

Borse di studio Corsi Triennali Post Diploma e Foundation

REGOLAMENTO

Scadenza: 20 aprile 2023

IED Istituto Europeo di Design S.p.A. e I.L.E.M. srl - Accademia di Belle Arti "Aldo Galli" (di seguito Accademia Galli) invitano i giovani creativi a trasformare le loro idee in progetti.

In palio **136 Borse di Studio** a copertura del 50% della retta di frequenza dei corsi Triennali, Post Diploma e Foundation in Design, Moda, Arti Visive, Comunicazione e Restauro organizzati nelle sedi IED a Milano, Cagliari, Firenze, Roma, Torino e presso Accademia Galli di Como.

Come partecipare

I partecipanti dovranno sviluppare il loro progetto partendo dal brief relativo all'area del corso prescelto per il quale aspirano ad ottenere la Borsa di Studio.

Per partecipare al Concorso è necessario effettuare la registrazione e il caricamento del materiale richiesto entro e non oltre le ore **23.59 del 20 aprile 2023 (GMT+1, fuso orario italiano)**:

- Step 1.** Leggi attentamente il presente Regolamento e i brief dei progetti.
Per partecipare al Concorso è richiesto lo sviluppo di un concept che, all'interno del proprio campo d'interesse specifico, rispetti le indicazioni date nei singoli brief dettagliati.
- Step 2.** Scegli il corso e la sede per cui ti stai candidando.
- Step 3.** Registrati compilando il form all'indirizzo ied.it/borsedistudio-triennali.
Una volta registrato, riceverai via e-mail il link per accedere all'Area Riservata dove potrai caricare i materiali richiesti.
- Step 4.** Inizia a preparare il materiale richiesto secondo le indicazioni di brief per accedere alla Borsa di Studio.
- Step 5.** Una volta preparato il materiale, entra nella sezione riservata e carica il tuo progetto completo dei documenti richiesti.
- Step 6.** Se risulti vincitore della Borsa di Studio avrai 3 giorni di tempo per confermare la tua accettazione e 5 giorni per completare la tua iscrizione.

In bocca al lupo!

DESIGN FOR TRANSITIONS

La parola TRANSIZIONE descrive il momento di passaggio da un modo di essere a un altro, da una situazione a un'altra e diversa condizione, sia in senso statico che dinamico.

È possibile parlare di TRANSIZIONE in diversi ambiti:

In ambito umano e sociale, sia a livello INDIVIDUALE (la vita umana e le sue età, l'identità) che di COLLETTIVITÀ (l'evoluzione storica e sociale di un gruppo più o meno ristretto di persone).

Si dice ad esempio di trovarsi in un periodo di transizione o si parla degli anni di transizione tra l'adolescenza e l'età adulta.

Così come un periodo di transizione è quello che segna il passaggio da una civiltà a un'altra, durante il quale si maturano nuove forme sociali e di costume, nuove concezioni e produzioni culturali, letterarie, artistiche come l'età di transizione tra il Medioevo e il Rinascimento.

In ambito geografico si parla di zone, aree di transizione quelle intermedie tra REGIONI VICINE, in cui perciò si incontrano e sono presenti, con INFLUENZE RECIPROCHE, forme di vita e di lingua diverse.

In ambito scientifico, in chimica, fisica, geologia, matematica si incontrano due tipi di transizioni: quei MOMENTI DI PASSAGGIO DI STATO in cui si può riconoscere un "prima" e un "dopo"; quegli ELEMENTI CHE NON POSSONO ASCRIVERSI A TIPI BEN DEFINITI, ma rappresentano termini di passaggio da un tipo all'altro.

Più genericamente in un PROCESSO QUALSIASI si considera e denomina fase di transizione una FASE INTERMEDIA del processo, nella quale si altera la condizione, per lo più di approssimativo EQUILIBRIO, che si aveva nella fase iniziale, e che dà luogo poi a una nuova condizione di equilibrio.

TRANSIZIONE sembra essere quindi la parola più adatta per descrivere un momento di passaggio, senza perdere di vista la complessità che inevitabilmente tutti i cambiamenti comportano, poiché ogni transizione è frutto della necessità di adattamento che permette di disegnare un futuro diverso. Ogni transizione è una ricerca e un compromesso. Un tema che attraversa la contemporaneità e si stratifica a livello individuale, collettivo, storico.

La tematica dei brief è stata individuata da Riccardo Balbo - Direttore Accademico Gruppo IED e sviluppata dai Direttori e/o Coordinatori delle sedi italiane: Michele Albera, Rossella Bertolazzi, Nicoletta Castellaneta, Andrea Nardi, Lorenzo Terragna.

CORSI IED

AREA DESIGN

Interior Design: Milano, Cagliari, Firenze, Roma, Torino

Interior and Furniture Design: Firenze

Product Design: Milano, Cagliari, Roma, Torino

Transportation Design: Torino

AREA ARTI VISIVE

Fotografia: Milano, Roma, Torino

Sound Design: Milano, Roma

Video Design: Milano

Video Design and Filmmaking: Roma

Media Design: Milano, Cagliari, Roma

CG Animation: Milano, Roma

Graphic Design: Milano, Torino

Graphic Design- Motion Graphic: Roma

Illustrazione e Animazione: Milano, Roma

Illustrazione: Torino

AREA MODA

Fashion Marketing: Milano, Firenze

Fashion Stylist and Communication: Milano

Fashion Stylist: Milano, Firenze

Fashion Stylist and Editor: Roma

Design del Gioiello: Milano, Roma

Design del Gioiello e Accessori: Torino

Fashion Design: Milano, Cagliari, Firenze, Roma, Torino

AREA COMUNICAZIONE

Design della Comunicazione: Milano, Cagliari, Roma, Torino

Comunicazione Pubblicitaria: Firenze

CORSI ACCADEMIA DI BELLE ARTI ALDO GALLI - COMO

Restauro

Fashion e Textile Design

Product Design

Academic Foundation Year - Italian Creativity & Design

Pittura e Linguaggi Visivi

Interior Design Interior and Furniture Design Product Design Transportation Design

Brief

Evolversi per non estinguersi.

Per quanto possa suonare drammatica, questa frase racchiude l'essenza della natura umana. Il cambiamento che si ottiene con la progettualità e che preclude una fase di analisi.

Il progettista deve dimostrare sensibilità non solo nell'identificare le problematiche, ma nell'anticiparle e nell'elaborare una soluzione concreta.

A differenza di quanto ancora troppo spesso accade nel design, il candidato sarà invitato a **realizzare un progetto (un prodotto, veicolo, uno spazio o un accessorio) partendo dalla ricerca dei materiali innovativi e con processi e fine vita sostenibili.**

Solo in seguito dovrà sviluppare aspetti funzionali ed estetici e sarà tenuto a descrivere l'intero percorso progettuale.

Il progetto potrà essere sia comprensivo di visualizzazioni, così come puramente astratto, ma dovrà dimostrare un'attenta fase di ricerca e comprensione e un'evoluzione creativa.

Fotografia
Sound Design
Video Design
Video Design and Filmmaking
Media Design
CG Animation
Graphic Design
Graphic Design - Motion Graphic
Illustrazione e Animazione
Illustrazione

Brief

Come racconta lo storico medioevale Franco Cardini nel suo ultimo libro *Le vie del sapere*, l'Europa del Medioevo era un mondo aperto, varcato e attraversato da migliaia di uomini in movimento, assieme alle loro idee. Prelati, monaci, pellegrini, mercanti, crociati, popoli che migravano. Via mare e via terra si trasportavano oltre che merci, idee, immagini, racconti, forme artistiche e invenzioni.

Oggi nel mondo della globalizzazione dove tutto sembra essere percorribile e fruibile possiamo riflettere su alcune contrapposizioni e contraddizioni che questa società stessa ci impone.

Analogico – digitale
Utopie – distopie
Mercato – sostenibilità.
Ricchezza – povertà.
Femminile – maschile
Nord – sud
Pieno – vuoto
Solido – liquido...

Partendo da questi pensieri trovati un tuo percorso, un tuo cammino e una tua espressione per raccontare nello stile, nel modo che più ti è appropriato il tuo “stare” in questo mondo.

Basandoti sulla tua fantasia e sui riferimenti artistici e culturali che ami di più, comunica la tua idea con un breve testo esplicativo e uno o più di questi strumenti: un segno, un disegno, l'idea per un'intelligenza artificiale, una o più immagini, un video, una traccia sonora o l'idea per un corto d'animazione o per un videogame.

Fashion Marketing Fashion Stylist and Communication Fashion Stylist Fashion Stylist and Editor Design del Gioiello Design del Gioiello e Accessori Fashion Design

Brief

Ci sono anni esplosivi e radicali, la cui importanza storica è netta.

La pandemia rappresenta lo spartiacque tra due diverse ere, un passaggio sociale, culturale ed economico, un nuovo mondo in cui si evidenzia il legame tra individuo, natura e nuove tecnologie.

Questo cambiamento ci ha messo di fronte ad una nuova realtà, confermando quanto l'innovazione digitale e la rivoluzione ecologica ed etica siano un fattore chiave nel processo di transizione anche nell'industria moda che richiede però nuovi modi di pensare e di comunicare.

Il mercato è chiamato a coniugare tradizione ed innovazione, una nuova interpretazione del concetto di internazionalizzazione ed inclusione come valori aggiunti di un settore in grado di mettere in luce la necessità di esprimersi e di tornare a fare cose belle attraverso un efficace storytelling trasversale tra arte e cultura.

Racconta il nuovo concetto di moda ma senza utilizzare la moda: **sulla base della tua creatività e dei riferimenti artistici e culturali che più ami, dovrai sviluppare un racconto visivo capace di legare creatività e mercato, arte e moda, design e comunicazione integrandolo con la tua opinione sulla transizione digitale e sostenibile del sistema moda.**

Utilizza le tecniche e gli strumenti espressivi in cui ti senti maggiormente a tuo agio, così da esprimere il valore del tuo progetto: testi, slogan, wordcloud, disegni, figurini, collage, fotografie, immagini o video.

Design della Comunicazione Comunicazione Pubblicitaria

Brief

I momenti di transizione sono sempre momenti di grandi opportunità.

Si intravede in lontananza il cambiamento, il nuovo orizzonte ma le cose sono ancora indefinite. Per chi è più visionario e lungimirante ci sono molte possibilità.

Oggi uno dei settori più in transizione è quello della mobilità. Il car sharing ha cambiato il concetto di proprietà e ha spinto i brand a rivedere le proprie offerte commerciali per adeguarsi alla tendenza della "subscription economy", dove si è abituati ad abbonarsi ai servizi che utilizziamo quotidianamente (piattaforme musicali, servizi di video ondemand, bike sharing, etc. etc.).

Ma la transizione più grande è quella verso l'elettrico. Entro il 2035, infatti, le auto a benzina e diesel spariranno a favore delle auto elettriche. E questa decisione porterà con sé ulteriori cambiamenti: che fine faranno le vecchie pompe di benzina? Saremo circondati da colonnine di ricarica? Come saranno le batterie in futuro? Siamo proprio nel vivo della transizione!

Proviamo a fare un salto ancora più avanti ed immaginiamo il momento in cui non sarà più sostenibile, conveniente o di moda usare o avere un'auto privata. Come potrebbero vivere quel momento di transizione i brand di automobili? Le opzioni sono due: o scompaiono o si reinventano.

Quello che vi chiediamo è di provare ad immaginare - per i brand come Mercedes, Audi, Fiat, ecc. - un futuro senza automobili. Cosa potrebbero vendere? Come potrebbero cambiare?

Sulla base della vostra fantasia - e tenendo ben presente la personalità di ciascuno dei brand di automobili - vi chiediamo di proporci l'idea di come potrebbe evolvere in futuro un brand a vostra scelta del mercato delle automobili.

Quello che deve rimanere lo stesso è il brand, i suoi riferimenti iconografici, di stile e di personalità, quello che deve cambiare è il loro business principale.

Non ci sono limiti, siete liberi di immaginare qualsiasi scenario per loro. (Fiat, che vuol dire "in un attimo", potrebbe diventare un brand di delivery particolarmente veloce, ad esempio).

L'importante è che sia coerente con il brand e che lo sappiate giustificare bene.

Cosa dovrai fare in concreto

Raccontarci con massimo 5 slides / fogli:

- Il Brand che hai scelto e la sua attuale personalità;
- Gli elementi che attualmente lo distinguono (elementi iconografici, di stile, di personalità di marca);
- Una campagna di comunicazione (attuale o del passato) che secondo te rappresenta bene la personalità di quel brand;
- La tua proposta di business o di attività in cui quel Brand potrebbe riciclarsi con successo e perché;
- Un esempio di azione o campagna di comunicazione che il Brand potrebbe fare nel mercato che hai scelto per lui.

Restauro

Brief

Conservare la bellezza per tramandare e comunicare la cultura.

Il restauro dei beni culturali ha il grande e importante obiettivo di preservare ciò che rappresenta la nostra memoria e quindi la nostra identità.

Il patrimonio di ogni paese è il frutto della sua storia umana e veicola l'unicità e l'eccellenza con cui ogni popolo si è evoluto; tramanda la traccia delle radici di ogni cultura.

Attraverso lo studio dei beni artistici e architettonici si scopre come ogni opera porta con sé anche un segno antropologico che rispecchia il valore di un tempo.

Il restauro è quindi un percorso umanistico e scientifico che interseca molte prospettive di analisi e di ricerca appassionanti.

Nel restauro l'opera d'arte sarà "nelle vostre mani", studierete la chimica per comprendere come poter fare la pulitura di un affresco o di un dipinto e nel contempo le tecniche espositive per poter proporre nuovi metodi di rappresentazione e conservazione degli oggetti d'arte, prenderete familiarità con le tecniche digitali di scansione dettagliata delle opere per poterle analizzare gli interventi nel dettaglio e per poterle poi archiviare.

Il restauro è quindi una professione in continua evoluzione lo sviluppo della ricerca applicata in diversi ambiti può aprire nuove strade e portare a importanti scoperte partendo dalla passione per la bellezza che è sempre anche veicolo di pace.

Fashion e Textile Design

Brief

Ci sono anni esplosivi e radicali, la cui importanza storica è netta.

La pandemia rappresenta lo spartiacque tra due diverse ere, un passaggio sociale, culturale ed economico, un nuovo mondo in cui si evidenzia il legame tra individuo, natura e nuove tecnologie.

Questo cambiamento ci ha messo di fronte ad una nuova realtà, confermando quanto l'innovazione digitale e la rivoluzione ecologica ed etica siano un fattore chiave nel processo di transizione anche nell'industria moda che richiede però nuovi modi di pensare e di comunicare.

Il mercato è chiamato a coniugare tradizione ed innovazione, una nuova interpretazione del concetto di internazionalizzazione ed inclusione come valori aggiunti di un settore in grado di mettere in luce la necessità di esprimersi e di tornare a fare cose belle attraverso un efficace storytelling trasversale tra arte e cultura.

Racconta il nuovo concetto di moda ma senza utilizzare la moda: **sulla base della tua creatività e dei riferimenti artistici e culturali che più ami, dovrai sviluppare un racconto visivo capace di legare creatività e mercato, arte e moda, design e comunicazione integrandolo con la tua opinione sulla transizione digitale e sostenibile del sistema moda.**

Utilizza le tecniche e gli strumenti espressivi in cui ti senti maggiormente a tuo agio, così da esprimere il valore del tuo progetto: testi, slogan, wordcloud, disegni, figurini, collage, fotografie, immagini o video.

Product Design

Brief

Evolversi per non estinguersi.

Per quanto possa suonare drammatica, questa frase racchiude l'essenza della natura umana. Il cambiamento che si ottiene con la progettualità e che preclude una fase di analisi.

Il progettista deve dimostrare sensibilità non solo nell'identificare le problematiche, ma nell'anticiparle e nell'elaborare una soluzione concreta.

A differenza di quanto ancora troppo spesso accade nel design, il candidato sarà invitato a **realizzare un progetto (un prodotto, veicolo, uno spazio o un accessorio) partendo dalla ricerca dei materiali innovativi e con processi e fine vita sostenibili.**

Solo in seguito dovrà sviluppare aspetti funzionali ed estetici e sarà tenuto a descriver l'intero percorso progettuale.

Il progetto potrà essere sia comprensivo di visualizzazioni, così come puramente astratto, ma dovrà dimostrare un'attenta fase di ricerca e comprensione e un'evoluzione creativa.

Academic Foundation Year - Italian Creativity & Design

Brief

Evolversi per non estinguersi.

Per quanto possa suonare drammatica, questa frase racchiude l'essenza della natura umana. Il cambiamento che si ottiene con la progettualità e che preclude una fase di analisi.

Il progettista deve dimostrare sensibilità non solo nell'identificare le problematiche, ma nell'anticiparle e nell'elaborare una soluzione concreta.

A differenza di quanto ancora troppo spesso accade nel design, il candidato sarà invitato a **realizzare un progetto (un prodotto, veicolo, uno spazio o un accessorio) partendo dalla ricerca dei materiali innovativi e con processi e fine vita sostenibili.**

Solo in seguito dovrà sviluppare aspetti funzionali ed estetici e sarà tenuto a descriver l'intero percorso progettuale.

Il progetto potrà essere sia comprensivo di visualizzazioni, così come puramente astratto, ma dovrà dimostrare un'attenta fase di ricerca e comprensione e un'evoluzione creativa.

Pittura e Linguaggi Visivi

Brief

Come racconta lo storico medioevale Franco Cardini nel suo ultimo libro *Le vie del sapere*, l'Europa del Medioevo era un mondo aperto, varcato e attraversato da migliaia di uomini in movimento, assieme alle loro idee. Prelati, monaci, pellegrini, mercanti, crociati, popoli che migravano. Via mare e via terra si trasportavano oltre che merci, idee, immagini, racconti, forme artistiche e invenzioni.

Oggi nel mondo della globalizzazione dove tutto sembra essere percorribile e fruibile possiamo riflettere su alcune contrapposizioni e contraddizioni che questa società stessa ci impone.

Analogico – digitale
Utopie – distopie
Mercato – sostenibilità
Ricchezza – povertà
Femminile – maschile
Nord – sud
Pieno – vuoto
Solido – liquido ...

Partendo da questi pensieri trovati un tuo percorso, un tuo cammino e una tua espressione per raccontare nello stile, nel modo che più ti è appropriato il tuo “stare” in questo mondo.

Basandoti sulla tua fantasia e sui riferimenti artistici e culturali che ami di più, comunica la tua idea con un breve testo esplicativo e uno o più di questi strumenti: un segno, un disegno, l'idea per un'intelligenza artificiale, una o più immagini, un video, una traccia sonora o l'idea per un corto d'animazione o per un videogame.