

# BE SPE CT!

**PERSONE. FUTURI. LUOGHI.**

Essere una Scuola significa - da sempre - sollecitare gli studenti a riflettere sui valori importanti, contribuendo anche ormai adulti a una parte del loro processo educativo, come individui e cittadini globali, oltre che designer e professionisti.

Essere una Scuola di Design significa farla funzionare, rivedere costantemente la prospettiva degli argomenti, stare al passo con i temi e le professioni, sviluppare negli studenti curiosità e competenze aggiornate.

Oggi significa anche fare i conti con contingenze pesanti, nuovi modi di imparare, trasformazioni profonde.

Ma essere una Scuola di Design per noi significa prima di tutto non perdere di vista la traiettoria e il senso etico dell'essere un progettista. Un insieme di umiltà, attenzione ai bisogni degli altri, senso di responsabilità e coraggio di scegliere che non deve mai venir meno: una trama valoriale robusta su cui poter tessere l'ordito delle competenze, dei progetti, delle aspirazioni e delle idee.

Nelle nostre scuole di Design, Comunicazione, Moda e Arti Visive delle sedi IED italiane - Milano, Roma, Torino, Firenze, Cagliari e Venezia - più di 1500 studenti dei corsi di Diploma Accademico di Primo Livello stanno per diplomarsi con progetti di Tesi che hanno tenuto sullo sfondo lo stesso tema:

### **RESPECT! Persone. Futuri. Luoghi.**

Un unico tema che è stato letto e interpretato secondo possibili e diverse prospettive, con brief progettuali di corso declinati in sviluppi diversi e liberi, ma sempre riconoscibili e riconducibili ad un unico argomento, il rispetto.

Persone, futuri e luoghi - il mondo che ereditiamo, viviamo e progettiamo - hanno aperto a possibili interpretazioni dei nodi problematici della contemporaneità, così come codificati anche negli SDGs (Sustainable Development Goals) lasciando grande libertà di movimento nel panorama delle professioni e nella varietà dei nostri corsi.

Rispettare gli altri, l'ambiente, il passato, la differenza, le regole: vogliamo essere certi di aver dato ai nostri diplomandi non soltanto strumenti reali per progetti reali, ma spazi e occasioni per riflettere sul loro modo di essere individui e designer.

Essere designer IED.

**Riccardo Balbo**  
Direttore Accademico IED

# AIRBNB

## Dalle città alle community



Le città si stanno evolvendo e, con il loro cambiamento, cambia anche il concetto di cittadinanza. Sempre più spesso sono caratterizzate da due tipi di abitanti: quelli a lungo termine e quelli a breve permanenza. Tra queste due categorie di persone che abitano gli spazi cittadini, si generano conflittualità, criticità e nuovi processi ancora da comprendere. Airbnb si trova in prima linea nell'affrontare le nuove sfide del presente e del futuro del turismo, con un'attenzione particolare al processo di integrazione tra turisti e residenti, messo in atto attraverso strategie che promuovano il rispetto reciproco in un'ottica inclusiva.

L'obiettivo del progetto richiesto a IED è quindi quello di facilitare un dialogo possibile fra queste due tipologie di abitanti, attraverso strumenti di comunicazione e supporti tecnologici.

Gli studenti del corso di Comunicazione Pubblicitaria, hanno immaginato e creato una campagna di comunicazione a 360° declinata su affissioni, campagne digitali, PR, segnaletica, marketing non convenzionale, iniziative speciali, eventi, coinvolgendo abitanti a lungo termine e abitanti temporanei. Gli studenti sono stati invitati a considerare i cambiamenti dell'ospitalità e del turismo in funzione dell'emergenza COVID emersa durante i mesi di sviluppo del progetto di tesi.

**IED FIRENZE**  
in collaborazione con AIRBNB

---

**Diplomandi**

Giulia Bibini  
Margherita Cagliata  
Irene Carteni  
Candela Pilar De La Cruz Pérez  
Francesca Durazzi  
Alice Faedi  
Duccio Giovinale  
Chiara Guidi  
Maria Luz Iturbe Pérez De Villaamil  
Chiara Lorenzini  
Alessia Masselli  
Sofia Mazzella  
Chiara Modenese  
Tommaso Paradisi  
Giacomo Peruzzi  
Daniel Solomei  
Marta Tedeschi  
Lisa Vitaloni

---

**Data**

13 luglio

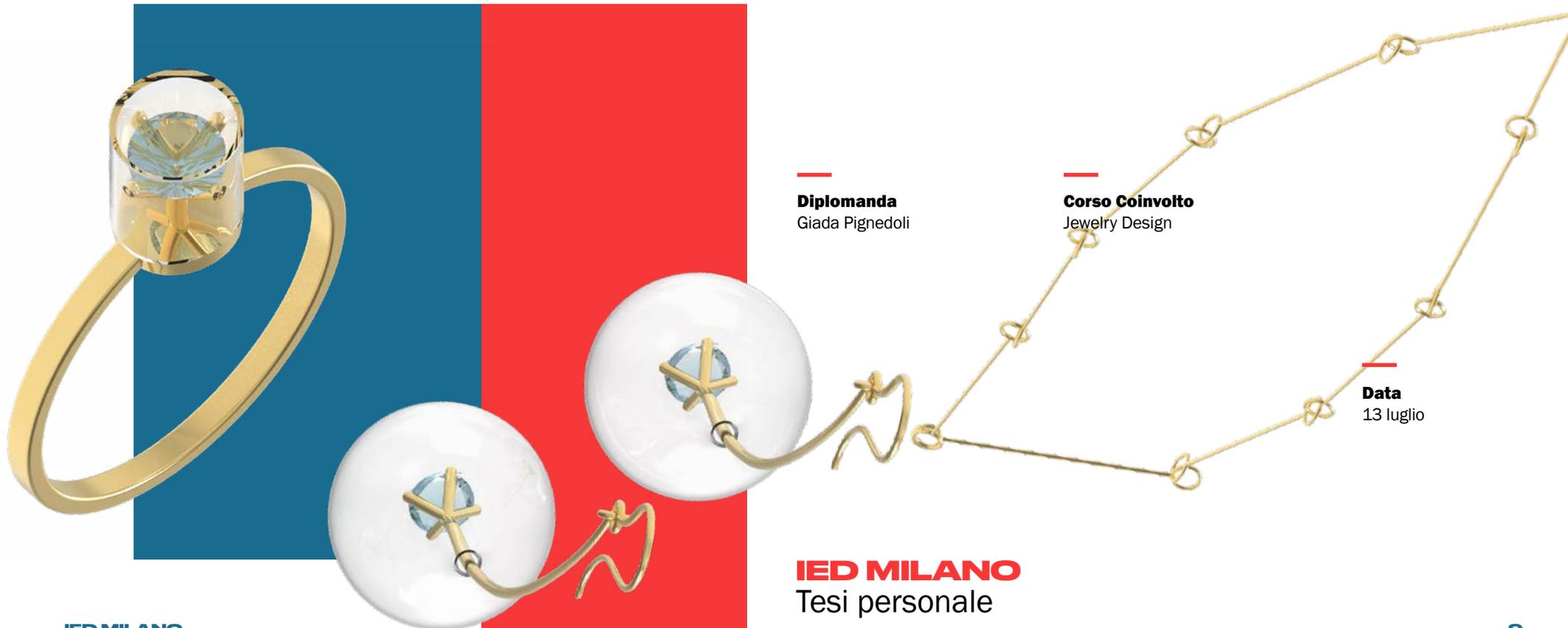


---

**Corso Coinvolto**

Comunicazione  
Pubblicitaria

# ME-WE



È possibile esercitare l'empatia indossando dei gioielli? La collezione Me-We parte proprio da una riflessione sull'empatia, espressa in una collezione di gioielli in oro, pietre e contenitori in resina, che per sua costituzione invita ad allenare i concetti di "cura" e rispetto.

Se l'empatia può essere esercitata attraverso la cura dell'altro, prendersi cura di un gioiello viene qui proposto, dunque, come una sorta di esercizio per chi lo indossa: l'acqua e le pietre contenuti all'interno delle parti in resina vanno custodite e trattate con cautela da chi indossa i gioielli per preservarne il valore e per evitare che il liquido fuoriesca.

Lo scoppio dell'emergenza Covid, con la necessità di distanziamento e la chiusura della sede e del laboratorio orafa, ha portato a uno sviluppo più approfondito del solito della parte di progettazione 3D al computer.

Prima della realizzazione finale della collezione in laboratorio, il progetto ha richiesto sperimentazioni con le resine (per peculiari leggi fisiche, infatti, pur essendo i contenitori in resina aperti, l'acqua in essi contenuta non fuoriesce) che la studentessa si è ingegnata a condurre da casa, creandosi un angolo di lavoro ad hoc.

**Diplomanda**  
Giada Pignedoli

**Corso Coinvolto**  
Jewelry Design

**Data**  
13 luglio

**IED MILANO**  
Tesi personale

# T

## Tribe – Movability

La mobilità urbana è uno dei grandi temi da riprogettare nell'ottica del vivere in maniera sostenibile, nel rispetto dell'ambiente cittadino, della qualità della nostra vita e delle nostre interazioni, nel rispetto di noi stessi.

Il progetto di tesi si propone di dare una risposta alle esigenze di mobilità odierne in un'ottica di circular economy e di piattaforme open source per la progettazione di un veicolo urbano a 2/3/4 ruote (di proprietà o in sharing, con funzioni diverse) che tenga conto di fattori sociali, strutturali, economici, tecnologici e dei trend che compongono il complesso scenario odierno. Punto di partenza è l'obiettivo della città di Milano di diventare città leader nella sperimentazione dello sharing e renderlo abitudine consolidata tra i cittadini.

Partendo dallo studio dell'ampio target di riferimento (18-70 anni), sono stati identificati tre "archetipi", tre personalità con diverse abitudini, desideri e necessità di spostamento. La strategia di Tribe è dunque quella di offrire una piattaforma con doppia valenza: in senso tangibile (l'elemento basilare e modulare del veicolo) e intangibile (una piattaforma digitale).

A livello fisico, la progettazione dei veicoli è declinata in soluzioni modulabili rivolte a ciascuno dei macro-gruppi di utilizzatori, identificati come delle vere e proprie tribù. La base è l'elemento a "V" dello chassis che consente la creazione di veicoli di dimensioni variabili a seconda delle esigenze, capaci

di ospitare 2,3 e 4 ruote. Sugli chassis vengono applicate quindi delle strutture modulari con funzioni diverse, destinate al trasporto di persone (tribe for four), di merci (tribe for three), oppure di pochi beni di prima necessità (tribe for two) sul territorio urbano. La funzionalità, i bisogni e un tratto estetico distintivo costituiscono il dna del prodotto. Sul piano intangibile, la piattaforma digitale permette l'aggregazione degli utilizzatori in molteplici situazioni: nell'utilizzo del servizio di sharing (tramite un'applicazione) e nella progettazione e costruzione dei veicoli (tramite un sito internet con possibilità di scelta dei componenti).



**IED MILANO**



---

**Diplomandi**

Lorenzo Arnold  
Davide Bonetti  
Luca Colombo  
Lorenzo Corradeschi  
Alessia Crova  
Federico Dalle Nogare  
Milan Fontana  
Tommaso Formica  
Gabriele Mastromarchi  
Jocelyn Grace Pericotti  
Bernardo Prempe  
Edoardo Trombini  
Giulio Zampieri

---

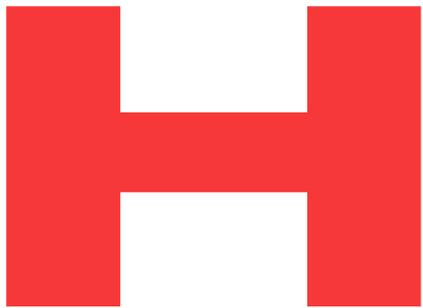
**Date**

16-17 Luglio

---

**Corso Coinvolto**

Product Design



## Human after all

L'unicità della deformazione; l'esaltazione dell'imperfezione e il suo rispetto; la ricerca tecnica in chiave sostenibile. Minimo comune denominatore è l'umano, senza genere.

La collezione Human After All parte dall'analisi, dalla distruzione e dalla ricreazione de "Le Modulor" di Le Corbusier, il modulo basato su un uomo standardizzato, che è misura e canone del rapporto tra l'essere umano e lo spazio abitativo. Cosa accade, infatti, se l'unità di misura umana viene alterata prendendo a riferimento un corpo definito dall'imperfezione, come nel caso della scoliosi?

È proprio su questa mutazione, riflessa negli abiti, che indaga la studentessa Giorgia Gervasoni: si crea una spaccatura, si rompe la visione del corpo per crearne una nuova nella quale la deformazione viene apprezzata come segno di unicità, e non come difetto. Si crea quindi un nuovo modello e metodo basato sull'irregolarità, sulla deformità matematica.

Ad accompagnare questa riflessione sul corpo è una scelta di tessuti e filati sostenibili, sia a livello di materia prima che di processo produttivo. Lo scoppio dell'emergenza non ha impedito alla diplomanda di realizzare i suoi capi: in parte in "piccolo" - su manichino - in parte su corpo umano.

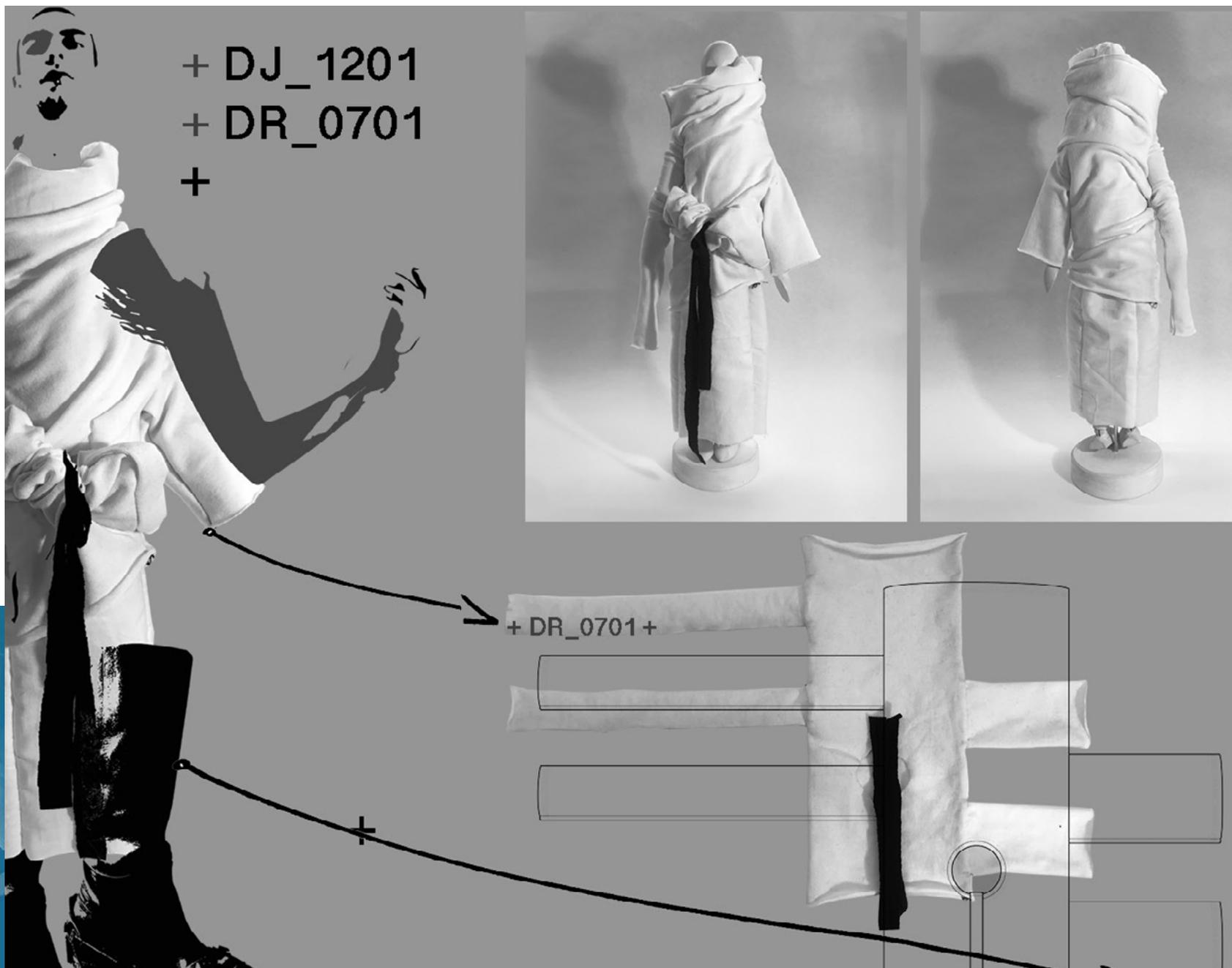


**IED MILANO**  
Tesi personale

**Diplomanda**  
Giorgia Gervasoni

**Corso Coinvolto**  
Fashion Design

**Data**  
16 luglio



# F

## Fucina 360

Una realtà che crede nei giovani designer emergenti, una start-up che punta a semplificarne il lavoro attraverso la creazione di un network e di uno spazio di coworking, vendita e presentazione delle loro creazioni. Destinatari di Fucina 360 - progetto creato dai giovani per i giovani - sono i fashion designer emergenti usciti da IED, con l'intento di supportarne la crescita sia dal lato umano sia professionale, con il supporto dell'Istituto stesso che li ha formati. Obiettivo è creare un nuovo, concreto punto di riferimento artistico-culturale per la città di Milano, senza precedenti a livello universitario, che consenta ai designer emergenti di focalizzarsi sulla progettazione di collezioni che li rappresentino promuovendo e innalzando la creatività del singolo attraverso l'interazione col gruppo. Il progetto prevede il coinvolgimento attivo di studenti, Alumni, docenti e staff IED, chiamati a contribuire concretamente - ciascuno con le proprie professionalità - a realizzare i lavori che nasceranno in Fucina 360. Lo scoppio e il protrarsi dell'emergenza Covid-19 non hanno snaturato il progetto, ma solo modificato le modalità di interazione tra gli studenti e di racconto del progetto ai possibili partner, oltre che rallentato la ricerca dello spazio fisico in cui la mission di Fucina 360 andrà a realizzarsi. Il percorso infatti non si ferma con la discussione di tesi: l'obiettivo è quello di arrivare a una realizzazione concreta e di fattiva utilità.



**IED MILANO**  
Tesi Personale



---

**Diplomandi**

Riccardo Carbone  
Federico Guidi

---

**Data**

20 luglio

---

**Corso Coinvolto**

Fashion Marketing



# W

## We are 24

### Il Calcio contro l'omofobia



Il Pride 2020 è ormai alle spalle, ma quello del prossimo anno potrebbe assumere (con una buona dose di innovazione e un contenuto dal forte impegno sociale) la forma di un torneo di calcio che mette in palio l'uguaglianza.

Il progetto, nell'ambito del macrotema Human Football Club – suggerito dal sito specializzato FootbAll Nerd, partner di tesi - analizza i legami tra il mondo del calcio e tematiche come omofobia, misoginia, maschilismo e si propone di sensibilizzare l'opinione pubblica su temi come la diversità, l'uguaglianza e l'inclusione attraverso il design di un originale evento calcistico, accompagnato da una comunicazione visiva fortemente incisiva.

Il titolo del progetto viene da un gioco brasiliano chiamato Animal, dove il numero 24 è rappresentato da un cerbiatto che in portoghese è chiamato veado, termine che in Brasile è un insulto omofobo.

Partendo da questo riferimento culturale, *We are 24: il Calcio contro l'omofobia* propone, a conclusione del Pride, l'organizzazione di un torneo di calcio davvero speciale, giocato da sei squadre che indossano maglie dei colori dell'arcobaleno (icona del movimento internazionale LGBT) con il numero 24 stampato. Le squadre in campo giocheranno per vincere l'omofobia e conquistare il rispetto, un premio che chiunque dovrebbe meritarsi per nascita.

L'elemento del colore caratterizza anche la comunicazione degli eventi preparatori al torneo: seminari, incontri con atleti, approfondimenti che si tradurranno sia in momenti live, sia in appuntamenti social.

La finalizzazione di questo progetto è la dimostrazione che la passione e il talento possono vincere non soltanto contro il pregiudizio, ma anche contro le difficoltà di una didattica che da marzo si è svolta soltanto online e che ha impegnato a fondo studenti e docenti per il conseguimento di risultati in grado di dimostrare che il design non è solo estetica, ma un modo di pensare e progettare una società migliore per tutti.

**IED MILANO**

in collaborazione con FootbAll Nerds

---

**Diplomandi**

Ambre Carladous  
Nadja Stanojevic

---

**Data**

22 luglio

---

**Corso Coinvolto**

Graphic Design ENG



# S

## Sensibilità Aumentate

Gli studenti del corso Triennale in Interior Design hanno progettato un co-housing all'interno dell'Asp S. Alessio, storica istituzione che dalla seconda metà dell'Ottocento si occupa di riabilitazione, educazione, formazione e promuove attività per l'inclusione sociale di ciechi e ipovedenti. Il lavoro di tesi si è concentrato sull'ideazione e sullo sviluppo progettuale di spazi abitativi accessibili agli ipovedenti, caratterizzati da elementi di stimolo del residuo e della memoria visiva, mirati allo scambio virtuoso tra diverse abilità.

D'intesa con l'Asp anche i progetti di tesi di due diplomande della Scuola di Moda: il primo verte sulla creazione di gioielli con i quali intraprendere un viaggio emozionale alla scoperta del tatto, ricorrendo all'uso della ceramica stampata 3D; il secondo è, invece, focalizzato su accessori multisensoriali, pensati appositamente per le persone con deficit visivi e creati unendo elementi tattili, olfattivi e sonori.



**IED ROMA**  
in collaborazione con Asp S. Alessio

**Diplomandi**

Nadia Alkaraguli  
 Carola Aureli  
 Giulia Benedetti  
 Simona Calfapietra  
 Domitilla Cascino Milani  
 Costanza Cobianchi  
 Federico Cupellini  
 Federica Cusumano  
 Francesca D'Ambrosio  
 Francesco De Biase  
 Federico Di Giorgio  
 Asia Filippi  
 Beatrice Fiorentini  
 Fabiana Firmani  
 Emanuela Fletzer  
 Paola Frassanito  
 Cristiana Morzetti  
 Francesca Murolo  
 Martina Paolantoni  
 Sofia Prinzi  
 Aurora Ranieri  
 Arianna Rossetti  
 Diletta Rossi  
 Petya Sabcheva

**Corsi Coinvolti**

Interior Design  
 Design del Gioiello  
 Fashion Design  
 (specializzazione  
 Accessories)

**Date**

22 luglio  
 Interior Design  
 -  
 23 luglio  
 Design del Gioiello  
 -  
 16 settembre  
 Fashion Design



# 4

## 4x4xALL

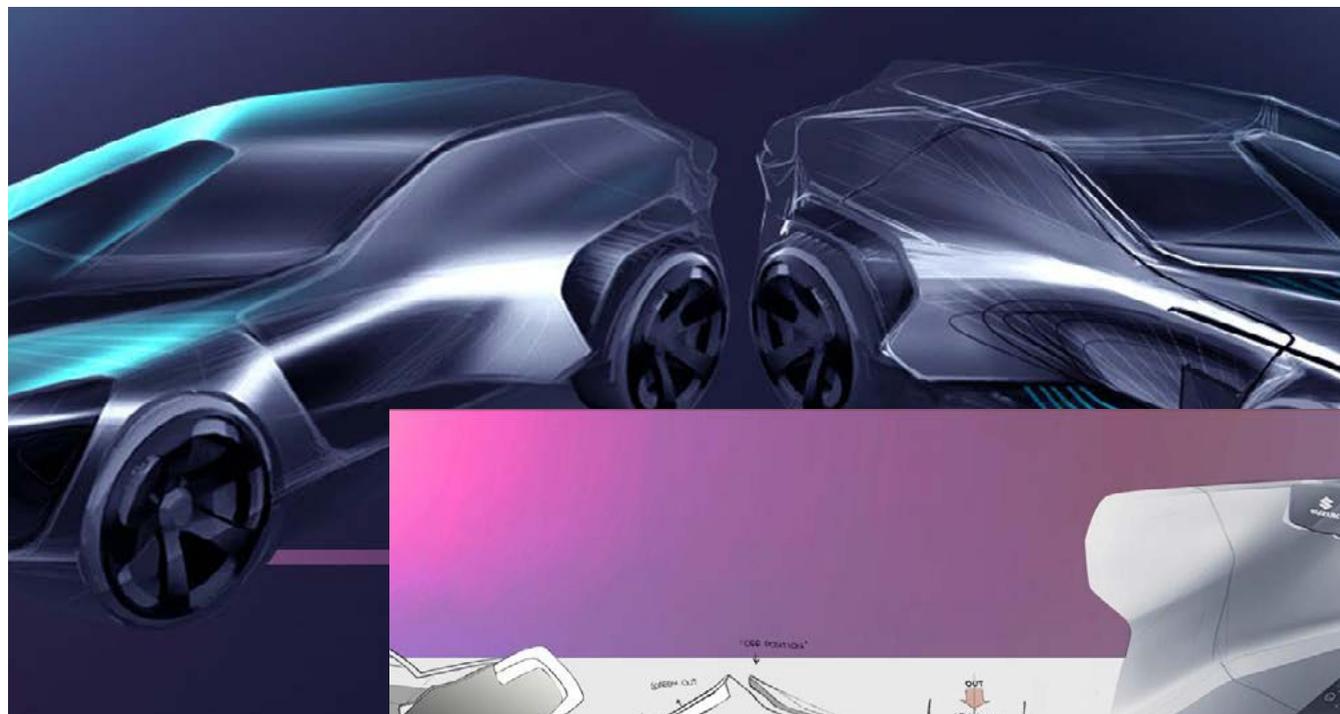


Nella storia dell'automobile, un unico fattore è sempre stato fondamentale per la sua evoluzione: l'utente, messo al centro di questo progetto. "4x4 All" deve rispondere alle necessità di quest'ultimo, soddisfarne le esigenze, interpretarne le aspirazioni, materializzarne i sogni, avendo sempre al centro il tema del rispetto: per il veicolo, per il modo in cui si utilizza, nell'esperienza di guida e nell'approccio con il prossimo. Rispecchiando la tradizione d'eccellenza di Suzuki e in continuità con i leggendari off road Jimny e Vitara, il nuovo 4x4 elettrico rilegge il focus dell'azienda partner: non la performance ad ogni costo o la pura tecnologia, ma la grande attenzione all'aspetto più importante della progettazione, l'essere umano.

Il target di riferimento identificato corrisponde alla generazione Z, ai nativi digitali, giovani influenzati da fenomeni quali il grande utilizzo dei social, l'appartenenza al gruppo, l'accettazione sociale, il desiderio di apparire e la passione per il gaming. Il progetto riprende tutti questi aspetti fondendoli in un lavoro incentrato sul rispetto dell'essere umano come chiave di interpretazione futura. Il concept propone un'automobile che diventa strumento di attenzione verso la persona e nei confronti dell'altro, grazie allo sviluppo di un gioco virtuale all'interno del veicolo che diventa l'elemento con cui i giovani si riavvicinano ad una passione sana, creando una community. Il "game" è strutturato in diversi livelli ed è progettato per dissuadere la sola competizione tra gli user con il preciso intento di favorire invece scambi virtuosi tra i giovani utenti, attraverso la condivisione di temi e di stimoli che stressano aspetti legati al senso civico, al rispetto verso lo spazio e verso il prossimo, nel contesto di una guida sicura. Attraverso il gaming viene insegnato il concetto di right behaviour, grazie alla condivisione di informazioni durante il viaggio con adeguate ricompense al superamento di ogni livello, come un vero e proprio gioco a "score". Una comunità virtuale unita dalla passione per il veicolo che diventa fattore di crescita personale, sociale e umana e di condivisione di un momento ludico ed educativo al tempo stesso. Il concetto diventa ancora più nodale dopo il lockdown imposto dalla pandemia: in questo momento il veicolo riconquista il ruolo di mezzo attraverso il quale riscoprire il mondo, facilitando interazioni sociali sane, con inoltre un approccio completamente green. Dalle batterie basate sulle celle organiche a base di grafene, all'assenza di metalli e materiali preziosi, fino all'utilizzo di tessuti di origine vegetale e plastiche riciclate o riciclabili a caratterizzarne gli interni.

**IED TORINO**

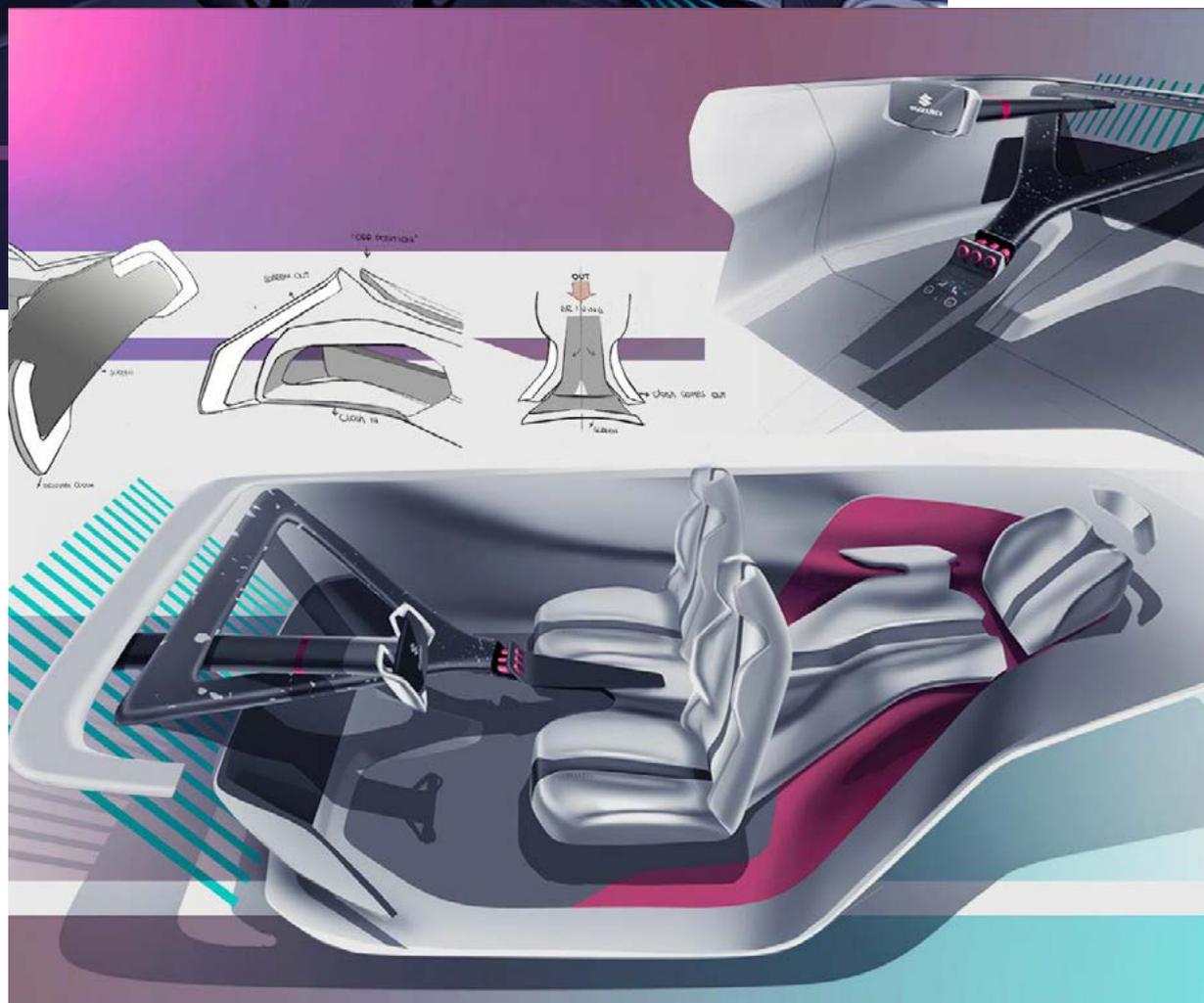
in collaborazione con Suzuki



**Diplomandi**  
Francesca Ferdinandi  
Samuele Errico Piccarini  
Salvatoreandrea Piccirillo

**Date**  
27 Luglio

**Corso Coinvolto**  
Transportation Design



# E ENEL X - Tempo di ricarica

Gli studenti dei corsi di Design, Arti Visive e Comunicazione hanno lavorato a progetti di tesi in collaborazione con Enel X, società del Gruppo Enel che si occupa di sperimentare e sviluppare prodotti innovativi e soluzioni digitali nei settori in cui l'energia mostra il suo maggior potenziale. L'obiettivo dei lavori è stato quello di valorizzare e diffondere servizi legati all'utilizzo di energia alternativa nell'ambito della mobilità urbana.

La Scuola di Design si è concentrata sull'ideazione di un prototipo di stazione di ricarica, immaginando relativi spazi e modalità d'uso. Nello specifico, il corso Triennale in Interior Design ha progettato una nuova stazione di ricarica a Roma per veicoli elettrici, capace di promuovere i principi della mobilità sostenibile e comprensiva di uno showroom attraverso cui informare e sensibilizzare gli utenti sui temi dell'azienda. Quello in Product Design, invece, si è focalizzato sulla progettazione di nuove JuicePole e JuicePump, ovvero postazioni urbane di ricarica per i veicoli elettrici. Le idee progettuali dei giovani creativi IED spaziano da forme e interfacce innovative fino a servizi resi disponibili a tutti i cittadini. Tra questi, ad esempio, oltre a una panchina dotata di prese per la ricarica di smartphone o computer, anche una colonna per la ricarica da concepire come luogo per l'attività di delivery e, dunque, provvista di un box per il ritiro e la sostituzione pacchi.

Alle Scuole di Comunicazione e Arti Visive infine il compito di finalizzare campagne di promozione della mobilità elettrica, con il lancio dello stesso showroom e attraverso spot video in live action e animati, da veicolare sui diversi media. Gli studenti hanno peraltro ipotizzato una visual radio in grado di dare nuove sonorità alla silenziosa mobilità elettrica.



**IED ROMA**  
in collaborazione con Enel X S.r.l.

**Diplomandi**

Studenti Interior Design  
per la tesi disciplinare

-

Studenti Product Design  
per la tesi disciplinare

-

Studenti Interior Design,  
Product Design,  
Video Design and  
Filmmaking, Design  
della Comunicazione,  
CG Animation e Sound  
Design per la tesi  
interdisciplinare

**Corsi Coinvolti**

CG Animation, Design  
della Comunicazione,  
Interior Design,  
Product Design,  
Sound Design,  
Video Design and  
Filmmaking

**Date**

27 luglio  
*Interior Design*

-

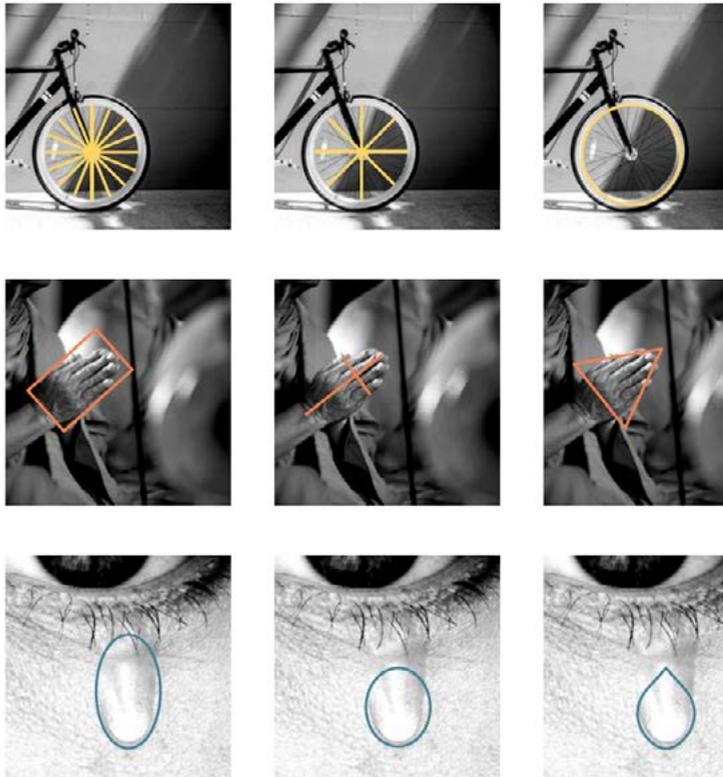
28 luglio  
*Product Design*

-

16 settembre  
*Tesi interdisciplinare  
Scuole Design, Arti Visive  
e Comunicazione*



# Camminare per mondi: una nuova immagine per Free Wheels Onlus



Free Wheels Onlus è un'associazione senza fine di lucro che opera nell'ambito dell'utilità sociale svolgendo attività in grado di incentivare lo sviluppo dell'indipendenza fisica e sociale di ragazzi disabili, sostenendoli sia moralmente che psicologicamente attraverso iniziative che vanno dalla mappatura di percorsi ed itinerari accessibili all'organizzazione di eventi di sensibilizzazione per l'abbattimento di barriere fisiche e mentali. L'incontro del suo fondatore, Pietro Scidurlo, con gli studenti del corso PTP in Grafica di IED Venezia ha dato origine ad un progetto di riorganizzazione dell'identità visiva dell'associazione, che ha anche lasciato aperta la possibilità di rielaborare il proprio logo nell'ottica di un restyling dell'intera corporale identity.

Il lavoro svolto ha portato i diplomandi a declinare quanto richiesto nella forma di un nuovo sito internet, dove sono stati riprogettati non solo gli elementi di layout, ma anche il modo di raccontare il lavoro svolto quotidianamente da Free Wheels Onlus, confrontandosi con un modo diverso di "camminare per mondi".

**IED VENEZIA**

in collaborazione con Free Wheels Onlus



Photo by: Fabio Sebastiano

---

**Diplomandi**

Elsa Bonato  
Elena Borsetto  
Sofia Ceccato  
Cristina Ciroi  
Quem Charmane Tolentino Malinay  
Maria Clara Fabris  
Michele Feletto  
Irena Koroljoiva  
Alessandro Marchetto  
Mattia Michelis  
Giada Modugno  
Lucia Paolin  
Giacomo Pozzobon  
Enrico Rorato  
Melissa Terzi  
Gloria Trentin  
Annette Vaccaroni  
Francesco Zanchetta

---

**Corso Coinvolto**

Professional  
Training Program  
in Grafica

---

**Data**

28 luglio

# S

## S.canny

# Come l'interazione può rendere tutti attivisti



Un progetto in collaborazione con Fridays for Future Milano, ramo del grande movimento studentesco, nato grazie all'attivismo di Greta Thunberg, che ha spinto migliaia di ragazze e ragazzi a scioperare il venerdì e a riunirsi nelle piazze di tantissime città in tutto il mondo, chiedendo ai governi azioni concrete contro i cambiamenti climatici e reclamando il proprio diritto al futuro. In questo scenario - trasversalmente ai corsi di Graphic Design, Fashion Stylist, Interior Design, Product Design, Design della Comunicazione - sono stati proposti diversi progetti di tesi con l'obiettivo di aiutare FFF Milano a sviluppare iniziative che guardino all'integrazione della sostenibilità nella vita quotidiana, nella città e tra generazioni.

Su cosa punta S.canny?

L'antropocene è arrivato in una bella confezione monouso. È tempo di disfarsene e di concedere un'altra opportunità al pianeta e all'umanità. Se il cambiamento è ciò che vogliamo, dobbiamo iniziare dai consumi e dalla vita di tutti i giorni. S.canny vuole essere lo strumento per svelare l'impatto delle nostre scelte, per condividere buone pratiche di sostenibilità ed evidenziare un concetto ancora non troppo chiaro: la sostenibilità ripaga. L'applicazione offre uno scanner con accesso a realtà aumentata che, combinato ad un sistema di riconoscimento immagini, permette di esplorare i propri dintorni alla ricerca di alternative pratiche ed ecosostenibili. Si può andare alla scoperta del proprio impatto ambientale, di quello di prodotti e servizi, o delle opinioni altrui a riguardo, e contestualmente, usufruendo delle funzionalità dell'applicazione, si viene motivati a tentare nuove soluzioni. L'autoproduzione, zero rifiuti, il consumo responsabile sono alla base dell'iniziativa, unite a spirito di condivisione e competizione. Questo nuovo mezzo di comunicazione e interazione si basa su un sistema di

**IED MILANO**  
in collaborazione con  
Fridays for Future Milano

sfide in cui le buone pratiche vengono ripagate dagli altri utenti e stakeholder, e in cui costanza e visibilità nel rispetto dell'ambiente possono trasformarsi in buoni sconto presso i vari business partecipanti. Anche i commercianti infatti sono spronati a far parte del gioco. Si avrà l'opportunità di creare sfide riguardanti i propri prodotti e servizi, e di pubblicare inoltre consigli di sostenibilità che li coinvolgano. S.canny vuole incentivare la sostenibilità creando uno spazio per l'interazione fra individui consumatori e piccole e medie imprese locali, enti, servizi e chiunque trovi nella sostenibilità un valore comune ed un punto di forza. L'app - che si muove tra gamification e social media, fidelizzazione e vetrina digitale - vuole portare l'attivismo ambientale nelle mani di tutti e dare a Fridays For Future un mezzo per gestire la comunità, ottenere dati e contenuti per il movimento, e, infine, premiare partecipazione e volontà.



---

**Diplomandi**

Vittorio Maria Albano  
Malak Hammouda  
Yuri Michieletti

---

**Date**

28 luglio

---

**Corso Coinvolto**

Graphic Design

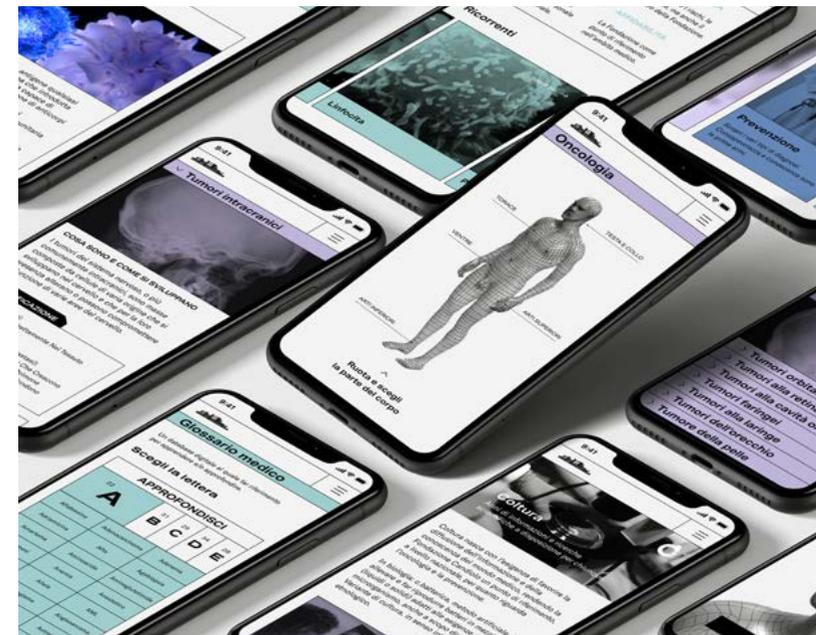
# R

## Respect! Persone, Futuri, Luoghi reinterpretati nel ruolo sociale rivestito dalla Fondazione Piemontese per la Ricerca sul Cancro

**IED TORINO**

in collaborazione con Fondazione  
Piemontese per la Ricerca sul Cancro

Fino a poco tempo fa, parlare di cancro era un tabù. Per chi ne era colpito era quasi uno stigma sociale e il sentimento prevalente era la paura e la disperazione. Il malato si sentiva un paziente passivo, la cui umanità era inghiottita dalla mancanza di speranza. I progressi nella ricerca e nelle cure sempre più personalizzate hanno profondamente cambiato il decorso della malattia e la sua percezione anche a livello di opinione di pubblica. Le aspettative di vita hanno consentito ai pazienti di recuperare il rispetto per se stessi: non sono più visti solo come malati, ma anche come persone con un futuro. Questi importanti risultati impongono un diverso approccio per comunicare i progressi scientifici e clinici ottenuti, e l'importanza dei fondi raccolti con le campagne di sensibilizzazione a favore della ricerca e dell'adeguamento tecnologico delle strutture di cura. Il progetto di tesi si pone l'obiettivo di comunicare questa nuova realtà attraverso un codice visivo innovativo e interattivo da applicare ai canali informativi della Fondazione Piemontese per la Ricerca sul Cancro, con particolare attenzione al notiziario "Fondazione", semestrale gratuito diffuso fra i suoi sostenitori, sia in forma cartacea che digitale. L'emergenza sanitaria causata dal Covid-19 ha ridisegnato le relazioni umane e di conseguenza le metodologie e le dinamiche progettuali, aprendo la strada a nuove proposte digitali e innovative da affiancare al redesign del semestrale cartaceo, per venire incontro alle esigenze contingenti dettate dal momento storico.



**Diplomandi**

Leonardo Bergamo  
 Davide Campassi  
 Arianna Catzula  
 Benedetta Di Bonaventura

**Date**

29 luglio

**Corso Coinvolto**

Graphic Design



# S

## Santa Giulia

Il progetto è stato commissionato dalla joint venture formata da Lendlease e Risanamento, due aziende che hanno unito le forze per portare a termine quanto progettato dallo studio Norman Foster +, partner nel ridisegno totale del distretto Milano Santa Giulia (quartiere residenziale a Sud Est della città). Il progetto, iniziato nel 2004 per poi interrompersi nel 2009, cambia la sua visione nel 2016, proprio grazie al subentro di Lendlease, con l'obiettivo di trasformare Santa Giulia da quartiere residenziale esclusivo a quartiere di condivisione.

L'obiettivo del progetto di tesi è quindi quello di creare una comunicazione emozionale ed esperienziale che racconti la futura identità, i valori e l'anima del quartiere/cantiere periferico di Santa Giulia. In dettaglio sono state definite tre aree di progetto per perseguirlo: branding, comunicazione ed eventi.

Santa Giulia sarà il quartiere da vivere e per vivere. Il suo valore si manifesta attraverso le persone che rendono vivo ciò che è tangibile (le strutture, gli edifici, prive di identità senza la componente umana).

Per questo motivo, l'obiettivo della fase di ricerca è stato comprendere quali caratteristiche rendono un quartiere attrattivo per le persone e di conseguenza quali dinamiche influenzino la scelta di un luogo da vivere.

Il tessuto sociale, il riconoscimento delle community in uno spazio e l'interazione e lo scambio fra gli abitanti, rappresentano le colonne portanti del quartiere perfetto. La coesistenza di questi elementi è la carta vincente di un luogo. Questo è il concetto che guida la strategia, il racconto di una destinazione urbana, non ancorato alle strutture ma alla socialità.

Il progetto Santa Giulia vuole far sì che il quartiere venga scelto come luogo da vivere e secondariamente come luogo per vivere, condividendo con le persone i suoi valori.



**IED MILANO**

in collaborazione con Lendlease  
e Risanamento S.p.a.



**Diplomandi**

- Andrea Pesare
- Giulia Rebosio
- Isabella Sperotto
- Guglielmo Taveggia
- Carlotta Rubinato
- Vittoria Carron
- Alessandra Leone
- Giulia Marangione
- Giulia Braganti
- Sara Colangelo

**Date**

29 Luglio

**Corso Coinvolto**

Design della Comunicazione



# T Inside Aut e Per fare un albero: progetti di riqualificazione per l'Azienda Ospedaliera Brotzu

---

## Diplomandi

Maria Rosalia Cadau  
Maria Vittoria Mecacci

---

## Date

30 luglio

---

## Corso Coinvolto

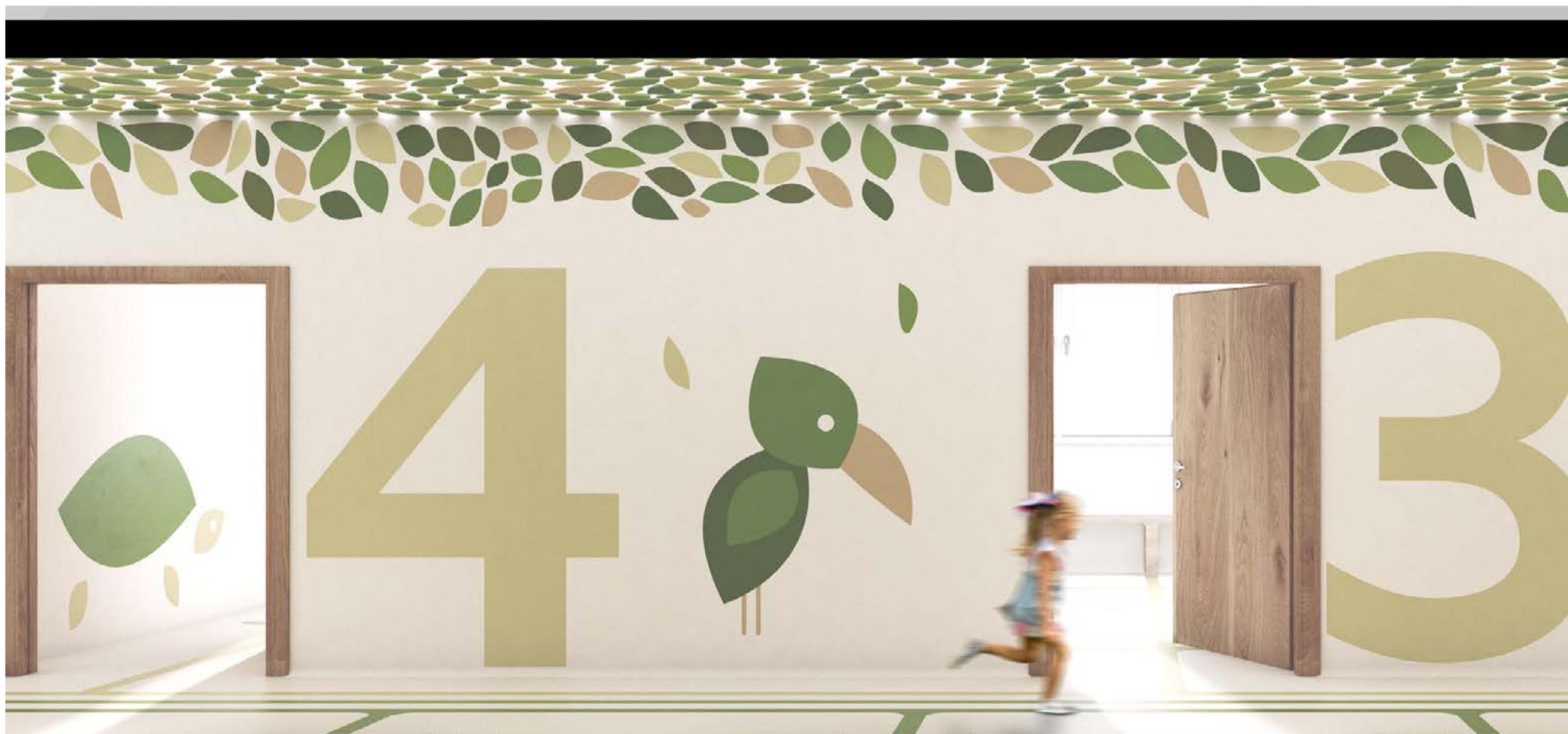
Interior Design

I progetti riguardano due reparti infantili - Chirurgia Pediatrica e Neuropsichiatria infantile - all'interno dell'Azienda Ospedaliera G. Brotzu di Cagliari. L'obiettivo è quello di formulare una proposta di riqualificazione degli spazi interni in modo da migliorare, sotto molteplici aspetti, la condizione di degenza dei piccoli ospiti puntando non solo ad una maggiore funzionalità ma anche a un maggior comfort nella fruizione degli ambienti. Particolare attenzione verrà dedicata al rispetto delle prescrizioni tecniche e normative per rendere la proposta coerente e completa in ogni suo aspetto, in modo che le componenti formali e quelle funzionali vengano armonizzate all'interno di un linguaggio progettuale omogeneo.



**IED CAGLIARI**

in collaborazione con  
Azienda Ospedaliera G. Brotzu



# U

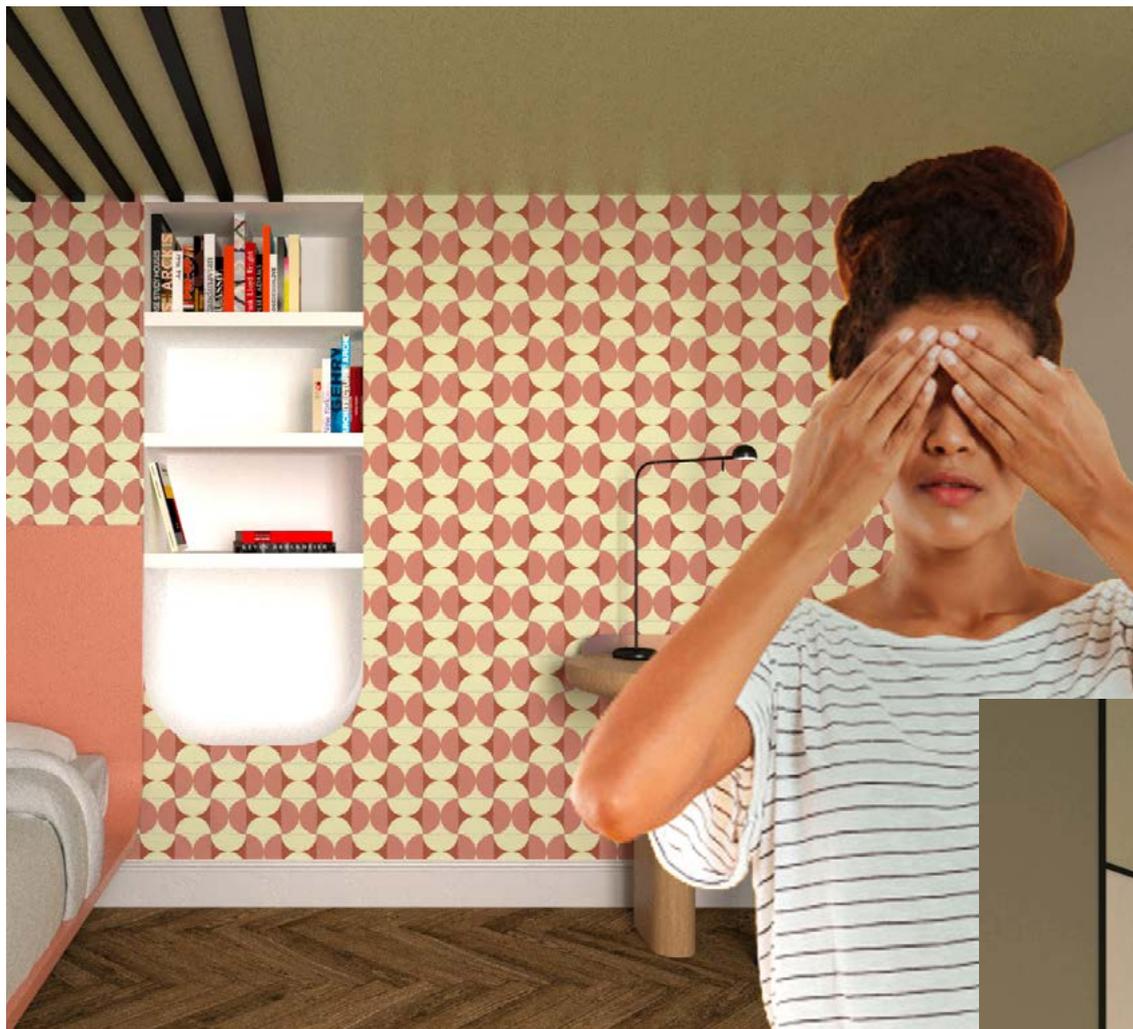
## Un interno domestico For All



La progettazione ha interpretato le richieste di Reale Immobili, ristrutturando un'abitazione della proprietà attraverso l'approccio del Design For All. Sito nel cuore di Torino, al piano alto di un edificio storico di corso Re Umberto, l'appartamento di 220 mq è stato ristrutturato seguendo una progettazione consapevole, inclusiva e accogliente. Riflettendo con attenzione sui bisogni relativi a varie fasi della vita e differenti capacità percettive, motorie e cognitive, il progetto permette la fruizione degli spazi alla più ampia pluralità di soggetti. Comprendendo le implicazioni sociali e i benefici in termini di miglioramento della qualità della vita, lo studio di interni mette al centro la dignità umana eliminando ogni ostacolo e barriera architettonica, senza rinunciare alla ricerca estetica e all'attenzione al dettaglio. Una progettazione contro la discriminazione e per il rispetto della diversità.

L'emergenza sanitaria causata dal Covid-19 e il conseguente lockdown hanno cambiato il rapporto con le abitazioni, trasformando le abitudini e la percezione del tempo e dello spazio all'interno delle mura domestiche. Si guarda alla casa in modo diverso, si scoprono ed esprimono nuove necessità. Luogo sicuro in cui sentirsi protetti, l'ambiente domestico è divenuto orizzonte quotidiano dagli inediti, e quasi inimmaginabili, ritmi di vita. Il percorso di tesi su un interno domestico svolto durante il confinamento imposto dalla pandemia ha portato a una serie di riflessioni in sede di ricerca di progetto. Se la progettazione vera e propria non ha subito modifiche sostanziali, la fase di ricerca preliminare, inizialmente focalizzata sul "sentirsi a casa", è stata ampliata con l'esplorazione del "restare a casa". Gli aspetti positivi e rassicuranti legati all'esperienza domestica sono stati integrati con sensazioni più complesse e sfaccettate originate dalla permanenza forzata e continua, analizzandone l'influenza sulla sfera privata e professionale. La sicurezza, la valorizzazione, la funzionalità e la flessibilità degli spazi, elementi importanti nella progettazione inclusiva, sono divenuti ora aspetti essenziali e imprescindibili sui quali sviluppare proposte capaci di rispondere a nuovi bisogni diffusi, con ancora maggiore sensibilità per tutte le categorie per le quali i limiti nella libertà di azione e movimento rendono il "restare a casa" realtà non temporanea.

**IED TORINO**  
in collaborazione con Reale Immobili



---

**Diplomandi**  
Eugenio Gelao  
Alice Attardo  
Filippo Campanaro  
Carlotta Crea

---

**Date**  
30 luglio

---

**Corso Coinvolto**  
Interior Design



# D DOORWAYS



## Diplomandi

Sara Colaneri  
Riccardo Di Palma  
Gaia Mimoso Manzi  
Franco Raineri  
Martina Rotaru  
Sara Carnevali  
Diletta Favaretto  
Claudia Lolli  
Valeria Spanò

## Corsi Coinvolti

CG Animation  
Media Design

## Data

30 luglio

Il coding incontra la realtà aumentata in un progetto trasversale che per la prima volta coinvolge studenti dei corsi di Media Design (futuri programmatori e designer dell'interazione) e di CG Animation (creatori e animatori di mondi 3D).

Sfruttando questi linguaggi, Doorways è un gioco portatile che punta a creare un'opportunità di evasione ludica, in grado di far vivere magiche avventure e momenti di gioco ai bambini seguiti dalla Fondazione G. e D. De Marchi Onlus in attesa di cure importanti, rendendo dunque più leggera la loro degenza terapeutica in ospedale. Non solo una "semplice" Game App, ma quattro mondi in cui immergersi e con cui interagire (attraverso una mobile app) racchiusi in una valigetta gioco, dotata di tutti gli strumenti necessari a portare a termine specifiche "missioni", con un obiettivo ultimo: ritrovare tutte le note della trombetta del gigante Fantaso che sono andate perdute. "Convocando" dei mondi fantastici che richiedono al piccolo utilizzatore di svolgere dei compiti - mediante una combinazione di elementi di realtà aumentata con elementi fisici - Doorways è altamente coinvolgente e stimola i sensi e le abilità cognitive del bambino.

Funzionamento: con la valigetta davanti a sé, il gioco si articola come un vero e proprio gioco da tavolo 2.0, basato su un flusso guidato, segnato da una pedina con le sembianze del gigante buono Fantaso. Ogni mondo da visitare è rappresentato da una casella in cui posizionarsi: tramite la app sul telefono verranno visualizzati gli elementi in Realtà Aumentata specifici del mondo in cui ci si trova.

Gli studenti hanno dovuto adattare il lavoro a causa dello scoppio e del protrarsi dell'emergenza Covid-19, per cui il progetto ha subito una sostanziale modifica in corsa. Obiettivo iniziale era infatti quello di ridisegnare fisicamente il giardino della Fondazione milanese (che si occupa di lotta contro le emopatie e i tumori dell'infanzia) attraverso la Realtà Aumentata e installazioni interattive, convocando dunque i mondi fantastici del gioco direttamente nello spazio fisico di evasione della struttura: una sorta di "Giardino delle Meraviglie". La necessità di distanziamento sociale ha portato a rivedere il progetto con la costruzione di un gioco fruibile in qualsiasi luogo e singolarmente, pur mantenendo l'idea di un luogo meraviglioso, racchiuso in una valigetta. Dalla necessità è nata dunque un'opportunità: in questo modo, Doorways è utilizzabile davvero da tutti, anche da quei bambini che non possono muoversi dal letto.

**IED MILANO**

in collaborazione con  
Fondazione G. e D. De Marchi Onlus

# T

## Terre des Hommes Graphic Novel

Nato da una collaborazione con la Fondazione Terre des Hommes Italia Onlus, il progetto prende forma dalla volontà della Fondazione di sensibilizzare l'opinione pubblica sullo sfruttamento dei minori e di promuovere attraverso nuovi canali la campagna Indifesa nata qualche anno fa.

Partendo da storie vere gli studenti hanno dato vita a dei personaggi che si raccontano attraverso parole e immagini, forme e colori.

Rubina, Kirmani, Angela e Nandhini sono le protagoniste delle storie che compongono il progetto iniziale della Graphic Novel. A causa dell'emergenza Covid l'output finale è stato modificato e si è scelto di rappresentare la storia di Nandhini armonizzando in un unico racconto i diversi stili illustrativi degli studenti.

Il progetto finale è quindi la trasposizione del racconto di Maria Grazia Calandrone "Dalle otto di sera a mezzanotte. La storia di Nandhini" nella quale gli studenti hanno realizzato le illustrazioni e dato vita a una racconto per immagini, esito di un lavoro di ricerca e analisi del contesto geografico, culturale e sociale della protagonista e di uno studio delle tecniche di rappresentazione.



**IED CAGLIARI**

in collaborazione con Terre des Hommes

NEL 2013  
MAMMA ALAMELU  
MUORE.

NON IMPORTA IL PERCHÈ, NON ESISTE UN MOTIVO  
PER CUI LA MAMMA DI UNA BAMBINA DI 10 ANNI MUOIA.  
BASTA COSÌ.

---

**Diplomandi**

Irene Lai  
Mattia Mura  
Lorenzo Solina  
Giulia Usai

---

**Date**

30 luglio

---

**Corso Coinvolto**

Media Design



# CONTATTI

## Web:

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

[ied.it/press](http://ied.it/press)

[ied.it/graduation-week2020](http://ied.it/graduation-week2020)

–

## E-mail:

[p.r@ied.it](mailto:p.r@ied.it)

–

## Social media:

Instagram: [@ied\\_official](https://www.instagram.com/ied_official)

Facebook: [@IEDesign](https://www.facebook.com/IEDesign)

**#IEDgraduationweek**

