



SCHEDA DIDATTICA

Dipartimento **DIPA + DiCODA**
Diploma Accademico di secondo livello in
Progettazione della moda
Exhibition design e valorizzazione museale

Diploma Accademico di primo livello in Didattica dell'arte

DESIGN [curvatura exhibit design]
ABPR 17– 125 ore 10 CFA
Allestimento degli spazi espositivi B
ABVPA64 – 75ore 6CFA
Allestimento degli spazi espositivi T
ABVPA64 – 75ore 6CFA
a.a. 2025-2026

Professoressa
Mariafrancesca "Agnese" Giglia

Titolare di *Design degli ambienti AFAM088(exABPR 17)*
Posta elettronica istituzionale: mariafrancesca.giglia@abapa.education
Orario di ricevimento:
Sede: Cantieri culturali Ducrot
Classroom - Meet :gjqztqk
ricevimento lunedì Fascia B dalle 10.00 alle 17.00
Classroom - Meet , previa prenotazione via mail.

Obiettivi formativi

L'exhibition design sviluppa l'analisi dei metodi e strumenti utilizzati per l'organizzazione e l'allestimento di vetrine, pop up store, flag ship store, retail, sfilate, spazi dedicati per le fashion design week, mostre, fiere, musei, inoltre, mette a fuoco le figure professionali necessarie per le strategie di comunicazione di un brand, per la costruzione di luoghi significativi pieni di valori , necessari oggi più che mai, per raccontare la propria identità e costruire nuovi scenari.

Il corso di Design [curvatura exhibit design per la moda] ed Allestimento degli spazi espositivi, mira a fornire agli studenti competenze di lettura, analisi e interpretazione degli spazi dedicati alla mise-en-scène¹ , nel mondo del fashion e non solo, sia dal punto di vista storico-critico nonché metodologico e offre, altresì, la possibilità agli studenti di confrontarsi con un primo approccio alla progettazione di un sistema espositivo integrato.

Il corso, inoltre, fornisce gli elementi e processi necessari alla costruzione di una comunicazione tridimensionale per una corretta narrazione all'interno di uno spazio dedicato.

Il corso ha l'obiettivo:

di trasferire le tecniche e le competenze relative all'ideazione creativa, alla progettazione e alla realizzazione di mostre, stand, negozi, fiere, musei, luoghi del commercio, dello scambio e dell'incontro, punti vendita, spazi delle arti performative, vie e piazze pubbliche urbane. Tutti i processi cognitivi sono attivati al fine di intervenire con competenze specifiche in tutti i processi finalizzati ad un miglio

¹ La mise-en-scène (francese: [mi.z_ã.sen] ; inglese: "mettere in scena" o "ciò che viene messo in scena") è la **scenografia** e la disposizione degli attori nelle scene di un **teatro** o di un **film** produzione, [1] sia nelle **arti visive** attraverso lo **storyboard** , il tema visivo e la **cinematografia** , sia nella **narrazione narrativa** attraverso la **regia** . Il termine è comunemente usato anche per riferirsi a singole scene rappresentative di un film. La messa in scena è stata definita il "grande termine indefinito" della **critica cinematografica** . [2] È stato criticato per la sua attenzione agli aspetti drammatici del design piuttosto che alla **trama** stessa, poiché coloro che utilizzano la messa in scena tendono a guardare ciò che viene "messo davanti alla telecamera" piuttosto che alla storia. [3] L'uso della messa in scena è significativo in quanto consente al regista di trasmettere messaggi allo spettatore attraverso ciò che è posto nella scena, non solo il contenuto della scena. La mise-en-scène consente al regista non solo di trasmettere il proprio messaggio ma anche di implementare la propria estetica, in quanto tale, ogni regista ha la propria mise-en-scène unica . La mise-en-scène si riferisce a tutto ciò che si trova davanti alla telecamera, compresi la scenografia, l'illuminazione e gli attori, e il modo in cui ciò influenza il modo in cui la scena si presenta per il pubblico.

ramento della fruibilità, della conoscenza e della comprensione dei beni culturali e non, con risultati che sappiano emozionare e coinvolgere il pubblico;

di trasmettere un'adeguata formazione tecnico-operativa, di metodi e contenuti nell'ambito della progettazione di allestimenti che abbiano per oggetto i beni culturali e i settori della produzione artistica contemporanea, di prodotti culturali, tradizionali e della memoria dei territori.

Il corso fornirà una panoramica dell'ampio mondo dell'exhibition design, delle figure professionali nell'ambito dell'arte, dell'architettura, della comunicazione, dell'experience design, del marketing culturale e territoriale, delle nuove tecnologie e nuovi media.

Il corso prevede una serie di incontri e collaborazioni per ampliare le conoscenze tecniche e non, del vastissimo campo dell'allestimento. Filosofi, designer, informatici, grafici, sociologi, curatori, art director collaborano integrando le diverse discipline e grazie alle competenze diverse e complementari l'exhibition design è in grado di abbracciare il progetto in tutte le sue sfaccettature, facendo della ricerca e della sperimentazione la base per l'elaborazione di nuove "architetture effimere"

Il corso, sarà teorico pratico, prevede:

Lezioni (frontali) dedicati alle tecniche e agli strumenti dell'exhibition design;

L'elaborazione di un progetto di comunicazione attraverso l'allestimento secondo le peculiarità dell'exhibition design;

Pillole di approfondimento con figure specifiche del mondo che gira attorno all'Exhibition design.

Il corso contempla un'esercitazione, una simulazione e quindi la messa in atto di progetti di exhibition design relativa alla creazione di nuovi immaginari attraverso la progettazione di video clip e vetrine partendo da un tema a loro caro che fa riferimento alla loro contemporaneità e/o alle tradizioni e alla memoria del nostro territorio. Gli studenti dovranno individuare un tema, scegliere il luogo più adatto (REALE E/O VIRTUALE), creare uno scenario e creare una comunicazione tridimensionale per una campagna fotografica o video.

Il progetto è suddiviso in più momenti, tra loro articolati, così da poter dare agli studenti gli strumenti consoni per sperimentare una vera e propria esperienza lavorativa e in base al percorso di studi saranno bilanciati e strutturate per una corretta comprensione della materia.

Il corso prevede, inoltre, una parte laboratoriale, relativa a pillole di exhibit da analizzare attraverso un'attenta mappatura e alla simulazione e quindi la messa in atto di progetti di exhibition design come stylist, per una campagna di comunicazione social (in collaborazione con il corso di illuminotecnica della professoressa Lilliana Iadecola della professoressa Rosi Palazzo di fotografia), relativa al mondo del design, della moda, tra tradizione e innovazione con una forte valenza di ecosostenibilità. In questa prima esercitazione, gli studenti dovranno individuare un sistema, trovare quali elementi ne definiscono bellezza e identità e tradurlo nella messa in scena con ambientazioni e scenari fortemente comunicativi.

Il progetto sarà svolto con la collaborazione dei corsi di Fashion Design del prof. Sergio Daricello e il prof. Gianluca Bernardini. All'interno del percorso formativo si prevede un workshop con Giglio in web.

Durante il corso vengono affrontate questioni inerenti al marketing, ai processi creativi e alla comunicazione culturale portando il gruppo di lavoro, ad elaborare strategie con il fine di raggiungere e coinvolgere differenti e potenziali pubblici.

Al termine del processo verranno confrontati e valutati i risultati ottenuti in termini di concept, di innovazione nella fruizione, nella partecipazione e coinvolgimento del loro target di riferimento.

Modalità di svolgimento dell'insegnamento [corso annuale]

I° semestre: settimana A martedì ore 13.30- 19.30

II° semestre: settimana A giovedì-venerdì ore 14.00 - 19.30.

Percorso didattico

Il corso sarà articolato in modo da sviluppare un apprendimento disciplinare strettamente attinente alle necessità operative di questa figura.

Il corso fornisce i mezzi espressivi e tecnici per affrontare una progettazione consapevole (in ogni sua definizione attraverso lo studio di dettagli e la rappresentazione grafica di un progetto esecutivo) di spazi abitativi, negozi, spazi culturali e espositivi, stand, pop up, temporary store, installazioni urbane, utilizzando linguaggi e tecnologie contemporanee.

La struttura didattica si basa su un armonico rapporto tra teoria e pratica che consente, attraverso esercitazioni e simulazioni, di sviluppare competenze a livello pratico operativo. Con una particolare attenzione alle relazioni e la loro influenza negli aspetti decisionali di un'azienda commerciale e di uno studio di progettazione.

Cardine disciplinare è costruire nuove storie e nuovi significati, all'interno di strutture esistenti, spazi pubblici e privati della città contemporanea di forte significato, luoghi, sia fisici sia mentali, all'interno dei quali si definisce la vita dell'uomo.

L'obiettivo del laboratorio, sviluppato durante il corso, è quello di fornire una corretta metodologia di progetto, che consenta di affrontare consapevolmente il percorso che dall'idea conduce alla realizzazione di un elaborato finito.

Progettazione

La percezione dell'utente, la "regia" degli spazi e delle funzioni, interazione tra le varie discipline: architettura, design, illuminotecnica, materiali e colori.

Materiali

Materiale e processi costruttivi tradizionali, materiali e processi sperimentali e materiali e processi ecosostenibili.

Modalità esame

Lo studente è tenuto a presentare all'esame gli elaborati relativi alle esercitazioni per l'acquisizione degli strumenti di ricerca, osservazione e restituzione di un progetto di exhibition design e gli elaborati relativi al progetto conclusivo, attraverso: Il concept; Il glossario; L'individuazione dello scenario di riferimento; La mappatura dello spazio (aree, funzioni e percorsi); Coordinamento di testi, immagini, materiali, tecnologie, ritualità, distribuzione e consumo della Moda attraverso un "moodboard" e/o storytelling; Restituzione grafica del progetto (piante, prospetti, sezioni, prospettive e assonometrie); Abaco dei materiali e degli oggetti; Glossario dei termini tecnici e specifici del progetto; Modello di lavoro in scala o maquette di progetto.

Per poter accedere agli esami è necessario aver consegnato in tempo utile tutte le attività assegnate durante il corso della materia, aver maturato il progetto finale, aver una buona presentazione grafica del progetto e aver sostenuto un numero sufficiente di revisioni/confronti.

Prerequisiti richiesti

Tanta curiosità

Testi di approfondimento consigliati

Moreno Mores Claudio, Da Fiorucci ai Guerrillas storse, ed. Marsilio 2006
Massimo Malagugini, Allestire per comunicare. Spazi divulgativi e spazi persuasivi - Franco Angeli editore, 1° ed. 2019
Guido Muneratto, L'Exhibition Design nelle organizzazioni - Franco Angeli editore, 1° edizione 2008
Guido Muneratto, Il Visual Design nelle organizzazioni - Franco Angeli editore, 1° edizione 2007
F. Murano, "L'illuminazione delle opere nelle mostre d'arte" - Maggioli Editore, Formato Ebook- ed. Febbraio 2016
Wassily Kandisky, Punto, linea, superficie - Contributo all'analisi degli elementi pittorici- Biblioteca Adelphi - 1968, 35ª ediz., pp. XIV-215 , 103 ill., 25 tavv. Franco Angeli editore, 1a edizione 2007
Duccio Brunelli, Exhibit design, e-piGrappe , 2011
Vaudetti M., Canepa S., Musso S., Esporre, allestire, vendere Exhibit e retail design - Wolters Kluwer Italia, 2014
Bruno Munari, Da cosa nasce cosa. Appunti per una metodologia progettuale, ed Laterza 2010 (ed. 19)
AA.VV., Allestimenti moderni, Allestimenti pubblicitari per fiere, mostre, esposizioni, Gorlich Editore, Milano, 1961;
Mastropietro M. (a cura di), Progettare mostre - Dieci lezioni di allestimento, Lybra Immagine, Milano, 1993;
"Lotus international", n. 55, Milano, 1988;
Polano S., Mostrare - Allestimento in Italia dagli anni venti agli anni ottanta, Lybra Immagine, Milano, 1988;
Taiuti L., Corpi sognati, l'arte nell'epoca delle tecnologie digitali, Feltrinelli, 2001;
Anceschi G. Grafica, visual design, comunicazioni visive, Electa, 1991;
Codeluppi V. Lo spettacolo della merce, Studi Bompiani, 2001;
Viceconte E. Progettare le esperienze, Stoà, Working paper, 2002;
Anceschil G. Visibilità in progress, sta in Il verri, n.10-11, novembre 1999;
Calabresi, Ipermercati dell'arte; SilvanaEditoriale, Milano 2004
Tucker J. Punti vendita e visual merchandising, ed. logos, Singapore 2003
PASCA VANNI, il design e gli show room, ed. Lupetti ottobre 1998
Dernie D., Design espositivo, ed. Logos 2006
Rem Koolhaas, discorso di apertura della mostra Prada: Work in Progress, Milano, marzo 2001
OMA/AMO REM KOOLHAAS, Projects for Prada. Part.1, Milano, Fondazione Prada Edizioni, 2001

Altro materiale didattico

S. Coradeschi, *Come costruire un modello plastico architettonico*, Di Baio Editore, 1987 ([Link](#))
E. Viceconte, *L'Esperienza del luogo e del tempo* ([Link](#))

Alla bibliografia di base, fornita come un primo orientamento generale nella vasta bibliografia di settore, faranno da integrazione una serie di altri testi o parti di scritti che di volta in volta, a seconda dei temi trattati, il docente proporrà agli studenti: manuali e strumenti per la progettazione, slide macro argomenti.