

Comitato di Indirizzo - Tavolo del Design
VERBALE DI RIUNIONE
Aversa, 20 maggio 2019

Il Comitato d'Indirizzo inizia i lavori alle 15,30 e sono presenti:

Luigi Maffei, *Direttore del Dipartimento di Architettura e Disegno Industriale*

Alessandra Cirafici, *Presidente del CdS triennale in Design per la Moda*

Sabina Martusciello, *Presidente del CdS triennale in Design e Comunicazione*

Patrizia Ranzo, *Presidente del CdS Magistrale in Design per l'Innovazione*

Francesca Castanò, *delegato del processo di Qualità del Dipartimento DADI*

Maria Dolores Morelli, *delegato all'Orientamento del Dipartimento DADI*

Pasquale Argenziano, *docente dei Corsi di Design*

Alessandra Avella, *docente dei Corsi di Design*

Caterina Fiorentino, *docente dei Corsi di Design*

Daniela Piscitelli, *docente dei Corsi di Design*

Manuela Piscitelli, *docente dei Corsi di Design*

Riccardo Serraglio, *docente dei Corsi di Design*

Rosanna Veneziano, *docente dei Corsi di Design*

e gli stakeholder (*rappresentanti le principali associazioni di categoria e le istituzioni territoriali*):

Paola Arosio - *Camera Nazionale della Moda (in collegamento telefonico)*

Gustavo Ascione - *Confindustria Caserta*

Domenico Gioia – *AIAP*

Andrea Jandoli – *ADI Campania*

Domenico Orabona - *CONFAPI Caserta*

Carlo Palmieri - *Sistema Moda Italia*

Luigi Russo - *Camera di Commercio Napoli*

Il Direttore del Dipartimento, Prof. Luigi Maffei, dà il benvenuto ai convenuti e introduce l'Ordine del Giorno aprendo la discussione con il confronto sui percorsi formativi del Dipartimento e sugli sbocchi professionali del designer in tutte le sue declinazioni.

La Prof. Patrizia Ranzo presenta la filiera dei percorsi di Laurea di base costituiti dai corsi triennali in "Design e Comunicazione" e "Design per la Moda" che possono proseguire con il biennio Magistrale in "Design per l'Innovazione" e che, oggi, si concludono con il grande progetto di "Officina Vanvitelli", nato per favorire l'autonomia dei giovani talenti, promuovere la ricerca e rafforzare il dialogo con le aziende.

L'invito agli stakeholder è quello di fornire consigli e suggerimenti sulle esigenze e sulle aspettative del territorio da far confluire anella organizzazione dei corsi di studio. Le aziende, infatti, molto più dell'università hanno il polso delle esigenze del territorio, delle necessità formative e delle eventuali carenze che riscontrano nei nostri laureati.

Mentre scorrono le schermate dal sito per consentire l'esatta esplicitazione del Corso la Prof. Sabina Martusciello illustra il carattere del CdS in "Design e Comunicazione". In prima istanza sottolinea l'importanza del tirocinio curriculare integrato con la tesi quale concreta opportunità di avviamento al mondo del lavoro, sia per l'integrazione dello studente nei processi produttivi dell'azienda, sia per consolidarne i rapporti. In particolare la manifestazione ERGO, organizzata in occasione di ogni seduta di laurea in Design, rappresenta il momento più evidente di questo efficace dialogo tra lo studente e il territorio, gli stakeholder di volta in volta invitati e gli enti istituzionali. Le competenze professionali che fornisce il Corso in "Design e Comunicazione" afferiscono al design di prodotto, design della comunicazione, design degli interni, percorsi che agevolano la vocazione di ogni singolo studente con l'esame a scelta e l'attività del tirocinio/tesi.

Un altro punto di forte interesse del CdS è l'attività di Orientamento e Tutorato che quest'anno ha generato un finanziamento del MIUR i cui beneficiari sono gli studenti di Design, gli allievi delle scuole, le aziende e gli enti partecipanti. L'Università Vanvitelli - CdS "Design e Comunicazione", soggetto capofila a livello nazionale, governa il Progetto [POTDESIGN educo/produco] ed è quindi auspicabile che le aziende del territorio, invitate a prendere parte a questo Tavolo di Indirizzo, possano cooperare attivamente al raggiungimento degli obiettivi previsti.

La Prof. Alessandra Cirafici presenta il Corso di Laurea triennale in "Design per la moda", unico spazio statale dell'intero sud Italia dedicato alla formazione della figura del fashion designer, che lavora sulle specificità territoriali nei tre livelli: formazione, professione e tutela dei giacimenti culturali. Il progettista per la moda già a conclusione del primo livello triennale acquisisce un'autonomia che gli consente di essere immesso nel mondo del lavoro anche senza necessariamente la specializzazione, che pure è possibile affrontare all'interno dello stesso Dipartimento. Le figure così formate hanno la possibilità sia di accedere agli Uffici stile e sia di lavorare in campo grafico alla progettazione del brand. Fin dai primi confronti con le aziende di settore, recependone appieno i suggerimenti, sono state portate all'interno di questo percorso formativo maggiori skill per le parti applicative ed è stato esteso il periodo di tirocinio a conclusione del percorso di studi prima della laurea.

Ferma restando la nostra responsabilità ed efficienza nel rispondere ai dettami ministeriali e la capacità di portare gli studenti alla giusta conclusione del percorso formativo in termini quantitativi e nel rispetto dei tempi previsti, sul piano della qualità chiediamo alle parti invitate di collaborare con noi in modo da avere un risultato consono alle aspettative del mondo del lavoro chiedendo a questo Comitato di Indirizzo:

Possiamo migliorare i nostri percorsi formativi? e se sì quali sono, in definitiva, le esigenze e le eventuali migliorie intorno alla costruzione di questa professione?

Ci sono specificità che non emergono negli aspetti organizzativi?

Stiamo costruendo un percorso formativo adatto alle esigenze del territorio?

Osservando i numeri dal rapporto stilato dal Dipartimento di Economia dell'Ateneo vanvitelliano circa le molte occasioni di lavoro per le figure del fashion e del product designer, vi sembra che si intercettino nel giusto modo tali opportunità?

Il Prof. Luigi Maffei sottolinea a tal proposito la numerosità del bacino degli studenti accolti presso il nostro Dipartimento, specificamente al Design, in cui i corsi prevedono 150 studenti per anno per ciascun corso triennale sia di Design e Comunicazione sia di Design per la Moda

La Prof. Patrizia Ranzo illustra le caratteristiche del CdS magistrale in design per l'Innovazione che sottolinea essere "sostenibile" con una ricorrenza all'interno dei manifesti dei termini: etico, sociale, sostenibilità. I tre curricula dei corsi di triennali si differenziano per offrire agli iscritti - con i percorsi in Moda, Product e Comunicazione - più campi di specializzazione, ma anche per caratterizzare maggiormente i laureati nelle professionalità successive. Come dimostra l'impegno assunto per Officina Vanvitelli che segue e reinterpreta la formula professionalizzante delle principali università e centri di ricerca nel mondo. L'obiettivo è quello di chiudere la porta alle spalle del laureato e aprire quella delle imprese. Per fare questo occorre una esatta profilatura delle figure da formare in linea con gli scenari degli attuali bisogni del territorio e delle aziende operanti al suo interno, questo sia per quanto riguarda i percorsi di laurea, sia per l'alta formazione.

Si mostrano a video i significativi dati sugli sbocchi professionali con un alto range di occupazione nelle professioni del design, come rilevate sulla base delle attuali posizioni dei nostri laureati. In particolare i molti laboratori previsti nei due anni del ciclo formativo sono premianti perché già prevedono nel corso di studi un contatto forte con le aziende, suddividendo le ore di lavoro in sede e direttamente in azienda. Un altro interessante indirizzo è dato dai corsi a scelta, previsti nel secondo anno, che introducono le tematiche più nuove come richieste dal mercato del lavoro. Dunque una formazione magistrale che risponde alle esigenze formative di base e una formazione applicata che strategicamente fa capo alle competenze presenti nel corpo docente del Dipartimento e al contributo dei Visiting Professor internazionali, intercettando le linee di ricerche innovative, oppure attingendo alle opportunità di lavoro fornite dai finanziamenti alla ricerca (Tavolo della Regione e creazione del marchio Modec), o collaborando direttamente con i settori dell'innovazione delle aziende all'interno dei loro laboratori.

La Prof. Daniela Piscitelli interviene illustrando in particolare il curriculum di Comunicazione visiva, dando risalto ai temi del brand territoriale, al design per l'emergenza, alla comunicazione etica finalizzata all'uso di visual design in modo sano, etico ed "ecologico", e questo anche sulla base delle prescrizioni descritte nella normativa internazionale. Infine sottolinea l'importanza che la comunicazione ha assunto trasversalmente ai tre curricula.

A questo punto la parola passa ai rappresentanti degli stakeholder presenti nel Comitato di indirizzo.

Gustavo Ascione - Confindustria Caserta, del polo del tessuto di arredamento di San Leucio - riconosce come questo approccio alla conoscenza sia di fondamentale importanza. Emerge, tuttavia, in campo professionale l'esigenza di trovare nei ragazzi degli operatori reali e non dei puri osservatori dei processi industriali in atti, introducendo nuove skill dettate anche dalle ricerche attualmente in corso nelle aziende. Nel caso del polo del tessuto di arredamento di San Leucio si viene da 300 anni di lavoro aziendale con brand del cliente, che fa capo a un ufficio di ricerca e sviluppo in house. Ma questo modello oggi non regge più e si deve ora lavorare sul marchio San Leucio in virtù della sua grande storia, azioni intraprese maggiormente con l'estero. Nel caso di questa azienda leuciana, il Tessuto è il prodotto, ed è fondamentale che il designer conosca la struttura del tessuto, la differenza tra trama e orditi, la struttura chimica del tessuto e che in ogni caso abbia una forte competenza sul tessuto. Da industriali si dà importanza al brand territoriale

certamente ma anche e soprattutto all'innovazione di prodotto o anche di processo. È auspicabile prevedersi un momento di confronto successivo in cui poter avanzare richieste specifiche, sulla base di quanto emerso in questo incontro.

Interventi:

P. Ranzo: istituzione di “cattedre di impresa” come a esempio la “cattedra Armani” a Milano.

Questo nelle filiera formativa istituzionale oppure in Officina V:

A. Cirafici: cooperare nell'ambito delle ricerche in cui le aziende sono coinvolte.

Paola Arosio - Camera Nazionale della Moda - ritrova nella nostra filiera un ottimo percorso che già ha portato molti risultati. Un unico suggerimento è lavorare di più sul Portfolio e sulla Presentazione dei curricula che spesso diventano l'elemento discriminante nei concorsi o nei colloqui. L'importanza della “comunicazione del sé”!

Carlo Palmieri - Sistema Moda Italia - sottolinea come già con Camera della moda si sta facendo un percorso comune sulla sostenibilità. Non è semplice cogliere le carenze di un percorso formativo ed è quindi un momento conoscitivo importante a cui altri certamente seguiranno. In passato ogni sinergia è stata prodotta grazie all'intraprendenza dei singoli attori, sia dell'università sia delle aziende, sarebbe importante, invece sul modello del nord Italia, fare sistema facendo da entrambe le parti un atto di sana autocritica in tal senso. La prima cosa è la comunicazione e la possibilità di presentare i ragazzi alle aziende nei loro profili professionali in uscita.

Quale può essere il link? Vanvitelli e imprese insieme! Lanciare insieme, a esempio, questo sistema di comunicazione attraverso un nome internazionale di grido e un incontro strategico di grande risonanza che arrivi direttamente ai manager delle risorse umane, che sono il vero punto debole di questo sistema. È un problema di corto circuito tra questi due mondi. Come fare?

Inoltre due cose sarebbero ancora da rafforzare nei percorsi formativi: una maggiore sollecitazione indirizzata agli studenti per la costituzione di imprese autonome. E poi maggiori competenze informatiche e in campo digitale.

S. Martusciello: chiede ai presenti di promuovere un incontro con le aziende rappresentate da ciascuno dei convenuti, presso le rispettive sedi o presso il Dipartimento per rappresentare loro le figure professionali che i CCdSS formano.

Ricorda che l'Ateneo Vanvitelli è l'unico polo universitario in Regione Campania e in tutto il Sud Italia con attivi corsi in Disegno Industriale.

Luigi Russo - Camera di Commercio Napoli – afferma anch'egli con forza la mancanza dell'autoimprenditorialità. Molto lavoro sull'innovazione di prodotto e certamente trasversalità formativa. Tuttavia, tenendo conto della scena professionale attuale, spingere maggiormente sugli incubatori. Anche la realtà aumentata è un altro settore di innovazione che andrebbe potenziato.

Interventi:

L. Maffei: le start up sono già nell'agenda universitaria. Officina V: è nata proprio per creare una piattaforma e un incubatore nei settori del fashion, del prodotto e della comunicazione visiva, per promuovere l'autoimprenditorialità. Anche sulla realtà aumentata il Dipartimento, grazie un finanziamento di Ateneo, ha in via di esecuzione la creazione di un laboratorio multi sensoriale che va proprio in questa direzione.

Domenico Orabona - CONFAPI Caserta - Cosa interessa alle imprese? Per le grandi è un conto ma per quelli medio-piccole vale molto il settore conto terzi. Sarebbe necessario rappresentare non solo

le esigenze dei grandi gruppi, ma soprattutto valorizzare le piccole e medie imprese. Louis Vuitton si è insediata nel gruppo De Cristofaro con 4 milioni di euro, azienda che via via sta pianificando exit convenienti. Sarebbe invece importante avere non solo designer e stilisti, ma figure funzionali ai processi all'interno delle imprese medio-piccole. Mediatori veri e propri dunque, addetti al controllo qualità, responsabili di produzione, ottimizzazione processi con competenze trasversali che conoscano la filiera produttiva ma abbiano accesso anche alle materie imprenditoriali vere e proprie, queste ultime guidate dalle imprese interessate stesse. Un altro aspetto è dare continuità al rapporto tra il giovane laureando e l'azienda; questa empatia non è possibile trasferirla attraverso la formula dell'attuale tirocinio. Se invece si potesse dilazionare le ore del tirocinio in un tempo più esteso a parità di ore, sarebbe meglio. Infine una maggiore comunicazione con le società di somministrazione per la presentazione dei profili.

Interventi:

A. Cirafici: si potrebbe ipotizzare tutto il terzo anno di accompagnamento al lavoro diluito nell'intero anno accademico. Il percorso di tirocinio deve essere ancora più mirato, lavorando anche su progetti specifici concordati.

R. Veneziano: attualmente nel CdS magistrale è già previsto un tirocinio che si avvia all'inizio del secondo anno per poi essere organizzato tra allievo, tutor aziendale e tutor accademico durante tutto il corso del secondo e ultimo anno.

Andrea Jandoli – ADI Campania - posto che l'offerta formativa è variegata, ampia ed efficace, il problema rimane sempre il dialogo con le imprese all'interno della cultura del progetto in ogni sua forma ed espressione. Un maggiore dialogo tra queste parti che favorisca gli investimenti nei territori del design. Esiste infatti un mondo produttivo, talvolta invisibile, che lavora ma che è fermo dal punto di vista dell'innovazione pura, a cui fare comprendere che investire in Design è produttivo. Uscire dunque dal mondo universitario con eventi e narrazioni di case history, best practices, e tutto ciò che occorre per intercettare un bacino di operatori dell'industria che già esiste, ma che attualmente non è stato ancora pienamente intercettato. Lavorare insieme per comunicare tutto questo. Dal food, alla moda, al prodotto, alla gastronomia. Un sistema di rete. Trovare l'interfaccia tra mondi della cultura e mondi della professione, ad oggi ancora molto distanti. Bisogna sperimentare formule virtuose per fare in modo che la ricerca dialoghi con gli operatori sociali.

Interventi:

P. Ranzo: fare sistema certo, ma oggi le imprese si autopromuovono da sole e a livello ministeriale non si favoriscono questi sistemi a rete.

Domenico Gioia – AIAP - dal punto di vista delle libere professioni due appunti: si è parlato tanto di rapporto con le imprese, con le aziende, ecc. Sarebbe importante parlare del libero professionismo. Per quanto riguarda le piccole e medie aziende è recepita l'importanza dei designer. Nate spesso dalla cultura progettuale, queste piccole e medie imprese sentono questa esigenza e oggi esiste una oggettiva difficoltà a reperire i giovani laureati, tutto questo a danno proprio di questi giovani. Bisogna intercettare i professionisti del settore. L'altro aspetto è la mancanza di una profilazione definita e di un albo che raccolga le professioni del designer, in modo che possano accedere ai diversi settori. È consigliabile allora avere dei database e delle piattaforme di recruiting che intercettino la rete dei liberi professionisti.

Interventi:

D. Piscitelli: questa degli albi professionali è una questione molto sentita in ambito nazionale visto che sono molte le professioni che sfuggono.



F. Castanò: il database e la piattaforma dei nostri laureati con i profili in uscita potrebbe rientrare nelle iniziative già attualmente in corso del servizio job placement di Ateneo favorendo lo scambio informativo tra Dipartimento e la rete di liberi professionisti.

G. Maffei: sono circa 3000 i laureati che formiamo ed è un bacino molto grande. Allora la possibilità di uno studio di fattibilità affidata a un giovane laureato sarebbe per un'azienda molto meno oneroso.

C. Palmieri: bisogna coinvolgere i laureati di successo, farne un grande evento e coinvolgere la stampa.

Il comitato di indirizzo si chiude alle ore 18,00

Aversa 20 maggio 2019