally. Her shots, capable of investigating the deep sides of the person, have created exhibitions and books (198) A multi-award-winning author of iconic shots, Anna di Prospero obtained her first solo exhibition at Fotografia-Festival Internazionale di Roma in 2008, well before she graduated from the IED Roma. Her work is exhibited at prestigious events in Europe and the United States, where she furthered her studies at the School of Visual Arts in New York. Awards include People Photographer of the Year at the IPA, Discovery of the Year at the Lucie Awards and second place in the Portrait category at the Sony World Photography Award. Her first monograph, Nei miei occhi, published by Contrasto has been released in 2022. Ever since you were a teenager, you have been passionate about photography and painting. Do the two fields dialogue? How does your interest in painting flow into your photographic projects? For me, painting has a significant influence. I have been passionate about painting since I was a child. In fact, my room was wallpapered with clippings of Edward Hopper paintings. When I was 15, I approached photography through a competition, winning in a section called “Casa, Incontro Viaggio” (Home, Meeting, Journey). These are the themes I deal with today as an adult photographer. When you were attending IED, you got close to New York. Did moving from one city to another also change the way of taking photographs? My experience in New York generated a significant maturation. For me, that place represented personal growth and discovery. I left home, my city of Latina, to start work related to contemporary architecture. The perception we have of a place, in my opinion, is always and only a projection of what we have inside. When I returned to Italy, I shifted my photographic attention to my relationship with others.

As a student, you also had the IED award entitled “Un creativo al giorno” (A creative a day). Can you tell us what the proposed project was based on? As luck would have it, the theme was “Oneself” so I entered the competition with the first self-portraits I made inside the house I had moved into. At the time, I was inexperienced from a photographic point of view. When the committee assessed my shots, they saw something interesting and gave me an opportunity that was the key for me. From school onwards, were there any meetings or projects that played a crucial role in building your career? I met Giorgia Fiorio, an Italian photographer and my mentor, and Gabriel Bauret, a French critic. I met both at the Reflexios Masterclass. In this experience, we used to meet for portfolio readings of both our research and commissioned work. Significant personalities in the field of photography would attend these meetings, one of the first being Ferdinando Scianna, Joan Fontcuberta and the Director of MEP (La Maison Européenne de la Photographie). Among your various sources of inspiration is undoubtedly Gregory Crewdson. Why did he inspire you? How did his style become part of your projects? Gregory Crewdson was undoubtedly an inspiration: I observed his work for a long time, as well as that of Hopper or other painters. However, there was never a desire to emulate him because it was impossible. Another source of inspiration for me is Vivian Maier. I find it fascinating that she decided to relate to the world through the camera’s filter. Through photography, you explore your inner world and that of the people around you. Have you discovered new aspects? My photographs have grown with me, and I have grown thanks to them. My first pictures were like pages in a diary, which I did not write down but told through the photos. Today, looking back at the pictures of that time, I understand the value and importance they had for me, even in difficult times. Photography has always been a powerful, very useful tool for introspection and growth, and it has become a tool for relating to others. Photography is really part of my identity.

CHRISTOPHER JONES

Christopher Jones is Creative Lead in Creative Works at Google. Before arriving at this prestigious role, he gained experience in agencies such as Publicis, Saatchi & Saatchi, Leo Burnett and Grey. As Creative Lead, Christopher specialises in working with brands and creative partners to unlock the innovative potential on Google’s platforms, guiding clients to maximise impact and creativity through the technologies offered by Google. Part of a multi-disciplinary team where, together with Creative Technologists, strategists, creatives and insights experts, they act as consultants and platform educators, guiding clients in the use of Google technologies for maximum impact and creativity. In his career, which has taken him through Du-

bai, Vienna, Berlin and London, he has collected numerous awards, including gold, silver and bronze prizes at Cannes Lions. We know you have Italian and New Zealand origins. How did you arrive at IED Roma? What age were you when you discovered your passion for visual languages? In my life, I have been lucky enough to be born to parents of different nationalities: I have a New Zealand father and an Italian mother. This has always given me a broader view of the world and its incredible opportunities. I remember that at the end of high school I was one of the many students who were not clear what they were going to do with their lives. “Communications” seemed pretty generic to me as an area of study, so I enrolled at IED Roma to follow the three-year course in Marketing and Communications. The day I completed the course enrolment, I came across the IED brochure in my hands that also told of the Art Direction and Copywriter in Advertising course. My eyes sparkled. After a couple of lessons, I realised I had made the right choice. How has training been essential in the path that started at IED and led you to a multinational company like Google? Proper training is crucial. We live in a very competitive labour market that, unfortunately, has less and less time to teach young people. We are asked to produce more and more in less time and with smaller budgets. Through training, young people can successfully integrate into the labour market, contributing from the very beginning together with professionals. Over the years, you have experimented extensively in the world of communication. What are the work experiences that have made you who you are today? My motto has always been: “I stay in a job until I learn something. When I have finished learning, I take my things and move on”. I will always be grateful to Saatchi & Saatchi in London because it allowed me to switch off my computer and start thinking for myself. The first advertising campaign I did was for Amnesty International. Together with my creative partner at the time, Marina Di Furia, we drew it on a piece of paper and presented it with great recklessness. Instead, within 20 days, the streets of Madrid were covered with posters with our idea. I will also always be grateful to Publicis Vienna and Saatchi & Saatchi Dubai for making me understand the different nuances of European and Arab culture. In Berlin, the time at Saatchi was among the most amazing because the dream of getting a Lion at the Cannes Film Festival finally came true. Then came six awards, all together, with the “Days of Hope” campaign. What was it like to return to Italy with Leo Burnett? “Italy is not a country for young people”, they said. But that was not the case for me. Personally, I have continued to do wonderful projects for our country, continuing to win Lions at Cannes with campaigns from major clients such as Samsung Maestros Academy, created to enhance craftsmanship or Samsung Smart Play-Board, to understand children’s multiple intelligence and Samsung SmartBike, an e-bike with innovative safety systems. As Creative Lead at Google, you have followed the evolution of the interface in these decisive years: how would you describe what has happened? In recent years, there has been a powerful acceleration in the use of technology. Just look at the relationship companies have with smart working: once upon a time, the world we live in now would have been unthinkable. The constant drive for innovation is the most stimulating thing for a creative person: it is like always having new “canvases” on which to “paint” new ideas.

GIUSEPPE LA SPADA

Sicilian, born in 1974, Giuseppe La Spada is an interdisciplinary artist focused on the relationship between man and nature. Formerly creative director for several brands, he is now Art Director of the Global Network Of Water Museums, a Unesco-led initiative. Since graduating from IED in 2002, he has embarked on a path full of awards, first and foremost the prestigious Webby Awards, and several collaborations with artists of the calibre of Ryūichi Sakamoto, Franco Battiato, Christian Fennesz and Marco Mengoni. Over the years, he has worked as a creative director for brands such as Expo2015, Autogrill, Ca’ del Bosco, Bulgari, and Versace. Besides returning to IED as a lecturer, he is now a member of the International Academy of Digital Arts and Sciences in New York. The element of water runs throughout his imagery, each time becoming subject, context or even medium. Born in Palermo and raised in Milazzo, what led you to choose IED Roma? I studied law, and in the meantime, I painted. This took energy away from studying and caused concern for my family. At my father’s suggestion, I decided to try to make what I was doing something serious. Thanks to a girl who studied Fashion, I learned about the IED. I first saw the Milan seat and then the Rome one, where I was captured by the human relationship with the people who welcomed me. A relationship that remained until my thesis, when I was immediately asked to teach. Teaching has made me a better person. Training, for me, is one of the most important pieces. We know that meeting Ryūichi

Sakamoto was significant. How did you manage to get in touch with him? I responded to Sakamoto’s initiative, “Stop Rokkasho”. On the website, his tracks were available to remix and upload. I created a project using Flash with animations, photos, videos, and sound. Then I sent it to his email address. This is how “Mono No Aware” was born in 2007 and a great friendship and various collaborations began: from the videos of the “Cendre” tour with a show at Ground Zero to the CD covers. The last project with him was in 2022: a field recording that became part of the installation at the Venice Biennale and the Haus der Kunst museum in Munich. His teachings remain precious: the relationship with the invisible and the role of art in the relationship that the human being has with nature. What happened when you moved from the professional world of digital to artistic activity to see your work exhibited in important museums? I have always had various crises about the ever-diminishing “research” of the business world. With the last one in 2014, I decided to start from scratch, investigate the meaning of art and study everything related to water. The critical step was the exhibition “Sublimis” at the Milan Triennale, with a project called “Aphar” to understand how water is associated with the origin of life. The support/gift from Sakamoto with the original music “Shizen No Koe” (the voice of Nature). From there, I devoted myself only to the environmental theme and research. For me, it was like resonating, tuning in to other frequencies. What was it like returning to Milazzo after so many years and realising an important project for the town? For the marine protected area Capo Milazzo, I had the pleasure of making a video that I wanted to be a message for the population and children especially. A manager from IED Milano also liked it, and we decided to connect it to a thesis project on environmental sustainability, so the students came to Milazzo. I understood the usefulness towards my place of origin, to act as a bridge. What do you see in the future of digital creativity? What field of research is exciting you? AI, NFT, Blockchain: those are certainly the areas the world will focus on. However, I am interested in the ethical part of digital, of this access that will transform more and more people into “creators”, and I believe an ecology of the process will be necessary. For example, in one of the latest projects with NFT, I paid much attention to energy consumption, looking for consistency with my philosophy.

SIMONE LEGNO

Simone Legno is the creator of Tokidoki, a global brand with which he has managed to realise prestigious collaborations, from the limited edition for the Guggenheim Museum, to an original version of Barbie, up to Marvel characters. Born and raised in Rome, Simone Legno created Tokidoki, a brand inspired by manga culture, living between pop and street style. His career took off when he was discovered on the web by two Los Angeles entrepreneurs who invited him to the US to build a global brand. From clothing to accessories, via cosmetics and technology, Tokidoki now boasts collaborations with some of the biggest brands. Although seeing his characters become art toys excites him, the category that best represents him is bags and accessories. You came from Political Science studies. What led you to take up Visual Communication at IED? At that time at university, there was nothing that had to do with visual communication, as I interpreted it. The Academy of Fine Arts was about more classical arts. Although I also liked studying political science or sociology, the thing I was passionate about was this. I would have felt bad if I hadn’t done it. You created the showcase website while you were still at IED. Which artists inspired you? What kind of Japanese culture did you study for your design path? I didn’t already have the Tokidoki style in mind. In fact, the first job I wanted to do before I got to know the web was cartooning. During your studies, had you already developed the idea of Tokidoki? Tokidoki is something that grew as I went along. I created it because I needed an artistic portfolio to be contacted and because I liked the idea of having my website with my work. It was my field of experimentation, and with it, I entered an international community. That’s why, besides clients, I had the opportunity to meet Pooneh Mohajer and Ivan Arnold. After that, I had to make choices, and it wasn’t easy. Even deciding to move to the US at the age of 26. Did you have the chance to win a scholarship to IED? No, I found other jobs to support myself. For example, I did interviews for statistics at the airport. But I have always drawn, ever since high school, in books. Then, for ten years, I was part of a punk group. We played in social centres, at Forte Prenestino. There, we breathed a lot of artistic air and advertising graphics in a certain sense. Doing posters for “concerts” was a turning point because at a friend’s house I saw a computer with Illustrator and Photoshop belonging to his older brother, who was an architect. That triggered something in me. Even though we used to make the posters in the “serial killers” style, i.e. by cutting out letters from newspapers. Which artists most inspired your

project? More than the art itself, Tokidoki is like the diary of my life. The culture of "cute" and "kawaii" and this whole mood influenced me. I also got inspiration from the urban and street culture of Los Angeles. Then there are a lot of artists I like. But the reason why Tokidoki has made so much of a name for itself among some of the giants is because of its uniqueness. Over the years, I've noticed that some majors in the States have taken inspiration by him; in a way, he's set the trend. In your opinion, what were the elements that accelerated the success of your project? How did "The Independent" newspaper discover you in the British underground? It has to be said that my partners and I started from scratch. You think that when you arrive in America, you'll meet Rockefeller who showers you with dollars. But we started with a desk at the fair. It was difficult, but, as they say, fortune favours the bold, and you often have to take the plunge. Even now, in managing the company and the brand, you have to make decisions and marketing choices: maybe make this choice, and you become even more popular.

ILARIA MAGLIOCCHETTI LOMBI

Illaria Magliocchetti Lombi is an art director and photographer. Her production ranges from the indie music scene to portraits of cultural and political personalities for major Italian magazines. Her passion for photography began early in 2006, intertwined with that for music. In the following years, the shots of the new Italian music scene made the latter a point of reference in her imaginary. At IED, she attended the Art Direction course and then moved to Barcelona to build a career that today ranges between discography and publishing. She considers portraits her primary expression and creates them for magazines such as Vanity Fair, Rolling Stone, L'Espresso and La Repubblica. At the same time, in her works, she deals with social issues. A lecturer at IED, she often holds lectures and workshops in various schools and universities. Your passion for photography started early, but at IED, you had chosen the Art Direction course... At that time, I felt that for me, saying "I am a photographer" was like saying "I am a rock star". It didn't seem like a possible profession to me. That pushed me to choose a job that seemed more concrete at the time. I thought that photography was a dream that was difficult to realise. I would have liked to study photography, but those three years allowed me to develop a way of thinking and reasoning about other things that have served me well. In a specific type of work, such as music, having a background as an art director certainly helped me a lot. In fact, in many jobs, I have been the art director. What brought you to Barcelona, and what did the city leave you with? I went to Barcelona because, after finishing my three years, I wanted to go deeper into photography. It was a city I was already familiar with, where some friends were, and I saw it as very different from the Rome of those years. I felt it was very alive and close to the world, with a strong multiculturalism and different open-mindedness. Then, I needed to be somewhere that was not my city but affordable. The idea was to be somewhere stimulating, alone, without friends, to see if photography was what I wanted to do. I spent four years in the city, so I left my heart there. It made me realise a bit where I wanted to go and what kind of person I wanted to be from a photographic point of view as well. Three projects that have marked your professional life? Certainly, my first collaboration with Zen Circus. The cover of their first album in Italian, "Andate tutti affanc**o" (you all can f**ck off), was the first musical project I perceived as "something more" than the minor situations I had already dealt with. I also remember the first works commissioned by magazines: in those days, there were Rolling Stone and XL. With Rolling Stone, I portrayed Niccolò Ammaniti. For XL, I portrayed Sorrentino and Guccini, characters representing a very emotionally intense world. It was also the first personal project that made a difference, such as following the birth of the "Fridays for future" in Italy or a project for Italian athletes without citizenship. I also think of the first commissioned work for Vanity Fair. I had been sent to photograph Afterhours, the most important band at that time, the symbol of an entire music scene with which I had already worked for a few years. And I photographed them for an influential magazine that had a name. Both were dreams. It was nice. You've worked with artists, sports people, and important people. What matters most in a portrait? There are a thousand variables, but I would say that what matters most to me is that the subject does not appear passive. I like the idea that the subject is not submitted to my initial thought but participates in the creation of the image, that they, too, are part of the process because a portrait is a shared act. Have you returned to IED to teach? How do you find it? I enjoy teaching. When you see that students can find a channel to do what they want, it is nice. It gives me a lot of satisfaction. It is very spontaneous for me to communicate with the boys and girls, and they also give me a lot back.

250 - ENG - Alumni

MEA AGENCY (ALICE BERARDI E MARTINA RICCA)

Alice Berardi and Martina Ricca are the founders of Mea agency, with which they have developed a method for 360° communication. Everything is communication. So why not try to understand it and exploit it, to go everywhere, as stated in the successful book entitled: Il metodo MEA (The MEA Method). Born in Rome between 1996 and 1997, Alice and Martina graduated together in Advertising Communication and Art Direction at IED, where they returned as lecturers. Together, they founded the agency that deals with strategy, branding and unconventional marketing, but not only. Their Instagram page, mea agency, is among the most followed in Italy in digital communication, and their podcast mea talk is firmly at the top of the Spotify charts. With what intuition did you choose to attend the IED? The world of communication has always fascinated us. Right from the start, IED seemed to be the school that could accompany us on this path. The impression was that it could not only provide us with the tools to work as professionals but also actively help us find our place in the world of communication. What legacy has it left you? What is its strength compared to other design and communication training courses? As we have often recounted in our podcast (mea talk) and on our social platforms, the most important legacy for us has been the ability to network anywhere and with anyone. IED taught us how to speak in public but, above all, how to relate to people and build a network of contacts. This proved essential, especially during the first months after Mea was born. Did you get to know each other through your studies? What were the common visions that led you to found an agency? We met the first year, got on well immediately, and never stopped collaborating during our studies. Then, when we started thinking about the future after IED, we realised that the synergy we had created could not be wasted. The point, however, was that we were both leaving with the qualification and role of "art director": with the same position we could not have continued to be a creative couple outside of the IED. We made the decision that we did not want to give up this smooth and well-matched collaboration. So, as our ideas became more clear regarding the sector in which we would like to grow professionally, we formulated a plan B. Your book "Il metodo MEA" (MEA method) has been very successful. In what sense are the analyses it addresses relevant today? When writing "Il metodo MEA" we tried to address current issues as much as possible. Communication nowadays travels very fast, especially regarding social media: having up-to-date examples and case studies is essential to stay "on the ball". Most of the examples in our book refer to communication phenomena that have taken place over the last year or so and manage to capture the current state of communication in Italy from a digital perspective. This focus on current topics was essential to intercept the audience on social media. The other key element for us has always been to tell the story of communication and advertising as something accessible and usable by everyone and not only the usual professionals. This is precisely the principle of "Il metodo MEA", a book designed not only for creative people and experts but a guide for all the curious, for those who want to understand more about a world in which we all live in, and which is often complex to manage. An approach that stems from our personal experience as consultants: we think that in Italy - especially for digital communication - the biggest problem at the moment lies in the fact that companies still do not fully understand the world of social and influencer marketing. Therefore, they fail to make the most of the opportunities that these means offer.

MARIA SHEILA MIANI

Maria Sheila Miani is a social media strategist and digital artist. Today, she is the Talent and Communication project Manager for Chiara Ferragni in The Blonde Salad. Born in Ireland but raised in Rome, where she graduated as Fashion Editor in 2015, she is also an attentive traveller who makes guides on the cities she discovers and lives in for work: in Italy but also South Korea and Japan. At the age of only 21, while still studying at IED, she made a name for herself with the Legolize Fashion project, where she transformed the stars that appeared on the covers of fashion magazines into Lego. How did your passion for fashion start? And how did you choose IED? My interest in fashion started in high school when blogs began to appeal strongly. I discovered IED on a television programme where Pif interviewed Bianca Balti's stylist, Aurora Sansone. Pif asked her, "But how can one learn to do your job?" She mentioned a list of universities including IED. I didn't even understand how to spell it - I thought YED - I had no idea. Anyway, I googled it, and I saw that IED was in Rome. I lived in Rome, so I said, "Perfect, I want to do this in my life." At first, I thought I would be a stylist or an editor, but over the three years, I realised there were so many different opportunities. The turning point

was when - in my third year - I took part in the Exchange Student Programme and went to Los Angeles for three months. That opened my eyes. Is there a step where you could say you accelerated your path? When I returned to IED to finish my third year, I started opening Instagram profiles, Legolize Fashion and IsArtInFashion. The former was created for my Adobe Illustrator exam, and the latter after I learned how to make collages in Photoshop. It seemed like a game, but through that profile, I studied the names of photographers, make-up artists, hair stylists, and fashion editors. This was because in the copy of my posts, I used to put the credits of all the people involved in the editorial, and I still recognise their names because I used to tag them. How did you get so quickly to do what you dreamed of doing? When I came back from Los Angeles, I did something else that helped me a lot: I made a list of five places I wanted to go to work after IED. One of them was at Chiara's firm. As a thesis project, I thought of a sort of documentary on how fashion was changing thanks to social media. I interviewed Riccardo Pozzoli, co-founder of The Blonde Salad. It was 2015, and Chiara was already on the cover of Vogue Spain, among the "most powerful influencers" according to Forbes. I must have made a good impression because after I finished IED, they offered me an internship, and I have been there for seven years. Being able to make a good impression is not to be underestimated, but how important was the thesis to establish a relationship? Did you already have contacts? I sought the first contacts myself. For example, the reason Franca Sozzani agreed to be interviewed was that people could comment on her blog, Vogueitalia.it, and I did so. A community had been created, so when I found a contest inviting people to comment on the Milan Fashion Week shows, I participated without expecting anything. Then, one day, during a lesson at IED, I remember we were in room 1, a classmate with Vogue Italia in her hand said, "Maria, but is this you?" There was my editorial. That's how I got in touch with Vogue Italia, and I think that's the only reason Franca Sozzani agreed to be interviewed by a student.

DANIELE MINISTRINI

Daniele Ministrini is an interior and retail designer. A career at Diesel brought him to the United States, where he now runs Studio Dada, which he founded in 2017. Volcanic and passionate Daniele Ministrini trained in the club culture of the early 90s and launched his career with Onyx shops while still a student at IED. A long collaboration with Diesel took him to New York, where he lives and runs his Studio Dada. Ranging from discotheques to stage sets, from buildings to shops of all sizes and types, he collaborates with various brands, including Lacoste (for which he was Director of Architecture and Store Design for the Americas), Rimowa, Alexander Wang. In his home town, Perugia, he designed 152 Store, a multi-brand concept store. How did you come to design? I read that you were studying engineering. I am originally from Perugia, and when I finished high school, I lived in the hope of doing architecture. I decided to pursue a degree in engineering, and while I was still at university, I immediately began working in design. My first project - when I was 18 years old - was the interior of a discotheque where I have been resident DJ for 10 years. Music and clubs at night, universities during the day. I had the time of my life. When the time came, I came to Rome and looked around. At IED, I liked the structure and the people, and I realised it was the right path. Were there any key figures or opportunities that were particularly significant? Two key people: Stefano Cassio, who is still my mentor and dear friend. In my opinion, it would be fundamental for everyone to have a mentor. The other person who believed in me and with whom I had so much fun is Claudio Andreoli, who introduced me to teaching. Teaching is beautiful but very demanding. A turning point in your career? It is my understanding that you started working for Onyx while you were still a student. The owner of Onyx called IED, asking for two or three guys to collaborate on the design of the new shops. I applied, so in my final year at IED, I was already working for Onyx and designing its shop windows. It was a collaboration that went on and gave me visibility: in addition to putting my signature on about ten shops, I took part in the collaboration between Onyx and MTV for "Total Request Live". I then moved to Diesel with a phone call I initially took as a joke. So I moved to Bassano del Grappa and worked there for 14 years, my jobs ranging from set design for events to retail stores. One day, I asked Renzo Rosso why I had been hired, and he replied, "Because you are a DJ!" Eventually, in 2006, the brand offered me a move to the US to build the architecture department and take care of all the projects, including the new headquarters. Today, the OTB group that controls Diesel is still my client. Along with other brands such as Martin Margiela, Staff International, Marni, and so on. The same year, you opened the "152 Store" in Perugia with Luca Falovo. A slightly more personal project? That project

was the first where I had carte blanche and could contribute to the birth of a brand. Luca and I developed everything together, starting with analysing his sporting goods brand, which had to look to the future, keeping the historical legacy of the name. If you see the space, it is a concrete box where everything is flexible and can move inside. We have done cultural events, fashion shows, DJ sets, wine tastings, food tastings, skateboard competitions... Since it was born, it has become a reference point for the city. Does travelling and operating in different territories influence your work? Everything influences the work, and territory does it in the most absolute way. Working in the US is different from working in Italy or Japan. Every place is different, even if the human dynamics are always the same. As a professional, the most fundamental thing is to do your job well: to have a professional ethic, to maintain the level of quality for which you were hired, to respect everyone who works for you, with you, or alongside you, and to constantly learn from others. And then things come.

DAVIDE MONTELEONE

Davide Monteleone is a visual artist who prefers photography. A multiple World Press Photo winner, he ranges from image creation, to photojournalism, to writing. His recurring themes are geography, identity, politics and science. Born in 1974, after graduating from IED, he started his career as an editorial photographer for the Contrasto agency. In 2001, he moved to Russia. This, over the next years, became the setting for his research and reportage projects, which later became books. In 2007, his first, "Dusha. Anima Russa" followed by "La linea inesistente", "Spasibo", and "The April Theses". Three World Press Photo awards came in 2007, 2009 and 2011. The following year, with "Red Thistle", he won, among others, the European Publishers Award for Photography. In 2022, his long-term research on China's economic expansion became a book entitled "Sinomocene". A regular contributor to major magazines such as National Geographic, Time and The New Yorker, Monteleone's work is presented in exhibitions and installations in galleries and museums worldwide. Since 2019, he has been a National Geographic Fellow. How and when did photography enter your life? Is it a family passion, or did you discover it while travelling the world after leaving engineering? I started photography when I was around 20 years old, out of curiosity and for fun. Slowly, I became passionate about the possibility of telling stories through images. What helped you focus your style and design orientation at IED? Were there any significant encounters during your years of study or afterwards? Developing a "style" is a longer path than an educational course because it constantly evolves. IED was very useful for beginning to understand technique and language, as well as building the first professional contacts. During my years of study, I developed a particular interest in documentary photography, thanks to some lecturers and their passion for teaching. Other "important" encounters have occurred throughout my career and still do. As in many creative professions, the network of contacts and the help of more experienced professionals are as important as talent and dedication. How did you get in touch with the Contrasto agency, and how did you start collaborating? Did they propose something to you, or did you have a project to submit? I got in touch with Contrasto straight after IED through a photographer already part of the agency. At the time, I proposed an initial story that aroused their interest, and from this arose the collaboration, which led me to go to Russia to produce reports and reportages that Contrasto distributed and partly produced. What led you to victory in the World Press Photo? Were the photos nominated from the book "Dusha. Anima Russa"? How did your prospects and ambitions change after the award? The first WPP was awarded to me for a reportage during the war in Lebanon in 2006. The award had a strong international media impact. Furthermore, thanks to the victory, my name - which was then relatively unknown abroad - began to become popular. That first victory was certainly an incentive to continue the work and expand my network of contacts and clients. What are the stimuli and reflections that led you today to a new project that could be interesting for you and the public internationally? Today, I work in a very different way than I did in the early years of my career. On the one hand, the publishing market has changed. On the other hand, I prefer to focus on larger projects than short editorial stories. I am interested in the significant issues of our time: geopolitics, economics, and technology. I try to find projects among these themes akin to my curiosities. Additionally, unlike when I worked mainly alone, I now work with assistants and collaborators on my projects. In a way, I no longer think of myself as a photographer but as a small production company that uses collaborators to develop ideas and projects through images and beyond.

ENG - Alumni - 251

MARCO NIRO

Marco Niro is a talented art director and production designer who has worked on successful Hollywood productions such as Titanic, Master & Commander, and Troy. Born in Mexico City, Marco Niro spent his formative years in South America and Italy, where he studied art direction and graphic design at IED Roma. He then moved up to the Hollywood film art department to become a set designer for the colossal "Titanic", which also earned him an Art Director Guild Award. In a few years, we find him Art Director for films of the calibre of "Master and Commander: The Far Side of the World" and "Troy". His contributions to "Jarhead" and "The Chronicles of Narnia" earned him other awards. Recent engagements include the visionary series "Mayans M.C." and "Legion". Starting from IED, how did you arrive in the field of production design in Hollywood? What do you find necessary for a career in the seventh art? Belief. I believed in IED, I believed in me at the Istituto Europeo di Design. I was travelling a lot then, and I had never thought about working in cinema. I liked cinema as a spectator. Until I got sick and had to stay at home for three years. When I managed to survive that experience, the coincidences of life put me in front of a producer's desk. Was the training at IED and the ideas you developed during that time important once you arrived overseas? Yes certainly. Because what happened, or at least what I perceived at the time, was that the professors took it for granted that you could do things. Drawing first, using colour, and then creating motion with the images, using only storyboards. They would ask us things like that, and I always felt this challenge from them. Even if not made explicit, I felt it. I looked at these people with incredible admiration because they were quiet, very well prepared, and they would throw out projects that we had to tackle. We had to find a way to produce something without many tools, let alone digital ones. So IED was for me the school, and the parameter for the challenge. How is your work articulated? Extracting images from film scripts seems to be a very complex process. You have explained this in other interviews... First of all, there is research to be done. Then you develop an idea, and at the end you extract it from your intellect, soul or biological body and put it there, out in front of you. In me, these three things happen. The difference is that they happen at a tremendous speed. Another difference is that behind me there are 190, 160 people that you don't see now, but they are all back there. They do their job as quickly as I do my intellectual research. There is one who does 3D modelling for me, another one who is a set designer, and another one who does the set decoration. Then the builder, the sculptor, the painter... And all these multiplied by 10, 15. That's why there are so many people behind me: we create everything in a scene except the person. What are your plans for the future, and what would you recommend to someone who wants to enter this industry? What would I like to realise in the future? A film in Italy. To aspiring art directors, I would say you have to believe in it. Get out of the "seeing is believing" diktat. On the contrary, you have to change everything. And the first thing to change is that you don't have to see to believe. You have to believe before you can see. If you believe, perhaps you will be able to create that reality that only you see. Because we are creators of our imaginary reality. That is why you should have internal baggage that, in our case, because we are all IED graduates, is an artistic, aesthetic baggage full of texture, colour, and beauty. We have to be masters at identifying where this beauty comes from because nothing is created. It sounds simple, but it is not. Getting to where you want to be is not easy. Perhaps that is the beauty of life: if it were too easy, we would quickly become bored. If you have this gratitude towards life for the constant challenge, with the tools to believe in it and the inner aesthetic-artistic baggage, the consequences will be wonderful.

PIERPAOLO PICCIOLI

Designer of the Year in 2022 for the British Fashion Council, Pierpaolo Piccioli is Creative Director of Valentino. A role he has been holding since 2008, first with Maria Grazia Chiuri and then on his own since 2016. Born in Nettuno on the Lazio coast, where he chose to live, he was a Fashion student at the Istituto Europeo di Design until 1990. In the same year of graduation, he took the first steps in his career as an accessories designer for Fendi. He joined Valentino in 1999 when the Maison was still under the wing of its iconic founder. Many awards have consecrated his contribution to the industry and the fashion world, such as the CFDA Awards, the Oscar for fashion awarded each year by the Council of Fashion Designers of America to the stylists who have most distinguished themselves for creativity and flair. How did glamour and fashion enter your life? We know from interviews that magazines played a role. With what idea or expectation did you choose IED? It was my personal and independent

choice, a real passion. I had recently enrolled in Literature to study cinema, but I realised I was attracted by aesthetic research. Even my interpretation of films was dominated by atmospheres, costumes and set design. Enrolling at the IED at the time seemed revolutionary to me. And in some ways, it was. What were the challenges you faced in following the fashion path? I spontaneously struggled against a cultural prejudice. I come from a small town on the Lazio coast where role changes are, or at least were, slower than elsewhere. Moreover, my course of study entailed an economic sacrifice for my family, which has always supported me with enthusiasm; studying with this awareness must have given me an extra edge. In what way was the IED path particularly formative? What baggage did the years spent at the school leave you with? I concretely learnt how to discipline my taste, how to combine inspiration, instinct and thought, and theory. Drawing was at the centre of my path, along with an in-depth historical and cultural study of the models that helped shape my taste. IED has created a container, a filter and a laboratory for an otherwise overpowering material. Besides passion and commitment, what elements made you grow in haute couture? Constant attention to human relations was fundamental. I had excellent teachers, but it was a small merit of mine to know how to follow them with humility. The period of craftsmanship dedicated to accessories and leather goods was my first step into fashion. I owe a lot of technique to those years, which I then transferred to the study of the garment. What does it take to be the head of a fashion house as important as Valentino? What balance is created between the inspiration of the designer and the stylistic universe of the iconic brand? My aesthetic research and the heritage of the Maison walk together along a harmonious path of mutual respect. They also influence each other in a continuous dialogue that lives in the heart of the Atelier. Coherence and trust between these two components have been consolidated over the years and are reflected in the collections. Each new choice works because it reflects both my personality and that of the brand. We have heard Pasolini's quote "We don't want to be so dreamless right away" in your public speeches. How does it enter your sources of inspiration? I find it crucial to remind myself, those who work with me and those who observe Valentino's collections, that none of this would be possible without guaranteeing absolute freedom of vision, attention to the world around me with curious eyes and complete openness to any form of diversity. I believe it is fundamental, today as never before, that the new generations claim new spaces for imagination.

EMANUELA PIU

Interior designer Emanuela Piu works on constructing new universes in film set design. From London, where she lives, she has international collaborations that reach as far as Ridley Scott's productions. After graduating with honours in Interior Design from IED Roma in 2016, Emanuela Piu spent a period in Australia working in the architecture studio of Dukes Workshop Pty Ltd. Back in Italy, she studied with the Associazione Italiana Scenografi and arrived at Cinecittà as an Art Department assistant in the film "6 Underground" by Michael Bay. Her career - which she perfected at the British National Film and Television School with a Master of Art in Production Design - reached a turning point with Arthur Max, Ridley Scott's set designer, for whom she worked on the film "House of Gucci" and with whom she is preparing the director's next film. Did you imagine you would get to work at Cinecittà when you approached design with IED? How did your passion for film-making merge with this path? Honestly, no. I was convinced that interior design was my path, but then I looked for new professional outlets. When I met a colleague from IED who was working on a film set, I approached set design. The skills needed to work in an art department are the same as those required in an architecture studio. The way you approach the project changes. From IED student to professional figure in the big international film industry, what made this leap possible? Looking back, where was the decisive moment? Certainly, the leap was possible thanks to the skills I learned during my years at IED, which made me a highly qualified person. Even in my later studies in London, the primary approach that this school gave me put me at an advantage over my colleagues who came from more classical studies. What is it like working for Arthur Max and having him as a mentor? With what expectations did you start working on "House of Gucci"? The first time I met him was on "House of Gucci". Very high standards are required to be part of his team. He was impressed by my technical skills and my personal artistic qualities and decided to teach me the specific aspects of the industry. Does being Italian enrich your work in the American environment? What difficulties did you encounter in the typically American cinematographic "mood"? Being Italian in the world of art and design is a plus point. I have not encountered any particular difficul-

ties in dealing with American cinema. Since my first film as a department assistant, I have worked on American productions. I would like to be able to work on some Italian projects and see the differences and demands. Thinking of going further in your collaboration with Arthur Max - which seems destined for big further projects - how do you imagine yourself in a few years? I hope to continue working with Arthur to gain the necessary experience to become a Head of Department. I have already declined several offers, as I consider this training opportunity I am currently experiencing to be valuable. What are your plans for the future? I would like to continue my career in cinema both in England and Italy, participating in fantasy and sci-fi projects. Although historical films are my main interest. I would also like to open my interior design studio one day. One last curiosity: did the IED colleague who introduced you to cinema remain a friend and become a colleague? The IED colleague is Alessandro Guida. We are best friends, and he is now a Social Media Manager. I would like to open my interior design studio with him.

DIEGO SACCHETTI

Diego Sacchetti is a Game Developer and Game Designer. Founder of the Morbidware studio, he is considered one of the most interesting names of the Italian indie scene. Born in Rome in 1983, he studied at IED Roma and immediately started his career in visual design, specialising in video game development. In 2012 he founded an independent video game development studio with which he created several successful titles for digital platforms, including Sunshine and The Textorcist: the Story of Ray Bibbia. His passion for gaming has led him to become actively involved in the developer community, organising events and participating in jams and hackathons. What brought you to the IED and convinced you to study digital and virtual design? After high school, I was self-taught in HTML and graphics. I discovered IED through the brother of a friend of mine and initially, I just wanted to get into the web-related industry. So, I enrolled and graduated in 2009/2010. During my studies, that path allowed me to delve into different subjects, such as 3D, After Effects. During your IED years, what convinced you to choose the world of video games? Where did your passion for gaming begin? At the time, I was very fond of Flash, which allowed me to programme visual elements. This led to more job opportunities after graduation, as I showed many projects in Flash during job interviews. My first job was as a Flash developer in a huge agency. Then, with the advent of the iPhone, I decided to quit my job and develop a video game with my friend and colleague. At that time, the video game market was still closed, but Apple's App Store allowed us to publish our game for only 70 euros per year. I had already developed my first video games during my IED years but without the possibility of publishing them because there were no suitable platforms at the time. What is your style in projects? What do you think Sunshine and The story of Ray Bibbia have in common? My "trademark" in the projects is the challenge in the game mechanics. Both Sunshine and The story of Ray Bibbia were born out of a desire to offer something different. In the case of Sunshine, it was an attempt to fill a perceived lack in the iPhone game market. The story of Ray Bibbia, which was born without these assumptions, instead turned out to be a unique game that many recognised as interesting. The difficulty is dosed differently in the two projects. While Sunshine is rather frustrating, in The Story of Ray Bibbia, we tried to make the challenge difficult but accessible. The trademark is to dose the experience so the player is neither too frustrated nor bored. What made you come back to IED to teach? What do you try to convey to your students? After being at the agency, there was a period of transition. Apple had abandoned Flash, and Flash developers had become ghosts. So I decided to learn Apple's language and returned to IED to offer something that I thought was a shame was not available, considering IED's reputation for excellence. Then, I try to convey a message to my students that I consider fundamental. Friends in the field of computer technology say that programming requires mathematical knowledge and years of study. But I came from art school, and even though I was not an expert, I was not intimidated by those who did "gatekeeping". Today, therefore, I encourage my students not to be frightened. In teaching, I avoid too much theoretical or abstract talk and try to make concepts understood in practice. I consider it my mission to simplify and make these subjects less scary, as I believe it is almost criminal to discourage people from approaching them.

FEDERICA SCALONA

Copywriter and Creative Director Federica Scalona is a fixed presence in the advertising world's awards after a career in major agencies. Federica Scalona is the Creative Director of BBDO Milano, a

role she has conquered through a fast professional path that in recent years has seen her make a difference on several of the agency's clients, including E.ON, ACE, Lines, Subito, with whom she has also won many awards. Before that, she had worked at M&C Saatchi. In Rome, however, after IED she immediately started working at TBWA, after an experience at the Roncaglia Group. How did this passion for communication, for the world of advertising, come about? I always dreamt of being on TV, but as I had no singing, acting or dancing skills, commercials were the only way. But joking aside, the world that I found in commercials has always been fascinating. Then, there is no real anecdote, but as a publicist, I should invent one. It could be my brief for future interviews! Actually, I was fascinated by what I was seeing, and I have always been intrigued by the idea of being able to do it myself. When you entered IED did you already have any expectations? Let's say that where I come from, ten years ago, there was little talk or knowledge of this world. I had no direct experience with advertising, so the choice of IED for me was dictated by instinct. I expected to have the tools to do what I wanted. IED gave me the keys to enter this world. It gave me the ABC to speak the "language of advertising" and then be able to find my way in the professional world. Fundamental were the small and big opportunities to confront myself with people with direct experience. I always tried to take every lesson as an opportunity to learn, make portfolios and sell my creations afterwards. And what about significant people in the course of your studies? They were more than one. They have all left me something in their way. If I have to name just one, I will mention the person who made me choose whether to become a copywriter or an art director: Lorenzo Terragna. He always found the right key to stimulate us and made this job even more fascinating. How decisive was working at M&C Saatchi, in contact with even very important clients? And how do you experience the challenge posed by each brief? When I joined the agency, I was immediately thrown at small and big clients. How did I do it? As they all do, in my opinion, by working my way up the ladder. I got it wrong the first time, but I got it less wrong the second time and then less and less until I got it right. The challenges are still there, but in some respects, it's easier now because I am quicker to solve specific problems anyway. But the more you grow, the more responsibilities also increase, and the challenges become more complex. You don't get bored. Among the projects you have completed, can you name one that reflects you most in your personality? Something that came most naturally to you? There are several. If I look back at projects that I might have been proud of five years ago, today, they seem naive. But there are some that I carry in my heart. Indeed, the first is the one I did for Giovanni Leoni when I was a little girl, with which we won at Cannes. I have that one in my heart because it was a 24-hour full immersion, and also, for the first time, my art director and I didn't have any bosses above us, so we had to succeed by ourselves in answering the brief. And it went well. It was very satisfying. If we talk about big jobs in the agency world, I remember a Sky "marathon" for the launch of a season of "Game of Thrones". Among the projects I carry in my heart is "Radio", which I did for Humanitas a couple of years ago because it was a social cause, and I love the medium.

GIULIA SPAGNULO (ZUZU)

Emblem of an imperfect and irresistible style, Giulia Spagnulo, known as ZUZU, is one of the names of the new Italian comics. She was launched by the work "Cheese" born from the IED thesis project. With a stage name derived from her childhood nickname Zuzu, Giulia Spagnulo makes her debut with Coconino Press, creating "Cheese" under the guidance of Ratigher. The volume, born as a thesis at IED and completed under Gipi's supervision, earned her several prestigious awards and was translated into several countries. In addition to collaborating to projects such as "Comics in Museums" and numerous Italian and international publications (including Le Monde diplomatique), ZUZU created drawings for TV theme songs, book covers, and music albums. Her second work "Giorni felici" was nominated for the Strega Prize. Those who create graphic novels or comics are often considered artists. How do you find yourself in this role? It often happens that at the bank, at the greengrocer's, at lunch with friends' parents, they ask me what I do for a living. I answer "cartoonist", and the reaction is practically always one of cheerful amazement. "I never knew how to draw!" they tell me. Or "I loved to draw too!" Few people consider those who make comics to be unique creators who, in addition to drawing, are responsible for inventing, writing, directing and scripting a story. "Knowing how to draw" is not what makes me an artist or a cartoonist. And for the same reason, I don't feel like an illustrator either. How did you discover IED? What made you come to Rome to attend it? It was my mother who rediscovered

the existence of IED. She reminded me that as a child, on a trip to Venice - I must have been about twelve - we passed in front of a billboard of the Istituto Europeo di Design. I was very struck by the explanation my mother gave me of the word "design" in front of which I exclaimed: "When I grow up, I want to create things!" How did it go with your first project, "Cheese", which immediately met with an important publisher? "Cheese" was born at IED as a diploma thesis. I chose Ratigher as my supervisor because I liked him as a cartoonist and got along very well with him as a professor in the comics course. I never expected that he would let the editorial staff of Coconino Press read "Cheese" and decide to publish it. When he told me, it was the moment of my life most like a dream. Gipi arrived later in the form of a Magician. A figure introduced by Ratigher in Coconino with the role of following and giving advice to a newcomer. It was a comic by Gipi that made me fall in love with that language, so being able to talk to him about my work was both magical and formative. In your rapid and overwhelming exploit, what emotions did you face? Immediately after publication, I cannot say I enjoyed the interest that "Cheese" generated. Getting to know my readers was exciting and often moving, but for me, it was as if I had just begun an unexplored journey of which this was only the first step. All the attention paid to the first footprint I had left had the effect of paralysing me rather than encouraging me to proceed. How would you describe your distance from the "good drawing" technique? And what would you suggest to someone starting to draw? In my life, I have learnt more from what I didn't like than the other way around. It is incredibly healthy to distance ourselves, even sporadically, from what we consider "good" or to our taste. And even when we want to evaluate ourselves, we would do well to explore our "flaws" and imperfections because otherwise, we might discover later that we have hidden ourselves when we thought we had told ourselves. This journey, which will never cease to enrich me, began in life drawing classes with Professor Riccardo Mannelli. My advice for those who want to learn how to draw is first to unlearn how to do it. Look more at what we want to draw and less at our paper. The book "Drawing on the right side of the brain" is the best friend of anyone who wants to make this attempt.

ANTONELLO STORNELLI

With over 15 years of experience in the animation world, Antonello Stornelli is an Emmy Award-winning 3D artist who has worked for Dreamworks, Walt Disney, and Netflix Animation. Born and raised in Rome, Antonello Stornelli has lived in Los Angeles for over 17 years, where he is now the CG generalist of the "WondLa" series for Skydance Animation. After years in the visual effects industry, in 2011, he chose animation and joined Dreamworks, where he became a 3D modeller for most of the characters in "Dragon Trainer: Riders of Berk". He then moved to Walt Disney, where he worked on the first series team for Disney Plus: "Monsters & Co", for which he signed as a CG artist the lead titles that earned him the Daytime Emmy Award. As Modelling Supervisor and Environment Lead, he supervised the series "Blue Eye Samurai" for Netflix Animation. To be successful at a young age, you must have started your journey early. When did you discover your passion? Was there anyone who was essential for you? I have always been passionate about drawing and cartoons, especially the Disney and Japanese ones, but my passion for electronics was born thanks to my father, who gave me an Apple 2DS. So, ever since I was a child, I have followed the path with great curiosity and a desire to experiment. 3D graphics for me combined drawing and electronics, making me passionate about Computer Graphics. Then, by attending IED, I defined my career path and found what I was passionate about as a child. My work is like a 3D game. Even in stressful times, you can always see the positive side of things. What brought you to the States? Did you recognise an opportunity for growth for you or your career? I was in America as a child, and it represented a form of freedom. In Italy, I felt caged in a rigid and static social structure. In America, everyone has the same possibilities: if you put your mind to it, you make it. I moved because I felt more compatible with the US. After all, I was exposed to more cultural sources because I was interested in the personal challenge. The American dream, for me, is the opportunity that a company offers you. I believe that, like Italy during the Renaissance, America is now in its prime. In your studies, you started with Graphic Design and then turned to 3D. How did IED help you? I was passionate about 3D graphics right from the start, but it was still underdeveloped then. IED did not offer specific courses due to the scarce presence of dedicated software. But today, I know that my background in drawing and painting was fundamental. Having a good understanding of traditional art, including engraving and sculpture, helped me to understand the intensity and volume of forms. IED provided me with the foundation to become an artist, and

it also taught me anatomy. Many artists today only work digitally, but for me, contact with the natural, tangible side of the artistic process is fundamental. You have made a career out of the ordinary, going so far as to win an Emmy. What enabled you to win such a coveted award? I am happy to have been involved in big projects and won an Emmy, but it was not my primary goal. It was a surprise when I won it. It didn't change me. I'm only in the middle of my career, with so many projects. Also, I work with people who have won Oscars and Golden Globes. I don't seek fame. I do what I love. What is important for me is to participate in series like "Monster at Work" on Disney+, regardless of success. Among your many projects, is there any achievement that is particularly close to your heart? And how do you see the future of the field where you work? Each project is exciting, regardless of the feedback. Because I do what I like, I don't follow the money. Then, if it comes, it's better. However, I don't make my career choices based on money alone. As for the direction entertainment takes now, I would go more to the metaverse. I'm researching this through various personal jobs, and I think I'll be heading towards immersive virtual worlds in the future.

Events

MULTIPLIED. IED TALENT TEMPORARY EXHIBITION

An installation on a multidisciplinary basis that took place at CORNER MAXXI, at the National Museum of Arts of the 21st Century, from 7 to 9 July 2017. Prototypes, design objects, prints, editorial publications, accessories and jewellery, photographs, videos and soundscapes: the projects of the talents of the Istituto Europeo di Design merged into a multidisciplinary, creative and shared narrative to create the temporary installation in the capital's main centre of contemporary art. IED promoted the gaze of its students at MAXXI with a temporary installation that aimed to answer the question: where do you look at your future from? Like in a large tank, the installation offered a glimpse into the syncretism of projects in the IED worlds, showcasing the realisations developed by the students during their training. Thanks to the peculiar internal structure of the museum, the three elevated overlooks made it possible to look at the realisations as a whole, immersing observers in a kaleidoscopic condition. Among the projects on display was "Viaggio al centro della terra" (Journey to the Centre of the Earth), a new edition of Jules Verne's novel revisited by Graphic Design students for Armando Curcio Editore. "Fabbrica" web series dedicated to the Teatro dell'Opera di Roma, "Eva" and "Recuerdo", lamps for the company Oluce created by Product Design students and presented during Euroluca 2017, as well as a volume and a design proposal for "Zaha Hadid in Italia" exhibition dedicated to the MAXXI designer who passed away the previous year. The range of proposed projects also included the photographer's bag "M.U.G. Modular Utility Gear" by IED Moda and, by Communication students, the visual dictionary-book "Benvenuti nell'era dell'esperanto creativo" (Welcome to the age of creative Esperanto).

RACCONTARE TRAIANO

The exhibition of projects from the exhibition design course from 25 October to 3 November 2013 was hosted in the Great Hall of the Trajan's Market-Museum of the Imperial Fora. A narration of spaces in a contemporary key between interaction and space architecture: this was the layout of the exhibition at the Trajan's Market that displayed the projects resulting from the research in exhibition design, developed as a thesis project by Interior Design students. Realised in collaboration with the museum services of Zetema Progetto Cultura and promoted by Roma Capitale, the Department for Culture, Creativity and Artistic Promotion and the Capitoline Superintendence for Cultural Heritage, the exhibition "Raccontare Traiano" saw 23 students working on an ambitious thesis project: the elaboration of eight exhibition design proposals for an exhibition on the character of Trajan told through the works belonging to the Forum that bears his name. Coordinated by Laura Negrini, then director of IED Design Roma, Gianfranco Bombaci, then coordinator of the Interior Design course, and Matteo Costanzo, thesis supervisor, the work developed in close synergy with the Museum's Management. "Raccontare Traiano" aimed to demonstrate that spatial design and architecture can contribute to bringing the contemporary closer to history, transforming an archaeological experience into a journey into the present. Special attention was paid to the themes of interaction through innovative technologies and simple material devices capable of making the visitor participate in the experience. The proposals involved the interior

and exterior spaces of the Trajan's Market, integrating architectural solutions with the design of light and the graphic contribution with different solutions, from the digital device to the low-cost ephemeral solution.

VIEDRAM, VIDEO + SOUND DESIGN FESTIVAL

An international event dedicated to the new frontiers of sound and moving image, organised by IED in collaboration with Fefe Project. A crisis between the words "Video", "IED", and "Ram", Viedram has been an observatory dedicated to selecting and showcasing the best expressive outcome in audio and video as well as promoting new digital creative talents. Since the 2009 edition, it has also extended its field of experimentation to sound design. VIEDRAM, a festival unique in its kind, which had started as a video design exhibition in the School of Visual Arts, made a leap in quality in 2007. From an observatory with a didactic vocation, it became an international festival, catching on in the city's cultural life thanks to specific partnerships. In the programme of "Cinema. Festa internazionale di Roma" it was intertwined with fashion photography in the event "Dov'è Marcello? Strane coppie nel cinema e altro" (Where is Marcello? Strange couples in the cinema and more). From the following edition, in 2009, the festival conceived and directed by Luigi Vernieri benefited from the support of his other initiative, "Fefe Project" and the crew linked to "Fefe visual magazine". "Viedram, video + sound design Fefestival" therefore brought to Cinema L'Aquila a two-day event of meetings and screenings with the best of international production: from video clips to commercials, from headlines to the new "sound design" category, linked to the new IED three-year course. Included in the "Digitalife" edition of the "Romaeuropa Festival", the 2011 edition saw "Viedram_visual culture Fefestival_video+sound design" further enrich the programme with international guests and the best of motion graphics from "Pictoplasma" and "Ars Electronica". The programme also included a video mapping section and the presentation of "ADAM", the first art magazine for iPad, an absolute novelty in digital publishing, realised as a thesis project by Visual Arts students.

DOV'È MARCELLO? STRANE COPPIE NEL CINEMA E ALTRO

An installation event that investigated the relationship between fashion, cinema, and visual arts held on the first edition of Cinema - Festa Internazionale di Roma. The worlds of cinema, fashion and art resonated in an event whose title recalled the icon of Marcello Mastroianni in the timeless myth of "La dolce vita". The event featured portraits of famous Italian actors at the National Museum of Popular Arts and Traditions in Rome from 17 to 27 October 2007. In close connection with Rome's main film festival, IED wanted to celebrate the relationship between fashion and the visual arts in an event that testifies to its role as an ambassador of design culture and its vocation for innovation and development. "Dov'è Marcello? Strane coppie nel cinema e altro" was an installation event that brought together the professionalism of internationally renowned artists with the creativity of young fashion designers who had grown up in the Institute's Rome seat. The aim was to communicate two languages, fashion and visual arts, in a pas de deux in which everyone creatively interpreted a common theme with their tools, knowledge, and art. The fil rouge of the event was this "strange couple", who inspired, on the one hand, the fashion project and, on the other, the thematic section of "Viedram, festival internazionale di Videodesign", an appointment at its fifth edition also promoted by IED Roma. Two extraordinary photographers: Iké Udé, an Afro-American living in New York, and Angelo Turetta, an Italian film set photographer, immortalised four great personalities of our cinema. Valentina Cervi, Isabella Ferrari, Iaia Forte and Claudio Santamaria, who wore the clothes designed by the young designers of the fashion school.

TUTTO IN UNA NOTTE

A creative marathon inviting students from all departments to work on a project theme announced in the evening. And to deliver a proposal in the morning. From sunset to the first-morning coffee. A 12-hour event that challenged the students' enthusiasm and energy in an interdisciplinary course with a high level of adrenalin and productivity. In the evening, the brief is announced, and the creative response is presented at dawn. A marathon that ran for six editions from 2005 to 2010. "Tutto in una notte is a bet: a community that materialises in the night and ideas that turn into reality at the crack of dawn..." This is how Alberto Iacovoni, then seat director, presented the fifth edition in 2009. More than 150 students in 10 cross-curricular groups were trying their hand at the theme announced in the evening brief: the conception and construction of 10 "ciccio" (acronym for "Curiously

Inflated Computer Controlled Interactive Object") environments for installations which can be inflated and shaped. Designing a "ciccio" was not the only unusual challenge that engaged the IED students in a creative, adrenalin-filled, cross-cutting experience. In 2006, it was a "Negozio felice" (Happy Shop) that kept the students busy. It had to be designed in all its elements, from the interior design to the branding. The 2007 edition was also memorable: the night was held on-line and simultaneously in the Rome seat - where the format was born - and the Barcelona seat. 450 students and 30 lecturers stayed awake to design an event to be included in the Notte Bianca programme. The students in the groups judged most deserving were offered a trip to a European capital. From this edition onwards, the event partner was "Fefe, visual magazine." The "Fefe department," led by Luigi Vernieri, former Director at IED Visual Arts, was responsible for completing the reportage of the night, which was published in the internationally distributed quarterly publication in conjunction with a group of students.

BELVEDERE, VISUAL MAGAZINE + ART BOOK FESTIVAL

A biennial event dedicated to creative publishing. Held for three editions from 2008 to 2012 in different locations. An international survey of the most refined and innovative titles among visual magazines and art books in an exhibition to browse through, but also workshops with the art directors of cult magazines and conferences with insiders and experts. This is the Belvedere festival that, for three editions every two years, has brought the best results of graphic experimentation and publishing to Rome. Focusing on a visual culture phenomenon typical of our times, the "Belvedere" festival was the first Italian event capable of investigating the worldwide creative evolution of publishing products on paper, ranging from graphics to photography, from urban to pop art, up to advertising. In overcoming the distinction between a magazine and a book, the selected titles from around the world provided a glimpse into the frontier of editorial experimentation for students and enthusiasts, as well as a gallery of visions that blur the line between artistic expression and consumer products. During the festival, students could participate in workshops on editorial creation with names from trendy magazines such as the American Lemon and the Spanish iconic title Rojo. Conceived and curated by Luigi Vernieri, then Director of the School of Visual Arts, the festival benefited from the network and the team of Fefe Visual Magazine, a magazine with international distribution also created by Luigi Vernieri, which in each issue invited 25 artists, a writer and a child to interpret a theme taken from a film dialogue. "Belvedere" was held every two years alternating with "Viedram", a festival dedicated to video design. In its third edition, it took its exhibition to MACRO, the Museum of Contemporary Art in Rome, in an installation that took its cue from the tale of the ages of life.

LA CITTÀ INSEGNA

A cycle of outdoor lessons where discovering neighbourhoods, monuments, and unusual corners of Rome offered the cue for a review of the subjects studied in the classroom. In four editions, "La città insegna" allowed students to build a new relationship with essential elements of creative design through real lessons-walks in areas of Rome, famous and not, to be reread with a critical eye. In the last two years, in collaboration with "Open House Roma", it has also offered appointments open to the public. Observing the same place with different eyes and establishing a new connection with the territory. From these intentions, "La città insegna", the cycle of outdoor lessons that in 2023 reached its fourth edition, was born. A didactic experience born of the health emergency that has managed to forge a deep connection between IED and its city. The first edition ranged from studying the frieze of Trajan's Column as an advertising storyboard to the harmonic relationships in plants in the Botanical Garden. In the following year, the opportunity to look at more than just famous monuments through new eyes was increased: from the history of the significant events in Rome at the Ara Pacis to the study of the Arch of Constantine and the Colosseum as a source of inspiration in jewellery design. In the third edition, the IED also opened up two appointments to the public: with photographer Massimo Siragusa to discover the Coppedè district and with architect Marco Pietrosanto on a tour of the historic neighbourhood of the Autonomous Institute of Public Housing of Tiburtino II and the adjacent "Città del Sole". As many as four lessons were open to the public in the 2023 edition, which saw the discovery of the Prati, Garbatella and Trastevere neighbourhoods. Illustrator Fabio Magnasciutti, photography historian Alessia Tagliaventi, and architects and designers Marco Pietrosanto, Francesca Capitani and Marco Lanzetta were the guides for those unusual itineraries.

IED GRADUATE FASHION SHOW

The event, since 1995, has brought the collections of the school's Fashion Design and Jewellery Design graduates to the catwalk. Innovation in forms and formulas, spectacular settings in the eternal city, creative hybridisation between different forms of expression: all this over the years has nourished the success of the "IED Roma Graduate Fashion Show", the catwalk shows that have presented the best thesis projects realised by students in Fashion Design and Jewellery Design. Included since 2004 in the calendar of Altroma, the capital's fashion festival that has always been attentive to emerging talents, the "IED Roma Graduate Fashion Show" has often chosen prestigious locations. Like the MAXXI - National Museum of Arts of the 21st Century, which in 2010 chose the Istituto Europeo di Design for its first fashion event. "Memorie del futuro" (Memories of the Future) was the title of the fashion show curated by Lara Aragno, then Director of IED Moda, with the contribution of Davide Montagna and the Compagnia Fattoria Vittadini. Or like, the following year, Palazzo Spada with "Cupiditas Luminis": a sensory experience that saw the new graduates collaborate with the Santasangre art collective. The setting of the 2015 edition was daring. With the title "Frames", it brought the creations to parade among the works of the great photographer David LaChapelle in the celebratory exhibition at the Palazzo delle Esposizioni. Poetic and courageous visions nourished instead "S.OGNI", the show that, at the Guido Reni District, had the great Paralympic water skier Daniele Cassioli as its model. With "Afteromance" in 2018, the magic was nourished by the evocative atmosphere of the Baths of Diocletian. Twice then, the end-of-year fashion show took to the streets of the Testaccio district, where the fashion school is based. Memorable in 2009 was the performance of "Cyber Lullaby", where, among projections, Hare Krishna and street food, fashion became a party for and with the inhabitants of the district, who were invited to bring their chairs from home.

IED ROMA DESIGN AWARDS

An annual appointment created in 2019 to reward talent and show the IED community and the outside world the results of the students' commitment and creativity. As a particular initiative of the Rome seat, the Design Awards reward the best projects developed within the Institute in the thesis project but not only. The aim is to appreciate research, professionalism, intuition and the ability to contribute to the project with a personal and free vision of reality. Bringing to light the strength of ideas and the specificities of the creative disciplines that feed off each other within IED: this is the challenge of the "IED Roma design Awards" (IRDAs) that, over the years, have also played the role of the inaugural event of the academic year. The award, created to enhance the relationship between disciplines that also emerges from the collaboration between students, was conceived by Seat Director Laura Negrini. In the various editions, it has come to include eight categories: Design, Fashion, Visual Arts - Visual Arts, Visual Arts - Performing Arts, Communication, Master Course, Special Projects, Interdisciplinary Thesis Projects. The 2022 edition saw 94 students nominated for 24 finalist projects, bringing 11 institutions and partner companies to the stage. New to the fifth edition are the Special Prizes, wanted by the seat on occasion of its fifty years' anniversary: the Career Award, which goes to Pierpaolo Piccioli, creative director of Valentino and world-famous fashion designer, as well as graduate of the IED Roma, and the Press Award, awarded by a jury of journalists and experts. In the various editions, the IRDAs have lit up different locations, from the Teatro di Roma to the Auditorium della Conciliazione up to the Palazzo dei Congressi, interweaving their calendar with the capital's leading cultural events such as "Videocittà, il Festival della Visione" and "Alice nella Città", an autonomous section of the Rome Film Festival.

IED FACTORY

Since 2009, IED FACTORY has offered interdisciplinary workshops at the IED Roma seat that allow an "artistic" experience in the school. An intensive week of workshops where students from different courses can mingle in design experiences outside the traditional academic path, offering opportunities for discussion with the public, thanks to the presentation in museums open to the city. IED Factory is an annual event organised by IED Roma during which transversal workshops involve the departments of Design, Fashion, Visual Arts and Communication. One of the many events in which the school explores its greatest speciality: that of building relationships between disciplines, between languages and between people. The 2019 edition, entitled "Imponderabilia", has taken on an extra challenge: thanks to the collaboration with the MACRO Asilo project, it managed to intensify the open education experience, bringing the design experience of its

students closer to the world of art. In homage to the famous 1977 performance by Marina Abramović and Ulay, IED offered its students and the public fourteen experiences aimed at probing the most profound aspects of human behaviour. MAXXI, on the other hand, was the venue for the 2022 and 2023 factories. The first has the title "I miss you. Design oltre il consenso" (I miss you. Design beyond consensus) saw the engagement of 300 students guided by fifteen artists from five countries during the week of workshops. In 2023, the year IED Roma celebrated its 50th anniversary, the workshops produced projects that serve society and its image of the future. With the theme "Rome in 50 years", fifteen artists with visual storytelling at the centre of their work visually plumbed the eternal city with the students to try to grasp the germs of its tomorrow.

IEDfor Projects

BIKE ROME. SUSTAINABLE MOBILITY AT THE SERVICE OF THE CITY

Involving the four IED schools: Design, Fashion, Visual Arts and Communication. The project, developed in collaboration with the Municipality of Rome, explored multidisciplinary design strategies to integrate cycle mobility and enhance the capital's environmental and cultural heritage. Students in the Interior Design course were asked to design the renovation of Pavilion 9 inside the Ex Mattatoio for a multifunctional infobike centre. Product Design students were engaged in the design of services related to bike sharing, including prototypes of "bicicletta per Roma" (bike for Rome) and accessories for urban cyclists. Visual Arts students focused on the multisensory declination of information by imagining the format of a brand-new city guide. Communication students were asked to design campaigns to activate an urban community and enhancement strategies. The Fashion school proposed innovative garments and accessories for the urban cyclist.

ALTA ROMA IN REBIBBIA.

A training project with the inmates of Rebibbia that led to a fashion show, an auction and a collection of uniforms commissioned by Trambus Open. In 2004, Alta Roma set up and financed a "Haute Couture Workshop" within the Rebibbia women's prison, creating with IED a training/work opportunity designed to foster the social inclusion and personal fulfilment of the weaker persons in the institution. A real fashion show of clothes inspired by the Olympics as part of the Alta Roma summer event. On the catwalk were the models created from the work of eight female inmates who, from March to June 2004, had participated in the "High Craftsmanship" training course held by IED. A total of 24 creations were distributed thanks to the "Alta Moda di Rebibbia" charity auction: the proceeds were used to turn the workshop into an actual craft atelier. The project then had a further development with the first commission from Trambus Open, the new double-decker bus tourist service, for which the prototypes of the new uniforms for drivers and hostesses were designed and produced.

MISSIONS - ON A MISSION FOR THE MISSIONS.

A unique project dedicated to raising awareness and promoting humanitarian activities in Africa, which generated a mission with IED students. "Missions" is the initiative that in 2018 took a group of students selected from the different IED Group seats on a 23-day expedition to South Africa, Namibia and Angola, intending to put a face to "The Anonymous of Faith", the workers of Catholic humanitarian missions active in those places. 22 days of reportage, a daily travel diary on the web and social media, 20 hours of filming, 16,000 photos, 100 illustrations and 25 pieces of artwork produced. These are the numbers of "Missions - On a mission for the missions", the initiative that saw IED involved in an impressive expedition project in Africa, along an itinerary that crossed South Africa, Namibia and Angola. The mission involved eight students and ex-students selected from the Rome, Milan and Barcelona seats who, with the coordination and art direction of Luigi Vernieri, reported on the Catholic missions alongside and in collaboration with the solidarity expedition of the non-profit organisation MotoForPeace, made up of men and women from the Italian Police and Carabinieri.

DESIGN FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT.

Research projects are aimed at products and services that combine high levels of functionality, technology, aesthetics, and ergonomics for the people for which they are designed. Product Design and

IED Roma has been promoting research projects related to Design for Social and Environmental Sustainable Development for years to stimulate greater awareness of these issues that are so important for future designers. Design starts by listening to the people involved, family members, associations and operators, and develops by sharing ideas and discussing proposals. Projects that go as far as to offer solutions capable of overcoming physical and psychological barriers and transforming everyday life positively for everyone are those born in the course workshops, for which Marika Aakesson is the coordinator and lecturer. In collaboration with Legambiente, projects for children have been created, such as the game of Snakes and Ladders explaining the circular economy and the recycled cardboard mega puzzle house. The soft robot "Jowie" is designed for children in hospitals. "Design for Diabetes" for people with diabetes. In the "Lasciatemi le rughe" (Leave me my wrinkles) project, products support the independence of elderly people. "A come Atipico!" (A as in Atypical!), in dialogue with people with autism and their families, has generated projects exhibited at Exposanità, published in the ADI Design Index and won the "Eccellenze del Design nel Lazio" award.

COLOSSEUM ARCHAEOLOGICAL PARK.

Thesis project of the Academic Year 2019-2020 aimed at enhancing communication, gamification and accessibility of the well-known archaeological site. The project, which concerns one of the most iconic places in the capital and the world's archaeological heritage, involved students from the Schools of Visual Arts and Communication, particularly Communication Design, Graphic Design-Motion Graphic, Media Design, Sound Design and Video Design-Filmmaking courses. The Colosseum Archaeological Park, partner in the thesis, asked IED to identify and elaborate valuable strategies for the enlargement of the audience, especially that of Italian citizens, and to enhance the technological and interactive aspects provided by the visit of all the works and spaces in the Park: from the Colosseum to the Imperial Fora, from the Palatine Hill to the Domus Aurea. The students worked on a communication plan to relaunch the Park's technological and artistic offerings and to make the brand more effective through advertising and editorial materials, videos and interactive installations, applications, content, and social media events.

EMERGENCY: PROGRAMMA ITALIA (ITALY PROGRAMME)

Interdisciplinary thesis project aimed at schools of Visual Arts and Communication to design a strategy to promote activities in our country. The work involved students from Photography, Graphic Design, Illustration, Video Design, Sound Design and Communication Design courses. Young creative talents who, to develop their proposal, came into contact with the values, people and operations of the NGO. Carried out in real partnership with EMERGENCY, the Italian humanitarian association co-founded in 1994 by Gino Strada, the thesis work of Academic Year 2021-2022 was articulated in different demands that inspired fields of research and production. The graduating students worked on the conception and creation of a cross-media communication campaign to enhance "Programma Italia" (Italy Programme), an access-to-care activity aimed at Italian and foreign citizens in Italy. Within this framework, the students created a communication strategy enriched by graphic and advertising materials, video documentaries (also serial), soundscapes, radio spots, a podcast, photo reports, and a comic strip.

UPCYCLING!RECYCLING!

Is the project title for a new system of proximity recycling points designed for the Municipality of Rome in the academic year 2022/2023. Solutions for waste recovery but also ideas for training and information models: these are the results of the work that led to the exhibition of 7 projects in the Protomoteca hall in Campidoglio, inaugurated in the presence of the Roma Capitale authorities and the AMA top management. How can a design project encourage as many people as possible to change their lifestyle and dedicate themselves to a more sustainable daily life? This question guided the design of a new system of proximity recycling points for the collection and recycling of waste. The projects were realised by Product Design students led by Marika Aakesson (Course Coordinator and Lecturer in Design for Sustainable Development), and Media Design students led by Max Giovagnoli (Lecturer in the subject and Coordinator of the School of Visual Arts). The proposals were based on the United Nations' "Sustainable Development Goals" and the New European Bauhaus project of the European Union.

DESIGN FOR PHYSICS:

A project created in partnership with the Physics Department of the

Sapienza University of Rome, which studied and redesigned teaching tools to improve physics learning. Presented at the "Maker Faire" in Rome in 2023, the tool kit created by second and third-year Product Design students had the merit of highlighting how the connection between design and scientific research can promote innovation in school learning contexts. Springs, pendulums, inclined planes, rolling: various laws of physics can be studied through the tools of "Design for Physics", which, with unusual forms, have associated art and scientific disciplines. Smartphones are one of the project's focal points, allowing digital measurements with low-cost instruments reminiscent of the 1960s and 1970s Italian design. The design involved the students of the Product Design course, led by lecturer Mauro del Santo, with the supervision of Gianfranco Bombaci, Coordinator of the School of Design, and the advice of Giovanni Organtini, Associate Professor of Experimental Physics at the Sapienza University of Rome.

LIMEN, REGENERATIVE TOURISM

Is the title of a 2021-2022 thesis project involving students from the Product Design, Graphic Design and Communication Design courses. Rome and Milan are the two cities involved in a cross-seat thesis project, which in the Rome seat saw seven students working in a multidisciplinary perspective, engaged in analysing and proposing new communication tools to approach a non-specialised and uninformed public on the objectives and appropriate solutions for sustainable tourism. Interdisciplinary and cross-seat - between Rome and Milan - the thesis project focused on the theme of regenerative tourism to develop and implement models as well as tools to promote and monitor the impacts of tourism and simultaneously propose a sustainable system capable of acting and responding to future needs and problems. Responsible travel in natural areas not only preserves the environment but also improves the well-being of local populations and travellers: a concept enhanced and complemented by regenerative tourism that calls for more careful communication and an accurate enhancing strategy, especially for a metropolitan audience such as the Rome one or the one of the Lombardy capital.

AGRICULTURAL ROME.

Interdisciplinary thesis related to agribusiness involving Interior Design, Product Design and Communication Design students. The aim of the interdisciplinary thesis project that had Roma Capitale as a partner was to position Rome, with its 50,000 cultivated hectares, as the European agrifood capital. The action started from the hypothesis of the location of a Bio-Food Research Centre, with the conversion of the pavilions of the former Santa Maria della Pietà asylum. The underlying objective was positioning Rome in the debate on sustainable development and agrifood. Interior Design students were inspired by the renovation of the pavilions of the complex to design a potential space for work, research and discussion on cultivation and nutrition. Product Design students were asked to design a system of services and products to enhance the area's agrifood heritage. Communication Design students imagined an institutional campaign to relaunch Rome, an ancient metropolis but projected into the future, with an identity, integrated communication campaign and strategic communication plan.

#STAVOLTAVOTO

A unique project linked to the campaign of the same name launched to raise awareness among citizens, especially younger ones, ahead of the European elections on 26 May 2019. "Tutto in un giorno" (All in a day) is the formula that the IED has adopted to meet the request to interpret the values of the European Parliament's campaign aimed at the youngest population groups with creativity and new ideas. Involved in the day are the future designers of the three-year courses of the Schools of Design, Visual Arts and Communication. Sixty-seven students distributed among the courses of CG animation, Photography, Graphic Design, Illustration, Product Design, Sound Design, and Video Design, five lecturers and eighteen IED staff for the Special Projects initiative that responded to the request of the European Parliament, which intended, with the #stavoltavoto campaign, to find new messages to raise awareness among the younger generation about the European elections on 26 May. The IED Roma students worked in a single day: from nine in the morning until midnight. Among the works realised: a tag collection for stickers, an election night mascot, a group of flags distributed at some Serie B matches and the production of a gadget for the press.

A CASA CON PAPÀ

Is a co-housing project devised by Interior Design students in collab-

oration with the Lazio Region to address separated fathers' housing and social hardship. The project is part of a broader strategy of urban regeneration and enhancing of the former psychiatric complex of Santa Maria della Pietà, intending to transform it into a "Park of Well-being and Health" capable of offering services compatible with the needs of the community and economically sustainable. Spaces were to be reconverted in Rome to meet some fathers' housing and social needs after separation. This is the challenge of "A casa con papà", the co-housing project, implemented as a thesis project in the Academic Year 2018-2019. To provide fathers in difficulty with temporary accommodation and a space in which they can peacefully meet their children, the students worked on the conversion of a pavilion in the S. Maria della Pietà complex, which, after the end of its function in 2000, lays partly in a state of neglect. Its reuse is also an alternative to energy-intensive demolition, supporting a circular economy.

Visions

THIS IS THE PLACE

Carlo Allorio - President, IED Group

IED Roma is 50 years old, 1973-2023. In the years that have passed, there have been enormous changes in the way we live, in the speed and possibility of moving around the world, in the instantaneousness of the circulation of information, in the possibility of connection between almost all the inhabitants of the Earth, no one is unreachable any more. Everyone has tools that allow them to imagine and create the future: what was reserved for the few now belongs to everyone. And we must not forget that we are in the part of the world where there are more possibilities to live well and to govern the improvement of living conditions. In the remaining, much larger and more populated part, you cannot have peace, food, freedom to act, education, opportunities to remove yourself from your state or conditions comparable to those we enjoy. Therefore, we have a great privilege and responsibility in respect of the others in our ability to act.

Our school is truly beautiful. It has many seats in different countries around the world, in cities that are different in terms of physical structure and culture, with students who come from more than 100 different countries. They all carry the spirit and values of the places they come from, ready to share their experiences with their peers and teachers (who have often themselves been students here). From all this comes its strength, its ability to transfer to those who live it (those who attend it to learn and grow together and those who teach there), the seeds from which will grow skills, talent, creativity, work and shared actions. However, this could be said of many schools or cultural institutions with a solid international focus and a diverse community. Our unique essence is not touched by it. It is firmly rooted, with a very broad scope, in: - the culture of design, of making and of know-how; - contact with the professions, starting with teachers; - relations with the arts and industry (in the countless special projects in the most diverse fields) - the study of theoretical principles and their immediate application to the workshop experiences - the joint creation process, in a training environment where, due to the complexity and diversity of the subjects cultivated there, it is a small universe in which energy and knowledge are projected into the future. If the lifestyle and the world, as we have said, have changed a great deal, the key features of our school for over half a century have never changed. Its capacity to intercept everything significant that has manifested itself and to use it to build the way we design the future, to create the future through the activity of those who were and had been part of it, has remained the same. If these are the conditions that students are faced with on arriving here, their task - simple and at the same time very difficult - will be to enter into a relationship with everything they see and hear. This includes all the people they happen to meet, the experiences that come their way, trying to engage in every activity and not neglecting any opportunity (inside and outside the school), to take hold of what happens around them. Commitment, application, dedication and interest in every phenomenon are the basis of all knowledge of life and form the basis of every project, from personal growth to those that we will put into the field and will be the ranks of our future. This is the place. Here are the people, the tools and the atmosphere. Along the way, we absolutely must not lose them.

ON THE BEACH, LOOKING AT THE FUTURE TOGETHER WITH IED ROMA

Riccardo Balbo - Chief Academic Officer - IED Group

I have often heard or read the expression "designing the future", used

as a corporate pay-off, political slogan or promise to young students engaged in the study of design and the "creative professions". I consider it a daring expression which misleads and distracts from the deeper meaning of design. "If you want a future, you have to go and find it." Sure, but where? During my studies in architecture, I became interested in the theory of catastrophes, elaborated by René Thom in the late 1960s, whose theoretical assumptions still accompany many of my reflections: to explain discontinuous phenomena, changes of state through descriptions and models of continuity, focusing on the points where the change (the "catastrophe") begins in a gentle and intangible way. It's like pi invented to round off the square, but that is another story. Let us imagine a beach where we have to walk a long way before reaching the shoreline and, in front of us, a calm sea, all to be navigated. As we walk, the sand becomes denser and wetter, then wetter and wetter, until we finally have our feet in the sea: the sand under our feet is still the same, but everything has changed from a certain point on. To all intents and purposes, the sea is the catastrophe of the beach, the abrupt change, the change of rules, of behaviour, of the way of moving. Yet there is always the same sand under our feet: if we dried out the sea, we would only have a deeper beach. There is no single, precise answer to where the sea begins. It depends on the degree of "resolution" we want to achieve, but certainly, even with the accuracy of the grain of sand, at some point, the beach ends, and the sea begins. Let us consider the sea as our future, unknown, which we observe hesitantly or enthusiastically. The beach is where we come from, our identity, our past, more or less tortuous, which has led us to lap the sea-future. The present is that indefinable borderline moment between the beach and the sea. Can we imagine designing the sea? At most, we decide to dive and swim but not to design it. However, we all - designers first and foremost, and those who design in general - have a responsibility: to identify the slightly raised shoals that do not allow the present to evolve, to imagine which waves will wet the beach the fastest, to foresee where the undertow could dangerously erode the road we come from, or worse when rogue waves could even wet our towels. IED Roma, because of an inherent sense of freedom that characterises the city and its people, is the one of our group that most willingly rushes to the contemporary shoreline and lingers more than others in returning to the sand. The feeling of designing the future is crucial when we are on a smooth and regular beach, without pitfalls or precipices, when our identity is firm, with visibility of the bottom and profile of the foreshore clear. However, together with IED Roma and the energy of those who know they can be free, we - designers - have the responsibility to indicate the rhythm and length of the steps forward to dive, without forgetting the beach we have crossed. What we design is the present, a few moments before it arrives.

THE ACTIVE SEARCH FOR THE FUTURE; COWBOYS DON'T LIKE TV.

Nicoletta Castellaneta - Director, Accademia Aldo Galli

Some time ago, in an attempt to enter the Rome International Film School, where a screenplay was required, I wrote a story entitled "Ai cowboy non piace la tv" (Cowboys Don't Like TV). Beyond the story's content, the meaning wanted to convey a concept in which an active approach to life was shown and developed: the cowboy's vision of dynamism as opposed to the passivity to which the television media drags. Apart from the twenty or so years that separate me from that moment, I am still convinced that we should be new cowboys even today. Unlike the mythological pioneers of new lands, today's cowboys are called upon to explore territories that have already been extensively investigated and, often, much exploited. This is the basis of the contemporary challenge. Today's territories are physical, thematic and digital, have shifting boundaries, present ethnographic and social complexities, management sustainability issues, and evolutionary perspectives. Therefore, the environment has an increasingly strategic centrality and resources whose management is more and more interconnected. And what is the weapon, I would say the tool, with which to conquer them? The tool is that of culture. It is more necessary than ever today that culture can become an active tool, practical and not just theoretical knowledge at the root of human activity. The term culture derives from the Latin verb colere which refers to the art of cultivating. The activity of culture is to take care of what comes from the root and matrix of nature. Concerning the anthropological vision, it translates to cultivating self-knowledge to root one's identity in developing one's talents. In this broader sense, culture is undoubtedly the tool to conquer the increasingly complex territories of the future. This is from cultivating one's passions to putting them to use in a proactive vision. Nothing like the tool of culture can be used intrinsically to investigate reality, conceived in its contemporary con-

text with a creative method. This is due to the ability to exploit the versatility of knowledge and derive visions for the future. In this context, art education and creativity are crucial in preparing individuals to become conquerors and researchers of their future and all scenarios of possible futures. New technological tools and current development software for manipulating reality also offer endless opportunities. The search for the future is, therefore, an attitude that takes the strength of a modern pioneer who, through culture, can read reality and, using action, invent how to conquer his future. The great strength of the contemporary pioneer lies in his ability to be transversal, resilient and dynamic. The future does not exist. It is a condition that can only be imagined from a perspective starting from reality. As in a parallax, the future moves depending on how you view it from the present, so the movement changes the perspective.

THE FUTURE OUR PLANET NEEDS

Sonia Cuenca - Director, IED Madrid

We could describe the present context as follows: today economic, social, scientific, cultural and government forums debate how to deal with climate change and its consequences (not just natural disasters, but also a large-scale global climate migration scenario). They reflect on the opportunities of technological advances such as AI and biological engineering, questioning whether established models can keep pace with changes that are already evident. The description may seem excessive, yet it clearly sums up modern times. Times that seem to move fast, and keep accelerating in an exponential way, as we're just getting up to speed. Times that are beyond the control of established means, incomprehensible for some, excessive for many, inspiring for designers and design. The continuous search for a better future is a source of eternal motivation, driving designers to take action. A capacity for prospective vision that today sees design as a fundamental force, an asset in this great transformation we face in modern times. Design has always been a model of forward thinking, and IED (Istituto Europeo di Design), is a school that has prepared and continues to prepare generations of designers. Since its foundation in Milan in 1966 the design school has played a fundamental role in the creation of new scenarios. What in fact could be more important than sharing and transmitting good design practices, if design can help us build a better way of life (healthier, more inclusive, respectful, fully committed lifestyles)? IED Roma's 50th anniversary is therefore a milestone worth celebrating, an important moment it's our pleasure to share. First and foremost, this anniversary means the future Francesco Morelli envisioned, a space for the regulated practice of design learning, is a project that has achieved its goal, and more. Secondly, it represents a major success, as the future we work for today becomes a concrete reality in the largest international campus in the world dedicated exclusively to design, with ten school in Italy, Spain and Brazil. And thirdly, this date acknowledges the important academic work of a school located in a place where history was written, in a city that was once the centre of the world, and today is experiencing a moment of renewal and opportunity thanks to projects promoting socio-economic and cultural innovation and growth. Today IED Madrid looks and reflects on IED Roma's campus as a source of inspiration, working for a future our students design every day. A future that's positive, a future that's possible. The future our planet needs.

CREATIVE RESILIENCE IN TIMES OF GLOBAL CHALLENGES

Antonio Lupinu - Director, IED Cagliari

In an era marked by extreme climatic events, pandemics, conflicts and financial crises, young designers are shaping a future characterised by creativity, aesthetics, resilience and adaptability. The perspective of the future varies for each of us. Some see it as an uncertain territory to be conquered, others as a blank canvas ready to be painted in the colours of their ambitions without concern for their neighbours. However, regardless of the interpretation, the future requires active engagement. It requires leaving passivity aside, challenging conventions and daring to embark on inner and outer journeys. Wong Kar-wai's unforgettable quote in "2046", "If you want a future, you have to go looking for it", resonates as an invitation to hunt the future, to shape it with our own hands. Leaving an imprint in today's ever-changing environment means adopting a conscious, transformation-oriented approach. Here are some ways in which you can leave a meaningful footprint: Environmental awareness and sustainability: take actions that reduce your environmental impact. This can include conscious daily choices, such as reducing plastic consumption, promoting renewable energy, supporting recycling and upcycling, and designing sustainable solutions in your field of work. Responsible creativity: develop innovative solutions that are socially

and environmentally responsible. Combine innovation with a focus on global challenges such as the climate crisis, public health and social justice. Education: sharing knowledge and raising awareness of crucial issues. Keeping the community informed and involved on important issues such as equality, diversity and inclusion. Collaboration and collective action: joining forces with other people, organisations and communities to address common challenges. Collaborate on projects that promote positive change and encourage collective action to create a more meaningful impact. Advocacy and activism: being active in defending important causes. Actively advocate for human rights, the environment, social justice and equality, and support actions to influence positive political and social change. Empathy and inclusion: create an inclusive, respectful environment where diverse perspectives are welcomed, and equality is promoted. Be empathetic and help build supportive communities. Through our daily actions and choices, we can all leave a positive footprint in the world. The key is to act with awareness, responsibility and a vision towards a better future for all. I would like to offer a message of encouragement to the young designers who are still learning and growing. Your learning journey is not just an accumulation of technical knowledge but a journey of self-discovery and exploration of your creative abilities. Be brave in your approach, and embrace uncertainty as a fertile ground for innovation and discovery.

THE LONG WAY

Francesco Gori - Chief Executive Officer, IED Group

During my degree course in economics - those were the dark years of the energy crisis and terrorism in Italy - I developed the belief that the social and economic conditions of the most deprived and disadvantaged Italians would be improved only if the country's economy grew, which has been strongly correlated with the development of the industrial sector since the postwar period. In particular, I identified the leading private industry with the few multinationals of the time, given the scandals that flourished in the parastatal system. Thus, having received telegrams from the leading companies and banks, public and private, thanks to my honours degree, I chose Pirelli. This is because it was the only one to talk to me about job opportunities abroad. My first salary was less than the rent. However, the ambition to make a quick career and get noticed at all costs in what was then a true multinational with seventy thousand employees worldwide led me always to work overtime to accumulate knowledge and experience, not reporting overtime hours for fear that I would otherwise be prevented from working overtime. In short, right from the start, I invested a lot in my work without giving up the fun, thanks to the energy and adrenaline of those years. What was my dream? To become number 1! What other goal could I set, if not the highest? Instead, how to achieve it? I was convinced, and still am, that only through knowledge of the business - markets, competitors, customers and suppliers, and above all, the product - of management techniques and business strategies would I be able to grow and get to higher positions and take greater responsibilities. And so it was, with highs (management after six years of work, at just over thirty years of age) and lows (a change at the top that saw an inexperienced manager above me for a few years) until I was appointed GD after twenty years from my employment followed by the appointment as CEO. But everything has an end, and after having transformed a player that had been a loser for so many years into the most dynamic company in the industry in the world, I decided to leave out of intolerance towards the Chairman, who had come back from his defeats in the telecommunications sector and was hungry for redemption. I had searched for my future for twenty years, found it, and enjoyed it for another ten years. I had created value not only for the shareholders but, above all, for ten thousand additional employees and for their professional growth. However, I had turned sixty. It was time to leave. A long story, mine. Today, it is out of date because there are faster career paths and existential alternatives privileging the quality of private life over commitment to work. But if I were to go back, I would not hesitate to take the same long, arduous path towards the future I had chosen for myself.

FANTASY, IMAGINATION. FUTURE.

Alberico Guerzoni - Director, IED Milano

Humanitarian, climatic, social, political and economic crises. We are besieged by events that constantly recall the worst aspects of our era. The future appears uncertain and marked by anxieties that constantly redraw its boundaries. In this mood, we, as human beings and as social groups, often express all our weaknesses and vulnerabilities. Today, more than ever, we must position ourselves as individuals generating change, in dialogue with other realities.

To act as a bulwark of resistance and generate ideal boundaries within which we can laboriously and creatively propose and dispose of new horizons. Observe the contemporary through a lens capable of seeing the world from another perspective, seeking to investigate and collect all the elements of positivity to be amalgamated to re-design the future. We must feed on white, circular, good, proactive knowledge. Abandon the black and the negative. Knowledge we have inherited, or acquired through experience, is not something that can be exclusively, or simply, handed down in a chronologically linear fashion from previous generations to subsequent ones. With a view to listening, I am particularly oriented towards gathering the instances, voices, and hopes placed at the centre of the debate, especially by the new generations. In this, for example, I find the focus on the environment and the planet (Fridays For Future), body positivity, languages and inclusions in all their forms fundamental. At the centre of a pedagogical design mission that focuses on concrete work on civil, environmental, and social commitment themes, I engage in a constant and rich dialogue among generations. With the certainty that design can make a tangible mark for the planet's and all its inhabitants' welfare. I would like to propose an example from an Indian, naturalised American, anthropologist Arjun Appadurai. What is the difference between fantasy and imagination? For the anthropologist, fantasy is more of a private matter, something that we, as human beings, often do: we fantasise about something that is unrealisable, impossible to achieve. In contrast, imagination is a public and social fact; imagining something drives us towards action, towards taking actions that will lead to the realisation of what we have imagined. We imagine something, and every day, we add a piece that will lead to realising what we have visualised. Imagination directs, inspires, and spurs us to immediate action to realise extraordinary projects. Together with the continuous synthesis and abandonment of the excess. Here, in this sense, we can imagine a future now. Because if it is true that it is essential to look towards the future, a horizon of meaning towards which to orient ourselves, it is fundamental to become aware that the future is here, now. It is up to us to set in motion that movement that will disrupt everything so our lives can be transformed for the better.

MANTENER FIRME EL TIMÓN

Andrea Marchesi - Director, IED Barcelona

Some time ago, I read a text that later became a source of guidance and inspiration for me and the whole team: "The schools of the future" (Ben Okri, Ode Magazine 2003). Among the passages that summarise the author's thoughts and message is this one that reads: "The academies of the future will do one thing we do not do today. They will teach the art of self-discovery. We turn out students from our universities who know how to give answers, but not how to ask the essential questions. Our students are not connected to the wisdom base of our culture. They have sufficient preparation for work but not the knowledge of how to live or for what purpose they live. They are not taught to see. They are not taught to listen. They are not taught deep self-knowledge. All students should be philosophers. All students should be aware that they are the spark that will transform the world. Every student is a light, a creative force waiting to be used to dispel the darkness." The underlying message is that the true purpose of school should be to unleash the brilliant and sublime possibilities of the human being. These reflections, which are not the only ones that underpin my idea of "doing school" today and in the future, are nonetheless a key point for defining the purpose of an education centre and then sharing it with all members of the community: students, lecturers, and academic staff. The times we are experiencing require many skills, a map to guide us, a clear purpose and solid principles to refer to to keep el timon firme in the event of a storm. The complexity of the challenges - that our students will have to face as citizens and creative professionals, the speed with which technology proposes new solutions and tools - oblige us to design educational paths in which the weight of knowing how to be must always be greater than that of learning how to do. The real challenge of the future school is to create an environment in which experimentation, freedom to think differently, social and environmental awareness, critical thinking, and self-discovery are encouraged as foundational elements of the educational experience. In a video manifesto made by the students a few years ago, the final message they delivered, almost as a provocation, was: "we commit to change the world through Design, and you?!". Here, our purpose must be to empower them to do so.

50 YEARS OF IED ROMA: AN ETERNAL LINK BETWEEN PAST AND FUTURE.

260 - ENG - Visions

Gianfranco Pisaneschi - Director, IED Brazil

When contemplating the timeline of education and its intricate relationship with society over the decades, the crucial role played by the evolution of university education in cultural, technological and social development becomes undeniable. Alongside Rome (a city that has become an indelible part of global history), teaching institutions with half a century of existence have also played a prominent role on the world stage. They have lit the way as beacons of knowledge, creativity and innovation. In these influential places, young minds receive the guidance they need to become leaders, visionaries and critical thinkers. Continuous advances in teaching methodologies, the implementation of the most advanced educational technologies, but also the inexhaustible commitment to research, have been crucial elements in this extraordinary journey. Universities take on the noble mission of developing innovative academic programmes that open doors to learning and empower students to face the challenges imposed by the contemporary world with resilience and courage. In this context, IED Roma, celebrating its golden jubilee with 50 years of existence, shines as a paradigm of educational transformation and leaves an indelible mark in the fields of design as well as creativity. It is not only a passive witness to the changes that have occurred over the decades but also an active promoter of these transformations. Just as ancient Rome was an example for society, IED Roma goes beyond the role of a mere design school to become a leader in the global design community. With its firm commitment to innovation, tireless research and readiness to embrace imagination, IED Roma embodies the epitome of modern university education. As we celebrate these five decades of achievement, we contemplate the future with a promise brimming with enthusiasm: the IED Roma of the future will transcend the traditional definition of a school. It will be an inexhaustible source of inspiration and innovation, shaping the world with a powerful combination of creativity and knowledge. This celebration takes on a unique personal significance, as part of my childhood took place among the volumes of grand Roman buildings, uniquely linking me to this esteemed institution. I feel deeply honoured to be part of this 50th-anniversary celebration and, in doing so, actively contribute to the continuation of this history of achievements, accomplishments and inspiration that is the IED Roma of the future.

A YEAR LIKE SO MANY OTHERS

Emanuele Soldini - Chief Operating Officer, IED Group

1973 was a year like so many others, full of contradictions, lights and shadows. It was certainly not a memorable year, even if, for the first time since the post-war period, the energy crisis was a serious matter. In Italy, on even days, only cars with even number plates could be on the road, while on odd days, only cars with odd number plates could travel. I remember great cycling weekends for Italian families. The year '73 was also the year of the first telephone call made with a portable telephone. Furthermore, on 14 January, Elvis broadcast the first concert via satellite from Hawaii that could be seen worldwide. Fifty years later, it seems like prehistory. Jean-Paul Sartre founded "Libération" and - at the same time - many personalities who made cultural history in the first half of the century died. Pablo Picasso, Pablo Neruda, and Anna Magnani were among these artists (along with many others). For a foolish war that ended in Vietnam, there was one born in Sinai. The Yom Kippur war and the coup d'état in Chile reminded us that humanity is irresponsible and never learns anything from the past, however terrible it may be. In '73, petrol came to cost 200 Lire (equal to 10 Euro cents) per litre, which seemed a lot at the time, and for a coffee, you spent 150 Lire. When it came to music, it travelled fast, fortunately. In that year, Pink Floyd's "The Dark Side of the Moon", Bowie's "Life on Mars", and the Rolling Stones' "Angie" came out. Stuff you can't forget... In this panorama, in the midst of the Years of Lead, during the most significant energy crisis our country has ever experienced, Francesco Morelli decided to open the IED in Rome because he always looks ahead and is not afraid. He believes in young people and the need to be creative to overcome troubles as well as difficulties. Designers study the past, analyse the present and tell the future; but also think about tomorrow, imagine change and look for the best way to get there. I have always felt a unique energy in our Rome seat, perhaps because it is in a city that has created and settled culture and innovation for millennia. Today, it is an open-air museum, and never ceases to inspire generations of designers from all over the world. Over the years, the seat has grown and flourished, always at the forefront, especially in the great world of digital visual communication. Furthermore, it has contributed significantly to our development. In these 50 years, IED has become an international group that constitutes a multi-geographic and transnational network capable of tackling the complexities as well as intercepting

the opportunities of our times. The pandemic has taught us so much, and it is precisely by observing what we have all been forced to live through that we have imagined our school in the future. Once again focused on the need to experiment in all the areas we deal with. This gives greater strength to the workshop experience and the culture of doing by stepping off the known paths. Our campuses will be large creative workshops designed to train people capable of changing the world through the power of ideas. In the land of biodiversity, we will always be on the lookout for the best people who were turned down as well as the allegedly worst individuals. This will enable us to understand them as well as build the next generation of designers, all equally different. This is our mission. The Rome seat opened in the Imperial Fora in 1973. Fifty years have passed, and it is more alive than ever, ready for the next fifty.

DESIGN, DE-SIGN, THE SIGN.

Danilo Venturi - Director, IED Firenze

Thirty years of globalization constitute an incredibly short century during which we have become accustomed to a new set of values. We wouldn't take diversity and inclusivity for granted if we hadn't expanded our sphere of relationships so much, to the point of considering extraterrestrials as a genuine future horizon. Travel is no longer an exception. Taking a flight to a European capital takes less time than going to the beach in our own car. Queuing on the highway for hours has become unbearable, especially since everything is instantaneous on the internet. Above all, we learned to enjoy everything without resorting to a distinctly industrial man-machine-environment relationship based on resource exploitation, consumption, and waste. Symbolizing the obsolescence of a whole system, the car has emerged as a symbol of sustainability as a goal to strive for. Globalization has also given us convergence: when one sector merges with another. With a couch, a tablet, and a rack, one could live in a small apartment without anything else. This is because personal finance, productive activities, creativity, communication, and leisure all fit within twelve inches of glass and metal. Fewer square meters, lower expenses, fewer emissions. An almost realized utopia, devoid of history and geography, especially because on the internet, space and time are unlimited. However, history has come alive again with Covid-19, and geography with the war in Ukraine. With the first event, we developed a different idea of our relationship with work, with other people, with ourselves, and with our internal and external environments. Urban regeneration doesn't just mean how much greenery there is in the city or how monuments are renovated. It means designing the future, being conscious of the world in which we want to live, and the meaning of freedom and happiness. With the second event, we are forced to take a side, a choice that hadn't been required of us since before the Berlin Wall. But at least it's a choice. In other words, politics has returned. In the coming years, technical skills won't be lacking, especially because artificial intelligence, for better or worse, will simplify many processes. Rare commodities will instead be vision, critical thinking, and creativity. Conceiving something new, impacting society, and asserting their authorship is what we must teach our students. A creator's identity cannot be defined by the ephemeral and synthetic relationships of social networks. We must ensure that students become what they already are but don't yet know they are, by developing each person's unique talent. Students must write, paint, and sculpt – even metaphorically. There must be an ambition to leave a tangible mark on the universe. Otherwise, our species faces extinction, not just physically, but in what makes it different from others, namely, the ability to give significance to things: design, de-sign, the sign.

DESIGN CYCLES

Gaizka Zuazo Ruiz - Director - IED Kunsthil Bilbao

The design professional has long ceased to be a passive agent waiting for a commission. Designers have acquired an active and proactive role and now generate their commissions. This role requires an analytical and committed view of our context, which must be educated and declined in the same way as design methodology or graphic representation techniques. Designers design, and the project is the synthesis of our work. The etymological origin of the verb to design implies looking ahead, but should designing be limited to a glance into the future? Or can it make sense to integrate this glance? Contemporary art and design practices have recently shown great interest in various exercises called futures design. These reflexive actions do not seek to create solutions for the future, let alone design the future, but rather propose an unprejudiced and speculative look at the future, that can lead to specific keys or guidelines from which to design or draw the present. The landscape and territorial projects

considered relevant throughout history show an apparent influence of a cyclical conception of time that has, in turn, inspired the work of great artists such as Richard Long, Nancy Holt or Andy Goldsworthy. The theses of the anthropologist Claude Lévi-Strauss, which call for a close look at the past, are valid in the work and projects of these designers and artists. Strauss claims an analytical look at our ancestors, avoiding the usual nostalgic return to history. We are what we have been and in our ability to internalise this fact lie, paradoxically, many of our options for the future. International design, at the basis of the modern movement of the early 1950s, relied on an exercise in breaking with the influence of traditional styles that had been a reference up to that time; it was also based on the ability to avoid futuristic premonitory exercises. Paraphrasing part of Naum Gabo's realist manifesto: (...) Today is the deed. We will account for it tomorrow. The past we are leaving behind as carrion. The future we leave to the fortune tellers. We take the present today (...). Today, from the practice of design, we redefine our relationship with the different layers of time, giving a more profound meaning, if possible, to the concept of circularity. A concept that can go beyond the criteria associated with sustainability, such as the useful life of materials or the connection between waste and consumption flows in cities. We understand circularity within the design process and method as a cyclic connection between past, present and future, providing a holistic and complex perspective from which to approach our profession. Because, fundamentally, we are still what we were. Zorionak IED Roma!

Others

A school like IED is a place of simultaneous times. There is no other like it, where history, the present and vision, understood as a programmatic attitude, coexist. Hence the nature of this publication, an occasion to celebrate the 50th anniversary of the IED Roma, which describes the encounter of "storie di futuro" (future stories). These are stories of actors and projects that confront different eras, design a time that affects subsequent ones, and a present whose impact spreads in a domino effect, like a push that, if it is strong at the origin, reverberates modifying the whole surrounding environment.

1973-2023

The history of IED in Rome began in 1973 with the first seat in Via dei Fori Imperiali, near the Basilica of San Cosma and Damiano, in the heart of ancient Rome, which at the time offered the first courses in Design, Fashion and Visual Arts. From 1983, the seat was extended to the Prati district. The Schools of Design, Fashion and Visual Arts were established. From 1984 to 1999, IED Roma moved the courses of the School of Fashion to Piazza Colonna, and from 1988 to 1998, the School of Design found different accommodations between Via Salaria and Piazza Ungheria. In 1997, IED found its current location in the historical building in Via Alcamo, where the Visual Arts courses are now held, and in 2000, it also opened the Testaccio seat in Via Giovanni Branca for the IED Fashion and IED Communication courses. The Master Course's Department and Library have been in Via Casilina since 2009, which was expanded in 2012 to accommodate IED Design students. Over the years, IED Roma has welcomed more than 10,000 students worldwide: boys and girls of 60 different nationalities, including all continents. Directed since 2019 by Laura Negrini, IED Roma has three campuses in the city in the San Giovanni and Testaccio districts, and boasts a network of 600 professional lecturers and 1,500 students.

LIKE A PUSH BACK TO THE ORIGIN

Laura Negrini - Director, IED Roma

The history of IED in Rome began in 1973, with its seat in Via dei Fori Imperiali. This was the second seat opened by IED's visionary founder, Francesco Morelli, after the one in Milan in 1966, the first design school in Italy. The students who graduated in those years and now work professionally define the present through their way of understanding design. Many of those professionals are now lecturers and guide students in understanding society's needs and prefiguring how we want to live tomorrow. A school like IED is a place of simultaneous times. There is no other like it, where history, the present and vision, understood as a programmatic attitude, coexist. Hence the nature of this publication, an occasion to celebrate the 50th anniversary of the IED Roma, which describes the encounter of "storie di futuro" (future stories). These are stories of actors and projects that confront different eras, design a time that affects subsequent ones, and a present

ENG - Visions / Others - 261

whose impact spreads in a domino effect, like a push that, if it is strong at the origin, reverberates modifying the whole surrounding environment. It is the stories that interact in this volume, as well as the projects and events that have characterised IED Roma over time, that demonstrate its push, as well as the visions of the representatives of the international network of which Rome is part, and the testimonies of former students who have become great professionals today. These stories intertwine in no apparent order because their contact and mutual interference are worth more than the rule. This publication celebrates the passing of time and its consequences. It photographs the simultaneous effects that arise from ideas and that, if the school has worked well, propagate like a wave without friction. IED Roma is a school that, from the very beginning, has been based on transmitting knowledge and know-how. But the concept of doing has changed substantially over these 50 years. Fashion, design, communication and all the visual arts have been overwhelmed by unimaginable transformations. The history of IED has not only been the development of courses and the alternation of new academic programmes, but it has been a history of visions that have been able to interpret eras as well as imagine the productive contexts into which new designers could fit. Henry Ford believed that you can't learn in school what the world is going to do next year, but that is not always the case: IED has been able to form the predisposition to stay ahead of the game. No crystal ball, but the natural aptitude of a designer in the most profound sense of the term, that of turning an intuition into research. The idea of the school has certainly changed over the years. In fact, today, it is based on fundamental assumptions: the first concerns the shift of attention from didactics to the subject and, therefore, from valuing the project to appreciating the designer. The project (hence our idea of the future) cannot improve if the designer does not improve. The cultural growth of a community is not based on the transfer of knowledge ex cathedra but on the creation of conditions that foster the development of autonomy of thought and the ability to deal with increasingly changing as well as unpredictable contexts. Autonomy of thought presupposes the recovery of the ability to concentrate, the value of long, dedicated, silent time for the project. Our focus has become a precious commodity. The technology we use daily is undoubtedly helpful but deliberately designed to distract us. The goal towards which this school is moving is to combine technology and the recovery of ancient craftsmanship, artificial intelligence and manual dexterity with the aim of distracting us from distraction to recover a need for depth and authenticity. The second assumption is that the school is a place of open, problematic and provocative relationships. The teaching staff should not be a closed system. Still, one based on currents, exchanges and relationships, devoid of a methodology understood as a unique programmatic procedure in favour instead of the constant interweaving of the different methodological natures of which all creative disciplines are composed. Our lecturers, designers, artists and intellectuals, who have long been the strength of this Institute, since that distant 1973 have chosen to dedicate part of their time to transferring their professional experience to the new generations. It is impossible to remember them all as we do not have such extensive archives, but it is our duty to remember their immense contribution over all these years. The interweaving of histories that follows has been guided, over time, by the eyes of very different directors, who have been confronted with the international network at different stages. The history of our seat is the history of people, directors, coordinators, staff, lecturers and students, united by a shared passion for creativity and an overwhelming and never-fully confessed love for this city. IED Roma has always been an international environment, with courses in English and partnerships with academies and companies worldwide. Still, it is always strongly tied to its territorial context. Its vocation has always been to exploit unexpressed needs through the project, to identify solutions that would otherwise be invisible, starting from the confrontation with its interlocutors. This is, after all, the primary attitude of design, that of putting itself at the service of the needs of its time, the needs of its territory, and the values that can improve our lifestyle. For this reason, the book expresses this attitude in a series of projects collected under the title IED For. Living, studying and designing in Rome is not the same as doing it elsewhere. Rome is the city where possible futures coexist with the ancient past, so it is a city where the educational experience in the creative sphere is alive and profound. The testimony of cultures is so impressive that it appears overbearing in our daily lives. Ancient pre-existences generate irrational voids in the city, and out-of-scale monuments disrupt otherwise orderly and controlled perspectives. These perspectives bring distant worlds closer together, masterpieces of art and architecture that have characterised all eras, merging with lush nature and confronting each other

in difficult to predict and never thoroughly planned combinations. Rome is the place of vision and imagination, where wonder strikes suddenly. That wonder is the first expression of a gaze that goes further and is the first act of knowledge. I conclude by quoting a work by Enzo Cucchi, a Roman by adoption artist. The *senza titolo* 2019 (Nicolino) (untitled) work was presented at the Maxxi in 2019 and depicts a naked child in a moment of free play, in which he bends his hands to simulate a telescope to observe better an insect, a scorpion, resting on the end of his foot. The putto is made of marble, very small in relation to the space for which it is intended, and naturally evokes a classical iconography very present in Roman sculpture. In this work, the artist describes Rome, capturing its sense of "resistance to the unstoppable advance of a world based on speed and emergency, and of a culture of technology and science that drains the spaces of desire and freedom of thought more and more every day". IED Roma resembles its city: it is a place where the union of technique, technology and thought is realised. This is expressed in the rediscovery of manual dexterity, calmness and the freedom to digress. In fact, these are attitudes necessary today to recover the profound sense of what is imagined, the rediscovery of research, which makes us look at things close by with the same curiosity with which we would look at distant horizons and never fear the unknown.

THE BOOK IN YOUR HANDS

Luigi Vernieri - Special Projects Manager, IED Roma

Fifty is a reasonably significant number of years to sum up the situation. But the book you have in your hands is not intended to draw a definitive line from which to indicate a sum. Looking at fifty years of ideas, challenges, projects, training courses, evolutionary leaps, sharing, unprecedented explorations and bets on the future, we get confused by the dates, the references to courses, and the creators of projects. We are cheerfully enchanted by this incredible hothouse of creativity and creative talents and get lost in the surprise and wonder of the images. But this book is not intended to be a mere merry-go-round. What you are leafing through encompasses an important arc of activities which, for the creative people and staff of the IED, are the history of social change, a dense and fertile exchange with the world outside the school, professional conquests but also existential challenges, essential pieces of a life lived in the happy, creative flow, shared research that has taken the groups that built it together a long way. History, personal and collective. For example, in some thirty years at IED, I have had the privilege of initiating and sharing several of the projects you have in your hands. But this is undoubtedly not a memoir. To be concise, this is a book about the future. The theme of the reflections that trace the common ground is taken from "2046", a science fiction film by Wong Kar-wai, cult author of Hong Kong cinema. And since the book in your hands is not even an academic essay, it seems natural that it does not revolve around a "concept-word" such as Freedom or Education. The phrase "If you want a future, you have to go looking for it" is taken from a dialogue in the film. It is a quotation tribute to the format of "Fefè, visual magazine", an international magazine I created years ago which, as you will read, has intertwined the life of education several times over the years. As in Fefè, it will be immediately apparent to creative people who leaf through these pages that this book does not have a theme. It has, rather, a "brief". A reading key for the contributions (the Visions) that we have asked of the top management and directors of the various seats of the IED Group, which today is an actual international network. Texts expressing the different souls, scientific orientations and personalities of those who today represent and embody the present of the IED Group. This is enough to admit that, right at the point of most significant scientific and academic contribution, this is not even a book of absolute knowledge and truths. In matters of the future, it certainly does not offer easy recipes or shortcuts. If you have nonetheless decided to take the time to leaf through this volume, I would like to draw your attention to a few contents selected with difficulty from among many worthy of recounting these fifty years of evolution at IED Roma. Among the former students, whom we call alumni, we have given voice to 28 personalities who have achieved significant positions in the profession through paths that, you will read in the interviews, are brilliant or fraught with challenges, extremely focused or full of unexpected twists, in some cases even amusing. "Success stories" in the authentic sense of the term, capable of expressing the peculiar aspect of training at IED. IED has always made this spontaneous, passionate, lively demand for the future (of our students) its mission, and so, in the realisation of this book, we thought of rendering this tension plastically by having former students, now established professionals, interviewed by those who dream of this success in the future. On the cover, in the layout, in

the format, but above all in the interviews, this book is the result of the thesis work of the third-year students of the Graphic Design course of the Academic Year 2022-2023. In the questions between those who build their bet on the future between the desks and the answers, the confessions, the suggestions, of those who have kept their promise, try to discern that curious spark, almost a short circuit, that makes teaching and learning in the IED world so unique. That makes the exchange between those who, as established professionals, return to the classroom (perhaps to the one where they studied) in the role of teacher to meet young people who shortly will become colleagues, an osmotic experience. To recount the fifty years of IED Roma, we have put fifty stories in front of you, scattered among the interviews with former students. We added events have built the life of this seat and the projects of IED FOR, born to make a social contribution. This is because this book, among the many things it is not, it is certainly one thing. A book. A concrete, realised, tangible project. A promise fulfilled. An ambition resolved. This is what we would call a typical IED thing, which interprets design in the broadest and fullest sense of the term. Where the idea becomes commitment, the commitment a dialogue with others, and doing together transforms didactics into concrete production. It does not matter how conceptually ambitious, complex, or crowded with elements the brief is. Never mind the film from which the dialogue that inspires our theme is taken. Because the book you have in your hands is also this: the symbol of something we have been doing practically every day in Rome with our students for fifty years. Putting projects into the world and in the world.

IED TODAY

"The design school aims to train conscious and innovative designers, ready to influence the trajectories of the development processes of objects, spaces and services. The school promotes a community of designers who, with their creativity, technical expertise and commitment to sustainability, can contribute to a prosperous future for the entire planet."

Gianfranco Bombaci, Head of Design School - IED Roma

"In our school, everyday works, contents and products are born and change shape in a space made up of contamination and continuous trespassing where lessons, projects, successes, failures, personal experimentation and company collaborations allow each student to take their own artistic and professional look at the world and their future."

Max Giovagnoli, Head of Visual Arts School - IED Roma

"New technologies are profoundly changing the nature of professions. For the master courses, whose primary objective is to open doors to the world of work, it is an exciting challenge requiring us to constantly scan the horizon to grasp the signs of change and always direct training courses towards new perspectives."

Alberto Iacovoni, Head of Postgraduate School - IED Roma

"First, you do not enter the fashion world by chance; it is a choice! You have to be dynamic and learn to shape your discipline self-critically. Our challenge: to help young people cultivate their talent to give shape and substance to their dreams and passions, leaving our judgement in the corner."

Paola Pattacini, Head of Fashion School - IED Roma

"Creativity is a skill that can be trained, developed and sharpened. By stimulating students to think unconventionally, we get them used to using the latest technologies to continue telling authentic stories that can move people."

Lorenzo Terragna, Head of Communication School - IED Roma



IED Roma, 50 storie di futuro è un volume che celebra il mezzo secolo dall'apertura della prima sede dell'Istituto Europeo di Design, nella capitale. Al suo interno si intrecciano cinquanta diversi contenuti che spaziano negli anni, senza un ordine apparente. Oltre ad una selezione di eventi, che rappresentano la vitalità creativa dell'ambiente IED, si ripercorrono i progetti "IEDfor" realizzati per onlus, enti e istituzioni della città e si scoprono le storie di ventotto alunni ora professionisti di successo, intervistati dagli studenti di oggi che, con il loro lavoro di tesi, hanno contribuito alla creazione di questo volume. A scandire il tutto le riflessioni sul tema "Se vuoi un futuro devi andarlo a cercare" firmate dai manager del Gruppo e dai direttori delle sedi IED in Italia e nel Mondo. Questa pubblicazione festeggia il trascorrere del tempo e ne celebra le conseguenze, fotografa la simultaneità di effetti che nascono dalle idee.

IED Roma 50 stories about future is a volume celebrating the half-century since the opening of the first seat of the Istituto Europeo di Design in the capital. This volume contains fifty different contents covering a period of fifty years, in no particular order. In addition to several events representing the creative vitality of the IED environment, this work features a variety of "IEDfor" projects realised for non-profit organisations, bodies, and institutions in the city. Furthermore, there are stories from twenty-eight alumni, now successful professionals. These were interviewed by today's students who, with their thesis work, have contributed to the creation of this volume. This is complemented by reflections on the theme "If you want a future you have to look for it" signed by the Group's managers as well as the directors of IED seats in Italy and around the world. This publication celebrates the elapse of time as well as its consequences. In addition, it portrays the simultaneity of effects arising from ideas.