

**DESIGN**  
ECONOMY 2019

I Quaderni di Symbola



**DESIGN**  
ECONOMY 2019

**I Quaderni di Symbola**

## **COORDINAMENTO**

**Pierluigi Brienza** Deloitte Consulting

**Domenico Sturabotti** Fondazione Symbola

## **GRUPPO DI LAVORO**

**Cristiano Camponeschi** Deloitte Consulting

**Deborah Di Lucia** Fondazione Symbola

**Mirko Menghini** SI.Camera

**Andrea Morelli** Fondazione Symbola

**Romina Surace** Fondazione Symbola

**Silvia Zanardi** Deloitte Consulting

## **PROGETTO GRAFICO**

Bianco Tangerine

## **SI RINGRAZIANO**

**Emilio Genovesi** Material ConneXion Italia

**Simonetta Sagramora** MIUR

**Gianfranco Tonti** Industrie IFI

**Paolo Turchetti** MIUR

**Francesco Zurlo** Politecnico di Milano

ISBN 978-88-99265-46-5

La riproduzione e/o diffusione parziale o totale

dei dati e delle informazioni presenti in questo

volume è consentita esclusivamente

con la citazione completa della fonte:

Fondazione Symbola, Deloitte Consulting - Design Economy, 2019

REALIZZATO DA



CON IL PATROCINIO



*Ministero degli Affari Esteri  
e della Cooperazione Internazionale*

# INDICE

---

0	<b>PREMESSA</b>	4
1	<b>DESIGN DATA</b>	
	1.1. IL CONFRONTO EUROPEO	14
	1.2. LE IMPRESE ITALIANE DEL DESIGN	22
2	<b>DESIGN E INNOVAZIONE</b>	
	2.1. DESIGN E COMPETITIVITÀ	32
	2.2. DESIGN E MADE IN ITALY	36
3	<b>DESIGN E FORMAZIONE</b>	
	3.1. GLI ISTITUTI DI FORMA- ZIONE E I LAUREATI	48
	3.2. LA METODOLOGIA	62

LEONARDO  
DA VINCI

LA SEM-  
PLICITÀ  
È LA PIÙ  
GRANDE  
SOFISTI-  
CATEZZA

Negli stessi giorni a 6500 km di distanza, quelli che separano New York da Milano, due mostre interrogano la comunità del design sul rapporto tra gli esseri umani e gli ecosistemi, naturali e sociali, in cui vivono.

A New York, “The value of Good Design”, questo il titolo scelto dal MoMA, rende omaggio ad uno dei movimenti più interessanti degli anni cinquanta: il **good design**. Nato negli anni Trenta ma sviluppatosi a livello internazionale dopo la Seconda Guerra Mondiale, il movimento abbracciava architettura e oggetti d’uso con l’obiettivo di **innalzare la qualità della vita in tutti gli ambiti e i livelli della società**. Per la prima volta si riconosce al design una funzione centrale nel processo di ricostruzione sociale ed economica post-bellico. Una centralità che potrebbe tornare ad avere in questa fase della storia in cui il mondo occidentale tenta di uscire dalla crisi economica e in cui ancora il 10% della popolazione globale vive in condizioni di povertà, nonostante i media, nel frattempo potenziati dal digitale, promuovano ancora modelli di consumo esasperati.

A Milano, la XXII Esposizione Internazionale della Triennale di Milano dal titolo “Broken Nature: Design takes on Human Survival”, evidenzia come il vero tema del design non sarà più quello di risolvere le questioni immediate, ma quelle che avranno un impatto sul lungo termine come quelle sollevate lo scorso marzo da milioni di giovani scesi in piazza in oltre 1700 città in tutto il mondo per chiedere ai governi un impegno serio nella lotta ai cambiamenti climatici.

Sfide epocali, quelle evocate dalle due mostre, che cambieranno radicalmente la geografia di beni e servizi, con enormi ricadute sull'economia e l'occupazione. La Commission on the New Climate Economy ha recentemente stimato in 26 trilioni di dollari l'indotto che verrà generato dalla sola lotta al global warming, con oltre 65 milioni di nuovi posti di lavoro low carbon, equivalenti ad oltre un terzo dell'occupazione dell'intera Unione Europea a 28.

Una sfida che ha spinto, come rilevato dal Rapporto GreenItaly promosso da Fondazione Symbola e Unioncamere, negli ultimi cinque anni oltre 345mila<sup>1</sup> imprese italiane a investire in prodotti e tecnologie per ridurre l'impatto ambientale, risparmiare energia, contenere le emissioni di anidride carbonica, e il risultato è che queste imprese si sono dimostrate più competitive e innovative, attirando investimenti e incrementando le assunzioni. Una domanda che chiama le oltre 30.000 imprese<sup>2</sup> del design italiano a **formulare soluzioni per un mondo sempre più sostenibile**.

Sì, perché è proprio nella fase di ideazione di prodotti e servizi che si disegna il loro futuro. E sarà anche nelle risposte del mercato che si giocherà la partita della sostenibilità economica e ambientale dell'intero sistema.

Una sfida quindi decisiva, a cui non arriviamo impreparati. Il sistema del design italiano tutto gode di un vantaggio competitivo legato ad un sistema di formazione diffuso sul territorio con eccellenze assolute come il Politecnico di Milano che grazie a 4000 stu-

---

1 GreenItaly – Fondazione Symbola, Unioncamere – 2018

2 Design economy – Fondazione Symbola - 2018



denti iscritti, di cui un terzo provenienti dall'estero, si posiziona anche quest'anno nella top 10 mondiale del QS World University Rankings by Subject nell'area Design, prima tra le università pubbliche. Ma anche imprese capaci di attirare i migliori designer nazionali e internazionali. A differenza di altri settori, qui importiamo i talenti migliori del mondo in cambio di tecnologia, efficienza e una grande esperienza manifatturiera in grado di concretizzare idee e progetti.

E da una fitta rete di soggetti e istituzioni come le delegazioni regionali e interregionali dell'ADI che svolgono la duplice funzione di diffondere la cultura del design sul territorio e far emergere a livello nazionale il design diffuso nelle imprese dei distretti e dei territori. Centro di questo sistema è **la città di Milano, incoronata miglior città 2019** dal prestigioso magazine di design, moda e viaggi Wallpaper, davanti a Shanghai, Vancouver, Helsinki, Shariyah.

È qui che hanno sede un quarto delle imprese del design. A Milano c'è una delle più alte concentrazioni di scuole di design al mondo, che attira fondi di investimento internazionali, come il gruppo londinese Galileo Global Education, già azionista di Marangoni e che nel 2017 ha acquisito il 100% di NABA e DOMUS Academy (creando così un polo della formazione della moda da 100 milioni di euro di ricavi), o la Raffles grande gruppo di Singapore con 26 college in tutta l'Asia, che nella città meneghina ha aperto nello stesso anno la sua prima scuola europea. È sempre qui che troviamo la già citata Triennale, modello e punto di riferimento – insieme alla Biennale di Venezia – per le oltre 250 Biennali

# TOP 10

AREA DESIGN,  
POLITECNICO  
DI MILANO



**COLLEZIONE  
PERMANENTE**

e Triennali sparse nel mondo e che aprirà quest'anno il museo permanente del design italiano; l'ADI, promotrice del prestigioso Premio Compasso d'Oro, che nel 2020 aprirà al pubblico la collezione permanente di tutte le opere risultate vincitrici a partire dal 1954, anno di istituzione del premio voluto dall'Architetto Gio Ponti.

Una collezione, ricordiamo, dichiarata "di eccezionale interesse artistico e storico" con decreto del 22 Aprile 2004 dal Ministero dei Beni Culturali; e il Salone del Mobile, pilastro del sistema, arrivato alla sua 58esima edizione, che con i suoi oltre 1800 espositori, di cui il 27% provenienti da 33 paesi, i suoi 650 designers del salone satellite e gli oltre 430mila visitatori provenienti da 188 Paesi rappresenta la più importante vetrina al mondo del design.

Ma il design in Italia è molto di più. Milano è l'emergenza visibile di un **sistema diffuso territorialmente**, fatto di tante capitali attorno alle quali si sono coagulate storicamente imprese di qualità manifatturiere e di servizi fortemente specializzate, artigiani eccellenti, designer, associazioni di categoria, enti di formazione pubblici e privati: Milano per l'abbigliamento e arredamento, Vicenza per l'oreficeria, Sassuolo per la ceramica, Torino e l'Emilia Romagna per l'automotive, Fermo per le calzature, Napoli per l'abbigliamento da uomo, Firenze per la pelletteria e Pisa per la robotica, così scendendo giù lungo lo stivale, fino all'aerospaziale pugliese.

Un sistema che da tre anni il Ministero degli esteri in collaborazione con tutti gli attori pubblici e privati che rappresentano il design italiano di qualità, promuove attraver-

so il progetto Italian design day. Iniziativa che anche quest'anno ha portato nel mondo la cultura del design italiano dando vigore al brand nazionale ma anche al nostro valore aggiunto.

Una geografia confermata dal presente studio promosso da Fondazione Symbola e Deloitte, da cui si evince in maniera netta una sovrapposizione virtuosa tra la presenza di imprese del design e sistemi produttivi manifatturieri.

Anche nel 2017, le imprese del design italiano risultano le più numerose dell'area comunitaria. Per la prima volta, il numero di imprese supera quota 30mila (30.828) offrendo impiego a 50.226 lavoratori. Rispetto all'anno precedente, sia imprese (+5,6%) che occupati (+1,9%), che fatturato (3,8 miliardi di euro), crescono, quest'ultimo ad un ritmo superiore alla media comunitaria (+0,9% contro +0,6%), anche se questo non basta per colmare il divario con Germania (4,2 miliardi) e Regno Unito (6,2 miliardi), paesi in cui i policy makers hanno creato nel tempo un vero e proprio sistema di politiche di sostegno alla diffusione della cultura del design e del suo ruolo nei processi di innovazione. Si spiega anche così l'eccessiva frammentazione del settore: le imprese con meno di due addetti rappresentano ancora il 45% delle imprese del design. Un ruolo prevalente, quello delle piccole e piccolissime imprese, che, tuttavia, appare progressivamente in contrazione, grazie alla maggior dinamicità riscontrata dalle medie imprese del settore. Tra il 2011 e il 2017, infatti, le imprese con almeno 50 addetti hanno accresciuto la loro quota nel settore, sia in termini di addetti (dal 6,6% all'8,8%), che di fatturato (dal 15,1% al 20,7%).

Le grandi conurbazioni metropolitane rappresentano il fulcro del design italiano, con Milano che assorbe il 16,3% dell'occupazione e il 20,5% del valore aggiunto. A seguire, Torino e Roma, rispettivamente seconda e terza. In termini di importanza del design sui territori, Fermo si colloca saldamente al primo posto (grazie al ruolo esercitato nella progettazione stilistica delle calzature), sia in termini di occupati (1,0%) che di valore aggiunto (1,0%).

Come è evidente i numeri non restituiscono la complessità del sistema design, fatto anche di numerosi professionisti e designer che, lavorando all'interno di aziende attive in altri settori, diffondono le proprie competenze permeando il tessuto economico del Paese in altri ambiti.

Come si evince dal Rapporto, **made in Italy e design vanno di pari passo**, in quanto entrambi localizzati nelle regioni e nei territori che trainano l'economia italiana. D'altronde, facendo riferimento ad un'indagine svolta da Unioncamere tra le imprese manifatturiere con almeno 5 addetti, le imprese che puntano sul design impiegando designer direttamente (tramite assunzione o consulenze professionali) o attraverso rapporti di subfornitura, mostrano più spesso performance positive.

Nelle imprese "design oriented", infatti, il 32,3% dichiara una crescita degli addetti durante il 2017 (23,9% per le altre imprese) e oltre un terzo afferma un miglioramento del fatturato e delle esportazioni.

Il ruolo del design a traino della competitività, infine, appare ancor più accentuato se si considera il connubio con la green economy. Basti pensare come, nella distinzione tra imprese, il vantaggio a favore di quelle che investono in tecnologie green, puntando simultaneamente sul design, raggiunge i 21 punti percentuali in termini di addetti (il 42,0% delle imprese green e design oriented dichiara un aumento dell'occupazione, contro il 21,0% delle imprese inattive sui due fronti), 18 punti in termini di fatturato (46,0% contro 24,0%) e 17 punti in relazione alle esportazioni (44,0% contro 27,0%).

Per tutti questi motivi, le imprese del design e più in generale il sistema del design italiano sono chiamati ora ad accompagnare questa **transizione economica ed ecologica**. Dal 2012 abbiamo in Italia una agenda digitale, vista la rilevanza del settore, sarebbe importante, per preservare e rafforzare il nostro sistema del design e per rispondere alle grandi sfide del futuro, che il Paese si dotasse finalmente anche di un'agenda nazionale dedicata al design .

**ERMETE REALACCI**

**PRESIDENTE FONDAZIONE SYMBOLA**

**PIERLUIGI BRIENZA**

**AD DELOITTE CONSULTING**





**01**

DESIGN  
**DATA**

# IL CON- FRONTO EURO- PEO

DATA

1.1.

Nel 2016 sono oltre 192 mila le imprese del design che operano nei 28 Paesi dell'Unione Europea. Rispetto al 2015, la loro numerosità sul territorio ha registrato un incremento del 7,1%. In Italia risultano localizzate 30.828 imprese attive nel design, si tratta del 16% del totale complessivo a livello europeo, un valore che la colloca al **primo posto per densità imprenditoriale rispetto ai grandi paesi comunitari dell'Unione.**

Rispetto all'anno precedente la base imprenditoriale ha registrato un ritmo di crescita del 5,6%, uno dei valori di crescita più sostenuti dei big europei (solo la Germania registra una crescita superiore pari al 6,5%). Seguono per numero di aziende presenti la Francia con 27.689 imprese



## IMPRESE ATTIVE DEL DESIGN IN ITALIA E NEI GRANDI PAESI COMUNITARI

FONTE: elaborazioni Fondazione Symbola e Deloitte su dati Eurostat

### IMPRESE

valori assoluti e incidenze % sul totale Ue28 (ANNO 2016)

### VARIAZIONI

% medie annue (2009-2016)

ITALIA



**30.828**  
16,0%

▲ **+5,6%**

FRANCIA



**27.689**  
14,4%

▲ **+6,5%**

GERMANIA



**26.307**  
13,7%

▲ **+0,5%**

REGNO  
UNITO



**22.731**  
11,8%

▲ **+4,4%**

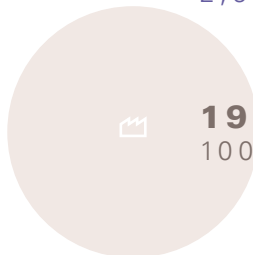
SPAGNA



**5.543**  
2,9%

▲ **+0,6%**

UNIONE  
EUROPEA



**192.446**  
100,0%

▲ **+7,1%**

(il 14,4%), la Germania con 26.307 imprese (il 13,4%), il Regno Unito con 22.731 unità (11,9%) e per ultima la Spagna con 5.543 unità (2,9%). Dal punto di vista della dinamica, complessivamente, tra il 2016 e il 2015, l'accrecimento del sistema imprenditoriale ha interessato tutti i grandi paesi della comunità europea, seppur con intensità differenti.

Le attività imprenditoriali occupano in Europa 303.141 addetti. Nello specifico, in Italia le imprese del design danno lavoro nel 2017 ad oltre 50mila persone, ovvero il 16,6% del totale degli addetti assorbiti dal settore in Europa. Tuttavia, tra i grandi paesi comunitari sono il Regno Unito e la Germania a creare il maggior numero di posti di lavoro, rispettivamente 55.819 addetti (il 18,4%) e 54.883 addetti (17,8%), collocando l'Italia in terza posizione in un'ideale graduatoria stilata in senso decrescente per numero di occupati. Complessivamente, rispetto al 2016 il numero di posti di lavoro a livello europeo ha registrato un incremento del 3,2%, a cui hanno contribuito essenzialmente le dinamiche registrate dalla Germania (+5,8%) e dell'Italia (+1,9%) visto che per gli altri grandi paesi comunitari si registrano al contrario andamenti recessivi.

L'Italia mostra significative capacità competitive nel settore del design se comparate con il resto dei grandi paesi comunitari. Infatti, le imprese nel 2017 hanno complessivamente contribuito a produrre il 15,6% dell'intero fatturato dell'Unione Europea, creando ricchezza per circa 3,8 miliardi di euro. Un risultato in crescita del +0,9% rispetto allo stesso dato del precedente anno, che registra una dinamica peraltro superiore rispetto a quanto evidenziabile per la media dell'Unione Europea.

**FONTE:** elaborazioni Fondazione Symbola e Deloitte su dati Eurostat

## ADDETTI DELLE IMPRESE DEL DESIGN IN ITALIA E NEI GRANDI PAESI COMUNITARI

### ADDETTI

valori assoluti e incidenze % sul totale Ue28 (ANNO 2017\*)

**REGNO  
UNITO**



**55.819**  
18,4%

**GERMANIA**



**54.383**  
17,9%

**ITALIA**



**50.226**  
16,6%

**FRANCIA**



**31.926**  
10,5%

**SPAGNA**



**7.512**  
2,5%

**UNIONE  
EUROPEA**



**303.141**  
100,0%

\* i valori e le dinamiche riferite al 2017 sono preconsuntive

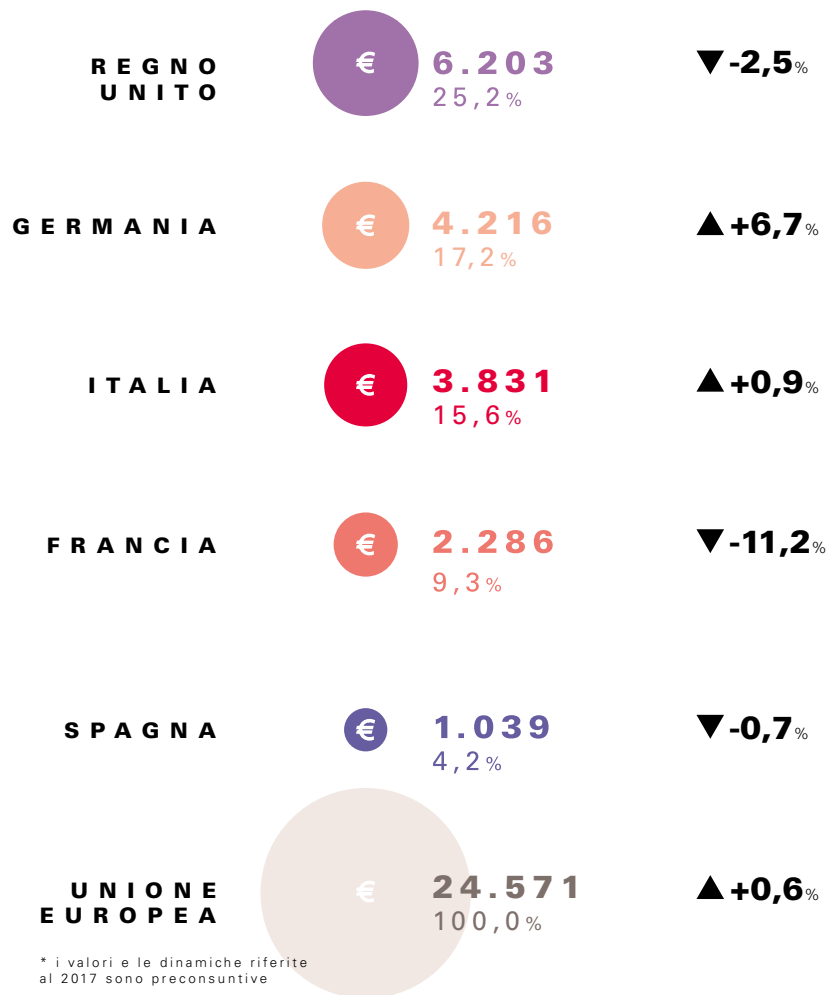
## FATTURATO DELLE IMPRESE DEL DESIGN IN ITALIA E NEI GRANDI PAESI COMUNITARI

Il Regno Unito che in termini di fatturato prodotto rimane il paese che contribuisce maggiormente all'intera ricchezza del settore a livello comunitario (nel 2017 produce 6 miliardi di euro, ovvero il 25,3% del totale europeo) registra una significativa riduzione del -2,5%. Al contrario, la Germania, seconda in termini di fatturato prodotto (4,2 miliardi di euro, ovvero il 17,2% dell'intera comunità europea) registra un'ulteriore accelerazione del +6,7%.

**FONTE:** elaborazioni  
Fondazione Symbola  
e Deloitte su dati Eurostat

### FATTURATO €

valori assoluti e incidenze % sul totale Ue28 (ANNO 2017\*)



\* i valori e le dinamiche riferite al 2017 sono preconsuntive

## FATTURATO PER ADDETTO DELLE IMPRESE DEL DESIGN IN ITALIA E NEI GRANDI PAESI COMUNITARI

FONTE: elaborazioni Fondazione Symbola e Deloitte su dati Eurostat

### FATTURATO PER ADDETTO €

valori per addetto (ANNO 2017\*)

### VARIAZIONI

% medie annue (2016-2017)

SPAGNA	€ 138.365	▲+22,1%
REGNO UNITO	€ 111.129	▼-0,5%
GERMANIA	€ 77.521	▲+0,9%
ITALIA	€ 76.281	▼-1,0%
FRANCIA	€ 71.594	▼-11,2%
UNIONE EUROPEA	€ 81.056	▼-2,5%

\* i valori e le dinamiche riferite al 2017 sono preconsuntive

La produttività del settore sembra aver registrato un rallentamento a livello comunitario, infatti il fatturato per addetto sperimenta una riduzione di circa 10mila euro in 6 anni, passando da 91.021 euro del 2011 a 81.056 euro nel 2017. Tale dinamica investe tutti i grandi paesi comunitari, ad eccezione della Spagna. Considerando solo l'ultimo anno, il fatturato per addetto appare ancora in deciso aumento in Spagna (+22,1%) e in forte contrazione in Francia (-11,2%). L'Italia si posiziona nel mezzo, con una piccola contrazione (-1,0%), sostanzialmente in linea con il Regno Unito (-0,5%) e in leggera controtendenza con la Germania (+0,9%).

## VALORE AGGIUNTO DELLE IMPRESE DESIGN IN ITALIA E NEI GRANDI PAESI COMUNITARI

FONTE: elaborazioni Fondazione Symbola e Deloitte su dati Eurostat

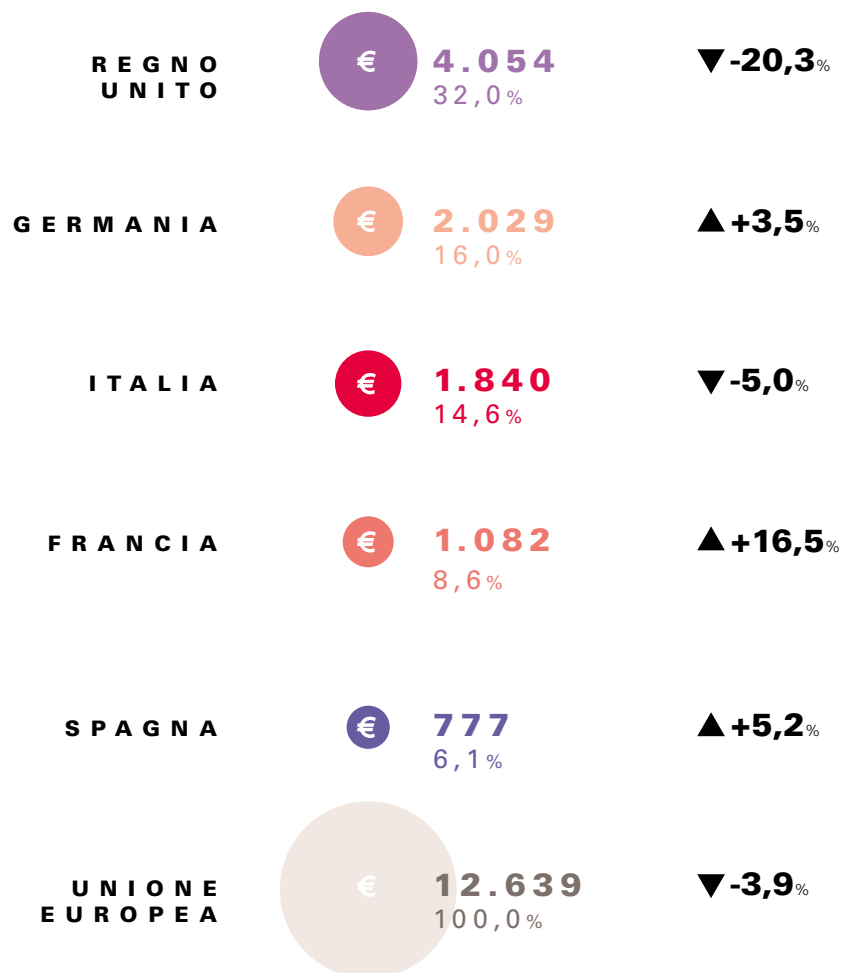
### VALORE AGGIUNTO IMPRESE €

milioni di euro e incidenze % sul totale Ue28 (ANNO 2016)

### VARIAZIONI

% medie annue (2015-2016)

Le imprese del design hanno prodotto complessivamente nel 2016 un valore aggiunto di 12,6 miliardi di euro, registrando una flessione del 3,9% rispetto all'anno precedente da imputare per lo più alla significativa contrazione sperimentata dal Regno Unito (-20,3%). Tra i grandi paesi comunitari l'Italia si colloca al terzo posto in quanto a valore aggiunto realizzato dal design (1,8 miliardi di euro, ovvero il 14,6% del valore aggiunto comunitario).



Un valore quasi doppio di quello prodotto dalla Francia (1 miliardo di euro) e dalla Spagna (777 milioni di euro), ma prossimo a quello più alto realizzato dalla Germania (2 miliardi di euro). Il Regno Unito, invece, nonostante l'aspra contrazione, mantiene il primato tra i grandi paesi comunitari producendo circa 4 miliardi di euro di valore aggiunto del settore, ovvero il 32% della quota comunitaria.

Il nostro Paese è quindi primo in Europa per numero di imprese del design e terzo per fatturato e numero di addetti.

IN EUROPA

L'ITALIA È AL:

**PRIMO POSTO**  
PER NUMERO DI  
IMPRESE DI DESIGN



**TERZO POSTO**  
PER FATTURATO



**TERZO POSTO**  
PER NUMERO DI  
ADDETTI



**TERZO POSTO**  
PER VALORE  
AGGIUNTO



DATA

1.2.

# LE IMPRESE ITALIANE DEL DESIGN

Il settore del design, oggetto di analisi del presente studio, raccoglie tutto quell'insieme di attività produttive che sviluppano servizi per altre filiere e veicolano contenuti e innovazione culturale in tutto il resto dell'economia. Il contributo che forniscono è fondamentale perché consente di affrontare le trasformazioni in atto, sia nei settori manifatturieri che in quelli dei servizi. Tale base, nel nostro Paese, risulta particolarmente ricca, vista la prima posizione ricoperta nel panorama comunitario per numero di imprese nel settore (30.828 imprese). Una base che continua ad arricchirsi, considerando un incremento pari al +5,6% nell'arco di soli dodici mesi. Una dinamica tra le più alte registrate nell'intera area che si associa ad un valore complessivo di fatturato registrato dalle stesse che sfiora i **4 miliardi di euro di fatturato grazie al lavoro di oltre 50mila addetti.**

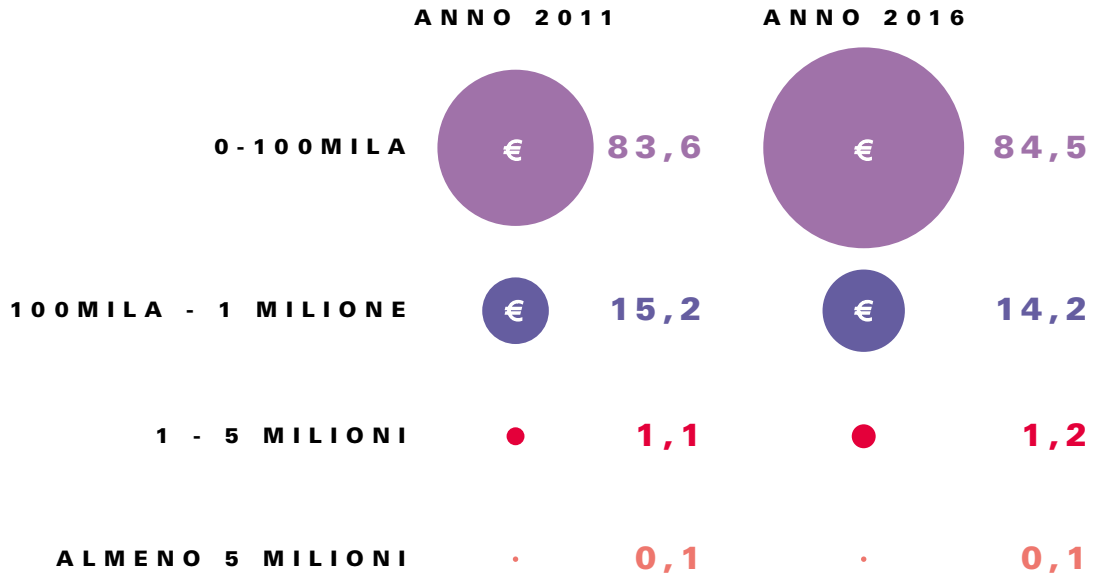


## COMPOSIZIONI DELLE IMPRESE ITALIANE DEL DESIGN PER CLASSI DI FATTURATO

FONTE: elaborazioni Fondazione Symbola su dati Eurostat

### CLASSI DI FATTURATO €

valori percentuali (ANNO 2011-2016)

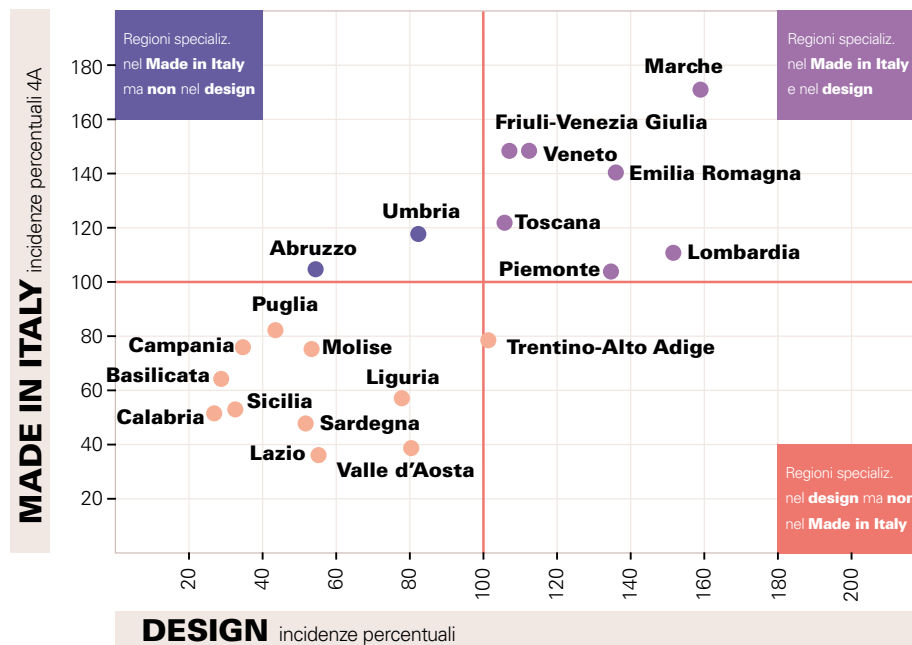


Analizzando i dati di fonte Istat relativi alla distribuzione per classe di fatturato si evidenzia come, nel 2016, la frammentazione produttiva che caratterizza il settore, in linea con molte altre specializzazioni produttive italiane, continua a inficiare sul livello di competitività dell'Italia. Rispetto al 2011, la percentuale di imprese collocate su un volume di affari inferiore a 100mila euro è cresciuta di quasi un punto percentuale, raggiungendo quota 84,5%. Di contro, solo poche imprese (l'1,3%) riescono a registrare un fatturato superiore al milione di euro e, tra queste, solo 47 offrono un valore annuale superiore a 5 milioni di euro (0,1%).

INDICI DI LOCALIZZAZIONE REGIONALI NEL DESIGN  
E NEI SETTORI MANIFATTURIERI DELLE 4A DEL MADE IN ITALY

ANNO 2016

\*I numeri indice del design e del made in Italy sono calcolati come rapporto tra il peso del comparto sull'economia regionale e l'analogo valore a livello nazionale.



**FONTE:** elaborazioni Fondazione Symbola su dati Eurostat

Tuttavia il design permane come una specializzazione traino dell'economia italiana. Non a caso, infatti, le imprese del design prosperano negli stessi luoghi dove sono storicamente localizzate le basi imprenditoriali del *made in Italy*. Come si evidenzia dal grafico a dispersione, le regioni con il più alto tasso di presenza del design sono proprio quelle maggiormente specializzate nei settori tipici del *made in Italy* (le c.d. 4A: alimentare e bevande, abbigliamento e moda, arredamento e automazione).

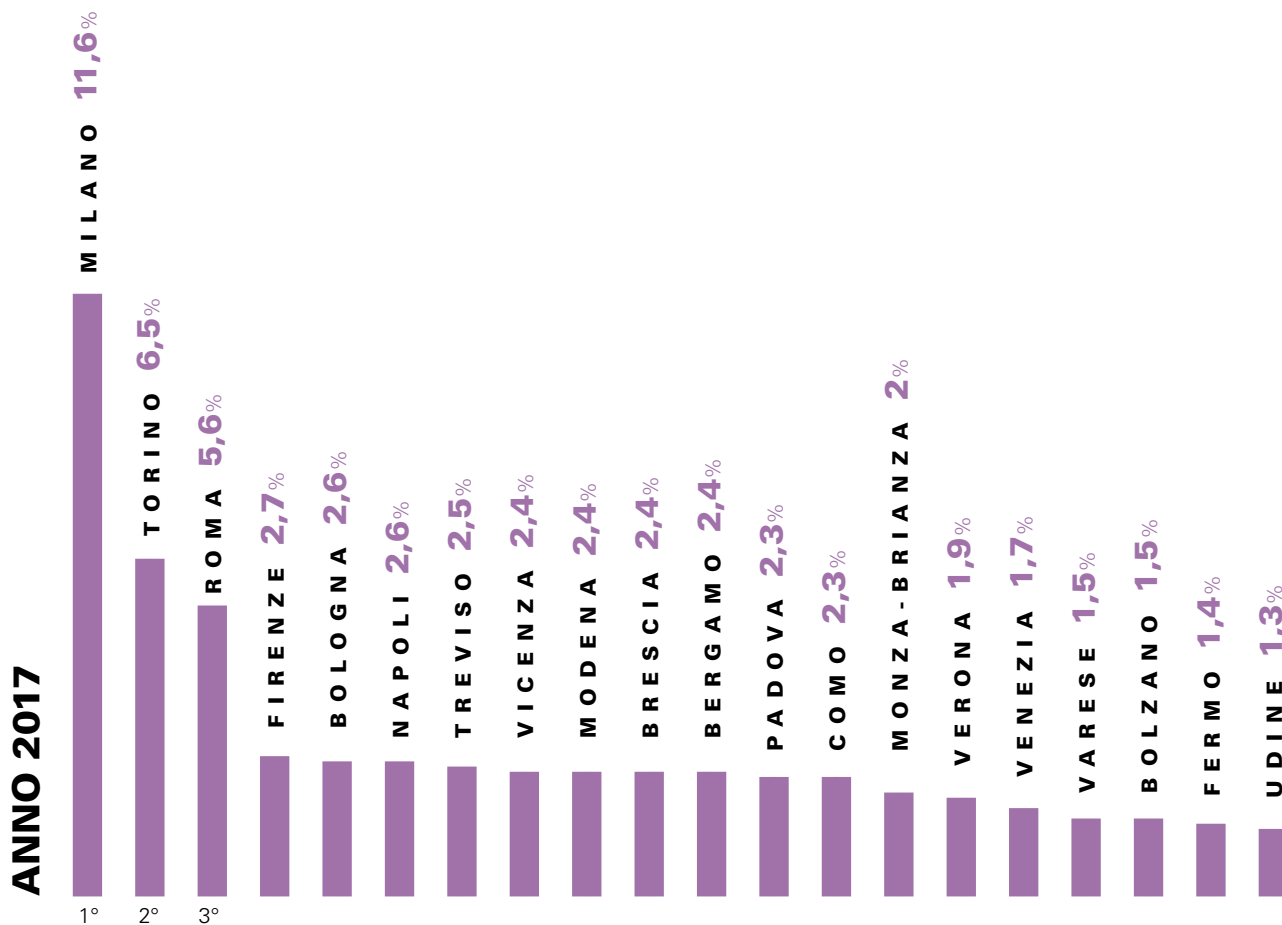
In Italia l'articolazione territoriale delle imprese del design offre numerosi spunti di analisi. Rispetto al totale nazionale, la distribuzione delle imprese del design appare piuttosto concentrata. Infatti, l'osservazione della localizzazione delle imprese rispetto al totale nazionale evidenzia una marcata agglomerazione nei sistemi territoriali metropolitani. Basti pensare come le prime venti province italiane assorbano quasi il 60% di tutte le imprese del design italiane. Di queste, quasi la metà si localizzano in solo quattro città metropolitane, nello specifico, l'11,6% a Milano, il 6,5% a Torino, il 5,6% a Roma e il 2,7% a Firenze. Analogamente a quanto rilevato nel 2016, si evidenzia la diffusa presenza in graduatoria delle province lombarde (oltre Milano prima classifica, Bergamo, Brescia, Como, Monza e Varese) e di quelle venete (Treviso, Padova, Vicenza, Verona e Venezia). Ancora non sufficiente la diffusione imprenditoriale del design nel meridione considerato che l'unica provincia presente in graduatoria risulta Napoli (2,6%).

In termini di specializzazione territoriale è la provincia di Fermo a mostrare la più spiccata propensione del sistema imprenditoriale alle attività del design. La provincia marchigiana, infatti, si colloca in prima posizione per incidenza delle unità locali sul totale del sistema imprenditoriale provinciale, confermando con un valore pari all'1,38% un risultato già rilevato negli anni precedenti. Seguono la provincia di Como (0,96%), Lecco e Modena (0,68%), Milano (0,62%) e Vicenza (0,60%). Questa distribuzione geografica ricalca la spazialità delle imprese tipiche della manifattura del Made in Italy. Non a caso, nella graduatoria appena commentata emergono i territori del Veneto, dell'Emilia – Romagna e delle Marche dove si localizzano i più competitivi distretti industriali nazionali. Non si evidenziano invece specializzazioni significative in nessuna delle province del meridione.

PRIME VENTI PROVINCE ITALIANE PER PESO  
DELLE IMPRESE DEL DESIGN SUL TOTALE NAZIONALE

FONTE: Fonte: Fondazione Symbola-Unioncamere

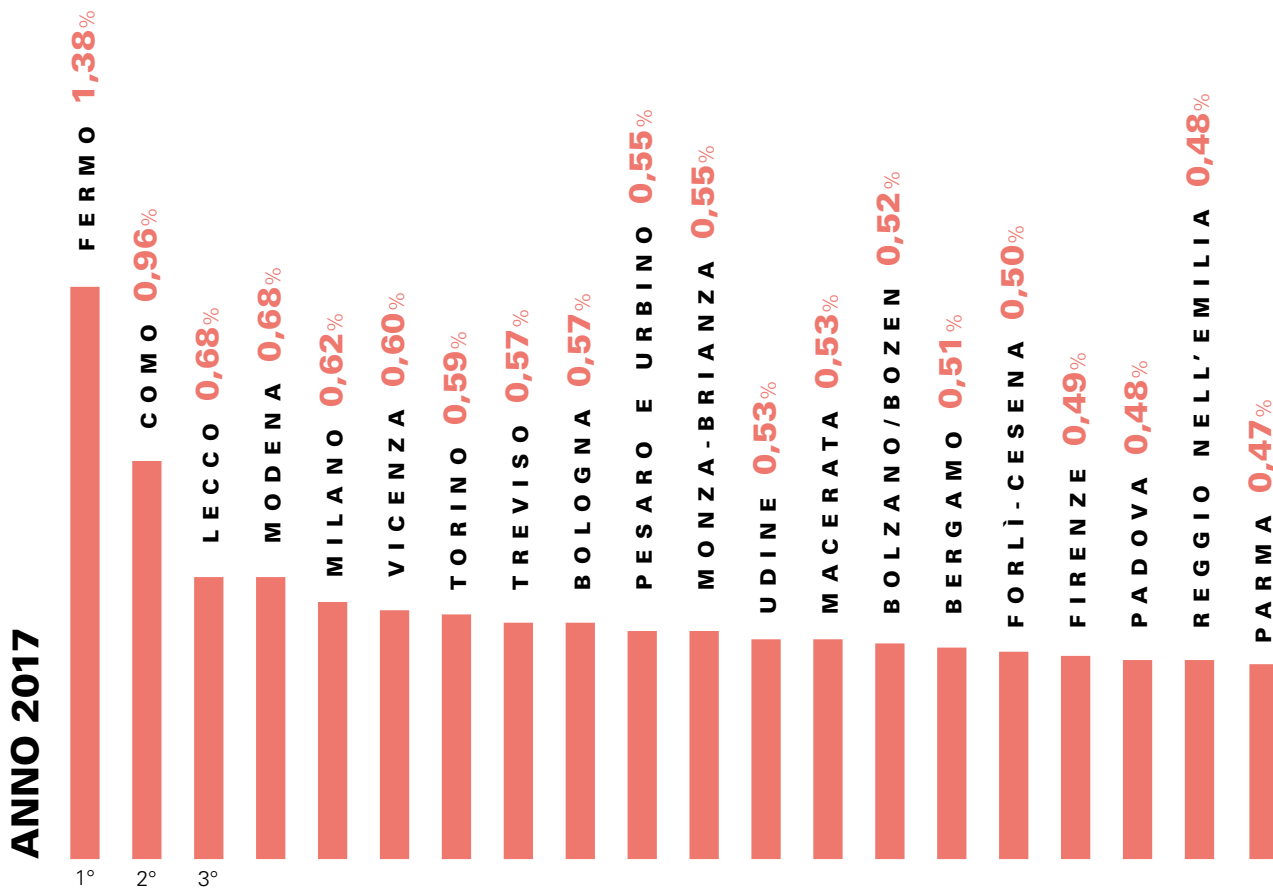
**INCIDENZE** percentuali sul totale nazionale



PRIME VENTI PROVINCE ITALIANE PER PESO  
DELLE IMPRESE DEL DESIGN SUL TOTALE PROVINCIALE

FONTE: Fonte: Fondazione Symbola-Unioncamere

**INCIDENZE** percentuali sul totale provinciale

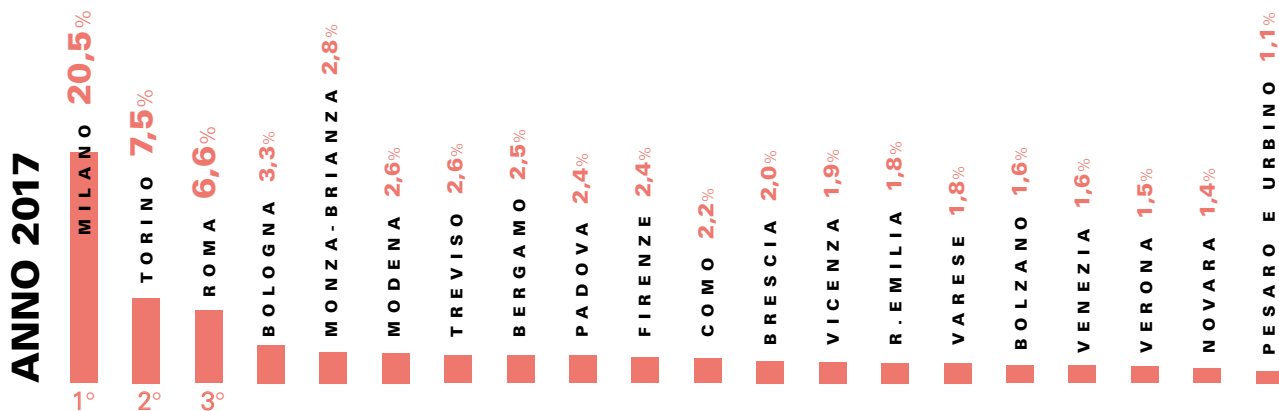


## PRIME VENTI PROVINCE ITALIANE PER PESO

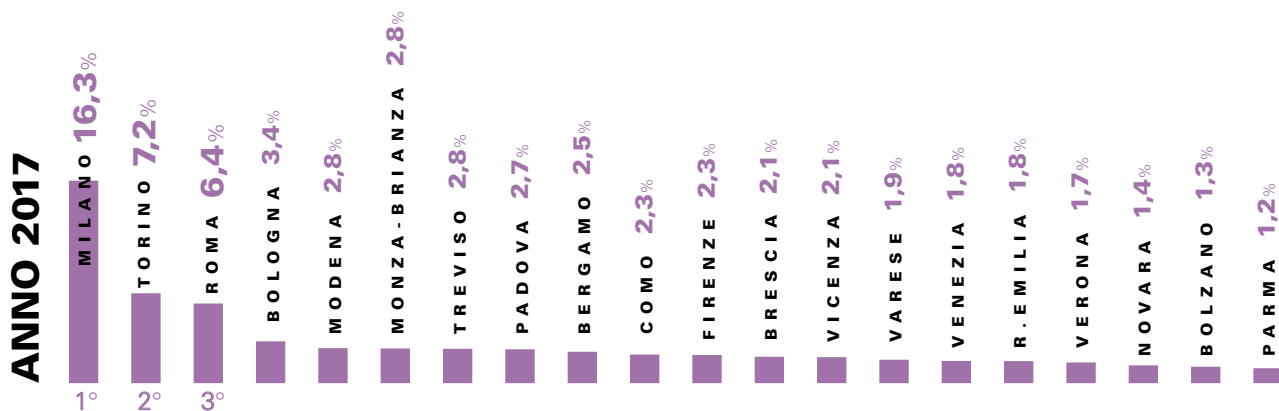
### DEL DESIGN SULL'ECONOMIA ITALIANA

FONTE: Fonte: Fondazione Symbola-Unioncamere

## PESO DEL VALORE AGGIUNTO incidenze percentuali sul totale nazionale



## PESO DEGLI OCCUPATI incidenze percentuali sul totale nazionale



La distribuzione geografica delle prime venti provincie per incidenza del valore aggiunto e degli occupati del design sul totale nazionale, appaiono piuttosto simili. La città metropolitana di Milano è prima sia per peso del valore aggiunto (20,53%) sia per numero di occupati (16,27%) impiegati nel settore del design. Seguono le provincie di Torino e di Roma che si collocano al secondo e terzo posto sia per incidenza del valore aggiunto (rispettivamente 7,54% e 6,56%) sia per numero di occupati (rispettivamente 7,22% e 6,40%). Cumulativamente le prime tre città metropolitane assorbono quasi un terzo dell'intero valore aggiunto e del totale degli occupati del settore, rispettivamente il 34,6% del valore aggiunto e il 29,89% degli occupati. In termini di specializzazione la provincia di Fermo si conferma leader indiscusso in quanto a peso del design sull'economia provinciale. In riferimento ad entrambi gli indicatori analizzati infatti la provincia mostra la più alta incidenza nel panorama nazionale, nello specifico il valore aggiunto del design incide per lo 0,97% sul totale provinciale e l'1,02% del totale degli occupati. Seguono le provincie di Como (0,52% sul valore aggiunto provinciale e 0,66% sugli occupati provinciali) e la provincia di Novara (0,52% sul valore aggiunto provinciale e 0,64% sul totale degli occupati provinciali). Coerentemente a quanto rilevato per la specializzazione imprenditoriale dei territori, anche in riferimento al valore aggiunto e alla numerosità degli occupati non si evidenzia la presenza significativa di alcun territorio del Mezzogiorno.





**02**

---

DESIGN È  
**INNOVA-  
ZIONE**

# DESIGN E COM- PETITI VITÀ

Il design in Italia, rappresenta una forma di innovazione molto diffusa: pervade molte delle produzioni tipiche del made in Italy, tanto da rappresentarne il tratto caratteristico. Nonostante questo sia un dato condiviso, risulta però difficile identificare correttamente l'effetto del design sulla competitività delle imprese. Per comprendere come effettivamente il design rappresenti una variabile determinante per il rafforzamento della capacità di crescita del sistema imprenditoriale si possono utilizzare alcune risultanze ottenute dall'indagine condotta da Fondazione Symbola e Unioncamere nel 2018<sup>3</sup>.

Da quest'indagine appaiono evidenti i differenziali nei livelli di *performance*. Il numero di imprese che, nel 2017, hanno aumentato il numero di addetti è 10 punti percentuali superiori nelle imprese con attività orientate al design<sup>4</sup> (32,3%) rispetto alle altre imprese (23,9%).

Stesso dicasi per quel che riguarda l'andamento per il fatturato. Anche in questo caso, la percentuale di imprese che hanno aumentato i volumi di fatturato è quasi dieci punti percentuale superiore per le attività imprenditoriali design oriented (35%) rispetto alle altre imprese (27,2%). Anche l'andamento del livello di esportazioni riflette le stesse proporzioni analizzate per il fatturato e il numero di addetti. Nello specifico, sono pari al 35,9% le imprese design oriented che hanno aumentato il volume delle vendite sui mercati internazionali, mentre il medesimo risultato riferito alle altre imprese raggiunge un valore inferiore di quasi sei punti percentuali, nello specifico pari al 30%. Guardando anche alle previsioni degli andamenti economici per il 2018, le proporzioni rimangono inalterate. Nel 2018, le imprese design oriented che prevedono di accrescere il numero di addetti sono il 27,3%; oltre dieci punti percentuali superiori rispetto alla medesima quota riferita alle altre attività imprenditoriali. Ancora più ampio il divario che si associa agli imprenditori che prevedono di aumentare i volumi di fatturato, visto che per le imprese relative al design tale quota raggiunge un valore del 35,8% mentre per le altre attività imprenditoriali si attesterà a 23,6%. Non si evidenzia invece differenza rilevante nelle previsioni di aumento del livello di vendite sui mercati internazionali.

---

3 Indagine condotta nel 2018 su un campione di 3mila imprese manifatturiere da 5 a 499 addetti, statisticamente rappresentative dell'universo formato da 54.000 unità.

4 Le imprese design oriented sono imprese che nella loro attività produttiva hanno impiegato competenze professionali del design attraverso assunzioni dirette, consulenze o specifiche subforniture.

INCIDENZA DELLE IMPRESE  
CHE HANNO AUMENTATO O PREVE-  
DONO DI AUMENTARE FATTURATO,  
ADDETTI ED ESPORTAZIONI PER  
TIPOLOGIA DI IMPRESA

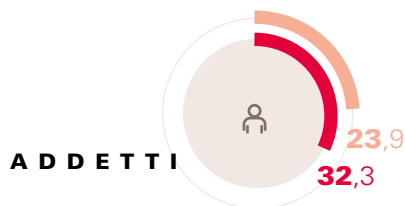
FONTE: Fondazione Symbola-Unioncamere

**ANNO 2017**

valori percentuali

IMPRESE  
DESIGN\*  
ORIENTED

ALTRE  
IMPRESE



\* IMPRESE  
DESIGN ORIENTED  
imprese che hanno impiegato,  
alle dipendenze, come consulenti  
o attraverso rapporti di subfornitura,  
professionisti legati al design.

Il design è un'attività che interessa moltissimi settori. Da sempre gli artigiani si sono avvalsi dell'utilizzo e dell'implementazione delle tecniche di disegno di progetto più avanzate e creative, ma oggi il design offre nuove opportunità per la creazione di un ponte perfetto tra tradizione e nuove tecnologie.

Ne sono un esempio le *Startup Design*, nate combinando le produzioni tradizionali con la scoperta di nuovi mercati. Ad esempio sulle produzioni agroalimentari alcuni esempi sono *Winedelivery* che ha scelto di investire sull'implementazione di un servizio di consegna a domicilio last minute di vini, birre e drink a temperatura di consumo, o *Winest* che si è specializzata nell'ideazione, progettazione e realizzazione di cantine di pregio in materiali naturali per l'alta qualità della conservazione dei vini.

Sul legno e l'arredo invece si ritrova *Holotransfer* che ha sviluppato una App in Realtà Aumentata (AR) che permette alle aziende di arredo di estendere il proprio showroom direttamente dentro casa dei potenziali clienti, o *Impatia* che produce tavoli da gioco di lusso, utilizzando materiali pregiati e avvalendosi delle più innovative tecnologie, al fine di creare un prodotto esclusivo. Sulle produzioni più innovative si ritrova ad esempio *Blabar*, piattaforma dedicata alla realizzazione online di eventi.

**INCIDENZA DELLE IMPRESE  
GREEN\* E DESIGN ORIENTED CHE  
HANNO AUMENTATO FATTURATO,  
ADDETTI ED ESPORTAZIONI**

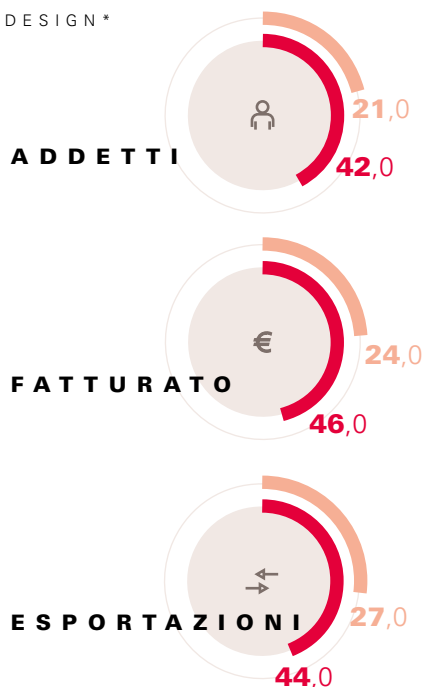
**FONTE:** Fondazione Symbola-Unioncamere

**ANNO 2017**

valori percentuali

 **IMPRESE  
GREEN\*\* E DESIGN\*  
ORIENTED**

 **ALTRE  
IMPRESE**



\* **IMPRESE  
DESIGN ORIENTED**  
imprese che hanno impiegato,  
alle dipendenze, come consulenti  
o attraverso rapporti di subfornitura,  
professionisti legate al design.

\*\* **IMPRESE  
GREEN**  
imprese che hanno  
effettuato investimenti  
in tecnologie ambientali  
negli ultimi tre anni

Dalla ricerca del locale o del performer, alla prenotazione e creazione di inviti da condividere sui social network, garantisce la riuscita dell'evento in 24 ore, oppure *Lean Wire* che basandosi sulle metodologie BIM – Building Information Modeling – fornisce una soluzione online per progettare e far realizzare l'impianto elettrico di casa.

Il ruolo del design a traino della competitività, infine, appare ancor più accentuato se si considerano le imprese green, ovvero quelle imprese che hanno deciso di investire, nell'ultimo triennio, in tecnologie che permettono di ridurre l'impiego di materia prima e la produzione di rifiuti, risparmiare il consumo idrico, favorire il recupero degli scarti e la sostituzione delle sostanze nocive con altre a minor impatto.

Basti pensare come, nella distinzione tra imprese, il vantaggio a favore di quelle che hanno investito in tecnologie green puntando simultaneamente sul design raggiunge i 21 punti percentuali in termini di addetti (il 42,0% delle imprese green e design oriented dichiara un aumento dell'occupazione contro il 21,0% delle imprese inattive sui due fronti), 18 punti in termini di fatturato (46,0% contro 24,0%) e 17 in relazione alle esportazioni (44,0% contro 27,0%).

# DESIGN E MADE IN ITALY

Come evidenziato vi è uno stretto legame tra design e competitività (cfr. correlazione tra imprese design oriented e aumento del fatturato) perché **il design è innovazione**. Di innovazione legata al design negli anni si sono alimentate tutte le filiere produttive del made in Italy, si spiega anche così la prossimità tra produzioni manifatturiere e presenza di imprese del design (cap. 2) e il successo del marchio made in Italy, ricordiamo settimo a livello globale in termini di reputazione<sup>5</sup>.

Ma design non agisce solo sul prodotto o sui servizi (offerta), può interessare i processi, ovvero il modello operativo aziendale (configurazione) fino alla relazione con il cliente finale (esperienza).<sup>6</sup>

Nella parte di configurazione il design impatta particolarmente nella definizione dei processi, che devono essere coerenti con il prodotto offerto, ad esempio può comportare l'utilizzo di nuovi materiali e nuove tecnologie per creare l'oggetto desiderato. L'offerta e l'esperienza sono ambiti in cui il design entra in maniera rilevante non solo nel concepimento del prodotto, ma anche nella comunicazione (Brand), nel disegno dell'esperienza Cliente sia su canali fisici, sia digitali, nella progettazione dei servizi correlati al prodotto (Service Design).



## TEN TYPES OF INNOVATION

### LE 4 A DEL MADE IN ITALY

Quando si parla di design gli sforzi delle imprese spesso si concentrano principalmente nel segmento dell'offerta, trascurando le altre due categorie, ma questo spesso può portare ad un'innovazione incrementale (e non radicale) del prodotto, quindi a soluzioni facilmente copiabili dalla concorrenza.

Quello che ha distinto invece le imprese del Made in Italy negli ultimi 50 anni, è stata la capacità di rendere il design parte integrante del loro DNA aziendale, portando queste imprese stesse ad innovarsi in numerosi ambiti dei *Ten Types* e diventando esempi di eccellenza. Questo risulta evidente trasversalmente in tutti i settori del Made in Italy, ma in particolare nei quattro di bandiera riconosciuti come le 4A: Automazione, Alimentare e bevande, Abbigliamento e moda, Arredamento.

Nei paragrafi successivi la correlazione tra design, innovazione e competitività verrà ulteriormente declinata in ciascuno dei quattro settori anche attraverso la presentazione di esempi e di alcuni casi aziendali.<sup>7</sup> in cui gli effetti dell'innovazione design driven verranno analizzati secondo il framework "Ten types of innovation".<sup>8</sup>

<sup>5</sup> <https://www.statista.com/page/Made-In-Country-Index>

<sup>6</sup> Adattamento metodologia proprietaria Deloitte dei "Ten types of innovation", suddivisione dell'innovazione in 10 differenti tipi si organizza in 3 categorie.

<sup>7</sup> Tutte le informazioni riportate nel report inerenti ai casi studio sono prese da fonti pubbliche e dai siti web delle rispettive società; l'associazione ai Ten Types of Innovation è una libera elaborazione Deloitte sulla base delle informazioni suddette. Il Utilizzando come framework di analisi un adattamento di Dallo studio di circa 2000 esempi di innovazione di successo, è stata estrapolato l'embrione di questa metodologia, da cui risulta che tra i casi studiati, tutte le aziende che hanno saputo innovare con successo il loro settore hanno sfruttato almeno quattro dei dieci tipi di innovazione in diverse combinazioni.

<sup>8</sup> Larry Keeley - "I dieci tipi di innovazione" - 2014, LSWR.

# A AUTOMAZIONE

Tenendo conto delle attività produttive sia dirette che indirette, il settore dell'automotive rientra a pieno diritto nelle eccellenze del Made in Italy grazie al fatturato che risulta pari al 5.6% del PIL<sup>9</sup> con un costante investimento del settore in ricerca e sviluppo; crescono le aziende che operano in un'ottica di *open innovation* e quasi il 50% di esse ha investito su industria 4.0<sup>10</sup>.

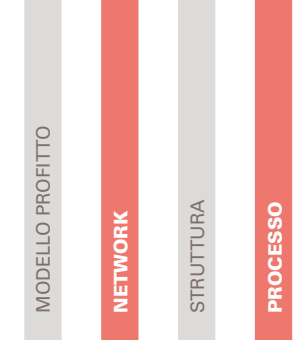
I trend di innovazione in questo settore sono molto legati allo sviluppo delle tecnologie per migliorare ed efficientare la produzione, quali stampanti 3D, manifattura additiva e *cobots* (robot che collaborano nel processo produttivo, in particolare nel sollevamento pesi), ma non mancano gli sviluppi legati al prodotto finale, in questo caso si parla di veicoli a guida autonoma e sviluppo sostenibile ed *eco-friendly*.

In questo panorama l'Italia risulta propensa al progressivo spostamento verso i mezzi ad alimentazione alternative, che attualmente rappresentano l'11,7% del totale dei mezzi in circolazione. Questo qualifica il nostro paese come primo mercato ad alimentazione alternativa d'Europa; considerando però la sola alimentazione

elettrica, l'Italia risulta ancora poco sviluppata rispetto alla media UE<sup>11</sup> per svariati motivazioni, che vanno dalla mancanza di incentivi, alle scarse infrastrutture, all'esiguo numero di modelli attualmente in commercio.<sup>12</sup>

In questo scenario in transizione, il settore della mobilità è quello in maggiore trasformazione, spinto dalla accelerazione mondiale, in particolare del mercato cinese, della mobilità elettrica. Cuore dei veicoli elettrici, anche dal punto di vista dimensionale, non sono più i motori meccanici, ma i pacchi batterie, con importanti ricadute sul design. Lo sviluppo di tecnologie come quelle degli ioni di litio a celle laminate, hanno portato per esempio a ripensare l'ingombro ma soprattutto la posizione della batteria, influenzando le proporzioni delle auto: le batterie piatte posizionate al centro sotto il pavimento, richiedono di allungare il passo. Al tempo stesso il ridotto ingombro del motore, oltre all'assenza di serbatoi, consente di limitare al minimo gli sbalzi e le zone di assorbimento degli urti che non sono più vincolate alla presenza di grossi e pesanti motori. Per questo, molte delle concept car elettriche che vediamo da anni ai saloni hanno l'aspetto





## CONFIGURAZIONE OFFERTA

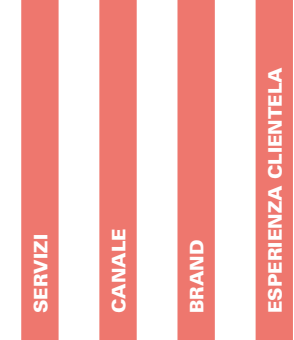
di grandi cellule abitative su ruote. Attori in prima linea in questa ridefinizione dell'auto del futuro troviamo le grandi firme del design italiano, da Zagato a Giugiaro, da Pininfarina a Bertone. Cambieranno ancora di più le moto, una moto elettrica non ha bisogno né della marmitta né del serbatoio, lo stesso si può dire dell'auto, ma in una macchina queste componenti non fanno parte del design.

Questo crea un'opportunità, ma anche una sfida.

Sfida raccolta da Piaggio, azienda storica italiana, che ha deciso di credere in questo trend, ed è riuscita a rinnovare un prodotto iconico come la Vespa, proponendola in versione elettrica senza snaturarla.

Il prodotto è rimasto esteticamente molto simile a quello originario degli anni '50 e diventato poi uno standard, ma con un impatto sul design del prodotto sia per il diverso tipo di alimentazione sia per l'introduzione di tecnologie di ausilio alla guida

Le caratteristiche della Vespa Elettrica sono infatti completamente diverse da quelle del modello classico, offre nuove funzionalità digitali e di connettività che la storica Vespa non avrebbe mai potuto immaginare.



## ESPERIENZA

Il cruscotto digitale fornisce i parametri di bordo e rende disponibili statistiche sul viaggio utili a migliorare lo stile di guida. Il sistema Vespa Mia consente la piena connettività tra smartphone e veicolo: è possibile rispondere alle chiamate, visualizzare le notifiche dei messaggi, attivare i comandi vocali e gestire la musica.

Questo connubio tra brand storico e innovazione è stato reso possibile grazie ad un sapiente uso del design, sia per l'estetica del prodotto che per l'analisi della *user experience* e dell'interazione con l'utente. La Vespa elettrica risulta un concentrato di estetica, funzionalità e sostenibilità ambientale.

VESPA ELETTRICA  
aree  
di innovazione  
design driven

- 9 <http://www.exportplanning.com/it/magazine/article/2018/05/14/automotive-made-in-italy-panoramica-del-settore-e-sfide-per-il-futuro/>
- 10 [http://www.ansa.it/canale\\_motori/notizie/componentie\\_tech/2018/10/15/autocomponentistica-italia-69-fatturato-e-13-addetti\\_a74347d9-bab3-485a-b951-fb20c9a8e078.html](http://www.ansa.it/canale_motori/notizie/componentie_tech/2018/10/15/autocomponentistica-italia-69-fatturato-e-13-addetti_a74347d9-bab3-485a-b951-fb20c9a8e078.html)
- 11 <http://www.exportplanning.com/it/magazine/article/2018/05/14/automotive-made-in-italy-panoramica-del-settore-e-sfide-per-il-futuro/>
- 12 <https://www.economyup.it/automotive/e-mobility-report-2018-tutti-i-numeri-dellauto-elettrica-in-italia-e-nel-mondo/>

# A ALIMENTARI E BEVANDE

L'Italia è sempre stata associata all'alimentazione (basti pensare che le prime sei parole italiane conosciute all'estero sono: pizza, cappuccino, spaghetti, espresso, mozzarella e tiramisù<sup>13</sup>) ma il riscontro è dato anche dai numeri; il fatturato italiano di questo settore equivale a 137 miliardi e siamo al primo posto in Europa per la produzione di prodotti di qualità certificati.

Oltre alla tradizione centenaria che vanta il nostro paese in questo campo, questi risultati sono dovuti anche alla capacità delle aziende del settore di comprendere i nuovi trend (quali<sup>14</sup> *new ingredients*, produzione in vitro, stampa 3D, agricoltura di precisione, *food delivery*, canali online, piattaforme di recensioni) e sapersi innovare.

Uno degli aspetti più curiosi e forse più legati al design è la stampa del cibo in 3D, di cui Barilla può essere un esempio virtuoso essendo uno dei brand storici italiani legato al Made In Italy. Sebbene si tratti di un'azienda ultracentenaria questo non le ha impedito di ampliarsi e rinnovarsi negli anni, anche grazie alla *open innovation* e alla creazione di un *Venture capital* (Blu1877) all'interno del quale si è sviluppata la startup BluRhapsody che produce 15 nuove forme di pasta stampate in 3D e le consegna direttamente al consumatore finale.

In questo caso il *food design* ha un ruolo predominante andando ad inserirsi nel trend relativo al *social food*, ossia l'abitudine di fotografare e condividere gli scatti del cibo sui social network. Su questi canali l'elemento visivo è il principale veicolo di comunicazione,



le potenzialità di abbinare progettazione visiva, modelli 3D ed algoritmi per la realizzazione di un piatto sono rilevanti per conciliare l'estetica al marketing attraverso un sapiente uso del design, ed è anche in quest'ottica che viene promosso il prodotto proposto da BluRhapsody.

Il trend dei prodotti stampati in 3D, una volta che la tecnologia avrà costi più contenuti, potrebbe evolversi ulteriormente, decidendo di fornire le materie prime con un sistema in abbonamento e di consegna schedulata direttamente al consumatore finale, favorendo un modello di alimentazione sostenibile che riduce la produzione di rifiuti, in quanto incentiva a "stampare" solo il cibo strettamente necessario. Risulta quindi evidente che l'unione di design e innovazione impatta su diversi ambiti, favorendo non solo lo sviluppo dell'azienda ma anche la promozione di modelli di produzione più sostenibili.

<sup>13</sup> <https://www.easyitalianlanguage.com/it/2017/12/12/parole-italiane-internazionali-famose-nel-mondo/>

<sup>14</sup> Deloitte — Innovation summit 2018

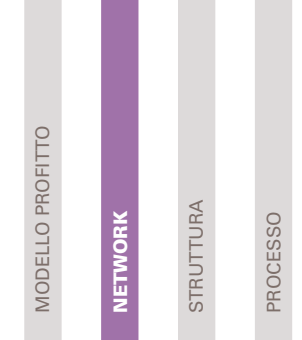
# A ARREDAMENTO

Un altro dei pilastri del made in Italy è il settore dell'arredamento, dalla fine degli anni '60<sup>15</sup> Milano e il Salone del Mobile sono stati un punto focale nel design di interni a livello globale.

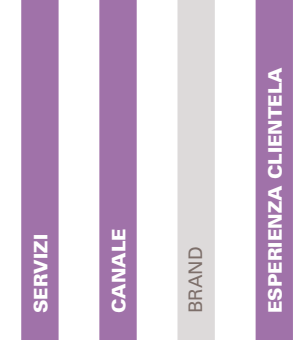
Nonostante l'impresa italiana sia fortemente ancorata nelle prime posizioni come export (22 miliardi nel 2017 in crescita del 6% rispetto all'anno precedente)<sup>16</sup> non può prescindere dalle innovazioni che stanno cambiando radicalmente questa industria. In particolare i principali trend da tenere in considerazione per il 2019 comprendono:<sup>17</sup>

1. I Brand venderanno esperienze nei loro negozi, non solo prodotti
2. L'Internet of Things renderà lo shopping più facile e più conveniente
3. I consumatori avranno una maggiore interazione con i bot di Facebook dei vari brand per informarsi e comprare i prodotti
4. Le aziende faranno leva sull'intelligenza artificiale, i big data e il machine learning per fornire un servizio miglior e più veloce al consumatore finale
5. La realtà aumentata sarà utilizzata in fase di marketing per sponsorizzare i prodotti

LAGO, azienda italiana di arredo che progetta e realizza mobili di altissima qualità, è diventata famosa sia in Italia che all'estero per aver puntato tutto sul connubio design-digitale, di cui un esempio è il progetto «Talking Furniture». Grazie a un chip, i mobili Lago comunicano con lo smartphone di chi vi si avvicina, permettendo



## CONFIGURAZIONE OFFERTA



## ESPERIENZA

TALKING  
FURNITURE  
aree  
di innovazione  
design driven

di raccontare la storia dell'oggetto, di entrare in una community locale della società e di accedere alla pagina Facebook.

L'idea di LAGO è quella di creare una community in cui i mobili siano parte una parte attiva della stessa, potendo raccontarsi da soli oltre gli orari di apertura degli store fisici apertura, fissando direttamente appuntamenti. Design e innovazione creano l'opportunità per i negozi di utilizzare le risorse a loro disposizione in maniera più efficiente e sostenibile, impiegando i commessi solamente per le fasi finali della vendita, ma senza trascurare il cliente visto che viene offerta un'esperienza nuova e interattiva.

Talking Furniture rientra appieno nei primi tre trend sopracitati, dimostrando come il design sia espressione di innovazione, sia dal punto di vista estetico che di interazione con il cliente finale, innovando la *user experience* ed i servizi offerti.

15 <https://www.borsaitaliana.it/notizie/food-finance/lifestyle/salonemobile.htm>

16 <https://it.fashionnetwork.com/news/L-export-di-design-italiano-vola-a-22-miliardi-nel-2017,969361.html#.XH-rz9JKhPY>

17 Deloitte – Retail trends 2018

# A

## ABBIGLIAMENTO E MODA

Considerando i *Top 100 Luxury Fashion Brands* a livello mondiale, 24 di essi sono italiani<sup>18</sup>, ciò significa che quasi un quarto dell'industria del lusso ha una forte connotazione del Bel Paese (l'export in questo settore ha un valore che si attesta vicino ai 51 miliardi<sup>19</sup>).

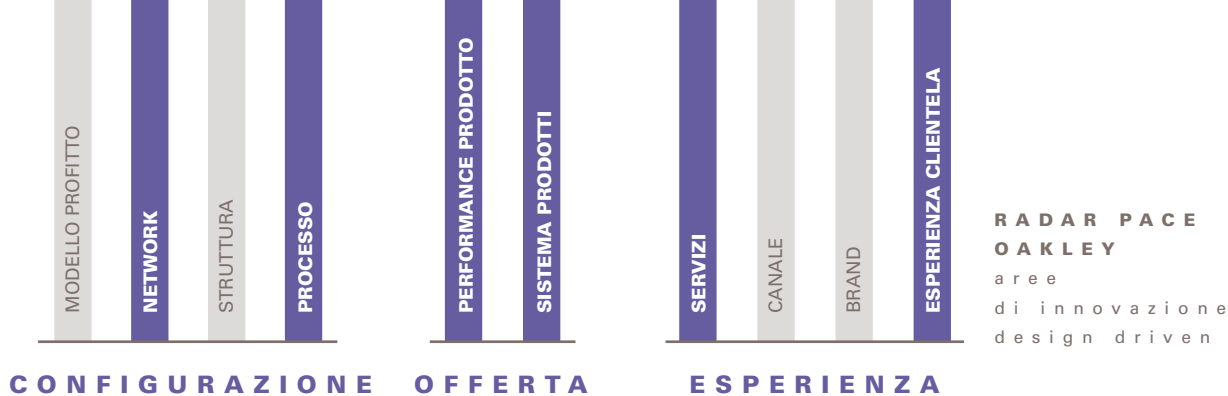
Il fashion è un settore design driven, non solo per la formazione erogata in questo campo, (approfondimento nel capitolo successivo), perché il design interessa tutte le fasi della produzione, dall'ideazione del prodotto alla definizione di tutte le rifiniture finali.

Il design in questo campo non si basa solo su materiali e prodotti, quindi sui trend lanciati semestralmente dalle maggiori case di moda, ma parte dai processi produttivi in cui *smart tailoring*, *digital printing* e intelligenza artificiale come predittore di trend futuri risultano

rivoluzionari. Inoltre la tecnologia e l'uso dei social media stanno modificando anche tutto l'ambito del post vendita grazie a trend come il *social shopping*, guidato dagli *influencer*, e il *dress sharing*<sup>20</sup>.

In questa rivoluzione a 360 gradi del settore, le nuove tecnologie impattano anche sul prodotto finale, seguendo il trend della connettività per i servizi di lusso<sup>21</sup>. Gli accessori non possono esimersi da questa corrente di innovazione e devono ormai essere sempre connessi, come dimostra Luxottica, unico Brand italiano nella lista stilata da Forbes delle *Top 100 Innovative Companies*.

Questa azienda mantiene una costante spinta verso l'innovazione che l'ha portata ad avere più di 1000 brevetti attualmente attivi a livello globale e all'introduzione



del Lean System nelle fabbriche che ha snellito drasticamente e reso più efficienti i processi produttivi, riducendo ogni tipo di spreco. Tra le innovazioni proposte ci sono nuovi materiali, l'utilizzo di stampanti 3D per costruire lenti di qualità superiore e occhiali ad attivazione vocale per ciclisti e corridori, come gli Oakley Radar Pace.

Grazie alla combinazione del *know how* di Oakley in materia di innovazione delle prestazioni, con l'esperienza di Intel per la tecnologia all'avanguardia, Radar Pace è il trionfo di una partnership che ha dedicato anni a ricerca e sviluppo. L'occhiale viene accessorizzato con delle cuffie bluetooth e un'applicazione per lo smartphone che non ha solo la *funzione di analytics* ma anche quella di "coach", offrendo infatti un programma di allenamento personalizzato che si adatta all'atleta.

La sfida affrontata dai designer in questo caso è stato integrare le tecnologie necessarie (sensori e cuffie bluetooth) con l'estetica del prodotto e le funzionalità richieste dagli sportivi: quali leggerezza, ergonomia, resistenza dell'occhiale e qualità delle lenti.

18 Deloitte, Global Powers of Luxury Goods 2018

19 Elaborazioni della Camera di commercio di Milano Monza Brianza Lodi su dati Istat

20 Deloitte — Innovation Summit report 2017

21 Cbinsights – report luxury trends in 2019





**03**

---

DESIGN E  
**FORMA-  
ZIONE**

FORMAZIONE

3.1.

# GLI ISTITUTI DI FORMAZIONE E I LAUREATI

Il moltiplicarsi dell'offerta formativa legata al design, se da un lato ne decreta il successo, dall'altro rende necessaria una opportuna e continua riflessione sui confini, sulle specificità e sulla qualità della didattica. L'ampiezza dell'offerta formativa e la diversità delle istituzioni sono spiegati dalla **presenza di diversi orientamenti alla didattica del design**. Ad esempio, il percorso universitario è maggiormente attento alla formazione di un "tecnico del progetto", che sappia connettere conoscenze umanistiche e scientifiche con quelle più specifiche della progettazione. Più attenta alle tradizioni dell'artigianato artistico e all'ambito della comunicazione è l'offerta formativa delle Accademie di Belle Arti. Di natura più specialistica è, invece, la vocazione degli ISIA, a differenza degli Istituti privati autorizzati al rilascio di titoli AFAM che propongono un'offerta formativa più orientata verso la progettualità e la "praticità".

**5**

**ISIA**  
**8,5%**

**10**

**ISTITUTO  
AUTORIZZATO  
AL RILASCIO  
DI TITOLI AFAM**  
**16,9%**

**13**

**ACCADEMIA  
DELLE BELLE ARTI**  
**22%**

**14**

**ABA  
LEGALMENTE  
RICONOSCIUTA**  
**23,7%**

**17**

**UNIVERSITÀ**  
**28,8%**

**59**  
**ISTITUTI ATTIVI  
NELLA FORMAZIONE**  
**2017**

**FONTE:** Fondazione Symbola su dati MIUR

Il presente studio ha scelto di prendere in considerazione solo le categorie di istituti pubblici e privati che formano professionisti del design: Università e sistema AFAM<sup>22</sup>. Non vengono analizzati gli istituti di natura privata che offrono formazione di tipo post diploma e post laurea e che si pongono al di fuori del circuito dei corsi ufficiali riconosciuti dal Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca, sebbene rappresentino una quota rilevante nel mondo della formazione dei designer.

Complessivamente, nell'anno solare 2017, 59 istituti hanno rilasciato titoli di studio in discipline del design, e sono: 17 Università, 13 Accademie delle Belle Arti, 14 Accademie Legalmente Riconosciute, 10 Istituti autorizzati a rilasciare titoli AFAM e 5 ISIA. Per un totale di 210 corsi di studio<sup>23</sup>, distribuiti in vari livelli formativi e in diverse aree di specializzazione.

Nel complesso sono stati formati 7453 designer, cioè circa 8% in più rispetto al 2016. In particolare, i designer formati dalle Università sono 3424 a cui si somma il comparto AFAM con 4029 unità, rappresentando rispettivamente il 45,9% e il 54,1% del totale dei laureati/diplomati. L'Università, in forza dei dati in crescita rispetto all'anno precedente, conferma il proprio primato nella formazione di designer, seguita a distanza dalle Accademie Legalmente Riconosciute (19%), dalle Accademie di Belle Arti (15,7%), dagli altri Istituti autorizzati al rilascio di titoli AFAM (15,7%) e infine dagli ISIA (3,3%).

In particolare, si può osservare come un elevato numero di persone scelga le Accademie Legalmente Riconosciute e quelle di Belle Arti, circa il 19% in più rispetto all'anno precedente, che, con rispettivamente 1430 e 1175 unità, insieme assorbono quasi il 35% del totale dei laureati/diplomati. A queste seguono gli Istituti privati autorizzati al rilascio

---

<sup>22</sup> Accademie delle Belle Arti, Accademie delle Belle Arti Legalmente Riconosciute, Istituti Superiori per le Industrie Artistiche – ISIA – e Istituzioni autorizzate a rilasciare titoli di Alta Formazione Artistica, Musicale e Coreutica in base all'art. 11 DPR 8.7.2005, n. 212.

<sup>23</sup> Vedi nota metodologica.

## NUMERO STUDENTI DIPLOMATI SUDDIVISI PER TIPOLOGIA DI ISTITUTO DI FORMAZIONE

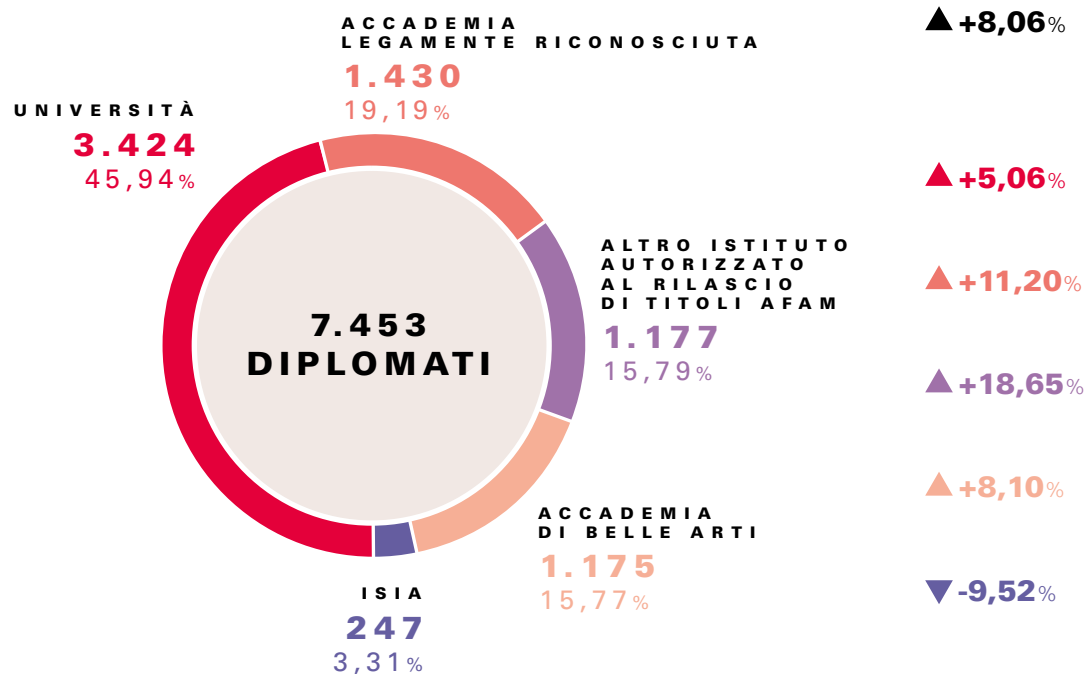
FONTE: Fondazione Symbola su dati MIUR

### DIPLOMATI 2017

e % sul totale dei diplomati

### VARIAZIONE

% (2016-2017)



di titoli AFAM con 1177 unità e gli ISIA, che vedono per l'anno solare 2017 un numero relativamente basso di diplomati (247 unità).

È opportuno comunque specificare che, soprattutto quest'ultima tipologia di istituti prevede una selezione all'ingresso e la formazione di classi con un ridotto numero predeterminato di iscritti.

## DISTRIBUZIONE DEI DIPLOMATI PER CICLI FORMATIVI E ISTITUTI



FONTE: Fondazione Symbola su dati MIUR

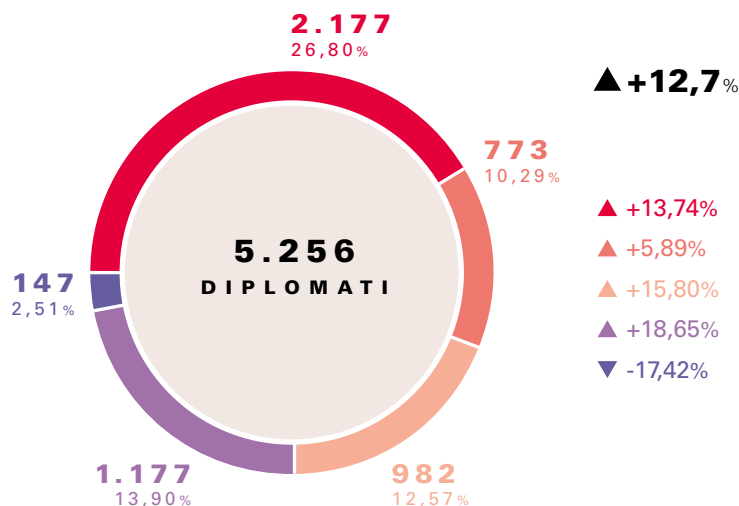
## I° LIVELLO

### DIPLOMATI 2017

e % sul totale dei diplomati

### VARIAZIONE

% (2016-2017)



In prima analisi, dalla distribuzione dei laureati/diplomati è possibile osservare una crescita su tutti i livelli formativi rispetto al 2016, ad eccezione dei master, che tuttavia presentano un numero più elevato di diplomati rispetto agli anni precedenti.

Più del 70% degli studenti ha conseguito una laurea triennale o un diploma accademico di I livello, acquisendo gli strumenti e le conoscenze di base idonei all'inserimento in studi o imprese di design già esistenti, il 19,9% ha approfondito gli studi conseguendo una laurea magistrale o un diploma accademico di II livello, infine solo il 9,6% ha perfezionato la propria formazione con master di I o II livello.

## II° LIVELLO

### DIPLOMATI 2017

e % sul totale dei diplomati

### VARIAZIONE

% (2016-2017)

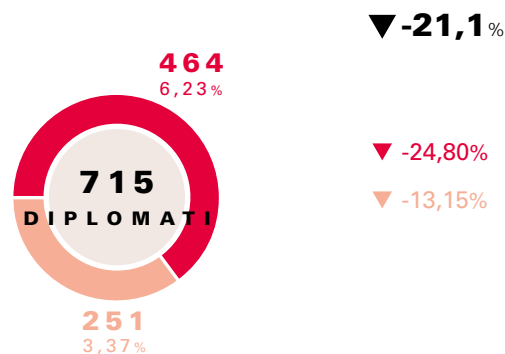
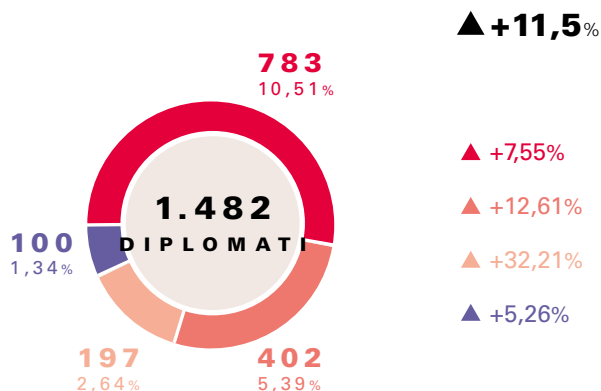
## MASTER

### DIPLOMATI 2017

e % sul totale dei diplomati

### VARIAZIONE

% (2016-2017)



Una peculiarità del design italiano è la capacità di sistema e lo stretto legame con le esigenze produttive dei territori. Per tale ragione, è particolarmente interessante osservare la distribuzione geografica delle scuole sul territorio italiano in relazione al numero di studenti laureati/diplomati nell'anno solare 2017.

A conferma delle rilevazioni degli ultimi anni, Lazio, Lombardia, Piemonte e Toscana appaiono le regioni più attive nella formazione di designer con rispettivamente 11, 9 e 5 istituti di formazione che hanno rilasciato titoli di studio nel 2017.

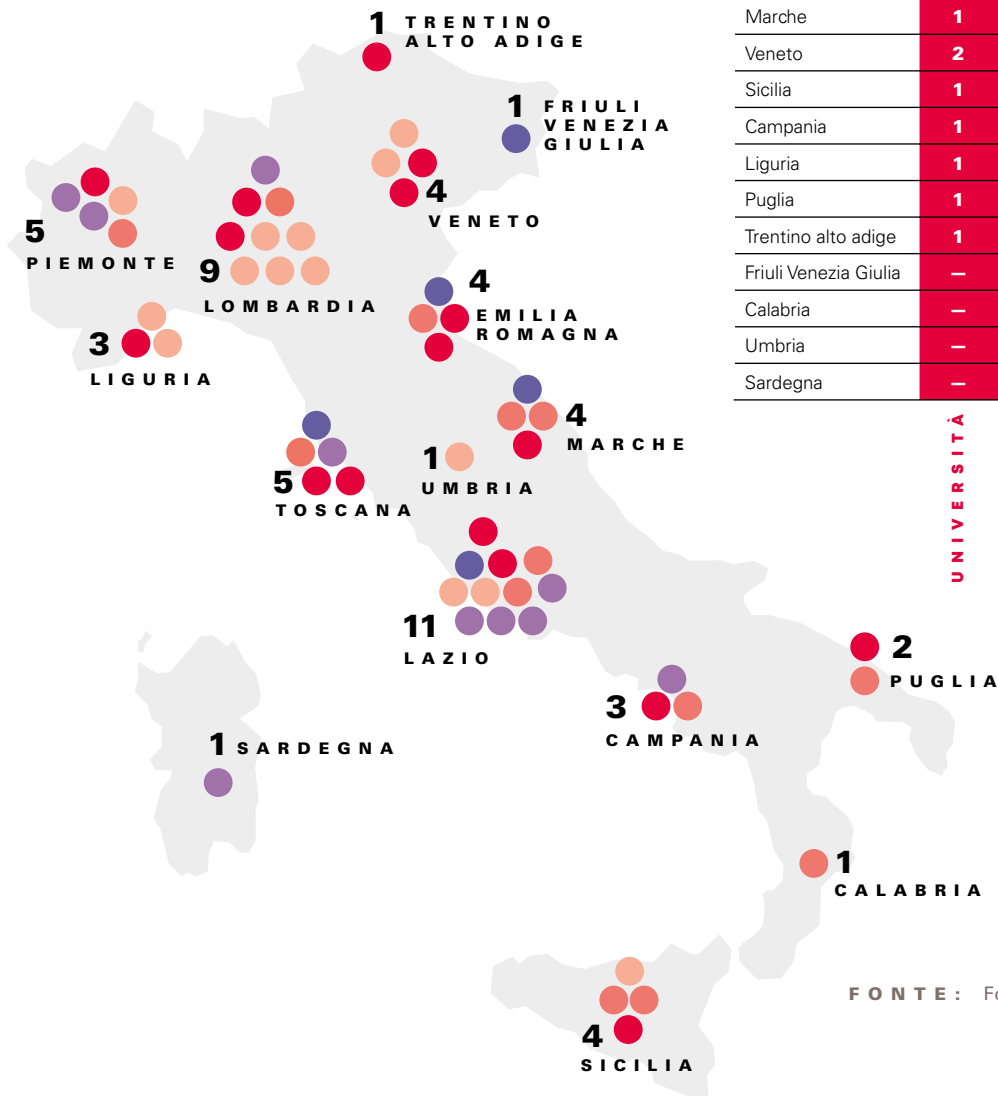
Il primato per numero di laureati/diplomati appartiene alla Lombardia che con 3.261 unità assorbe, da sola, circa il 43% del totale del capitale umano uscente dal sistema formativo italiano per il mondo del design. A seguire Piemonte (9,7%) e Lazio (9,3%) ribadiscono il legame esistente tra la formazione, il design e le esigenze produttive di queste regioni, con rispettivamente 723 e 696 laureati/diplomati. Appare utile segnalare come la Toscana, le Marche e l'Emilia Romagna, nonostante la presenza di un numero di istituti di formazione al design superiore alla media formino insieme solo il 13,3% del totale dei designer (rispettivamente 498, 263 e 240 unità). Tuttavia, è opportuno precisare che proprio in queste regioni storiche del made in Italy operano alcune delle scuole di progettazione più apprezzate in Europa: l'ISIA di Urbino per la progettazione grafica, l'ISIA di Faenza per la progettazione della ceramica e l'ISIA di Firenze per il disegno industriale, non a caso tutte e tre a numero chiuso di partecipanti.

Si segnalano, inoltre, le performance di Campania (6,2%), Veneto (5,7%) e Sicilia (4,9%) che, in linea con il trend positivo degli ultimi anni, dimostrano di rivestire un ruolo centrale nel settore, collocandosi rispettivamente in quinta, sesta e settima posizione per numero di laureati/diplomati.

Si rileva infine come alcune regioni italiane, quali Basilicata, Molise e Valle d'Aosta, non siano dotate di istituti dedicati alla formazione di designer.



**DISTRIBUZIONE GEOGRAFICA  
DEGLI ISTITUTI DI DESIGN  
NELL'ANNO SOLARE 2016**



**REGIONE**

Lazio	2	2	2	4	1
Lombardia	2	1	5	1	—
Piemonte	1	1	1	2	—
Toscana	2	1	—	1	1
Emilia Romagna	2	1	—	—	1
Marche	1	2	—	—	1
Veneto	2	—	2	—	—
Sicilia	1	2	1	—	—
Campania	1	1	—	1	—
Liguria	1	—	2	—	—
Puglia	1	1	—	—	—
Trentino alto adige	1	—	—	—	—
Friuli Venezia Giulia	—	—	—	—	1
Calabria	—	1	—	—	—
Umbria	—	—	1	—	—
Sardegna	—	—	—	1	—

UNIVERSITÀ  
ACCADEMIA  
DI BELLE ARTI  
ACCADEMIA LEGALMENTE  
RICONOSCIUTA  
ALTRO ISTITUTO AUTORIZZATO  
AL RILASCIO DI TITOLI AFAM  
ISIA

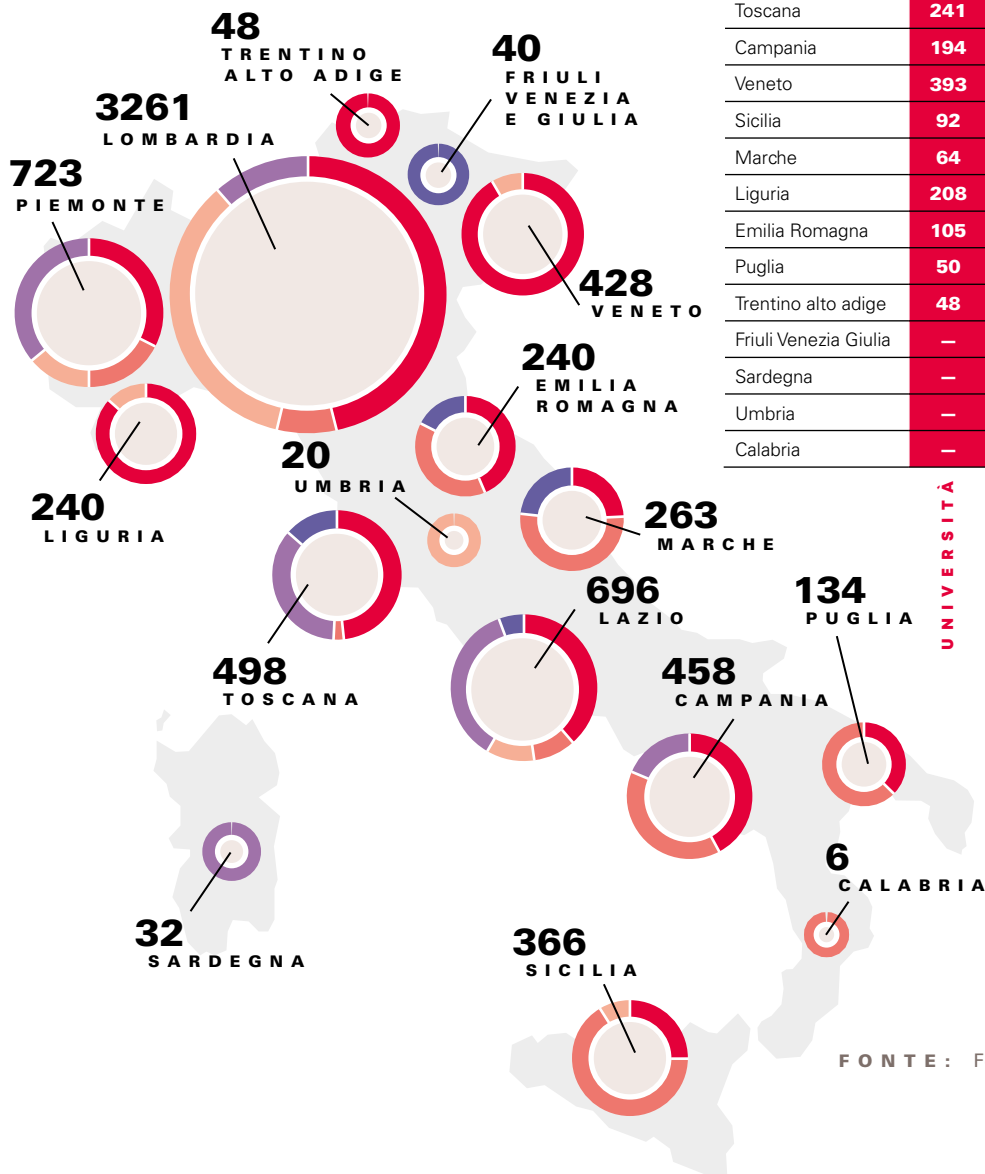
FONTE: Fondazione Symbola su dati MIUR

Dall'osservazione della distribuzione regionale dei laureati/diplomati per ciascuna tipologia di istituto si evidenzia come **la scelta di una formazione di tipo universitario sia diffusa e predominante in quasi tutte le regioni in cui sia disponibile**, eccetto la Sicilia, le Marche e la Puglia dove il numero dei diplomati nelle Accademie di Belle Arti risulta superiore. In Lazio, Piemonte e Sardegna, invece, gli studenti si affidano maggiormente ad una formazione in altri Istituti autorizzati al rilascio di titoli AFAM, primo fra tutti lo IED presente nelle sedi di Roma, Torino e Cagliari.

Inoltre, osservando la distribuzione delle Accademie Legalmente Riconosciute e degli altri istituti autorizzati al rilascio di titoli AFAM, si può notare come la maggiore concentrazione sia ripartita nelle regioni in cui storicamente sono nati il design e la moda: Lombardia, Lazio, Piemonte e Toscana. Infine si segnala che in Friuli Venezia Giulia si riscontra solo la presenza di diplomati ISIA.

Scendendo nel dettaglio territoriale, Milano (3013 laureati/diplomati) si conferma la città italiana del design, a seguire Roma (626) e Torino (622) si affermano tra le prime province per ruolo esercitato dalla formazione in design. La formazione, dunque, appare strettamente collegata con le realtà produttive locali, infatti proprio questi territori si collocano in testa per numero di imprese di design.

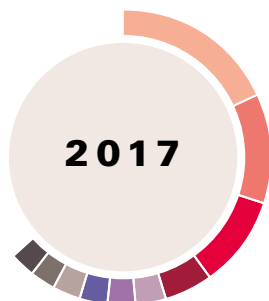
DISTRIBUZIONE GEOGRAFICA DEGLI STUDENTI DIPLOMATI IN DESIGN NELL'ANNO SOLARE 2017



FONTE: Fondazione Symbola su dati MIUR

**CLASSIFICA ISTITUTI  
GENERALE (PRIMI 10)**

**FONTE:** Fondazione Symbola su dati MIUR



<b>1° MILANO - POLITECNICO</b>	<b>1.354</b>	▲ 18,17%
<b>2° NUOVA ACCADEMIA DI BELLE ARTI</b>	<b>887</b>	▲ 11,90%
<b>3° ISTITUTO EUROPEO DEL DESIGN (IED)</b>	<b>759</b>	▲ 10,18%
<b>4° VENEZIA IUAV</b>	<b>381</b>	▲ 5,11%
<b>5° ROMA - UNIVERSITÀ DEGLI STUDI "LA SAPIENZA"</b>	<b>246</b>	▲ 3,30%
<b>6° TORINO - POLITECNICO</b>	<b>236</b>	▲ 3,17%
<b>7° UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI FIRENZE</b>	<b>230</b>	▲ 3,09%
<b>8° ACCADEMIA DI BRERA</b>	<b>227</b>	▲ 3,05%
<b>9° UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI GENOVA</b>	<b>208</b>	▲ 2,79%
<b>10° NAPOLI - FEDERICO II</b>	<b>194</b>	▲ 2,60%

A livello di singolo istituto, il Politecnico di Milano si colloca saldamente in cima alla classifica per numero di laureati e consolida con successo il 3° posto in Europa e il 6° nella classifica QS World University Rankings by Subject per il design, prima fra le università pubbliche. A seguire Nuova Accademia di Belle Arti (NABA) e IED mantengono un importante ruolo esercitato nella formazione di designer. Anche in questo caso si nota un'assoluta prevalenza della città meneghina che si conferma capitale del design italiano e mondiale.

Occorre tuttavia precisare che tale classifica risponde ad un criterio esclusivamente quantitativo che dunque penalizza quegli istituti che adottano il numero chiuso, ammettendo ai corsi un numero predeterminato di studenti.

L'analisi dinamica della distribuzione dei laureati/diplomati all'interno delle aree del design mostra risultati certamente interessanti. Nel complesso, infatti, tra il 2014 e il 2017 tutte le aree del design hanno mostrato un aumento del numero di laureati/diplomati.

Tra le scelte dei futuri designer predomina ancora l'area tradizionale del Product che con 3197 laureati/diplomati rappresenta il 42,9% del totale, seguita da due aree in forte crescita Communication con 1892 laureati/diplomati (25,4%) e Fashion con 1337 (17,9%). In quarta posizione si afferma l'area Space (12% e 897 unità), seguita a distanza dall'area emergente Web & Interaction (1,1%) con 82 laureati/diplomati. Chiude l'area Service & Strategic con 48 laureati/diplomati (0,6%). Queste ultime, seppur presentando numeri assoluti modesti, appaiono in forte crescita rispetto agli anni precedenti.

L'elevato numero di iscritti a quelle che possono essere definite come le aree più tradizionali del design è sicuramente legato alla necessità di una formazione di base solida e ampia che solo successivamente andrà a "settorializzarsi".

Tuttavia, anche qui è interessante notare l'inserimento nei piani di studio di alcuni insegnamenti nell'ambito delle tecnologie informatiche e dei linguaggi multimediali, indice della crescente richiesta di conoscenze e competenze innovative e trasversali legate in particolar modo all'user experience. Quella del designer è una formazione complessa e sofisticata, che si nutre di esperienze progettuali e linguaggi differenti, nonché della relazione con il mondo esterno attraverso l'apertura internazionale delle scuole.

A riprova di quanto appena descritto si può osservare la distribuzione dei corsi erogati e dei laureati/diplomati per livello di formazione e area di specializzazione.

In particolare, si nota come per la laurea triennale e per il diploma accademico di I livello il numero di laureati/diplomati si distribuisca riflettendo quanto detto:

NUMERO DI DIPLOMATI  
PER AREA DEL DESIGN

2017



PRODUCT

**3.197**  
42,9%



COMMUNICATION

**1.892**  
25,4%



FASHION

**1.337**  
17,9%



SPACE

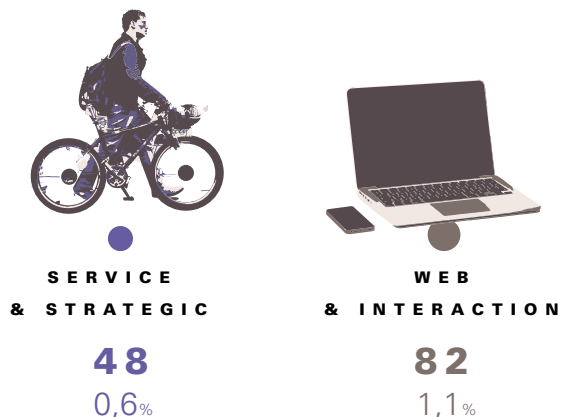
**897**  
12,0%

l'area Product è in cima alle scelte dei futuri designer (45%), a cui seguono Communication (26%), Fashion (20%) e Space (8%). Per il primo livello di formazione si riscontra un solo corso afferente all'area più innovativa in Web & Interaction, e nessun corso in Service & Strategic, presenti invece nei livelli successivi.

Il 20% degli studenti laureati/diplomati nell'anno preso in esame ha conseguito una laurea magistrale o

un diploma accademico di II livello, mentre solo il 9,6% un master di I o di II livello. Per quanto riguarda la laurea magistrale e il diploma di II livello le aree di Product e Communication si confermano le prime numericamente, rappresentando circa i due terzi del totale dei laureati/diplomati con rispettivamente il 45,8% e il 26,5%. A seguire, Fashion (14,5%) mantiene la terza posizione a scapito dell'area Space (11,9%) che vede raddoppiato il numero di diplomati rispetto all'anno precedente. A questo

**FONTE:** Fondazione Symbola su dati MIUR



livello di specializzazione, nei corsi di laurea magistrale e diploma accademico di II livello, si riscontrano i corsi e, quindi, i primi laureati/diplomati nelle aree di Service & Strategic (0,7%) e Web & Interaction (0,5%).

Per quanto riguarda le specificità dei master, invece, si evidenzia una maggiore diversificazione nella distribuzione delle scelte degli studenti. In particolare, l'area Space — grazie al crescente numero di corsi in Retail, Exhibit and Public Space, sottocategorie del design dello spazio

e aree disciplinari fortemente richieste dal mercato — con 288 diplomati (40,2%) supera numericamente Product con 144 (20,1%). In terza e quarta posizione, Communication con il 15,6% e Service & Strategic con il 10,2%. In chiusura, con una quota via via decrescente si trovano le aree Fashion (9,5%) e Web & Interaction (4,2%).

L'analisi dei numeri che caratterizzano il sistema formativo del design assume maggior importanza in relazione allo stretto legame che esiste sui territori. Questo perché ogni territorio assume una propria caratterizzazione che merita di essere approfondita e la formazione di designer in termini di area di specializzazione è strettamente correlata con il tessuto industriale e distrettuale caratteristico di ciascun territorio. Ogni istituzione che propone corsi di design valorizza queste storie e crea un particolare intreccio con il patrimonio culturale e produttivo locale.

# LA METODOLOGIA

L'impostazione metodologica del Rapporto Design Economy ha permesso di costruire un perimetro prendendo in considerazione solo le categorie di istituti pubblici e privati che formano professionisti del design: Università e sistema AFAM<sup>24</sup>. Non sono stati analizzati gli istituti di natura privata che offrono formazione di tipo post diploma e post laurea e che si pongono al di fuori del circuito dei corsi ufficiali riconosciuti dal Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca. Tuttavia, è opportuno specificare che questi ultimi rappresentano una quota rilevante nel mondo della formazione dei designer.

Lo studio si è concentrato sugli istituti di formazione superiore formalmente riconosciuti dal MIUR. Di questi istituti il campo d'indagine ha riguardato i seguenti corsi di studio: laurea triennale, diploma accademico di I livel-

<sup>24</sup> Accademie delle Belle Arti, Accademie delle Belle Arti Legalmente Riconosciute, Istituti Superiori per le Industrie Artistiche – ISIA – e Istituzioni autorizzate a rilasciare titoli di Alta Formazione Artistica, Musicale e Coreutica in base all'art. 11 DPR 8.7.2005, n. 212



lo, laurea magistrale, diploma accademico di II livello, master di I livello, master di II livello. I corsi di specializzazione, i dottorati di ricerca e i diplomi accademici di formazione alla ricerca non sono stati inseriti nel perimetro. Allo stesso modo, in questa analisi non rientrano i corsi professionalizzanti, propedeutici e pre-master che pure completano il panorama formativo ma non sono inquadrabili nel Quadro dei titoli italiano o europeo.

L'analisi volta a quantificare i designer formati nell'anno solare 2017 è stata realizzata utilizzando un **criterio qualitativo**, sui singoli corsi di studio frequentati dai laureati/diplomati di quell'anno. Per quanto riguarda le Università, sono stati selezionati i corsi di studio afferenti alle classi di laurea in Design industriale (L-4) e in Design (LM-12). Per il sistema AFAM, data la genericità delle norme di accreditamento e in attesa di un più preciso regolamento che ne disciplini le procedure, sono stati analizzati: il Dipartimento di Arti Visive (Scuola di Grafica), il Dipartimento di progettazione e arti applicate (Scuola di progettazione artistica per l'impresa); il Dipartimento di progettazione e arti applicate (Scuola di nuove tecnologie per l'arte); il Dipartimento di disegno industriale (per gli ISIA). In questo caso, nell'ambito di ogni Dipartimento, è stata svolta una valutazione qualitativa dell'offerta formativa presente nel piano di studi e degli sbocchi professionali di ciascun corso di studio.

L'attività di analisi ha portato a una proposta di perimetro che prende in considerazione solo i corsi di studio che presentano una perfetta aderenza con la formazione di designer. È opportuno precisare che tale metodologia potrà essere affinata in futuro attraverso un'armonizzazione degli ordinamenti e dei diversi percorsi formativi e un aggiornamento dei settori disciplinari del comparto AFAM.

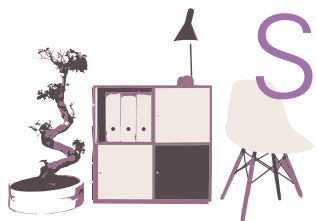
Emerge, infatti, la necessità, da un lato, di salvaguardare le specificità didattiche di ciascuna tipologia istituzionale (Università, Accademie, ISIA e Istituti Privati) e, dall'altro, di garantire quelle conoscenze e quelle competenze indispensabili che i diversi percorsi formativi devono possedere. L'inclusione nel perimetro di analisi di tali corsi di studio è dettata dall'esigenza di offrire una visione completa del fenomeno, permettendo di cogliere tutte le sfumature della formazione e della professione del designer.

Lo studio inoltre classifica i 210 corsi di studio presi in esame per l'anno solare 2017 in 6 diverse aree di specializzazione di seguito descritte: Product, Space, Communication, Fashion, Digital, Service & Strategic.



# PRODUCT

Area caratterizzante del design italiano, fa riferimento ai processi di innovazione nei prodotti con una particolare attenzione all'aspetto estetico-formale che ne fa "oggetti di design". All'interno di questa macro area troviamo: Engineering, che indica le tecniche di progettazione digitale (quali ad esempio il 3D modeling e il virtual prototyping), Furniture, ossia il design dei sistemi di arredo, Lighting, Transportation, Automotive e Yacht, oltre naturalmente a Elettrodomestici, Elettronica di consumo, Macchine utensili.



# SPACE

fa riferimento all'arte e alla scienza della progettazione degli spazi, che significa operare non solo sul sistema dell'arredo, ma su qualsiasi componente, materiale e immateriale, che permetta allo spazio di essere abitato, attribuendogli una precisa identità e generando inedite forme di relazione con gli utenti. Parti di quest'area sono: Interior, per la progettazione degli interni; Retail, ossia la progettazione interna ed esterna del punto vendita, il sistema di comunicazione, gli arredi e l'illuminazione, il visual merchandising e i display-prodotto; Exhibit, la progettazione degli ambienti espositivi; Public Space ovvero la progettazione dello spazio pubblico.



# FASHION

il Fashion design interviene sul prodotto di moda e sul vestire in senso esteso. Nel Fashion si comprendono: Textile, disciplina che riguarda la progettazione dei prodotti tessili; Jewellery, progettazione del gioiello o di prodotti di gioielleria contemporanea; Accessories, progettazione di accessori.

# COMMUNICATION



Fa riferimento alla concezione, creazione e realizzazione di artefatti comunicativi che rispondano ai problemi e ai bisogni comunicativi della cultura contemporanea. L'attività di questi designer si articola in varie aree disciplinari: Visual, per la progettazione di artefatti grafici e multimediali, il cui scopo è comunicare un messaggio o un'informazione attraverso l'immagine; Movie, per la realizzazione e gestione di prodotti comunicativi multimediali e cross-mediali; Sound, per la progettazione della comunicazione sonora; Food, tutte le attività progettuali relative al packaging e all'erogazione dei servizi legati all'alimentazione; Brand, che consente di gestire i processi comunicativi che portano alla costruzione di un'identità di marca e allo sviluppo di un'immagine coordinata dell'impresa.



# SERVICE & STRATEGIC

il Service design fa riferimento alle attività di pianificazione e progettazione di tutti gli elementi che compongono un servizio allo scopo di migliorarne l'esperienza in termini di qualità e interazione tra il fornitore del servizio e l'utente finale. Ne è parte il design del Turismo, che fa riferimento alla programmazione, l'organizzazione, la gestione e la qualificazione delle attività turistiche a livello territoriale e di impresa, per la valorizzazione delle risorse culturali, storiche, ambientali. Il design strategico "ha spesso (se non sempre) a che fare con argomenti di competitività dell'impresa nel mercato; si confronta con strategie che riguardano lo sviluppo di nuovi sistemi prodotto; è spesso visto come uno strumento [...] capace di innovare con più efficacia e tempestività". Due sono gli ambiti in cui un progettista può intervenire, il primo legato a innovazione e progettazione, il secondo all'integrazione di processi innovativi e progettuali. Si identifica in parte con il Management.



# WEB & INTERACTION

È l'area del design che fa riferimento alla progettazione di ambienti virtuali. Al suo interno comprende: Web, per la progettazione delle diverse interfacce (siti web, applicazioni digitali, sistemi interattivi) in relazione ai diversi dispositivi (desktop, smartphone, tablet), con lo scopo di massimizzare la relazione e l'interazione utente-macchina; Interaction & User Experience ossia la progettazione dell'esperienza dell'utente, volta ad aumentarne la soddisfazione e la fedeltà, migliorando l'usabilità e l'esperienza nell'interazione tra il prodotto/servizio e l'utilizzatore finale.

Tra queste aree, Product e Space possono essere definite come le aree storiche del design. Di sviluppo relativamente recente il settore Communication, in continua espansione. Novità assolute Service & Strategic Design.

Il lavoro di divisione e collocazione dei diversi corsi all'interno di queste aree ha evidenziato come ve ne siano più di duecento molto simili tra loro per contenuti e insegnamenti, sebbene nominati in modi differenti, spesso con terminologie molto distanti tra loro.

Oltre alla collocazione nelle 6 specializzazioni, è stata pertanto effettuata un'operazione di semplificazione che ha riassunto sotto un'unica denominazione corsi dal contenuto analogo, anche se nominati diversamente dai vari istituti.

**TIPOLOGIA DI CORSI IN DESIGN EROGATI  
DAGLI ISTITUTI DI FORMAZIONE**

**PRODUCT**

	<b>DIPLOMA I° CICLO</b>	<b>DIPLOMA II° CICLO</b>	<b>MASTER</b>
<b>ENGINEERING</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Disegno industriale</li> <li>— Design del prodotto industriale</li> <li>— Product design (lingua inglese)</li> <li>— Industrial design (Lingua inglese)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Design del prodotto per l'innovazione</li> <li>— Ecodesign</li> <li>— Product service system design</li> <li>— Design dei sistemi</li> <li>— Design &amp; engineering</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Product design</li> <li>— Color design and technology</li> <li>— Industrial design engineering and innovation</li> <li>— Industrial design for architecture</li> </ul>
<b>LIGHTING</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Light Design</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Light design</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Lighting design</li> </ul>
<b>TRANSPORTATION</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Trasportation Design</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>— Car &amp; transportation design</li> </ul>
<b>AUTOMOTIVE</b>			<ul style="list-style-type: none"> <li>— Transportation &amp; automobile design</li> </ul>
<b>YATCH</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Design del Prodotto e della Nautica</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Design navale e nautico</li> <li>— Yacht design</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Yacht design</li> </ul>

**SPACE**

	<b>DIPLOMA I° CICLO</b>	<b>DIPLOMA II° CICLO</b>	<b>MASTER</b>
<b>INTERIOR</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Design degli interni</li> <li>— Architettura d'interni e design</li> <li>— Interior design</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Interior design</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Interior &amp; living design</li> <li>— Interior design</li> </ul>
<b>RETAIL</b>			<ul style="list-style-type: none"> <li>— Interior, exhibit &amp; retail design</li> </ul>
<b>EXHIBIT</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Progettazione dei sistemi espositivi e museali</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Progettazione e cura degli allestimenti artistici</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Exhibit &amp; public design</li> <li>— Idea in exhibition design — architettura dell'esporre</li> </ul>
<b>PUBLIC SPACE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Arredo Urbano</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Progettazione delle aree verdi e del paesaggio</li> <li>— Interior e urban design</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Urban vision and architectural design</li> </ul>

## COMMUNICATION

	DIPLOMA I° CICLO	DIPLOMA II° CICLO	MASTER
BRAND	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Design della comunicazione</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Design della comunicazione</li> <li>— Grafica dei sistemi — Comunicazione e design per l'editoria</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Management del Made in Italy. Consumi e comunicazione della Moda, del Design e del Lusso</li> <li>— Visual brand design</li> </ul>
VISUAL	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Design e comunicazione visiva</li> <li>— Graphic design</li> <li>— Video design</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Graphic design</li> <li>— Linguaggi multimediali digital video</li> <li>— Visual and innovation design</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Photography and visual design</li> <li>— Visual design</li> </ul>
MOTION	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Media design</li> <li>— Computer generated animation</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Visual e motion design</li> </ul>	
SOUND	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Sound design</li> </ul>		

## FASHION

	DIPLOMA I° CICLO	DIPLOMA II° CICLO	MASTER
TEXTILE	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Design della moda</li> <li>— Cultura e progettazione della moda</li> <li>— Fashion design (lingua inglese)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Design per il sistema moda</li> <li>— Fashion design</li> <li>— Fashion and textile design</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Fashion design</li> <li>— Fashion styling &amp; visual merchandising</li> <li>— Luxury brand management</li> <li>— Design per il lusso</li> </ul>
JEWELLERY	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Design del gioiello</li> </ul>		
ACCESSORIES			<ul style="list-style-type: none"> <li>— Accessories design</li> <li>— Design dell'accessorio</li> </ul>

## SERVICE & STRATEGIC

	DIPLOMA I° CICLO	DIPLOMA II° CICLO	MASTER
MANAGEMENT		<ul style="list-style-type: none"> <li>— Design Management</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Design Management for Innovative Environments</li> </ul>
SERVICE			<ul style="list-style-type: none"> <li>— Design strategico. Progettare il valore dell'offerta</li> <li>— Business design</li> <li>— Service design</li> <li>— Design of people centered smart cities</li> <li>— Waterscape. Designing settlements for sustainable coastal territories</li> </ul>
TOURISM		<ul style="list-style-type: none"> <li>— Design of sustainable tourism system – Progettazione dei sistemi turistici</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Progettare Cultura. Interventi d'Arte, Cultura e Design per le imprese, città e territori</li> </ul>

## WEB & INTERACTION

	DIPLOMA I° CICLO	DIPLOMA II° CICLO	MASTER
WEB		<ul style="list-style-type: none"> <li>— Creative web specialist</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Multimedia content design</li> <li>— Social networks influencer design</li> <li>— Net art e culture digitali</li> </ul>
INTERACTION & UX		<ul style="list-style-type: none"> <li>— Teoria e design dei nuovi media</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Multimedia content design</li> <li>— Interaction design</li> </ul>

**F O N T E :** Fondazione Symbola su dati MIUR



Symbola è la Fondazione che promuove e aggrega le Qualità Italiane. Con ricerche, eventi e progetti raccontiamo aziende e istituzioni che migliorano il Paese puntando su innovazione e sviluppo, bellezza e creatività, capitale umano e territorio.

Green economy, cultura e coesione sociale sono per noi tre indicatori fondamentali: chi sceglie questi driver incrementa il proprio valore economico e sociale facendo bene al Paese, dando vita a un modello di "economia della Qualità" legato al territorio e all'identità ma con una forte vocazione alla creatività e all'innovazione: la soft economy.

Lavoriamo da oltre 15 anni per l'Italia che non si vede, l'Italia bella e appassionata ma che ha bisogno di essere raccontata per continuare a vivere e crescere. Per farlo mettiamo insieme le migliori menti del Paese, le imprese che fanno la Qualità o che investono per farla, trovando nuove strade per aumentare la competitività del Made in Italy.

I nostri soci, oltre 100, hanno scelto di investire e credere in un nuovo percorso: si sono uniti ad un movimento culturale che cresce nella convinzione che la Qualità sia l'unica risposta possibile agli interrogativi sul futuro del Paese. L'Italia di Qualità che fa l'Italia di Qualità.

**[www.symbola.net](http://www.symbola.net)**

Deloitte è una tra le più grandi realtà nei servizi professionali alle imprese in Italia, dove è presente dal 1923. Vanta radici antiche, coniugando tradizione di qualità con metodologie e tecnologie innovative. I servizi di Audit & Assurance, Consulting, Financial Advisory, Risk Advisory, Tax e Legal sono offerti da diverse società e studi specializzati in singole aree professionali e tra loro separati e indipendenti, ma tutti facenti parte del network Deloitte. Questo oggi conta 6.000 professionisti, i quali assistono i clienti nel raggiungimento di livelli d'eccellenza grazie alla fiducia nell'alta qualità del servizio, all'offerta multidisciplinare e alla presenza capillare sul territorio nazionale.

Grazie ad un network di società presenti in oltre 150 Paesi e territori, Deloitte porta ai propri clienti capacità di livello mondiale e servizi di alta qualità, fornendo le conoscenze necessarie ad affrontare le più complesse sfide di business. Obiettivo dei 286.200 professionisti di Deloitte è quello di mirare all'eccellenza dei servizi professionali forniti.

**[www.deloitte.it](http://www.deloitte.it)**

