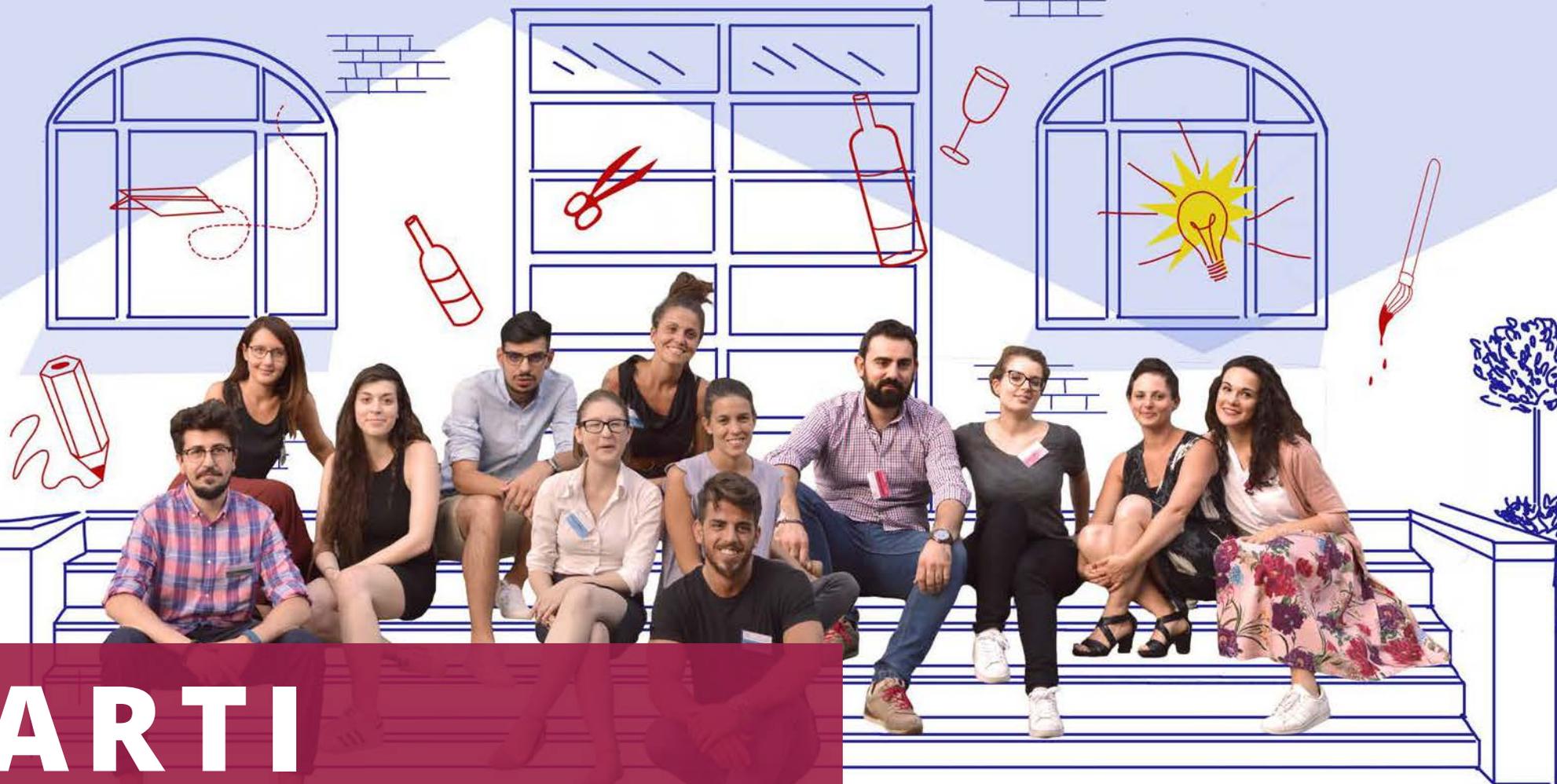


FONDAZIONE EXCLUSIVA



ARTI TEXTURE#2

WINE EXPERIENCE

un progetto di

FONDAZIONE
EXCLUSIVA

Formare alla Creatività, Educare alla Bellezza

EXCLUSIVA

ARCHITECTS AND BUILDERS OF UNIQUENESS



TEXTURE

Le masterclass prendono il nome di Texture – “trama” per spiegare l’approccio formativo scelto dalla Fondazione.

Sono percorsi laboratoriali multidisciplinari, centrati sul valore della pratica e sulla contaminazione tra linguaggi creativi diversi.

Ogni masterclass sostiene un modello di apprendimento basato sull’esperienza, sulla relazione e sul coinvolgimento.

Il modello formativo promuove la creatività come esito di un “genio collettivo” per valorizzare il singolo/il gruppo, creare sostegno/confronto, favorire l’apprendimento/la performance, generare improvvisazione/strutturazione, favorire la riflessione/la velocità di risoluzione.

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.),
- intercettano un bisogno/esigenza reale dell’impresa 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’azienda committente,
- generano valore per l’impresa che a sua volta può sperimentare e sviluppare una nuova idea, accompagnando la sua evoluzione dapprima in concept, poi in prototipo e infine nella realizzazione di un prodotto/servizio originale e fatto su misura.

Questi percorsi formativi introducono anche alla CREATIVE COMMUNICATION: formare alla comprensione dei meccanismi comunicativi, fondamentali nella società dell’innovazione e decisivi per costruire nuove forme di creatività e narrazione: immagine/contenuto.

La creatività è una notizia!

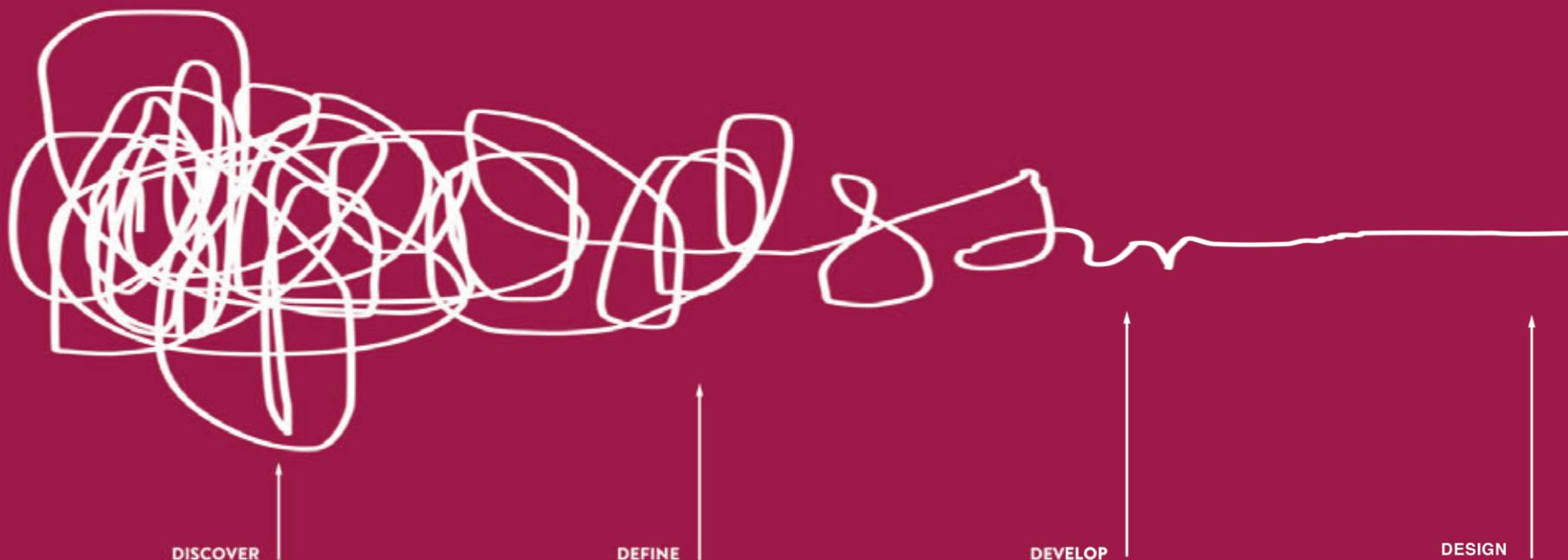
Fondazione Exclusiva ha la direzione scientifica e didattica della masterclass in cui coinvolge anche il dipartimento di design e decorazione di Exclusiva Design. I creativi che ne fanno parte svolgono il ruolo di tutor esperti supportando i giovani partecipanti in tutte le fasi del processo creativo (dal brief alla realizzazione).

Nel dipartimento, diretto dall'architetto Fabio Mazzeo, lavorano oltre cinquanta tra architetti, design, artisti, decoratori, project manager, altamente qualificati e con una grande esperienza nella realizzazione di opere personalizzate e di prodotti su misura per mercati internazionali.

La metodologia formativa si ispira al Design Thinking che permette alle persone di costruire idee sulle idee degli altri, così da arrivare ad un risultato che non si sarebbe potuto raggiungere "con un'unica mente".

Le principali caratteristiche distintive di questa metodologia sono: lo human-centred approach, la multidisciplinarietà e la collaborazione, la creatività e la propensione per le "wild ideas" che superano i limiti della conoscenza, per un approccio innovativo alla didattica. 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.

METODOLOGIA





METODOLOGIA

Le masterclass sono percorsi di creatività connessi ai temi dell'architettura, dell'interior design, delle arti applicate, dell'innovazione sociale.

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

- **ATTIVO** | pone al centro del processo formativo l'individuo nella sua complessità
- **RELAZIONALE** | valorizza il rapporto tra docenti e discenti e la collaborazione all'interno dei gruppi di lavoro
- **IMMERSIVO** | coinvolge i partecipanti in un'esperienza pratica
- **INDUTTIVO** | è centrato sulla ricerca applicata come parte del percorso di apprendimento
- **RESPONSIVO** | si integra con la realtà attraverso una didattica per problemi
- **MISURABILE** | basato sulla valutazione del processo e degli esiti formativi

La seconda edizione di ArtiTexture - Wine Design ha come tema la "Wine Experience": comunicare il vino tra design, cultura e creatività. Il percorso formativo ha come obiettivo quello di esplorare dalle etichette al packaging, dagli eventi agli allestimenti le tendenze estetiche dei progetti di comunicazione legati al vino. Ogni cantina, consorzio, cooperativa partner della masterclass potrà attraverso l'elaborazione di un brief creativo, portare nei tavoli di lavoro la propria urgenza/esigenza realizzativa.

Giovani architetti, designer, grafici, storyteller, artisti, fumettisti, illustratori, fotografi, selezionati attraverso una creative call promossa dalla Fondazione Esclusiva, saranno divisi in gruppi di lavoro interdisciplinari e dovranno, sotto la guida di creativi professionisti del dipartimento di design e decorazione di Esclusiva Design, elaborare un "concept" capace di interpretare e rispondere ai diversi brief.

ARTITEXTURE#2 WINE EXPERIENCE



PACKAGING

TEMA#1

Packaging (etichetta, bottiglia, capsula, tappo) e secondary pack (scatole, cassette, confezioni).

Questo tema è dedicato alla realizzazione di un progetto di packaging che sappia rendere visibile l'identità, il valore e l'unicità del prodotto. Il packaging costituisce il principale veicolo dell'immagine aziendale rivelandosi uno dei fattori principali nella costruzione e diffusione dell'identità di marca. Parlare di packaging si traduce nella capacità di sviluppare un progetto di brand design che dall'etichetta, alla bottiglia, dal tappo ai contenitori sappia trasmettere al cliente i valori corporate e le caratteristiche del prodotto.

EVENTI

TEMA #2

Questo tema tratta i nuovi format legati al mondo del vino.

Gli eventi sono tra gli strumenti principali per promuovere il vino nel suo rapporto con la storia, la cultura, le relazioni con il territorio. La capacità di inventare format innovativi in grado di coniugare il marketing con un approccio più propriamente culturale, versatile e poliedrico rappresenta la nuova frontiera dello storytelling. Si lavorerà su due dimensioni principali:

- *indoor/outdoor* – gli eventi realizzati all'interno delle cantine, nei luoghi dell'accoglienza e in quelli al di fuori dei centri di produzione.
- *relazione vino/territorio/arte* – legami con la storia, la tradizione, il *terroir* e contaminazione con iniziative culturali/artistiche.

TEMA#3

SCENOGRAFIE

Scenografie del vino: colori, forme, nobilitazione degli allestimenti degli spazi indoor e outdoor sono i "segni" che fanno del vino un universo di cultura ed emozioni.

Questo tema è centrato sullo sviluppo di progetti di interior design che riguardano il sistema espositivo, l'ambientazione, l'illuminazione, la grafica di uno spazio (punto vendita, enoteca, wine bar, spazi espositivi).

Rappresentare all'interno degli spazi i contenuti emozionali e culturali del vino ricorrendo all'*interior design* (wallpaper, tessuti, tappeti, colori, oggetti, fantasie) e le *nuove tecnologie* (video wall, realtà aumentata, display, etc) significa trasformare gli ambienti in atmosfere multisensoriali, immersive, esperienziali che aumentano il coinvolgimento e la partecipazione del pubblico.

A CHI È RIVOLTA



Giovani Creativi

**architetti | designer | scenografi | artisti
sound & video artist | grafici | illustratori
fumettisti | fotografi | graphic novelist
copywriter | comunicatori | storyteller
blogger | youtuber | event manager**



Wine System

aziende | cooperative | consorzi | associazioni

OBIETTIVI

- Generare crescita professionale attraverso la contaminazione creativa;
- Sviluppare esiti creativi frutto di un "genio collettivo";
- Fornire ai giovani le competenze fondamentali per affrontare le esperienze di formazione o per entrare nel mondo del design professionale e delle industrie creative;
- Mettere al centro dell'azione formativa la valorizzazione delle abilità del singolo e del gruppo;
- Trasformare l'atto creativo in una risposta concreta ad una esigenza reale;
- Facilitare l'incontro tra il mondo aziendale e quello dei giovani;
- Favorire una formazione orizzontale, stimolando il confronto tra i giovani partecipanti e i tutor;
- Comprendere e rafforzare il ruolo del creativo, aumentando impatto, autorevolezza, assertività nel presentare positivamente idee e proposte;
- Essere per le imprese un cantiere di incubazione dove sperimentare la creatività come nuovo approccio alla comunicazione e allo storytelling utili anche all'internazionalizzazione del proprio business;
- Condividere idee ed 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 sociale per le imprese;
- Comunicare la creatività: particolare attenzione sarà posta alla comunicazione degli esiti della masterclass, attraverso eventi specifici, stampa tradizionale e azioni social media marketing finalizzate ad accrescere partecipazione e coinvolgimento.

ROADMAP FORMATIVA



FASE#1



CALL FOR APPLICATION

Aperta a creativi italiani e stranieri under 35 (studenti e neoprofessionisti, studi e start up, gruppi informali e collettivi) provenienti da percorsi formativi e professionali nell'ambito della creatività, del design, della cultura, dell'arte, dell'artigianato, dell'architettura e della comunicazione.



BRIEF CON LE IMPRESE

Sessione design thinking con le imprese partner che supportate dalla fondazione elaborano il proprio business model canvas in cui vengono definiti obiettivi, valori, attività chiave, clienti, stakeholder e canali. Il canvas sarà condiviso con i tavoli di lavoro nella fase di briefing della maratona creativa.

FASE#2



MARATONA CREATIVA

Due giornate divise in sessioni di lavoro:

- PRESENTAZIONE DELLA ROAD MAP | mismatch tra i gruppi creativi e le cantine.
- BRIEFING | tavoli di lavoro tra le imprese e i creativi.
- DESIGN THINKING | i team di creativi con i loro tutor fanno braistorming e iniziano il processo creativo (1. Definire il problema, 2. Considerare le diverse opzioni, 3. Testare determinate soluzioni).

- TALK FEX | ciclo di brevi conferenze ispirazionali e interdisciplinari tenute da ospiti e dai membri della commissione che introducono il tema e portano il loro punto di vista.
- TAVOLI DI LAVORO | sei ore full immersion in cui i team lavorano alla produzione del concept insieme ai tutor.
- VALUTAZIONE | la commissione riunita in plenaria attribuisce sulla base di alcuni criteri il punteggio ai lavori. In questa fase nessun gruppo viene eliminato, inizia solo la classifica.

FASE#3



MENTORING PROGRAM

Percorso di incubazione labor intensive della durata di quattro settimane in cui i gruppi approfondiscono il tema del Wine Experience Design attraverso:

- 7 moduli teorico/pratici in modalità e-learning progettati in collaborazione con il Corso di Alta Formazione Wine & System Design del CILAB del Politecnico di Milano. I moduli affrontano i temi del: Brand Image Design; Experience Design; Service, Packaging and Visual Design; Design Management.
- 4 gg di residenza in cantina, da definire in base alle esigenze e alle possibilità delle singole cantine.
- 6 incontri di una giornata in cui i gruppi fanno le revisioni dei lavori con i tutor e seguono seminari di approfondimento con esperti: 1) Uso dei materiali; 2) Comunicazione strategica e narrazione; public speaking e elevator pitch. I seminari saranno tenuti da aziende partner e di settore.
- 1 workshop di una giornata rivolto alle imprese partner e ai creativi su comunicazione strategica, brand storytelling e nuovi media e su strategie e canali di internazionalizzazione.

FASE#4



PRESENTAZIONE

Evento conclusivo del percorso della Masterclass in cui i gruppi presentano il progetto definitivo e la commissione elegge tre progetti vincitori.

- ELEVATOR PITCH | I gruppi presentano i progetti finali alla commissione selezionatrice, con brevi pitch della durata massima di 7 minuti.
- VALUTAZIONE | Ogni membro della commissione riceve una settimana prima della presentazione finale tutti i progetti ed esprime il proprio voto compilando una scheda in cui sono stati definiti i criteri premianti. Dopo i pitch dei team, la commissione si riunisce in plenaria per ridiscutere le schede ed eleggere con unico voto i progetti vincitori. Nel voto della commissione fa media anche il voto che il pubblico potrà esprimere partecipando ad un social contest FEX.



PREMIAZIONE

Il premio consiste nell'assegnazione di nove borse di studio del valore di €1600 per il Corso di Alta formazione in Wine & System Design del CILAB - Politecnico di Milano. Inoltre le imprese riconosceranno al proprio team vincitore un premio in denaro di €1000 e potranno offrire opportunità di stage, collaborazioni.

PILLOLE DELLA MASTERCLASS 2017



Talk FEX



Maratona Creativa



Brief



Valutazione



Premiazione



GRUPPO 7 - CASALE CENTO CORVI



Mentorship



Il lavoro in Cantina



I PARTNER



**POLITECNICO
MILANO 1863**

DIPARTIMENTO DI DESIGN



**CREATIVE
INDUSTRIES
LAB**

PER LA FORMAZIONE

Fondazione Esclusiva ha in essere una partnership formativa con il CILAB – Creative Industries LAB, Laboratorio di Ricerca del Dipartimento di Design del Politecnico di Milano, che gestisce il Corso di Alta Formazione Wine & System Design e forma, in termini di contenuti e di metodo, una nuova generazione di professionisti in grado di gestire processi di progettazione complessi nella filiera del vino.

Il CILAB è un network di docenti, ricercatori e professionisti delle industrie culturali e creative e del design, che fa leva sull'innovazione guidata dal design quale fattore vincente per le PMI in tutti i settori e per tutte le istituzioni, pubbliche e private, coinvolte nella valorizzazione territoriale. E' un laboratorio di ricerca con un approccio progettuale preciso: "ricercare per conoscere, sperimentare per apprendere e sviluppare azioni formative partendo dai reali bisogni delle persone". CILAB collabora con Fondazione Esclusiva nell'organizzazione e nell'implementazione del percorso formativo sul wine design.

Il professor Luca Fois, Co-direttore del Corso di Alta Formazione Wine & System Design, è responsabile scientifico della masterclass.

www.cilab.polimi.it | www.polidesign.net/it/winedesign



WINE & SYSTEM DESIGN

I PARTNER



PER L'INTERNAZIONALIZZAZIONE

Fondazione Esclusiva ha recentemente consolidato una partnership strategica con la società High Quality Italy – HQI, specializzata nella realizzazione di iniziative dedicate all'internazionalizzazione delle imprese italiane attraverso la gestione di un circuito virtuoso a cui partecipano istituzioni, enti, pubblici e privati, oltre che qualificati attori economici.

Le azioni coordinate da HQI e condotte su diversi mercati esteri tra cui Cina, Giappone, Singapore, Sud Est Asiatico, Stati Uniti e Canada, potranno offrire delle concrete opportunità per testare prodotti e nuove proposte commerciali alle aziende che parteciperanno alla masterclass.

I progetti vincitori dalla masterclass ArtiTexture #2 Wine Experience, daranno alle rispettive imprese la possibilità di misurare l'efficacia dei nuovi progetti grazie all'inserimento gratuito nei cataloghi commerciali e negli eventi promozionali pianificati dal partner HQI per uno dei Paesi target.

A tutte le altre aziende, laddove di interesse e qualora si riscontrino le idonee condizioni tecnico-commerciali, saranno offerte delle opportunità di inserimento nei percorsi di internazionalizzazione, già attivi o da avviare, a condizioni di particolare favore.



PIANO DI COMUNICAZIONE

Tutto il percorso fin dall'inizio sarà promosso all'esterno con attività stampa web e social.

Saranno diffuse notizie tematiche su: i contenuti, il processo formativo, i profili dei partecipanti, i partner e gli sponsor.

In particolar modo sarà posta in essere una strategia di brand storytelling per le aziende partner che abbia una ricaduta nazionale e sui territori di provenienza e azioni di storytelling che promuovano mediaticamente il talento dei giovani creativi.

Il piano di comunicazione di dettaglio sarà condiviso con ogni sponsor al fine di sviluppare una comunicazione integrata rispetto ai contenuti della masterclass per promuovere in modo efficace soprattutto i valori dell'impresa, la responsabilità sociale, l'impatto generato nel campo del turismo eno-gastronomico ed agro-alimentare regionale e territoriale (Regione, Camera di Commercio, distretto economico, etc...)

OBIETTIVI:

**PROMUOVERE L'UNICITA' DEL PROGETTO | CREARE INTERESSE VERSO UN SISTEMA MEDIATICO NAZIONALE ED INTERNAZIONALE |
RAGGIUNGERE ESPERTI, OPINION LEADER | DIFFONDERE FORMAZIONE E INFORMAZIONE | ACCRESCERE LA CREATIVITA' COME STRUMENTO
OPERATIVO PER IL BRAND | DARE VISIBILITA' AL TALENTO DEI GIOVANI | RACCONTARE LA RESPONSABILITA' SOCIALE DELLE IMPRESE**

PIANO MEZZI

MEDIA ONLINE

Siti online dei principali media e di settore; web magazine; blog; pagine social

MEDIA OFFLINE

Quotidiani nazionali e locali; periodici; specializzati; stampa estera

SOCIAL MEDIA FEX

4500 utenti social;
2000 contatti newsletter;
50000 visualizzazioni

AMBITI TEMATICI

Formazione;
Cultura &
Innovazione;
attualità; life style;
Food & Wine

TARGET SPECIFICI

Giornalisti;
blogger; youtuber;
opinion leader;
opinion maker;
istituzioni; utenti finali

COME PARTECIPARE

Per i Creativi

Alla masterclass si accede attraverso una call for application aperta a tutti i giovani creativi under 35, singoli o in team composti di 3 persone.

Per iscriversi al percorso formativo è necessario essere selezionati dalla Fondazione Esclusiva.

Saranno attivati da un minimo di 12 ad un massimo di 18 team.

Il regolamento per partecipare è online su:
www.fondazioneexclusiva.org

Per le Aziende

Le imprese che aderiscono al progetto possono scegliere di produrre un brief inerente uno dei tre temi della Masterclass *Wine Experience*.

Le aziende interessate possono scrivere a
segreteria@fondazioneexclusiva.org

FONDAZIONE
EXCLUSIVA

Formare alla Creatività, Educare alla Bellezza

Area Formazione
Chimera Poppi

c.poppi@fondazioneexclusiva.org
06 94443981 | +39 3483738375