



FONDAZIONE  
**EXCLUSIVA**

Formare alla Creatività, Educare alla Bellezza

REPORT 2017



- 2 | Introduzione
- 6 | Fondazione Esclusiva
- 14 | Parole chiave
- 17 | Numeri
- 19 | Masterclass Texture
- 26 | Eventi, mostre e talk about
- 30 | Eventi ospitati
- 33 | Network e Comunicazione
- 37 | Dizionario delle competenze di FEX e della sua community
- 38 | Dicono di noi
- 42 | Nel 2018

## INTRODUZIONE



È un grande privilegio per me aprire il rapporto sui lavori svolti dalla Fondazione Exclusiva durante lo scorso 2017. Il nostro progetto è nato solo due anni fa grazie a una semplice, ma meravigliosa intuizione e al lavoro di un gruppo di grande competenza supportato dall'ampia disponibilità di tanti compagni di viaggio. Penso al management della "community Exclusiva" e penso soprattutto alle tante aziende che, a vario titolo e con diverso impegno, hanno creduto che l'idea di dare vita a un luogo dove parlare, interagire e alimentare la creatività, fosse un potenziale su cui investire per cambiare il modo di guardare al futuro e creare valore. Come molti ricorderanno, fin dai primi passi di quest'avventura, ho in molte occasioni usato la metafora dell'"acceleratore di particelle" per descrivere quel luogo del pensiero che oggi è Fondazione Exclusiva. Ovviamente il riferimento al sofisticato apparato del CERN di Ginevra è stata per me metafora calzante visto che il programma che avevo in mente avrebbe puntato a facilitare incontri tra liberi pensatori, sovrapposizioni esperienziali, intersezioni culturali e collisioni creative in grado di generare contenuti utili a fornire un

nuovo punto di vista sul fare impresa; la cultura d'impresa che diventa impresa sociale a base culturale, un progetto sfidante e bellissimo. Ma perché un'impresa deve guardare al mondo dell'innovazione e occuparsi di generare valore sociale a base culturale? Perché oggi, e vi parlo da imprenditore, è ormai accertato che tra gli investimenti di sicuro ritorno vi è quello sulla generazione del valore culturale. Valori quali creatività e saper fare sono doni che vanno alimentati e allenati. Non possiamo immaginare di salvaguardare il fuoco sacro della competenza conservando le sue ceneri. Un'azienda che voglia oggi puntare a uno sviluppo del suo business (e quindi economico), di lunga durata, deve anche impegnarsi per generare valore culturale sia interno (aumentando le competenze dei suoi collaboratori), che esterno mirando a migliorare le capacità del mercato di comprendere i suoi nuovi prodotti e servizi. Partecipare al PIL, certo, ma anche al BIL (Benessere Interno Lordo) del Paese occupandosi, in quota parte, di contribuire a migliorare la vita dall'"interno" verso l'esterno è un modo di fare innovazione. Ogni impresa produce un valore più ampio rispetto a quello economico e finanziario. Bisogna tener conto della sua responsabilità sull'impatto nella creazione di valore anche in termini sociali. Un valore che, se alimentato, genera movimenti circolari e generativi di ulteriore valore. Le imprese di successo sono quelle che concentrano i loro sforzi sull'esercizio delle responsabilità e non sull'esercizio del potere, poiché questo determina una

maggiore longevità del suo operato e della sua reputazione.

Generare valore culturale attraverso programmi di innovazione sociale significa anche alimentare un movimento circolare di eventi che producono opportunità ad alto impatto. Ritornare a conferire un ruolo centrale alla parte umanistica del nostro lavoro, passando da un approccio "pre-fabbricato" del valore a un approccio "per-fabbricato" che tenga in posizione baricentrica l'individuo e non più una categoria di individui: questa è la chiave per cominciare a costruire un futuro meno incerto.

La nota capacità dell'imprenditore di esercitare la sua *ars combinatoria* deve puntare a miscelare in modo virtuoso il profit e non profit, poiché l'uno è sempre più legato all'altro nel suo destino e diversamente non potrebbe più essere. L'imprenditore è un formidabile agente di cambiamento e deve sempre più puntare alla generazione di valore economico utilizzando leve culturali.

Per quanto ci riguarda, considerando poi che noi della community Exclusiva ci occupiamo di estetica, vorremmo fare la nostra parte, contribuendo a facilitare una rivoluzione; una rivoluzione estetica ed etica anche dei rapporti umani, attivando utili connessioni creative tra la cultura d'impresa e l'impresa culturale.

Exclusiva è un luogo di creatività.

Abbiamo imparato che la creatività non è solo una qualità personale, ma un'esperienza collettiva e la bellezza non è un privilegio, ma un'urgenza che tutti dovremmo avere.

La Creatività (e la competenza), uno strumento necessario per raggiungere la bellezza. C'è bisogno di creatività e di bellezza ovunque. Occorre educare i nostri figli a considerare urgenti questi due temi fin dalle scuole primarie, coltivando e alimentando quella che Sennet ha definito l'"intelligenza delle mani".

Il nostro lavoro è occuparci di bellezza raccontandola e riportandola alla sua naturale condizione di istituzione permanente portatrice di innovazione. Dobbiamo lavorare per passare definitivamente da una cultura dell'effimero e del transitorio a una cultura della permanenza e della persistenza dei contenuti, poiché la bellezza esprime densità e contenuto ma, come un buon vino, ha bisogno di maturazione e quindi di storicizzarsi nell'immaginario collettivo. Non può esserci quindi bellezza che possiamo percepire, se una parte di quella bellezza non risiede già dentro di noi. Per fare tutto ciò però c'è bisogno di aumentare in primis le nostre consapevolezza e di comprendere che oggi chiunque intenda occuparsi di innovazione deve responsabilmente occuparsi di formazione trasversale alla creatività e alla bellezza.

Vi lascio con un pensiero di Borges tratto da una video-intervista che mi ha molto colpito. Nel rispondere al suo intervistatore che gli chiedeva quali fossero gli approcci determinanti nella costruzione di senso dei suoi scritti Borges rispose: "essere, in primis, fedeli alla propria immaginazione ma, soprattutto, impegnarsi nel sognare sinceramente".

Bene, allora anche noi di Fondazione Exclusiva auguriamo a tutti voi di essere fedeli alle vostre immaginazioni e di sognare il nostro prossimo futuro "sinceramente".

**Fabio Mazzeo**

Presidente della Fondazione Exclusiva



Il 2017 è l'anno in cui la Fondazione Esclusiva ha inaugurato un nuovo corso, valorizzando l'esperienza percorsa. Rileggendosi, attraverso un percorso di design thinking che ha tenuto impegnata la struttura nei primi quattro mesi dell'anno, si è giunti alla stesura di un piano di indirizzo del riposizionamento della fondazione per i prossimi tre anni.

Le nuove direttrici sono: la **formazione creativa**, la **ricerca** e l'**innovazione sociale**.

La sfida è contribuire al cambiamento facendosi riconoscere come un'organizzazione capace di generare le condizioni per capacitare e abilitare la generatività personale e di gruppo, potenziare il cambiamento attraverso l'acquisizione e la sperimentazione di comportamenti creativi e innovativi da parte dei giovani, delle organizzazioni e delle imprese.

FEX attraverso i suoi progetti vuole promuovere un nuovo modo di pensare e di agire personale e collettivo che racconti la possibilità di un tipo di azione socialmente orientata, creativa, connettiva, produttiva e responsabile, capace di impattare positivamente sulle forme del produrre, dell'innovare, dell'abitare, del prendersi cura, dell'organizzare e dell'investire, immettendovi nuova vita.

“Cambiare idea è una delle cose più difficili per la mente umana, eppure solo a chi ha il senso del possibile appartiene il futuro” ha scritto Robert Musil; il senso del possibile è frutto dell'educazione alla creatività e all'innovazione.

Per la fondazione formare alla creatività significa sviluppare la disposizione a 'tendere all'oltre', imparare ad adottare un nuovo punto di vista, creare le situazioni e le condizioni perché l'estetica delle relazioni emerga come via per la contaminazione, la reciproca fecondazione e l'apprendimento.

Con la progettazione e la realizzazione di un modello innovativo di masterclass 'ultimo miglio' la fondazione vuole favorire l'incontro generativo tra giovani creativi, professionisti, innovatori, imprese. La formazione si innova quanto più riesce a promuovere percorsi di sviluppo del capitale umano che integrano accademia e bottega: è necessario puntare sul trasferimento di conoscenze e sullo sviluppo di competenze, ma soprattutto sulla capacità da parte dei lavoratori di saperle e volerle utilizzare.

Tutte le esperienze formative di FEX sono realizzate attraverso le metodologie partecipative utili per comprendere quali aspetti utilizzare per avviare azioni di innovazione, anche in altri contesti organizzativi.

Ogni masterclass nasce per essere una best practice che aiuti ad impostare nuovi progetti formativi in altri settori. L'obiettivo deve essere, infatti, di condividere le esperienze e sviluppare ipotesi di miglioramento, soprattutto se sono esempi di buone pratiche.

In particolare progetti simili possono avere, innanzi tutto, la caratteristica della riproducibilità: è possibile replicare l'intervento formativo come risposta a problemi analoghi che si presentano nello stesso contesto di lavoro. Questi

progetti possono essere, inoltre, trasferibili: è possibile riprodurre l'intervento formativo in quanto risposta a problemi di diverso tipo ed in contesti differenti. Infine, è possibile che abbiano la caratteristica della sostenibilità: alla fine dell'intervento formativo i benefici dovrebbero permanere e sopravvivere nel tempo.

Altamente interattive, fondate sulle competenze trasversali prodotte da un 'genio collettivo' che lavora insieme, le masterclass sono state sviluppate come percorsi labor intensive che hanno facilitato l'incontro e il confronto, innescando un percorso formativo circolare tra le potenzialità dei giovani talenti in risposta alle esigenze reali e concrete delle imprese partner.

Sono percorsi con un taglio pratico e operativo, capaci di fornire strumenti e metodologie immediatamente fruibili che hanno consentito, in modo tangibile, un uso deliberato e maggiore del pensiero creativo.

I titoli delle masterclass 2017 sono stati:

- ▶ ArchiTexture#1 Superfici\_Scenografie, soluzioni e decorazioni d'interni
- ▶ ArtiTexture#1 Wine design\_Questione di etichetta

Le masterclass hanno dimostrato che oggi ripensare i modelli formativi ricorrendo alla creatività significa analizzare le sfide aziendali da molteplici punti di vista e prospettive di idee nuove. I partecipanti, oltre ad apprendere alcune tecniche del pensiero creativo, hanno la consapevolezza di essere parte attiva di un processo imprenditoriale. Il clima di divertimento e la novità degli strumenti utilizzati sono stati nuova linfa per i giovani talenti e per le imprese partner.

E se i giovani hanno scoperto cosa significa essere all'interno di un processo partecipativo di co-design, di lavoro in team e scambio di competenze trasversali, le imprese hanno avuto un numero significativo di idee, nuovi concept, innovazione dal lato dei processi di produzione. E sono state anche degli esempi di innovazione socialmente responsabile: "adottando" le masterclass hanno, infatti, investito nel talento dei giovani, hanno condiviso idee e esperienze su come la creatività, applicata alle organizzazioni e ai processi produttivi, possa diventare un veicolo potente di impiego dei giovani, innovazione, sviluppo economico e responsabilità per le imprese.

Se la formazione per FEX rappresenta il terreno di massima sperimentazione dell'innovazione, non meno importante è il progetto del Repertorio dei talenti nato in seno all'Osservatorio e in partnership con la Fondazione Cologni dei Mestieri d'Arte.

Un progetto culturale di valorizzazione dei mestieri artigiani. L'artigianato e i mestieri manuali sono parte integrante del cultural heritage del nostro Paese, beni intangibili che rischiano di sparire.

Fondazione Esclusiva vuole costruire una piattaforma per generare rete e sistema tra il mondo dei giovani, degli artigiani e delle imprese che rispettivamente rappresentano l'innovazione, la tradizione e la capacità imprenditoriale. Fattori che devono stare insieme. L'artigiano trasforma le idee creative dei designer in forma visibile con le competenze e la forza dell'identità dei luoghi trasformando la materia in oggetto d'arte, le imprese commercializzano sotto forma di prodotto quella capacità creativa

sartoriale che da sempre riesce a emozionare tutto il mondo. Con il Repertorio dei talenti la fondazione vuole coinvolgere attivamente le aziende, in primis quelle del proprio network, in una mappatura delle eccellenze artigiane.

Il progetto nasce con tre principali finalità:

- ▶ Investire sulla percezione di questo settore, restituendo il giusto valore alle arti applicate, presentandole come un campo in cui i giovani possono trovare una propria via di accesso, soddisfacente, al mercato del lavoro.
- ▶ Fare scouting delle eccellenze artigiane del Made in Italy specialmente nel campo delle arti applicate, creando rete e diffondendo le buone pratiche anche attraverso azioni di digital storytelling.
- ▶ Attivare borse di studio per tirocini formativi con i quali offrire la possibilità ai giovani di svolgere un'attività formativa extra-curricolare in bottega per sei mesi, fianco a fianco con un grande maestro artigiano.

Fondazione Esclusiva si è riconosciuta nella 'regola del talento', promossa dalla Fondazione Cologni dei Mestieri d'Arte che con il progetto dei MAM – Maestro d'Arte e Mestiere ha istituito un premio a cadenza biennale con cui intende valorizzare e portare all'attenzione del grande pubblico e dei media la straordinaria opera di alcuni dei più significativi protagonisti del nostro alto artigianato.

La prima edizione 2016 ha segnato la nascita di un simbolico Libro d'Oro dell'Eccellenza Artigiana Italiana, che accoglie i nomi dei primi 75 MAM,

Maestri d'Arte e Mestieri affermati, che si sono distinti per particolari meriti professionali e per l'attività svolta in favore della trasmissione del sapere.

Fondazione Esclusiva, che si riconosce nel lavoro di rete e nello sviluppo di progetti partecipati, ha presentato pubblicamente con l'evento del 30 novembre 2017 la partnership con Fondazione Cologni per la realizzazione del progetto. FEX sarà impegnata in azioni di scouting e ricerca di artigiani eccellenti nel campo delle arti applicate. Gli artigiani, molti dei quali verranno segnalati dalle imprese, saranno considerati attraverso un format di valutazione dell'eccellenza nel mestiere d'arte, che prende in considerazione sia criteri relativi al soggetto (creatività, competenza, formazione, talento, interpretazione), sia termini che ne definiscono le attività relazionali e territoriali (territorialità, tradizione), sia concetti che si legano in maniera più oggettiva al manufatto creato dal maestro (autenticità, originalità, artigianalità, innovazione). Fondazione Esclusiva è a fianco della Fondazione Cologni nel sostegno di tirocini formativi e borse di studio per giovani che vogliano andare in bottega ad imparare il mestiere.

Il 2017 è stato l'anno in cui si sono consolidate le partnership e il metodo di lavoro. Il 2018 sarà l'anno dell'operatività. FEX vuole insistere soprattutto nello scoprire e raccontare le storie dei grandi artigiani del sud Italia, perché la fondazione, tralasciando ogni velleitaria forma di retorica a favore di un utile e positivo storytelling, crede che le buone prassi nel mezzogiorno siano moltissime e che sia necessario impegnarsi a renderle un bene comune, un patrimonio italiano e europeo.

E se formare i giovani talenti è la principale mission della fondazione, occuparsi dell'educazione degli adolescenti rispecchia l'area di massima sperimentazione per quanto concerne le pratiche di innovazione sociale a base culturale. Il progetto "Con le Mani" consiste in un ciclo di laboratori creativi rivolti alle scuole che mettono al centro temi come la scoperta delle proprie abilità e delle proprie inclinazioni creative, l'orientamento del sé, la scoperta delle professioni creative. I laboratori si fondano sulla teoria delle intelligenze multiple di Gardner e sul ricorso a metodi educativi innovativi come il tinkering; attivando l'intelligenza manuale i ragazzi lavorano sull'accrescimento delle abilità di relazione con gli altri, sullo sviluppo dello spirito creativo, nonché sul mantenimento di un elevato livello di motivazione e sull'importanza del processo più che dell'esito.

Il progetto oltre ai ragazzi delle scuole secondarie di primo livello, coinvolge direttamente anche l'intera comunità educante attraverso tavoli partecipati, formazione dei formatori, sessioni di coaching creativo e di orientamento alle professioni rivolto alle famiglie e agli insegnanti.

Il progetto è sostenuto dal partenariato del Municipio I di Roma e parte operativamente nel 2018 come un'esperienza pilota, avrà durata triennale e coinvolgerà quattro scuole del Municipio per un totale di 10 classi, circa 250 adolescenti, 100 docenti, 150 attori della comunità educante, 30 creativi esperti.

Il progetto punta ad essere riconosciuto come una buona pratica per: misurabilità (a tal proposito è stata coinvolta

l'Università di Tor Vergata che si occuperà della valutazione d'impatto); scalabilità e replicabilità in altri territori; innovatività dei processi e degli strumenti.

Per la fondazione fondamentale è anche lo sviluppo del lavoro di rete con altre istituzioni, fondazioni e imprese, che possa assicurare la sostenibilità nel tempo dei progetti. Per questo nel 2017 ha messo a punto un modello di membership aperto a chiunque (impresa, istituzione, azienda) si riconosca nei valori e nei progetti della fondazione e voglia contribuire con risorse, idee, competenze, al sostegno e alla realizzazione delle attività stesse.

L'innovazione sta nel fatto di aver adottato come fondazione d'impresa, lo strumento della membership, tipico di organizzazioni pubbliche e private che soprattutto in campo culturale (si pensi ai musei) la usano per fidelizzare la propria audience.

FEX è la prima fondazione d'impresa ad aver mutuato la membership come strumento di community. In un'economia circolare basata sulla condivisione, sulla collaborazione, sulla partecipazione, crediamo, infatti, che un progetto di innovazione sociale come quello che la fondazione professa, abbia un'estranea natura sperimentale e in quanto tale si traduca in una grande questione culturale e di mentalità più che di soli 'contenuti': abbiamo ben chiaro, in fondo, quanto sia importante comprendere che non solo il no profit, ma anche il mondo produttivo, quello dell'impresa, debba ripensarsi con un punto di vista nuovo, uno che includa nella valutazione di sostenibilità, nel modello 'economico e ecologico' tutti gli stakeholder della società.

La fondazione è nata nell'era della collaborazione e del pragmatismo rivoluzionario: non è più tabù pensare che la burocrazia e i silos organizzativi, il rispetto cieco delle regole vecchie di decenni siano strumenti inadeguati per la portata dei cambiamenti in atto. Questo è il momento di essere audaci, dimenticare gli 'alibi' che spesso troviamo nel "non decido io" e nel "non mi riguarda". D'altronde, decenni di applicazione di metodi per creare l'innovazione ci hanno insegnato che dar vita a qualcosa di nuovo non è un processo per cui abbiamo bisogno di molte risorse, ma di tanto tempo, perché l'innovazione può essere frugale, ma deve essere fatta di verifica delle ipotesi e massimizzazione dei risultati.

Per questo crediamo che non avrebbe senso cercare il sostegno su ogni singola iniziativa. Quello che chiediamo ai nostri *stakeholder* è sostenere/ scommettere con poche risorse e certe, sulla trasversalità delle attività messe in campo dalla fondazione, disegnando così un progetto basato sulla continuità di relazione e la scelta strategica di comunicare attraverso la creatività. Le aziende partner si trasformano così da sostenitori in fabbricatori di cultura, entrano in reti di innovazione sociale, scoprono nella fondazione un luogo di generatività sociale.

La fondazione va così oltre il modello di sponsorship, l'obiettivo è assicurare la sostenibilità ai progetti nel tempo, unico fattore necessario e affatto scontato nei processi di innovazione, per misurarne i reali impatti. La volontà è quella di creare con le imprese un nuovo pensiero e un rapporto alla pari. Entrano nella membership tutti i soggetti che si riconoscono in parole come: condivisione, impegno, partecipazione,

responsabilità, sfida, sperimentazione, fallimento, scambio, inclusione.

La creatività e la cultura sono straordinari e innovativi strumenti di comunicazione, a patto che siano portati su un piano estrinseco e comprensibile. Far dialogare il mondo delle imprese con quello della cultura e creatività comporta un incessante lavoro di traduzione di codici e mediazione.

La Fondazione, oltre a ricevere da *Esclusiva Design* un contributo annuale pari al 2% del suo fatturato per il *maintenance*, è sostenuta attraverso forme di *secondment* (distacco di risorse umane in prestito). Ad essere coinvolti sono prevalentemente i creativi del dipartimento di design e decorazione di *Esclusiva Design* che mettono a disposizione dei progetti e delle attività formative il *know-how*, le competenze e l'esperienza professionale.

Oggi fondazione è già una comunità dinamica e animata, fondata sullo scambio e su un dialogo stimolante che ispira nuovi progetti. Molti percorsi innovativi si possono immaginare ancora, e crediamo che crescendo *FEX* possa essere un luogo di connessioni interessanti per molte altre aziende.

Se infatti il 2017 è stato l'anno della trasformazione e del cambiamento il 2018 si apre all'insegna della crescita, dell'attenzione e della partecipazione.

**Giorgia Turchetto**  
Segretario Generale  
della Fondazione *Esclusiva*





## PAROLE CHIAVE

Fondazione Exclusiva nel 2017 ha scelto alcune parole guida che rappresentano il suo vocabolario di senso.

Prima, tra queste, è la parola **CREATIVITÀ** che consiste in una sintesi di fantasia e concretezza, poiché ogni atto creativo necessita di strumenti, tecniche, processi, metodi e anche finanziamenti, per trasformare le fantasie e i sogni in opere concrete, in servizi e prodotti della creatività. La concretezza, quindi, è intesa come il lato efficace della fantasia. Per cui si può aggiungere che la creatività è anche e soprattutto sintesi di emozioni gestite e tecniche introiettate. Da queste premesse si arriva alla seconda parola chiave, **GENIO COLLETTIVO**, secondo la quale la maggior parte delle creazioni dell'uomo non è opera di singole personalità talentuose, ma di geni collettivi composti da persone che esprimono competenze diverse, trasversali e complementari, formando così dei mix equilibrati, capaci di stimolarsi e compensarsi a vicenda.

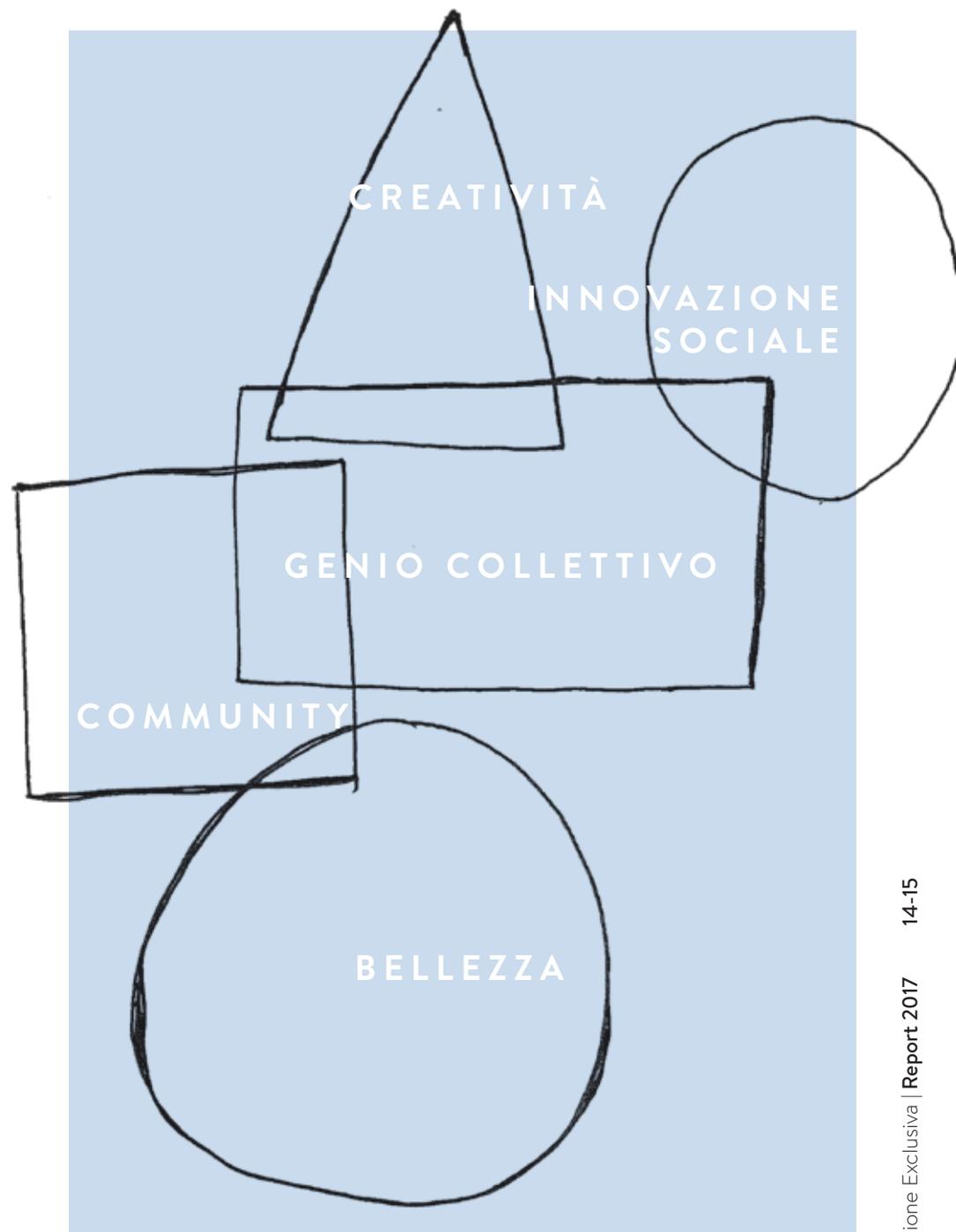
L'altra parola è **BELLEZZA**, che fuori da ogni forma retorica, coincide con il "far bene per star bene". Bellezza come pratica, cura, salute, qualità della vita e strumento di welfare. Un approccio complesso che si comprende profondamente solo se letto nella sua relazione di dipendenza (reliance) tra i diversi settori che vi agiscono: il design, l'arte, la cultura, la scienza, soprattutto in un momento storico in cui i temi legati alla comunità e alle città, nelle loro relazioni etiche ed estetiche, acquisiscono nuovi e inediti significati. Si pensi ad esempio alla relazione (perduta

e/o nuova) tra spazi urbani, equilibri sociali, architettonici e comunitari.

Infine **COMMUNITY** intesa come il riconoscimento di un'idea da parte di attori diversi che vedono nella fondazione un luogo di contaminazioni e connessioni. Dove non c'è comunità non c'è economia: siamo in un momento di grande cambiamento dei modelli organizzativi, economici e sociali. La fondazione con i propri progetti vuole dar vita ad una comunità di persone che si riconoscono nella responsabilità sociale e in una dimensione imprenditoriale dell'innovazione.

I progetti della fondazione si collocano al confine tra non-profit, pubblico, privato e società civile, sono trasversali e frutto di interessanti contaminazioni di valori e prospettive. Nascono da nuove forme di collaborazione e di cooperazione tra soggetti di diversa natura che attraverso la fondazione trovano un allineamento di interessi per il raggiungimento di un obiettivo sociale comune.

Un'idea di community quindi dove a prevalere è una spiccata dimensione collettiva che non appartiene soltanto all'immaginazione e alla creatività di un singolo attore, quanto alla capacità collettiva di partire da un'intuizione e di svilupparla sino a trasformarla in pratica diffusa.



## NUMERI

2

MOSTRE

522

VISITATORI MOSTRE

10

EVENTI E TALK ABOUT

5

COMUNICATI STAMPA

70

USCITE STAMPA

4.407

UTENTI SOCIAL

1.790

PUBBLICO  
EVENTI E TALK ABOUT

11

EVENTI OSPITATI

770

PARTECIPANTI  
EVENTI OSPITATI

1.500+

ISCRITTI NEWSLETTER

5

USCITE NEWSLETTER

47.989

VISUALIZZAZIONI  
SITO WEB

2

MASTERCLASS

60

UTENTI FORMATI

2

PERCORSI DI MENTORSHIP

5

MEDIA PARTNERSHIP

6

BANDI

24

SOSTENITORI

11

DOCENTI

22

PARTNER

2

PATROCINI ISTITUZIONALI

6

COLLABORAZIONI

1

PREMI RICEVUTI



## MASTERCLASS TEXTURE

Le masterclass prendono il nome di Texture - “trama” che, se tecnicamente indica l’insieme di variazioni cromatiche e morfologiche possedute da qualsiasi materiale, simbolicamente chiarisce l’approccio formativo della fondazione basato sulla progettazione ed erogazione di percorsi laboratoriali centrati sul valore della pratica. I contenuti di ogni masterclass nascono dalla contaminazione tra linguaggi creativi diversi. Ogni percorso formativo è metadisciplinare e sostiene un modello di apprendimento basato sull’esperienza, sulla relazione e sul coinvolgimento.

La finalità è promuovere la creatività come esito di un “genio collettivo” per valorizzare il singolo/il gruppo, creare sostegno/ confronto, favorire l’apprendimento/ performance; generare improvvisazione/ strutturazione; agevolare la riflessione/ la velocità.

Le masterclass sono percorsi “ultimo miglio” che creano un valore circolare facilitando l’incontro tra il talento dei giovani, le esigenze d’innovazione delle imprese, i bisogni dei diversi pubblici (clienti, cittadini, portatori di interesse, investitori, etc.)

### METODO

La metodologia formativa si ispira al *Design Thinking* per sviluppare il pensiero creativo, sul modello di quello proprio del design, e utilizza un approccio alla soluzione dei problemi ispirato al metodo scientifico applicato alla ricerca.

Il mix ben dosato di queste tecniche produce gruppi di lavoro molto coesi e determinati, in grado di creare una sorta di “realtà aumentata” dove la visione dei problemi si sposa con l’emergere immediato di potenziali soluzioni innovative, le cui ricadute positive e/o negative appaiono immediatamente chiare.

Le masterclass partono dall’intercettare un bisogno/esigenza reale sul quale i giovani talenti sono chiamati ad esprimere liberamente la propria creatività, supportati dal confronto e dall’interazione con professionisti ed esperti, facilitatori dello sviluppo di idee innovative da mettere a disposizione dell’impresa. Il valore per l’impresa sta, a sua volta, nel poter sperimentare e sviluppare un’idea accompagnandone l’evoluzione dapprima in concept, poi in prototipo e infine nella realizzazione di un prodotto/servizio originale e fatto su misura.

Sono percorsi di creatività connessi ai temi dell’architettura, dell’interior design, delle arti applicate, dell’innovazione sociale.



## LA ROADMAP FORMATIVA

Le azioni formative che la fondazione propone si caratterizzano per un metodo:

- ▶ Attivo, ossia che pone al centro del processo formativo l'individuo nella sua complessità
- ▶ Attento al contesto locale, ma nello stesso tempo aperto e globale
- ▶ Teso a valorizzare il rapporto tra docenti e discenti, il team work e la collaborazione all'interno dei gruppi di lavoro
- ▶ Centrato sull'esperienza diretta dei partecipanti
- ▶ Fondato sulla ricerca applicata come parte del percorso di apprendimento
- ▶ Capace di integrarsi con la realtà attraverso una didattica per problemi
- ▶ Immersivo, mediante esperienze sul campo
- ▶ Basato sulla valutazione del processo e degli esiti formativi

Texture si declina in:

- ▶ **ARCHI TEXTURE** - percorsi metadisciplinari ed esperienziali sulle tematiche specifiche del mondo dell'architettura, dell'interior design e dei loro materiali. Si fondano su un principio trasversale e innovativo della progettazione architettonica che promuove un nuovo modo di fare design, dove la progettazione incamera concetti di empatia, funzionalità, percezione, personalizzazione, innovazione di processo.
- ▶ **ARTI TEXTURE** - percorsi metadisciplinari ed esperienziali sulle arti applicate (fotografia, grafica, ceramica, oreficeria, arte tessile, etc.) e sui mestieri ad alto contenuto artistico-culturale legati a forme di artigianato contemporaneo, in cui l'artigianato classico si fonde con le nuove tecnologie digitali.



### CALL FOR APPLICATION

Aperta a giovani creativi, architetti, designer, artigiani, artisti, stylist, disegnatori, comunicatori, etc. La giuria tecnica di FEX seleziona i migliori candidati seguendo il criterio del 'genio collettivo': gruppi di lavoro trasversali e multidisciplinari espressione di competenze diverse animati da forte motivazione, orientamento verso il compito creativo, pluralità e ibridazione delle esperienze. Possono candidarsi alla call sia gruppi di creativi sia singoli che, se selezionati, saranno inseriti in gruppi di lavoro.



### TALK FEX

Brevi conferenze ispirazionali di 15 minuti aprono la masterclass. A parlare sono chiamati i migliori professionisti, ricercatori, designer, artisti, esperti del tema di ogni percorso formativo. Obiettivo è imparare a guardare le cose da punti di vista diversi. Gli speaker sono invitati a raccontare le proprie idee e intuizioni, le loro storie ed esperienze fanno da 'rompighiaccio' e attivano pensiero laterale, approccio interdisciplinare, trasversale e fondato su scambio e condivisione di esperienze e saperi diversi.



### BRIEF

Le masterclass vogliono rispondere a un'esigenza/urgenza reale delle imprese. Il brief creativo che nasce in sinergia con l'azienda partner è lo strumento usato per focalizzare l'obiettivo specifico su cui i creativi sono chiamati a lavorare. Durante la fase di briefing i gruppi creativi si confrontano in tavoli di lavoro con l'impresa committente per capire come ideare e sviluppare un concept coerente, sostenibile e rispondente all'esigenza espressa.



### MARATONA CREATIVA

Sviluppo dell'idea: hackathon creativo in cui i gruppi, seguiti da tutor esperti, devono produrre il loro concept. In questa fase l'azienda e la commissione scientifica possono prendere parte attivamente al lavoro dei creativi. È la fase in cui oltre al concept i gruppi preparano la presentazione che verrà valutata dalla commissione scientifica.



### VALUTAZIONE

La commissione scientifica formata da esperti, in base ai criteri quali coerenza con il brief/identità visiva; emotività ed attrattività; innovatività; chiarezza ed efficacia informativa; realizzabilità; scalabilità; sintesi narrativa, seleziona le migliori proposte che continueranno il percorso di mentorship.



### DAL CONCEPT AL MOCK UP

I creativi selezionati iniziano un percorso di mentorship con la fondazione, la cui durata dipende dalla complessità del tema trattato. In questa fase seguiti dai tutor, dagli esperti della commissione e dall'impresa committente, i gruppi approfondiscono la ricerca e fanno periodiche revisioni con i loro tutor, fino ad arrivare alla realizzazione del mockup o della maquette definitiva.



### PREMIAZIONE

Il percorso formativo si chiude con un evento di presentazione dei progetti dove viene eletto il gruppo/gruppi vincitori ai quali è riconosciuto un premio e la possibilità di collaborare con l'impresa committente in forme e modi diversi, definiti in base alle singole masterclass.

24 MAGGIO 2017

ARCHITECTURE | SUPERFICI SCENOGRAFIE, SOLUZIONI E DECORAZIONI D'INTERNI

I RISULTATI



IL PROGETTO PREMIATO

PARTNER: ESCLUSIVA DESIGN



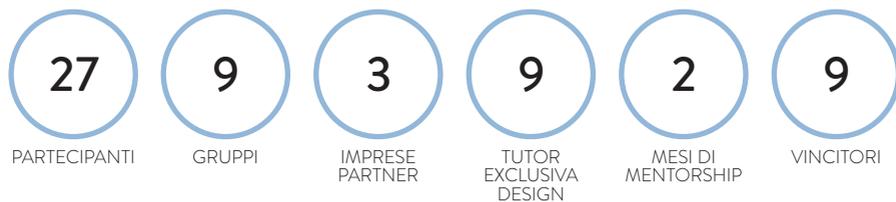
**CREATIVI:** STEFANO DI GIAMBERARDINO Architetto  
 CLAUDIA CLEMENTINI Architetto  
 ALESSANDRA RODI Architetto  
**TUTOR:** ALESSANDRA PRECENZANO Architetto · Exclusiva Design

**CONCEPT:**  
 Respiro è una texture che diventa una parete verticale per giardini. L'urgenza è stata quella di disegnare un elemento che avesse diverse valenze funzionali per risolvere le necessità di divisione, di schermo, di supporto per elementi vegetali in uno spazio esterno.

21 LUGLIO 2017

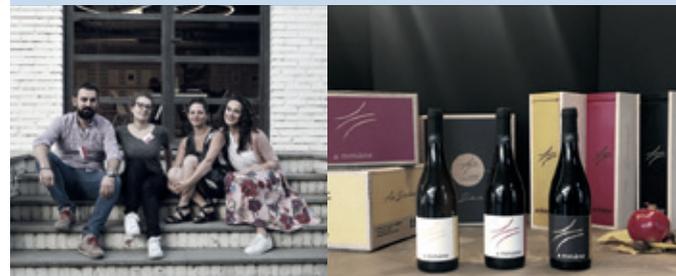
ARTITEXTURE | WINE DESIGN | QUESTIONE DI ETICHETTA

I RISULTATI



I PROGETTI PREMIATI | WINE DESIGN

PARTNER: CANTINA ZACCAGNINI

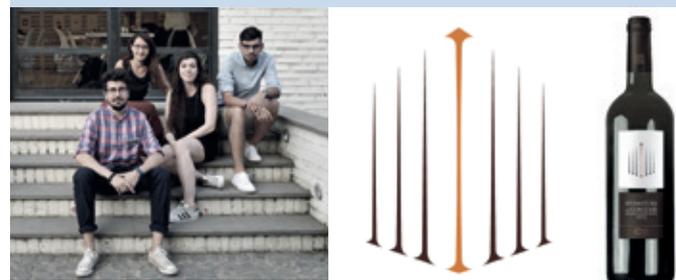


**BRIEF:**  
 Un nome e un'identità per un nuovo vino che unisce Italia, Norvegia e Sud Africa

**CREATIVI:** ERIKA TROCCHI illustratrice/artista | ELENA FERRO architetto  
 ALMERICO TOMMASIELLO grafico

**TUTOR:** MAILA EVANGELISTA Architetto · Exclusiva Design

PARTNER: CASALE CENTO CORVI



**BRIEF:**  
 Un vestito su misura per il nuovo rossissimo Giacchè

**CREATIVI:** ELIA FOGLIADINI grafico/fotografo | MARTINA LEVRINI artista  
 GIUSEPPE D'EMILIO architetto/designer

**TUTOR:** ALESSIA FARINELLI Communication Manager · Exclusiva Design

PARTNER: FEUDI DI SAN GREGORIO



**BRIEF:**  
 Innalzare il percepito qualitativo del marchio Ognissole

**CREATIVI:** FLAMINIA SECHI fotografa/grafica | GIANGIACOMO GUIDA designer | GIADA MALICH grafica  
**TUTOR:** FLAVIA FEFÈ Graphic Designer · Exclusiva Design



## EVENTI, MOSTRE E TALK ABOUT

### 3 APRILE | HUMAN FOUNDATION: 5 ANNI DI IMPATTO

Evento promosso dall'omonima organizzazione no profit, diretta da Giovanna Melandri, per ripercorrere il lavoro svolto nei 5 anni di vita della fondazione, dando spazio alle realtà che hanno collaborato nelle aree in cui opera: ricerca e advocacy, impatto sociale e innovazione, capacity building e formazione.



### 3 APRILE | BREAKOUT SESSION

Fondazione Exclusiva ha coordinato nella sessione pomeridiana il tavolo dedicato agli impatti sociali dei processi creativi, a cui hanno preso parte come speaker Daniela Bianchi, Consigliera Regione Lazio, Roberto Covolo, Project Manager di Ex Fadda, Luca Fois, Creativo e Docente di Design al Politecnico di Milano e Michele Trimarchi, Economista della cultura, Tools for culture. Alla networking session invece sono stati presenti Andrea Billi-Progetto ACTORS OECD, Claudio Bocci-Direttore Federculture, Annalisa Cicerchia-Docente di Management delle imprese creative -Università di Roma Tor Vergata, Alberto Improda-Presidente del Centro Studi e Ricerche Improda, Andrea Masala-Responsabile rapporti istituzionali Arci Roma, Davide Paterna-Direttore Open House Roma, Giorgia Turchetto-Segretario Generale Fondazione Exclusiva, Leonardo Zaccone-Founder Roma Makers.

### 11 APRILE | I PESCI NON PORTANO FUCILI

Anteprima del film-documentario del giovane Simone Valente, diplomato all'Accademia di Belle Arti di Roma in Arti Multimediali e Tecnologiche, che racconta il progetto di Alfredo Pirri "I pesci non portano i fucili". L'evento è stato accompagnato da un cocktail per celebrare il vernissage della prima mostra antologica di Alfredo Pirri.



### 26 APRILE | 100 DONNE

Fondazione Exclusiva ha aperto le porte a oltre 100 donne che hanno risposto all'invito di Michela Di Biase per parlare di Pari Opportunità attraverso l'iniziativa "Opportunità pari davvero" con Matteo Renzi, Maria Elena Boschi e Maurizio Martina.

### 4 MAGGIO | PRESENTAZIONE DEL PIANO D'INDIRIZZO FEX

Con questo evento la Fondazione Exclusiva ha presentato alla propria community di stakeholder e sostenitori, ai media e al pubblico il piano di indirizzo triennale (2017 - 2020): valori, obiettivi, attività, modello di sostenibilità.



### 6-7 MAGGIO | OPEN HOUSE ROMA

Fondazione Exclusiva è stata tra i luoghi scelti e visitati da oltre 500 persone in occasione di Open House, l'evento annuale che in un solo weekend consente l'apertura gratuita di centinaia di edifici della capitale notevoli per le peculiarità architettoniche, nel panorama moderno e contemporaneo.

### 21 LUGLIO-25 SETTEMBRE | LABEL & BRAND

Fondazione Exclusiva ha ospitato una mostra molto originale, Brand&Label, gentilmente concessa dal corso di Alta Formazione Wine e System Design - Cilab, Politecnico di Milano, che racconta il design italiano dell'agroalimentare in 60 etichette di vini, birre, spiriti e alimenti. Una significativa collezione di arte applicata che si distingue per raffinatezza e originalità di contenuti, linguaggi, grafica e materiali. La mostra Brand & Label ha fornito suggestioni, ispirazioni e occasioni di approfondimento sul rapporto tra etichetta e brand e sulla relazione tra i valori culturali tangibili e intangibili legati al vino e alla sua narrazione.



### 26-30 SETTEMBRE | MOSTRA SPOLLO KITCHEN

In occasione della Settimana Internazionale del Design organizzata da Aiap, Fondazione Exclusiva ha presentato la mostra Spollo Kitchen di CTS Grafica: una foresta di totem con i manifesti di alcuni dei grafici e illustratori più significativi del panorama italiano e internazionale.



### 26-30 SETTEMBRE | HAPPY BEER DAY!

In continuità con le attività formative sul tema del wine system design, Fondazione Exclusiva ha collaborato e ospitato il workshop di Borja Martinez, designer spagnolo fondatore dello studio Lo Siento, sulla progettazione di etichette per una birra artigianale da realizzare senza l'utilizzo del computer.



### 6 DICEMBRE | OPEN HOUSE CREATURE

Fondazione Exclusiva è stata partner del progetto "Creature", il Festival della creatività romana che valorizza i creativi e i loro luoghi di lavoro, espressione, sperimentazione, organizzato da Open City Roma nell'ambito del programma Roma Contemporanea 2017. Ha fatto parte della giuria che ha selezionato i vincitori e ha collaborato all'organizzazione, ospitando nel proprio spazio la tappa conclusiva dell'evento.



### 30 NOVEMBRE | IL REPERTORIO DEI TALENTI| in partnership con Fondazione Cologni dei Mestieri d'Arte

Kick-off del progetto culturale di valorizzazione dei mestieri d'arte italiani di Fondazione Exclusiva in collaborazione con Fondazione Cologni dei Mestieri d'Arte, nato con l'obiettivo di riportare l'attenzione sul grande patrimonio culturale costituito dalle arti applicate e dai maestri artigiani che hanno traghettato i propri know-how dalla tradizione alla modernità, costituendo il vero cuore del Made in Italy. Hanno preso parte Fabio Mazzeo, Presidente della Fondazione Exclusiva; Giorgia Turchetto, Segretario Generale della Fondazione; Silvia Costa, Parlamentare Europea; Alberto Cavalli, Direttore Generale Fondazione Cologni dei Mestieri d'Arte; Diego Percossi Papi, Maestro Orafo; Marco Bizzozero, Direttore Vendite Italia Giorgetti; Paolo Guzzini, Vice Presidente iGuzzini; Stefano Torrenti, CEO Florim; Francesca Neri, Responsabile Osservatorio Fondazione Exclusiva; Paola Bacchi, Decoratrice di Exclusiva Design; Cristiano Surina, Direttore Sviluppo Exclusiva Design.

## EVENTI OSPITATI



### 3 FEBBRAIO | PRESENTAZIONE DEI BANDI INTERNAZIONALIZZAZIONE PMI E PROSPEX | Evento Istituzionale – Lazio Innova

Il Presidente della Regione Lazio, Nicola Zingaretti, ha presentato i bandi “Internazionalizzazione PMI e Prospex” per l'internazionalizzazione del sistema produttivo del Lazio per complessivi 11 milioni di euro promossi dalla Regione Lazio.

### 26 MAGGIO | WORKSHOP VELUX | Formazione aziendale - EdicomEventi

Il workshop “L'Esperienza della luce naturale”, tenuto dagli architetti Giulio Camiz e Erika Galdi, e rivolto a 50 architetti, ha toccato i temi della progettazione dell'illuminazione naturale negli edifici, indipendentemente dalla destinazione d'uso, indagata tramite immagini di progetti particolarmente emblematici, la schematizzazione di principi e metodi di base, ma soprattutto attraverso l'uso di un modello e di un cielo artificiale.

### 23 GIUGNO | WORKSHOP SONY | Formazione aziendale – Baldo Consulting

Workshop di incentivazione per la crescita professionale motivazionale personale dell'area tecnica e consulting di Sony Play Station.

### 4 LUGLIO | PRESENTAZIONE DEI BANDI “FARE LAZIO” | Evento Istituzionale – Lazio Innova

Lazio Innova ha presentato i bandi FARE LAZIO: un finanziamento per l'accesso al credito di piccole e medie imprese e liberi professionisti.

### 27 LUGLIO | I MANAGER DEL FUTURO Ernst & Young | Evento di Presentazione - Nyali Swiss

Presentazione aziendale dei nuovi master per la formazione dei manager del futuro.



### 25 SETTEMBRE | DISADORNA E ALTRE STORIE | Presentazione libro - La nave di Teseo

Il Ministro dei Beni e delle Attività Culturali Dario Franceschini ha presentato il suo ultimo libro, Disadorna e altre storie, edito da La Nave di Teseo. L'autore, con Marino Sinibaldi e Paolo Fresu, e con letture di Alberto Rossati, ha raccontato a rappresentanti del mondo delle istituzioni, della cultura, dello spettacolo e del cinema la sua ultima prova letteraria.



### 17 OTTOBRE | FORUM SCUOLA INNOVA | Forum – Legambiente

Forum Scuola Innova il secondo forum dell'edilizia scolastica sostenibile: dati, opportunità e buone pratiche per un'edilizia scolastica di qualità. Organizzato da Legambiente, L'editoriale, La Nuova Ecologia e Kyoto Club per promuovere la riqualificazione del patrimonio edilizio scolastico che rappresenta il principale e più diffuso cantiere del nostro Paese.



### 19 OTTOBRE | SHOOTING DAY | Evento di comunicazione – FilmMaster

Sessione di shooting per la realizzazione di una campagna pubblicitaria di prodotto.

### 11 NOVEMBRE | CELFINA TREATMENT | Convegno medico – Merz

Presentazione dei risultati di una nuova tecnologia per la medicina estetica.



### 22 NOVEMBRE | SCUOLE SICURE | Convegno – MIUR

Scuole sicure, adeguate sismicamente, sostenibili. Spazi di apprendimento innovativi e funzionali alla didattica. Sono stati i temi al centro della seconda Giornata nazionale per la sicurezza nelle scuole che si è svolta alla presenza della Ministra dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca, Valeria Fedeli.



### 2 DICEMBRE | WORKSHOP | Formazione aziendale – Sermetra

Un originale team building aziendale per i dipendenti di Sermetra attraverso le tecniche della pittura e dell'arte, grazie al workshop condotto dallo street artist romano Mr. Klevra.

### 11-12 DICEMBRE | WORKSHOP | Formazione aziendale – Enel

Corso di formazione sul tema dello Smart Office.

## NETWORK E COMUNICAZIONE

### COMUNICAZIONE

#### SITO WEB E SOCIAL

È stato interamente riprogettato il sito web e riformulati tutti i contenuti secondo le nuove linee guida del piano d'indirizzo, adeguandolo ai nuovi standard della corretta visualizzazione dei contenuti sui dispositivi mobili.

È stato aperto un canale YouTube ufficiale di Fondazione Exclusiva ed è stata attivata una strategia per incuriosire e accrescere il coinvolgimento e la partecipazione attiva della community della fondazione attraverso contenuti video, dirette live, pubblicazione di interviste e materiali fotografici e presentazioni.

#### NEWSLETTER

È stata lanciata la nuova newsletter mensile di Fondazione Exclusiva. Per FEX la newsletter è uno strumento di comunicazione relazionale e, oltre al layout innovativo, giocato sull'uso dei colori per la creazione di sezioni tematiche, si caratterizza per essere personalizzata, sempre più interattiva, collegata con gli altri canali social e più ricca di video. In un anno i destinatari della newsletter sono aumentati del 30%.

#### MATERIALI DI COMUNICAZIONE

È stato realizzato un restyling integrale, grafico e dei contenuti, dei materiali di comunicazione: payoff del logo, brochure, cartelline, shopper.

#### GIORNALE DELLE FONDAZIONI

Fondazione Exclusiva ha siglato un accordo di mediapartnership con Il Giornale delle Fondazioni per l'adozione da parte di FEX della rubrica "Saper Fare, Saper Essere" che ospita contributi mensili originali e autoriali da parte di esperti, studiosi e influencer sui temi della creatività, dell'innovazione, del design, del welfare e del made in Italy.

Inoltre Il Giornale delle Fondazioni pubblica sul sito e sui social le attività e gli eventi della Fondazione Exclusiva, e ha promosso FEX attraverso un banner in homepage e sulla propria newsletter.

#### ALTRE MEDIAPARTNERSHIP

Oltre alle partnership istituzionali FEX ha attivato mediapartnership di settore specifiche rispetto ai progetti e ai contenuti dei propri eventi. Nel 2017 sono stati mediapartner delle sue attività: AboutPublic, Cielo Terra Design, Ispromedia, Artribune, Wine Strategies, Il Giornale dell'Arte, Open House Roma, Eurasiat'x, Eurasian Center.



## NETWORK

Tra le numerose collaborazioni avviate in questo primo anno di attività si annoverano:

### POLI.DESIGN

Il dipartimento di Design del Politecnico di Milano, con il suo CILAB – Creative Industries Lab, è il partner scientifico principale della fondazione nelle attività formative legate ai percorsi di alcune masterclass.

### FONDAZIONE COLOGNI DEI MESTIERI D'ARTE

Partnership di progetto stretta a fine 2017 che vedrà le due fondazioni unite nello sviluppo del Repertorio dei Talenti, progetto culturale di valorizzazione dei mestieri d'arte italiani, nel 2018. Inoltre Fondazione Exclusiva nella figura del suo presidente fa parte della commissione degli esperti del Premio MAM – Maestro d'Arte e Mestiere che ogni due anni la Fondazione Cologni dei Maestri d'Arte riconosce alle eccellenze artigiane italiane.

### MUNICIPIO I

Il Municipio I di Roma – Centro Storico ha sottoscritto un accordo di partnership per il progetto di innovazione sociale “Con le mani” che la Fondazione ha ideato per promuovere nelle scuole secondarie di primo grado del suo territorio la creatività come strumento di sviluppo e crescita.

### ASSIFERO

Nel 2017 Fondazione Exclusiva è entrata a far parte del network di Assifero, Associazione nazionale delle Fondazioni ed Enti filantropici italiani, che associa le principali Fondazioni private (di famiglia, corporate e di comunità) e altri Enti filantropici, espressione di una volontà

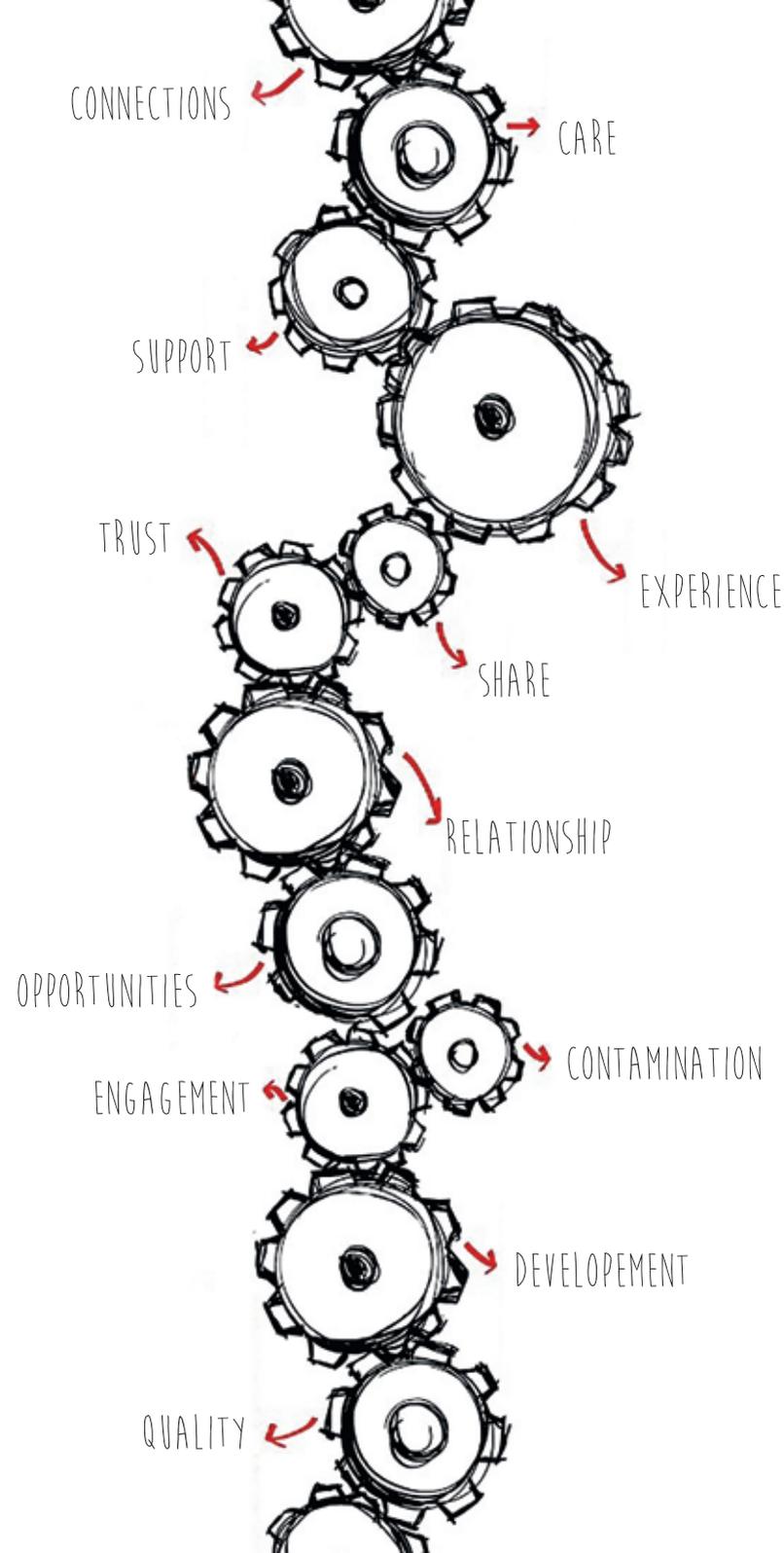
comune italiana dove saperi, tradizioni, competenze e risorse finanziarie vengono messi a frutto per lo sviluppo umano e sostenibile del Paese. Nel 2018 Fondazione Exclusiva sarà sede del Convegno Nazionale Assifero.

### PREMIO CULTURA + IMPRESA

Fondazione Exclusiva ed Exclusiva Design sono stati partner della 4° edizione del Premio CULTURA + IMPRESA, l'evento annuale dedicato alle Sponsorizzazioni, alle Partnership e alle Produzioni culturali d'impresa che valorizza e promuove la coprogettazione tra Imprese, Istituzioni e Operatori culturali. L'architetto Fabio Mazzeo ha progettato e realizzato in collaborazione con l'artista multimediale Silvia Iorio, l'opera d'arte “De Siderium” consegnata come premio ai vincitori e ha fatto parte, in qualità di Presidente della Fondazione, della giuria esaminatrice.

### PREMIO AIAP

L'Aiap, Associazione italiana del design della comunicazione visiva, ha attribuito al Presidente, Fabio Mazzeo, il Premio Committenza 2017 per il progetto di Fondazione Exclusiva, impresa culturale. Il Premio, che individua e promuove i progettisti e le imprese del Made in Italy che fondano sul rapporto tra designer, committente e produttore il proprio valore strategico e competitivo, è stato conferito in occasione della International Graphic Design Week 2017.





## IL DIZIONARIO DELLE COMPETENZE DI FEX E DELLA SUA COMMUNITY



# Il Giornale delle Fondazioni

Il Giornale delle Fondazioni è un periodico fondato nel 2001 da Umberto Alemanni & C. S.p.A.

HOME FONDAZIONI DI ORIGINE BANCARIA

Home • Per creare valore di ruolo la CSR

## PER CREARE VALORE CI VUOLE LA CSR

Publicato il: 12/05/2017 - 11:37

TAGS: FONDAZIONE ESCLUSIVA CSR DESIGN

Rubrica: FONDAZIONI D'IMPRESA  
Autore: Francesca Neri

## Cucina NOTIZIE

NEWS NOTTE ARRIVARE A CUCINA FUNDA FONDOPORTAZI NOTTE PERMILIE ORDINAMENTO BUDGETARIO 2017-2018 BUDGET 2019

### «Spollo kitchen»: ecco che cosa mangiano i graphic designer

NEWS LA MOSTRA A ROMA

«Spollo Kitchen»

«E mangiano i graphic designer? E soprattutto, che aspetta la di... A rivelarlo, è un libro e una mostra in occasione della Biennale Internazionale del Design a Roma. Dove alcuni fra i più... (Dottorato) italiani e internazionali hanno dato vita a Spollo... (che) non designa, le loro ricette, un senso di cucina e una... (grafica) e stilistica - edita da CTS e promossa... (CTS) Grafica in collaborazione con Fondazione Esclusiva... (pubblicata) dall'Associazione sociale - che illustra la... (grafica) grafica e cucina. Perché sempre più, oggi, mangiano con gli... (bi), prima che con la bocca, basta guardare Instagram. E allora... (voglia) succorioso esplosivo, con tulle e cuscini square, le garden... (effici), che sembrano piastine, lo salivano modernista. Ma anche i... (sostile) con vengano i lamponi, le saliscor all'una, l'insospet... (sostile) di cosa sono il licenziante e canicola. Ogni piatto è stato... (finito) con la supervisione di uno chef - o, lampone a piacere -... (che) mangiato. Ecco, dunque, una selezione di mostri».



CORRIERE DELLA SERA / BLOG

### La nuvola del lavoro

Giovani creativi a scuola di wine design

7 GENNAIO 2018 | di La Redazione

# Il giornale dell'ARCHITETTURA.com

Urban • Territorio • Design • Forum • Dibattito • Interviste • Patrimonio

Professione e Formazione • Progetti • Reviews

\*Può l'impresa di... (Si) trovano questi... (Non vi è al di là... (una) destinazione... (Adriano Olivetti)

Si scrive CSR, si... (investendo) in cui... (Esclusiva), che lo... (presidente) Fabio... (del) Made in Italy... (Le) imprese sono... (finanziarie), ha s... (attività) dell'impr... (sottolineato).  
Che gli investim... (positivi) che coin... (dimostrato) da m... (di) giugno 2014, e... (aziende) che son... (prodotti) e servizi... (è) la situazione n... (emerge) un tra

I designer del futuro? Gli artigiani!

by Isabella Clara Sciocca • 15 gennaio 2018 • Design • 17662

Alta promozione dei saperi artigianali è dedicato il programma "Repertorio dei Talenti" istituito dalla Fondazione Cologni dei Mestieri d'Arte con Fondazione Esclusiva

## IL FUTURO

TARANTO CRONACA

12

Intervista

### «La creatività non si autoalimenta. Bisogna investire sulla forza delle idee»

Nella foto: sinistra di pravo... (architetto) della città, presidente... (della) dipartimento della... (società), autore "Non vi è al di... (l'è) una) destinazione... (Adriano Olivetti)

«La creatività non si autoalimenta. Bisogna investire sulla forza delle idee»

«Non bastano solo i progetti, occorre attrarre capitali privati»

Come bilanciare un processo di innovazione?



Tempo stimato per la lettura di questo post è di 5 minuti.

Claudio Aste

«I designer, degli architetti, dei grafici, qualche biografo. Ci sono anche gli... (scrittore) e alcuni artisti. Tutti reclusi attorno a un tavolo. "Creative" è il... (che) riunisce le loro differenti anime, frutto di percorsi di studio e... (esperienze) lavorative differenti. Obiettivo: uscire le proprie competenze per... (creare) nuove espressioni di vita che ben rappresentano il brand della città e... (valorizzano) il patrimonio e scoprire proprio questo bisogno, tra le cose... (più) scritte sullo scultore. A creare non sono più le conoscenze dei... (esperti), ma la trasversalità del "genio collettivo".

### cieloterra

FONDAZIONE ESCLUSIVA: "DIAMO UN MERCATO AI TALENTI"

### Giornale delle Fondazioni

TRENTA CREATIVI PER UN'ETICHETTA

PREMIO CULTURA + IMPRESA 2017-2018

### cityproject

Al via la prima edizione di Architecture. Fondazione Esclusiva offre a giovani designer l'opportunità di realizzare un prodotto in collaborazione con le imprese

### cityproject

ARCHITECTURE

Al via la prima edizione di Architecture. Fondazione Esclusiva offre a giovani designer l'opportunità di realizzare un prodotto in collaborazione con le imprese

15 marzo 2017

### ANSA Cultura

Al via Architecture per giovani creativi

Format Fondazione Esclusiva, dall'idea a prototipo per mercato

### Architecture

Al via Architecture per giovani creativi

Format Fondazione Esclusiva, dall'idea a prototipo per mercato

### LIGHT

AARHUS

Viking's city, European capital of culture 2017.

JOHANNES TORPE STUDIOS

turning commercial spaces into art studios

### INDUSTRY MEETS ART

33 PUBLICPROJECT 02



**Se il 2017 è stato l'anno della programmazione e della messa in cantiere dei progetti, il 2018 si prefigura per Fondazione Esclusiva come un anno impegnativo orientato a produrre impatti tangibili e misurabili.**

Il primo Talk about dell'anno sarà dedicato al tema della bellezza. Una vera e propria chiamata alle arti per discutere e dibattere insieme a operatori culturali, attori del welfare culturale, designer, neuroscienziati e imprese creative sul tema della bellezza. Oggi la cultura produce salute e la bellezza opera come cura. Nel contesto più ampio di una fertilizzazione culturale diffusa, Fondazione Esclusiva si candida ad essere un cantiere aperto in cui l'arte e la creatività vengono interrogate e producono interpretazione, il dialogo tra scienza, cultura e design genera nuove idee, la socialità produce inclusione per fondare quel "welfare della mente" che ha come diretta conseguenza l'innovazione sociale.

Il ciclo delle masterclass 2018 proporrà la II edizione di ArtiTexture - Wine Design e toccherà, tra gli altri, i temi del Wood Design, Light Design, Kids Design e Wine design System. L'obiettivo è quello di costruire percorsi formativi ampliando sempre più il coinvolgimento attivo delle imprese rispetto alle loro reali esigenze. Le creative call utilizzate dalla fondazione per selezionare i giovani creativi si arricchiranno di criteri e metodologie di valutazione sempre più innovative ed efficaci a favorire il confronto tra le competenze trasversali. Anche la fase di tutoraggio sarà implementata: cresceranno le sessioni di design thinking, quelle dedicate alla preparazione degli elevator pitch finali e il lavoro di revisione e presentazione con i tutor e le imprese committenti.

Per il Repertorio dei talenti Fondazione Esclusiva ha messo a budget circa 15.000 euro da destinare a borse di studio per giovani che vogliono andare ad imparare il mestiere di artigiano. L'obiettivo del progetto è di rintracciare e raccontare la storia di 10 artigiani esperti che si distinguono per eccellenza nelle arti applicate. L'anno si apre con un primo dossier di candidatura, quello di Paola Bacchi, capo decoratore di Esclusiva Design.

Nel febbraio 2018 ci sarà l'avvio del progetto "Con le mani", che inizierà con un momento dedicato agli incontri *one to one* con le scuole coinvolte. I laboratori saranno erogati nei mesi autunnali, mentre in primavera ed estate avranno luogo i tavoli della partecipazione con le classi, le famiglie, la comunità educante e tutti gli stakeholder coinvolti nel progetto. L'attuazione della partecipazione come assunzione di corresponsabilità, si concretizza infatti nei tavoli tematici, pensati come luogo di confronto permanente lungo tutto l'arco dell'elaborazione, dell'attuazione e della valutazione del progetto. In particolare durante la fase propedeutica ai laboratori, i tavoli tematici mirano a favorire:

- ▶ conoscenza reciproca tra i soggetti coinvolti nel progetto, che lavorano nei vari livelli dell'istruzione secondaria.
- ▶ consolidamento/potenziamento di forme di scambio di conoscenza tra le scuole pilota.
- ▶ condivisione dei bisogni educativi emergenti.
- ▶ partecipazione all'individuazione di strategie creative di empowerment dei ragazzi.
- ▶ partecipazione alla costruzione di percorsi integrati tra gli attori che operano a titolo diverso nei processi educativi e di crescita degli alunni (es. il coaching creativo con le famiglie e gli insegnanti).

Nei tavoli tematici verrà fatta:

- ▶ la mappatura della situazione di contesto delle scuole coinvolte.
- ▶ la formulazione dei bisogni.
- ▶ l'individuazione delle priorità e degli obiettivi strategici dei laboratori.

Le imprese culturali e creative possono fare molto nel richiamare la necessità di un rapporto strettissimo tra produzione culturale, creativa e istruzione: la cultura, infatti, contribuisce alla formazione del sapere, delle conoscenze e delle competenze personali e il grado di istruzione oggi è tra i primi fattori del benessere umano. Le Nazioni Unite, ad esempio, insieme al reddito e all'aspettativa di vita considerano proprio l'istruzione, tra gli indici Bes.

Crediamo, per questo, che l'intreccio virtuoso tra cultura, creatività e istruzione, da proporre e perseguire nell'intero arco di vita, possa porsi come fondamento per definire quel welfare culturale di cui stiamo parlando. Fondazione Esclusiva con il progetto "Con le mani" vuole affiancare le scuole in tale missione supportando gli allievi nel processo di scoperta e nello sviluppo del loro potenziale creativo. Frequentando i laboratori avranno l'opportunità di scoprire e imparare un modo autonomo di pensare, stimolare l'attitudine al lavoro di gruppo, predisporre ad apprendere lungo tutto l'arco della vita. Sollecitare la creatività nei ragazzi può aiutarli a maturare sensibilità, pensieri e atteggiamenti meno convenzionali e più personali.

Il Creative lab rappresenta il programma 'doposcuola' che Fondazione Esclusiva rivolge a un pubblico di ragazzi e famiglie a cui offre un'ampia proposta di corsi, attività e incontri annuali.

FEX propone laboratori e attività interattive con un approccio hands-on, in cui i giovani partecipanti hanno l'opportunità di sperimentare la creatività usando tecnologie e metodi d'avanguardia.

Creative lab introduce i bambini e i ragazzi all'importanza del design come metodo e cultura di progetto, favorisce l'apprendimento, valorizza la creatività, l'integrazione culturale e la capacità di lavorare in gruppo.

Le attività educative e didattiche impiegano metodi innovativi e rigorosi, che privilegiano l'approccio informale e promuovono la curiosità e la voglia di imparare alla base di ogni forma di apprendimento esperienziale efficace.

Il 2018 vedrà FEX impegnata anche in un progetto di rete nazionale per rispondere al bando "Nuove generazioni" di Fondazione con i Bambini. La fondazione ha visto in questo bando un'occasione straordinaria per riunire alcune delle principali fondazioni d'impresa e di comunità che a diverso titolo stanno utilizzando nei territori italiani la creatività e l'arte per produrre valore sociale. E si è fatta pertanto interprete e ponte per costruire un partenariato strategico con Fondazione Golinelli (Bologna), Fondazione Cometa (Como), Fondazione Horcynus Orca (Messina), Fondazione di Comunità del Salento, CSI (Centro Sportivo Italiano) e Assifero (Associazione Italiana delle Fondazioni ed Enti della Filantropia Istituzionale). La volontà è presentare un progetto rivoluzionario ed esemplare di lotta alla povertà educativa che dia l'opportunità a ragazzi adolescenti, insegnanti, famiglie e operatori del mondo della scuola provenienti da territori e contesti diversi, di sperimentare nell'atto creativo il rilancio della crescita esperienziale e dell'apprendimento pratico, nel rapporto

con l'ambiente. L'idea alla base del progetto è di lavorare sulle intelligenze multiple attraverso l'attività esplorativa, entrando in contatto con i luoghi della bellezza e della creatività e ponendosi nei confronti della conoscenza secondo principi di ricerca e di sperimentazione. Sollecitare la creatività, dunque, assume l'ampiezza di un tema di notevole rilievo che per la fondazione è necessario affrontare con un progetto di sistema idoneo ad attivare le differenti competenze ed esperienze che in questi anni le fondazioni hanno messo in campo moltiplicandone il valore, l'impatto, il consenso e la replicabilità.

Nel 2018 sempre nel segno del 'genio collettivo' FEX ha deciso di lanciare "FEX4Culture", una call for proposal diretta ai giovani (start up, collettivi creativi ed artistici, gruppi informali, organizzazioni profit e non profit) che potranno presentare alla fondazione delle idee innovative per la realizzazione di attività nel campo dei lab, degli eventi e delle attività performative. La fondazione selezionerà i migliori otto progetti che avranno a disposizione l'uso gratuito dello spazio (600 mq in un complesso di archeologia industriale) e l'accompagnamento nella gestione, nella promozione e nella comunicazione da parte della fondazione stessa. FEX ha deciso infatti, nell'anno europeo del Cultural Heritage, di indirizzare la call incoraggiando la presentazione di idee che sappiano promuovere la diversità culturale, il dialogo interculturale e la coesione sociale, evidenziando il contributo e il valore aggiunto che la contaminazione tra cultura e creatività può generare nella valorizzazione del patrimonio culturale (tangibile e intangibile) nei territori. Saranno dunque scelte le iniziative di innovazione sociale a base culturale

che sappiano mettere a confronto e in contatto i protagonisti dell'innovazione, i pubblici e i cittadini per far nascere sinergie, contaminazioni, ibridazione.

Ad essere premiati saranno quei format che si distinguono per il loro carattere partecipativo, diffuso e replicabile. Il criterio più importante di selezione sarà infatti la capacità di essere sfidanti nell'attivare azioni di audience engagement, tanto richiesto dalle raccomandazioni europee, per creare nuove tipologie di interazioni col pubblico spesso lontano dai modi di raccontare, vivere, visitare, conoscere i luoghi consueti e inconsueti della cultura e della bellezza.

L'area di miglioramento su cui la fondazione sarà invece impegnata nel 2018 è quella della comunicazione. La volontà è crescere in visibilità, raccontando meglio e in modo più diffuso la nostra storia, investendo in strumenti (online e offline), ma anche in risorse. Perché uno storytelling convincente, appassionante e capace di suscitare consenso e curiosità richiede non soltanto un uso sapiente degli strumenti ma ritmo, costanza, strategia, in una parola: competenza!

Concludiamo il primo rapporto condividendo le 10 regole che abbiamo scritto come manifesto di cosa significhi per la Fondazione Esclusiva comunicare in modo responsabile, innovativo, efficace.

### 1. COMUNICARE PER ESISTERE

Non comunicare significa tacere e nel mondo globalizzato e interconnesso di oggi equivale a non esistere. Un'adeguata attività di comunicazione quindi è imprescindibile non solo per farsi conoscere, ma per non scomparire.

Internet e i nuovi media offrono un supporto ideale per far sentire la propria voce al di là di ogni possibile confine. *"La comunicazione non è quello che diciamo, bensì quello che arriva agli altri."* (Thorsten Havener, mago e scrittore)

### 2. L'IMMAGINE FA PARTE DEL CAPITALE DELL'ORGANIZZAZIONE

L'immagine che l'organizzazione ottiene attraverso adeguate operazioni di comunicazione ne rappresenta l'identità agli occhi del mondo. Va da sé che questo è un capitale vero e proprio che necessita di cura e sviluppo costanti. *"Sì, la forma è tutto. È il segreto della vita."* (Oscar Wilde, poeta e scrittore)

### 3. LA COMUNICAZIONE NON È UNA SPESA MA UN INVESTIMENTO

Bisogna pensare alla comunicazione non come ad un accessorio del quale si può anche fare a meno, ma ad un mezzo con il quale l'organizzazione può crescere anche nella sua capacità di ottenere consenso e partecipazione; occorre quindi stanziare un budget per le attività di comunicazione studiato sulle effettive necessità e possibilità economiche esattamente come lo si stanziava per rinnovare i propri macchinari, acquistare materiali di lavoro o aumentare le competenze del personale. *"Chi smette di fare promozione per risparmiare soldi è come se fermasse l'orologio per risparmiare il tempo."* (Henry Ford, imprenditore)

### 4. COMUNICARE PER MANTENERE LA PROPRIA CREDIBILITÀ E REPUTAZIONE

Nessuno assumerebbe un candidato che si presentasse a un colloquio di lavoro con abiti logori o un aspetto trasandato, esattamente come nessuno si affiderebbe ad un'organizzazione con un'immagine pubblica scadente e datata.

Questo è vero sempre, ma lo diventa ancora di più in tempo di crisi.

*“Una buona reputazione è una collana di perle.”* (Proverbio armeno)

#### 5. COMUNICARE PER CRESCERE

Soprattutto in periodi critici si può sopravvivere solamente a patto di continuare a crescere e la comunicazione è sempre una crescita nel tempo: di identità, di contatti, di esperienze, di relazioni.

*“Il cambiamento è inevitabile, la crescita è una scelta.”* (Bob Proctor, consulente motivazionale)

#### 6. COMUNICARE PER RACCONTARE UNA STORIA

Ognuno di noi ha una storia, ogni organizzazione ha una visione, ogni imprenditore (piccolo o grande) ha una storia alle spalle, esperienze da raccontare, sogni da condividere. Usare la narrazione come mezzo per inquadrare gli eventi della realtà e spiegarli secondo una logica di senso. Il raccontare storie è proprio dell'esperienza umana, si può rappresentare in varie forme che connettono pensiero e cultura.

*“Le grandi storie succedono a chi sa raccontarle.”* (Ira Glas, scrittrice)

#### 7. I VANTAGGI ECONOMICI DEI NUOVI MEDIA

I nuovi media offrono la possibilità di applicare la propria strategia di comunicazione con prezzi inferiori rispetto a molte forme di comunicazione tradizionale, permettendo inoltre di raggiungere un pubblico decisamente più vasto con un rapporto costi/benefici favorevole. Attenzione: sono time consuming!

*“Investire nella pubblicità in tempo di crisi è come costruirsi le ali mentre gli altri precipitano.”* (Steve Jobs imprenditore, creativo, visionario)

#### 8. CONOSCERE LA PROPRIA AUDIENCE

Comunicare non basta: per conoscere i nostri interlocutori bisogna essere capaci di ascolto attivo e di azioni di audience engagement capaci di coinvolgere i diversi pubblici, interagendo sempre in modo bidirezionale. Solo attraverso meccanismi di interazione profonda è possibile conoscere il proprio potenziale di sviluppo e ottenerne preziose informazioni di feedback.

*“La comunicazione parte non dalla bocca che parla ma dall'orecchio che ascolta.”* (Anonimo)

#### 9. TRACCIABILITÀ DEI RISULTATI

I risultati di ogni azione di comunicazione messa in atto attraverso i nuovi media sono facilmente tracciabili e si può constatare come queste attività, se ben congegnate, portano un profitto di gran lunga maggiore rispetto alla spesa sostenuta.

*“Misura ciò che è misurabile, e rendi misurabile ciò che non lo è.”* (Galileo Galilei, filosofo della scienza)

#### 10. PARTECIPARE AL RILANCIO DELL'ECONOMIA DIGITALE

Contribuire all'innovazione digitale aiuta a spingere la crescita economica e tecnologica dell'intera nazione, dando origine ad un circolo virtuoso da cui tutti possono trarre beneficio.

*“È la capacità di innovare che distingue un leader da un epigono.”* (Steve Jobs, imprenditore, creativo, visionario)



## CONSIGLIO DELLA FONDAZIONE

Fabio Mazzeo | Presidente  
Cristiano Surina | Consigliere  
Vito Taddei | Consigliere

Giorgia Turchetto | Segretario Generale

## STAFF

Francesca Neri | Osservatorio-Sviluppo progetti  
Francesca Di Meo | Community Manager  
Chimera Poppi | Formazione-Sviluppo progetti  
Diego Benitez | Amministrazione  
Cinzia Campobasso | Stagista

## CREATIVI

Monica Baldacchini, *Architetto*  
Alessio Barilari, *Architetto*  
Gianluca Bilotta, *Architetto*  
Cecilia Brunori, *Architetto*  
Maria Elena Crescini, *Architetto*  
Olsi Dani, *Architetto*  
Maila Evangelista, *Architetto*  
Alessia Farinelli, *Communication Manager*  
Flavia Fefè, *Graphic Designer*  
Marta Floriano Millan, *Interior Designer*  
Emanuela Galassini, *Architetto*  
Massimo Gambaccini, *Architetto*  
Federico Grisolia, *Product Manager*  
Simone Iaboni, *Architetto*  
Maria Lipilina, *Architetto*  
Franco Mancinelli, *Brand Manager*  
Valentina Martino, *Architetto*  
Andrea Mazzara, *Designer*  
Valeria Paganini, *Architetto*  
Fabio Pistilli, *Designer*  
Alessandra Precenzano, *Architetto*  
Paola Scianna, *Architetto e Project Manager*  
Tiziano Serantoni, *Architetto*  
Susanna Succhiarelli, *Graphic Designer-Operations*  
Stefana Andrici, *Decoratore*  
Paola Bacchi, *Capo Decoratore*  
Francesco Pogliaghi, *Decoratore*  
Sabrina Cardinali, *Operations*

## CREDITS

*Impaginazione grafica*  
Costanza Starrabba

## Foto

Stefana Andrici | Massimo Camplone  
Cinzia Campobasso



## Grazie a:

Patrizia Boglione, Giuseppe Casabona, Alberto Cavalli, Annalisa Cicerchia, Simonetta Doni, Emanuela Droghei, Luca Fois, Silvia Ghirelli, Silvia Iorio, Ettore Marzi, Domenico Nucera, Rafael Pareja Molina, Diego Percossi Papi, Giovanni Petrini, Alfredo Pirri, Catterina Seia, Michele Trimarchi, Alessia Vitali, Stefano Vittori.

Un ringraziamento particolare a tutti coloro che, nel 2017, hanno sostenuto i progetti e le attività di Fondazione Esclusiva:



# FONDAZIONE EXCLUSIVA

Formare alla Creatività, Educare alla Bellezza

VIA GIOVANNI DA CASTEL BOLOGNESE, 81  
00153 - ROMA - ITALY  
T +39 06 94443981 - F +39 06 96046959

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

