



CORSO DI ALTA FORMAZIONE

**ARCHITETTURA PER LA MODA:
COME GLI SPAZI SI TRASFORMANO IN VALORE**

OTTOBRE '18 - GENNAIO '19

FRI
FASHION
RESEARCH
ITALY

LA FONDAZIONE

Fashion Research Italy è una Fondazione no-profit costituita dal cav. Alberto Masotti. Ha sede a Bologna in un ex impianto industriale del Gruppo La Perla, riqualificato per l'occasione attraverso l'impiego delle più moderne tecnologie per una superficie totale di 7.000 mq divenendo il primo e più grande polo didattico - espositivo nell'ambito delle discipline legate alla moda dell'Emilia Romagna.

La fondazione nasce infatti con l'obiettivo di accompagnare il Made in Italy nel proprio percorso di affermazione e innovazione anche grazie ad attività di formazione e ricerca. La stretta vicinanza con realtà professionali e accademiche di fama internazionale rende la fondazione il contesto ideale in cui specializzare le proprie competenze, per ottenere una formazione sempre innovativa e un efficace inserimento nel mercato del lavoro.



IL CORSO

L'architettura è strumento privilegiato di quei brand caratterizzati da un elevato posizionamento e che - oltre alla qualità dei propri prodotti - hanno necessità di alimentare un immaginario fatto di prestigio, stile e raffinatezza. Dagli showroom ai negozi, la moda necessita degli architetti al pari di stilisti, fotografi e modellisti. Per tali ragioni nasce il corso in architettura per la moda, con l'obiettivo di formare progettisti in grado di interpretare l'identità di un marchio per tramutarla in spazio architettonico, trasferendo quei significati di esclusività, lusso ed eleganza dall'abito all'ambiente deputato per esibirlo. Approfondendo le esigenze del mondo moda, i progettisti acquisiranno competenze spendibili nell'intero settore del lusso, maturando dimestichezza con un segmento di mercato caratterizzato da un fascino intramontabile e da continue e gratificanti opportunità di impiego. Attraverso il corso i partecipanti approfondiranno le tematiche tecniche e com-

positive della progettazione a servizio della moda, secondo un percorso composto da 130 ore di didattica frontale, 60 ore di laboratorio e numerosi interventi di professionisti di chiara fama.

Al termine del percorso formativo, agli studenti sarà inoltre garantito un tirocinio formativo all'interno di studi di architettura fra i più prestigiosi del panorama internazionale, fra i quali:

- **AMDL - MICHELE DE LUCCHI**
- **CLAUDIO SILVESTRIN ARCHITECTS**
- **DAVID CHIPPERFIELD ARCHITECTS**
- **JEAN NOUVEL DESIGN**
- **LOMBARDINI22**
- **MARCO COSTANZI ARCHITECTS**
- **CLAUDIO SILVESTRIN ARCHITECTS**
- **MVRDV**
- **OMA**
- **STUDIO ITALO ROTA**

PERIODO LEZIONI

Ottobre - Gennaio 2018

FREQUENZA LEZIONI

3 gg alla settimana

NUMERO MASSIMO ISCRITTI

25

LINGUA

Italiano

ELEMENTI DI INNOVAZIONE

- si tratta del primo corso che codifica e raccoglie un'esperienza decennale dell'architettura in ambito fashion;

- il corso offre prestigiosi sbocchi professionali a fronte di soli 3 mesi di formazione;

- il corso raccoglie e accorda strumenti didattici di differente natura (didattica frontale, laboratori, visite in azienda, lectures e tirocinio formativo);

- il corso integra competenze emergenti quali tecnologie multimediali e IOT ancora a margine dell'accademia tradizionale;

- il corso si svolge nella prestigiosa sede della Fondazione Fashion Research Italy, un esempio di recupero e riqualificazione di un ex impianto industriale - già stabilimento del Gruppo La Perla - ottenuto attraverso l'impiego delle più moderne tecnologie. La sede copre un'area di 7.000 mq, definendo nel territorio emiliano romagnolo il primo e più grande polo didattico espositivo nell'ambito delle discipline legate alla moda.

OBIETTIVI FORMATIVI

Il corso in architettura per la moda intende formare i progettisti rispetto alle dinamiche e peculiarità del fashion system. Facendo pratica su un settore esigente come la moda, i progettisti svilupperanno la capacità di rispondere brillantemente alle necessità di qualsiasi committenza, finanche in settori diversi dal fashion. Il corso si propone di offrire competenze pratiche immediatamente spendibili, garantendo una serie di rife-

rimenti culturali di eccellenza ed una rinnovata attenzione alle più moderne tecnologie di display ed esibizione dei prodotti. Attraverso un percorso presso realtà professionali di chiara fama, infine, i progettisti otterranno un efficace collegamento al mercato del lavoro.

PROFILI IN USCITA

Progettisti con particolare competenza nell'ambito retail, allestimento, brand communication e brand identity.

STRUTTURA

AMMISSIONE

L'ammissione al corso avviene tramite valutazione:

- del curriculum vitae in formato europeo;
- del portfolio;
- di una lettera motivazionale (max. 200 parole).

Per assicurare la migliore qualità della didattica ed il più efficace assorbimento dei corsisti nel mercato del lavoro, il corso sarà a numero chiuso (min. 10, max. 25 studenti), erogato in italiano e rivolto a laureati che abbiano ottenuto la laurea specialistica in scienze dell'architettura od altro titolo equipollente, entro la data di termine delle iscrizioni (05/10/2018).

La commissione, a fronte della valutazione preliminare, unitamente agli esiti di un eventuale colloquio, può ammettere studenti con titoli di studio differenti dalle classi LM-03, LM-04, LM-10, LM-11, LM-12.

130 h DIDATTICA FRONTALE

IL SISTEMA DELLA MODA 10 h *Modelli produttivi e modelli culturali*

Simona Segre Reinach, Professoressa associata Dipartimento di Scienze per la Qualità della Vita UNIBO

VETRINE E VISUAL MERCHANDISING 10 h *Il dialogo fra prodotto e Consumatore*

Gianluca Di Molfetta, Visual Merchandiser Elisabetta Franchi
Lezione speciale e visita all'azienda Bonaveri
Andrea Bonaveri, Presidente

CASE HISTORY 16 h

Casi di successo ed esempi di architetture a servizio della moda
Caterina Lunghi, Giornalista, Lecturer e Course Leader Istituto Marangoni, Naba e Domus Academy

DAL BRAND AL PROGETTO 12 h

Come l'identità di marca si traduce in spazio architettonico
Domenico D'Alessio, Direttore FUD-Lombardini22 Brand Making Factory

PROGETTAZIONE TECNICA PER LA MODA 16 h

Caratteristiche distributive e funzionali per showroom e retail
Marco Costanzi, Direttore Marco Costanzi Architects

TECNOLOGIE COSTRUTTIVE PER LA MODA 16 h

Finiture costi e scelte costruttive per il retail
Paolo Castelli, Presidente PAOLO CASTELLI S.p.A.

IMMERSIVE STORYTELLING FOR FASHION 12 h

Audio, video, immersività, IOT e nuovi strumenti digitali a servizio dell'architettura
Andrea Gion, Head of Production Senso

IL PROGETTO DELLA LUCE 14 h

Mettere in scena il prodotto moda
Roberto Fuser, Direttore Sviluppo Estero Esse-ci s.r.l.

FASHION EVENT & VISUAL DISPLAY 12 h

L'allestimento temporaneo per la moda
Carlotta Tonon, Architecture PR and Critic

EXPERIENCE DESIGN 12 h

Il fruitore al centro del progetto
Livia Tani, Project Leader Ateliers Jean Nouvel

SPECIAL LECTURES

IL CLUB CAVALLI / Italo Rota - STUDIO ITALO ROTA, Milano

GLI EPICENTRI E LA FONDAZIONE PRADA / Ippolito Pestellini Laparelli - OMA, Rotterdam

LE BOUTIQUE ARMANI / Claudio Silvestrin - CLAUDIO SILVESTRIN ARCHITECTS, Londra

LA CRYSTAL HOUSE DI CHANEL / Gijs Rikken - MVRDV, Rotterdam

CHANEL PAVILION BY ZAHA HADID / Melodie Leung - ZAHA HADID ARCHITECTS, Londra

BOUTIQUE MOSCHINO / Davide Angeli - aMDL Michele De Lucchi, Milano

PROGETTAZIONE È INNOVAZIONE / Nicola Scarano - FOSTER + PARTNERS, Londra

DAVID CHIPPERFIELD ARCHITECTS PER BALLY, BRIONI, VALENTINO, SSENSE / Giuseppe Zampieri - DAVID CHIPPERFIELD ARCHITECTS, Milano

LE BOUTIQUE MAX MARA / Duccio Grassi - founder DUCCIO GRASSI ARCHITECTS, Reggio Emilia

60 h LABORATORIO

Progettazione di una **BOUTIQUE FURLA**. Docente laboratorio: Giuseppe Zampieri, Fondatore, Direttore della Progettazione e Socio di David Chipperfield Architects, Milano

TIROCINIO FORMATIVO

Al termine di laboratori e didattica frontale, entro 3 mesi dal termine delle lezioni, ai partecipanti sarà data la possibilità di svolgere un periodo di formazione all'interno di studi di fama internazionale, particolarmente orientati nell'ambito della progettazione per il fashion:

AMD L - MICHELE DE LUCCHI (Ferrara)
ANTONIO RAVALLI ARCHITETTO (Ferrara)
CLAUDIO SILVESTRIN ARCHITECTS (Londra)
DAVID CHIPPERFIELD ARCHITECTS (Milano)
DIVERSERIGHI STUDIO (Bologna)
DUCCIO GRASSI ARCHITECTS (Reggio Emilia)
JEAN NOUVEL DESIGN (Parigi)
LOMBARDINI22 (Milano)
MARCO COSTANZI ARCHITECTS (Imola)
MVRDV (Rotterdam)
OMA (Rotterdam)
OPEN PROJECT (Bologna)
PAOLO CASTELLI S.P.A. (Bologna)
STUDIO ITALO ROTA (Milano)
ZAHA HADID ARCHITECTS (Londra)

CALENDARIO

Apertura iscrizioni 18 Giugno 2018

Chiusura iscrizioni 05 Ottobre 2018

Pubblicazione graduatoria provvisoria 15 Ottobre 2018

Termine versamento quota di iscrizione 19 Ottobre 2018

Pubblicazione graduatoria definitiva 22 Ottobre 2018

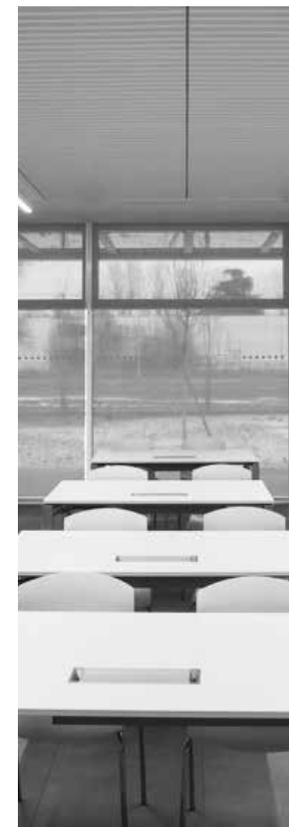
Avvio lezioni 29 Ottobre 2018

Chiusura lezioni Gennaio 2019

Avvio Tirocinio formativo entro Aprile 2019

FREQUENZA

3 giorni a settimana



130 h DIDATTICA FRONTALE

IL SISTEMA DELLA MODA

Modelli produttivi e modelli culturali

10 h

Prendendo le mosse da una vera e propria esplorazione antropologica della moda moderna e contemporanea, il corso si orienta a fornire agli studenti le conoscenze base della disciplina moda e del fashion system. Attraverso un approfondimento dei punti di svolta più significativi della storia del fashion, il corso analizza l'intera struttura della filiera moda, soffermandosi con particolare attenzione sulle inevitabili implicazioni che le innovazioni tecniche e le svolte culturali e sociali hanno imposto negli ambiti della produzione, nella rappresentazione mediatica dei brand e nelle modalità di consumo.



docente

SIMONA SEGRE REINACH

Professoressa associata Dipartimento di Scienze per la Qualità della Vita, UNIBO

Professore associato presso l'Università di Bologna, svolge le sue ricerche nell'ambito dell'antropologia culturale e della sociologia economica e del lavoro. Gli interessi di ricerca sono rivolti in particolare alla globalizzazione della moda e alle sue forme di rappresentazione. Impegnata in progetti di ricerca nazionali e internazionali, è autrice di numerose pubblicazioni in Italia e all'estero, tra cui: *Mode in Italy. Una lettura antropologica* (Guerini 1999), *La moda. Un'introduzione* (Laterza 2005 e 2010), *Orientalismi* (Meltemi 2006), *Un mondo di mode*

(Laterza 2011), *Making Fashion in Multiple Chinas. Chinese Styles in the Transglobal Landscape* (con Wessie Ling, Tauris 2017). Siede nei comitati scientifici di riviste di teoria della moda, quali "Fashion Theory", "Cultural Studies in Fashion and Beauty", "Zonemoda Journal" e "International Journal of Fashion Studies". Ha curato diverse mostre tra cui *Italia-Brasile l'Arte dell'Incontro* (Piacenza 2011), *80s-90s Facing Beauties. Italian Fashion and Japanese Fashion at a Glance* (Rimini 2013), *Jungle. L'Immaginario animale nella moda* (Torino Venaria Reale 2017). Sulla curatela della moda ha pubblicato un volume dal titolo *Exhibit! La moda esposta. Lo spazio della mostra e lo spazio della marca* (con Luca Marchetti, Mondadori Pearson 2017).

VETRINE E VISUAL MERCHANDISING

Il dialogo fra prodotto e Consumatore

10 h

Nell'ambito di boutique e negozi la vetrina assume un ruolo fondamentale nella relazione con il consumatore: è il più fondamentale momento di incontro con il pubblico, la prima esperienza che il consumatore fa del brand, la membrana che determina la divisione fra interno ed esterno. Nel corso degli anni le vetrine hanno subito numerosi cambiamenti e trasformazioni, ma restano fra gli elementi più delicati nella progettazione del fashion store. Il dialogo del negozio e fronte strada, il tipo di dialettica da definirsi col consumatore non è solo risultato delle particolari caratteristiche del brand, ma pure della singola collezione, stagione o momento della comunicazione aziendale. Attraverso il corso gli studenti apprenderanno da professionisti di settore le principali istanze nella progettazione/allestimento di una vetrina, comprendendone il significato ed acquisendo una serie di nozioni necessarie per impostare un racconto della moda raffinato ed avvincente.



docente
GIANLUCA DI MOLFETTA
Visual Merchandiser Elisabetta Franchi

Visual Merchandiser da quasi vent'anni, Gianluca di Molfetta inizia la sua carriera come Art Director realizzando allestimenti e progettazioni site-specific per collezioni e stand fieristici tra Milano e Prato. È Art Visual Merchandiser di Luisa Via Roma a Firenze dal 2001 al 2010, boutique per la quale studia e realizza l'intero allestimento collezioni e accessori. È inoltre Art Director di Opificio JM e Visual Merchandiser di Playground. Ha collaborato come Visual Merchandiser Freelance per alcuni dei più significativi appuntamenti del fashion e del

design, come: Pitti Immagine – Firenze, MACEF/HOMI – Milano, White – Milano, Salone del Mobile – Milano. Dal 2014 è Responsabile Visual Merchandiser di Betty Blue SpA – Elisabetta Franchi, per la quale gestisce, organizza e progetta vetrine e allestimenti sia delle boutique monomarca in Italia, che dei franchising esteri.

CASE HISTORY

Casi di successo ed esempi di architetture a servizio della moda

16 h

Il corso si orienterà a dotare gli studenti di una serie di riferimenti tecnici e culturali utili allo sviluppo della propria creatività. Attraverso una serie di analisi di architetture realizzate (effettuate anche grazie all'intervento dei relativi progettisti), gli studenti otterranno una panoramica delle principali e più famose architetture a servizio della moda e dello shopping:

- Studio Italo Rota;
- OMA;
- Claudio Silvestrin Architects;
- MVRDV;
- Zaha Hadid Architects;
- aMDL - Michele De Lucchi;
- Foster + Partners;
- David Chipperfield Architects;
- Duccio Grassi Architects.



docente
CATERINA LUNGI
Giornalista, Lecturer e Course Leader Istituto Marangoni, Naba e Domus Academy.

Nata e cresciuta a Lecco sul Lago di Como, si è laureata in Lettere Moderne all'Università Cattolica di Milano, indirizzo Comunicazione e Media e poi un Master in "Critica e organizzazione di eventi cinematografici" presso l'Alta Scuola di Specializzazione della stessa Università. Attratta dagli Stati Uniti, ha vissuto a New York e Los Angeles, frequentando corsi di comunicazione presso la Columbia University e scrivendo di moda, celebrities e real estate per diversi magazine italiani, da "D la Repubblica delle Donne" a "Gentleman". Caterina oggi scrive per ElleDe-

cor.it, insegna presso le scuole internazionali Domus Academy, NABA e Istituto Marangoni ed è consulente per Rizzoli – Progetti Editoriali Speciali. Tra le sue interviste: Renzo Piano, Iris Apfel, Tom Dixon, Lee Broom, Paola Antonelli – Senior Curator MoMA, Andrew Bolton, Curatore del Costume Institute del Met. Dal 2018 collabora con la Fondazione Fashion Research Italy come contributor dell'online magazine Fashion Journal. Monitora e racconta i mondi di moda, architettura e cinema con il punto di vista della loro sempre più stretta collaborazione e con la chiave dell'identità del brand, da tradurre nello spazio digitale così come in quello fisico. Ecco il retail che diventa sempre più spettacolo e la moda si affida all'architettura per trasportare la propria narrazione in spazi fisici dal forte coinvolgimento.

DAL BRAND AL PROGETTO

Come l'identità di marca si traduce in spazio architettonico

12 h

Il corso si propone di percorrere i nodi chiave per l'avviamento di un corretto processo di interpretazione di un marchio o di un prodotto. Attraverso sessioni dal taglio anche laboratoriale, lo studente sperimenterà i processi di analisi, comprensione e sintesi alla base del processo di traduzione architettonica di un brand. Il corso chiamerà gli studenti ad offrire identità spaziale ad una specifica marca, guidandone la lettura nell'identificazione dei valori utili alla migliore definizione dello spazio architettonico. Grazie al corso, agli studenti sarà trasmesso un metodo di relazione con la committenza utile alla conduzione di scelte consapevoli, coerenti al prodotto e volte ad enfatizzarne lo specifico immaginario.



docente
DOMENICO D'ALESSIO
Direttore FUD-Lombardini22
Brand Marketing Factory

Laureato in Communication Design al Politecnico di Milano, Specializzato in Sistemi di Comunicazione Integrata per aziende e istituzioni, ha ricoperto il ruolo di direttore e docente in Communication Design nel Master IED in Brand Design. Ha fatto parte del corpo docente del Laboratorio di "Concept Design" e del Corso monodisciplinare di "Culture Visive" al Politecnico di Milano, Facoltà del Design. Considera l'attività accademica imprescindibile per la costruzione di nuove architetture concettuali, base fondamentale per il buon design

d'innovazione. È Co-Fondatore e Direttore di FUD Brand Making Factory, società del Gruppo Lombardini22, dedicata al Physical Branding e al Communication Design (www.fudfactory.it), e gestisce tutti gli aspetti del workflow progettuale dall'ideazione del business, al progetto del concept, dalla strategia comunicativa alla produzione dell'esecutivo, curando ogni singolo aspetto del processo progettuale, avendo cura del rapporto con fornitori, collaboratori, produttori ma soprattutto clienti.

PROGETTAZIONE TECNICA PER LA MODA

Caratteristiche distributive e funzionali per showroom e retail

16 h

Il corso si orienterà ad offrire una panoramica relativa al mondo del retail: dal concetto di Mass Market al progetto "one off". Affrontando i principali nodi chiave relativi alla filiera, alla grande distribuzione fino al mercato del lusso, saranno identificate e rappresentate le diverse tipologie degli spazi per il commercio (concept store, pop up store, ecc.) con particolare evidenza dei criteri dimensionali e delle buone pratiche di progettazione e valorizzazione della merce. Sempre animato da una particolare sensibilità verso metodologie di realizzazione tecnica dell'idea, il corso offrirà anche uno spaccato sul concetto di omnicanalità, legando l'esperienza dello spazio architettonico al mondo web.



docente
MARCO COSTANZI
Direttore Marco Costanzi Architects

Consegue la laurea in Architettura all'Università degli Studi di Firenze con la tesi "Il rapporto tra interno e esterno nella architettura giapponese". Dal 1992 fino al 2005 porta avanti l'attività professionale con Rita Bedeschi. Nel 2005 fonda lo studio Marco Costanzi Architect ad Imola. Nel 2015 apre uno studio a Roma per seguire il progetto Fendi Palazzo della Civiltà Italiana. Opera prevalentemente nel settore residenziale e commerciale con particolare attenzione per abbigliamento, accessori e prodotti di lusso in Italia e nel resto del mondo come Elie Saab, Sergio Rossi, Rimowa, Philippe Model Paris, Ca-

sadei, Fendi, Dolce e Gabbana, La Rinascente. Ha inoltre sviluppato prodotti di design per Viabizzuno e Fendi Casa.

TECNOLOGIE COSTRUTTIVE PER LA MODA

Finiture, costi e scelte costruttive per i fashion brands

16 h

Il corso si orienterà ad offrire ai progettisti una specifica competenza rispetto a materiali e tecnologie costruttive di alta qualità finalizzate al progetto retail. A tale fine saranno previste la presentazione di diverse linee di prodotto, valutandone caratteristiche, performance e possibilità di impegno, con un costante riferimento ai costi ed alle metodologie di inserimento nel progetto architettonico. Il corso verrà condotto percorrendo l'esperienza della Paolo Castelli spa, percorrendo le fasi salienti dell'organizzazione/realizzazione di un progetto retail, raccontato secondo la preziosa esperienza di un general contractor.



docenti
Paolo Castelli S.p.A.

Paolo Castelli Spa è un'azienda italiana che opera in tre diversi settori, il general contracting, international design furniture, fine furniture e artistic lighting. Realtà dinamica e flessibile, in grado di anticipare le nuove esigenze del mercato, tra alto artigianato e produzione industriale, gestisce progetti chiavi in mano in tutto il mondo, realizzando ristrutturazioni, forniture di arredi su progetto per residenze private, biblioteche, aeroporti, hotel, musei, auditorium, uffici e settore navi da crociera e Maxi Yacht. Attraverso la creazione di forme uniche e inconfondibili, Castelli è un punto di

riferimento costante nel panorama produttivo italiano e mondiale dell'interior design. Tra i principali progetti, la biblioteca Manica Lunga della Fondazione Giorgio Cini Onlus di Venezia, il Parc Hotel Bilià e Grand Hotel Bilià di Saint Vincent, il Fondaco dei Tedeschi di Venezia, l'Hotel Mandarin Oriental di Milano, Garage Italia, Printemps Haussmann a Parigi, Garage Italia Custom a Milano, Palazzo Italia - Expo 2015 e la UAE Embassy a Roma.

IMMERSIVE STORYTELLING FOR FASHION

Audio, video, immersività, IOT e nuovi strumenti digitali a servizio dell'architettura

12 h

Negli ultimi anni le tecnologie hanno assunto un ruolo sempre maggiore all'interno del progetto architettonico e del processo di vendita. A tale fine il modulo in Immersive Storytelling for Fashion si orienta ad offrire una panoramica delle possibilità di integrazione tecnologica utile ai progetti di exhibit e retail. Il corso presenterà le principali tecnologie messe a disposizione del mercato (display, sensoristica, mapping, lighting, IOT, touch, ecc.) enuciandone le caratteristiche di inserimento tecnico (dimensionale, hardware, software) e di costo all'interno dei progetti. Attraverso il corso gli studenti acquisiranno un importante vantaggio competitivo, sviluppando familiarità con una serie di soluzioni tecniche ad alto contenuto di innovazione ed apprendendone i meccanismi di interazione ed integrazione col progetto architettonico.



docente
ANDREA GION
Head of Production Senso

Si laurea in Conservazione dei Beni Culturali presso l'Università Ca' Foscari di Venezia e successivamente in Architettura presso IUAV. Dal 2013 inizia a esercitare sia in proprio che in collaborazione con diversi studi, occupandosi prevalentemente di visualizzazione architettonica. Nello stesso anno inizia ad occuparsi di didattica e ricerca presso IUAV, vincendo una borsa di ricerca come assegnista FSE con una tesi sul 3DMapping per i Beni Culturali e specializzandosi successivamente in strategie immersive per la fruizione e valorizzazione

del patrimonio. Dal 2015 inizia a lavorare come Head of Production presso DrawLight e Senso, aziende specializzate in esperienze immersive ad alto profilo tecnologico, mantenendo parallelamente l'attività accademica. Tra il 2016 e il 2017 ha rivestito diversi insegnamenti presso IUAV, UNIPD e UNIFE, ha fatto parte del comitato scientifico e docente del master MI-HERITAGE - Sistemi interattivi e digitali per la restituzione del patrimonio culturale e ha seguito alcune pubblicazioni di settore. Da gennaio 2017 ha in carico anche l'organizzazione di una Academy d'eccellenza in collaborazione con DrawLight e Senso.

IL PROGETTO DELLA LUCE

mettere in scena il prodotto moda

14 h

Nella progettazione del punto vendita la luce è elemento fondamentale per catalizzare l'attenzione del consumatore, guidarne il percorso di scoperta della boutique, mettere in risalto il prodotto moda. Il corso si propone dunque di integrare la riflessione sull'illuminazione all'interno del processo compositivo, al fine di ottimizzare i risultati percettivi, emozionali e prestazionali degli allestimenti. Attraverso il corso gli studenti acquisiranno una serie di conoscenze teoriche utili ad appropiarsi il progetto illuminotecnico, a comprendere e a scegliere i prodotti più adeguati in relazione al particolare intervento, avendo anche l'opportunità di fare pratica applicando simili conoscenze al progetto di laboratorio. Grazie al corso i progettisti impareranno a controllare scientificamente il fattore luminoso, garantendone la massima ottimizzazione ai fini dell'acquisto e della valorizzazione del prodotto moda.



docente
ROBERTO FUSER
Direttore Sviluppo Estero Esse-ci s.r.l.

Roberto Fuser, laureato a pieni voti in Ingegneria Edile presso l'Università degli studi di Trieste, si occupa dell'implementazione e dello sviluppo della rete dei partner internazionali, nonché del coordinamento del marketing e della direzione generale di Esse-Ci, azienda produttrice di soluzioni di illuminazione per il mercato architeturale.

FASHION EVENT & VISUAL DISPLAY

L'allestimento temporaneo per la moda

12 h

Il corso si orienta a fornire una panoramica dei principali allestimenti a servizio degli eventi moda. Il corso offrirà una sequenza di differenti case history focalizzando l'attenzione sulle tipologie di evento più frequenti (presentazioni, capsule, cruise collection, sfilate), sui budget a disposizione, sulle tempistiche, fino alle relazioni fra i differenti attori coinvolti in un allestimento temporaneo (gli architetti, i pr, i fornitori, i direttori artistici). In ultima istanza, il corso porrà particolare attenzione sulle necessità di comunicazione e racconto del progetto d'architettura, evidenziando necessità, metodologie e strumenti di rendicontazione del progetto dalle proprie fasi iniziali fino alla propria realizzazione ed eventuale pubblicazione sulle riviste di settore.



docente
CARLOTTA TONON
Architecture PR and Critic

Carlotta Tonon consegue la laurea Magistrale in Architettura presso il Politecnico di Milano nel 2009. Dal 2006 al 2007 è assistente al coordinamento editoriale per Electarchitettura. Collabora con Arnoldo Mondadori Editore dal 2007 sino al 2016 rivestendo i ruoli di editor per «Casabella» e Gallery Manager dello spazio espositivo Casabella laboratorio. Tra le esposizioni e gli happening i più rilevanti sono quelli dedicati a Carlo Scarpa, Franck Lloyd Wright, Álvaro Siza, Renzo Piano, Max Dudler, David Chipperfield, Eduardo Souto de Moura, Patricia Urquiola, Francesco Dal Co, Mi-

chele De Lucchi, Luciano Benetton, Oliviero Toscani. Ha all'attivo due pubblicazioni editoriali "Aires Mateus" (2011) e "Ville in Portogallo" (2010), edite entrambe da Electa. Dal 2016 è Senior Account per NEGRI FIRMAN PR & Communication curando il rapporto con i media per design, retail, arte, architettura, moda. Fra gli altri si distinguono i progetti di comunicazione per Driade, Armani, Dr. Vranjes Firenze, Pineider.

EXPERIENCE DESIGN

Il fruitore al centro del progetto

12 h

L'esperienza dell'individuo nello spazio architettonico non è un fattore casuale, ma può essere pianificata sulla base delle suggestioni o addirittura dei comportamenti (di osservazione od acquisto) che si intendono suscitare. Sempre più centrale nel processo di fidelizzazione e conversione di un consumatore si attesta l'esperienza che lo stesso conduce di uno specifico brand o prodotto: quali sono dunque i presupposti necessari a poter concepire uno spazio che generi esperienze significative e memorabili? Obiettivo del corso sarà fornire elementi e conoscenze utili alla costruzione di architetture rispondenti alle esigenze di comunicazione e posizionamento di qualsiasi brand o committenza, attraverso la conoscenza della psicologia dell'acquisto, dei meccanismi di distribuzione funzionale e di percezione dello spazio e del prodotto in esso collocato.



docente
LIVIA TANI
Project Leader Ateliers Jean Nouvel

Livia Tani si è laureata con lode nel 1997 presso l'Università La Sapienza di Roma ed ha conseguito un dottorato in Tecnologia dell'architettura nel 2004. Ha iniziato a collaborare con Ateliers Jean Nouvel nel 1997 per poi diventare un membro del team AJN di Roma dal 2001. Negli ultimi dieci anni si è confrontata con diversi temi progettuali, dalla progettazione alla realizzazione, tra i quali annovera: il Kilometro Rosso, il un parco scientifico e tecnologico utilizzato come quartier generale della Brembo Spa a Bergamo; il Minimetrò a Perugia, un sistema di trasporto pubblico con vetture

automatizzate ed otto stazioni; il nuovo padiglione per la fiera campionaria di Genova; la catena di montaggio della Ferrari a Maranello; la riconversione dell'ex cinema Excelsior in spazio retail per shopping di lusso per la Coin Spa.

60 h LABORATORIO

FASHION STORE

Progettazione di una boutique Furla. Docente laboratorio: Giuseppe Zampieri, Fondatore, Direttore della Progettazione e Socio di David Chipperfield Architects, Milano

Il laboratorio progettuale sarà dedicato alla definizione di una boutique FURLA. Il laboratorio rappresenterà l'occasione di sintesi pratica tramite cui testare tutte le nozioni che saranno messe a disposizione con gli altri moduli didattici, garantendo risposte strategiche a richieste tecniche mirate. Gli studenti saranno incentivati ad utilizzare un approccio olistico che dovrà considerare il progetto dal punto di vista architettonico, oltre a quello commerciale, per assecondare i desideri del brand, e quello esperienziale per massimizzare gli input da trasmettere al cliente fruitore degli spazi.



docente
GIUSEPPE ZAMPIERI
Fondatore, Direttore della Progettazione e Socio di David Chipperfield Architects, Milano

Giuseppe Zampieri, nasce a Vicenza nel 1967, dopo aver conseguito con lode la Laurea in Architettura presso l'Istituto Universitario di Architettura di Venezia (IUAV), nel 1996 entra a far parte dello studio David Chipperfield Architects di Londra, divenendo Associato nel 1999, Associato Senior nel 2000 e Direttore della Progettazione nel 2002. Dal 2004 al 2006 dirige il team di Progettazione di Concetto nello stesso studio. Nel 2006 fonda lo studio David Chipperfield Architects di Milano, con il ruolo di Amministratore e Direttore Tecnico divenendo Socio nel 2016.

In oltre 20 anni di esperienza professionale, Giuseppe ha diretto un'ampia serie di progetti internazionali di varie dimensioni, dai piani urbani a edifici pubblici e privati e ha partecipato a vari concorsi in tutto il mondo, aggiudicandosi in molte occasioni. Sin dalla fondazione dello studio milanese, Giuseppe ha diretto lo sviluppo del Concetto di negozio per alcuni marchi della moda tra cui Bally, Brioni e Valentino, nonché per rivenditori online come SSENSE, e ha inoltre condotto una serie di progetti in Italia e in Medio Oriente.

photocredits: Giovanni Gastel

TIROCINIO FORMATIVO

OMA

OMA (Office for Metropolitan Architecture) è uno studio internazionale che opera all'interno dei campi tradizionali di architettura ed urbanistica. Lo studio è guidato da 9 partner - Rem Koolhaas, Ellen van Loon, Reinier de Graaf, Shohei Shigematsu, Iyad Alsaka, David Gianotten, Chris van Duijn, Ippolito Pestellini Laparelli, Jason Long - ed ha sedi a Rotterdam, New York, Pechino, Hong Kong, Doha, Dubai e Perth. OMA ha una sua unità speculare chiamata AMO, all'interno della quale vengono sviluppati i campi di ricerca e sviluppo, branding ed editoria. AMO è stata concepita come un think-tank indipendente rispetto alla realtà operativa principale.



MVRDV

MVRDV è uno studio di architettura fondato a Rotterdam (Olanda) nel 1993 da Winy Maas, Jacob van Rijs e Nathalie de Vries. Svolge attività progettuale in tutto il mondo nel campo della progettazione architettonica ed urbana. Utilizza un approccio progettuale fortemente collaborativo, fondato sulla continua ricerca, coinvolgendo clienti, stakeholders ed esperti provenienti dai più differenti campi tecnici fin dai primi step di ogni nuovo progetto. I risultati che ottengono sono architetture esemplari, basate su progetti chiari e diretti, che consentono alle città ed ai paesaggi in cui vengono collocate di procedere verso un futuro migliore.



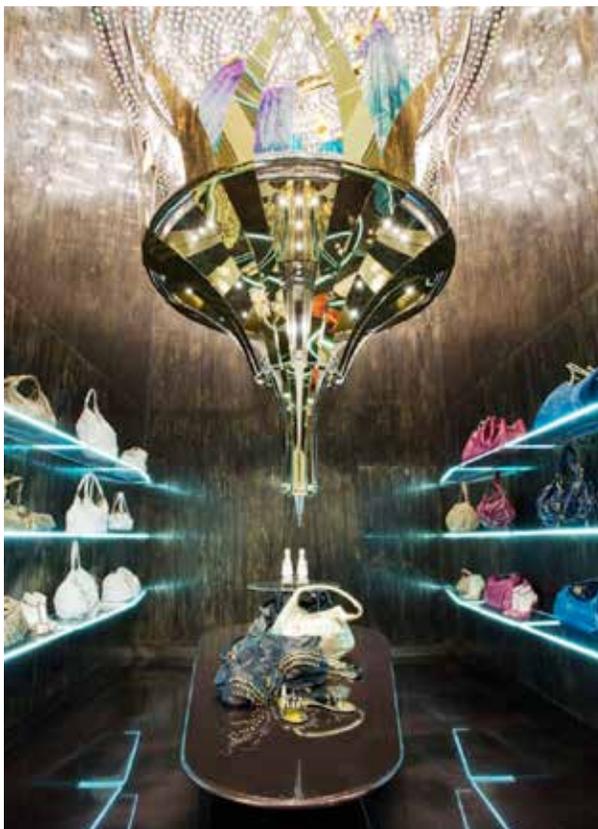
ZAHA HADID ARCHITECTS

Zaha Hadid Architects è uno studio di architettura di fama internazionale fondato da Zaha Hadid. La fondatrice ha vinto il Pritzker Architecture Prize nel 2004 ma il fondamentale apporto ai temi dell'architettura contemporanea si estende ai suoi oltre 30 anni di carriera, in cui ha sempre dato vita a progetti dinamici ed innovativi, puntando ad una sperimentazione rivoluzionaria ed alla ricerca interconnessa tra urbanistica, architettura e design. Oggi, lo studio ZHA prosegue l'azione del suo spirito guida, a tutti i livelli nei più disparati settori, creando spazi culturali, commerciali, residenziali, avendo all'attivo 950 progetti in 44 Paesi e coinvolgendo oltre 400 collaboratori di 55 differenti nazionalità.



STUDIO ITALO ROTA

Lo Studio Italo Rota, fondato dall'omonimo architetto, gestisce le complessità di grandi progetti internazionali, alle più differenti scale di dettaglio, dal product design alla progettazione di ampie aree urbane, mantenendo un sistematico intento verso una notevole ricchezza di spazi e forme. Attraverso materiali innovativi, tecnologie all'avanguardia ed una approfondita ricerca sulla luce, gli spazi proposti dallo studio mirano a risolvere le problematiche progettuali mantenendo un'intensa complessità, finalizzata a creare un'emozione nel visitatore.



LOMBARDINI22

Gruppo leader nello scenario italiano dell'architettura e dell'ingegneria, Lombardini22 opera a livello internazionale attraverso cinque brand: L22, dedicato all'architettura e all'ingegneria; DEGW, leader nella consulenza strategica sui modi di lavorare e sull'interazione fra spazio fisico e performance aziendale; FUD Brand Making Factory, specializzato in Physical Branding e Communication Design; CAP DC dedicato ai Data Center ed Eclettico, per i progetti di ospitalità. La mission di Lombardini22 è creare valore e generare fiducia nelle iniziative dei clienti e nei progetti in cui è coinvolta, per stimolare crescita e sviluppo in tutta la filiera e in tutta la comunità Real Estate. Lombardini22 realizza progetti timeless, a prova di futuro, capaci di assolvere le funzioni per cui sono stati pensati e di arricchire il mondo di cui sono parte.



JEAN NOUVEL DESIGN

Jean Nouvel Design è un team multidisciplinare impegnato nei campi della progettazione di arredi, interior design, scenografia e comunicazione grafica multimediale. L'œuvre di Jean Nouvel segue la tradizione degli architetti filosofi che considerano la progettazione come pratica olistica da esercitare ad ogni scala. Urbanista ed architetto, Jean Nouvel è anche un designer e non accetta di essere etichettato. Il suo esercizio professionale non vede differenze tra il progetto di una sedia ed il progetto di un edificio. Concepisce ogni idea come un processo creativo completo. Per ogni sfida progettuale che gli viene posta, ricerca l'oggetto "elementare" la cui forma si associa all'idea. Intende sempre offrire una risposta coerente, sia a livello culturale che tecnico, rispetto al tempo ed alla società in cui opera. Jean Nouvel ha creato JND nel 1995 per affiancare lo studio di architettura AJN (Ateliers Jean Nouvel) con progetti specifici di design. Dalla sua ideazione, JND ha dato vita a centinaia di elementi d'arredo.



DUCCIO GRASSI ARCHITECTS

Duccio Grassi Architects è uno Studio multidisciplinare di architettura, design ed interni di grande prestigio internazionale, fondato nel 1983 dal celebre architetto e designer da cui prende il nome. Pluripremiato per l'uso espressivo dei materiali, dalla pietra naturale ai tessuti, lo studio realizza ogni elemento - dall'arredo alle carte da parati - appositamente per il progetto commissionato, valorizzandolo ed elevandolo ai più alti standard di unicità. Indicativo del riconoscimento globale raggiunto negli anni è il sodalizio trentennale con il Gruppo Max Mara, che continua ancora oggi con la progettazione di fashion store nelle principali città del mondo a cui si aggiungono location esclusive per altri importanti brand tra cui Zara, Ray-Ban, Canali, Max & Co, Guess di Marciano, Penny Black e prestigiose ville private a Dubai, Dubrovnik e Porto Cervo.



CLAUDIO SILVESTRIN ARCHITECTS

Claudio Silvestrin Architects è stato fondato nel 1989 a Londra e dal 2006 ha sede anche a Milano. I progetti dello studio spaziano dai grandi complessi immobiliari, alle abitazioni e resort ad uso privato, alle gallerie d'arte e musei, ai ristoranti, fino al design dell'arredo. Lo studio vanta clienti tra cui Giorgio Armani, Calvin Klein, Giada, Anish Kapoor, Victoria Miro, Fondazione Sandretto Re-Rebaudengo, YTL Singapore, Illy Coffee, Princi. L'ultima realizzazione di Claudio Silvestrin è un fashion mall ex novo di 32.000 m² a Torino che ha aperto al pubblico a marzo 2017.



photocredits: James Morris

MARCO COSTANZI

Lo Studio Marco Costanzi è uno studio multidisciplinare prevalentemente orientato alla progettazione di architetture residenziali e commerciali. Dal 1991 si occupa di sviluppo e progettazione di concept per l'universo moda realizzando show-room e boutique di lusso in Italia e nel resto del mondo. Dal progetto preliminare allo sviluppo esecutivo, l'obiettivo dello studio è quello di restituire qualità e cura dell'idea creativa, accompagnando l'intero iter progettuale. Un linguaggio contemporaneo attento alle evoluzioni del mercato in cui una modalità progettuale flessibile predilige la sottrazione ed interviene sui vuoti a spese dei solidi. Il progetto ideale deve sorprendere ogni volta con un'idea forte che tenga conto delle esigenze del mercato oltre che dei partners e che non decada nella autocitazione a scapito della funzionalità.



DIVERSERIGHESTUDIO

DiverseRigheStudio è stato fondato a Bologna nel 2003 da Nicola Rimondi, Simone Gheduzzi e Gabriele Sorichetti. Lo scopo della ricerca multidisciplinare dello studio è quello di dare una forma alla relazione tra le diverse conoscenze creando un dialogo continuo tra la teoria e la pratica architettonica. La composizione è pensata come una relazione dinamica tra il tema ed il programma funzionale. Tramite l'utilizzo di un metodo rigoroso, viene ossessivamente sperimentata la relazione della forma connessa alla metafora della composizione. La pratica operativa dello studio è intesa come un ciclo senza fine, considerando ogni progetto come parte di una visione organizzativa più grande.



OPEN PROJECT

Fondata nel 1984, Open Project è una struttura multidisciplinare, organizzata per sviluppare tutti gli aspetti dei progetti di architettura e ingegneria, dal concept al controllo della realizzazione. L'approccio multidisciplinare di Open Project affronta le trasformazioni che coinvolgono il processo del costruire oggi. Per OP il progetto non si limita al solo intervento tecnico-architettonico: un elemento essenziale diviene la capacità di correlare la complessità degli aspetti economici e di mercato con l'esperienza progettuale così da organizzare gli interventi in aree urbane di riconversione e riqualificazione secondo strategie integrate di pianificazione, ottimizzando le risorse disponibili.



ANTONIO RAVALLI ARCHITETTO

Lo Studio Antonio Ravalli Architetto è nato nel 1992 dall'omonimo fondatore. Si interessa essenzialmente dei processi di trasformazione del paesaggio urbano e territoriale sia alla macroscala, dove l'architettura ha la possibilità di indagare e tentare di dare una risoluzione alle diverse condizioni del reale, sia alla microscala. Progetta e realizza interventi urbani complessi in Italia e all'estero dove cerca di far convivere le istanze del mercato esplorando la possibilità di riappropriazione e riqualificazione delle zone grigie. Ha una particolare predilezione per la valorizzazione degli interstizi tra le infrastrutture della città moderna, riuscendo a proporre strategie polifunzionali che rispondono alle esigenze commerciali generando showroom e spazi retail dal forte valore iconico.



DAVID CHIPPERFIELD ARCHITECTS

Sin dalla sua fondazione nel 1985, David Chipperfield Architects ha sviluppato un corpus internazionale e diversificato di opere che include progetti culturali, residenziali, commerciali, per il tempo libero e civici, oltre a pianificazione generale. Tra i musei e le gallerie, i progetti spaziano da collezioni private, come il Museo Jumex a Città del Messico, a istituzioni pubbliche, come il Neues Museum, restaurato a Berlino. Uffici a Londra, Berlino, Milano e Shanghai contribuiscono alla vasta gamma di progetti di David Chipperfield Architects. I progetti in corso includono un nuovo edificio per la Kunsthhaus di Zurigo in Svizzera; il restauro della Neue Nationalgalerie a Berlino; una torre a uso misto che si affaccia su Bryant Park a New York; la James Simon Galerie, il nuovo edificio d'ingresso all'Isola dei Musei di Berlino; e un quartier generale per la compagnia coreana Amorepacific a Seoul. David Chipperfield Architects ha vinto oltre 100 premi e menzioni internazionali per l'eccellenza del design, tra cui la Royal Institute of British Architects (RIBA), la Royal Fine Art Commission (RFAC) e l'American Institute of Architects (AIA), oltre al RIBA Stirling Prize in Nel 2007, e il Premio dell'Unione europea per l'architettura contemporanea - Premio Mies van der Rohe nel 2011.

photocredits: Santi Caleca



aMDL - MICHELE DE LUCCHI

Fondata nei primi anni Ottanta da Michele De Lucchi, aMDL ha sede in Brera, nel centro del design district di Milano. Lo studio è formato da uno staff di circa 30 professionisti con differenti background culturali e professionali. Si occupa di progetti di natura e scala differenti dall'urbanistica, all'architettura, al disegno di interni e di prodotti, agli allestimenti di mostre, musei e spazi commerciali, fino alla grafica e alla corporate identity, per committenze nazionali e internazionali, enti pubblici e clienti privati. Ciascun progetto viene affrontato nella sua globalità con un approccio multidisciplinare e prestando particolare attenzione all'evoluzione della società contemporanea, all'innovazione tecnologica e al rispetto per l'ambiente.



PAOLO CASTELLI S.P.A.

Paolo Castelli Spa è un'azienda italiana che opera in tre diversi settori, il general contracting, international design furniture, fine furniture e artistic lighting. Realtà dinamica e flessibile, in grado di anticipare le nuove esigenze del mercato, tra alto artigianato e produzione industriale, gestisce progetti chiavi in mano in tutto il mondo, realizzando ristrutturazioni, forniture di arredi su progetto per residenze private, biblioteche, aeroporti, hotel, musei, auditorium, uffici e settore navi da crociera e Maxi Yacht. Attraverso la creazione di forme uniche e inconfondibili, Castelli è un punto di riferimento costante nel panorama produttivo italiano e mondiale dell'interior design. Tra i principali progetti, la biblioteca Manica Lunga della Fondazione Giorgio Cini Onlus di Venezia, il Parc Hotel Bilià e Grand Hotel Bilià di Saint Vincent, il Fondaco dei Tedeschi di Venezia, l'Hotel Mandarin Oriental di Milano, Garage Italia, Printemps Haussmann a Parigi, Garage Italia Custom a Milano, Palazzo Italia – Expo 2015 e la UAE Embassy a Roma.



REGOLAMENTO DEL CORSO

I. INDICAZIONI GENERALI

1. il corso è erogato in lingua italiana;
2. il corso è a numero chiuso (max 25 studenti) e si accede su selezione (i criteri di selezione sono riportati al cap. III AMMISSIONE);
3. il corso è svolto presso le sedi di Fashion Research Italy in via del Fonditore 12 a Bologna;
4. la fondazione si riserva il diritto di effettuare modifiche al calendario e al programma dei corsi per il migliore svolgimento degli stessi. Tali eventuali modifiche saranno preventivamente comunicate agli studenti;
5. il corso si compone di n. 4 parti:
 - A. Didattica frontale - 130 ore;
 - B. Special Lectures;
 - C. Laboratorio - 60 ore;

D. Tirocinio Formativo

6. per lo svolgimento del periodo di formazione in azienda è indispensabile:
 - A. il completamento dell'attività di laboratorio (certificata dal titolare del corso);
 - B. la frequentazione di almeno il 75% delle lezioni del modulo di didattica frontale;
7. l'assegnazione degli studenti alle differenti strutture professionali per l'esperienza in azienda è determinata univocamente e a discrezione della Fondazione, tenute anche presenti le disponibilità degli studenti e delle strutture ospitanti;
8. gli studenti possono rinunciare al periodo di formazione in azienda (tirocinio formativo);
9. il periodo di formazione in azienda (tirocinio formativo) è

attivato entro max. mesi 3 dalla chiusura delle lezioni;

10. il corso rilascia un attestato di frequenza;
11. per il rilascio degli attestati di frequenza è indispensabile:
 - A. il completamento dell'attività di laboratorio (certificata dal titolare del corso);
 - B. la frequentazione di almeno il 75% del modulo di didattica frontale;
12. per informazioni relative al corso sarà possibile rivolgersi al coordinatore all'indirizzo: studenti@fashionresearchitaly.org

II. REQUISITI

1. conoscenza della lingua italiana;
2. conoscenza pre-intermedia della lingua inglese (almeno livello B1);
3. è richiesta Laurea specialistica in scienze dell'architettura o altro titolo equipollente, entro la data di termine delle iscrizioni (05/10/2018).

La commissione, a fronte della valutazione preliminare, unitamente agli esiti di un eventuale colloquio, può ammettere studenti con titoli di studio differenti dalle classi quivi riportate: LM-03, LM-04, LM-10, LM-11, LM-12.

4. completamento della procedura di iscrizione come da cap. IV. ISCRIZIONE;
5. regolare contribuzione dei diritti di segreteria e della quota di iscrizione. Per gli

studenti già candidatisi e non ammessi/rinunciatisi rispetto alla precedente edizione del corso, è previsto uno sconto del 50% relativo alla quota di diritti di segreteria. Lo stesso è utilizzabile:

- A. In caso di pagamento attraverso PayPal tramite un codice sconto, utilizzabile una sola volta, in fase di pagamento prima di effettuare il versamento. Per richiedere il codice inviare un'email al coordinatore (studenti@fashionresearchitaly.org).
- B. In caso di pagamento attraverso bonifico bancario, riconoscere l'importo ridotto (euro 25) indicando nella causale di pagamento "diritti di segreteria agevolati corso; nome e cognome studente; titolo del corso" (es. per studente Mario Rossi al corso di Architettura per la moda: "diritti di segreteria agevolati corso; Mario Rossi; Architettura per la moda");

III. AMMISSIONE

1. le candidature saranno valutate da una commissione giudicatrice che assegnerà un punteggio fra i 60 e i 100 p.ti per ciascun candidato;

2. la commissione giudicatrice è nominata dalla Fondazione Fashion Research Italy;

3. il giudizio della commissione giudicatrice è insindacabile;

4. il punteggio si compone attraverso i seguenti criteri:

- A. portfolio (max 50 p.ti);
- B. curriculum vitae (max 30 p.ti);
- C. lettera motivazionale (max 20 p.ti);

5. sulla base dei punteggi attribuiti, è redatta una graduatoria provvisoria pubblicata presso l'area riservata di ciascun candidato. Al corso accedono i migliori 25 candidati secondo i punteggi descritti al

p.to 4 del presente capitolo;

6. agli studenti posizionati fra il 1° ed il 10° posto (compreso) sarà garantita una borsa di studio a copertura totale della quota di iscrizione. La borsa di studio è attribuita in maniera univoca ai primi 10 candidati. Ove uno di questi dovesse ritirarsi, la stessa non potrà essere riassegnata ad ulteriori candidati;

7. i candidati posizionati fra l'11° ed il 25° posto (compreso) saranno ammessi al corso fatto salvo il pagamento della quota di iscrizione;

8. i candidati dal 26° posto non saranno ammessi al corso, ma potranno essere ripescati a fronte del ritiro di altri candidati non borsisti. Sarà premura del coordinatore contattare (entro 7 giorni dalla pubblicazione della graduatoria provvisoria) i singoli candidati in caso di ripescaggio;

9. sulla base delle adesioni ed eventuali ripescaggi, entro 7 giorni dalla pubblicazione della graduatoria provvisoria, è pubblicata la graduatoria definitiva (consultabile presso l'area riservata di ciascun candidato);

10. ciascuno studente ammesso sarà contattato dal coordinatore del corso nei primi giorni successivi alla pubblicazione della graduatoria provvisoria per confermarne l'adesione;

11. in caso di parimerito in graduatoria tra due candidati della stessa età, avrà diritto di precedenza chi ha per primo finalizzato il versamento dei diritti di segreteria (in base alla data di ordine di pagamento eseguito tramite sistema di pagamento elettronico attivo sul sito, secondo quanto descritto ai p.ti 1 e 5 del cap. IV ISCRIZIONE);

12. la commissione potrà eventualmente richiedere allo studente la partecipazione a un colloquio motivazionale;

13. la data del colloquio motivazionale sarà concordata dal coordinatore del corso, in accordo con lo studente e in ogni caso svolta presso la sede di Fashion Research Italy in Via del Fonditore 12 a Bologna;

14. qualora uno studente convocato non dovesse presentarsi all'eventuale colloquio, verrà automaticamente escluso dalla selezione;

15. gli studenti dovranno presentarsi all'eventuale colloquio muniti di un documento di identità.

IV. ISCRIZIONE

1. accedere al sito <http://edu.fashionresearchitaly.org>;

2. compilare la scheda anagrafica inserendo tutti i campi obbligatori;

3. al termine della procedura di registrazione si riceverà una mail (verificare eventualmente in spam) contenente username, password e un link; aprire il link per confermare la registrazione;

4. accedere all'area riservata, con gli username e password attivati, e scegliere il corso rispetto al quale si intende completare l'iscrizione;

5. versare la quota di euro 50 a titolo di diritti di segreteria, indicando il seguente oggetto "diritti di segreteria corso; nome e cognome studente; titolo del corso (es. per studente Mario Rossi al corso di Architettura per la moda: "diritti di

segreteria corso; Mario Rossi; Architettura per la moda"); verificare possibilità di accedere alle agevolazioni previste al cap. Il pt.5;

6. sono richiesti:

- A. copia digitale di un documento di identità valido;
- B. copia digitale del codice fiscale;
- C. portfolio;
- D. CV (preferibilmente formato europass);
- E. lettera motivazionale (200 parole max);
- F. pagamento quota di euro 50 a titolo di diritti di segreteria tramite sistema di pagamento elettronico attivo sul sito <http://edu.fashionresearchitaly.org>;

I file caricati dovranno essere in formato jpg o PDF e le dimensioni di max 25 MB;

7. caricati i documenti necessari, la domanda di iscrizione sarà completata e presa in valutazione dallo staff di FRI;

8. terminato lo scrutinio delle candidature, il giorno della pubblicazione della graduatoria provvisoria i candidati potranno valutare il proprio stato in relazione al punteggio ottenuto, effettuando l'accesso alla propria area riservata:

- A. AMMESSO CON BORSA;
- B. AMMESSO si attiverà un ulteriore campo per il caricamento della ricevuta di disposizione di bonifico relativa alla quota di iscrizione di euro 3.000/00 (tremila, 00) comprensiva dell'imposta di bollo;
- C. NON AMMESSO

Si invitano gli studenti a valutare attentamente il proprio posizionamento nella graduatoria provvisoria a motivo di possibili ripescaggi;

9. in caso di ammissione senza borsa, gli studenti saranno tenuti:

- A. a versare la quota di iscrizione di euro 3.000/00 (tremila, 00), compres-

va dell'imposta di bollo, in un'unica rata entro il 19/10/2018 indicando la seguente causale "iscrizione corso; nome e cognome studente; titolo del corso" (es. per studente Mario Rossi al corso di Architettura per la moda: "diritti di segreteria corso; Mario Rossi; Architettura per la moda");

- B. a caricare la ricevuta di disposizione di bonifico presso la propria area web riservata entro il 19/10/2018;

10. il mancato riconoscimento della quota di iscrizione comporta l'esclusione dal corso;

11. la quota di iscrizione (euro 3.000) deve essere riconosciuta attraverso bonifico bancario all'IBAN IT 39 V 03273 02400 000600102764 (Credito di Romagna), beneficiario Fondazione Fashion Research Italy.

V. NOTE

1. il presente documento, nella propria integrità, costituisce parte dei termini e delle condizioni del servizio;

2. effettuando la registrazione, i candidati accettano termini e condizioni del servizio;

3. i diritti di segreteria e le quote di iscrizione non sono rimborsabili;

4. se uno studente rinuncia alla frequentazione del corso dopo aver riconosciuto la quota di iscrizione, la stessa non è rimborsabile;

5. la quota di iscrizione ai corsi è riconosciuta a titolo di rimborso spese per la partecipazione ai corsi;

6. i diritti di segreteria e le quote di iscrizione possono essere riconosciuti da soggetti terzi, fatta salva la corretta causale di pagamento con riferimento

allo studente, secondo quanto descritto ai p.ti 5 e 8 del cap. IV. ISCRIZIONE;

7. la fondazione non assume alcuna responsabilità per la dispersione di comunicazioni dipendente da inesatta indicazione del recapito da parte del candidato, oppure da mancata o tardiva comunicazione del cambiamento di indirizzo indicato nell'iscrizione online, né per eventuali disguidi imputabili a fatto di terzi, a caso fortuito o a forza maggiore;

8. tutti i candidati sono ammessi al corso con riserva: la fondazione provvederà successivamente a escludere i candidati che non siano risultati in possesso dei requisiti di ammissione previsti dal presente regolamento;

9. nel caso in cui, dalla documentazione presentata dal candidato, risultino dichiarazioni false o mendaci, rilevanti ai fini dell'iscrizione, ferme

restando le sanzioni penali di cui all'art. 76 del DPR n. 445 del 28 dicembre 2000, lo stesso candidato, decade dal diritto all'iscrizione e non ha diritto ad alcun rimborso per le quote pagate. Eventuali dichiarazioni false o mendaci comportano l'esposizione all'azione di risarcimento danni da parte di controinteressati.

10. l'accesso ai corsi e al tirocinio formativo può essere sospeso per motivi disciplinari o per causa di forza maggiore.

INFORMAZIONI

SEDE DELLE LEZIONI

Fondazione Fashion Research Italy
Via del Fonditore 12, 40138 Bologna
www.fashionresearchitaly.org

  @fondazionefri

COSTI

Il corso ha una quota di iscrizione di 3.000 €. Sulla base dei requisiti di ammissione, è prevista l'erogazione di **10 borse di studio a copertura totale del costo di iscrizione** per i candidati più meritevoli.

ISCRIZIONE

Le domande dovranno pervenire entro e non oltre il 05 Ottobre 2018 al coordinatore del corso Pietro Cervellati all'indirizzo: studenti@fashionresearchitaly.org. La graduatoria sarà stilata sulla base della valutazione di curriculum e lettera motivazionale. Ai corsisti che avranno partecipato almeno al 75% delle lezioni verrà rilasciato un attestato di partecipazione.

CONTATTI

Per maggiori informazioni coordinatore del corso Pietro Cervellati
T 051220086 - studenti@fashionresearchitaly.org

Bando consultabile sul sito seguendo il percorso:
www.fashionresearchitaly.org > formazione > alta formazione > architettura per la moda

PARTNERS



PAOLO CASTELLI

esse-ci
LIVING LIGHT

FURLA

David Chipperfield
Architects

BONAVERI

1° EDIZIONE NOV 2017 - GEN 2018



Gli studenti in visita al Flagship Store di Borbone a Bologna durante il Laboratorio di progettazione architettonica



Special Lecture con Melodie Leung dello studio ZAHA HADID ARCHITECTS, Londra.



Special Lecture PROGETTAZIONE É INNOVAZIONE con Nicola Scaranaro dello Studio FOSTER + PARTNERS, Londra



Special Lecture LA CRYSTAL HOUSE DI CHANEL con Giminez Ortega di MVRDV, Rotterdam



Gli studenti in visita al Flagship Store di BORBONESE a Bologna durante il Laboratorio di progettazione architettonica



Durante il Laboratorio di progettazione architettonica con GIUSEPPE DI NUCCIO Presidente e Amministratore Delegato del Brand BORBONESE



Special Lecture di DAVID CHIPPERFIELD ARCHITECTS, Milano



Lezione speciale TECNOLOGIE COSTRUTTIVE PER LA MODA: i materiali ceramici con ARIOSTEA



Special Lecture LE BOUTIQUE ARMANI con Claudio Silvestrin di CLAUDIO SILVESTRIN ARCHITECTS, Londra



Gli studenti in visita al Flagship Store di BORBONESE a Bologna durante il Laboratorio di progettazione architettonica

PROGETTI



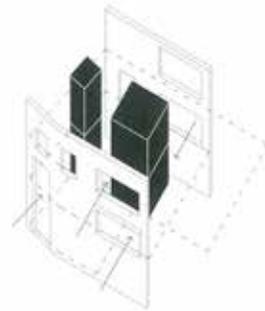
Flagship Store Borbonese di viale Matteotti, Milano Marittima
progetto di F. PAGANI



Flagship Store Borbonese di via Rizzoli, Bologna
progetto di S. BELLICCHI, I. GIZZI e A. SANTARCANGELO



Flagship Store Borbonese di via Rizzoli, Bologna
progetto di S. BELLICCHI, I. GIZZI e A. SANTARCANGELO



Flagship Store Borbonese di via Rizzoli, Bologna
progetto di R. GRASSO e I. ROSSI



Flagship Store Borbonese di viale Matteotti, Milano Marittima
progetto di F. PO, I. GIZZI e E. SIRITO

PROGETTI



Flagship Store Borbonese di via Matteotti, Milano Marittima
progetto di G. MARCON e Y. FAVARO



Flagship Store Borbonese di via Rizzoli, Bologna
progetto di R. GRASSO e I. ROSSI



Flagship Store Borbonese di via Matteotti, Milano Marittima
progetto di G. GAZZO

