

Roma, 12/06/2017

# Call “Questione di etichetta”

## 1. Cos'è

La masterclass “Questione di Etichetta” che si terrà il **21 Luglio a Roma** presso gli spazi di Fondazione Exclusiva è una **maratona creativa** che vede protagoniste tre aziende e trentasei giovani talenti creativi selezionati tramite una *call for application*.

I talenti selezionati attraverso la presente Call prendono parte a tavoli di lavoro composti in base alla trasversalità delle loro competenze, con un metodo di lavoro centrato sul *design thinking* con lo scopo finale di ideazione o restyling di etichette del vino italiano in funzione dei mercati euroasiatici.

Il progetto fa parte del ciclo di masterclass formative che la **Fondazione Exclusiva** propone con il nome di **ARTITEXTURE**, percorsi formativi dedicati alle arti applicate. *Texture*, ovvero tessitura, intesa come trama di tutte le cose, approccio alla complessità, dialogo tra discipline diverse, intreccio tra il “saper fare” e il “saper essere”, incontro generativo tra imprese e giovani, sintesi tra fantasia e concretezza.

## 2. Contesto

Il vino si conferma sempre più come fiore all'occhiello dell'esportazione agroalimentare italiana nel mondo.

I mercati eurasiatici in rapida crescita rappresentano delle importanti opportunità commerciali, ma allo stesso tempo espongono l'azienda a criticità e rischi derivanti dal particolare contesto di mercato, regolato da gusti, sensibilità, normative e richieste molto diverse da quelle europee. In considerazione di questo e del lavoro che l'Unione economica euroasiatica sta portando avanti per l'approvazione del **Codice Unico del Vino e dell'Alcol** è rilevante interrogarsi su come la creatività possa mettersi al servizio delle aziende promuovendo una riflessione sul *design del vino*.

Il primo contatto visivo tra il prodotto e il consumatore avviene attraverso l'**etichetta**, che rappresenta la carta d'identità del vino, ma è anche il biglietto da visita con il quale il produttore si rivolge al suo cliente e lo invoglia all'acquisto. L'etichetta deve trasmettere non solo correttamente i dati tecnici previsti dalla legge e relativi al prodotto destinato al consumo ma contestualmente deve comunicare il **sistema di valori** nel quale il prodotto è nato. L'etichetta diventa il vero e proprio

*storyteller*, capace di mettere in luce quegli aspetti emotivi e intellettivi che meglio rappresentano l'identità del prodotto.

Nonostante la crescente attenzione che il mondo del vino presta allo **storytelling** e al marketing tradizionale, la traduzione dell'etichetta e il suo adeguamento ai mercati esteri, però, si limita generalmente ai soli aspetti tecnici e di legge. Viene così spesso trascurato il valore della comunicazione visiva, che possiede codici e canoni propri da cultura a cultura, da Paese a Paese: occorre pensare a etichette diverse per i mercati diversi, così come indossiamo vestiti differenti in base ai contesti e alle occasioni.

Simboli e riti cambiano di paese in paese e la comunicazione "emozionale e razionale" deve essere studiata e progettata sulla base di una conoscenza specifica: ogni segno è progetto.

### 3. I promotori

**Fondazione Exclusiva**, nata nel 2015 da Exclusiva Design, promuove la creatività e realizza progetti per generare innovazione sociale a base culturale e sviluppo economico responsabile. L'obiettivo di Fondazione Exclusiva è quello di creare valore coltivando relazioni tra creatività, società e mercato e lo fa attraverso attività *formative*, un *osservatorio* sui talenti creativi e un programma di eventi culturali e progetti di *innovazione sociale*.

### 4. I partner

La Fondazione Exclusiva ha basato la qualità del progetto su una rete di realtà con elevata specificità settoriale e di alto profilo con la quale ha studiato e condiviso ogni fase della progettazione della masterclass.

#### I PARTNER DI PROGETTO

- **wine2wine**, evento firmato da Veronafiore e Vinitaly. Il più importante forum dedicato al business del vino, al marketing e all'internazionalizzazione
- **Vinitaly International**, braccio operativo di Vinitaly per l'internazionalizzazione del vino, facilita la collaborazione tra i produttori italiani e gli operatori chiave dei mercati internazionali
- **Creative Industries Lab (CILAB)**, laboratorio di ricerca del Politecnico di Milano - Dipartimento di Design
- **Wine & System Design**, Corso di Alta Formazione organizzato da Poli.design, società consortile del Politecnico di Milano
- **Ispromedia**, società editoriale e di comunicazione specializzata nelle relazioni

istituzionali tra Italia ed Eurasia

- **Tutored**, piattaforma social per gli studenti universitari

#### **PATROCINI**

- **ADI**, Associazione per il Disegno Industriale – Delegazione Lazio
- **AIAP**, Associazione Italiana Design della Comunicazione Visiva – Delegazione Lazio
- **Italia - Eurasia**, Associazione per la Costituzione della Camera di Commercio Italia - Eurasia

#### **MEDIA PARTNER**

- **About Public**, relations & affairs
- **Artribune**, testata di arte e cultura contemporanea
- **Cieloterra Design**, magazine online su design, casa e arredamento
- **Eurasian Center**, agenzia d'informazione del gruppo editoriale russo RIA Novosti dedicata ai paesi dell'Unione Eurasiatica
- **Eurasiat'x**, agenzia di stampa per l'informazione economica e commerciale relativa ai mercati eurasiatici
- **Il Giornale delle Fondazioni**, testata su Fondazioni che investono in cultura, cooperazione tra pubblico e privato, Terzo settore
- **Open House Roma**, evento annuale e internazionale che apre gratuitamente le porte della città
- **Wine Strategies**, agenzia di stampa per l'internazionalizzazione del vino italiano in Eurasia

#### **SPONSOR TECNICI**

- **ARCONVERT**, Self-adhesive Papers & Films
- **Magnolia Eventi**, Wedding & Events Planner

## 5. Destinatari della CALL

**GIOVANI CREATIVI** dell'immagine e della parola ricompresi nelle seguenti categorie: artisti, scrittori, blogger, designer, grafici, fotografi, illustratori, fumettisti, graphic novelist, copywriter, operatori del mondo della comunicazione e del marketing oppure facenti parte di altre sottocategorie da specificare nel form di iscrizione online.

La call è aperta ai creativi di **età compresa tra i 18 e i 39 anni**.

## 6. Timeline

### **SCADENZA CALL FOR APPLICATION**

mercoledì **5 luglio 2017**

### **COMUNICAZIONE AI SELEZIONATI**

entro lunedì **10 luglio 2017**

### **VERSAMENTO ISCRIZIONE**

entro venerdì **14 luglio 2017**

### **MASTERCLASS**

venerdì **21 luglio 2017**

## 7. Modalità di partecipazione

### **A. Candidatura**

Per accedere alla masterclass è necessario iscriversi **entro e non oltre il 5 luglio 2017** alla call for application compilando il form online sul sito <http://www.fondazioneexclusiva.org>.

Al termine dell'invio della candidatura online per concludere correttamente l'iscrizione è **OBBLIGATORIO** inviare a [segreteria@fondazioneexclusiva.org](mailto:segreteria@fondazioneexclusiva.org) via mail o attraverso una qualsiasi piattaforma di file sharing (Wetransfer, Dropbox, Google Drive, ...):

- **Curriculum vitae**
- **Portfolio con una selezione dei lavori rappresentativi**  
Il portfolio non deve superare i 20 MB e può comprendere immagini, elaborati grafici o testi (raccolti in unico file .pdf), video, audio o altro.

Le candidature online a cui non farà seguito l'invio dei materiali richiesti sono da considerarsi incomplete e pertanto escluse (v. art. 12).

## B. Selezione

La selezione dei candidati che avranno presentato regolarmente la richiesta di partecipazione avverrà attraverso una commissione interna composta da esperti e creativi della Fondazione. Il giudizio della commissione di preselezione, che valuterà i materiali pervenuti, è insindacabile.

I selezionati verranno contattati individualmente dalla segreteria organizzativa della masterclass entro e non oltre lunedì 10 luglio. La selezione non dà diritto alla partecipazione automatica alla masterclass per la quale è richiesta ai selezionati la formalizzazione dell'iscrizione attraverso il pagamento di una quota di adesione (v. punto successivo) e la stipula di un accordo tra le parti.

## C. Iscrizione

Ai creativi selezionati è richiesto un contributo di iscrizione pari a **120 euro**.

La quota di iscrizione deve essere versata **entro e non oltre il 14 luglio 2017** e comprende, in aggiunta al percorso formativo:

- kit di materiali di cancelleria per la creative session
- lunch bag
- degustazione finale

È possibile effettuare il pagamento nelle seguenti modalità:

- **Bonifico Bancario\*** sul C/C di Fondazione Exclusiva (**IBAN IT52Y0623003202000057250509**) specificando in oggetto: versamento quota iscrizione NOME e COGNOME
- **PayPal:** È in attivazione un conto Paypal per poter eseguire il versamento con carta di credito. I dati ed il link verranno inviati ai creativi selezionati.

\*In caso di pagamento a mezzo bonifico bancario è richiesto l'invio via mail di una prova di pagamento (CRO) all'indirizzo 'segreteria@fondazioneexclusiva.org'.

La masterclass "Questione di etichetta" **si attiverà solo ed esclusivamente al raggiungimento del numero minimo di 27 creativi**. I partecipanti alla Call verranno avvisati tempestivamente dell'eventuale annullamento della masterclass dalla segreteria di Fondazione Exclusiva.

## 8. Come funziona la MASTERCLASS

I creativi iscritti verranno divisi in dodici gruppi di lavoro e a ogni cantina ne verranno associati quattro. Al termine della masterclass soltanto tre gruppi, uno per ogni cantina coinvolta, si aggiudicheranno il premio finale (v. articolo 9).

I partecipanti seguiranno al mattino i *Talk Fex*, brevi conferenze di esperti e professionisti del settore del Wine System Design, e al pomeriggio – dopo la sessione di *Brief* con le imprese – saranno chiamati a lavorare in gruppo e a sfidarsi in una vera e propria *Creative Marathon* per elaborare il miglior concept di etichetta per la singola cantina a cui il gruppo è stato abbinato.

Al termine della sessione creativa i gruppi presenteranno i loro concept durante uno *Show Case* e verranno valutati dalla commissione scientifica (di cui all'articolo 7) che decreterà i progetti vincitori.

## 9. Premio

Il premio complessivo in palio è di **3.600 euro**.

Ad ognuno dei progetti vincitori della maratona creativa sarà riconosciuto un premio in denaro pari a **1.200 euro** da suddividere tra i membri del singolo gruppo.

Al premio in denaro si aggiunge un percorso di **mentoring** per trasformare i concept vincitori in prototipi, il percorso è stimato in un mese di tutorship/co-working presso gli spazi di Fondazione Exclusiva, nel quale i tre gruppi vincitori lavoreranno al progetto avvalendosi del coordinamento del team della Fondazione e del supporto operativo dei loro tutor d'aula per revisioni, correzioni e incontri di approfondimento con l'impresa committente.

L'erogazione del premio in denaro è vincolata alla conclusione del periodo di mentoring scandito da un incontro finale di monitoraggio con il team di Fondazione Exclusiva.

Il premio è assegnato su insindacabile giudizio della **commissione scientifica** che valuterà gli elaborati sulla base di una griglia di indicatori qualitativi quali:

- **coerenza con il brief dell'azienda**
- **emotività ed empatia**
- **innovatività della proposta**
- **chiarezza ed efficacia comunicativa (sintesi delle informazioni)**
- **realizzabilità**
- **placement (capacità di inserimento nel mercato).**

La commissione scientifica è composta da personalità di comprovata esperienza e competenza, capaci di conferire alla valutazione una prospettiva multidisciplinare. I membri della commissione che valuterà gli elaborati sono:

- *Fabio Mazzeo, Presidente di Fondazione Exclusiva e Design Director di Exclusiva Design*
- *Luca Fois, Docente del Polimi e co-Direttore del Corso di Alta Formazione Wine e System design*
- *Domenico Nucera, Direttore di Ispromedia e di Eurasiat'x*
- *Simonetta Doni, di Doni e Associati Wine Design Agency*
- *Silvia Ghirelli, Hospitality Manager Petra e Docente del Corso Wine & System Design*
- *Stefano Vittori, Delegato AIAP Lazio*
- *1 referente per ogni azienda vitivinicola coinvolta*

I membri della commissione potranno subire variazioni, l'organizzazione si impegna a comunicare la composizione definitiva della giuria ai creativi che parteciperanno alla masterclass, successivamente alla comunicazione dell'avvenuta selezione (v. art. 6).

## **10. Liberatoria di utilizzo**

Con la partecipazione alla presente Call, i soggetti partecipanti autorizzano la Fondazione Exclusiva, i Partner e qualsivoglia altro soggetto coinvolto nella realizzazione di tale iniziativa, a pubblicare sul Sito e sulle piattaforme proprie e/o dei Partner una breve descrizione del candidato per promuovere presso il pubblico i candidati stessi e l'iniziativa.

Resta inteso che la liberatoria d'uso viene concessa dai soggetti partecipanti a titolo gratuito, senza alcuna limitazione di carattere territoriale o frequenza d'uso, per intero o in parte, singolarmente o unitamente ad altro materiale per tutto il periodo di durata del progetto.

## **11. Privacy**

Il trattamento dei dati personali relativi al soggetto partecipante sono espressamente regolamentati dalla privacy policy del Sito [www.fondazioneexclusiva.org](http://www.fondazioneexclusiva.org).

## **12. Esclusione**

Sono da considerarsi esclusi dalla selezione i candidati che non siano ricompresi nella fascia di età compresa tra i 18 e i 39 anni; abbiano presentato domanda di iscrizione dopo il

termine di scadenza della Call (v. art. 7) e/o in forma parziale, incompleta o scorretta (v. art. 8).

**INFORMAZIONI:**

**[www.fondazioneexclusiva.org](http://www.fondazioneexclusiva.org)**  
**[segreteria@fondazioneexclusiva.org](mailto:segreteria@fondazioneexclusiva.org)**