



Italiano di origine statunitense, dopo gli studi alla *School for Public Communications* della **Boston University** e la laurea in Belle Arti (*Bachelor of Fine Arts*) con specializzazione in fotografia contemporanea negli Stati Uniti alla **Rhode Island School of Design** nel 1970, Edward Rozzo si stabilisce a Milano dove si dedica da oltre 30 anni a fotografare persone, luoghi e processi industriali, lavorando con le piu' importanti multinazionali e varie testate a livello mondiale.

Per vent'anni ha abbinato la sua attivita' professionale a un'intensa attivita' didattica, conducendo workshops e lezioni in Italia e all'estero. Per quattro anni e' stato titolare della *Cattedra di Fotografia* presso l'**Accademia di Belle Arti** di Bergamo e per nove anni *Direttore del Dipartimento di Fotografia* all'**Istituto Europeo di Design** di Milano.

Dal 1982 al 1984 e' chiamato dall'allora sovrintendente della **Pinacoteca di Brera**, Carlo Bertelli, per creare e dirigere il programma *Brera/Fotografia*.

Negli anni, affianca al suo lavoro professionale la ricerca personale. Le sue fotografie sono state esposte in varie mostre personali e collettive in Italia quali la **Biennale della Fotografia** a Torino, la **Fondazione Corrente** di Milano e il **Museo Alinari** di Firenze. Nel 1998 le sue immagini sono state esposte nella mostra *Il Nuovo Paesaggio Umano* curata da Toni Thorimbert per la XXIX edizione dei **Rencontres Internationales de la Photographie** ad Arles, France.

Nel 1999 viene selezionato a partecipare all'**Osservatorio sul Contemporaneo**, un progetto, curato da Mario Cresci allora direttore dell'**Accademia Carrara di Bergamo**. Il progetto richiedeva l'interpretazione della vita contemporanea attraverso l'intervento di vari artisti italiani. Il suo contributo diventa *Province mentali*, una ricerca sull'identita' post-moderna. Inoltre, dal luglio 1999 a gennaio 2000 ha luogo la sua mostra personale, *Pensieri urbani*, al **Castello Sforzesco** di Milano curata da Angela Madesani. Nel aprile del 2005 si presenta con la mostra *La Lacuna del Presente* alla Heart Gallery di Verona.

Da quindici anni tiene corsi di *Corporate Identity e Brand Identity* al **Ecole Supérieure d'Arts Appliqués Vevey** nella Svizzera, dal 2004 e' *Teaching Fellow* all'**Universita' Bocconi** di Milano (CLEAAC) dove dal 2012 insegna anche Consumer Culture Theory e Innovative Retail Design nel *Dipartimento di Marketing* e dal 2006 *Professor in Retail Semiotics* sempre all'**Ecole Supérieure d'Arts Appliqués Vevey**. Dal 2016 e' *Visiting Professor* allo **SDA Bocconi**, all'**Universita' Cattolica** di Milano e al *Polidesign* del **Politecnico** di Milano per corsi di *Storytelling Aziendale*.

Nel 2002 suo progetto multimediale *Il Valore delle Persone* creato per la **Banca Popolare di Verona** ha vinto il prestigioso premio **EMMA Foundation Award** per eccellenza come il migliore progetto multimediale internazionale nella categoria di comunicazione aziendale. Nel 2011 il suo corto metraggio, *Storie Urgenti*, ha vinto il *Van Gogh Award* per il *Miglior Film Urbano* all'**Amsterdam International Film Festival** e nel 2016 ha vinto tre premi **International Videographer Award** (USA) nella categoria *Corporate* (TEAS Italian Engineering Automation Design), *Event* (Milano Metamorphosis per lo studio di architetture milanese **Il Prisma e BNP Paribas**) e *Travel* (Discover Our Lombardia per **EXPO 2015**)

Nella primavera del 2008, suo libro di saggi, **Art & Ego**, scritto con Marcus Reichert, e' stato pubblicato a Londra della Ziggurat Books e nell'autunno del 2009 e' stato pubblicato il seguente volume, **Art & Death**, una collezione di saggi redatto da Marcus Reichert con varie autori compreso Rozzo.

Nel 2009 allarga la sua attivita' alla produzione video e nel 2011 fonda la sua casa di produzione, **Rozzo Film**, a Milano. Ancora nel 2012, con suo figlio Giacomo, ha fondato l'agenzia di visual brand communications **Rozzo Plus** (www.rozzoplus.com). Nel 2017, si associa al **Retail Design Italy** per la creazione di content cross-platform basato sull'applicazione di *Consumer Culture Theory* e *Strategic Storytelling* per l'innovazione al punto vendita.