

Roma, 28/06/2017

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 Veronafiere 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 45 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 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 stato 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.

12. Esclusione

Sono da considerarsi esclusi dalla selezione i candidati che non siano ricompresi nella fascia di età compresa tra i 18 e i 45 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
segreteria@fondazioneexclusiva.org