



DE—**SIGN**
ECONOMY
2024

I Quaderni di Symbola

DE—**SIGN**
ECONOMY
2024

I Quaderni di Symbola

REALIZZATO DA

SYMBOLA

Fondazione per le qualità italiane

Deloitte.
Private

POLI.DESIGN

FOUNDED BY POLITECNICO DI MILANO

ADI ASSOCIAZIONE
PER IL DISEGNO
INDUSTRIALE

COORDINAMENTO

Domenico Sturabotti - Direttore Fondazione Symbola
Romina Surace - Area Ricerca Fondazione Symbola
Ernesto Lanzillo - Leader Deloitte Private
Francesco Zurlo - Professore ordinario POLI.design
Cabirio Cautela - CEO POLI.design e Professore Politecnico di Milano
Luciano Galimberti - Presidente ADI

GRUPPO DI LAVORO

Andrea Morelli - Fondazione Symbola, **Mariangela Campalani** - Deloitte, **Ilaria Donà** - Deloitte, **Valentina Latronico** - Deloitte, **Anna Barbara** - POLI.design, **Giorgia Burzio** - Politecnico di Milano, **Venere Ferraro** - Politecnico di Milano, **Ignazia Maria Alessandra Dal Piva** - Politecnico di Milano, **Carlo Branzaglia** - ADI, **Yara Cutolo** - ADI, **Andrea Jandoli** - ADI, **Lorenzo Bono** - Comieco, **Federica Brumen** - Comieco, **Claudia Girotti** - AlmaLaurea, **Lara Tampellini** - AlmaLaurea, **Marina Timoteo** - AlmaLaurea, **Francesca Tosi** - CUID

PROGETTO GRAFICO

Bianco Tangerine

RINGRAZIAMENTI

Patrick Abbattista - DesignWanted, **Edgardo Angelini** - Design Group Italia, **Paola Borrione** - Fondazione Santagata per l'Economia della Cultura, **Sandro Buttiglieri** - San Lorenzo Yacht, **Federico Casotto** - Design Group Italia, **Antonella Castelli** - Logotel, **Eleonore Cavalli** - Visionnaire – IPE, **Giselle Chajin** - Florez Tangity, **Patrizio Cionfoli** - Studio Volpi, **Andrea Desiato** - Design Group Italia, **Antonio Domenico De Antonis** - AIPI, **Anna Di Giorgio** - AIPI, **Cristina Favini** - Logotel, **Sara Fortunati** - Circolo del Design, **Marco Generali** - Valerio Cometti+V12 Design, **Claudio Germak** - Politecnico di Torino, **Antonio Grillo** - Tangity, **Daniele Lora** - CC-Tapis, **Stefano Magistretti** - Politecnico di Milano, **Elisa Cucchetto** - Maize, **Claude Marzotto** - Studio òbelo, **Margherita Monguzzi** - Jekyll & Hyde, **Maria Loreta Pagnani** - AIAP, **Marco Maria Pedrazzo** - Design management, **Innocenzo Rifino** - Habits, **Michele Salmi** - Oikos Creative Lab, **Vincenzo Scagliarini** - Logotel, **Daniel Schreiber** - Haier Europe, **Giovanna Segre** - Università degli Studi di Torino, **Gianfranco Tonti** - Industrie IFI, **Marco Tortoioli Ricci** - AIAP

PARTNER



PATROCINIO



Ministero degli Affari Esteri
e della Cooperazione Internazionale



Ministero delle Imprese
e del Made in Italy

PARTNER TECNICI



ISBN 9788899265984

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 Private, POLI.design, ADI – Design Economy 2024

INDICE

0

PREMESSA

4

1

LE IMPRESE DEL DESIGN

12

1.1. Design in Europa

14

1.2. Design in Italia

19

1.2.1. Imprese

19

1.2.2. Valore aggiunto e occupazione

20

1.2.3. Ambiti di specializzazione del design

28

1.2.4. Geografie del design

31

1.2.5. Design per la sostenibilità ambientale

43

1.2.6. Design per il packaging e per gli allestimenti temporanei

51

2

DESIGN E TRANSIZIONE DIGITALE

64

2.1. Design e innovazione tecnologica

76

2.2. Design e intelligenza artificiale

82

3

FIGURE PROFESSIONALI EMERGENTI NEL DESIGN

90

3.1. Il designer: un ruolo in continua evoluzione

93

3.2. Focus sulle figure emergenti nel design

99

4

FORMAZIONE E LAVORO

112

4.1. Istituiti e iscritti

116

4.2. Laureati / diplomati

125

4.3. Focus sulle università

156

5

NOTA METODOLOGICA

146

5.1. Perimetro e attività di indagine

148

5.2. Figure emergenti nel design

150

5.3. Formazione e lavoro

157

PREMESSA

« *Se vuoi costruire una nave,
non radunare uomini solo per raccogliere
il legno e distribuire i compiti, ma insegna
loro la nostalgia del mare ampio e infinito* »

Antoine de Saint-Exupéry - Il piccolo principe

Di fronte alla crisi climatica e agli alti livelli di disuguaglianza sociale e territoriale, la portata di ciò che dobbiamo progettare – e riprogettare – è enorme.

Come decarbonizzeremo le case, gli uffici e gli spazi pubblici che sono responsabili del 45% dei consumi energetici e del 18% delle emissioni di CO₂? Come riprogetteremo i sistemi sanitari per supportare i 4,4 milioni di anziani non autosufficienti previsti tra poco meno di sei anni, nel 2030? Come miglioreremo la connettività fisica e digitale e gli standard di vita nelle aree urbane, montane e rurali del Paese? Cosa faremo per rendere l'intelligenza artificiale uno strumento che acceleri il benessere di tutti e non di pochi? Queste domande pongono sfide progettuali enormi che interrogano tutta la nostra comunità del design.

Dal 2017 il Rapporto Design Economy, promosso da Fondazione Symbola, Deloitte Private, POLI.design e ADI (Associazione per il Disegno Industriale) in collaborazione con Comieco, AlmaLaurea e CUID, annualmente racconta il comparto del design nelle sue articolazioni, fornendo dati e approfondimenti su nuove competenze, trend, tentando di capire quale contributo da e potrà dare alle sfide che abbiamo avanti.

Con oltre 270mila imprese, 330mila addetti e un fatturato del 2022 (ultima rilevazione aggiornata disponibile) di 28,6 miliardi di euro in crescita del 14,4% rispetto al 2021, il design rappresenta un asset dell'industria europea. Da anni l'Italia vanta un ruolo di primo piano nella UE a 27 con riferimento a tutti gli indicatori, dalla numerosità di operatori e addetti al valore delle vendite, al valore aggiunto generato. Nello specifico, con il 19,7% degli addetti e il 22,3% del fatturato complessivi, il nostro Paese si conferma primo tra i 27 stati aderenti all'Unione, con una crescita del fatturato tra il 2021 e il 2022 quasi doppia rispetto la media comunitaria (+27,1% confronto a +14,4%).

Il sistema vede in Italia ben 41.908 operatori, di cui 24.596 liberi professionisti e lavoratori autonomi e 17.312 imprese. Dopo le difficoltà del 2020, dovute alla crisi pandemica, il design ha messo a segno due anni di crescita del valore aggiunto (da 2,9 a 3,1 miliardi di euro) e dell'occupazione (da 62.501 a 63.485). Rimangono nel settore alcune criticità, come la struttura pulviscolare delle sue imprese, una scarsa patrimonializza-

zione e una carente cultura imprenditoriale, fattori che, se affrontati, potrebbero dare ulteriore slancio al sistema del design italiano.

Relativamente alle specializzazioni, rilevante è la componente *communication and multimedia design*, indicata come principale ambito di attività dal 35,1% delle organizzazioni, a cui seguono lo *space design* (17,1%), il *project services*¹ (15,7%), il *product design* (12,6%) e il *brand design* (11,7%); a maggiore distanza, invece, il *digital and interaction design* (5,7%) e il *service design* (2,0%). Guardando alla dimensione delle organizzazioni in ciascuna area, si evidenzia una presenza molto elevata di liberi professionisti e/o lavoratori autonomi nello *space design* (39,3%), mentre è molto più consistente la presenza di imprese di maggiori dimensioni nel *communication and multimedia design* (oltre i 10 addetti il 43,6% e fino a 10 addetti il 36,4%) e nel *project services* (oltre 10 addetti il 25,7% e fino a 10 addetti 14,9%).

Il mercato del design è composto in prevalenza da micro e piccole imprese (36,2%), sebbene siano aumentate le grandi imprese rispetto al passato (27,0%), la cui quota viene quasi pareggiata dalle imprese di media dimensione (26,1%), mentre è ancora molto contenuta la quota di mercato legata alla Pubblica Amministrazione (4,3%), al terzo settore (3,4%) e alle startup (2,9%). Tra i settori produttivi che trainano la domanda di servizi e prodotti di design, dominano l'arredamento (32,6%) e l'abbigliamento e cal-

1 Attività inerenti alla modellazione analogica e digitale, prototipazione, engineering and testing, modellistica per la moda.

zature (21,7%), seguono turismo e ristorazione (18,3%), accessori moda (15,1%, occhiali, gioielli, ecc.) e l'agroalimentare (14,0%).

La domanda di competenze porta di conseguenza ad analizzare l'offerta formativa del nostro Paese. La formazione del design nell'anno accademico 2022/2023 ha visto attivi ben 95 istituti, 3 in più rispetto la precedente rilevazione. Tra questi ci sono 30 Università (di cui 20 pubbliche e 10 private) 26 Altri Istituti autorizzati a rilasciare titoli AFAM, 20 Accademie di Belle Arti, 13 Accademie Legalmente Riconosciute e 6 ISIA, per un totale di 344 corsi di studio, distribuiti in vari livelli formativi e in diverse aree di specializzazione. Cresce del 5% il numero di corsi accreditati e attivati e del 3% il numero degli istituti, in particolare nel caso delle Università e delle Accademie di Belle Arti e Legalmente Riconosciute. A crescere non sono solo gli istituti e i corsi attivati ma anche la domanda e il numero degli studenti pari a 16.423, cioè l'8,6% in più rispetto al precedente anno accademico.

Crescita nettamente inferiore alla domanda, in quanto quasi tutte le tipologie di istituti hanno il numero chiuso. Ad esempio, nei corsi di laurea universitari, le domande sono 2,5 volte superiori al numero dei posti, con punte di oltre 6 volte nel nord Italia. Rapporto che si mantiene costante negli anni nonostante la crescita dei corsi di studio attivi. La distribuzione geografica degli istituti e degli studenti iscritti al primo anno conferma in valori assoluti il peso rilevante del Nord (40% di istituti e 56% di studenti),

tuttavia crescono gli iscritti nelle regioni del Centro (+25,6% nell'ultimo biennio e +16,5% nell'ultimo anno) e del Sud (+13,6% nell'ultimo anno).

Il presente rapporto esplora anche il ruolo del design nelle grandi sfide del nostro tempo: la transizione verde, la trasformazione digitale e gli effetti sulla professione del designer.

Considerando la sostenibilità, ben il 74,8% dei soggetti intervistati ne sottolinea l'importanza nei progetti in corso, confermando l'attuale rilievo della dimensione ambientale. I risultati dell'indagine svolta sul comparto, inoltre, evidenziano la crescita, rispetto alla precedente rilevazione, del livello di competenza medio-alto sulle tematiche ambientali: 88,0% rispetto al precedente 86,9%, con un picco del 96,4% per le imprese oltre 10 addetti.

Un primo elemento di novità di questa edizione è l'approfondimento relativo alla relazione tra design, innovazione e nuove tecnologie. Da sempre il design ha facilitato l'ingresso dell'innovazione del tessuto economico italiano, non fanno eccezione le tecnologie digitali che stanno determinando un rinnovamento interno del settore e dei servizi che questo propone e diffonde. Tra le soluzioni più rilevanti, prospetticamente spicca l'Extended Reality (40,6%) che, con i suoi strumenti immersivi, abilita nuove forme collaborative, incoraggiando la creatività, migliorando la formazione e aprendo

nuove opportunità di business. Segue l'Intelligenza Artificiale (AI) (37,7%), inclusa l'AI predittiva e generativa, per la sua capacità di supportare e rendere più efficiente l'attività di progettazione, automatizzandone alcune fasi, generando idee e concept, simulazioni e prototipi avanzati.

Se oggi il livello di competenza tecnologica dei progettisti appare elevato – complessivamente 83,0% degli intervistati lo giudica medio o alto - la preparazione sulle tecnologie basate sull'AI risulta nel complesso ancora limitata, in linea con il contesto nazionale: solo il 45,0% valuta il suo livello di conoscenza come medio-alto. La limitata comprensione del funzionamento e delle opportunità derivanti dall'introduzione dell'AI si traduce attualmente in un ridotto utilizzo nella progettazione: solo poco più di 3 rispondenti su 10 ne fanno abituale ricorso. Tra gli ostacoli alla diffusione dell'AI generativa abbiamo barriere linguistiche – i software tendono a fornire risultati più accurati se interrogati nella lingua di programmazione – e anagrafiche – l'età media dei progettisti è spesso inversamente proporzionale alle competenze informatiche.

Aumentando la profondità e trasversalità con cui l'AI viene utilizzata nel mondo del design si potrebbe generare nuovo valore per i clienti in tutte le fasi: in termini di ottimizzazione dei tempi di sviluppo dei progetti (42,0%), maggiore personalizzazione dei prodotti, servizi ed esperienza d'uso (37,7%).

-
- 2 Collabora con ingegneri e scienziati per progettare materiali sostenibili seguendo un approccio human- e life-centred.
 - 3 Offre soluzioni per rimuovere barriere legate a disabilità fisiche, mentali, temporanee o permanenti, e sviluppare esperienze appaganti per ogni genere, cultura o popolazione.
 - 4 Integra le conoscenze tipiche del design con quelle dell'ingegneria per gestire la complessità del processo di ideazione, progettazione e ingegnerizzazione dei prodotti di largo consumo.

Un presupposto all'adozione dell'AI è la complementarità e la sinergia tra le due intelligenze, umana e artificiale. Tale integrazione, insieme ai tanti nuovi input che arrivano da un contesto in forte evoluzione e trasformazione, sta rimodellando il mondo delle competenze e delle professioni. Per questo, il secondo focus del rapporto è dedicato alla mappatura delle figure emergenti del design e la loro diffusione in Italia.

Lo studio ha portato all'individuazione di 20 nuove figure professionali emergenti che evidenziano come il campo del design si intrecci con l'innovazione, l'organizzazione e le tecnologie, confermando la natura mutevole e interdisciplinare del progettista.

L'Italia segue una tendenza globale che vede i designer spostarsi in ambiti diversi da quelli tradizionali della progettazione, a dimostrazione che le competenze del mondo della progettazione sono versatili e applicabili ad una vasta gamma di nuovi settori emergenti. In parallelo, anche le figure tradizionali della progettazione legate al disegno industriale, architettura, arredo, moda – sono in trasformazione ibridando competenze tradizionali legate al progetto con quelle di marketing, organizzazione e strategia aziendale, tecnologie avanzate.

Tra le figure emergenti del design, quelle con cui ha maggiore familiarità il segmento dei progettisti, troviamo professioni transdisciplinari come il *material designer*,² il *designer per l'accessibilità e l'inclusione*³ e il *design engineer*.⁴ Diversamente, le imprese

hanno maggiore familiarità con figure più verticali e specifiche quali il *digital content strategist*⁶ e l'*information designer*.⁶ Sia i progettisti che le imprese sono concordi sulla rilevanza della figura emergente del *prompt designer/designer for AI*, in grado di creare un ponte tra tecnologia ed esigenze pratiche dei clienti.

Davanti a noi tante sfide ci attendono: il sistema del design italiano, in virtù della sua storia e del suo peso, è chiamato più di altri a dare un contributo importante per ripensare i modi con cui abitiamo e ci relazioniamo con la nostra "nave terra"; per farlo non servono compiti, serve rinnovare, come già accaduto in passato, la fiducia e la passione per il futuro: la nostalgia del mare ampio e infinito.

ERMETE REALACCI,
PRESIDENTE FONDAZIONE SYMBOLA

ERNESTO LANZILLO,
DELOITTE PRIVATE LEADER

CABIRIO CAUTELA,
CEO POLI.DESIGN

LUCIANO GALIMBERTI,
PRESIDENTE ADI

-
- 5 Progetta strategie per i contenuti digitali con l'obiettivo di coinvolgere e ingaggiare utenti e stakeholders.
 - 6 Progettista grafico che trasforma dati complessi in visualizzazioni accessibili e comprensibili per un vasto pubblico.



01

LE **IMPRESE**
DEL DESIGN

1.1 DESIGN IN EUROPA

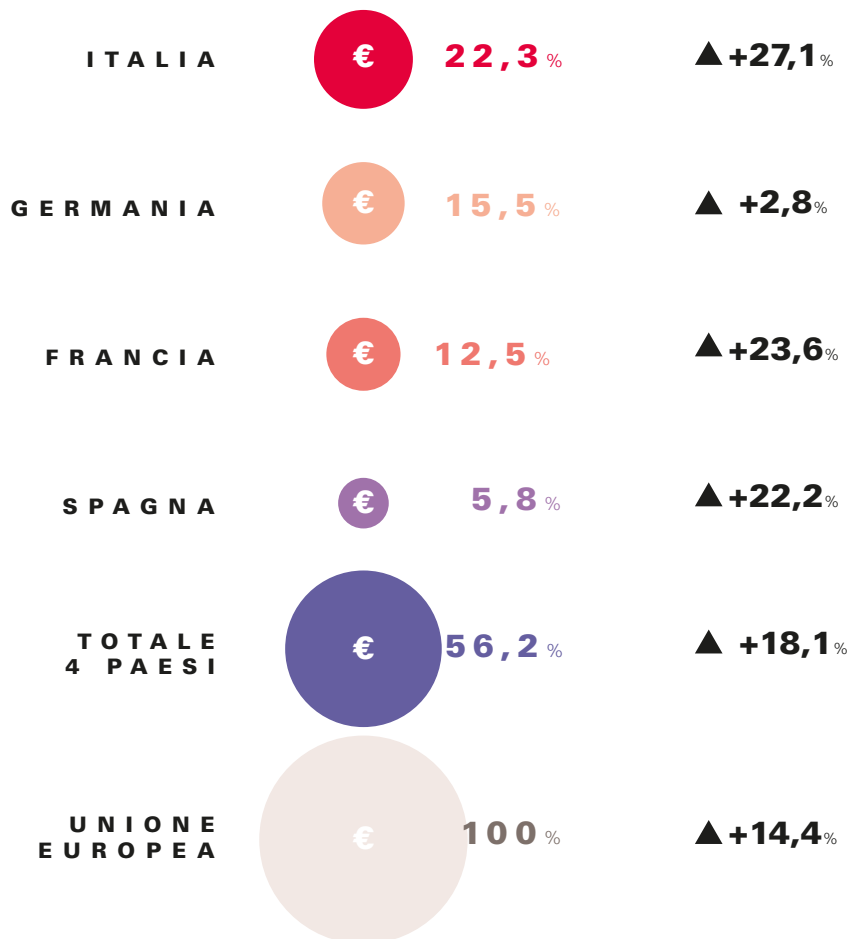
Il design rappresenta uno degli asset competitivi con cui l'industria manifatturiera europea riesce ad imporsi nel mondo. Anche grazie a ciò, il sistema produttivo dell'Unione europea appare fortemente specializzato nel settore della progettazione, con oltre 270mila imprese che impiegano circa 330mila addetti, generando, secondo gli ultimi dati del 2022, ben 28,6 miliardi di euro di fatturato, ovvero il 14,4% in più di quanto riportato da Eurostat relativamente all'anno precedente.

In uno scenario altamente dinamico, l'Italia rappresenta il cuore pulsante del design europeo. Posizione di rilievo dovuta al **primato assoluto che il Paese vanta in termini di addetti e fatturato**. Per entrambi gli indicatori, con il **19,7% degli addetti e il 22,3% del fatturato europeo**, l'Italia risulta prima nella UE a ventisette.

Anche gli andamenti più recenti evidenziano un sistema produttivo dinamico, capace cioè di reagire alla crisi sanitaria e agli impatti indiretti derivanti dallo scenario macroeconomico e geopolitico, contribuendo alla ripresa del Paese. Ciò emerge osservando tutti gli indicatori oggetto di analisi. È relativamente al **fatturato** delle imprese che l'Italia dà il meglio di sé, registrando la migliore performance tra i Paesi oggetto di analisi, davanti agli ottimi risultati comunque conseguiti anche da Francia, Spagna e Polonia. In un solo anno, infatti, le **vendite del settore sono cresciute del +27,1%, ovvero quasi il doppio della media comunitaria (+14,4%)**.

■ FATTURATO DEL DESIGN NEI GRANDI PAESI COMUNITARI

Anno 2022 (incidenze percentuali sul totale UE e variazioni % 2022/2021)



FONTE : elaborazioni Fondazione Symbola su dati Eurostat

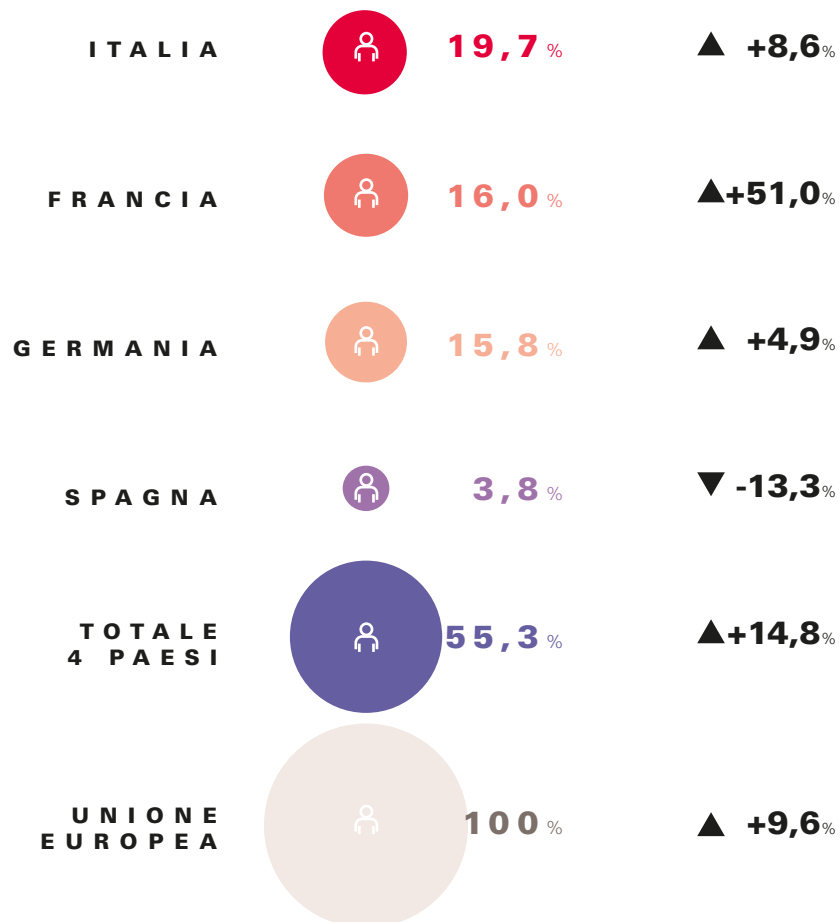
Anche in termini di **addetti**, la dinamica italiana è positiva (+8,6%), anche se appare indietro rispetto alla media comunitaria (+9,6%). Tra i principali Paesi analizzati, è la Francia⁷ a primeggiare, con Italia e Polonia collocate in misura analoga ad inseguire.

I dati forniti dall'Eurostat riferiti alle **imprese** confermano il ruolo significativo del nostro Paese su molteplici fronti. In termini di imprese, infatti, la Penisola si colloca dietro solo alla Francia e ai Paesi Bassi, con un'incidenza sul totale imprese dell'Unione europea pari al 16,3%. In termini di andamento del numero di imprese, il +6,0% registrato in Italia conferma come il design costituisca un ambito di interesse per la nuova imprenditorialità, pur se con una dinamica di crescita più lenta rispetto a quella dell'intera Unione Europea (+10,4%), trainata dalle performance della Francia (+34,2%) che, tuttavia, appare in larga parte conseguente a modifiche nelle modalità di classificazione delle imprese, specie quelle con al massimo un addetto e i liberi professionisti.

7 Relativamente al dato francese, vale la pena ricordare come la nuova metodologia di classificazione delle imprese può aver inciso sulla comparabilità dei dati di ciascun anno. Ciò vale soprattutto in considerazione di una nuova metodologia di identificazione di imprese e liberi professionisti.

■ ADDETTI DEL DESIGN NEI GRANDI PAESI COMUNITARI

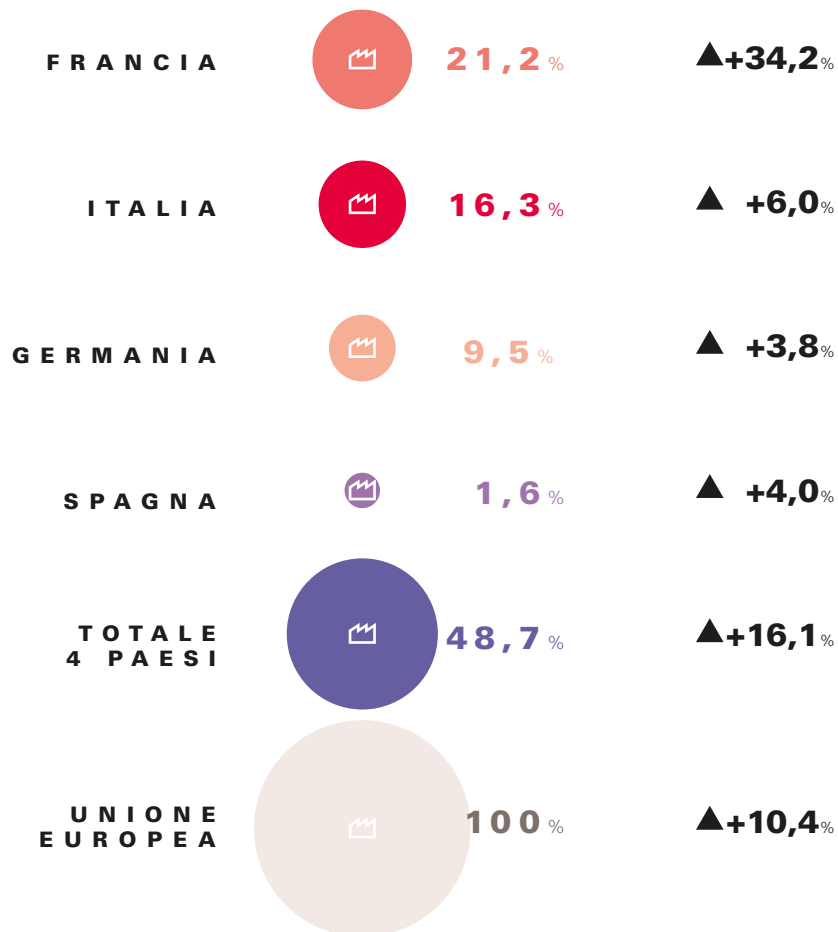
Anno 2022 (incidenze percentuali sul totale UE e variazioni % 2022/2021)



FONTE: elaborazioni Fondazione Symbola su dati Eurostat

■ IMPRESE DEL DESIGN NEI GRANDI PAESI COMUNITARI

Anno 2022 (incidenze percentuali sul totale UE e variazioni % 2022/2021)



FONTE: elaborazioni Fondazione Symbola su dati Eurostat

1.2 DESIGN IN ITALIA

1.2.1.

IMPRESE

Secondo i più recenti dati derivati dai registri Istat (attualmente aggiornati al 2021), in Italia si registrano **41.908 operatori nel settore del design**, articolati tra circa 24.596 **liberi professionisti e lavoratori autonomi** e **17.312 imprese**. Realtà che, pur occupandosi di progettazione, possono avere strutture e origini profondamente diverse tra di loro. Tra queste si annoverano, da un lato, le imprese⁸ identificate dalla classe 74.1 “Attività di design specializzate”, nella quale confluiscono sia imprese di progettazione sia realtà manifatturiere (in particolare dell’arredo e abbigliamento) che a seguito di processi di terziarizzazione, hanno esternalizzato le attività produttive spostando il focus sul design delle collezioni e la gestione del brand; ma anche, imprese del design che, partendo da attività legate strettamente alla progettazione nel tempo hanno integrato anche attività di produzione (in particolare il mondo dell’automotive). Ma anche sedi di aziende estere che collocano nel nostro Paese i loro centri stile.

8 Secondo la definizione di imprese ISTAT, si includono anche i liberi professionisti e lavoratori autonomi.

VALORE AGGIUNTO E OCCUPAZIONE

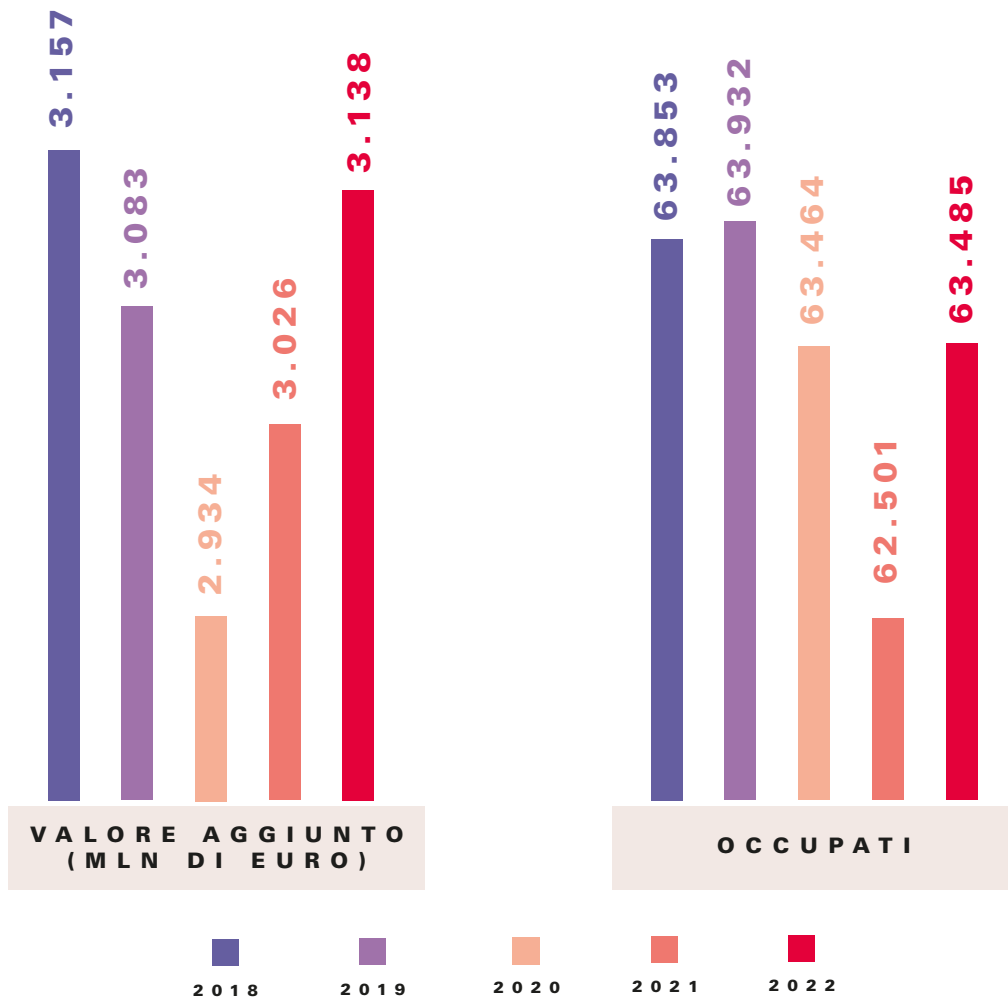
I dati fino ad ora analizzati permettono di collocare l'Italia nel contesto comunitario, offrendo una sintesi della centralità assunta dal nostro Paese a livello internazionale. Una lettura più dettagliata riferita al contesto italiano permette di cogliere al meglio le recenti dinamiche del settore, in un'ottica coerente con le stime di contabilità nazionale dell'Istat. Dalle stime realizzate **ad hoc**, è possibile quantificare l'ammontare di **valore aggiunto e di occupazione**⁹, pari rispettivamente a **3.138 milioni di euro e 63.485**.

Per entrambi gli indicatori è possibile apprezzare l'effetto della crisi pandemica del 2020, quando le due grandezze hanno raggiunto il loro minimo quinquennale, scendendo al di sotto di quota 3 miliardi per il valore aggiunto e quota 63mila per gli occupati.

9 I dati sull'occupazione, coerenti con quelli di Contabilità Nazionale rilasciati dall'Istat differiscono da quelli riportati nel paragrafo precedente sugli addetti che non contemplano l'economia sommersa e si riferiscono alle sole imprese. Per questo, i valori dei due aggregati, pur simili, possono differire, sia in termini assoluti sia in termini di variazione.

■ VALORE AGGIUNTO E OCCUPAZIONE DEL DESIGN

Anni 2018-2022 (valori assoluti in milioni di euro e numero di occupati)

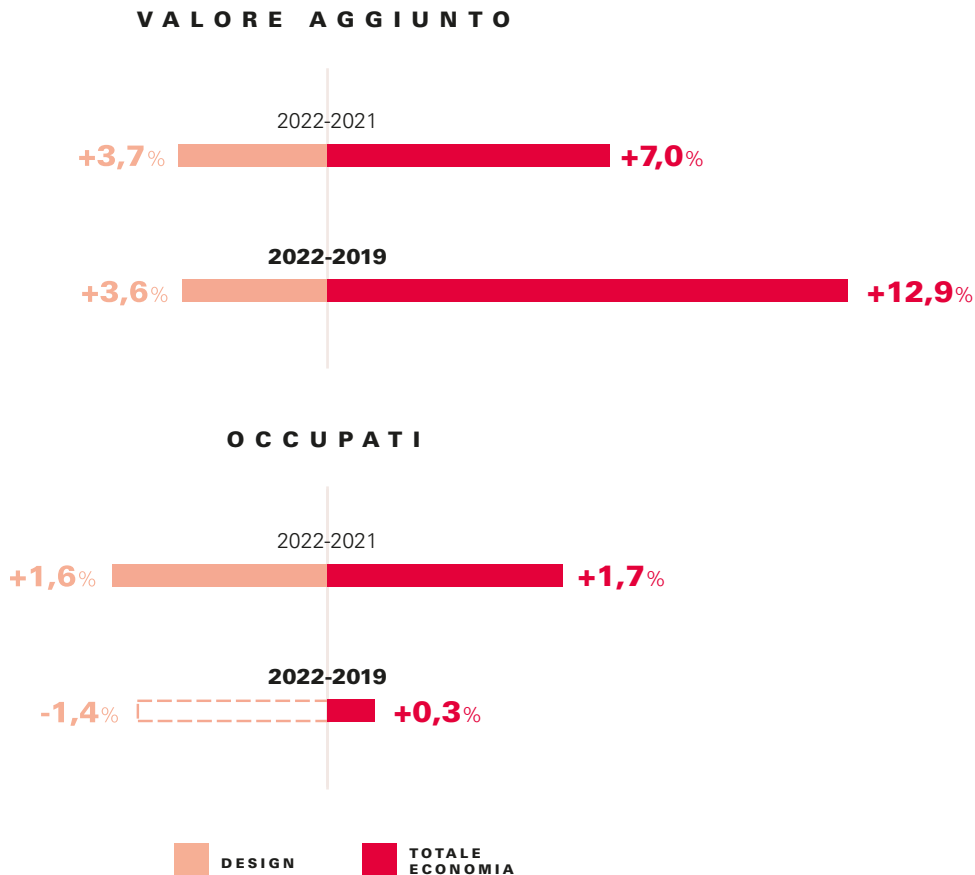


Fonte: elaborazioni Fondazione Symbola su dati Istat.

Dopo le difficoltà sperimentate nel 2020, l'industria italiana del design ha ripreso a crescere nel biennio successivo, in termini di valore aggiunto (da 2,9 a 3,1 miliardi di euro) e di occupati (da 62.501 a 63.485). Nel 2022, in particolare, il design italiano ha registrato un aumento del valore aggiunto del +3,7% in termini nominali (+7,0% il totale economia) e +1,6% per l'occupazione (+1,7% il totale economia). Rispetto al 2019, ultimo anno pre-pandemia e turbolenze geopolitiche, la dinamica appare positiva in relazione al valore aggiunto (+3,6%) ma negativa in termini di posti di lavoro (-1,4%). Per entrambi i valori si registra una crescita, comunque, inferiore di quella media nazionale.

■ DINAMICA DEL VALORE AGGIUNTO E DELL'OCCUPAZIONE NEL DESIGN E NEL TOTALE ECONOMIA

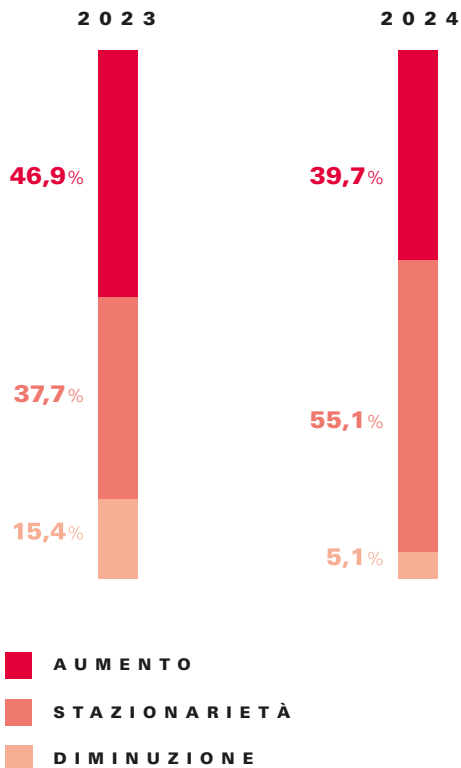
Anno 2022 (variazioni percentuali)



FONTE: elaborazioni Fondazione Symbola su dati Istat

■ **ANDAMENTO DEL FATTURATO
NELLE ORGANIZZAZIONI DEL DESIGN
NEL 2023 E NEL 2024**

(Incidenze percentuali)



FONTE :

Indagine Fondazione Symbola, Deloitte Private,
POLI.design, ADI, febbraio 2024

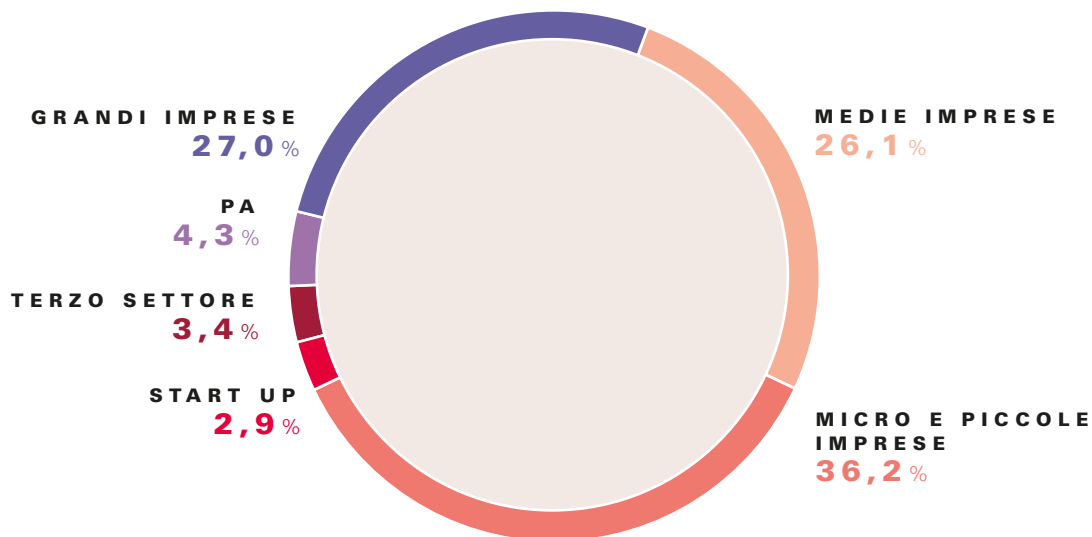
L'indagine diretta realizzata nel mese di febbraio 2024 consente di avere informazioni sugli **andamenti del fatturato** nel 2023, per il quale si hanno indicazioni di aumento dagli operatori nel 46,9% dei casi, di invarianza per il 37,7% e di diminuzione per il 15,4%. Sintetizzando i risultati con i saldi tra risposte indicative di aumento e risposte di diminuzione si ottiene un valore medio del +31,4%, che si declina in un +25,8% per i professionisti, un +14,9% emblematico di maggiori difficoltà per le micro imprese (aziende da 1 a 9 addetti) e un particolarmente positivo +49,3% per le piccole-medie (10 addetti e oltre).

Le previsioni per il 2024, contraddistinte da basse quote di indicazioni di diminuzione, presentano un saldo complessivo migliorativo rispetto al consuntivo 2023: a livello complessivo il valore è del +34,6%, influenzato dal +43,8% per i professionisti, +15,7% per le micro imprese (la componente che conferma indicazioni mediamente meno positive) e +45,0% per le aziende di piccola e media dimensione che anche in prospettiva si caratterizzano per la maggiore dinamicità.

L'articolazione dei **destinatari dei servizi di design per tipologia** vede in testa le micro e piccole imprese (36,2%), quindi le grandi imprese (27,0%, quota in deciso aumento rispetto al passato) e, infine, le medie imprese (26,1%). Più contenuta è la quota di indicazioni inerenti alla Pubblica Amministrazione (4,3%), al terzo settore (3,4%) e alle startup (2,9%).

■ SOGGETTI DESTINATARI DEI SERVIZI DI DESIGN

(Incidenze percentuali)



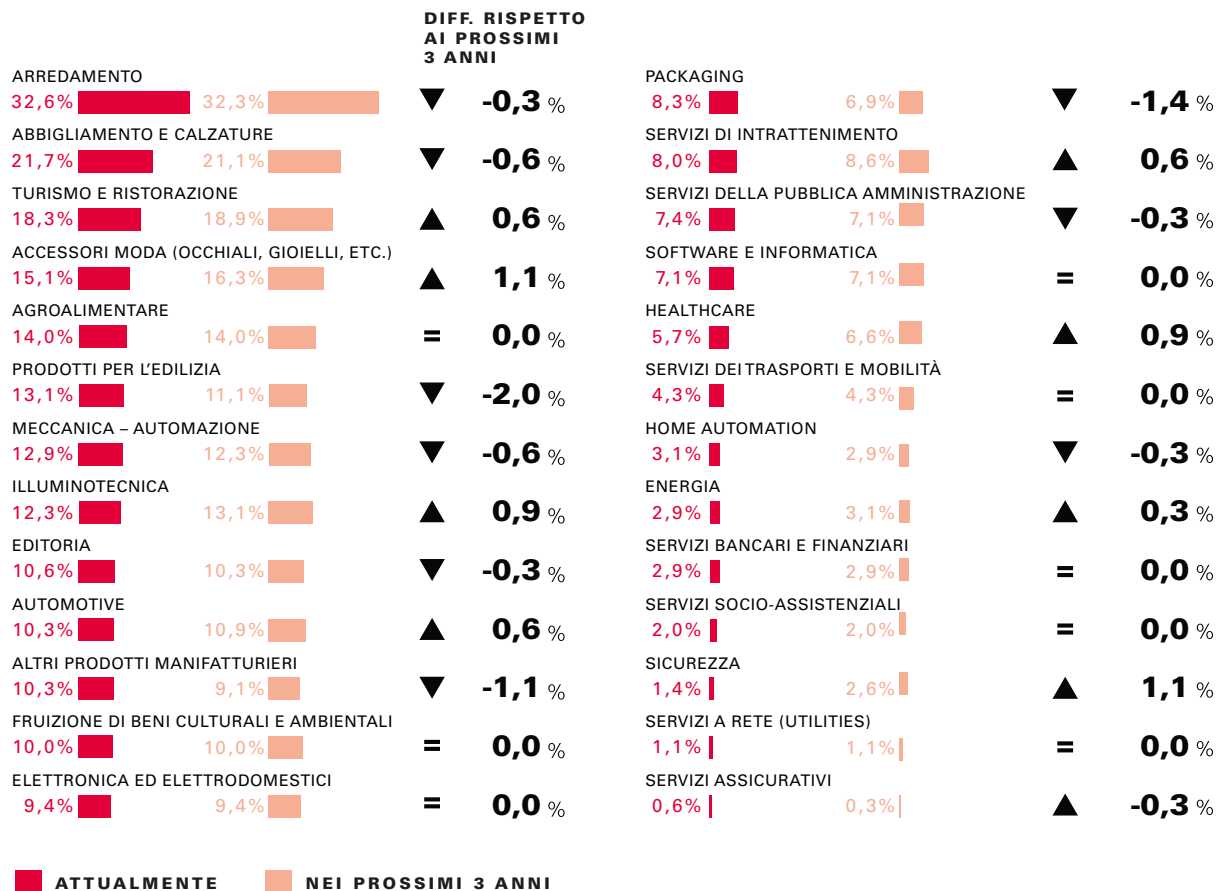
FONTE: Indagine Fondazione Symbola, Deloitte Private, POLI.design, ADI, febbraio 2024

Tra i **settori che trainano la domanda di servizi di design** si conferma un ruolo preminente dell'arredamento (32,6% dei rispondenti; ricordiamo che sono possibili più indicazioni per ciascun operatore), seguito dall'abbigliamento e calzature (21,7%), dal turismo e dalla ristorazione (18,3%, in crescita anche in prospettiva), dagli accessori di moda (15,1%, occhiali, gioielli, ecc.) ancor più in crescita in prospettiva, e dall'agroalimentare (14,0%). Si riduce nelle previsioni (due punti percentuali in meno nelle indicazioni) il ruolo dei prodotti per l'edilizia.

Tra i settori con quote di indicazioni più basse spicca in prospettiva futura quello relativo alla sicurezza, la cui quota passa da 1,4% a 2,6%.

■ SETTORI DESTINATARI DEI SERVIZI ATTUALMENTE E NEI PROSSIMI TRE ANNI

Incidenze percentuali (domanda a risposta multipla)



■ ATTUALMENTE ■ NEI PROSSIMI 3 ANNI

F O N T E : Indagine Fondazione Symbola, Deloitte Private, POLI.design, ADI, febbraio 2024

AMBITI DI SPECIALIZZAZIONE DEL DESIGN

Relativamente alle aree di specializzazione il 35,1% delle organizzazioni indica il *communication and multimedia design* come principale ambito di attività; seguono lo *space design* (17,1%), il *project¹⁰ services* (15,7%), il *product design* (12,6%) e il *brand design* (11,7%); a maggiore distanza, il *digital and interaction design* (5,7%) e il *service design* (2,0%).

Prendendo in esame la **distribuzione degli operatori tra diversi ambiti di specializzazione per tipologia e dimensione d'impresa¹¹**, il Communication and Multimedia Design caratterizza in particolare le attività delle imprese, in cui rappresenta l'85,0% delle indicazioni. La quota è particolarmente consistente per le imprese oltre 10 addetti (49,6%), laddove il dato è del 35,8% per le micro imprese. Si tratta di attività inerenti alla grafica, alla art direction, alla pubblicità e marketing, all'editoria, al video-making, alla motion graphics, alla fotografia, all'illustrazione, alla social media content creation, alla data visualization e al marketing interno.

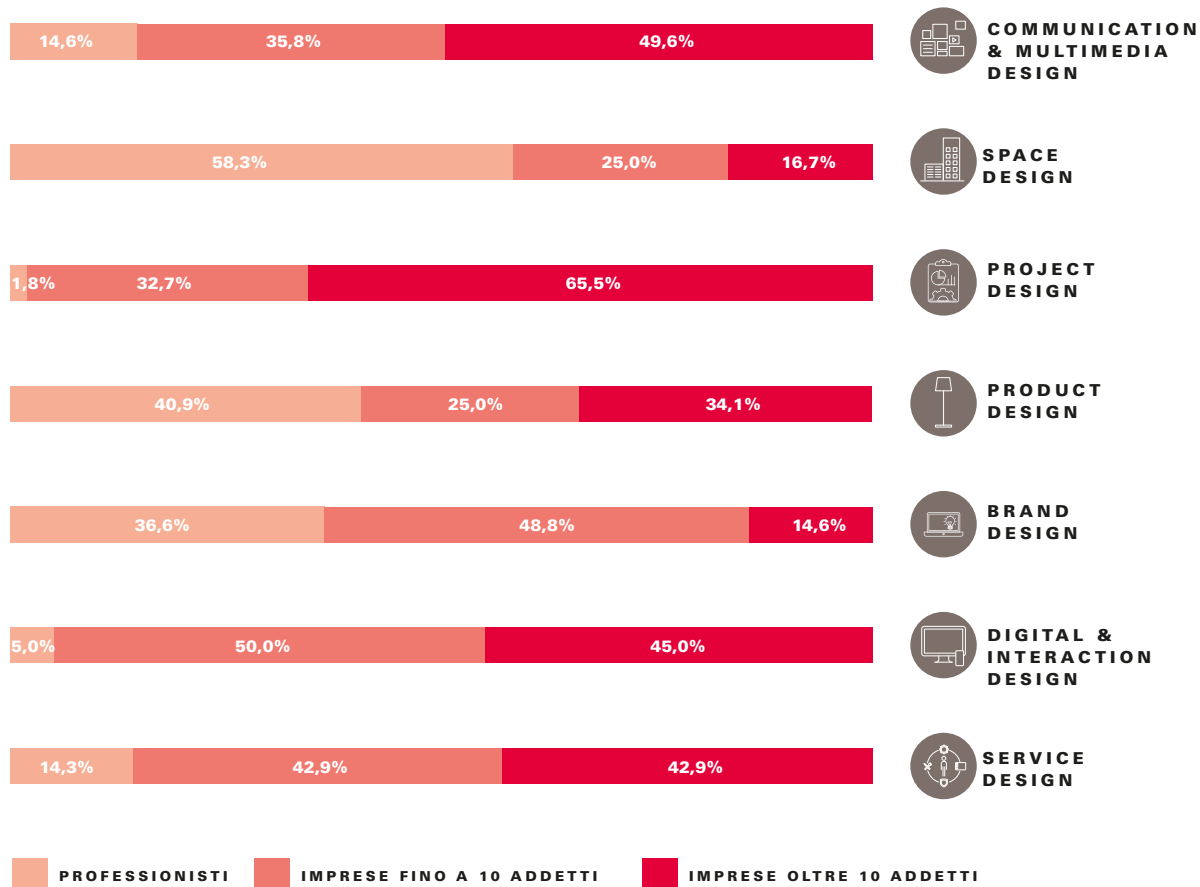
A raccogliere la quota più elevata di progettisti è invece lo Space Design (58,3%), ovvero la progettazione di spazi pubblici e privati, fisici e ibridi (fisici e digitali), che abilitano comportamenti privati e collettivi: interior design, exhibit design, allestimenti, mapping, installazioni. Attività di secondo piano nel caso delle imprese, per le quali rappresenta il complementare 41,7%.

Ambito di quasi prevalente interesse per le imprese, soprattutto di maggiore dimensione è quello dei Project Services (98,2%, imprese con oltre 10 addetti 65,5%). In questo caso ci riferiamo ad attività inerenti alla modellazione analogica e digitale, prototipazione, engineering and testing, modellistica per la moda.

- 10 Attività inerenti alla modellazione analogica e digitale, prototipazione, engineering and testing, modellistica per la moda
- 11 Nell'indagine realizzata è stata data la possibilità di mettere in ordine di importanza i sette ambiti di specializzazione proposti per le attività di design, consentendo di calcolare un ranking medio. Prendendo a riferimento la prima scelta espressa dagli intervistati per importanza è stato possibile ottenere i dati sulla distribuzione degli operatori tra i diversi ambiti di specializzazione, per tipologia e dimensione d'impresa.

■ DISTRIBUZIONE PER TIPOLOGIA DI OPERATORI E DIMENSIONE D'IMPRESA DEGLI AMBITI DI SPECIALIZZAZIONE DEL DESIGN

(Incidenze percentuali)



FONTE: Fondazione Symbola, Deloitte Private, POLI.design, ADI, febbraio 2024

Per i progettisti sale la quota di concentrazione nel caso del Product Design (40,9%), attività che si riferisce alla produzione di artefatti materiali destinati a diversi usi, per il mercato business e per il mercato consumer, offerti per acquisto, utilizzo, consumo, atti a soddisfare specifici bisogni e realizzati con procedimenti industriali o con tecnologie produttive digital.

Sempre per i progettisti è particolarmente bassa la segnalazione di attività di Digital and Interaction Design (5,0%), che nelle imprese raggiunge invece il 95,0% a conferma che la focalizzazione su attività di progettazione di prodottine servizi ad alto valore tecnologico (user experience, user interface, web design, app design, VR, AR, game design, smart things, human-computer interaction, ambient intelligence, wearable computing, IoT, AI design) è svolta in prevalenza da soggetti organizzati in forma imprenditoriale, con un ruolo significativo per le imprese fino a 10 addetti (50,%).

Per il Brand Design è di rilievo l'incidenza sia dei progettisti (36,6%), sia delle imprese fino a 10 addetti (48,8%), attività riguardante in particolare brand strategies (strategia di marca e posizionamento), naming, logo design e corporate visual identity, nonché graphic and technical packaging.

Il Service Design caratterizza in particolare le imprese (ripartite equamente tra quelle oltre 10 addetti e quelle fino a 10 addetti, entrambe con una quota pari a 42,9%,) rispetto ai progettisti (14,3%). Si tratta di soluzioni, prevalentemente intangibili, che offrono accesso - e non proprietà - a specifiche prestazioni per determinati target come servizi medici, di intrattenimento, educativi, finanziari, di ospitalità ecc.

1 . 2 . 4 .

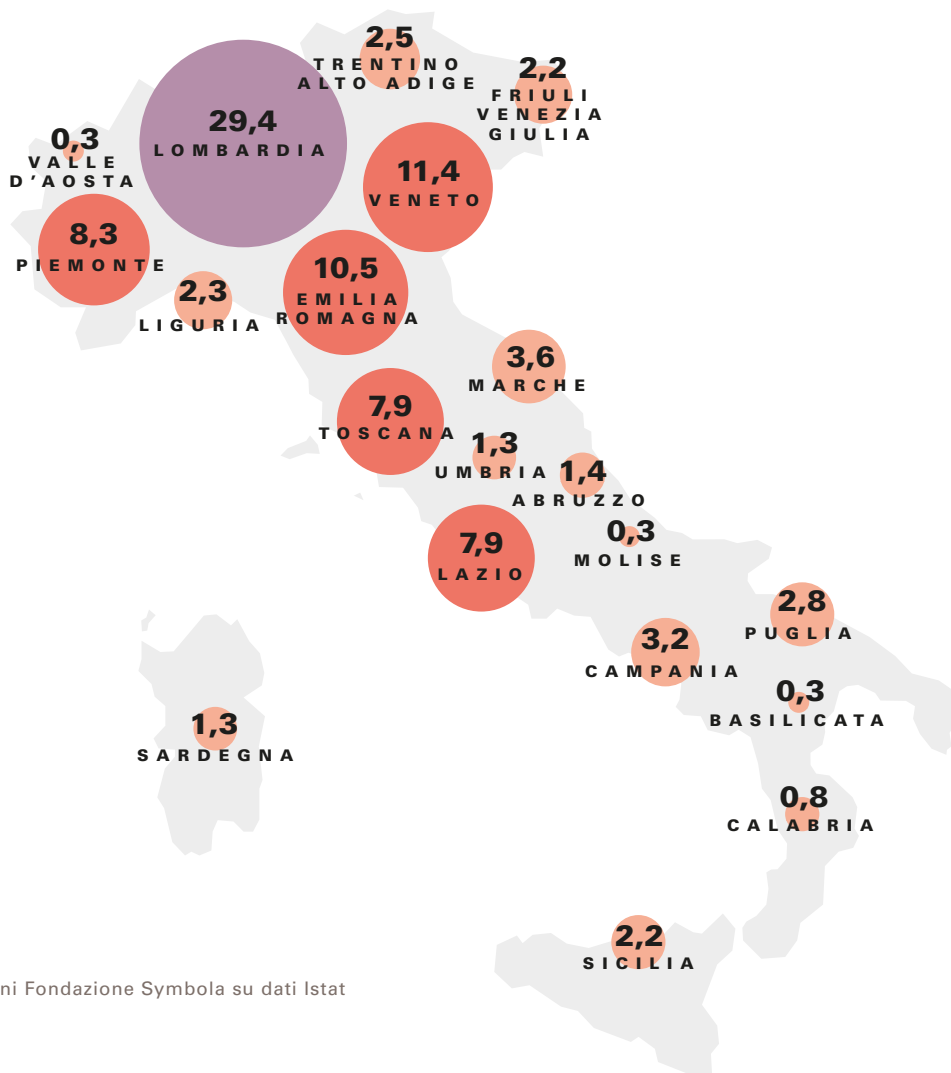
GEOGRAFIE DEL DESIGN

In linea con le precedenti edizioni del rapporto, le stime territoriali permettono di cogliere dove sono collocate le principali realtà del design in Italia. In termini di imprese, guardando ai valori assoluti, non sorprende il **ruolo della Lombardia**, grazie alla sua specializzazione nella moda e nei servizi avanzati all'industria. Il 29,4% delle **imprese** afferenti al design italiano (12.329 unità), infatti, è collocato entro i confini lombardi. A seguire, **Veneto** e **Emilia-Romagna**, con incidenze pari all'11,4% (4.779 imprese in valore assoluto) e 10,5% (4.408 imprese).

Una concentrazione geografica maggiore emerge dal dato del **valore aggiunto**, dove la **Lombardia** con 1.023 milioni di euro riesce ad assorbire quasi **un terzo della ricchezza nazionale prodotta dal settore**. A seguire, Emilia Romagna, Veneto e Piemonte, con valori pari a 421, 355 e 341 milioni di euro. In termini relativi, però, la Lombardia cede il passo alle Marche (0,28%) prima a pochissimo distacco da Emilia-Romagna e Piemonte, entrambe con un'incidenza del valore aggiunto settoriale pari allo 0,27% di quanto registrato dall'intera economia regionale. Veneto, Emilia Romagna e soprattutto Marche, hanno registrato una crescita di valore aggiunto significativa rispetto al periodo pre-pandemia (variazione % 2022-2019): +4,8%, +4,3 e +8,8%. Anche il Lazio ha evidenziato una crescita, pari a +2,3%.

■ DISTRIBUZIONE REGIONALE DELLE IMPRESE DEL SETTORE DEL DESIGN

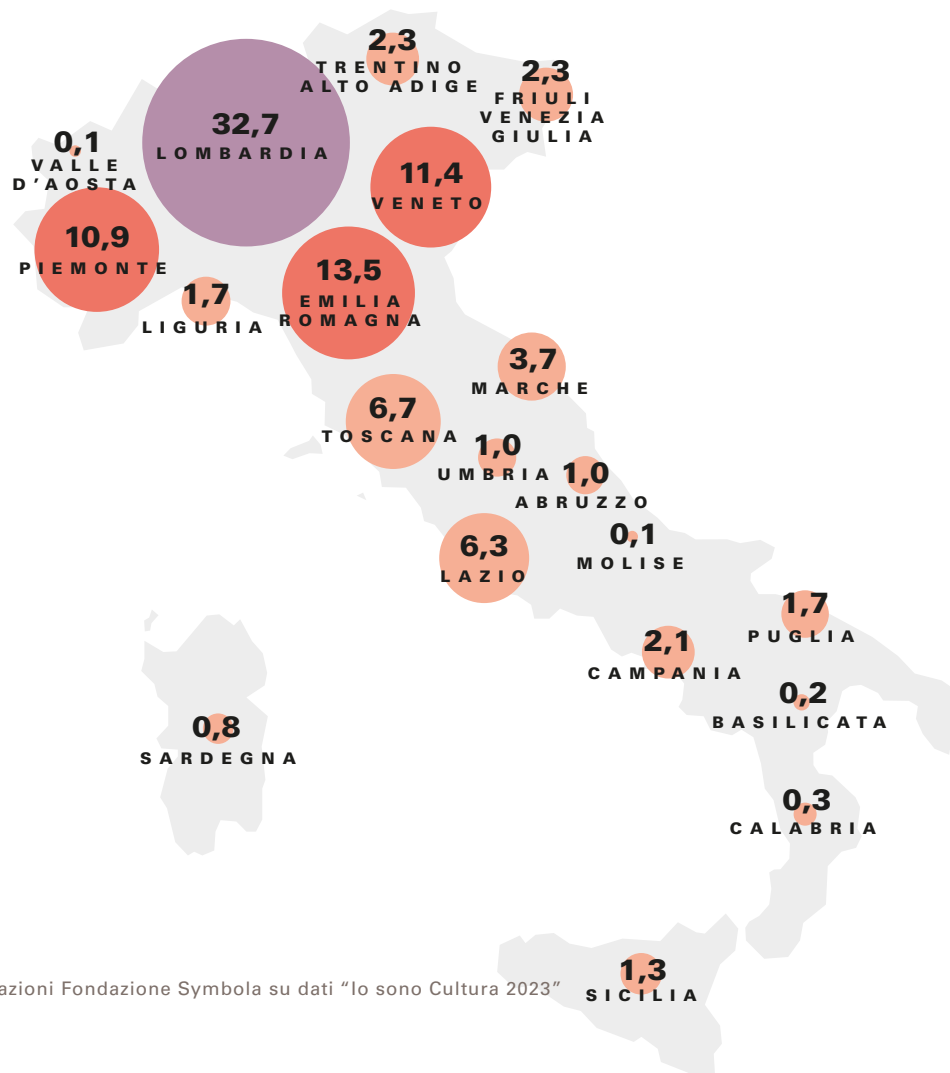
Anno 2021 (Incidenze percentuali sul totale nazionale)



FONTE: elaborazioni Fondazione Symbola su dati Istat

■ DISTRIBUZIONE REGIONALE DEL VALORE AGGIUNTO DEL SETTORE DEL DESIGN

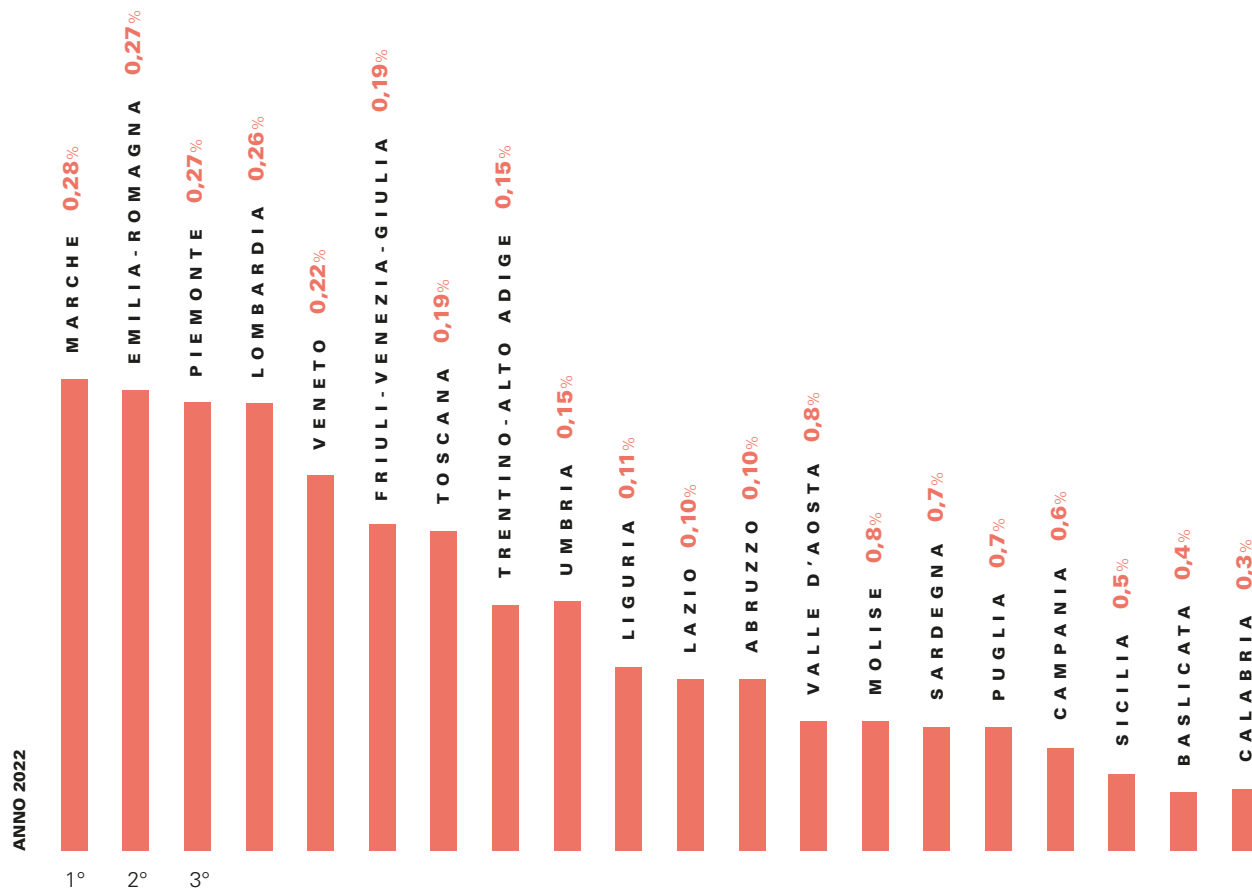
Anno 2022 (Incidenze percentuali sul totale nazionale)



FONTE: elaborazioni Fondazione Symbola su dati "Io sono Cultura 2023"

■ RUOLO DEL VALORE AGGIUNTO DEL SETTORE DEL DESIGN NELL'ECONOMIA LOCALE

Anno 2022 (Incidenze percentuali sul totale regionale)

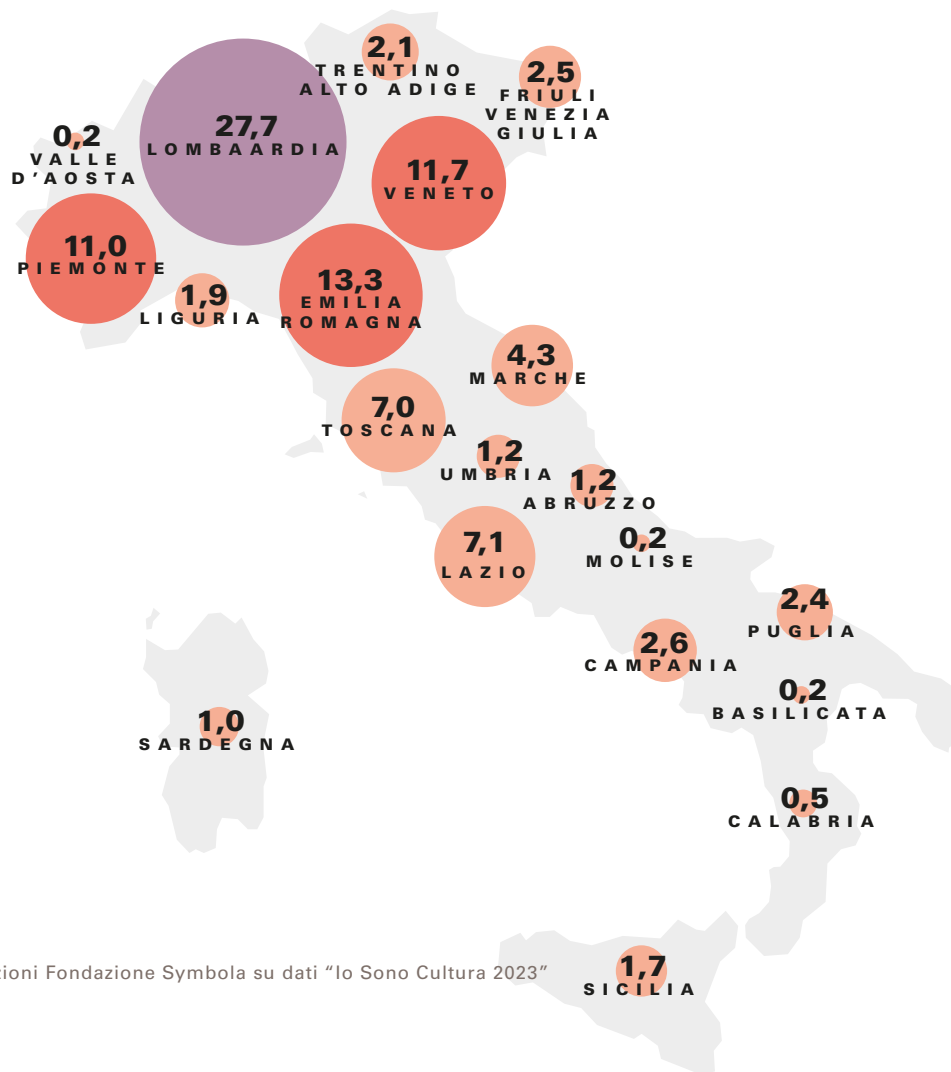


F O N T E : elaborazioni Fondazione Symbola su dati "Io Sono Cultura 2023"

Considerazioni analoghe emergono per quanto riguarda **l'occupazione**. Dei circa 63 mila e cinquecento occupati nazionali, infatti, oltre 17 mila e cinquecento lavorano in imprese lombarde. Immediatamente indietro, pur se notevolmente distaccate, si collocano l'Emilia Romagna e il Piemonte, con un numero di posti di lavoro del settore rispettivamente pari a 8.416 (13,3% del totale nazionale) e 7.413 (11,7%). Nelle Marche, il numero di occupati inferiore in termini assoluti (2.750) consente alla regione di occupare ancora la prima posizione, incidendo per lo 0,40% dell'intera occupazione regionale. Anche in questo, caso, le altre regioni maggiormente specializzate nel settore sono l'Emilia-Romagna, il Piemonte e la stessa Lombardia. Rispetto al 2019 l'occupazione è cresciuta in modo particolare nelle Marche (+9,7%), nel Lazio (+5,8%) e in Veneto (+3,7%).

■ DISTRIBUZIONE REGIONALE DELL'OCCUPAZIONE DEL SETTORE DEL DESIGN

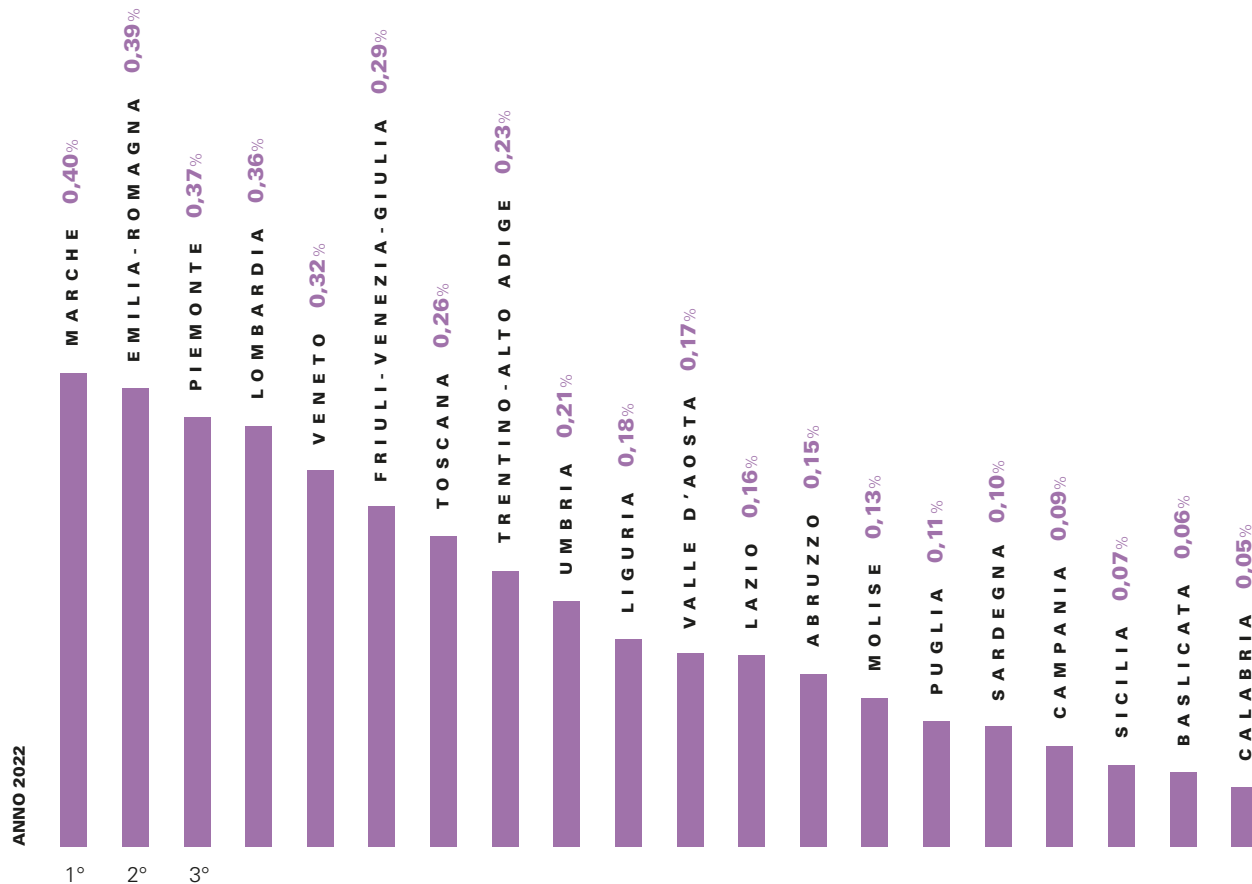
Anno 2022 (Incidenze percentuali sul totale nazionale)



FONTE: elaborazioni Fondazione Symbola su dati "Io Sono Cultura 2023"

■ RUOLO DELL'OCCUPAZIONE DEL SETTORE DEL DESIGN NELL'ECONOMIA LOCALE

Anno 2022 (Incidenze percentuali sul totale nazionale)



FO N T E : elaborazioni Fondazione Symbola su dati "Io Sono Cultura 2023"

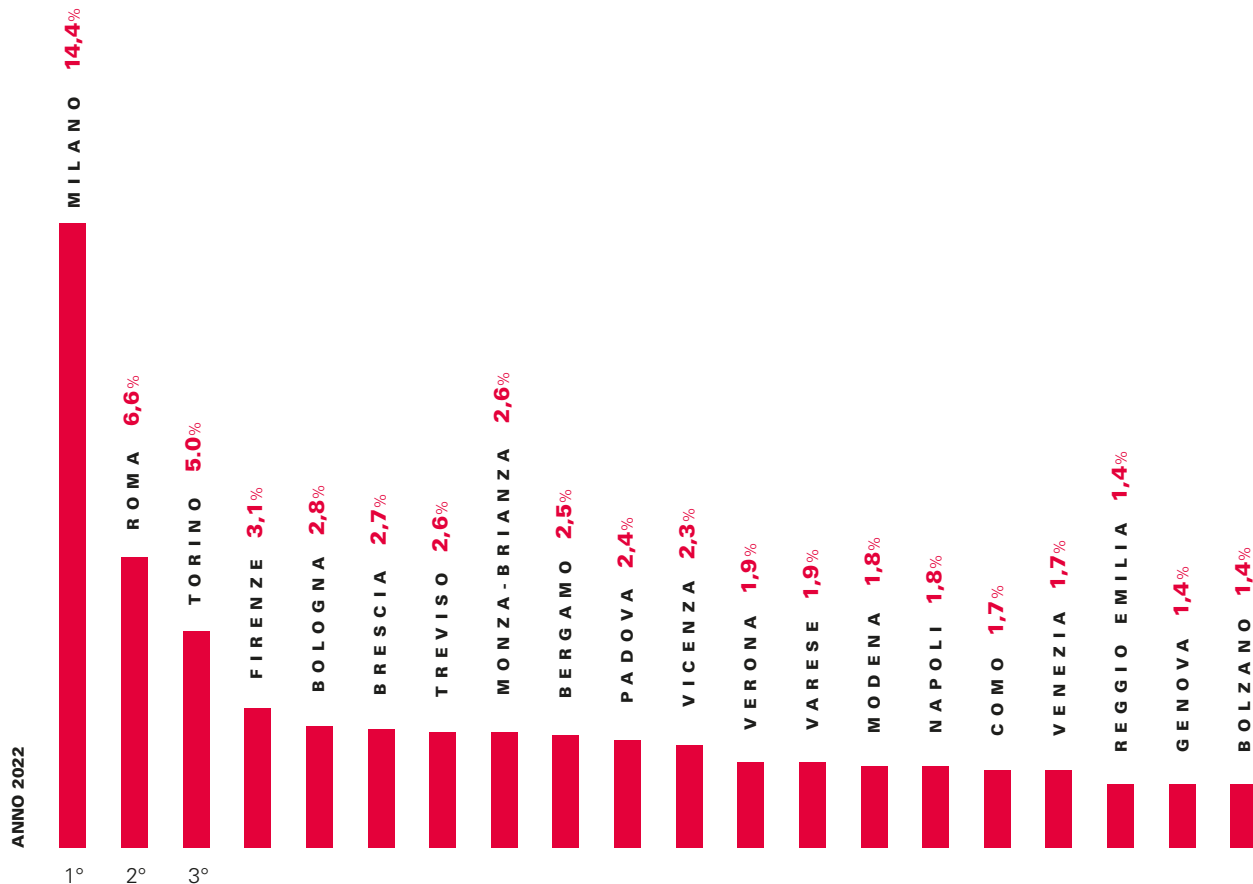
Scendendo nell'analisi al dettaglio provinciale, come nel passato è ancora **Milano** a confermarsi **Capitale del design italiano**, grazie ad oltre 6mila **imprese** che incidono per l'14,4% dell'intero sistema imprenditoriale italiano del settore. **Roma** si colloca in seconda posizione, rappresentando il 6,6% delle imprese italiane. A seguire, **Torino** e **Firenze**.

In coerenza con quanto visto a livello regionale, emerge una maggiore concentrazione in termini di **valore aggiunto** rispetto alle imprese. **Milano** guida la particolare graduatoria con quasi un euro ogni cinque di ricchezza prodotta entro i confini nazionali (588 milioni di euro). A seguire le altre grandi realtà metropolitane, in linea con le aspettative: **Torino (224 milioni)**, **Roma (170 milioni)**, **Bologna** (116 milioni) e **Firenze (92 milioni)**. Fermo, specializzata nel settore delle calzature e del **made in Italy**, si colloca ancora in prima posizione, mostrando la maggiore incidenza sul totale della ricchezza prodotta in provincia (0,49%).

Le considerazioni formulate per la ricchezza prodotta si possono estendere anche al **versante occupazionale**. Alla **leadership** di **Milano** (8.422, pari al 13,3% dell'occupazione nazionale del settore) seguono i piazzamenti di **Torino** (7,1%, 4.479 occupati), **Roma** (5,9%, 3.753 occupati) e **Bologna** (3,6%, 2.298 occupati). Anche in termini di specializzazione sono confermate le prime tre posizioni riportate per il valore aggiunto, con Fermo un'altra volta in prima posizione (0,74%) e Como (0,67%) e Novara (0,57%) a collocarsi al terzo posto.

■ PRIME PROVINCE PER QUOTA DI IMPRESE DEL DESIGN

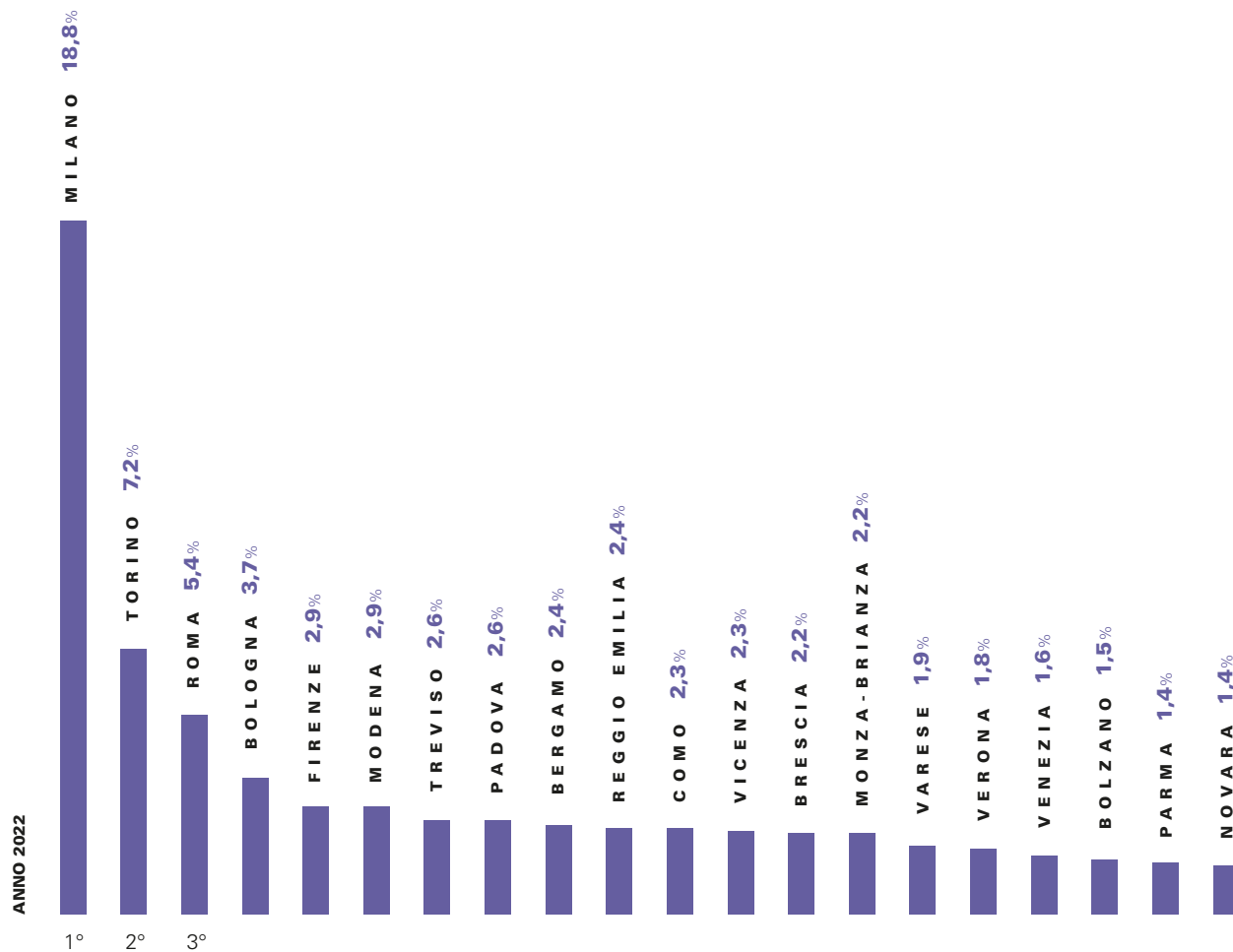
(Incidenze percentuali sul totale nazionale)



FO N T E : elaborazioni Fondazione Symbola su dati Istat

■ PRIME PROVINCE PER QUOTA DI VALORE AGGIUNTO DEL DESIGN

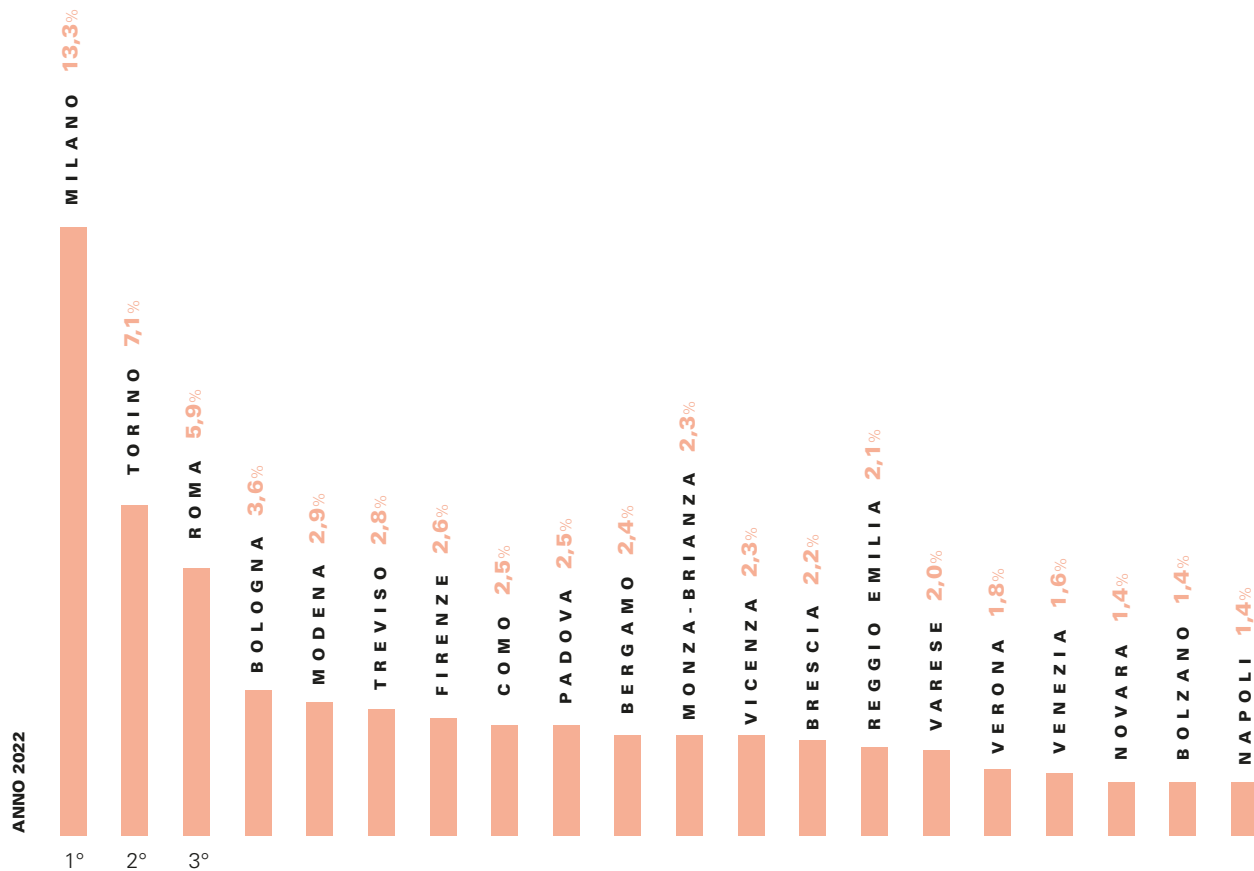
(Incidenze percentuali sul totale nazionale)



F O N T E : elaborazioni Fondazione Symbola su dati "Io Sono Cultura 2023"

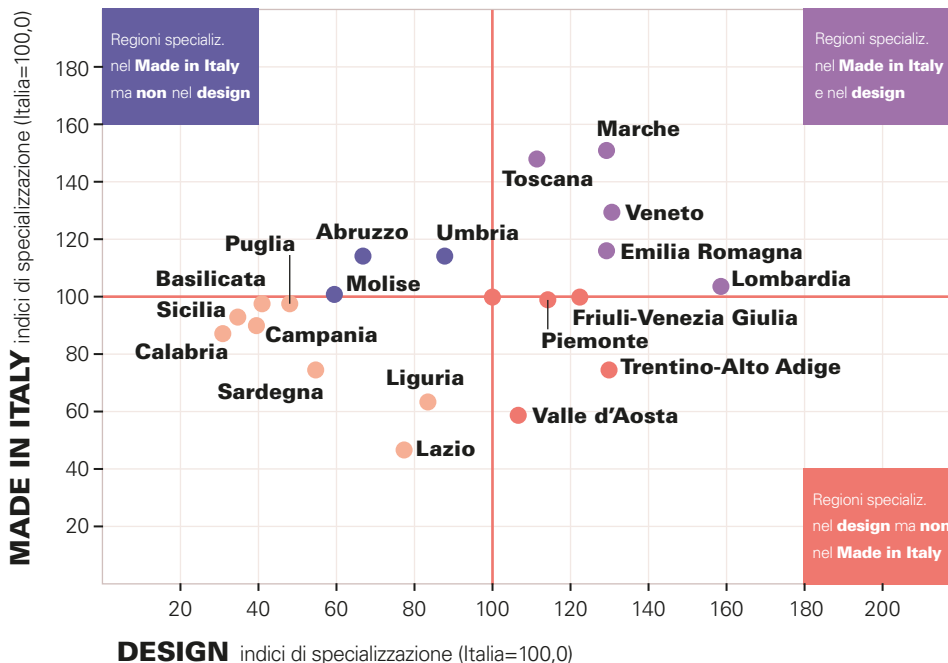
■ PRIME PROVINCE PER QUOTA DI OCCUPAZIONE DEL DESIGN

(Incidenze percentuali sul totale nazionale)



FO N T E : elaborazioni Fondazione Symbola su dati "Io Sono Cultura 2023"

■ CORRELAZIONE TRA INDICI DI SPECIALIZZAZIONE TERRITORIALI DEL DESIGN E SETTORI MADE IN ITALY



F O N T E : elaborazioni Fondazione Symbola su dati Istat

I dati provinciali fanno emergere un ruolo rilevante dei centri metropolitani per le attività delle imprese e i professionisti del design. Tuttavia, appare ancora evidente la forte simbiosi tra design e made in Italy, con quest'ultimo che opera da polo attrattore delle imprese del design, come si evidenzia dal grafico a seguire. In particolare, le regioni che appartengono al quadrante di elevata specializzazione per il **made in Italy** e per il **design** sono cinque: **Marche, Veneto, Emilia-Romagna, Lombardia e Toscana.**

1 . 2 . 5 .

DESIGN PER LA **SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE**

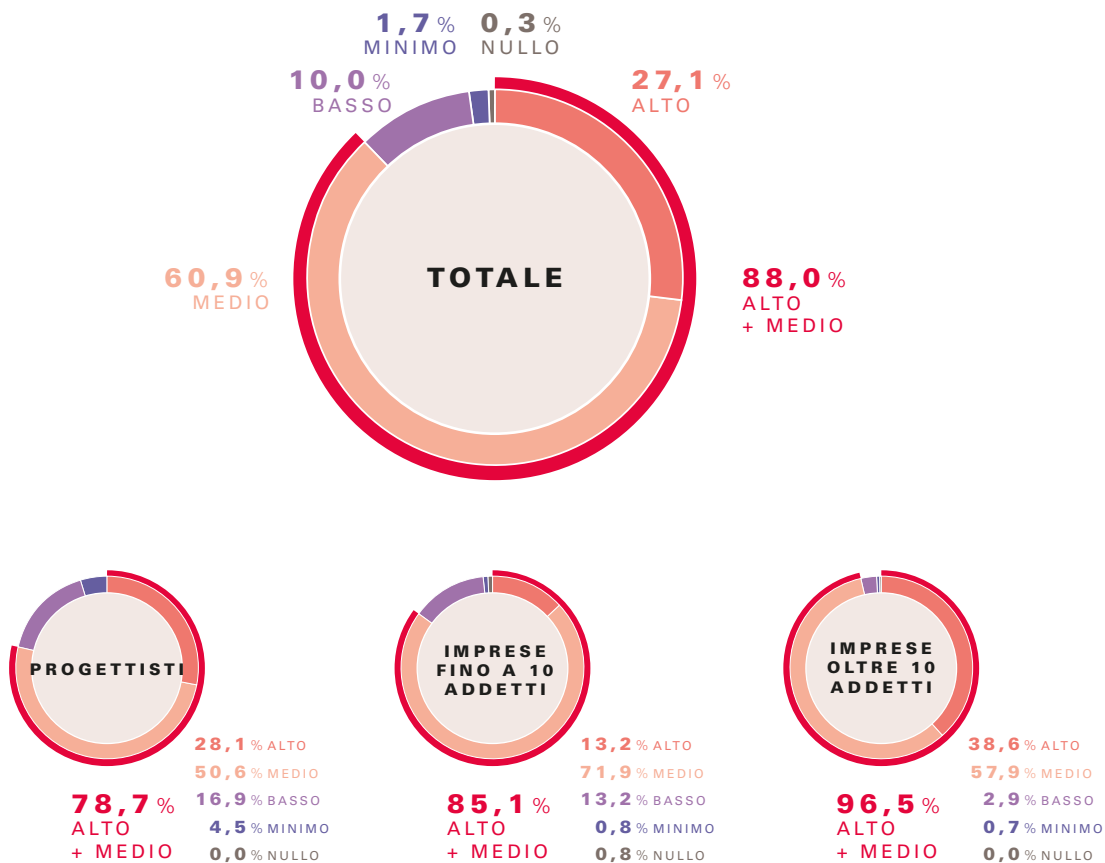
Nell'indagine diretta sono stati approfonditi anche i livelli di competenza e conoscenza di pratiche del design finalizzate al miglioramento della sostenibilità ambientale (Sustainable Development Goals - SDGs) di tutti gli step del Ciclo di Vita di un prodotto o servizio.

L'opinione circa il **livello di competenza dell'organizzazione sulla sostenibilità ambientale** evidenzia valori medio-alti per la totalità degli operatori (88,0% in crescita rispetto all'86,9% del precedente rapporto), con un picco del 96,4% per le imprese oltre 10 addetti (per le quali anche l'indicazione di un livello di competenza classificato come "alto" è più elevata).

A conferma del rilievo del tema, interrogati in merito a quanto nei progetti in corso fossero importanti gli aspetti di sostenibilità ambientale, sia i progettisti sia le imprese hanno risposto con quote molto elevate (mediamente 74,8%) con "molto" o "abbastanza".

■ LIVELLO DI COMPETENZA DELL'ORGANIZZAZIONE SULLA SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE

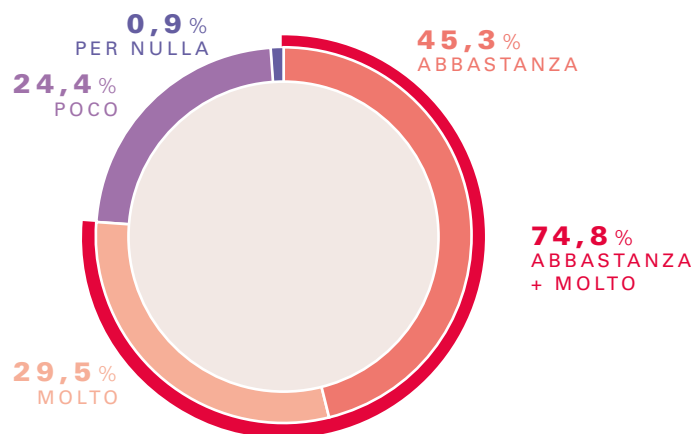
Incidenze percentuali



F O N T E : Indagine Fondazione Symbola, Deloitte Private, POLI.design, ADI, febbraio 2024

■ IMPORTANZA DEGLI ASPETTI DELLA SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE NEI PROGETTI IN CORSO

Incidenze percentuali

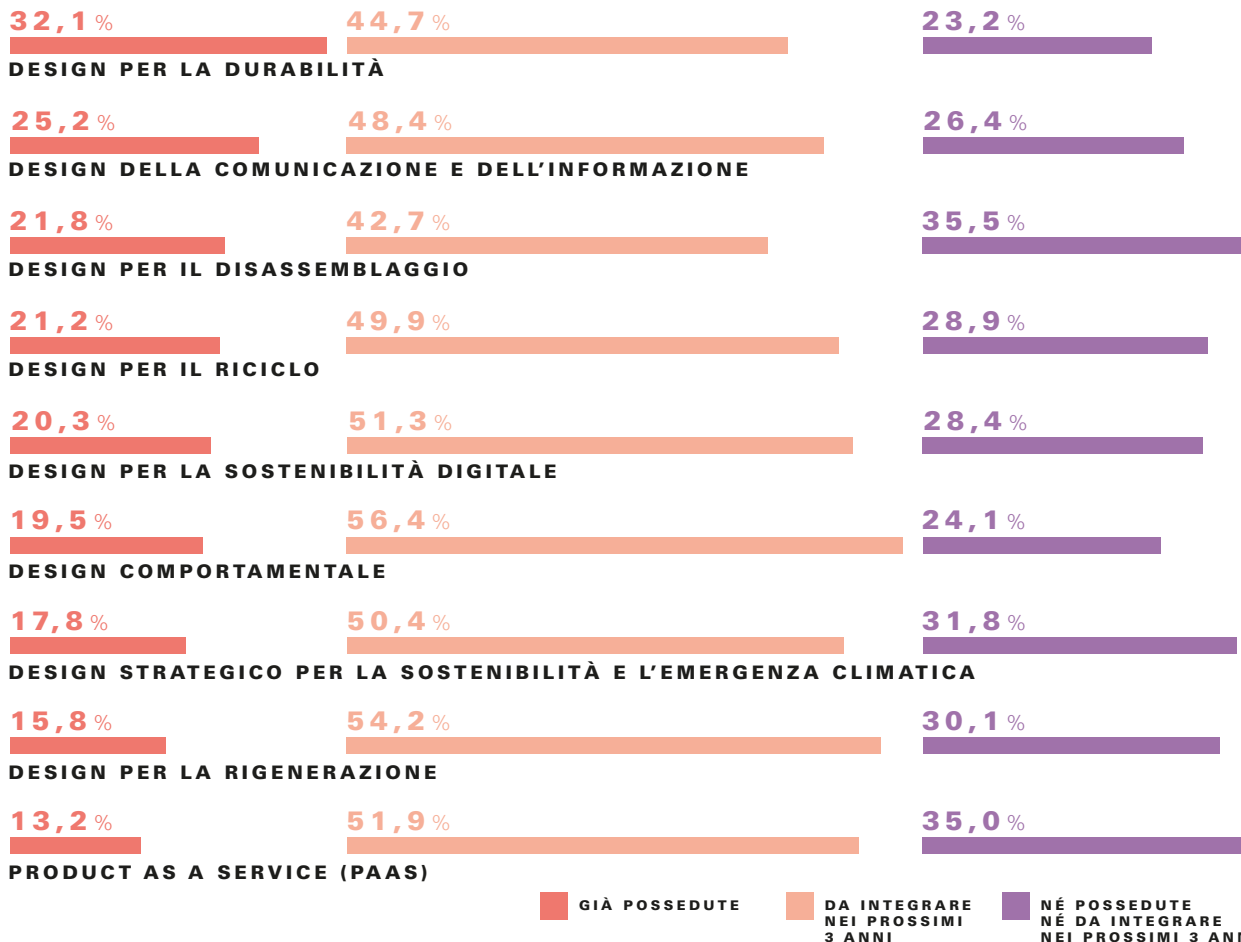


F O N T E : Indagine Fondazione Symbola, Deloitte Private, POLI.design, ADI, febbraio 2024

Tra le **competenze già integrate nell'organizzazione in materia di sostenibilità** emerge il **design per la durabilità** (32,1%). Si tratta di competenze necessarie ad estendere il più possibile il ciclo di vita di prodotti e servizi attraverso la scelta di soluzioni e strategie di progettazione (disassemblabilità, standardizzazione, riparabilità, riutilizzabilità) che rendono possibili la sostituzione e manutenzione di componenti e funzionalità delle diverse parti di un prodotto o servizio o permettono l'aggiornamento delle sue funzioni.

■ COMPETENZE SULLA SOSTENIBILITÀ PRESENTI, DA INTEGRARE NEI PROSSIMI TRE ANNI O NON NECESSARIE

Incidenze percentuali (domanda a risposta multipla)



FO N T E : Indagine Fondazione Symbola, Deloitte Private, POLI.design, ADI, febbraio 2024

Segue il **design della comunicazione e dell'informazione** (25,2%), riguardante competenze legate a tradurre, interpretare e rendere accessibili le informazioni e a far evolvere il sistema della comunicazione e della sostenibilità (es. bilanci di sostenibilità, etc.).

C'è poi il **design per il disassemblaggio** (21,8%), legato alla conoscenza di soluzioni e sistemi di connessione reversibili, che permettano la separazione di tutti i componenti per le diverse tipologie di materiali al fine di favorire il processo di riparabilità, recupero e riciclo; predisposizione di guide di supporto all'utente. Segue il **design per il riciclo** (21,2%), che richiama competenze necessarie a rimuovere qualsiasi barriera al processo di riciclo, come l'eccessiva quantità dei materiali impiegati tendendo, ove possibile, alla mono materialità, all'impiego di materiali facilmente riciclabili e rigenerati e soluzioni che permettano la separabilità dei materiali.

Guardando all'**esigenza di integrare nei prossimi 3 anni delle competenze green** le indicazioni più consistenti riguardano il **design comportamentale** (56,4%), per il quale occorrono competenze legate alla capacità di accompagnare le persone per favorire l'adozione di pratiche sostenibili attraverso sistemi che comunicano, ingaggiano, formano e allenano a nuovi comportamenti nelle diverse scale della vita delle persone, e il **design per la rigenerazione** (54,2%) che prevede competenze necessarie a sviluppare prodotti o servizi a partire da prodotti o loro parti a fine utilizzo o scarti di processo per lo sviluppo di nuovi prodotti o servizi con stessa funzione o diversa, o alla progettazione di prodotti o servizi modulari per favorire il riutilizzo di loro parti.

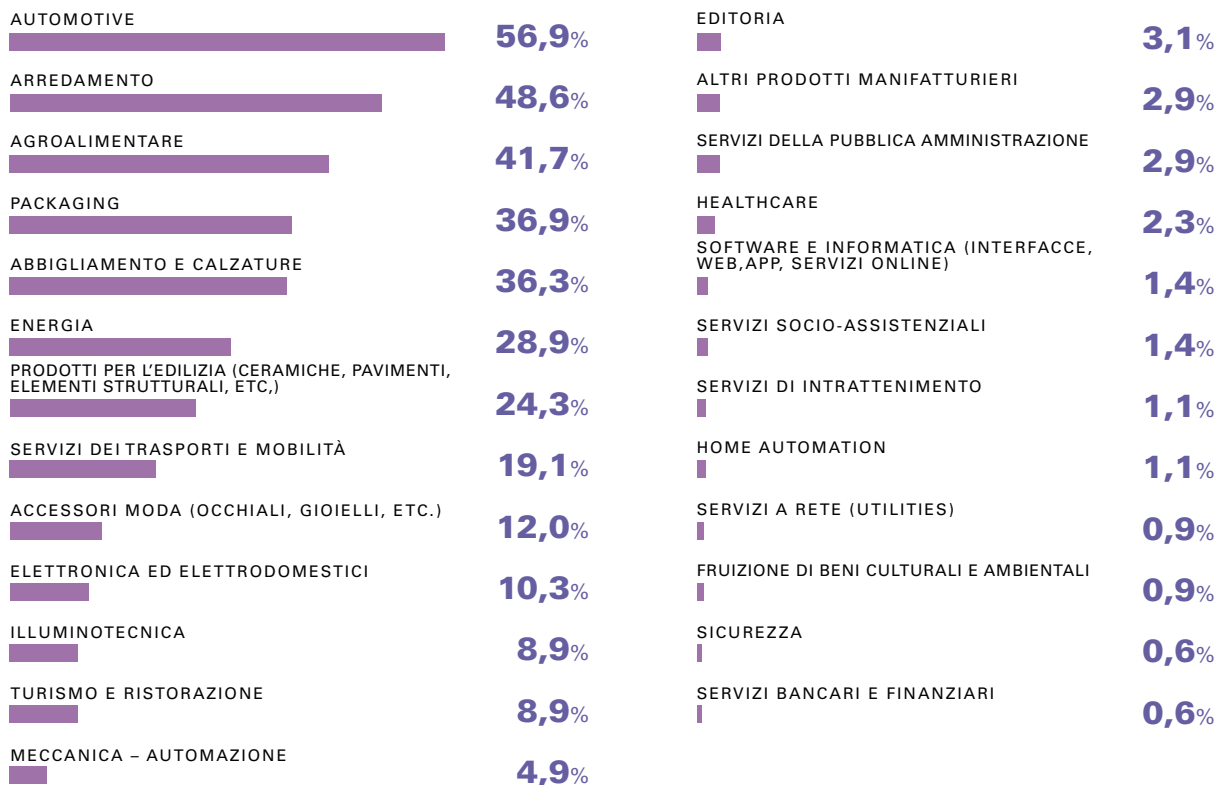
Ad oggi i **settori che stanno richiedendo maggiormente servizi di eco-design** sono l'**automotive** (56,9%), soprattutto per il mondo delle imprese di design (67,4%), e l'**arredamento** (48,6%), che richiede questo tipo di servizi sia alle imprese che ai progettisti.

L'**agroalimentare**, che fa segnare una quota del 41,7%, è considerato promettente in ottica di eco-design da parte delle imprese (48,3%), mentre il **packaging** e soprattutto l'**abbigliamento e calzature** devono le loro posizioni (rispettivamente quarta con 36,9% e quinta con 36,3% delle risposte) alle segnalazioni dei progettisti (39,3% nel primo caso e un molto più elevato 53,9% nel secondo, primo settore di interesse per la categoria).

Da segnalare infine il settore dell'**energia** (28,9%) al sesto posto.

■ SETTORI CHE STANNO RICHIEDENDO MAGGIORMENTE SERVIZI DI ECO-DESIGN

Incidenze percentuali (domanda a risposta multipla)



F O N T E : Indagine Fondazione Symbola, Deloitte Private, POLI.design, ADI, febbraio 2024

1 . 2 . 6 .

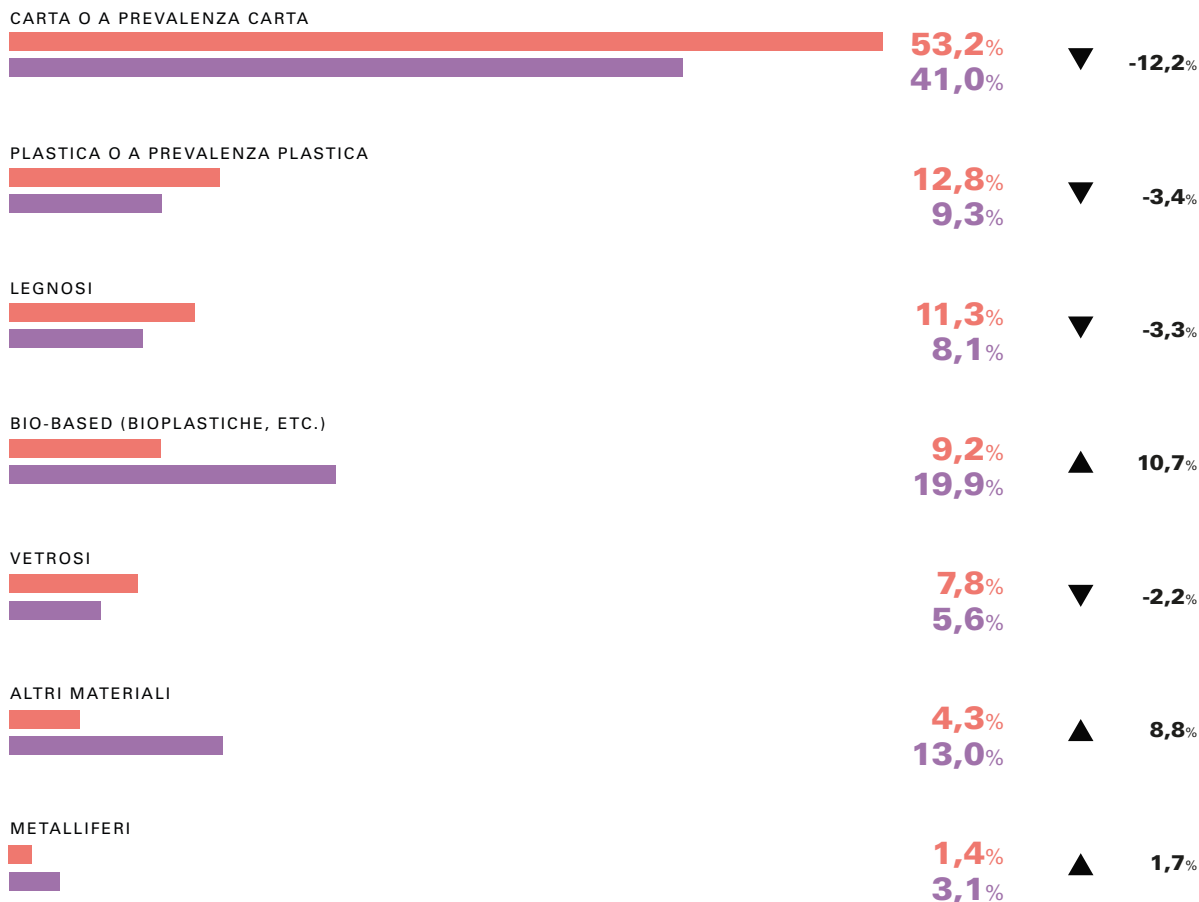
DESIGN PER IL PACKAGING E PER GLI ALLESTIMENTI TEMPORANEI

Considerando l'insieme delle imprese e dei progettisti intervistati, circa un terzo è impegnato attualmente in attività inerenti alla progettazione di packaging, valore che arriva al 50% se consideriamo i soli progettisti. Guardando ai **materiali di riferimento**, la **carta o materiali a prevalenza di carta** (53,2% dei casi) risulta oggi la scelta principale, e lo rimane anche per le realizzazioni del prossimo futuro, anche se con un trend in diminuzione. A seguire troviamo la progettazione di packaging effettuata impiegando materiali in **plastica o a prevalenza plastica** (12,8%).

Tra gli impieghi in crescita spiccano i **materiali di origine bio-based** (famiglia di materiali o prodotti prevalentemente polimerici che derivano da biomassa vegetale) con una quota di impiego più che raddoppiata nelle previsioni di utilizzo nei prossimi tre anni, passando da 9,2% a 19,9%.

■ MATERIALI UTILIZZATI NEL PACKAGING ATTUALMENTE E NEI PROSSIMI TRE ANNI

Incidenze percentuali



■ PROGETTA ATTUALMENTE

■ PREVEDE DI PROGETTARE NEI PROSSIMI 3 ANNI

■ DIFFERENZA RISPETTO AI PROSSIMI TRE ANNI

F O N T E : Indagine Fondazione Symbola, Deloitte Private, POLI.design, ADI, febbraio 2024

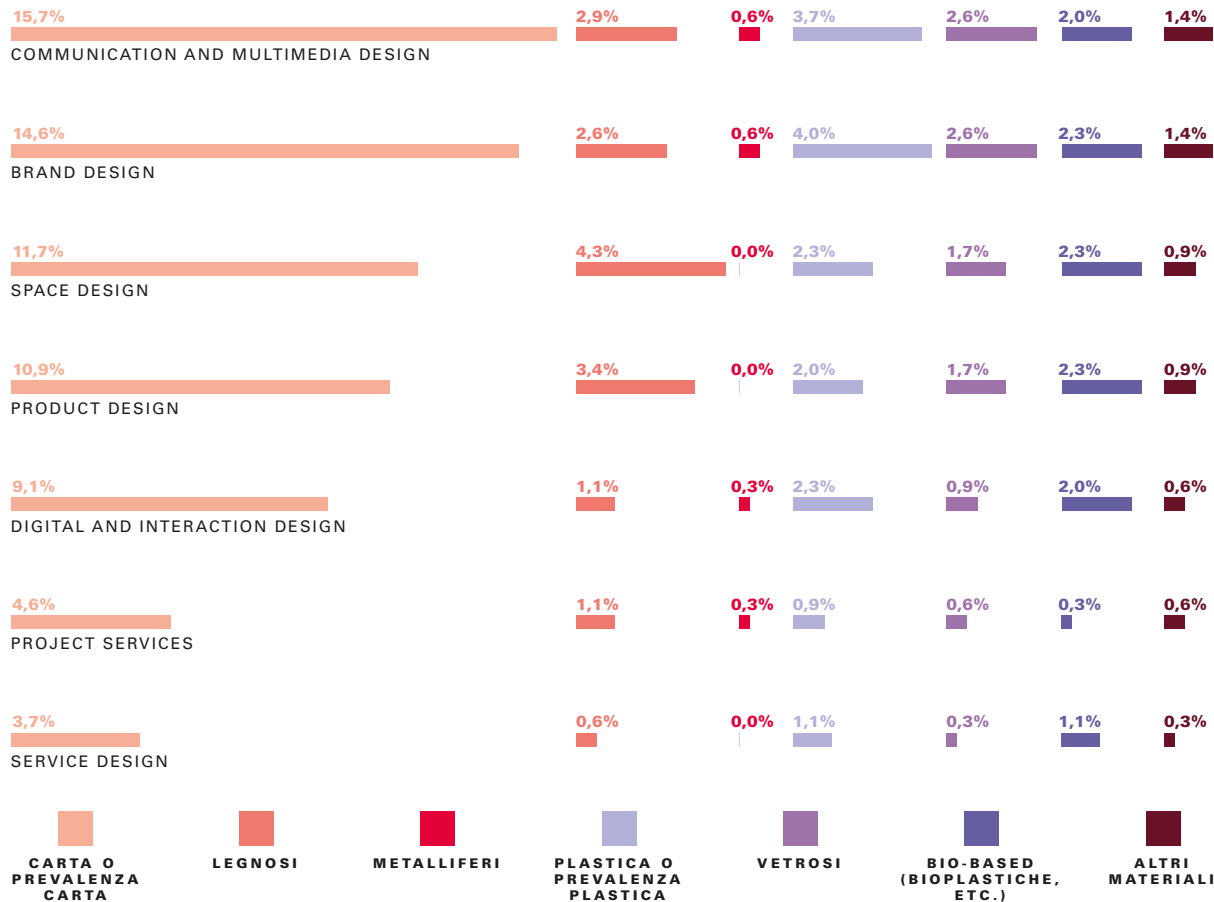
Costruendo una matrice che incrocia ambiti e materiali utilizzati da imprese e progettisti (con la possibilità di utilizzare più materiali in più specializzazioni), emerge come l'uso di carta e materiali a prevalenza carta caratterizzi diverse specializzazioni del design. In particolare, risulta particolarmente diffuso nel Communication and Multimedia Design (15,7%) e il Brand Design (14,6%).

Sono settori di specializzazione per la carta anche lo Space Design (11,7%), il Product Design (10,9%) e il Digital and Interaction Design (9,1%).

Anche con riferimento ai materiali transitori (allestimenti temporanei, cartellonistica, etc.), sono la carta e i materiali a prevalenza carta ad essere maggiormente utilizzati (23,4%). Seguono il legno e i materiali di origine bio-based (entrambi pari a 18,9% nelle indicazioni) e i prodotti metalliferi (14,0%).

■ RELAZIONE TRA AMBITI DI SPECIALIZZAZIONE E MATERIALI UTILIZZATI NEL DESIGN PACKAGING

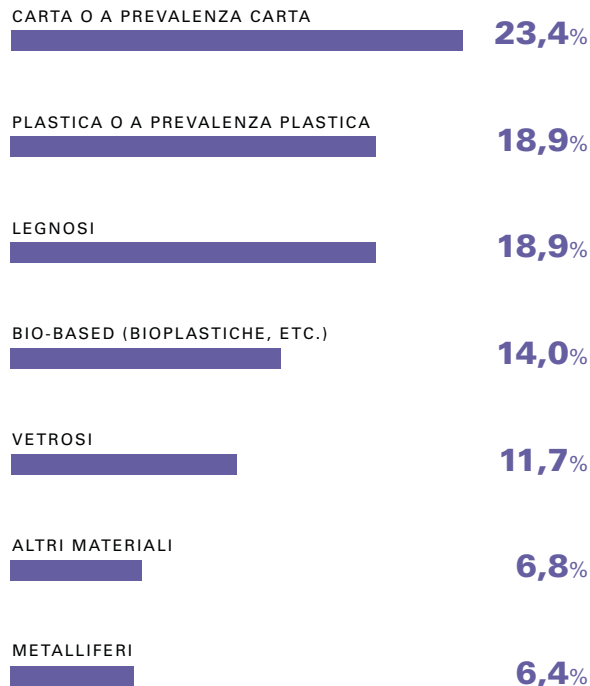
Incidenze percentuali (domanda a risposta multipla)



FO N T E : Indagine Fondazione Symbola, Deloitte Private, POLI.design, ADI, febbraio 2024

■ MATERIALI UTILIZZATI PER MANUFATTI TRANSITORI (STAND, ALLESTIMENTI, CARTELLONISTICA, ETC.)

Incidenze percentuali



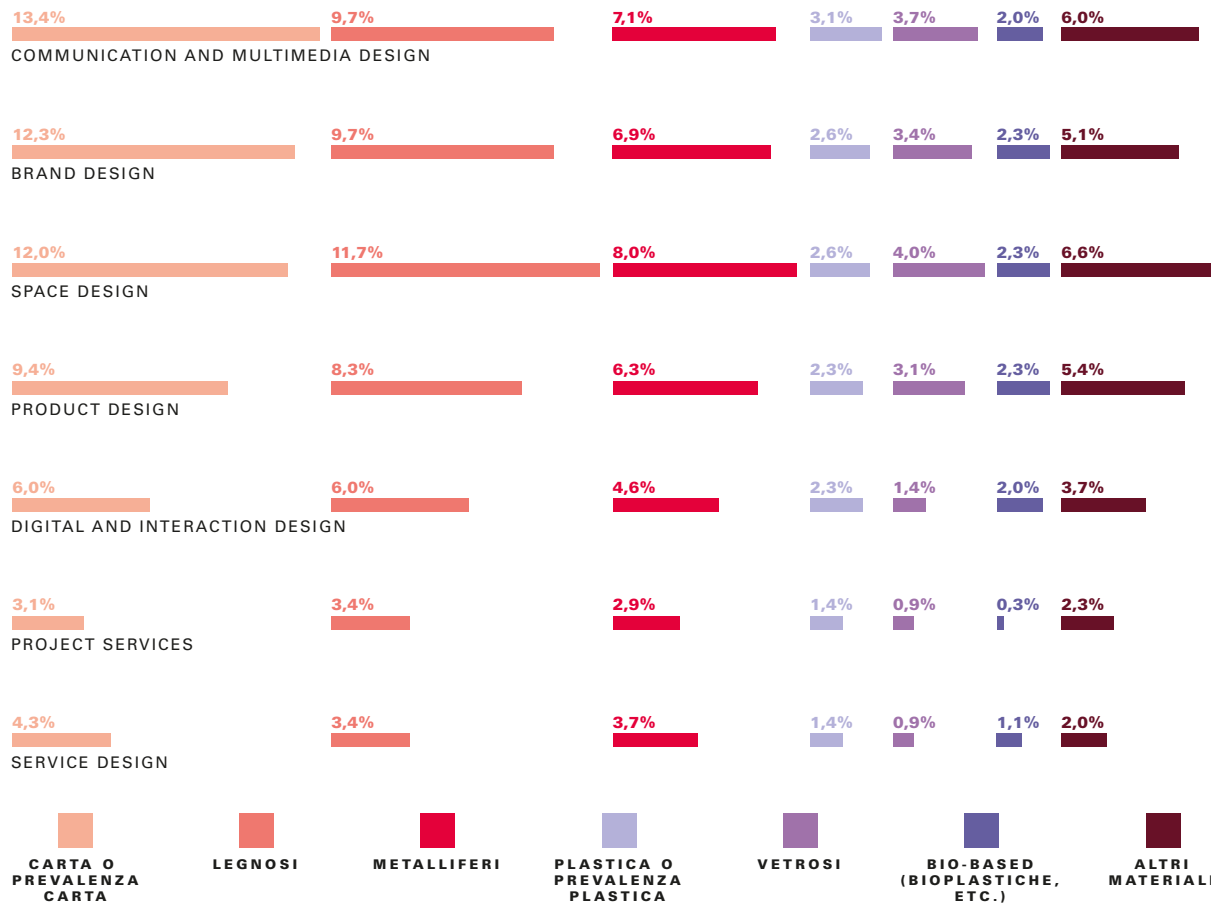
■ **PROGETTA O PREVEDE
DI PROGETTARE IN FUTURO**

Costruendo una matrice analoga alla precedente, ovvero mettendo in relazione i materiali di utilizzo per allestimenti temporanei e i settori di specializzazione, emerge sempre un ruolo preminente di carta e materiali a prevalenza carta, con una presenza nelle specializzazioni che, come nel packaging, vede una predominanza delle specializzazioni legate a Communication and Multimedia Design (13,4%) e Brand Design (12,3%), anche se con percentuali leggermente inferiori. Segue, con valori leggermente più elevati rispetto al packaging, lo Space Design (12,0%), settore di specializzazione in cui per gli allestimenti transitori cresce maggiormente il ricorso ai materiali legnosi (11,7%).

F O N T E : Indagine Fondazione Symbola, Deloitte Private, POLI.design, ADI, febbraio 2024

■ RELAZIONE TRA AMBITI DI SPECIALIZZAZIONE E MATERIALI UTILIZZATI PER MANUFATTI TRANSITORI

Incidenze percentuali (domanda a risposta multipla)

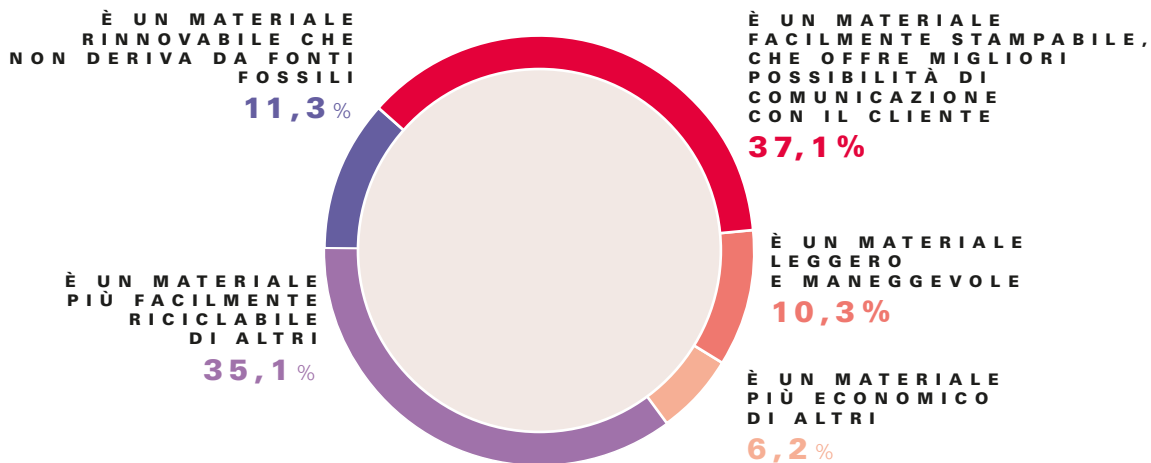


F O N T E : Indagine Fondazione Symbola, Deloitte Private, POLI.design, ADI, febbraio 2024

Focalizzando l'attenzione su **carta e cartone**, la preferenza di questi materiali è legata, non solo, alla facilità di riciclo (35,1%, che sale al 41% per le imprese), ma anche in ragione della loro capacità di supportare il branding, veicolarlo e raccontarlo al meglio (37,1%). Carta e cartone riescono infatti ad impreziosire gli imballaggi sia per la qualità dei materiali usati, sia per la qualità della stampa che consente rese stilistiche elevate.

■ MOTIVAZIONI ALLA PROGETTAZIONE DI PRODOTTI IN CARTA E CARTONE

Incidenze percentuali



FO N T E : Indagine Fondazione Symbola, Deloitte Private, POLI.design, ADI, febbraio 2024

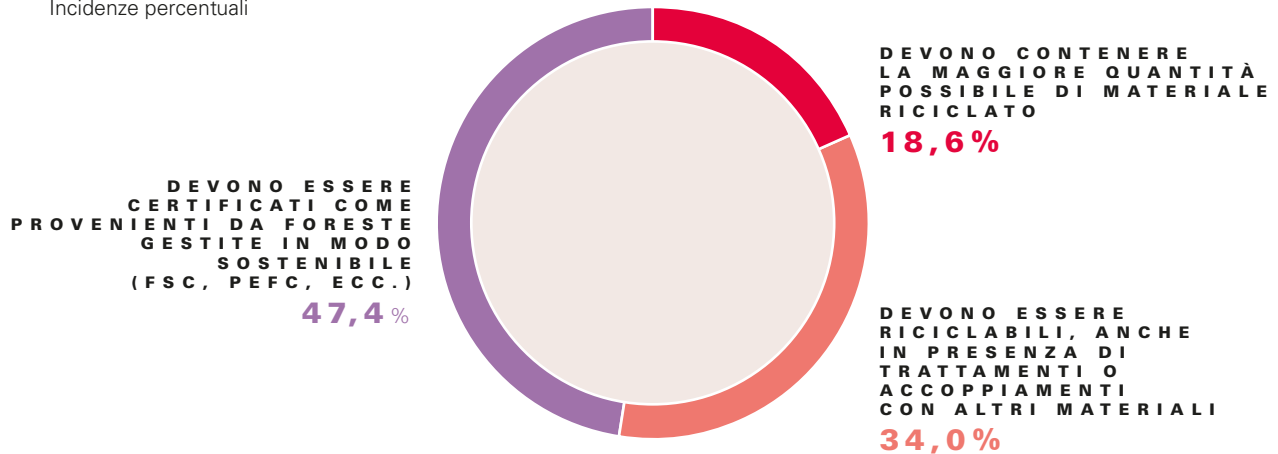
Nella scelta di **carta e cartone come materiali di progetto sostenibili** viene sottolineata in particolare dagli operatori del design l'importanza della certificazione degli stessi come provenienti da foreste gestite in modo sostenibile (FSC, PEFC, ecc.), sottolineata da quasi la metà degli intervistati (47,0%).

La riciclabilità dei prodotti in carta e cartone è un altro aspetto fondamentale e deve essere mantenuto anche in presenza di trattamenti o accoppiamenti con altri materiali: è quanto sottolineato dal 34,0% degli intervistati, percentuale che sale al 37,0% nel caso delle imprese.

Appare di minore rilievo invece il fatto che i materiali devono contenere la maggiore quantità possibile di materiale riciclato (18,6%).

■ ASPETTI RILEVANTI NELLA SCELTA DI CARTA E CARTONE COME MATERIALI DI PROGETTO SOSTENIBILI

Incidenze percentuali

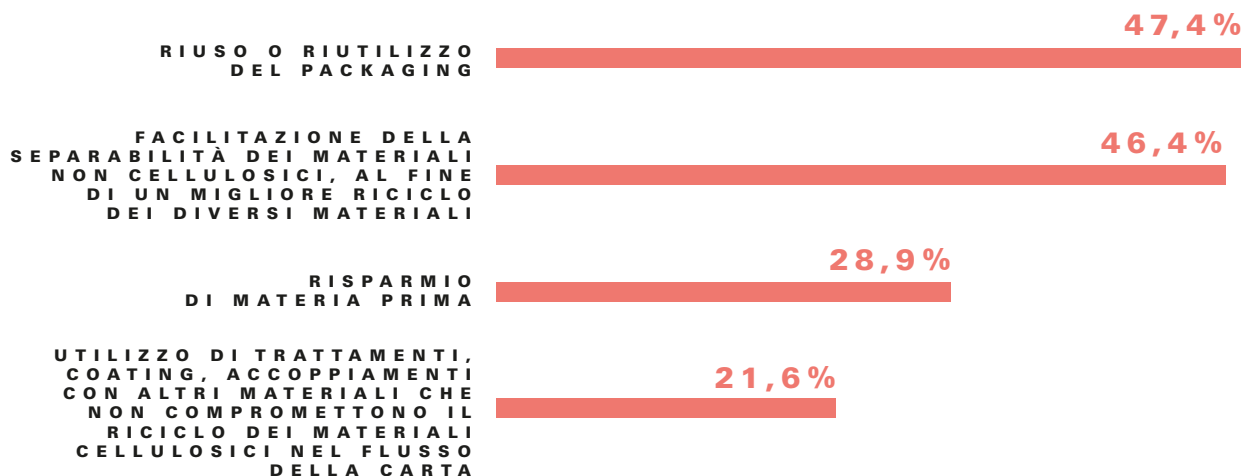


F O N T E : Indagine Fondazione Symbola, Deloitte Private, POLI.design, ADI, febbraio 2024

Tra le **leve di sostenibilità** più importanti nella progettazione del packaging cellulosico, anche in virtù del dibattito in corso a livello legislativo europeo, sono avvertiti in modo particolare il riuso o riutilizzo del packaging (47,4%) e la facilitazione della separabilità dei materiali non cellulosici da quelli cellulosici, al fine di un migliore riciclo dei diversi materiali (46,4%).

■ LEVE DI SOSTENIBILITÀ PIÙ IMPORTANTI NELLA PROGETTAZIONE DEL PACKAGING CELLULOSICO

Incidenze percentuali (domanda a risposta multipla)

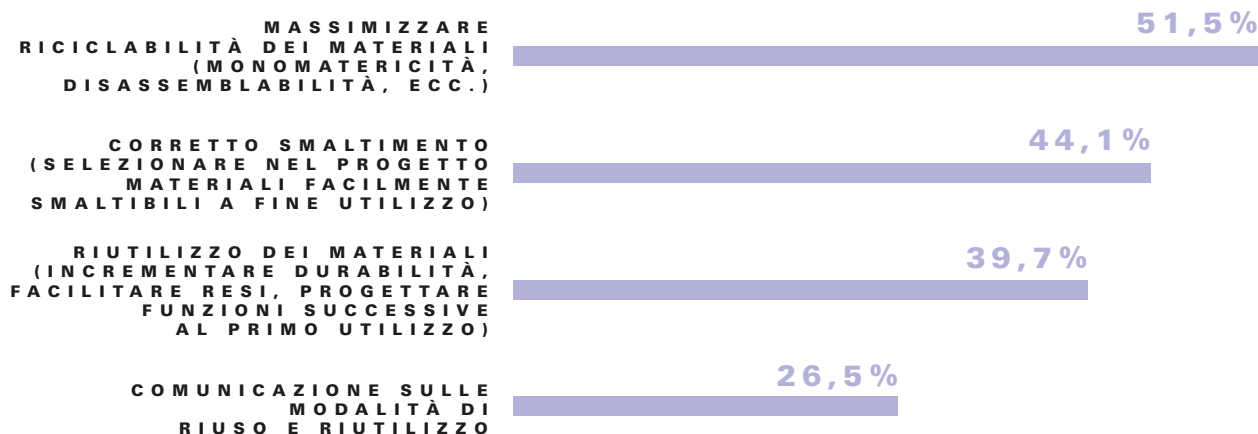


FONTE: Indagine Fondazione Symbola, Deloitte Private, POLI.design, ADI, febbraio 2024

Per quanto riguarda le **strategie adottate nel design del packaging o di manufatti transitori** (stand, allestimenti, cartellonistica, etc.), gli imprenditori e ancor più i professionisti intervistati sono soprattutto orientati a massimizzare la riciclabilità dei materiali (51,5%) e a effettuare un corretto smaltimento (selezionare, già a partire dal livello progettuale, materiali facilmente smaltibili a fine utilizzo, 44,1%).

■ STRATEGIE DA ADOTTARE NEL DESIGN DEL PACKAGING O DI ALLESTIMENTI TEMPORANEI (STAND, ALLESTIMENTI, CARTELLONISTICA, ETC.)

Incidenze percentuali (domanda a risposta multipla)



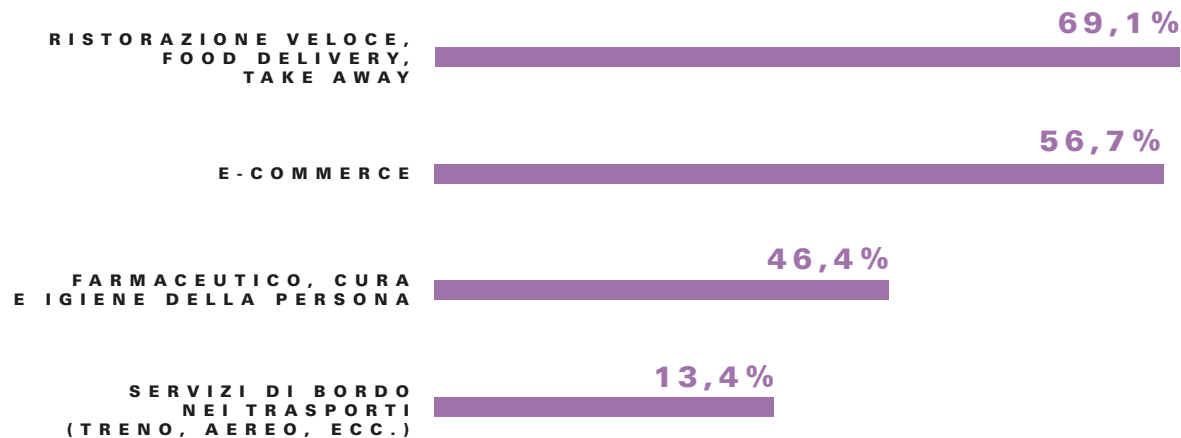
FONTE: Indagine Fondazione Symbola, Deloitte Private, POLI.design, ADI, febbraio 2024

Tra i settori in cui gli operatori ritengono vi siano **maggiori possibilità per lo sviluppo e la progettazione di packaging in carta innovativo** emerge piuttosto nettamente la ristorazione veloce, food delivery, take away (69,1% in media, mentre per i progettisti si arriva a sfiorare i tre quarti di segnalazioni). In questo ambito sta crescendo il suo utilizzo al posto della plastica per le sue caratteristiche di maggior sostenibilità, soprattutto connesse alla facilità di riciclo. Per ridurre l'impronta ambientale del packaging in carta e cartone nella ristorazione veloce e food delivery, il contributo dell'e-codesign diventa fondamentale sia per un miglioramento della riciclabilità dei nuovi materiali compositi a prevalenza carta che in termini di riduzione di materia utilizzata. Anche l'e-commerce appare un ambito molto interessante per gli operatori (56,7% in media, ma nel caso delle sole imprese si sfiora il 70%): di fatto, il cartone è il materiale di elezione nel mondo delle spedizioni. In questo ambito, le evoluzioni più interessanti vanno verso una diminuzione delle dimensioni degli imballaggi a seconda del contenuto, per una migliore user experience. A questo si aggiungono le sperimentazioni più recenti volte a favorire l'utilizzo di scatole "nude" nelle spedizioni (grazie alla collaborazione tra alcuni grandi operatori della logistica interessati a diminuire la propria impronta ambientale e le imprese manifatturiere realizzatrici i prodotti in vendita), pur assicurando una buona resistenza.

Farmaceutico, cura e igiene della persona sono la terza opzione, con una quota di preferenze pari a 46,4%. In questo caso la plastica è ancora predominante, ma è in crescita l'utilizzo di materiali accoppiati in carta in cui la proprietà barriera dell'imballaggio è assicurata dall'utilizzo della plastica, combinata al materiale cellulosico con funzione strutturale. A tal proposito, per favorire questa tendenza volta ad aumentare la sostenibilità del packaging, bisogna ancora lavorare molto per garantire massimo recupero della componente fibrosa e il corretto smaltimento della percentuale in plastica di questi accoppiamenti.

■ MAGGIORI AMBITI DI SVILUPPO PER LA PROGETTAZIONE DI PACKAGING IN CARTA INNOVATIVO

Incidenze percentuali (domanda a risposta multipla)



FONTE: Indagine Fondazione Symbola, Deloitte Private, POLI.design, ADI, febbraio 2024

Infine, si sottolinea come il design packaging si stia progressivamente integrando con le nuove tecnologie, soprattutto per quanto riguarda l'inserimento di QR Code: l'8,3% utilizza questa tecnologia nello sviluppo dei prodotti, ma la percentuale risulta quasi doppia se si guarda al mondo dei progettisti (15,7%). Ancora poco diffuse risultano invece le integrazioni con contenuti digitali fruibili nella realtà estesa – (aumentata, virtuale, mista): oggi la quota si ferma al 2,3%, ma è prevista in forte aumento nel prossimo futuro (5,4%).



02

DESIGN ^E
TRANSIZIONE
DIGITALE

Come abbiamo visto nel capitolo precedente, l'Italia rappresenta il cuore pulsante del design europeo, vantando un ruolo di primo piano in termini di addetti e fatturato. A distinguere il nostro Paese dalla media UE, oltre al primato dimensionale del comparto, i professionisti del design ritengono sia anche il **livello di innovazione** che, un'ampia maggioranza degli intervistati, colloca tra i più elevati nell'area UE.

Design e innovazione sono profondamente connessi, al punto che le metodologie e le pratiche proprie del **design** si sono affermate come **il linguaggio dell'innovazione**¹². Per rendersene conto, basta pensare alla crescente integrazione del design thinking, delle metodologie di ricerca o degli aspetti di comunicazione visiva all'interno dei progetti di innovazione. Il design gioca dunque un ruolo cruciale nell'innovazione di prodotto o servizio, processo e approccio al mercato, contribuendo così alla creazione di valore per i clienti o per la stessa organizzazione. Non stupisce quindi che la quasi totalità dei progettisti veda nell'innovazione un elemento **fondamentale per la competitività** dalle stesse realtà del design.

Analizzando quali leve consentano di stimolare l'innovazione, l'**introduzione di nuove tecnologie**, a partire dall'**intelligenza artificiale** (in breve AI dall'inglese "Artificial Intelligence"), si afferma come un potente acceleratore.

Se però il **livello di competenza tecnologica** dei progettisti appare adeguato e all'avanguardia – complessivamente 83% lo giudica medio o alto, mentre solo il 17% lo ritiene minimo – al momento la **preparazione sulle tecnologie basate sull'AI** risulta nel complesso **ancora limitata**: a fronte del 55% che si considera ancora lontano da queste soluzioni, il 45% valuta il suo livello come medio-alto.

12 R. J. Hernández et al., "Design, the Language of Innovation: A Review of the Design Studies Literature," She Ji: The Journal of Design, Economics, and Innovation, 2018, <https://doi.org/10.1016/j.sheji.2018.06.001>.

Le lacune nella comprensione del funzionamento e delle opportunità derivanti dall'introduzione dell'intelligenza artificiale si riflettono nel **grado di utilizzo di tali soluzioni** nella progettazione. Infatti, considerando la situazione attuale, quasi 7 rispondenti su 10 dichiarano di farne poco o nessun uso mentre poco più di 3 su 10 ne fanno abituale ricorso. La situazione è pressappoco simile se si considera solamente l'AI generativa. Per ottenere risultati soddisfacenti, infatti, risulta determinante avere familiarità con gli aspetti tecnologici ed informatici che consentano di comprendere il funzionamento della tecnologia sottostante. Un esempio in tal senso, emerso dalle interviste ai progettisti esperti di AI, è la scrittura di prompt accurati per la generazione di immagini.

Bisogna leggere i dati sulla conoscenza e sull'utilizzo dell'AI da parte dei designer alla luce del grado di maturità del nostro Paese: dalle analisi di Deloitte¹³ emerge che il tessuto imprenditoriale italiano ritiene di essere ancora in una prima **fase di test** di tale tecnologia, anche in riferimento all'intelligenza artificiale generativa; il gap determinato da inadeguate infrastrutture digitali ("Digital divide") concorre in modo significativo a questa situazione fattuale.

13 Deloitte CFO Survey 2023 e
Deloitte Innovation Summit
2023

« In Italia come all'estero sono ancora pochi i soggetti che utilizzano AI seguendo una progettazione end-to-end tipica dei designer, che tiene conto dell'intera catena del valore utile per la persona: centrale è il ruolo del designer nell'allineare qualità del dato, modelli di AI e monitoraggio dell'implementazione del processo affinché il tutto si traduca in valore aggiunto per il destinatario. »

Marco Maria Predazzo, *Design Management*

Inoltre, il **grado di maturità** può condizionare la **profondità e la trasversalità con cui viene applicata l'AI**. In questo senso, alcuni designer intervistati segnalano che, dalla loro esperienza, nel nostro Paese sono ancora pochi i professionisti che si avvalgono dell'AI – generativa e non – lungo l'intero processo di progettazione. Eppure l'AI può rivelarsi cruciale **dalla concettualizzazione alla realizzazione** del prodotto o del servizio, anche post-vendita. Infatti, nella fase iniziale di ideazione, l'intelligenza artificiale può essere utilizzata come un collaboratore virtuale, fungendo da “**sparring partner**” con cui fare brainstorming, generare idee, analizzare i punti deboli, individuare gli spazi per affinare il progetto e proporre diverse soluzioni per la realizzazione. Simili interazioni facilitano un confronto costruttivo e stimolano il **pensiero critico**. Nella successiva fase di sviluppo, invece, l'intelligenza artificiale può diventare un elemento integrante del progetto. Un esempio concreto sono i **chatbot**, che assumono un ruolo attivo nella **relazione con gli utenti**, che guidano verso la soluzione ricercata.

In aggiunta alla conoscenza tecnologica e al grado di maturità, dalle interviste qualitative condotte emergono ulteriori ostacoli all'impiego dell'AI generativa: le **barriere linguistiche** – poiché i software sono tendenzialmente programmati in inglese e tendono a fornire risultati più accurati se interrogati nella lingua di programmazione – o **anagrafiche** – per cui l'età media dei progettisti potrebbe risultare inversamente proporzionale alle loro competenze informatiche – o ancora le preferenze per gli **strumenti tradizionali**, come la matita per realizzare il bozzetto.

Analizzando invece l'**utilità percepita per la creazione del valore**, il parere dei designer risulta più sfaccettato. Da un lato, la quota di rispondenti che non vede nell'AI un importante **elemento di innovazione richiesto dai clienti** pesa quasi il doppio rispetto ai pareri positivi, facendo quindi riflettere sulla consapevolezza dei committenti e, più in generale, sul ruolo della domanda nella sua diffusione. Dall'altro lato, 4 su 10 ritengono che l'intelligenza artificiale rappresenti un **potente alleato nelle attività di progettazione** e una quota analoga pensa che, solo con l'integrazione tra le capacità dei designer e le tecnologie AI, si possa generare valore aggiunto per clienti e utilizzatori finali.

«*Mantenere una supervisione umana è fondamentale. Il pericolo è che, a lungo andare, se ne sentirà sempre meno l'esigenza, perdendo la comprensione del progetto e del flusso di lavoro. Così facendo si rischia di appiattire la conoscenza, riducendo il coinvolgimento delle persone a favore della semplificazione dei processi, sempre più lineari.*»

Andrea Desiato, *Digital Design Director*,

Federico Casotto, *Design Manager e Food Specialist, di Design Group Italia*

La chiave per realizzare tale valore risiede proprio nel **binomio** e nella **sinergia tra le due intelligenze**, quella umana e quella artificiale. Ciò emerge distintamente dalle interviste qualitative condotte: i designer che utilizzano l'AI confermano che per trarne un vantaggio è necessario **fare leva sui rispettivi punti di forza**, utilizzando le competenze tecniche avanzate della tecnologia per completare le abilità relazionali e cognitive della mente umana. Al momento, infatti, l'intelligenza artificiale non è in grado di sostituire l'empatia, ovvero la capacità di comprendere le sfumature emotive e di interpretare le situazioni in modo contestuale, che rappresenta un elemento fondamentale nelle dinamiche relazionali e contribuisce all'efficacia dei progetti di **human centered design**. Dunque, sfruttare sapientemente l'interazione tra le competenze verticali proprie dell'AI e quelle trasversali proprie delle persone rappresenta un fattore vincente per continuare a distinguersi e affrontare sfide complesse.

«*Oggi per essere competitivi è importante conoscere l'intelligenza artificiale e utilizzarla per potenziare quello che il designer sa fare; allo stesso tempo, evitare di fare quello che lei fa meglio del designer.*»

Marco Generali, Socio e Co-Direttore di Valerio Cometti+V12Design

Considerando più nel dettaglio i benefici percepiti dall'adozione dell'AI, che complessivamente contribuiscono alla competitività dell'organizzazione, tra i principali si afferma l'abilitazione a una **progettazione maggiormente distribuita**, grazie alla collaborazione tra team di lavoro allargati e presenti in diverse aree geografiche, che rende possibile un più ampio confronto, evitando così di rimanere tra i confini culturali e sociali di un unico studio. A fianco di questo aspetto, i rispondenti segnalano l'**ottimizzazione dei tempi di sviluppo dei progetti**: gli studi di progettazione che hanno fatto ricorso all'AI per andare incontro a tempistiche progettuali stringenti, testimoniano di essere stati avvantaggiati dalle proposte elaborate tramite AI generativa. A fronte di un chiaro vantaggio per la produttività, la compressione dei tempi può andare a discapito della qualità del progetto finale: un possibile rischio, infatti, è lo sviluppo della mentalità del "**good enough**", come già successo in passato con l'introduzione di altre tecnologie

come gli MP3, con cui è prevalsa la portabilità del dispositivo sulla qualità del suono. Dalle interviste qualitative emerge inoltre che, per assicurare elevati livelli di qualità, l'utilizzo dell'AI generativa si traduce in uno **spostamento delle tempistiche**, più che in una riduzione complessiva: i tempi si accorciano fortemente nella parte di ideazione, ma si allungano nella parte di sviluppo della soluzione, poiché è necessario uno spazio di riflessione e rielaborazione successiva per non riproporre pedissequamente i risultati ottenuti in pochi minuti nella fase ideativa. Infine, viene segnalata la possibilità di **personalizzare prodotti, servizi ed esperienze** – in particolare sull'ultimo miglio.

Affinché la competitività derivante dall'utilizzo dell'AI per la progettazione diventi più diffusa, è necessario un cambio di passo soprattutto in termini di **conoscenza**. Gli stessi designer individuano proprio nelle competenze un elemento chiave per creare e sfruttare le sinergie con queste tecnologie e circa metà ritiene che debbano evolversi proprio alla luce dell'adozione dell'AI. Per inserirsi positivamente nella rivoluzione in corso, risulta dunque cruciale **investire nella formazione del personale**: aumentando il livello di competenza interno, sia alle aziende sia agli studi di design, aumenterà la capacità di erogare servizi sempre più competitivi, riconoscendo le potenzialità e i limiti della tecnologia.

«*Ogni volta che arriva una nuova tecnologia alcune competenze vengono potenziate e altre distrutte: così funziona il progresso tecnologico. In questo momento di transizione, la capacità dell'università dovrebbe essere quella di capire quali competenze ha senso potenziare e quali, invece, possiamo tralasciare perché non serviranno più.*»

Stefano Magistretti, *Direttore dell'Osservatorio Design Thinking for Business del Politecnico di Milano*

Questo processo sarà fondamentale per due **elementi convergenti**. Il primo è l'aspettativa da parte dei designer di una crescente diffusione dell'adozione delle tecnologie innovative basate sull'AI nei prossimi 3 anni, confermando la percezione che **l'AI contribuirà a ridefinire il futuro della progettazione**, insieme ad altre tecnologie avanzate. Il secondo, invece, è la convinzione dei progettisti che l'intelligenza artificiale costituirà un **campo sempre più vasto delle competenze legate al design**.

In prospettiva, il **ruolo del designer** ha il potenziale di diventare indispensabile per facilitare la transizione tecnologica. Se oggi l'attenzione delle aziende è principalmente rivolta all'esplorazione delle potenzialità delle applicazioni dell'AI e ai vantaggi che la sua introduzione garantisce, in linea con la fase di sperimentazione in cui ci troviamo, i rischi e gli impatti sull'uomo, sulle comunità e sull'ambiente risultano in secondo piano nella sensibilità del mondo imprenditoriale.

Sebbene quindi la domanda di una progettazione etica dell'AI non sia ancora sviluppata, la figura del designer risulta fondamentale nell'**interazione tra persone e tecnologia**. Il design, infatti, in passato ha sempre preservato la relazione tra l'aumento esponenziale della tecnologia e la capacità dell'essere umano di adattarsi ad essa. Per questo, diventa ancora più centrale quando le tecnologie hanno un elevato potere trasformativo e impattano significativamente la percezione della realtà, e quindi la quotidianità delle persone.

“Il design preserva la relazione tra la capacità degli esseri umani di adattarsi all'aumento esponenziale della complessità tecnologica del mondo con il quale interagiamo, che spesso ridefinisce nuovi modi di fare le cose, ma anche riscrive il modo in cui percepiamo la realtà. Il design serve a preservare questa relazione soprattutto quando questa curva si inarca molto e c'è il rischio che la relazione si sfaldi.”

Antonio Grillo, Design Director Tangity Design Studio – NTT Data

Tuttavia, la maggior parte dei designer si sente preparata a raccogliere questa sfida, sostenendo di avere le competenze necessarie per supportare l'innovazione tecnologica e i processi innovativi nel tessuto economico italiano con uno sguardo etico, sostenibile e significativo per persone e organizzazioni. Essendo però l'AI una tecnologia in rapida evoluzione, sarà richiesto ai progettisti di **acquisire nuovi strumenti di valutazione e facilitazione**, per supportare quotidianamente le aziende nel monitoraggio e nell'applicazione etica della tecnologia e della tutela dei consumatori finali.

Il design può quindi supportare e facilitare l'adozione etica dell'AI nel tessuto economico italiano, contribuendo alla competitività non solo delle aziende ma anche del Sistema Paese, a partire dagli ambiti distintivi del Made in Italy.

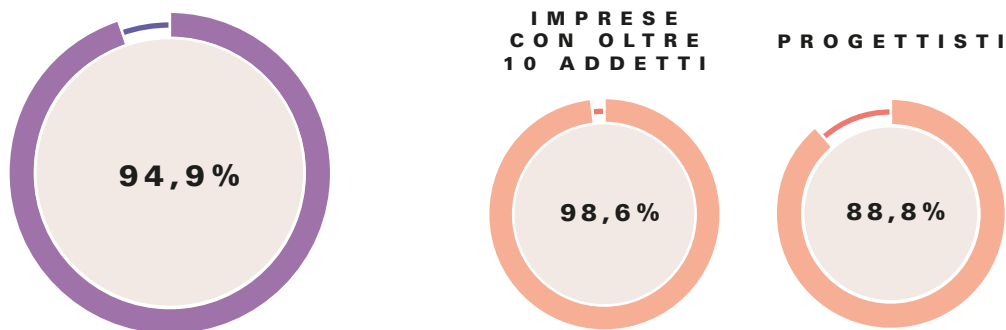
2.1

DESIGN E INNOVAZIONE TECNOLOGICA

Design e innovazione sono in una relazione di continuo scambio, in cui, da un lato, l'innovazione attinge alle metodologie proprie del design facendone la propria lingua d'espressione, mentre, dall'altro lato, il design fa riferimento all'innovazione per aumentare la competitività delle proprie soluzioni e delle proprie organizzazioni. Infatti, la quasi totalità degli intervistati – il 94,9% – conferma che **l'innovazione sia fondamentale per la competitività del comparto del design**, un'opinione che si accentua nel caso delle imprese di maggiore dimensione.

■ L'INNOVAZIONE È FONDAMENTALE PER LA COMPETITIVITÀ DEL COMPARTO DEL DESIGN

Incidenze percentuali dei pareri favorevoli (molto e abbastanza d'accordo)



F O N T E : Indagine Fondazione Symbola, Deloitte Private, POLI.design, ADI, febbraio 2024

Pensando al posizionamento per **livello di innovazione** del settore del design italiano rispetto alla media UE, il **74,3%** degli operatori intervistati ritiene che il nostro Paese **sia tra i più elevati in Europa**. Più cauti sul tema i progettisti, i cui pareri positivi si fermano al 49,4%, sebbene non si riscontrino opinioni fortemente negative (nessuno si dichiara “per nulla d'accordo”).

A contribuire al livello di innovazione è l'**adozione di nuove tecnologie**, tra cui l'Intelligenza Artificiale, come afferma il **44,6%** degli intervistati, specialmente tra i progettisti (62,9%) rispetto alle aziende (38,3%).

Prendendo quindi in considerazione il **livello di competenza tecnologica**, un prerequisito fondamentale per l'adozione, in media l'**82,9%** degli operatori del settore valutano la propria **preparazione adeguata**. Analizzando i dati per tipologia di rispondenti, si nota che il livello di competenza è più elevato tra le imprese di maggiori dimensioni (95,0%, di cui 52,1% “alto”) rispetto a quelle più piccole e ai progettisti, la cui quota di esperti è sensibilmente inferiore (rispettivamente 71,9% e 78,7%, di cui 14,0% e 12,4% “alto”).

■ LIVELLO DI INNOVAZIONE DEL SETTORE DEL DESIGN IN ITALIA È TRA I PIÙ ELEVATI IN EUROPA

Incidenze percentuali dei favorevoli (molto e abbastanza d'accordo)



F O N T E : Indagine Fondazione Symbola, Deloitte Private, POLI.design, ADI, febbraio 2024

Le conoscenze tecniche sono applicate in modo piuttosto trasversale nei diversi ambiti del design. Infatti, approfondendo il **livello di utilizzo della tecnologia per ambito di specializzazione del design** – fatta esclusione della specializzazione Digital and Interaction Design, incentrata proprio sull'utilizzo della tecnologia – si distingue l'area **Communication e multimedia design** (in cui rientrano ad esempio le attività di grafica, art direction, pubblicità, marketing, social media content creation, data visualization) per la quale il **69,3%** dei rispondenti indica un impiego delle

tecnologie medio-alto, e che registra il picco di utilizzo elevato tra tutte le aree di specializzazione. Altri ambiti in cui emerge con maggiore rilievo l'adozione di tecnologie per la progettazione sono il **Brand Design** (68,2%) e il **Product design** (63,6%).

Infine, esplorando quali **tecnologie** alla base della trasformazione digitale saranno **più rilevanti per il futuro della progettazione nel mondo del design**, spicca nelle segnalazioni degli operatori l'**Extended Reality** (40,6%). Si tratta di Realtà Aumentata, Realtà Virtuale, Realtà Mista, tecnologie immersive che contribuiscono

■ LIVELLO DI COMPETENZA TECNOLOGICA

Incidenze percentuali

IMPRESE OLTRE 10 ADDETTI



IMPRESE FINO A 10 ADDETTI



PROGETTISTI



TOTALE



ALTO
 MEDIO
 BASSO
 MINIMO
 NESSUNA COMPETENZA

F O N T E : Indagine Fondazione Symbola, Deloitte Private, POLI.design, ADI, febbraio 2024

sempre più alla formazione di nuovi metodi di collaborazione, incoraggiando la creatività, migliorando la formazione e aprendo nuove opportunità di business.

Segue con una quota di poco inferiore (37,7%) l'**Intelligenza Artificiale** – in cui sono incluse l'AI predittiva e generativa – che può supportare l'attività di progettazione migliorandone l'efficienza, la creatività e l'accessibilità intervenendo su diversi aspetti (automazione e personalizzazione, generazione di idee e concept, simulazione e prototipazione avanzate, ecc.).

■ UTILIZZO DELLA TECNOLOGIA PER AMBITO DI SPECIALIZZAZIONE NEL DESIGN

Incidenze percentuali

PROJECT SERVICES



SPACE DESIGN



SERVICE DESIGN



PRODUCT DESIGN



BRAND DESIGN



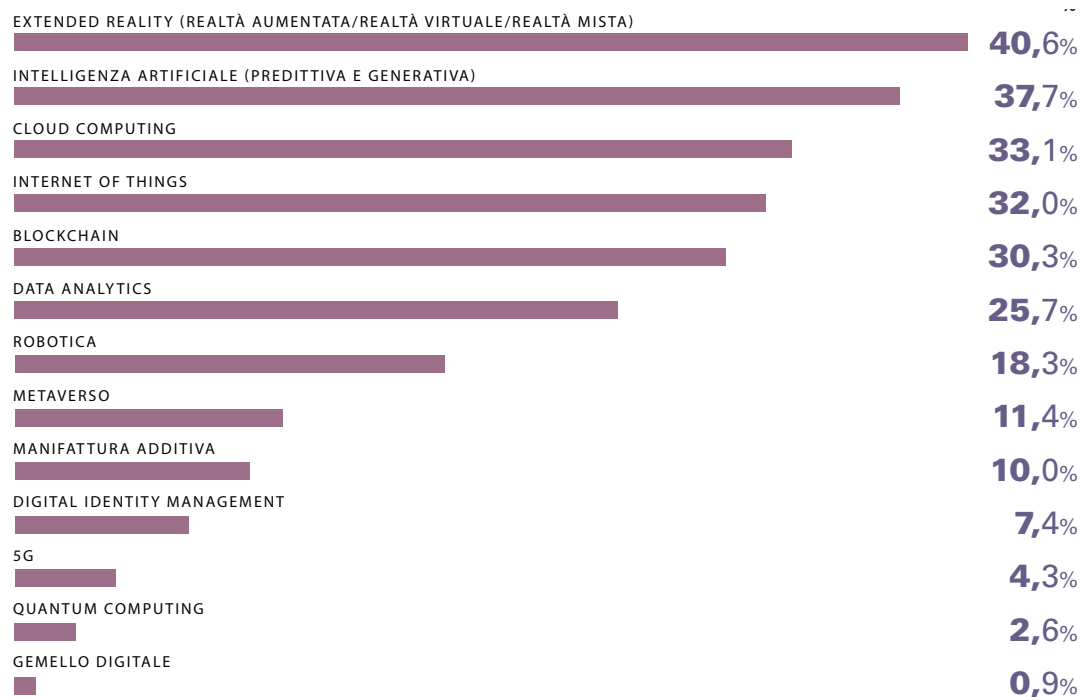
COMMUNICATION AND MULTIMEDIA DESIGN



F O N T E : Indagine Fondazione Symbola, Deloitte Private, POLI.design, ADI, febbraio 2024

■ TECNOLOGIE CHE ABILITANO LA TRASFORMAZIONE DIGITALE PIÙ RILEVANTI PER IL FUTURO DELLA PROGETTAZIONE NEL DESIGN

Incidenze percentuali (domanda a risposta multipla)



F O N T E : Indagine Fondazione Symbola, Deloitte Private, POLI.design, ADI, febbraio 2024

Procedendo in ordine di importanza, troviamo con quote di risposta sostanzialmente analoghe **Cloud computing** (33,1%), **Internet delle cose** (32,0%) e **Blockchain** (30,3%).

Meno segnalate sono invece le tecnologie connesse al 5G (4,3%), al Quantum Computing (2,6%) e al Digital Twin (0,9%), ovvero un modello di replica virtuale informatica di risorse fisiche.

2.2 DESIGN E INTELLIGENZA ARTIFICIALE

Se il livello di preparazione tecnologica degli operatori del design risulta adeguato, le **competenze relative alle tecnologie basate sull'intelligenza artificiale**, come ci si poteva attendere, risultano invece meno diffuse: è il **45,4%** a valutare positivamente il proprio livello di preparazione, con solamente il 15,4% a collocarsi tra gli esperti, rispettivamente in confronto all'82,9% e al 28,9% registrato per le capacità tecnologie in generale. Da evidenziare il limitato numero di progettisti che dichiarano un livello di conoscenza alto (3,4%), così come

■ LIVELLO DI PREPARAZIONE RISPETTO ALL'INTELLIGENZA ARTIFICIALE

Incidenze percentuali

IMPRESE OLTRE 10 ADDETTI



IMPRESE FINO A 10 ADDETTI



PROGETTISTI



TOTALE



ALTO
 MEDIO
 BASSO
 MINIMO
 NESSUNA COMPETENZA

F O N T E : Indagine Fondazione Symbola, Deloitte Private, POLI.design, ADI, febbraio 2024

abbastanza contenuta è la stessa quota per le imprese fino a 10 addetti (8,3%); al contrario sono le imprese con oltre 10 addetti a evidenziare maggiore confidenza con l'AI, dichiarando un profondo livello di preparazione nel 29,3% dei casi.

In linea con il grado di conoscenza, anche l'**utilizzo dell'AI nella progettazione** rimane ancora contenuto –

con il **34,7%** a dichiarare un ricorso abbastanza o molto elevato – ma, come per la conoscenza, il livello aumenta significativamente nelle **imprese più grandi (48,5%)**. Nella media, si rileva anche una quota pari al 21,0% di operatori (26,9% per i progettisti ma 16,2% per le aziende con oltre 10 dipendenti) che non utilizzano soluzioni basate su intelligenza artificiale.

■ LIVELLO DI UTILIZZO DELL'INTELLIGENZA ARTIFICIALE

Incidenze percentuali

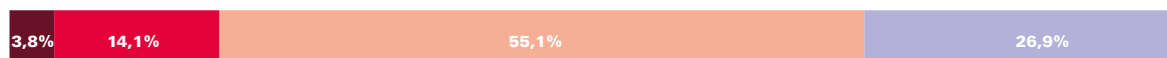
IMPRESE OLTRE 10 ADDETTI



IMPRESE FINO A 10 ADDETTI



PROGETTISTI



TOTALE



F O N T E : Indagine Fondazione Symbola, Deloitte Private, POLI.design, ADI, febbraio 2024

Con riferimento all'**utilizzo di AI generativa per la progettazione** i risultati non si modificano molto: complessivamente il 35,6% degli operatori fa ricorso piuttosto frequentemente, e anche in questo caso le imprese con oltre 10 addetti esprimono un maggiore utilizzo rispetto alla media (48,5%).

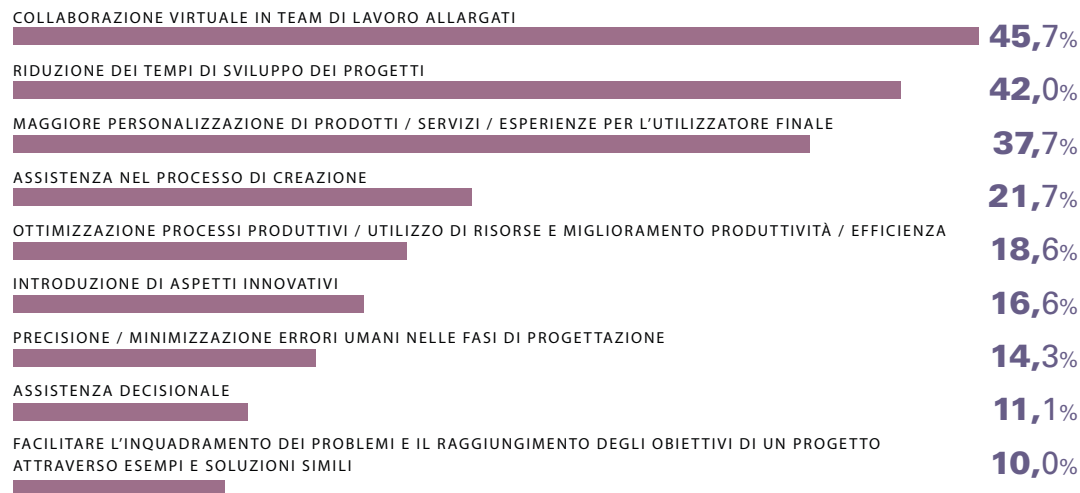
Prendendo quindi in esame i **principali vantaggi che l'adozione dell'AI offre in termini di competi-**

tività, emerge innanzitutto la **collaborazione virtuale** in team di lavoro allargati (**45,7%**), come ad esempio piattaforme online, traduzione automatica, brainstorming assistito dall'AI. Il secondo beneficio riportato è la **riduzione dei tempi di sviluppo dei progetti (42,0%)**, con riferimento alla progettazione generativa o alla prototipazione veloce e al testing. In terza posizione viene riportata la maggiore **personalizzazione** di prodotti,

■ PRINCIPALI VANTAGGI CHE L'ADOZIONE DELL'AI OFFRE AI SUOI CLIENTI

INTERMINI DI COMPETITIVITÀ

Incidenze percentuali (domanda a risposta multipla)



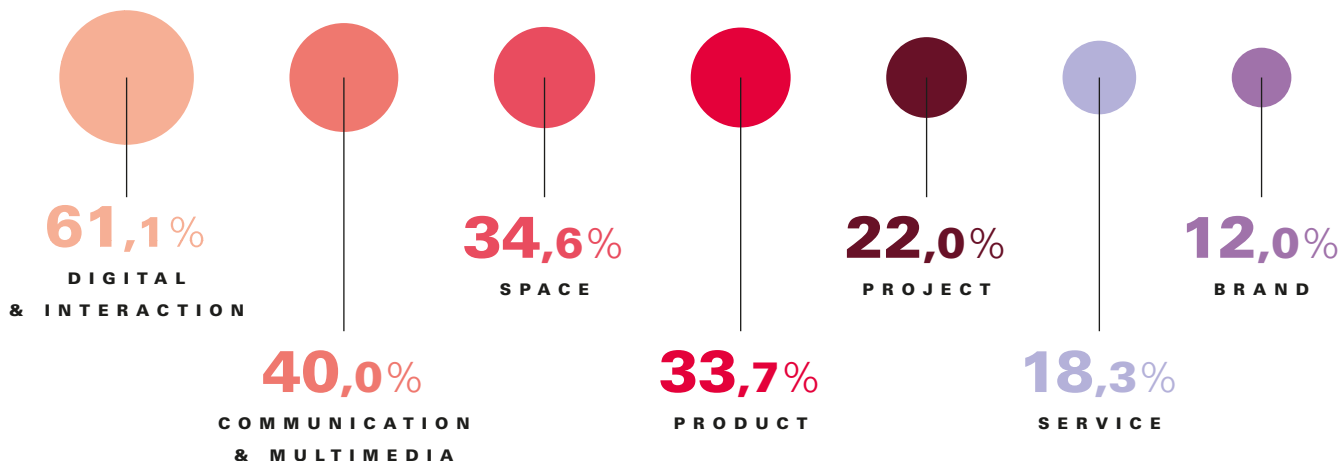
F O N T E : Indagine Fondazione Symbola, Deloitte Private, POLI.design, ADI, febbraio 2024

servizi ed esperienze per l'utilizzatore finale (**37,7%**), come l'adattamento automatico di contenuti, immagini o interfaccia utente sulla base delle sue preferenze, modellazione 3D o customizzazione.

Meno indicate le soluzioni di carattere più avanzato e strategico come l'assistenza decisionale (11,1%) – ad esempio, l'elaborazione di scenari, identificazione di trend o preferenze degli utenti, analisi predittiva – e l'ausilio che l'AI può fornire nell'inquadramento dei problemi (*problem framing*) e il raggiungimento degli obiettivi di un progetto attraverso la ricerca di esempi e soluzioni simili (10,0%).

■ AMBITI DI SPECIALIZZAZIONE DEL DESIGN CON MAGGIORI BENEFICI DOVUTI ALL'ADOZIONE DI SOLUZIONI DI INTELLIGENZA ARTIFICIALE

Incidenze percentuali (domanda a risposta multipla)



FONTE : Indagine Fondazione Symbola, Deloitte Private, POLI.design, ADI, febbraio 2024

Considerando invece gli **ambiti di specializzazione del design che beneficiano maggiormente dell'adozione di soluzioni di intelligenza artificiale**, si afferma su tutti il **Digital and Interaction Design (61,1%)**, che si appoggia all'AI anche per ottimizzare e personalizzare la *user experience*. Segue il **Communication and Multimedia Design (40,0%)**, quindi lo **Space design (34,6%)** e il **Product design (33,7%)**.

Alla luce dei benefici identificati, il **39,7%** degli intervistati dichiara che **l'AI possa essere un potente alleato dei designer nelle attività di progettazione**, con un sensibile divario tra imprese (33,3%) e progettisti (58,4%).

■ DESIGN E AI: SITUAZIONE ATTUALE

Incidenze percentuali

L'UTILIZZO DELL'AI COSTITUISCE UN IMPORTANTE ELEMENTO DI INNOVAZIONE RICHIESTO DAI CLIENTI



SOLO CON L'INTEGRAZIONE TRA LE CAPACITÀ DEI DESIGNER E LE TECNOLOGIE AI SI PUÒ GENERARE VALORE AGGIUNTO PER CLIENTI E UTILIZZATORI FINALI



L'AI È UN POTENTE ALLEATO CHE PUÒ CONCRETAMENTE AIUTARE I DESIGNER NELLE ATTIVITÀ DI PROGETTAZIONE



D'ACCORDO

NEUTRALE

DISACCORDO

F O N T E : Indagine Fondazione Symbola, Deloitte Private, POLI.design, ADI, febbraio 2024

Per far sì che i vantaggi percepiti superino i rischi, una percentuale analoga (**38,3%**) ritiene che **solo con l'integrazione tra le capacità dei designer e le tecnologie AI si possa generare valore aggiunto per clienti e utilizzatori finali**; anche in questo caso, tra i progettisti si riscontra un grado d'accordo maggiore rispetto alle imprese (rispettivamente 56,2% e 32,2%).

Al momento, tuttavia, gli operatori non riconoscono pienamente una domanda di innovazione espressa nelle tecnologie AI da parte del mercato: infatti, **solo il 24,0%** afferma che **l'utilizzo dell'AI costituisca un importante elemento di innovazione richiesto dai clienti**, contro il 42,9% di pareri contrari.

■ DESIGN E AI: SITUAZIONE PROSPETTICA

Incidenze percentuali

IL DESIGN PUÒ CONTRIBUIRE AD ACCELERARE E FACILITARE L'ADOZIONE DELL'AI NELLE AZIENDE (AD ES. RIPENSANDO FLUSSI E PROCESSI, COINVOLGENDO E FORMANDO LE RISORSE, ...)



LE INTELLIGENZE ARTIFICIALI COSTITUIRANNO UN CAMPO SEMPRE PIÙ VASTO DI APPLICAZIONE DI COMPETENZE LEGATE AL DESIGN



LE SOLUZIONI BASATE SULL'AI RICHIEDONO AI DESIGNER NUOVI STRUMENTI DI VALUTAZIONE E FACILITAZIONE, PER RENDERE LE AZIENDE CONSAPEVOLI ANCHE DEI RISCHI E DEI POSSIBILI EFFETTI COLLATERALI LEGATI A UN'ADOZIONE INCONSAPEVOLE



L'ADOZIONE DELL'AI RICHIEDE CHE LE COMPETENZE DEI DESIGNER SI EVOLVANO PER CREARE E SFRUTTARE LE SINERGIE CON QUESTE TECNOLOGIE



NEI PROSSIMI 3 ANNI, L'AI SARÀ SEMPRE PIÙ DIFFUSA E PRESENTE NELLA PROGETTAZIONE



D'ACCORDO

NEUTRALE

DISACCORDO

FONTE : Indagine Fondazione Symbola, Deloitte Private, POLI.design, ADI, febbraio 2024

Guardando al futuro, invece, quasi metà degli operatori del design intervistati - il **45,1%** - prevede che **nei prossimi 3 anni, l'AI sarà sempre più diffusa e presente nella progettazione**, con un picco del 76,4% nel caso dei progettisti, che però, come abbiamo visto, al momento risultano meno preparati a questo cambiamento.

La maggiore diffusione delle soluzioni basate sull'AI esigerà quindi che **le competenze dei designer si evolvano per creare e sfruttare le sinergie con queste tecnologie** (concordi **44,9%**). Infatti, il **45,4%** pensa che **le soluzioni basate sull'AI richiedano ai designer nuovi strumenti di valutazione e facilitazione**, per rendere le aziende consapevoli anche dei rischi e dei possibili effetti collaterali legati a un'adozione inconsapevole.

L'intelligenza artificiale costituirà dunque **un campo sempre più vasto di applicazione di competenze legate al design** (40,9%), elevando il ruolo del designer nel processo di **accelerazione e facilitazione dell'adozione dell'AI nelle aziende** (36,3%).



03

**FIGURE
PROFESSIONALI
EMERGENTI**

DEL DESIGN

Il design è un ambito professionale interdisciplinare dove i confini e le relazioni con altri ambiti sono ancora ambigui e poco chiari. Esistono molte differenze nella definizione del “portafoglio competenze” del designer che variano da un Paese all’altro, e in Italia si può dire anche da una regione all’altra.

Come abbiamo visto nel primo capitolo del report, l’Italia si configura come uno dei Paesi europei con il più alto numero di attori attivi nel diversificato e plurale mondo del design.

Il sistema del design italiano si compone di piccole e medie imprese, lavoratori autonomi e liberi professionisti distribuiti in maniera disomogenea sul territorio nazionale, ciascuno con gradi di consapevolezza diversi rispetto ai cambiamenti che avvengono nel mercato del lavoro, quali, la comparsa di figure emergenti e loro relative nuove competenze nonché la scomparsa di figure e competenze più tradizionali a fronte dell’evolversi dell’importanza della digitalizzazione.

Di fronte a questo contesto di riferimento, il capitolo intende fotografare e fare un “primo bilancio” rispetto alle figure emergenti legate al design in Italia, le principali competenze e gli aspetti caratterizzanti di tali profili professionali. Tale fotografia cerca di fare il punto sul grado di consapevolezza che imprese e liberi professionisti hanno rispetto a queste figure emergenti.

3.1

IL DESIGNER: UN RUOLO IN CONTINUA EVOLUZIONE

«*Tutti gli uomini sono designers.*»

Così inizia il primo capitolo del celebre libro “Design per il mondo reale” di Viktor Papanek, pubblicato oltre quarant’anni fa, ed ancora oggi di grande attualità.

Chi è il designer? E cosa fa? Papanek propone questa affermazione provocatoria per evidenziare la presenza del design nella vita di tutti i giorni come un *processo* composto da una serie di azioni intenzionali e collegate, mirate a portare ordine e significato a diverse situazioni.

Se Papanek illustra questa idea attraverso un esempio comune, come la preparazione di una torta di mele, è importante notare che il contesto nel quale lavora il designer ossia la società in cui viviamo, è più complesso ed articolato di quello del cibo.

Oggi, il design non si limita più a conferire semplicemente forma estetica e funzionale agli oggetti, ma assume un ruolo di crescente responsabilità nei confronti delle sfide attuali, come il processo d'inclusione nei mondi del consumo di diverse categorie di utenza, lo sviluppo di soluzioni in linea con i processi rigenerativi e circolari connessi alla sostenibilità, l'addomesticamento delle tecnologie in accordo all'evoluzione dei bisogni delle persone¹⁴.

L'Italia segue una tendenza globale, come evidenziato da report internazionali¹⁵, secondo cui i designer stanno sempre più orientandosi verso settori diversi da quelli tradizionali della progettazione, come quelli dell'arredo e della moda. Questi dati suggeriscono che i designer possiedono competenze versatili applicabili ad una vasta gamma di nuovi settori caratterizzati da elevata crescita economica ed elevati ritmi di cambiamento.

Il portale del Career Service del Politecnico di Milano¹⁶ fornisce un quadro completo dei settori in cui i laureati dei vari corsi di laurea magistrale possono trovare opportunità di lavoro. Oltre a settori più tradizionali come grafica e pubblicità, progettazione di interni, disegno industriale e manifattura, troviamo popolazioni di designer nel mondo dell'informatica, della grande distribuzione organizzata (GDO) dell'e-commerce o della consulenza aziendale.

Le piattaforme di ricerca lavoro¹⁷ ampliano ulteriormente questa lista, includendo ambiti settoriali come la pubblica amministrazione (PA), i musei e le istituzioni culturali, la salute, la cosmesi e ancora il mondo del retail. Alcuni di questi settori richiedono una

14 Grant, J., & Fox, F. (1992). Understanding the role of the designer in society. *Journal of Art & Design Education*, 11(1), 77-87.

15 National Design Industry & Manpower Study, Singapore-Design Council - 2022 https://designsingapore.org/wp-content/uploads/2023/02/NDIMS-2021_2022-Summary-Report.pdf

16 <https://cm.careerservice.polimi.it/>

17 LinkedIn, Indeed e Dezeen

specifica tipologia di progettista. Ad esempio, PA e settore sanitario accolgono sempre più designer orientati verso la progettazione dei servizi e l'ottimizzazione dell'esperienza dell'utente. Nel retail, di contro, si cercano profili di design con una elevata capacità di leggere i modelli di vendita; ancora, nel vasto universo museale, si affermano con sempre maggior forza figure legate al progetto degli allestimenti a volte tangenziali al mondo dell'arte e della curatela¹⁸.

I settori progettuali tradizionali, come il disegno industriale e l'architettura, ma anche quello della manifattura e della moda, vivono un cambiamento circa le competenze richieste. Infatti, oltre alle figure tradizionali come quella del modellista o del disegnatore CAD, questi settori si stanno orientando verso figure che combinano le competenze tradizionali legate al progetto con conoscenze di marketing, di organizzazione e strategia aziendale e tecnologie avanzate.

In tale ottica, emergono professionisti che integrano competenze creative e analitiche contribuendo all'innovazione di processi e prodotti o in taluni casi specialisti della manifattura digitale

Cosa possiamo aspettarci dal futuro? Ci saranno collaborazioni inedite tra settori, come nel caso della ricerca in robotica e della trasformazione digitale applicata all'agricoltura (*agritech*)¹⁹. Questi cambiamenti scateneranno contaminazioni nuove di grande interesse per il design: dalla moda alla biologia, dal medicale al cibo, dalla bellezza alla bionica. Ciò si ripercuoterà sulle strategie aziendali, sui modelli di sviluppo e sulle competenze richieste ai progettisti.

18 Aspetto emerso da una ricognizione nella pagina "offerte di lavoro" della rivista specializzata Dezeen

19 <https://www.agrifoodtef.eu/>

Nel contesto italiano, le piattaforme di ricerca lavoro generaliste²⁰ spesso esitano nell'adozione di titoli professionali innovativi che si discostano dai tradizionali "product designer", "graphic designer" e "interior designer/architect". I titoli professionali rappresentano ampi contenitori che, di volta in volta, incorporano diverse competenze. Ad esempio, nell'ambito della grafica e della comunicazione, lo stesso titolo professionale può comprendere una varietà di competenze e mansioni, spaziando dall'editoria alla grafica digitale, fino all'experience design.

Anche il ruolo del "product designer" va oltre la semplice progettazione di prodotti fisici, con focus su materiali, colori e finiture. Questa figura include anche la progettazione di prodotti digitali e ibridi, come app, piattaforme, software e talvolta servizi. Infatti, con il continuo diffondersi delle tecnologie dirompenti, si sta sviluppando un concetto di "prodotto" che abbraccia sia il mondo fisico che digitale, sfumando le distinzioni e rendendo l'approccio tradizionale obsoleto. Questa tendenza offre opportunità significative, specialmente in un'era in cui la digitalizzazione confonde sempre più i confini tra fisico e digitale. Tuttavia, sorge il rischio di una mancanza di chiarezza sulle competenze effettive richieste dalle aziende e sul valore aggiunto che la figura professionale può offrire.

In risposta a questi cambiamenti, le persone stanno adeguando le proprie competenze ad un mercato del lavoro in evoluzione. Secondo un'analisi globale di LinkedIn, entro il 2025, quasi il 44% delle competenze richieste potrebbe essere diverso rispetto a oggi. Tra il 2022 e il 2025, è probabile che vedremo la comparsa di tre nuove competenze per ogni singolo lavoro²¹.

20 i.e. LinkedIn, Indeed.

21 Dato ricavato da: <https://linkedin.github.io/future-of-skills/#explore>

LinkedIn ha generato un data base che, utilizzando l'intelligenza artificiale, ha consentito di mappare il "genoma delle competenze". I dati di LinkedIn indicano come stanno cambiando i lavori e di quali competenze i designer potrebbero aver bisogno per rimanere competitivi nel nuovo mondo del lavoro.²²

La metodologia introdotta da LinkedIn consente di comparare le diverse figure professionali attraverso l'individuazione delle competenze richieste suggerendo, al contempo, quali siano quelle da potenziare (**upskilling**) e quali da integrare (**reskilling**) attraverso processi di formazione.²³

Questa metodologia sottolinea l'importanza strategica di processi di **upskilling** e **reskilling** anche in settori all'apparenza tradizionali e riluttanti al cambiamento. Mentre le grandi aziende tendono a concentrarsi sempre di più su approcci specialistici e settoriali, i piccoli e medi studi, al contrario, abbracciano un approccio più versatile²⁴.

I processi di upskilling e reskilling stanno dando vita a nuove figure professionali. Queste figure possono rappresentare sviluppi verticali di ruoli già consolidati o essere del tutto nuove, perché nate dalla necessità di adattarsi ai cambiamenti sociali e tecnologici. All'interno di queste dinamiche, diventa evidente la cruciale importanza di acquisire nuove competenze legate all'ambito della digitalizzazione, della sostenibilità²⁵, dei materiali e delle tecnologie emergenti come l'intelligenza artificiale²⁶.

Il designer può svolgere un ruolo chiave nel promuovere il cambiamento all'interno delle aziende, lavorando sia sull'ottimizzazione di sistemi e processi che sulla definizione di obiettivi e piani d'azione per raggiungere mete legate alla sostenibilità ambientale e

-
- 22 Gli strumenti LinkedIn consultati sono Job transition e Future of skills. Entrambi si basano su una metodologia di mappatura delle competenze lavorative chiamata Skills Genome.
- 23 Lo strumento Job Transition aiuta a individuare possibili transizioni lavorative, basandosi sulle intuizioni di LinkedIn riguardo alla similarità delle competenze. <https://linkedin.github.io/career-explorer/>
- 24 Questa tendenza è stata evidenziata soprattutto dalle opinioni espresse dai partecipanti dei focus group durante l'indagine sulle figure emergenti del design condotta POLI.design tra luglio 2023 e marzo 2024
- 25 LinkedIn, Global Green Skills Report - 2023
- 26 John Maeda, Design in Tech Report: Design and Artificial Intelligence - 2023

sociale. In tal senso, il ruolo del designer non si limita a progettare prodotti sostenibili bensì a immaginare prodotti, processi, sistemi ed esperienze che incoraggino pratiche virtuose ad ampio spettro²⁷.

Questa visione “aumentata” del progettista è confermata dal mondo della ricerca: capacità di ricerca, competenze digitali avanzate e un approccio sistemico al progetto diventano sempre più cruciali per sviluppare soluzioni progettuali in linea con le effettive esigenze delle persone, delle comunità e dell’ambiente²⁸.

Risulta evidente che nell’ambito delle professioni legate al design, il cambiamento non è strettamente legato alle competenze tecniche (hard skills), ma si concentra piuttosto su approcci, attitudini e competenze relazionali, note come soft skills. Le soft skills più cruciali per i designer possono essere raggruppate in cinque categorie principali: comunicazione, collaborazione, adattabilità, resilienza e intraprendenza/abilità nel trovare soluzioni²⁹. Acquisire una gamma diversificata di competenze relazionali è fondamentale, poiché aiuta a gestire la complessità del mondo delle imprese, a comunicare in modo efficace con clienti e colleghi, e a adattarsi a contesti in continua evoluzione.

In questa nuova fotografia, il designer assume sempre di più il ruolo di previsione delle tendenze e dei futuri bisogni, consentendo di affrontare le nuove tecnologie e i sistemi digitali con un approccio centrato sull’essere umano. Questo favorisce un’implementazione accessibile e inclusiva di tali tecnologie nella vita quotidiana delle persone.

27 Stegall, N. (2006). Designing for sustainability: A philosophy for ecologically intentional design. *Design issues*, 22(2), 56-63.

28 Jones, P. H. (2014). Systemic design principles for complex social systems. *Social systems and design*, 91-128.

29 Ricavato da: <https://bb.agency/blog/dear-designers-dont-forget-about-soft-skills/>

3.2 FOCUS SULLE FIGURE EMERGENTI NEL DESIGN

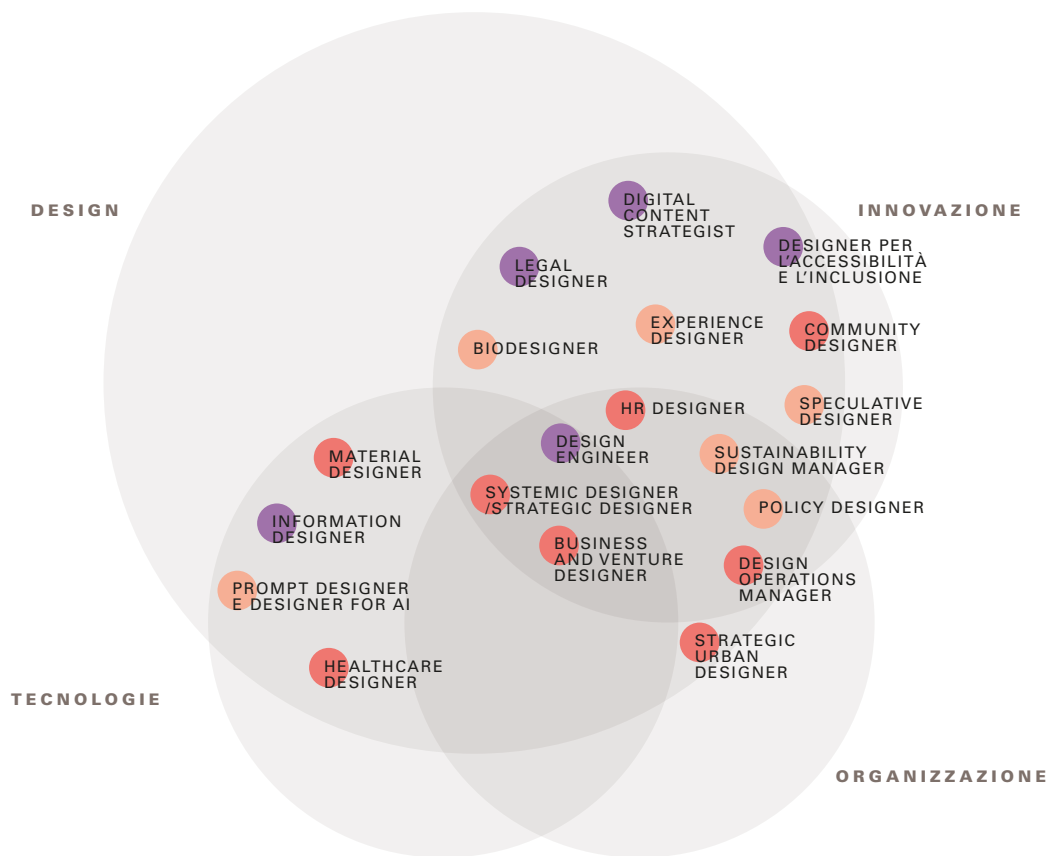
Lo studio, che ha portato all'individuazione delle figure emergenti del design in Italia, si è articolato in diverse fasi³⁰, tra i cui risultati è emersa una mappa di 20 nuove figure professionali.

Per una visualizzazione più chiara ed efficace delle figure emergenti la mappa è stata suddivisa in tre macro-ambiti sovrapposti al design, evidenziando come il campo del design si intrecci con l'innovazione, l'organizzazione e le tecnologie. Queste aree, specialmente le loro intersezioni, confermano la natura mutevole e interdisciplinare dell'identità del progettista.

Le figure emerse sono state inoltre classificate in base al grado di consapevolezza, dalle più riconosciute dagli addetti ai lavori alle più prospettiche, dopo essere state esaminate da imprese e progettisti per valutare il livello di consapevolezza e per identificare quelle effettivamente "emergenti" nei prossimi cinque anni attraverso la somministrazione di un questionario ad un target internazionale di addetti ai lavori e alla realizzazione di focus group.

30 Vedi nota metodologica del presente capitolo.

■ **MAPPATURA DELLE FIGURE EMERGENTI** con le relative descrizioni, classificate in base al grado di consapevolezza emerso dalle seguenti attività: ricerca sulle piattaforme di ricerca lavoro, questionario e focus group con imprese e progettisti



FONTE: Elaborazione POLI.design e Fondazione Symbola

POCO EMERGENTI, ALTO LIVELLO DI CONSAPEVOLEZZA

DESIGN AND DIGITAL FABRICATION SPECIALIST

Applica la conoscenza di processi di manifattura legati al digitale (digital fabrication) a diversi settori e processi produttivi (produzioni di piccola scala).

INFORMATION DESIGNER

Progettista grafico che si occupa della visualizzazione e storytelling di dati complessi.

DIGITAL CONTENT STRATEGIST

Idea, concepisce e utilizza strategie visual e contenuti per massimizzare il coinvolgimento di utenti e stakeholders.

EXPERIENCE DESIGNER

Progetta esperienze significative a 360° collegate a prodotti fisici, digitali e in Realtà Virtuale con particolare attenzione alla multisensorialità, al fine di rendere spazi e servizi più accessibili.

DESIGN ENGINEER

Integra le conoscenze tipiche del design con quelle dell'ingegneria, gestisce la complessità del processo di ideazione, progettazione e ingegnerizzazione per l'industria dei prodotti di largo consumo.

DESIGNER PER L'ACCESSIBILITÀ E L'INCLUSIONE

È specializzato nell'offrire soluzioni che rimuovano sia barriere legate a disabilità fisiche, mentali, temporanee o permanenti sia nello sviluppare esperienze ottimali e appaganti per ogni genere, cultura o popolazione.

MEDIAMENTE EMERGENTI, MEDIO LIVELLO DI CONSAPEVOLEZZA

MATERIAL DESIGNER

Si occupa dello sviluppo di materiali innovativi e sostenibili e della loro applicazione a prodotti e spazi attraverso un approccio centrato sull'utente.

HEALTHCARE DESIGNER

Progettista di prodotti integrati e di servizi relativi all'ambito medicale e della cura digitale.

SYSTEMIC DESIGNER/STRATEGIC DESIGNER

Progetta la filiera di prodotti e servizi migliorando i processi e le relazioni in chiave sostenibile e innovativa, adottando una visione sistemica.

COMMUNITY DESIGNER

Progetta i modelli di ingaggio, le dinamiche di coinvolgimento, governance e animazione, per accompagnare organizzazioni di varia natura (pubbliche o private) in percorsi di cambiamento o per supportarli nelle quotidianità.

HR DESIGNER

Lavora per potenziare la cultura aziendale, employer experience e la talent experience.

DESIGN OPERATIONS MANAGER

Combina il design e il comparto operativo per unire persone, processi e tecnologie nella pianificazione delle applicazioni, sviluppo, distribuzione e operazioni.

STRATEGIC URBAN DESIGNER

Progettista di spazi urbani e pubblici con un focus sul rafforzare le relazioni tra le persone e gli spazi (placemaking).

BUSINESS AND VENTURE DESIGNER

Identifica le opportunità di mercato e utilizza i principi di human-centred design per trasformarle in nuove imprese e ventures.

MOLTO EMERGENTI, BASSO LIVELLO DI CONSAPEVOLEZZA

LEGAL DESIGNER

Si concentra sull'aspetto organizzativo e grafico di informazioni legali, contenuti legislativi e policy per renderle più comprensibili e accessibili alle persone.

BIODESIGNER

Lavora in maniera transdisciplinare tra il design e la biologia, integrando elementi biologici "vivi" (alghe, batteri, funghi) nel progetto di prodotti e materiali o progettando prodotti biologici.

SPECULATIVE DESIGNER

Lavora con le metodologie del design e i Futures Studies per definire e rendere tangibili visioni future partendo dalla ricerca, concept avanzati, e strategie.

SUSTAINABILITY DESIGN MANAGER

Identifica politiche e strategie operative sostenibili attraverso l'analisi di mappatura dei diversi processi aziendali con particolare focus sull'area prodotto.

POLICY DESIGNER

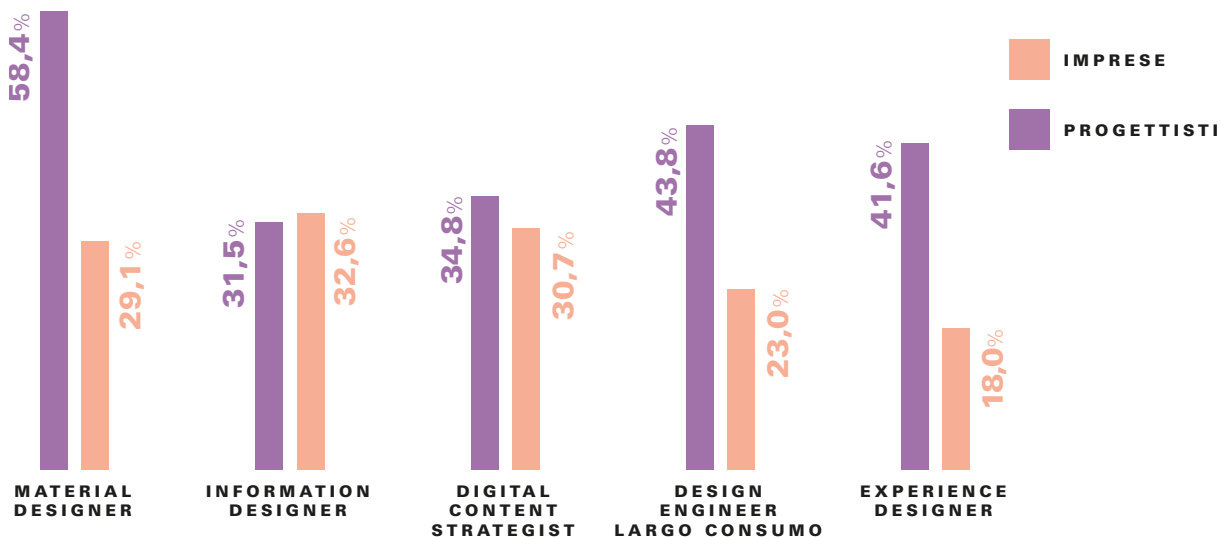
Progetta e/o formula policy (linee guida, regole, direttive) per la presa di decisioni all'interno di un'organizzazione o di un sistema.

PROMPT DESIGNER E DESIGNER FOR AI

Possiede le competenze necessarie per dialogare con tecnologie di AI Generativa come ChatGPT o Midjourney attraverso la scrittura di testi detti prompt. Lavora a stretto contatto con i reparti IT delle organizzazioni per facilitare un'integrazione ottimale di sistemi basati sull'intelligenza artificiale.

■ LIVELLO DI CONSAPEVOLEZZA DELLE PRIME CINQUE FIGURE EMERGENTI

Incidenze percentuali



F O N T E : Indagine Fondazione Symbola, Deloitte Private, POLI.design, ADI, febbraio 2024

La mappatura risultante ha permesso di stilare le domande per l'indagine diretta realizzata nel mese di febbraio 2024³¹ volta ad ottenere dati quantitativi sulla consapevolezza delle imprese e dei progettisti italiani riguardo alle figure emergenti nel design. Questo capitolo fornisce un approfondimento e un'illustrazione dei risultati ottenuti attraverso l'indagine.

Osservando le indicazioni provenienti dalla totalità dei rispondenti, le figure emergenti di cui oggi esiste **un maggior livello di consapevolezza e familiarità** risultano essere il **material designer**, l'**information designer**, il **digital content strategist**, il **design engineer** e l'**experience designer**.

31 Per la descrizione del campione dell'indagine vedi nota metodologica 5.1.

Il livello di consapevolezza delle figure emergenti appare tuttavia diverso se si confrontano le risposte delle imprese di design e quelle dei progettisti, ovvero i due campioni di utenti intervistati dall'indagine. Nel complesso i progettisti hanno maggiore familiarità con le figure emergenti più trasversali e transdisciplinari, quali **material designer** e **designer per l'accessibilità e l'inclusione**. Diversamente le imprese dichiarano di conoscere le figure più verticali e specifiche quali **digital content strategist** ed **information designer**.

Considerando più nel dettaglio il percepito delle aziende, secondo il 32.6% delle imprese, la figura emergente oggi più conosciuta è quella dell'**information designer**, vale a dire il progettista grafico che trasforma dati complessi in visualizzazioni accessibili e comprensibili per un vasto pubblico, anche non esperto nel settore.

Segue per importanza con il 30.7% il **digital content strategist**, la figura che progetta strategie per i contenuti digitali con l'obiettivo di coinvolgere e ingaggiare utenti e stakeholders, utilizzando competenze in grafica, UX (user experience), scrittura e copywriting. Il **design operations manager** è conosciuto dal 23% delle imprese intervistate, il che fa presupporre che questa figura ponte tra il comparto creativo e quello organizzativo si stia affermando all'interno del contesto aziendale. Sempre il 23% delle imprese dichiara di conoscere il **design engineer**, figura che integra le conoscenze tipiche del design con quelle dell'ingegneria per gestire la complessità del processo di ideazione, progettazione e ingegnerizzazione dei prodotti di largo consumo.

Sebbene sia solo il 29.1% delle imprese a riconoscere la professione del **material designer**, questa figura emergente risulta la principale secondo il 60% dei progettisti intervistati.

Questo dato conferma che lo sviluppo di materiali innovativi sta diventando sempre più rilevante per progettare prodotti con un impatto ambientale ridotto e promuovere buone pratiche aziendali. Il material designer collabora con ingegneri e scienziati per progettare materiali biocompatibili, biodegradabili o derivati da scarti, seguendo un approccio non solo *human-centred* ma *life-centred*, e applicabili a una varietà di prodotti diversi che vanno dal packaging, all'arredo, fino ai pannelli acustici³². Oltre che configurarsi come alternative sostenibili a soluzioni sintetiche e non degradabili, questi materiali possiedono caratteristiche espressive e sensoriali ancora non del tutto esplorate, che possono favorire un'interazione nuova tra l'oggetto e l'utente promuovendo in quest'ultimo comportamenti consapevoli.

Stringendo sul punto di vista dei progettisti, il 46.1% considera dei progettisti considera il **designer per l'accessibilità e l'inclusione** una figura emergente e familiare. Il designer per l'accessibilità e l'inclusione è specializzato nell'offrire soluzioni che rimuovano sia barriere legate a disabilità fisiche, mentali, temporanee o permanenti sia nello sviluppare esperienze ottimali e appaganti per ogni genere, cultura o popolazione. È significativo notare come gli approcci legati al social design e al design per l'inclusione e l'accessibilità confluiscono in una figura professionale *ad-hoc*, acquistando una propria autonomia.

L'inclusività e l'accessibilità restano comunque approcci fondamentali in molte delle figure individuate, tra cui quella dell'**experience designer** che con il 41.6% si posiziona come quarta figura più conosciuta dal campione di progettisti intervistati, subito al di

32 L'azienda italiana Mogu sviluppa una varietà di biomateriali derivanti dalla combinazione del micelio, cioè l'apparato vegetativo del fungo, con gli scarti agroindustriali. <https://mogu.bio/>

sotto del design engineer (43.8%). L'experience designer progetta esperienze significative e multisensoriali collegate a prodotti fisici, digitali e in realtà virtuale al fine di rendere spazi e servizi più accessibili. In particolare, la multisensorialità può aumentare il coinvolgimento delle persone e allo stesso tempo abbattere le barriere per gli utenti con bisogni specifici, o diversamente abili. Il design delle esperienze include nei fatti molteplici attività, che spesso vengono approcciate come se fossero "isole" indipendenti nel contesto più ampio. Tra queste troviamo, per citarne alcune, il design di prodotto, UI (user interface), UX (user experience) e user research. L'experience designer conosce ed orchestra questi processi per progettare soluzioni basate sulle esperienze. Ne è un esempio virtuoso³³ l'Experience Design Centre di Philips, che attraverso un focus privilegiato sull'esperienza delle persone progetta prodotti e sistemi innovativi in ambito medicale.

Proseguendo con l'analisi delle figure emergenti, il 38.2% dei progettisti conosce il **sustainability design manager**, colui/colei che identifica politiche e strategie operative sostenibili attraverso l'analisi di mappatura dei diversi processi aziendali con particolare focus sull'area prodotto. Nonostante la sostenibilità ambientale sia un tema di grande interesse in un'ottica di transizione ecologica, per contro, soltanto il 9.2% del campione di imprese intervistate dichiara di conoscere la figura del sustainability design manager. L'indagine rivela ulteriori discrepanze tra le opinioni di imprese e progettisti. Ad esempio, solo il 12.6% delle imprese e quasi il doppio (28.1%) dei progettisti ha un buon livello di consapevolezza riguardo al **systemic designer/strategic designer**.

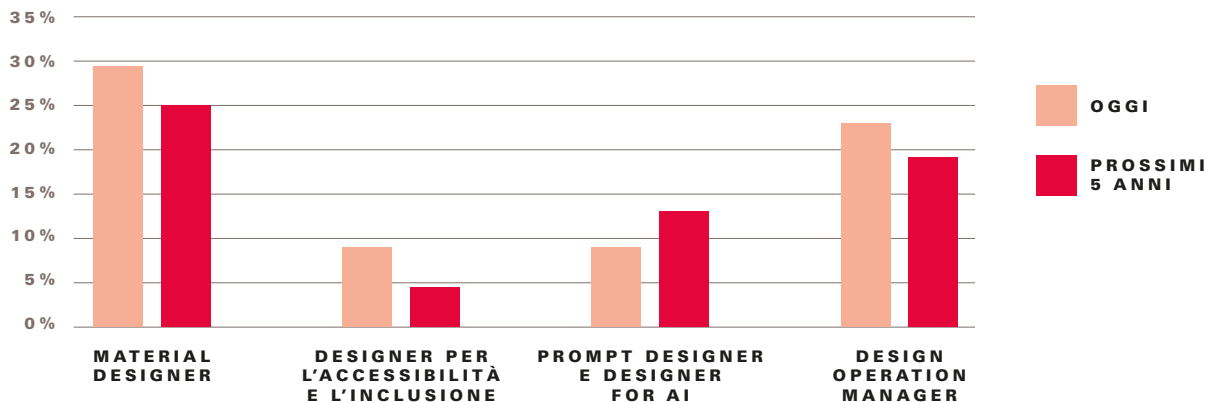
33 <https://www.philips.com/a-w/about/innovation/experience-design.html>

Nonostante l'approccio sistemico e il design strategico per la sostenibilità stiano guadagnando importanza nella transizione ecologica, la figura di un designer che progetta l'intera catena di produzione migliorando i processi e le relazioni in chiave sostenibile e innovativa non è ancora completamente riconosciuta all'interno delle aziende. I dati suggeriscono che questa tipologia di lavoro potrebbe essere svolta principalmente da progettisti che, tramite servizi di consulenza, guidano strategicamente le imprese verso percorsi più sostenibili, piuttosto che da figure integrate internamente nel contesto aziendale. In ogni caso, le aziende stanno iniziando a percepire la transizione ecologica non solo come un obbligo normativo, ma anche come un'opportunità di crescita.

Inoltre, il 33,7% dei progettisti intervistati dichiara di conoscere il ruolo del **prompt designer/designer for AI**, mentre solo il 9,2% delle imprese afferma di essere a conoscenza di questa figura. Emergono divergenze tra progettisti e imprese, con i progettisti che mostrano un maggiore convincimento sull'importanza di un professionista specializzato nel "dialogare" con i sistemi digitali. Il prompt designer/designer for AI possiede competenze cruciali per interagire con tecnologie di intelligenza artificiale generativa, come ChatGPT o Midjourney, attraverso la creazione di testi denominati "prompt". Inoltre, collabora strettamente con i reparti di Information Technologies per facilitare l'integrazione ottimale dei sistemi basati sull'intelligenza artificiale. Sebbene attualmente non sia ampiamente conosciuta, guardando ai prossimi cinque anni, il prompt designer/designer for AI emerge come una figura sempre più rilevante, citata dal 21,4% dei partecipanti all'indagine, in particolare dal 46,1% dei progettisti e dal 13% delle imprese.

**■ DIFFERENZA TRA LA DIFFUSIONE ATTUALE E QUELLA PREVISTA PER PROSSIMI CINQUE ANNI
DI QUATTRO FIGURE ESEMPLIFICATIVE PER LE IMPRESE DI DESIGN**

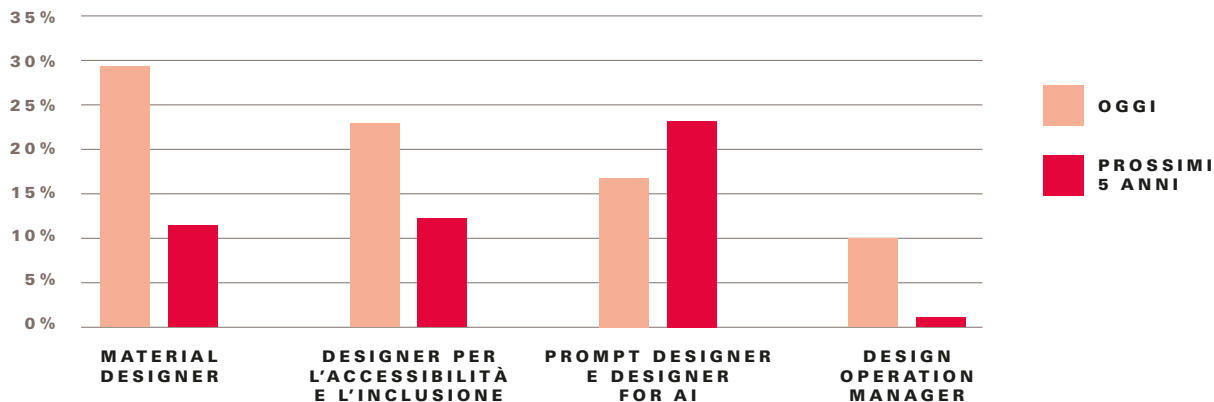
Incidenze percentuali



F O N T E : Indagine Fondazione Symbola, Deloitte Private, POLI.design, ADI, febbraio 2024

**■ DIFFERENZA TRA LA DIFFUSIONE ATTUALE E QUELLA PREVISTA PER PROSSIMI CINQUE ANNI
DI QUATTRO FIGURE ESEMPLIFICATIVE PER PROGETTISTI**

Incidenze percentuali



F O N T E : Indagine Fondazione Symbola, Deloitte Private, POLI.design, ADI, febbraio 2024

Sia progettisti che imprese sembrano avere chiara la differenza tra **biodesigner** e **material designer**. Quest'ultimo, come detto sopra, si occupa dello sviluppo di materiali sostenibili e innovativi e della loro applicazione a prodotti e spazi attraverso un approccio centrato sull'utente. Il biodesigner non si occupa necessariamente di materiali innovativi, ma lavora in maniera transdisciplinare tra il design e la biologia, integrando elementi biologici "vivi" (es. alghe, batteri, funghi etc.) nel progetto di prodotti o materiali.

Il biodesigner è percepito come familiare da progettisti (22.5%) ma molto meno dalle imprese (7.3%), con un lieve incremento di rispettivamente 4.5 e 4.6 punti % da qui ai prossimi cinque anni.

Tra le figure emergenti che mostrano un notevole scarto percentuale tra l'attuale situazione e i prossimi cinque anni, vi è il **design and digital fabrication specialist**. Questa figura applica la conoscenza dei processi di manifattura digitali a vari settori e processi produttivi, solitamente per produzioni di piccola scala. Se attualmente è familiare all'11.4% dei partecipanti (media tra imprese e progettisti), la percentuale si riduce al 6.3% nei prossimi cinque anni.

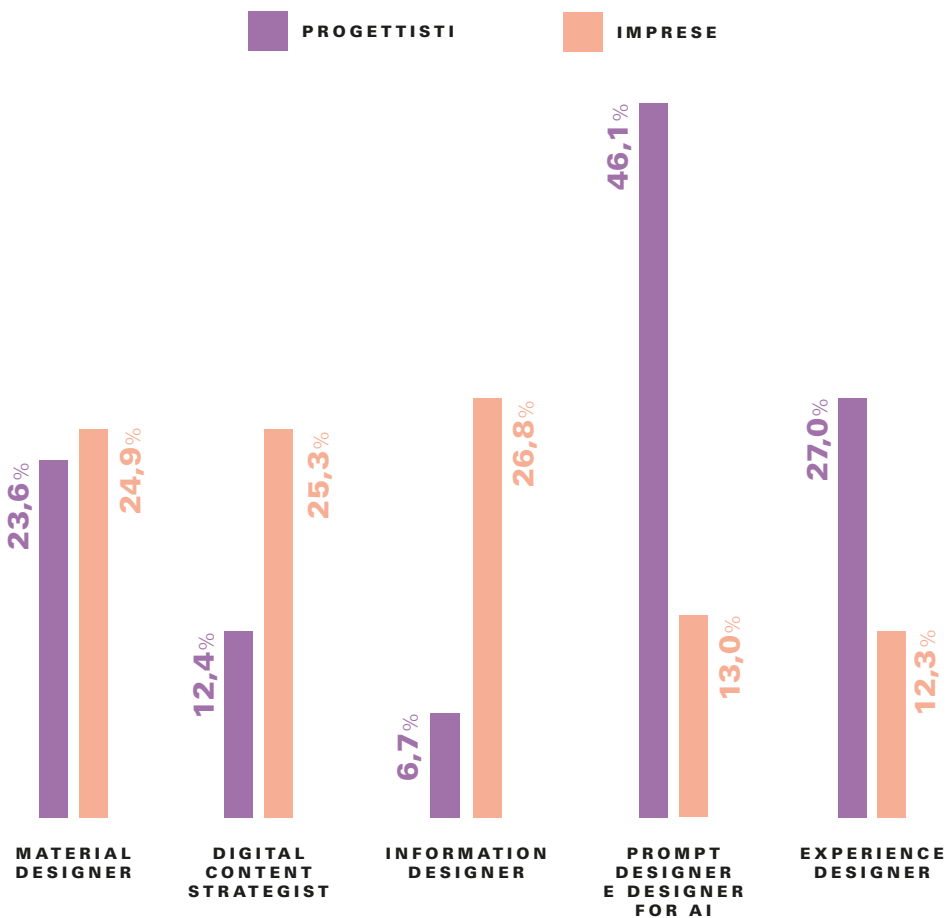
Questo dato sembra in contrasto con l'interesse crescente verso le tecnologie di fabbricazione digitale, specialmente la stampa 3D. Molti "makers" stanno sperimentando con materiali e processi innovativi, introducendo il digitale in settori artigianali come il legno, la ceramica e il vetro. Le risposte indicano che questa figura difficilmente si sposterà verso le imprese, ma rimarrà rilevante nei contesti più tipici della fabbricazione digitale, come ad esempio i Fab Lab.

Il **business and venture designer** è la figura che mostra la minima variazione percentuale tra l'attuale situazione (8.9%) e i prossimi cinque anni (8.3%). Questo professionista individua opportunità di mercato e applica i principi del design centrato sull'essere umano per trasformarle in nuovi progetti e iniziative imprenditoriali. Fondamentalmente, si tratta di chi progetta un business o una start-up, combinando competenze nel campo commerciale e nello sviluppo del prodotto. Nei prossimi cinque anni, il ruolo del business and venture designer rimarrà rilevante nel contesto del venture capital, mantenendo sostanzialmente la stessa importanza rispetto alla situazione attuale.

In sintesi, dall'analisi condotta, le figure emergenti più comuni includono il **design engineer** e l'**information designer**, già conosciute ma non uniformemente diffuse a livello nazionale. Allo stesso tempo, emergono nuove figure come il **prompt designer e designer for AI** o il **material designer**, le cui competenze e impatto all'interno delle imprese sono ancora oggetto di esplorazione e definizione.

■ **DIFFERENZA TRA IMPRESE E PROGETTISTI SULLE PRIME CINQUE FIGURE EMERSE PIÙ RILEVANTI DA QUI A PROSSIMI CINQUE ANNI.**

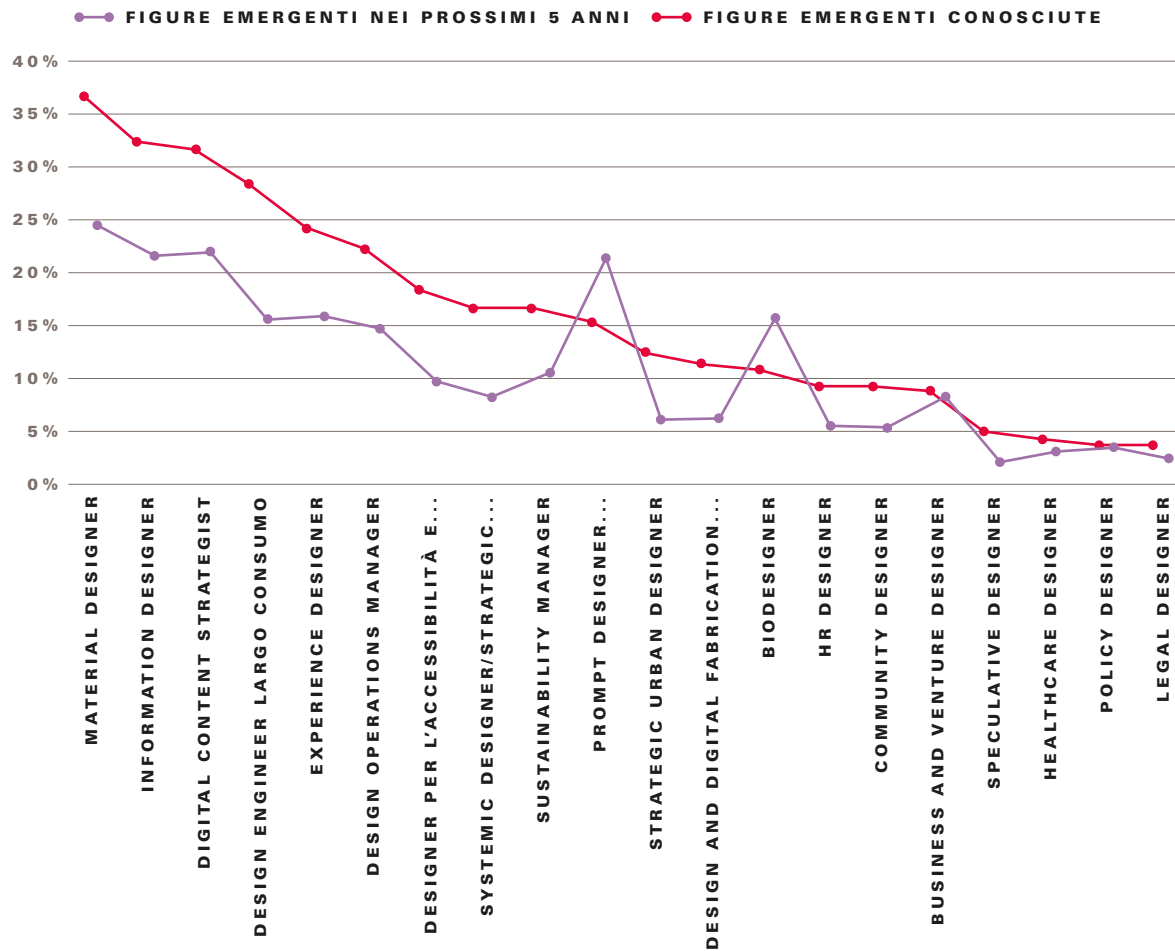
Incidenze percentuali



FO N T E : Indagine Fondazione Symbola, Deloitte Private, POLI.design, ADI, febbraio 2024

■ DIFFERENZA TRA IL PRESENTE E I PROSSIMI CINQUE ANNI PER OGNI FIGURA EMERGENTE

Incidenze percentuali



FO N T E : Indagine Fondazione Symbola, Deloitte Private, POLI.design, ADI, febbraio 2024



04

**FORMA-
ZIONE
E LAVORO**³⁴

34 L'analisi del sistema formativo del design è un cantiere di ricerca avviato nel 2015, ideato e realizzato da Fondazione Symbola con il contributo tecnico scientifico del Ministero dell'Università e della Ricerca, AlmaLaurea, POLI.design e Conferenza Universitaria Italiana del Design (CUID), che ogni anno ha l'obiettivo di offrire una visione completa della formazione e della professione del designer.

L'offerta formativa in design è fortemente caratterizzata dallo sviluppo del contesto sociale, ambientale e tecnologico e dalla parallela evoluzione del ruolo e della professione dei designer. Un'evoluzione che nel corso degli anni ha portato a modifiche negli obiettivi e nei contenuti, ampliando non solo i temi e gli ambiti di intervento affrontati all'interno dei corsi di studio, ma anche le competenze disciplinari e professionali chiamate a comporne i programmi.

Il moltiplicarsi dell'offerta, l'alto numero di richieste di iscrizione rispetto ai posti disponibili, gli ottimi esiti occupazionali e il continuo estendersi degli ambiti professionali del designer, se da un lato decretano il successo del sistema formativo italiano in design, dall'altro rendono necessaria un'opportuna e continua riflessione sui confini, sulle specificità e sulla qualità della didattica.

Una specificità che risiede e si riflette anche nell'ampiezza dell'offerta e nell'eterogeneità delle istituzioni che propongono diversi orientamenti alla didattica del design, rispettando l'insegnamento dei saperi scientifici e delle competenze indispensabili. Ad esempio, il percorso

universitario è attento alla formazione di un designer che sappia connettere con un approccio multidisciplinare le conoscenze umanistiche e scientifiche con quelle più specifiche della progettazione e della tecnologia dei materiali. Di notevole importanza, infatti, la forte interdisciplinarietà dell'offerta formativa universitaria in Design, che coinvolge le discipline ingegneristiche, umanistiche, artistiche, economiche e sociali, oltre ovviamente alle discipline del progetto nelle sue diverse declinazioni, con oltre 100 settori scientifico disciplinari coinvolti complessivamente nei corsi di studio in Design attivi nelle Università italiane³⁵. Il comparto AFAM, nel suo insieme pubblico e privato, parte invece dalla originale formula delle Fine Arts and Design, con un approccio che vede nel laboratorio il suo centro, corredato da materie tecniche e umanistiche. Di natura più specialistica e specifica è la vocazione degli ISIA, a differenza degli Altri Istituti autorizzati a rilasciare titoli AFAM che propongono un'offerta formativa più orientata verso gli aspetti applicativi. Una pluralità di approcci capace di valorizzare gli asset produttivi, sociali e culturali di ciascun territorio.

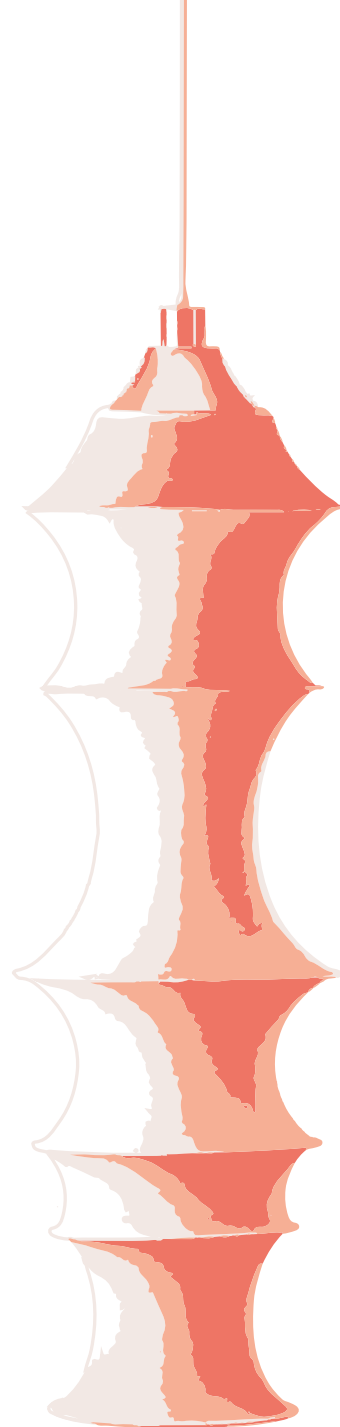
35 Al tema dell'interdisciplinarietà nella formazione del designer sono state dedicate due giornate di studio organizzate da CUID, Conferenza Universitaria Italiana del Design, tenute presso "La Sapienza" Università di Roma il 17 e 18 ottobre 2023, dal titolo *"La formazione del designer. Interdisciplinarietà per il progetto - il progetto dell'interdisciplinarietà"* alle quali hanno partecipato la gran parte delle società scientifiche delle diverse aree disciplinari coinvolte nella formazione del designer, e il Convegno nazionale CUID *"La formazione in design: identità e intersezioni disciplinari"*, tenuto presso il Politecnico di Bari il 30 novembre e il 1 dicembre 2023, che ha raccolto i contributi scientifici, le sperimentazioni e i risultati della formazione su questi temi. Per maggiori informazioni vedi www.cuid-conferenzauniversitariaitalianadesign.com.

4.1

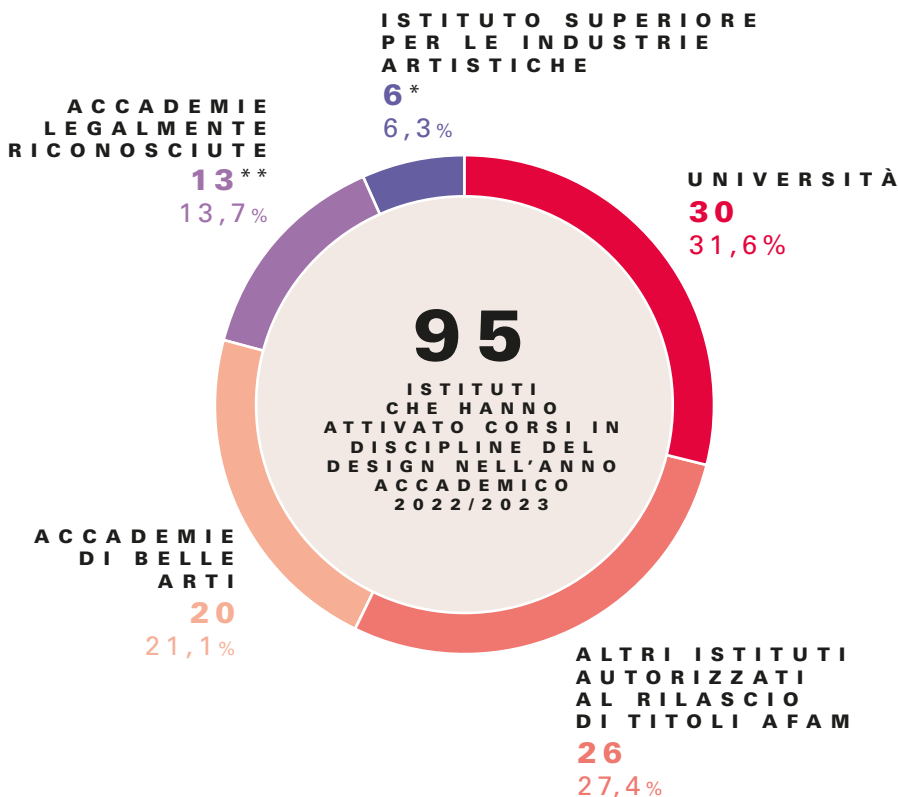
ISTITUTI E ISCRITTI

All'interno di questa cornice nell'anno accademico 2022/2023 hanno attivato corsi di studio in discipline del design 95 istituti, 3 in più rispetto la precedente rilevazione. Tra questi ci sono 30 Università (di cui 20 pubbliche e 10 private) 26 Altri Istituti autorizzati a rilasciare titoli AFAM, 20 Accademie di Belle Arti, 13 Accademie Legalmente Riconosciute e 6 ISIA. Per un totale di 344 corsi di studio³⁶, distribuiti in vari livelli formativi e in diverse aree di specializzazione.

³⁶ Vedi nota metodologica a pag. 146



NUMERO DI ISTITUTI CHE HANNO ATTIVATO CORSI IN DISCIPLINE DEL DESIGN NELL'ANNO ACCADEMICO 2022/2023



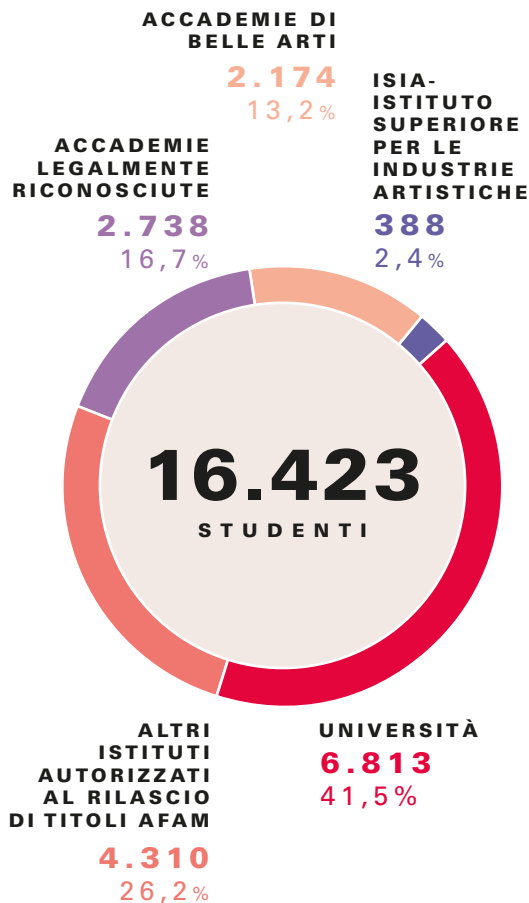
FONTE: Elaborazione Fondazione Symbola su dati MUR

* Gli ISIA attualmente riconosciuti in Italia sono 5 (Faenza, Firenze, Pescara, Roma, Urbino). Tuttavia, ai fini dell'analisi territoriale, la sede distaccata di Pordenone viene considerata come istituto a sé stante.

** Dall'ultima rilevazione MUR risulta che Accademia Ligustica, Accademia Vannucci e Accademia di Verona sono classificate come Accademie di Belle Arti, a differenza della rilevazione dell'anno precedente in cui erano classificate come Accademie Legalmente Riconosciute. Risultano, dunque, 12 Accademie Legalmente Riconosciute a cui, quest'anno, si aggiunge l'Istituto Duncan di Milano (sede decentrata di Sanremo).

■ **NUMERO DI STUDENTI ISCRITTI AL PRIMO ANNO PERTIPOLOGIA DI ISTITUTO DI FORMAZIONE**

Anno accademico 2022/2023



FONTE: Elaborazione Fondazione Symbola su dati MUR

Rispetto all'anno precedente, cresce del 5% il numero di corsi accreditati e attivati e del 3% il numero degli istituti, in particolare nel caso delle Università e delle Accademie di Belle Arti e Legalmente Riconosciute. Tra i nuovi corsi attivati, ci sono ad esempio quelli orientati verso gli ambiti della sostenibilità sociale e ambientale, come "Eco-Social Design" dell'Università degli studi di Firenze, "Design & Ecospaces Design" dell'Accademia di Belle Arti di Macerata e "Fashion Design Sostenibile" della Rome University of Fine Arts.

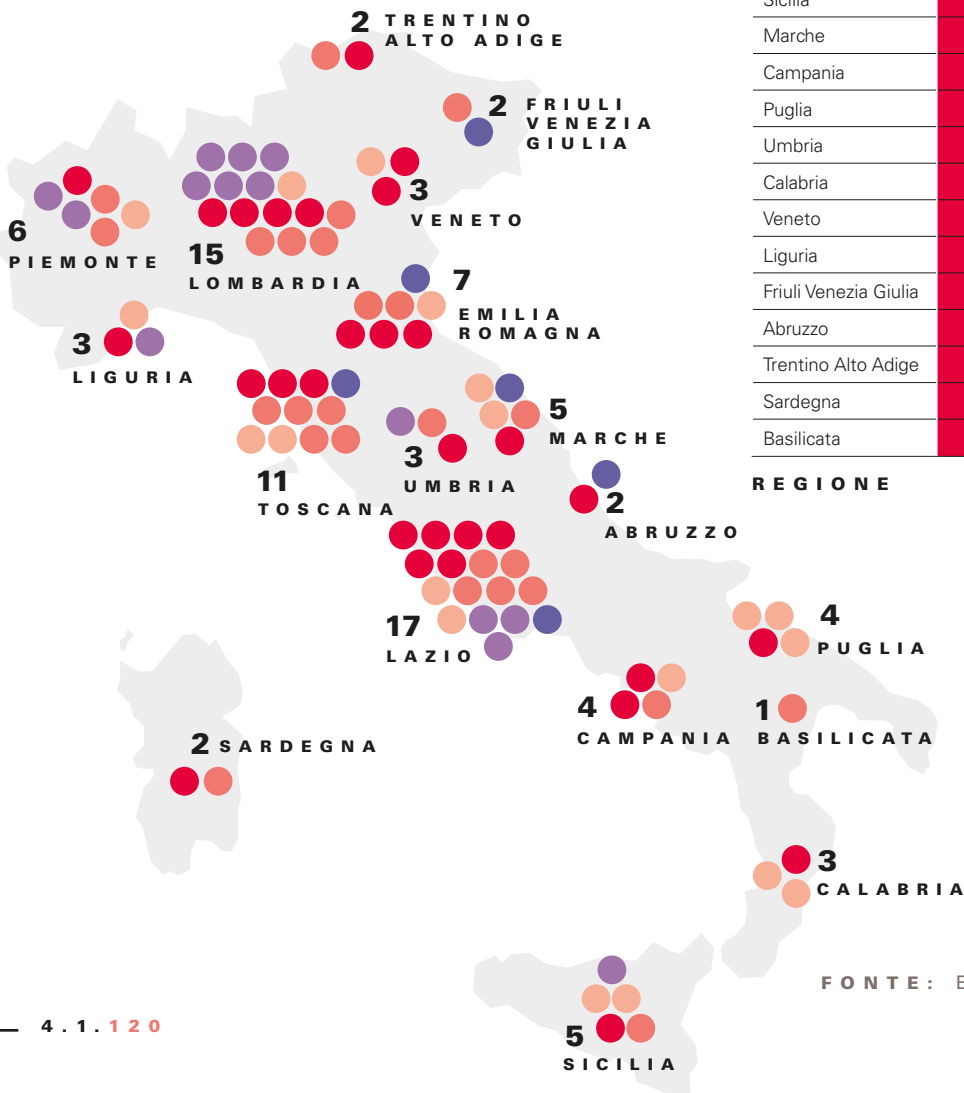
A crescere non sono solo gli istituti e i corsi attivati ma anche la domanda e il numero degli studenti, nonostante gli ingressi contingentati in quasi tutte le tipologie di istituti. Ad esempio, per i corsi di laurea universitari, la maggior parte sottoposti al vincolo del numero program-

mato³⁷, aumenta il numero di iscrizioni al test di ingresso che supera di quattro volte i posti disponibili, con una media nazionale di 2,5 domande per ciascun posto e punte di oltre 6 nel nord Italia³⁸. Importante sottolineare che il rapporto tra le iscrizioni ai test di ingresso e il numero dei posti disponibili nelle Università pubbliche resta costante negli anni nonostante la crescita dei corsi di studio attivi, arrivata nel 2023 a 28 corsi di laurea triennale e 24 corsi laurea magistrale.

Nello stesso periodo gli studenti iscritti al primo anno sono **16.423**, cioè l'8,6% in più rispetto al precedente anno accademico, considerando nel loro insieme **laureati di I livello, laureati di II livello, diplomati in master post-laurea di I e II livello**. L'Università conferma essere ancora la principale scelta per i futuri designer, assorbendo circa il 41,5% del totale degli iscritti. A seguire, cresce significativamente il numero degli studenti iscritti presso gli Altri Istituti autorizzati a rilasciare titoli AFAM (+13,5%), in gran parte privati, e presso le Accademie Legalmente Riconosciute (+5,1%). L'incremento rispetto all'anno precedente, in questi casi, è dovuto principalmente al maggiore numero di corsi accreditati e attivati. Sono in lieve crescita, infine, i dati degli iscritti delle Accademie di Belle Arti e degli Istituti Superiori per le Industrie Artistiche, anche essi soggetti al vincolo del numero programmato di studenti, che rappresentano rispettivamente il 13,2% e il 2,4%.

-
- 37 Nel caso dei corsi di studio in Disegno Industriale (L-4) e in Design (LM-12), il numero programmato è deciso a livello locale ed è richiesto dal vincolo ministeriale tra numero di docenti in servizio e numero di studenti che possono essere accolti nei corsi di studio. Le scarse risorse messe a disposizione per l'assunzione di nuovi docenti impongono di limitare fortemente il numero di posti disponibili per gli aspiranti iscritti ai corsi di studio universitari.
- 38 I dati sugli iscritti ai test di ingresso sono raccolti annualmente dalla Conferenza Universitaria Italiana del Design (CUID), l'associazione universitaria che rappresenta la formazione in design dell'università pubblica italiana. La CUID svolge il ruolo di coordinamento e di indirizzo dell'attività di formazione in Design e promuove ogni iniziativa che possa giovare al prestigio degli studi universitari e al potenziamento dell'insegnamento, della ricerca e della cultura nei campi del design. Per ulteriori approfondimenti: www.cuid-conferenzauniversitariaitalianadesign.com

■ **DISTRIBUZIONE GEOGRAFICA DEGLI ISTITUTI DI DESIGN CHE HANNO ATTIVATO CORSI IN DISCIPLINE DEL DESIGN NELL'ANNO ACCADEMICO 2022-2023**



| | | | | | |
|-----------------------|---|---|---|---|---|
| Lazio | 6 | 5 | 2 | 3 | 1 |
| Lombardia | 4 | 4 | 1 | 6 | |
| Toscana | 3 | 5 | 2 | | 1 |
| Emilia Romagna | 3 | 2 | 1 | | 1 |
| Piemonte | 1 | 2 | 1 | 2 | |
| Sicilia | 1 | 1 | 2 | 1 | |
| Marche | 1 | 1 | 2 | | 1 |
| Campania | 2 | 1 | 1 | | |
| Puglia | 1 | | 3 | | |
| Umbria | 1 | 1 | 1 | | |
| Calabria | 1 | | 2 | | |
| Veneto | 2 | | 1 | | |
| Liguria | 1 | | 1 | 1 | |
| Friuli Venezia Giulia | | 1 | | | 1 |
| Abruzzo | 1 | | | | 1 |
| Trentino Alto Adige | 1 | 1 | | | |
| Sardegna | 1 | 1 | | | |
| Basilicata | | 1 | | | |

REGIONE

UNIVERSITÀ

ALTRI ISTITUTI AUTORIZZATI
AL RILASCIO DI TITOLI AFAM

ACCADEMIE
DI BELLE ARTI

ACCADEMIE LEGALMENTE
RICONOSCIUTE

ISIA

FONTE: Elaborazione Fondazione Symbola su dati MUR

L'analisi della distribuzione geografica degli istituti e degli studenti iscritti al primo anno offre una fotografia dei luoghi della formazione del design. In generale, si conferma quanto osservato nelle precedenti rilevazioni e si nota un'ampia diffusione su tutto il territorio italiano con diversi livelli di concentrazione. Sebbene, in valori assoluti questa sia maggiore al Nord (40% di istituti e 56% di studenti), la dinamica di crescita dei nuovi studenti iscritti premia in particolar modo il Centro (+25,6% nell'ultimo biennio e +16,5% nell'ultimo anno) e il Sud e le Isole (+13,6% rispetto allo scorso anno)³⁹.

A livello regionale, la presenza è particolarmente rilevante in Lazio (17 istituti e 2.272 studenti) e Lombardia (15 istituti e 6.137 studenti), dove si concentra il maggior numero di istituti attivi e studenti iscritti, localizzati principalmente nelle città di Roma e Milano, che insieme ospitano circa la metà del totale degli studenti.

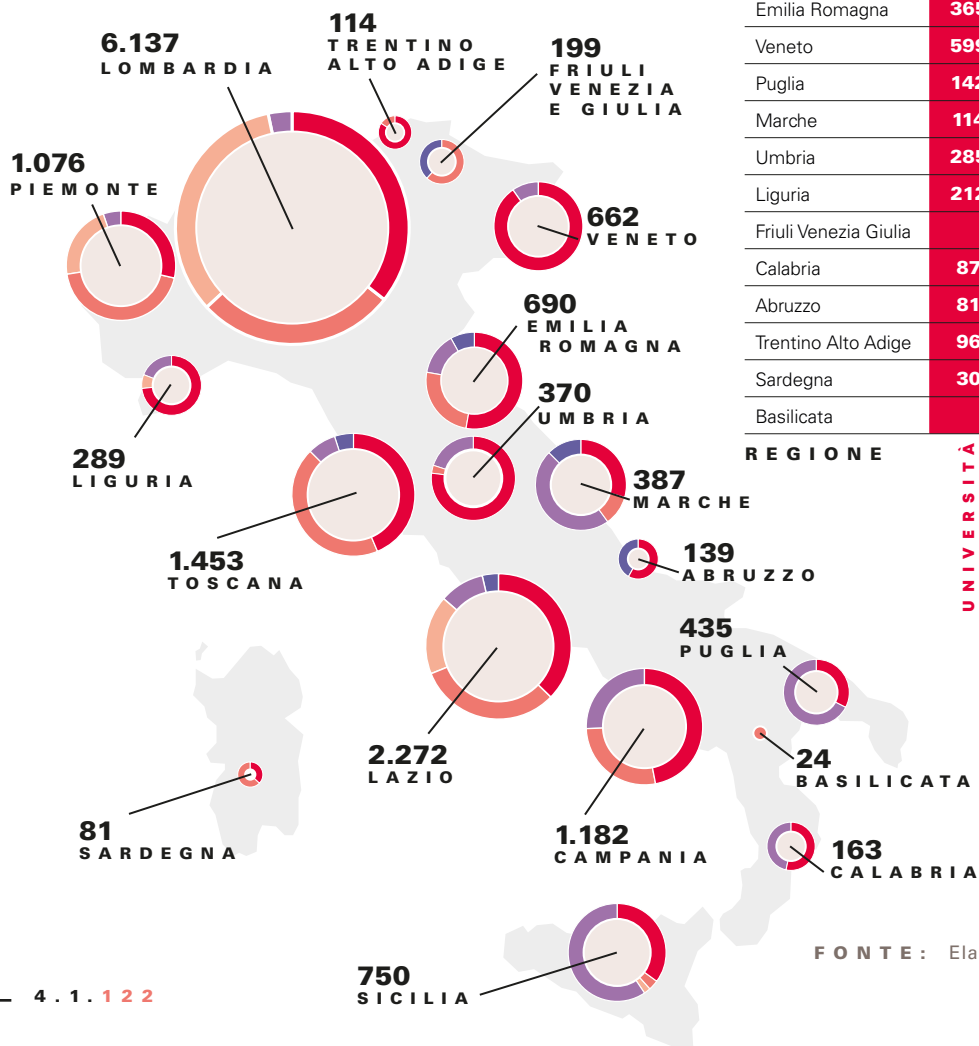
Seguono Toscana (11 istituti e 1.118 studenti), Emilia Romagna (7 istituti e 690 studenti), Piemonte (6 istituti e 1.076 studenti) in cui sono presenti le sedi di alcune delle scuole di progettazione più apprezzate in Italia, come l'Università degli Studi di Firenze, l'Accademia di Belle Arti di Bologna e il Politecnico di Torino.

Tra le regioni del Mezzogiorno, pur avendo un numero più ridotto di istituti di formazione, emergono le città di Napoli, Caserta, Palermo, Catania, Bari e Foggia come poli di formazione e specializzazione nell'ambito del design, formando nel loro insieme il 14% degli studenti.

A livello di ripartizione per tipologia di istituto, la scelta di una formazione di tipo universitario è diffusa e predominante in quasi tutte le regioni in cui sia disponibile. Fan-

39 Anche nel Nord il numero di iscritti al primo anno risulta in crescita ma a ritmi inferiori (+3,8% rispetto all'anno scorso; +7,2% nell'ultimo biennio)

■ **DISTRIBUZIONE GEOGRAFICA DEGLI STUDENTI ISCRITTI AL PRIMO ANNO A CORSI IN DISCIPLINE DEL DESIGN NELL'ANNO ACCADEMICO 2022-2023**



| | | | | | |
|-----------------------|--------------|--------------|--------------|------------|-----------|
| Lombardia | 2.191 | 1.682 | 2.067 | 197 | |
| Lazio | 846 | 724 | 394 | 226 | 82 |
| Toscana | 635 | 640 | | 109 | 69 |
| Campania | 558 | 323 | | 301 | |
| Piemonte | 308 | 475 | 239 | 54 | |
| Sicilia | 264 | 25 | 16 | 445 | |
| Emilia Romagna | 365 | 173 | | 97 | 55 |
| Veneto | 599 | | | 63 | |
| Puglia | 142 | | | 293 | |
| Marche | 114 | 41 | | 184 | 48 |
| Umbria | 285 | 11 | | 74 | |
| Liguria | 212 | | 22 | 55 | |
| Friuli Venezia Giulia | | 123 | | | 76 |
| Calabria | 87 | | | 76 | |
| Abruzzo | 81 | | | | 58 |
| Trentino Alto Adige | 96 | 18 | | | |
| Sardegna | 30 | 51 | | | |
| Basilicata | | 24 | | | |

REGIONE

UNIVERSITÀ

ALTRI ISTITUTI AUTORIZZATI
AL RILASCIO DI TITOLI AFAM

ACCADEMIE
DI BELLE ARTI

ACCADEMIE LEGALMENTE
RICONOSCIUTE

ISIA

FONTE: Elaborazione Fondazione Symbola su dati MUR

no eccezione la Toscana, il Piemonte e la Sardegna, dove il numero di iscritti in Altri Istituti autorizzati a rilasciare titoli AFAM è predominante. In Sicilia, Marche e Puglia il numero degli iscritti nelle Accademie di Belle Arti risulta superiore e in crescita rispetto all'anno precedente. Si può notare, inoltre, come la maggiore concentrazione di Accademie Legalmente Riconosciute e di Altri Istituti autorizzati a rilasciare titoli AFAM, che offrono per lo più corsi di studio legati all'ambito del Fashion, sia ripartita nelle regioni in cui storicamente sono nati il design e la moda: Lombardia, Lazio, Piemonte e Toscana.

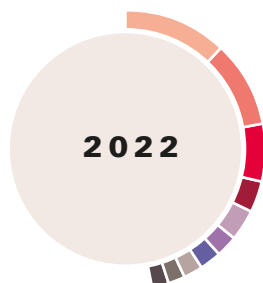
In generale, ogni area geografica assume una propria caratterizzazione che meriterebbe di essere approfondita e la formazione di designer in termini di area di specializzazione è strettamente correlata con il tessuto industriale caratteristico di ciascun luogo. Ogni istituzione che propone corsi di design valorizza queste storie e crea un particolare intreccio con il patrimonio culturale e produttivo locale.

Guardando il numero di iscritti nei singoli istituti, la classifica delle prime dieci posizioni è composta di

5 Università, 3 Altri Istituti autorizzati a rilasciare titoli AFAM, 1 Accademia Legalmente Riconosciuta e 1 Accademia di Belle Arti e premia soprattutto Milano, Roma, Venezia, Firenze, Caserta e Catania, di gran lunga le prime realtà italiane in termini di attrattività studentesca nell'ambito del Design. Il Politecnico (12,1%), la Nuova Accademia di Belle Arti (10,1%) e lo IED (6,6%) di Milano si collocano al vertice della graduatoria per numero di iscritti al primo anno. Venezia, con lo IUAV, e Firenze, con la sua Università, si collocano più indietro con incidenze percentuali del 3,6% e 3,5%. L'Istituto Marangoni di Milano (2,5%), l'Università degli Studi della Campania (2,4%), l'Università degli Studi La Sapienza (2,2%) consolidano rispettivamente la sesta, settima e ottava posizione. Chiudono la graduatoria lo IED di Roma (2,1%) e l'Accademia di Belle Arti di Catania (2,1%). È opportuno sottolineare che tale classifica risponde ad un criterio esclusivamente quantitativo che dunque penalizza gli istituti che adottano il numero chiuso, ammettendo ai corsi un numero ridotto e predeterminato di studenti.

■ PRIMI 10 ISTITUTI PER NUMERO DI ISCRITTI AL PRIMO ANNO

(Anno accademico 2022-2023)



VARIAZIONE
21/22 - 22/23

| | | | | |
|-----|--|-------|--------|-----|
| 1° | POLITECNICO DI MILANO | 1.989 | 12,11% | ▲ 1 |
| 2° | NUOVA ACCADEMIA DI BELLE ARTI DI MILANO | 1.661 | 10,11% | ▼ 1 |
| 3° | ISTITUTO EUROPEO DEL DESIGN (IED) DI MILANO | 1.091 | 6,64% | = |
| 4° | UNIVERSITÀ IUAV DI VENEZIA | 589 | 3,59% | = |
| 5° | UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI FIRENZE | 575 | 3,50% | ▲ 4 |
| 6° | ISTITUTO MARANGONI DI MILANO | 413 | 2,51% | ▲ 8 |
| 7° | UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DELLA CAMPANIA "VANVITELLI" | 394 | 2,40% | ▼ 1 |
| 8° | UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI ROMA "LA SAPIENZA" | 361 | 2,20% | = |
| 9° | ISTITUTO EUROPEO DEL DESIGN (IED) DI ROMA | 341 | 2,08% | ▼ 2 |
| 10° | ACCADEMIA DI BELLE ARTI DI CATANIA | 341 | 2,08% | ▲ 5 |

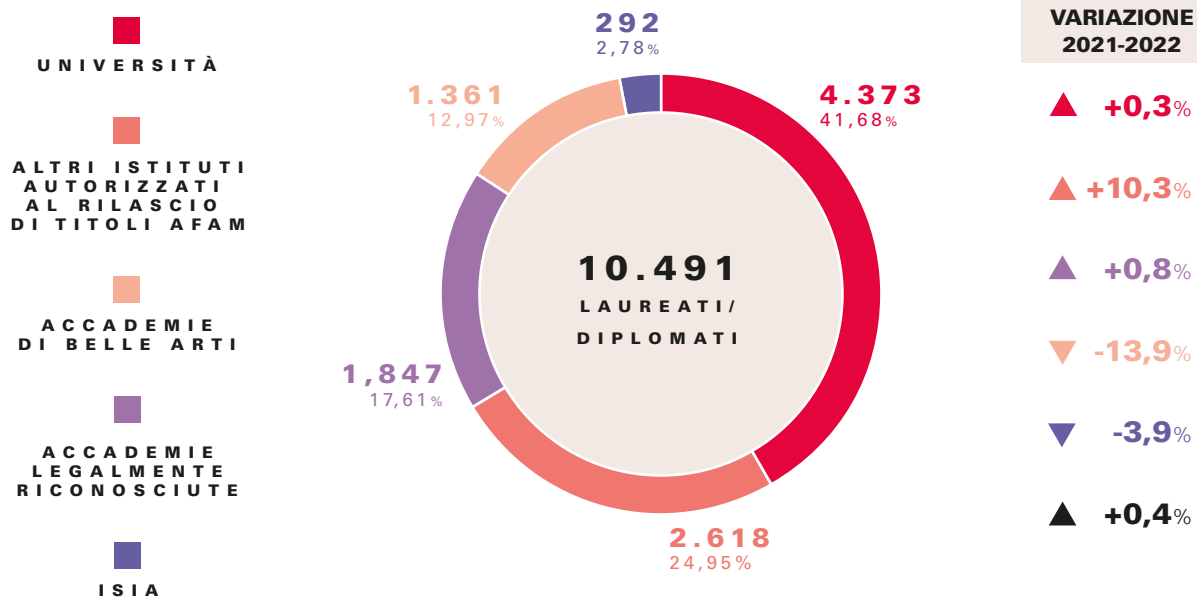
FONTE: Elaborazione Fondazione Symbola su dati MUR

4.2 LAUREATI / DIPLOMATI

Nell'anno solare 2022 sono 86 gli istituti che hanno rilasciato titoli di studio in discipline del design, formando nel complesso **10.491 designer**, cioè circa il 0,4% in più rispetto al 2021, considerando nel loro insieme tutti i livelli formativi. In particolare, i designer formati dalle Università sono 4.373 a cui si somma il comparto AFAM con 6.118 unità, rappresentando rispettivamente il 41,6% e il 58,4% del totale. L'Università, in forza dei dati in crescita rispetto all'anno precedente (+0,3%), conferma il proprio primato, seguita a distanza dal numero crescente di diplomati presso gli Altri Istituti autorizzati a rilasciare titoli AFAM (24,9%), le Accademie Legalmente Riconosciute (17,6%), le Accademie di Belle Arti (12,9%) e infine gli ISIA (2,8%).

■ NUMERO DI STUDENTI LAUREATI/DIPLOMATI PERTIPOLOGIA DI ISTITUTO DI FORMAZIONE

(Anno solare 2022)



FONTE: Elaborazione Fondazione Symbola su dati MUR

L'analisi della distribuzione dei laureati/diplomati per livelli formativi mostra che il 68,4% degli studenti ha conseguito una laurea triennale o un diploma accademico di I livello, acquisendo strumenti e conoscenze di base, il 22,9% ha approfondito gli studi conseguendo una laurea magistrale o un diploma accademico di II livello, infine solo l'8,7% ha perfezionato la propria formazione con master di I o II livello.

È interessante notare che l'offerta formativa del triennio è, seppure con alcune differenze, sostanzialmente omogenea in tutti gli istituti italiani; sono, invece, i corsi di laurea magistrale o i diplomi accademici di II livello a offrire una marcata specializzazione, spesso legata alla vocazione culturale e produttiva delle diverse aree geografiche, che si traduce sia nelle denominazioni che nei contenuti e negli obiettivi dei corsi.

L'analisi dinamica della distribuzione dei laureati/diplomati all'interno delle aree del design mostra che tra il 2021 e il 2022 quasi tutte le aree hanno presentato un aumento del numero di laureati/diplomati, con le aree Di-

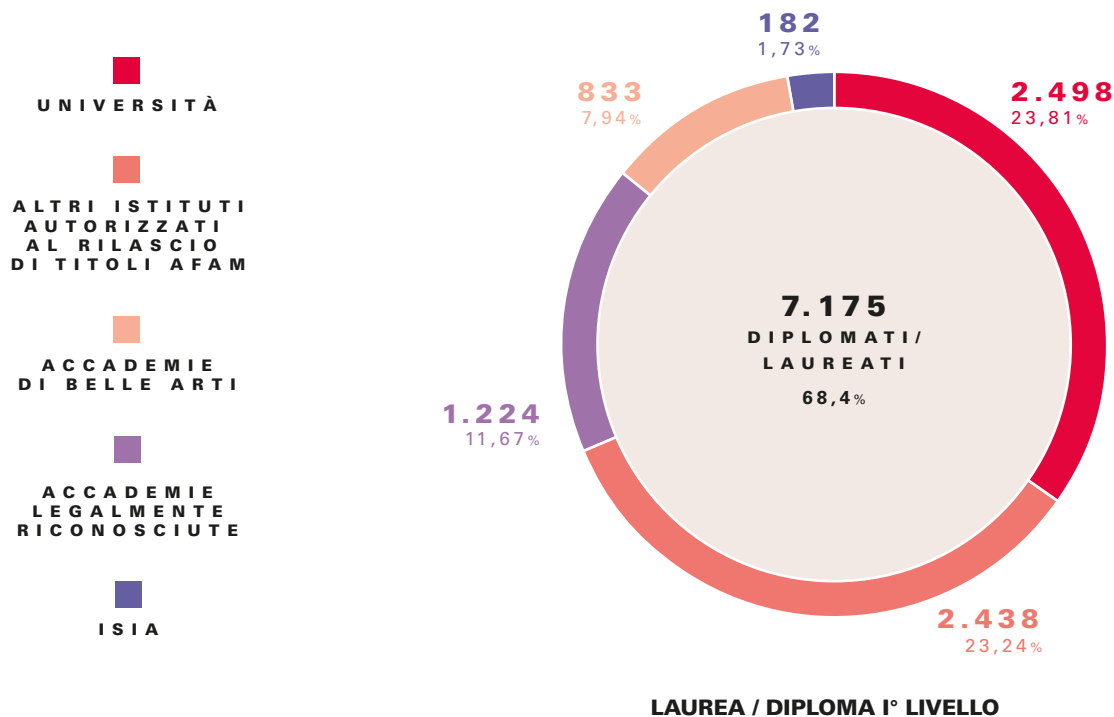
gital and Interaction e Space tra le maggiori beneficiarie.

Seppure in lieve calo, l'area del Product and Project Services (-2%) rappresenta ancora in valori assoluti la scelta predominante dei futuri designer, seguita da due aree fortemente richieste dal mercato: Communication, Multimedia and Brand (+1,3%) e Space (+5%). Seguono a distanza le aree più innovative ed emergenti Service (+1%), e Digital and Interaction (+23,1%) che registra il più ampio incremento rispetto al 2021. Queste ultime due aree, seppur presentando valori assoluti modesti, grazie al trend in forte crescita rispetto agli anni precedenti evidenziano l'affermarsi di nuovi percorsi formativi.

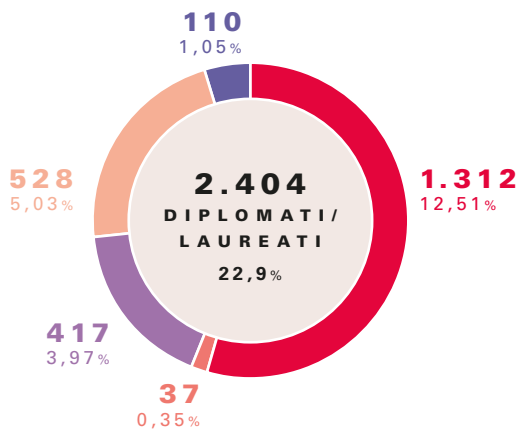
L'elevato numero di iscritti a corsi di quelle che possono essere definite come le aree più tradizionali del design è sicuramente legato alla necessità di una formazione di base solida e ampia che solo successivamente andrà a "settorializzarsi". Tuttavia, anche qui è interessante notare l'inserimento nei piani di studio di alcuni insegnamenti nell'ambito della sostenibilità, delle tecnologie informatiche e dei linguaggi multimediali, indice della crescente richiesta di conoscenze e competenze

■ DISTRIBUZIONE DEI LAUREATI/DIPLOMATI PER CICLI FORMATIVI E ISTITUTI DI FORMAZIONE

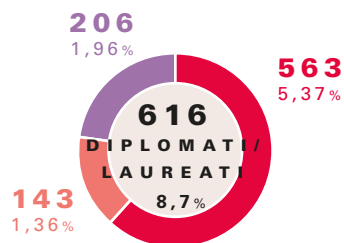
Anno solare 2021 (% sul totale dei diplomati)



FONTE: Elaborazione Fondazione Symbola su dati MUR



LAUREA MAGISTRALE / DIPLOMA II° LIVELLO



MASTER DI I° / II° LIVELLO

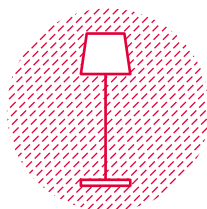
innovative e trasversali legate in particolar modo alla transizione verde, all'inclusione sociale, alla transizione digitale. Aumenta l'attenzione verso l'interaction e il gaming, nel presupposto che la maturità di un designer passi dal confronto continuo con le piattaforme e i canali virtuali, sempre più importanti anche nei sistemi di vendita e distribuzione.

Per quanto riguarda l'Università, la tendenza verso una forte e costante innovazione dell'offerta didattica, in particolare come detto nel secondo e terzo livello della formazione, è inoltre in linea con gli indirizzi di ricerca e di sviluppo indicati dalla UE e dal PNRR. Di notevole interesse le titolazioni dei Corsi di Laurea Magistrale orientate in questa direzione, come ad esempio "Eco Inclusive Design" a Pescara, "Eco-Social Design" a Bolzano, "Design per l'innovazione sostenibile" a Firenze, "Design per l'Innovazione Digitale" a Camerino, "Design per le culture mediterranee. Prodotto|spazio|comunicazione" a Reggio Calabria, "Digital and Interaction Design" e "Product service system design" al Politecnico di Milano.

■ DINAMICA DEI LAUREATI/DIPLOMATI PER AREA DEL DESIGN

(Anno solare 2022)

VARIAZIONE 2021-2022



-2,30%

**PRODUCT &
PROJECT SERVICES**



+1,30%

**COMMUNICATION
MULTIMEDIA
& BRAND**



+5,10%

SPACE

Quella del designer è una formazione complessa e sofisticata, in continua evoluzione, che si nutre di esperienze progettuali e linguaggi differenti, nonché della relazione con il mondo esterno.

Solo per fare qualche esempio, si passa dal Design Sostenibile per il Sistema Alimentare attivo a Parma, al Design dell'innovazione a Ferrara e Aversa; oppure dal Design navale e nautico dell'Università degli Studi di Genova, al Design del sistema moda diffuso maggiormente nelle aree di Lombardia, Toscana e Campania.

Il tratto distintivo del design italiano è dato, infatti, dalla sua capacità di creare sinergie con le esigenze produttive dei territori. È, quindi, particolarmente interessante osservare la distribuzione geografica delle scuole sul territorio italiano in relazione al numero di studenti laureati/diplomati.



+1,00%

SERVICE



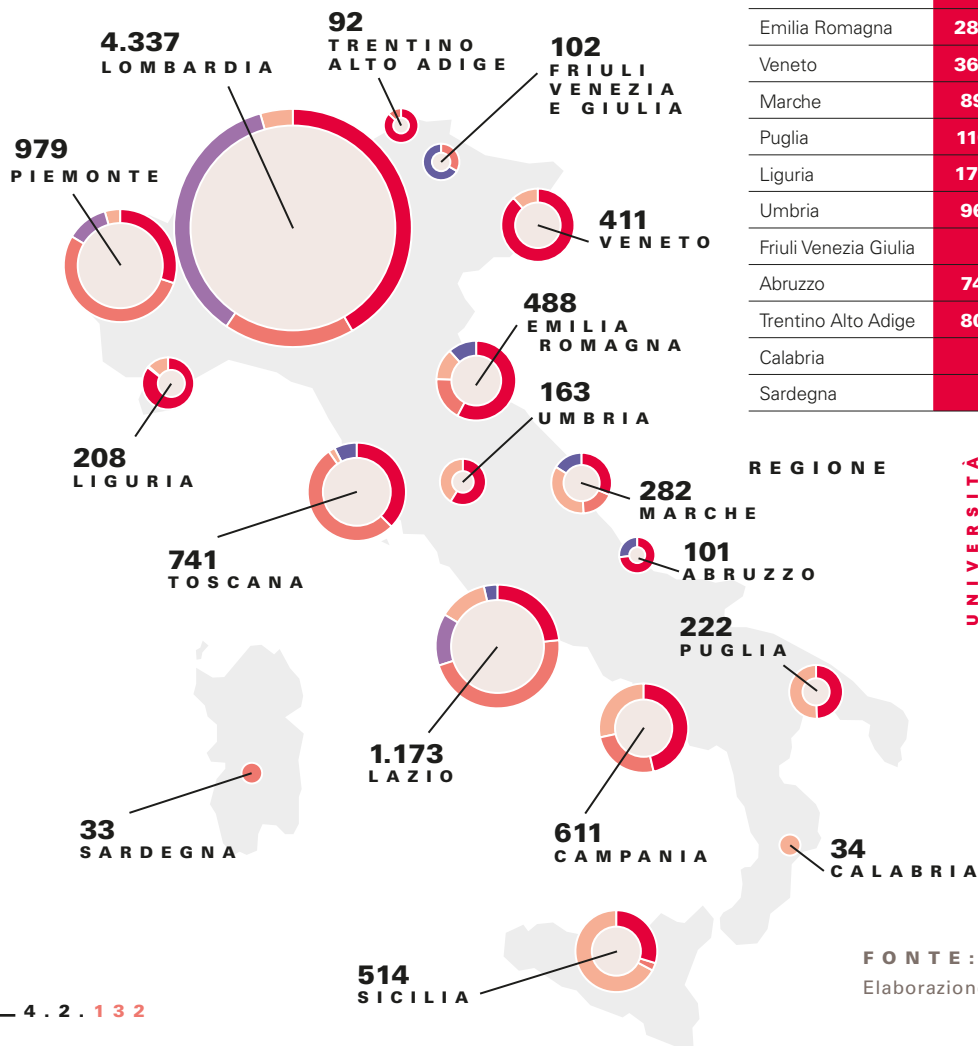
+23,20%

**DIGITAL &
INTERACTION**

FONTE:

Elaborazione Fondazione
Symbola su dati MUR

**■ DISTRIBUZIONE GEOGRAFICA
DEGLI STUDENTI LAUREATI/DIPLOMATI
IN DESIGN NELL'ANNO SOLARE 2021**



| REGIONE | UNIVERSITÀ | ALTRI ISTITUTI AUTORIZZATI AL RILASCIO DI TITOLI AFAM | ACCADEMIE LEGALMENTE RICONOSCIUTE | ACCADEMIE DI BELLE ARTI | ISIA |
|-----------------------|------------|---|-----------------------------------|-------------------------|------|
| Lombardia | 1815 | 768 | 1568 | 186 | |
| Lazio | 275 | 549 | 160 | 147 | 42 |
| Piemonte | 294 | 525 | 117 | 43 | |
| Toscana | 278 | 391 | | 18 | 54 |
| Campania | 284 | 154 | | 173 | |
| Sicilia | 153 | 16 | | 345 | |
| Emilia Romagna | 283 | 87 | | 62 | 56 |
| Veneto | 364 | | | 47 | |
| Marche | 89 | 49 | | 99 | 45 |
| Puglia | 110 | | | 112 | |
| Liguria | 178 | | 2 | 28 | |
| Umbria | 96 | | | 67 | |
| Friuli Venezia Giulia | | 34 | | | 68 |
| Abruzzo | 74 | | | | 27 |
| Trentino Alto Adige | 80 | 12 | | | |
| Calabria | | | | 34 | |
| Sardegna | | 33 | | | |

UNIVERSITÀ
ALTRI ISTITUTI AUTORIZZATI
AL RILASCIO DI TITOLI AFAM
ACCADEMIE LEGALMENTE
RICONOSCIUTE
ACCADEMIE
DI BELLE ARTI
ISIA

FONTE:
Elaborazione Fondazione Symbola su dati MUR

Il primato per numero di laureati/diplomati appartiene alla Lombardia che assorbe, da sola, quasi la metà (41,3%) del capitale umano formato. In particolare, Milano si conferma la capitale italiana del design con 3.963 laureati/diplomati.

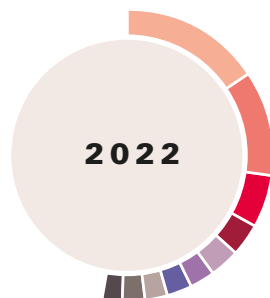
A seguire Lazio (11,2%) e Piemonte (9,3%) ribadiscono il legame esistente tra la formazione, il design e le esigenze produttive di queste regioni, trainate per lo più dalle città di Torino e Roma che si affermano tra le prime provincie per ruolo esercitato nella formazione e nel numero di imprese di design.

Toscana, Marche ed Emilia Romagna formano insieme solo il 14,4% del totale dei designer, tuttavia 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 iscritti. In ambito universitario, sia nel Nord con le sedi di Genova e Venezia, sia nel Centro, con le sedi di Firenze-Calenzano e Roma sono presenti quattro dei poli più attivi del design sviluppati in stretto rapporto con il sistema produttivo territoriale. Al Sud, si segnalano, inoltre, i dati di Campania (5,8%), Sicilia (4,9%) che, con valori in crescita rispetto all'anno precedente, dimostrano di rivestire un ruolo centrale nel settore, collocandosi rispettivamente in quinta e sesta posizione per numero di laureati/diplomati.

■ PRIMI 10 ISTITUTI PER NUMERO DI LAUREATI/DIPLOMATI

(Anno solare 2022)



| | | | | VARIAZIONE 2021-2022 |
|-----|--|-------|--------|-------------------------|
| 1° | POLITECNICO DI MILANO | 1.641 | 15,64% | = |
| 2° | NUOVA ACCADEMIA DI BELLE ARTI - MILANO | 1.219 | 11,62% | = |
| 3° | ISTITUTO EUROPEO DEL DESIGN (IED) DI MILANO | 618 | 5,89% | = |
| 4° | UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI VENEZIA (IUAV) | 364 | 3,47% | ▲ 1 |
| 5° | ISTITUTO DI ARTE APPLICATA E DESIGN (IADD) DI TORINO | 342 | 3,26% | ▼ 1 |
| 6° | POLITECNICO DI TORINO | 294 | 2,80% | ▲ 1 |
| 7° | ISTITUTO EUROPEO DEL DESIGN (IED) DI ROMA | 286 | 2,73% | ▼ 1 |
| 8° | UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI FIRENZE | 271 | 2,58% | ▲ 3 |
| 9° | UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DELLA CAMPANIA VANVITELLI | 259 | 2,47% | = |
| 10° | ACCADEMIA DI BELLE ARTI DI CATANIA | 242 | 2,31% | ▲ 2 |

FONTE: Elaborazione Fondazione Symbola su dati MUR

A livello di singolo istituto, il Politecnico di Milano si colloca saldamente al vertice della graduatoria per numero di laureati⁴⁰ e si conferma un'eccellenza in ambito internazionale, consolidando con successo il 4° posto in Europa e l'8° nel mondo nella classifica QS World University Rankings per il Design. A seguire Nuova Accademia di Belle Arti (NABA) e Istituto Europeo di Design (IED), entrambi situati a Milano, mantengono un importante ruolo esercitato nella formazione di designer. Anche in questo caso si nota una prevalenza della città di Milano che si conferma capitale del design italiano e internazionale.

40 Come nel caso della Tab 5 - Primi 10 istituti per numero di iscritti al primo anno (anno accademico 2021/2022), la classifica risponde ad un criterio esclusivamente quantitativo che dunque penalizza gli istituti che adottano il numero chiuso, ammettendo ai corsi un numero ridotto e predeterminato di studenti.

FOCUS SULLE UNIVERSITÀ⁴¹

Come evidenziato dai valori descritti nei paragrafi precedenti, il sistema universitario gioca un ruolo fondamentale nella formazione dei designer nel nostro Paese. In questo capitolo, concentriamo l'attenzione sul dettaglio di alcuni dati relativi alle università che offrono corsi di studio in Design, non prendono in considerazione i diplomati negli istituti del sistema AFAM, per i quali non sono disponibili i dati necessari.

In particolare, le informazioni relative alla residenza degli studenti e alla sede degli studi universitari permettono di approfondire il fenomeno della mobilità per motivi di studio e l'attrattività formativa dei territori. In secondo luogo, attraverso l'integrazione dei dati di AlmaLaurea e del Career Service del Politecnico di Milano analizziamo i principali indicatori degli esiti occupazionali dei laureati in Design nelle università italiane, mostrando come il sistema formativo si integri con il sistema produttivo del Paese.

41 Realizzato in collaborazione con Claudia Girotti di AlmaLaurea e Ignazia Maria Alessandra Dal Piva del CareerService del Politecnico di Milano.

4 . 3 . 1 .

ATTRATTIVITÀ FORMATIVA DEI TERRITORI

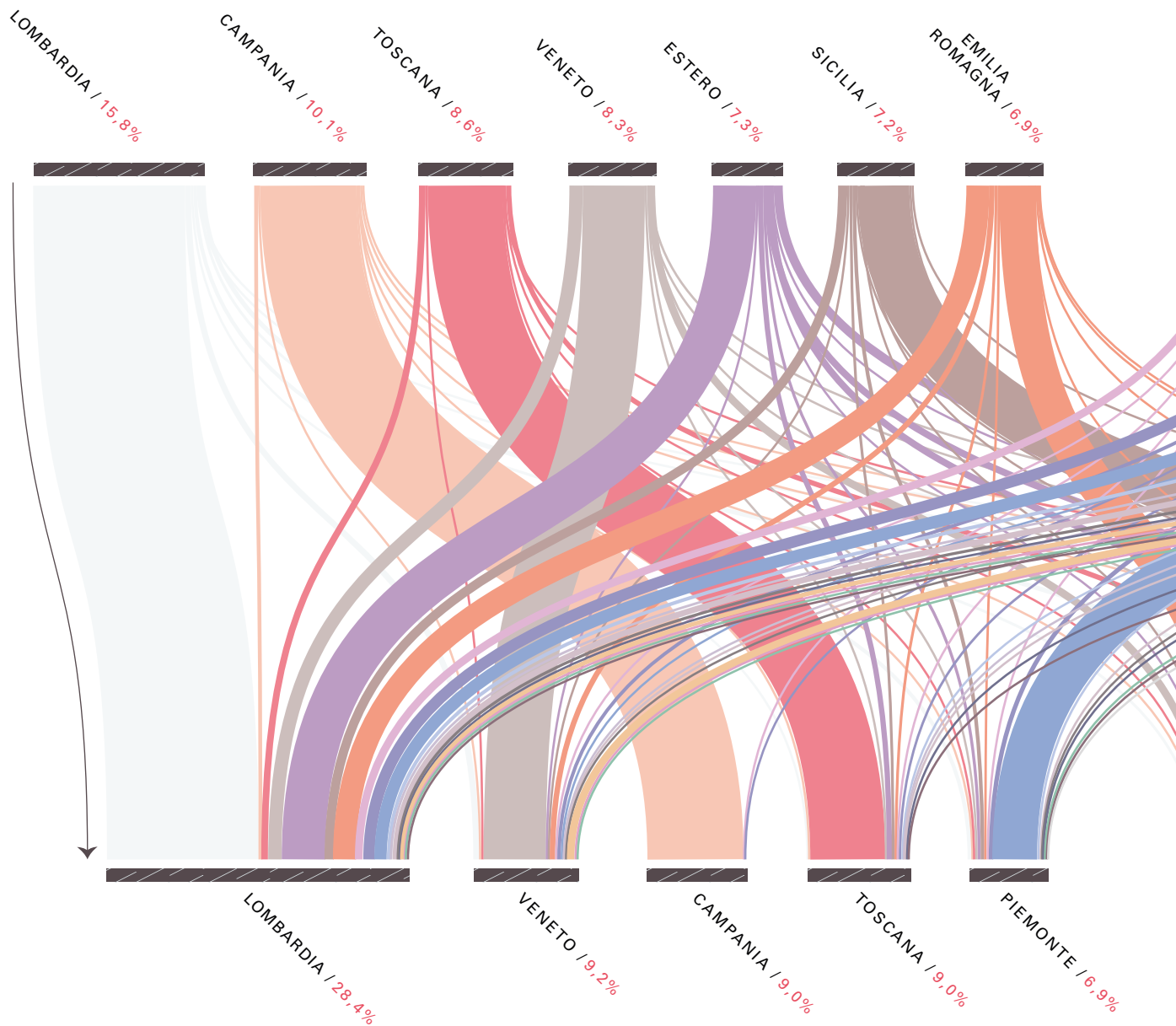
I dati sulla mobilità per motivi di studio mostrano flussi differenziati, in termini di direttrici e intensità, a seconda della regione di residenza e di quella dell'ateneo. Ciò è legato verosimilmente alla diversa offerta formativa e alle diverse dinamiche nelle opportunità occupazionali di ciascun territorio.

Complessivamente, quasi la metà degli iscritti in Disegno Industriale (L-4) e Design (LM-12) risiede al Nord (43,4%), in particolare in Lombardia (15,8%). Il 20,3% risiede al Centro mentre il 29,1% nel Mezzogiorno e nelle Isole. Il 7,3%, infine, risiede all'estero. I residenti al Nord nel 98% dei casi tendono a studiare in atenei del Nord, con sede nella stessa regione di residenza o in un'altra regione della medesima area territoriale. Tra i residenti in Lombardia, ad esempio, quasi la totalità studia nella regione di residenza (88,4%) o in altra regione del Nord (Liguria: 2,7%; Veneto: 3,5%; Piemonte: 2,2%; Emilia Romagna: 1,6%; Trentino Alto Adige: 0,8%). I residenti al Sud e nelle Isole, al contrario, tendono a spostarsi per motivi di studio in misura maggiore e solo il 68% studia nella medesima area territoriale, verosimilmente anche a causa di una minore presenza di corsi di laurea in design nella regione di residenza o in zone limitrofe. Ad esempio, tra i residenti in Puglia solo il 39,5% studia in un ateneo pugliese, mentre la restante parte cambia ripartizione territoriale studiando in un ateneo del Centro (15,3%) o del Nord (35,1%). A questa tendenza fa eccezione la Campania in cui quasi la totalità studia nella regione di residenza, a dimostrazione che questo territorio ricopre un ruolo centrale nella formazione in design.

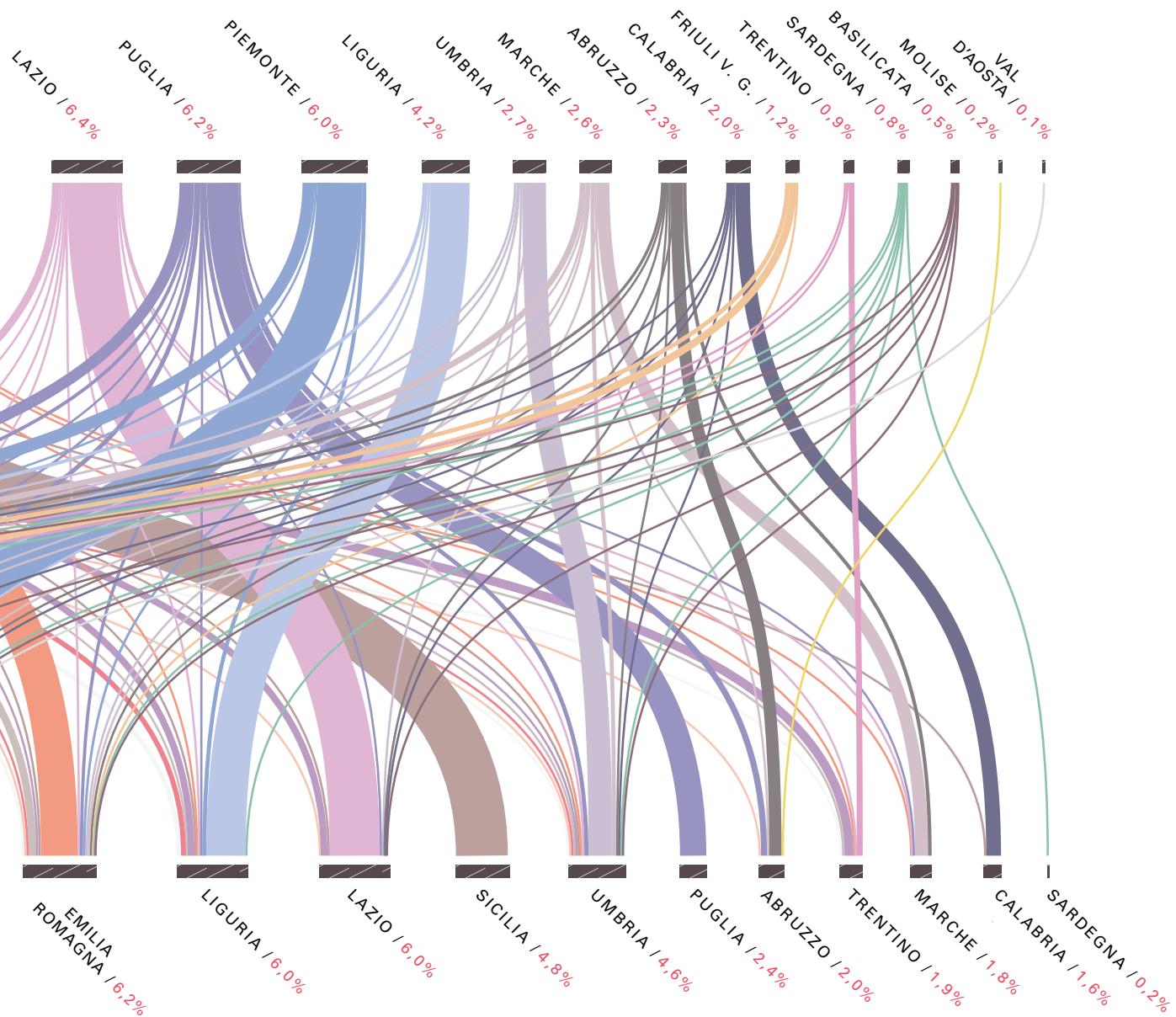
Infine, sono gli atenei del Nord a risultare maggiormente attrattivi nei confronti dei residenti all'estero, che studiano per più della metà in Lombardia (54,9%) e, in misura minore, in Trentino Alto Adige (11,4%)⁴², Lazio (8,7%), Liguria (8,6%), Toscana (6,7%).

42 La caratteristica principale della Libera Università di Bolzano, promossa dalla Provincia autonoma di Bolzano, è l'insegnamento trilingue (italiano, tedesco e inglese), fattore che incide sulla sua capacità di attrazione di studenti provenienti dall'estero.

■ **MOBILITÀ PER REGIONI DI STUDIO:** confronto tra regione di residenza e regione dell'ateneo
(anno accademico 2022/2023)

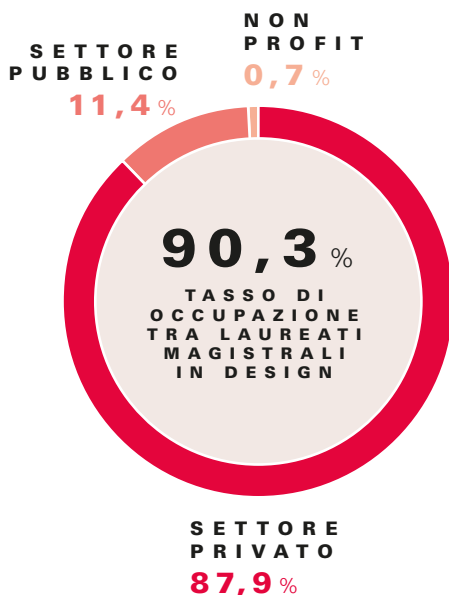


FONTE: Elaborazioni Fondazione Symbola su dati MUR



ANALISI DEGLI **ESITI OCCUPAZIONALI**

■ SETTORE DI ATTIVITÀ

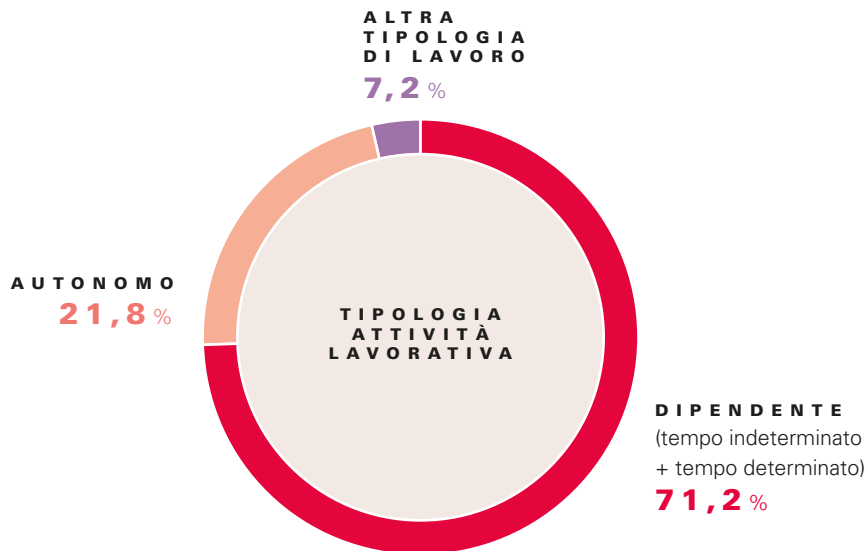


FONTE :

Elaborazioni Fondazione Symbola, AlmaLaurea, Politecnico di Milano

Se da un lato l'analisi dei dati che caratterizzano il sistema formativo del design è fondamentale per cogliere tutte le sfumature della formazione e della professione del designer, dall'altro essa assume maggior importanza se letta in relazione alla capacità del sistema produttivo di assorbire nuovo capitale umano. In questo senso, è interessante analizzare i principali indicatori degli esiti occupazionali dei laureati dei percorsi in design nelle università italiane, ricostruiti grazie all'integrazione, per il terzo anno consecutivo, dei dati derivanti dall'indagine AlmaLaurea sulla condizione occupazionale dei laureati degli atenei partecipanti al Consorzio e dall'analoga indagine del Politecnico di Milano sui propri laureati.

■ TIPOLOGIA DELL'ATTIVITÀ LAVORATIVA



FONTE: Elaborazioni Fondazione Symbola, AlmaLaurea, Politecnico di Milano

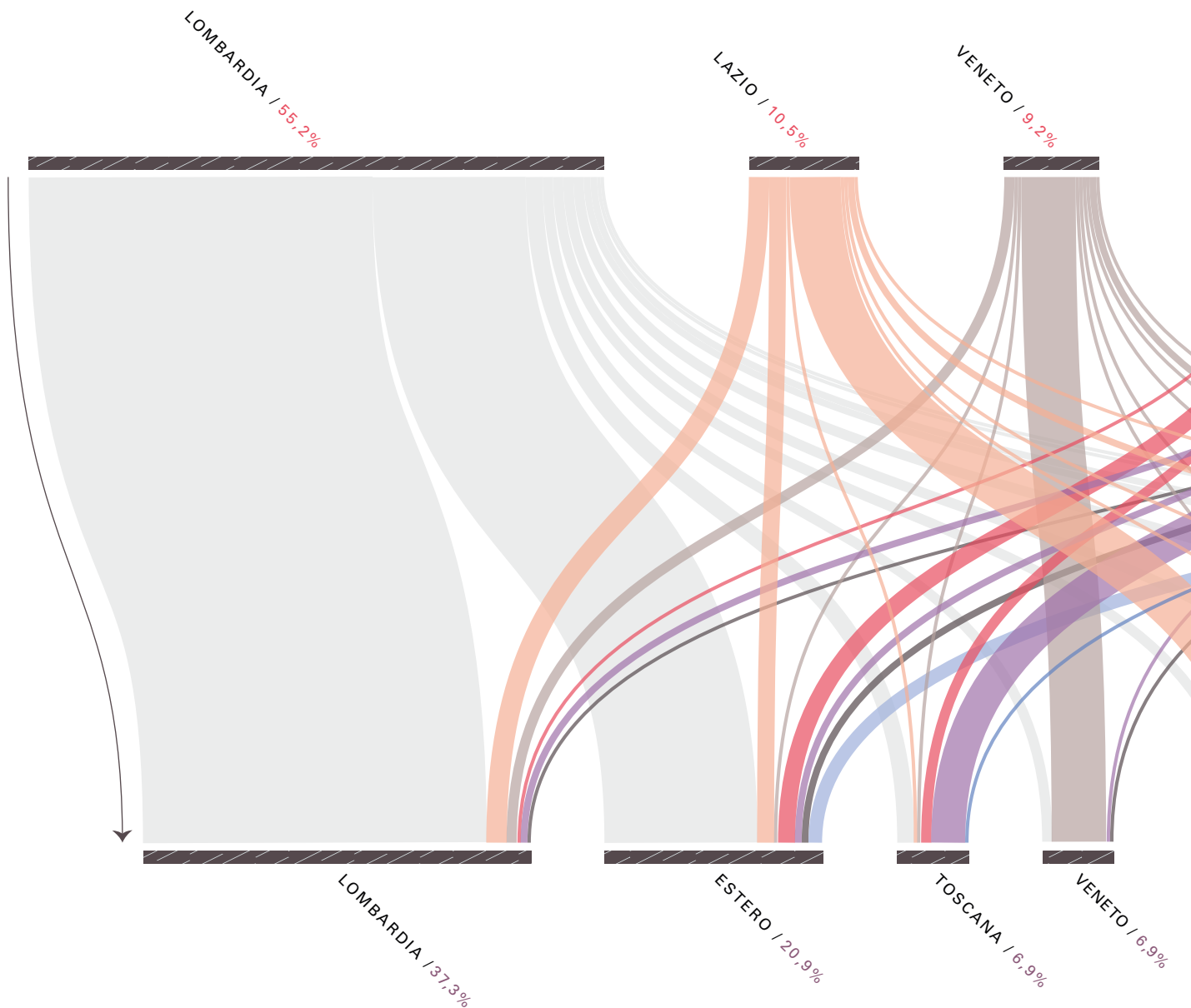
I dati di seguito riportati fanno riferimento ai laureati magistrali biennali nella classe di laurea in Design (LM-12) del 2017 intervistati nel 2022, a cinque anni dal conseguimento del titolo⁴³.

Complessivamente, tra i laureati magistrali in Design, il tasso di occupazione è decisamente elevato e pari al 90,3%, valore superiore all'88,7% rilevato sul complesso dei laureati magistrali biennali in Italia.

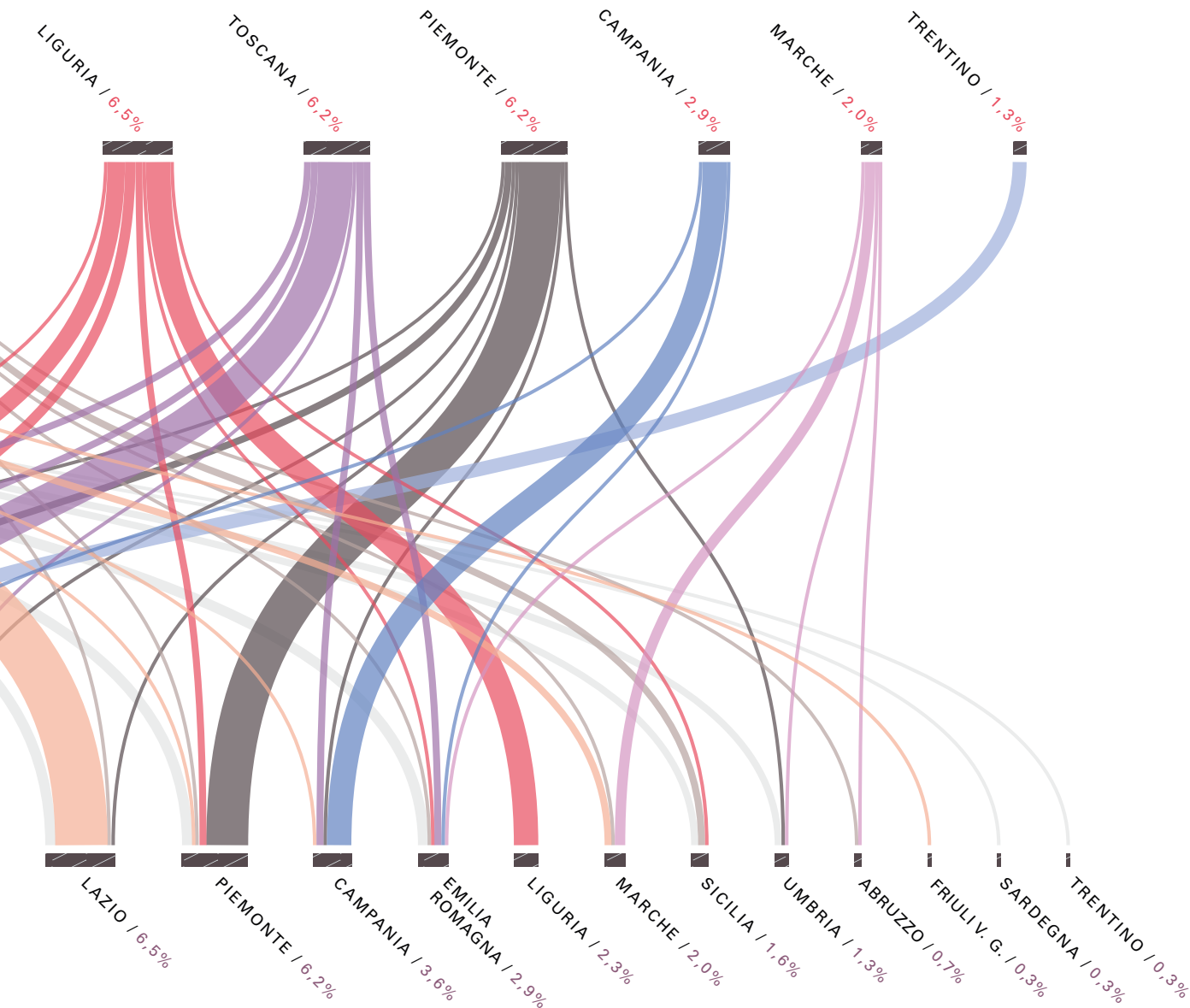
Di questi, la quasi totalità risulta occupata nel settore privato (87,9%), mentre l'11,4% nel settore pubblico e il restante 0,7% nel settore non profit. Quasi tre quarti degli occupati lavora alle dipendenze (71,2%), soprattutto con contratti a tempo indeterminato

43 Vedi nota metodologica a pag. 146

■ MOBILITÀ PER RAGIONI DI LAVORO: CONFRONTO TRA REGIONE DELL'ATENEO E REGIONE DI LAVORO



FONTE: Elaborazioni Fondazione Symbola, AlmaLaurea, Politecnico di Milano



(60,1%), in minor misura a tempo determinato (11,1%). Oltre un quinto, invece, svolge un lavoro autonomo (21,6%), mentre il 7,2% è occupato con altre tipologie di lavoro.

L'analisi dettagliata della professione svolta consente di classificare gli occupati in livelli di coerenza tra attività lavorativa e settore del design. Si conferma anche nel 2022 che circa **l'80% degli occupati svolge una professione coerente con l'ambito del design**: in particolare, il livello di coerenza è massimo per il 73,2%, mentre per un ulteriore 6,2% è buono. Ne deriva che risulta contenuta la quota di coloro che svolgono una professione poco o per nulla coerente con gli studi conclusi (17,3%).

Il confronto tra la regione sede dell'ateneo di laurea e la regione di lavoro permette di analizzare i flussi di mobilità per motivi lavorativi, confermando anche nel 2022 quanto osservato nelle precedenti indagini. Com-

più spesso, il 78,4% degli occupati ha conseguito la laurea in un ateneo del Nord, in particolare in Lombardia (55,2%) e, seppure in minor misura, in Veneto (9,2%). Il 18,6%, invece, ha studiato al Centro, mentre è ancora più contenuta la quota di occupati che ha studiato al Sud, in particolare in Campania (2,9%). Si conferma l'attrattiva del Nord, e in particolare della Lombardia⁴⁴. I laureati del Nord tendono a rimanere nella medesima ripartizione territoriale, e in larga parte nella medesima regione di studio, anche per motivi di lavoro e se si spostano migrano all'estero. Tra chi ha studiato in Veneto, ad esempio, il 75,0% lavora al Nord, in particolare in Veneto (57,1%) o in Lombardia (10,7%), mentre il 3,6% dichiara di lavorare all'estero. Analogamente, tra i laureati in Lombardia due terzi lavora al Nord (65,7%), in particolare in Lombardia (59,8%), mentre oltre un quarto è occupato all'estero (26,6%).

44 Si ricorda che la ridotta numerosità del collettivo in analisi, impone più di una cautela nella lettura dei dati.



05

NOTA

**METODO-
LOGICA**

PERIMETRO E ATTIVITÀ DI INDAGINE

Il lavoro considera la totalità degli operatori del design ricompresi nel gruppo ATECO 2007 74.1. Si tratta di 41.908 soggetti complessivi (archivio ASIA dell'Istat 2021), articolati in 24.596 liberi professionisti e lavoratori autonomi e 17.312 imprese.

Come evidenziato e stimato nell'edizione 2023, esistono realtà del progetto attive al di fuori di questo perimetro, la cui consistenza incrementerebbe la platea ad un +35-40% di soggetti comunque impegnati nel settore.

Con lo scopo di approfondire temi specifici relativi al settore, indagando su caratteristiche, comportamenti, dimensioni operative ed economiche degli operatori ed effettuando approfondimenti specifici, è stata progettata e realizzata, nel mese di febbraio 2024, una indagine campionaria svolta con tecnica mista CAWI-CATI (interviste autocompilate via web e dirette telefoniche assistite da computer del tempo di circa 20 minuti) su un campione casuale di 350 operatori. L'errore complessivo valutabile a priori per una percentuale di risposta a una variabile dicotomica per un livello di confidenza del 95,5% è del +/-5,2%.

I risultati dell'indagine sono stati utilizzati nelle analisi sviluppate nei primi tre capitoli di questo report a seconda degli specifici temi trattati: a) le caratteristiche strutturali degli operatori del design e i focus "Design per la sostenibilità ambientale" e "Design per il packaging e per gli allestimenti temporanei" sono confluiti nel primo capitolo; b) i focus "Design e innovazione tecnologica" e "Design e transizione digitale" sono confluiti nel secondo capitolo; c) i dati relativi alle Figure emergenti del design sono state analizzate nel terzo capitolo.

FIGURE EMERGENTI NEL DESIGN

Il capitolo è stato realizzato attraverso una serie di azioni messe in atto da luglio 2023 a marzo 2024 che ha messo a sistema dati quantitativi, semi-quantitativi e qualitativi. In questa sezione sono state spiegate nel dettaglio.

Ognuna delle azioni ha generato degli output intermedi, che sono stati di volta in volta rielaborati per generare la mappa di figure emergenti da sottoporre a imprese e progettisti attraverso un questionario somministrato nelle attività di indagine descritte nel cap. 5.1.

1. MAPPATURA

La prima fase dell'indagine ha coinvolto una ricerca basata sulle parole chiave che caratterizzano i vari settori del design, usando come fonti, le principali piattaforme di ricerca di lavoro come:

- ◆ Piattaforme generaliste: LinkedIn e Indeed;
- ◆ Piattaforme specializzate nel mondo del design: Dezeen (orientata al mondo del progetto), Start-up jobs (orientata al mondo delle start-up e del venture capital) e Built-in (orientata al mondo tech).

L'identificazione delle parole chiave ha seguito il riferimento ai settori in cui operano i neolaureati dei corsi di laurea magistrali in design presso il Politecnico di Milano, dati, elaborati dal Career Service.⁴⁵

I settori di assorbimento emersi includono:

- ◆ Architettura e urbanistica;
- ◆ Consulenza aziendale;
- ◆ Disegno industriale;
- ◆ Design e progettazione di interni;
- ◆ Editoria;
- ◆ Elettronica e automazione;
- ◆ Grande distribuzione organizzata e e-commerce;
- ◆ Grafica, comunicazione e pubblicità;
- ◆ Informatica e telecomunicazioni;
- ◆ Manifattura;
- ◆ Moda e lusso;
- ◆ Tessile.

45 <https://cm.careerservice.polimi.it/dati-occupazionali/>

La panoramica dei settori fornita dal Career Service è stata utilizzata per filtrare le offerte di lavoro apparse su LinkedIn e Indeed con le parole chiave “designer” e “progettista”. Contestualmente, sono state esaminate le offerte di lavoro su Dezeen e la piattaforma Startup Jobs. Durante la ricerca su queste piattaforme, sono emersi nuovi settori rispetto alle indicazioni del Career Service. In particolare, sono stati aggiunti: cosmesi e cura personale, musei e istituzioni culturali, salute, ospitalità (individuati su LinkedIn) e retail (individuato su Dezeen).

| PAROLA CHIAVE | FILTRO |
|----------------------|--|
| designer | architettura e urbanistica |
| progettista | consulenza aziendale |
| | disegno industriale |
| | design e progettazione di interni |
| | editoria |
| | elettronica e automazione |
| | grande distribuzione organizzata ed e-commerce |
| | grafica, comunicazione e pubblicità |
| | informatica e telecomunicazioni |
| | manifattura |
| | moda e lusso |
| | tessile |

Per ogni ricerca effettuata, sono state esaminate le prime cinque pagine di risultati. Le offerte di lavoro con titoli e descrizioni simili sono state raggruppate in cluster. Questa prima analisi ha fornito uno stato attuale delle offerte di lavoro nel campo del design e del ruolo del designer. Allo stesso tempo, la consultazione di report divulgativi a livello nazionale e internazionale ha fornito un'interpretazione per alcune figure, contribuendo a evidenziare le prime tendenze.

In questa fase, le figure emergenti si presentavano più come serie competenze all'interno di figure tradizionali e generaliste. Man mano, queste figure hanno iniziato a emergere autonomamente in report rilevanti per il settore, su piattaforme specializzate nella ricerca di lavoro come Startup Jobs e tramite gli strumenti di data mining di LinkedIn⁴⁶

La prima mappatura illustra venti figure emergenti provenienti dalla ricerca desktop (piattaforme di ricerca lavoro e report divulgativi). La mappa è suddivisa in tre macro-ambiti sovrapposti al design: innovazione, organizzazione e tech. Queste aree, specialmente le loro intersezioni, aiutano a visualizzare le figure emergenti individuate dalla ricerca e confermano la natura mutevole e interdisciplinare dell'identità del progettista.

Sebbene dalla ricerca fossero emerse figure relativamente riconosciute dagli "addetti ai lavori", sono state incluse comunque perché non conosciute in modo uniforme sul territorio nazionale. Sono quindi stati elaborati dei criteri per classificare le figure emergenti in base al livello di consapevolezza percepito.

Nello specifico:

- ◆ poco emergenti con un buon livello di consapevolezza;
- ◆ mediamente emergenti con un medio livello di consapevolezza;
- ◆ molto emergenti con un basso livello di consapevolezza.

46 Gli strumenti Job transition e Future of skills, parte della metodologia Skills Genome sviluppata da LinkedIn.

2. CONFRONTO DELLA MAPPATURA CON RICERCATORI INTERNAZIONALI

Durante la conferenza internazionale IASDR⁴⁷ tenutasi presso il Dipartimento di Design del Politecnico di Milano nell'ottobre del 2023, la mappatura delle figure emergenti è stata sottoposta a ricercatrici e ricercatori attraverso un questionario. L'obiettivo principale era comprendere il livello di consapevolezza rispetto alle figure emerse ed al contempo capire se a livello internazionale vi fosse una maggior apertura verso le figure emergenti rispetto al contesto nazionale.

| | |
|---|--|
| Quali sono ad oggi le figure del designer più rilevanti? | [domanda a risposta multipla, max. 3 risposte] |
| Quali figure consideri emergenti? | [domanda a risposta multipla, max. 3 risposte] |
| In quali settori lavorano oggi i designers? | [domanda a risposta multipla, max. 3 risposte] |
| In quali settori lavoreranno nei prossimi cinque anni? | [domanda a risposta multipla, max. 3 risposte] |
| Quali saranno le principali attività che svolgeranno i designers nei prossimi cinque anni? | [domanda a risposta multipla, max. 3 risposte] |
| Qual è in tua opinione la figura emergente nel design del prossimo futuro? | [domanda aperta] |

L'analisi dei risultati del questionario ha prodotto una mappatura aggiornata, nella quale il designer di filiera è diventato **systemic designer**, con una definizione aggiornata del profilo, e sono state aggiunte due figure, lo **speculative designer** e il **policy designer**.

47 <https://www.iasdr2023.polimi.it>

3. CONFRONTO DELLA MAPPATURA CON IMPRESE E PROGETTISTI OPERANTI IN ITALIA

La fase di confronto successiva si è articolata attraverso due focus group con imprese e progettisti operanti in Italia e provenienti da diversi ambiti del design.

Il primo focus group che ha coinvolto 4 persone è stato realizzato in collaborazione con AIAP (Associazione italiana design della comunicazione visiva) e ha riguardato le figure emergenti legate al mondo della comunicazione. Il secondo focus group ha visto la collaborazione di FLA (FederLegnoArredo) e ha raccolto un gruppo più eterogeneo di imprese e progettisti, provenienti dal disegno industriale, design dell'interazione, design dei servizi, tessile, fino al yacht design per un totale di 9 persone.

L'obiettivo di entrambi i focus group era capire quali figure emergenti fossero più rilevanti, partendo dalla mappatura, e identificare i loro tratti distintivi. Ciascun partecipante ha ricevuto una canvas suddivisa in tre colonne: figure emergenti, lista di competenze e settori.

Osservando la mappatura, ogni partecipante ha selezionato le tre figure che riteneva più rilevanti, cercando contemporaneamente di definirne le cinque principali competenze e i possibili settori in cui inserirsi.

L'analisi delle canvas, unita alle discussioni tra i partecipanti, ha portato ad ulteriori aggiornamenti della mappatura. Si è concluso che il virtual interaction designer è più una competenza dell'experience designer che una figura separata. Allo stesso modo, l'instructional designer è emerso come una competenza dell'HR designer. La figura del data and computational designer è stata esclusa, poiché considerata molto tecnica, simile al disegnatore CAD o al renderista. Tutti i partecipanti hanno concordato all'unanimità che il prompt design rappresenterà una competenza trasversale, oltre a definire una figura a sé stante.

4. QUESTIONARIO SOTTOPOSTO A IMPRESE E PROGETTISTI OPERANTI IN ITALIA

La mappatura delle figure emergenti, aggiornata con i risultati del focus group, ha permesso di stilare le domande per il questionario a imprese e progettisti con codice Ateco 74.10.

Quali sono, tra le seguenti, le figure emergenti del designer che conosci?

[domanda a risposta multipla, max. 3 risposte]

Quali sono, tra le seguenti, le figure emergenti del designer da qui ai prossimi cinque anni?

[domanda a risposta multipla, max. 3 risposte]

L'obiettivo era ottenere dati quantitativi sulla consapevolezza delle imprese e dei progettisti riguardo alle figure emergenti nel design: in particolare, quelle che sono conosciute attualmente e quelle ritenute rilevanti nei prossimi cinque anni. I risultati indicano le figure emergenti di cui c'è maggiore consapevolezza, evidenziando al contempo le differenze di percezione tra il campione di progettisti e quello di imprese coinvolto nell'indagine.

5.3 FORMAZIONE E LAVORO

L'impostazione metodologica del capitolo 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 AFAM⁴⁸. 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'Università e della Ricerca.

Lo studio si è concentrato, infatti, solo sugli istituti di formazione superiore formalmente riconosciuti dal MUR. Di questi istituti il campo d'indagine ha riguardato i seguenti corsi di studio: laurea triennale, diploma accademico di I livello, laurea magistrale, diploma accademico di II livello, master di I livello, master di II livello.

L'analisi dei dati del sistema formativo italiano del design è stata realizzata utilizzando un criterio qualitativo sui singoli corsi di studio frequentati dagli studenti. 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, in assenza di un diploma accademico specifico per il Design, sono stati analizzati: il Dipartimento di Arti Visive (Scuola di decorazione), il Dipartimento di Progettazione e Arti Applicate

48 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

(Scuola di progettazione artistica per l'impresa e Scuola di nuove tecnologie per l'arte); 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. Emerge, infatti, la necessità, da un lato, di salvaguardare le specificità didattiche di ciascuna tipologia di istituto (Università, Accademie, ISIA e Altri istituti autorizzati a rilasciare titoli AFAM 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.

Per quanto concerne la ricostruzione dei principali esiti occupazionali dei laureati dei percorsi in Design, essa è stata possibile grazie all'integrazione dei dati derivanti dall'indagine AlmaLaurea sulla Condizione occupazionale dei Laureati degli atenei partecipanti al Consorzio e dall'analoga indagine del Politecnico di Milano sui propri laureati. I dati riportati fanno riferimento ai laureati del 2017 intervistati nel 2022 a cinque anni dal conseguimento del titolo, e non prendono in considerazione i diplomati negli istituti del

sistema AFAM, poiché questi ultimi non sono rilevati nelle indagini di AlmaLaurea e del Politecnico di Milano.

Complessivamente, nel 2017 hanno conseguito il titolo di primo livello nella classe di laurea in Design industriale (L-4) 2.080 laureati provenienti da 13 atenei italiani. Di questi, dopo cinque anni dal titolo, il 40,8% risulta aver proseguito la propria formazione iscrivendosi a un altro corso di laurea, generalmente magistrale biennale, mentre il restante 59,2% non risulta essersi mai iscritto a un altro corso di laurea. Vista la tendenza dei laureati di primo livello a proseguire la formazione e a rimandare l'entrata nel mercato del lavoro, si è deciso di concentrare l'attenzione solo sui laureati magistrali biennali nella classe di laurea in Design (LM-12): si tratta di 743 laureati del 2017, di 10 atenei italiani, intervistati a cinque anni dal conseguimento del titolo.

ISBN 9788899265984