

A ROMA MASTERCLASS SU ETICHETTE DI VINO CON 27 GIOVANI CREATIVI, C'È ANCHE ZACCAGNINI

26 Luglio 2017



ROMA - Si terrà venerdì 21 luglio, presso la Fondazione Exclusiva a Roma (via Giovanni da Castel Bolognese, 81), la masterclass "ArtiTexture #1 Wine Design Questione di Etichetta", primo appuntamento di un ciclo dedicato alle arti applicate proposto da Fondazione Exclusiva con l'obiettivo di fornire uno strumento di innovazione e formazione per le imprese e un'opportunità di inserimento professionale per i giovani creativi.

"La Fondazione Exclusiva - afferma il presidente **Fabio Mazzeo** - vuole essere un hub formativo non convenzionale, capace di generare valore attivando connessioni tra giovani creativi e il mondo delle imprese, dei professionisti. Il progetto di ArtiTexture si fonda sulla

trasversalità dei saperi, sul design thinking, sulla managerialità umanistica, puntando sui valori dell'unicità e della bellezza. Nelle nostre masterclass i giovani talenti possono esercitare liberamente la propria creatività, grazie al confronto con altre menti creative e al supporto di professionisti ed esperti che li facilitano nello sviluppare idee interessanti e innovative da mettere a disposizione dell'impresa. Il valore per l'impresa, invece, consiste nel poter acquisire l'idea al momento stesso del suo nascere, accompagnando la sua evoluzione dapprima in concept, poi in prototipo e infine in prodotto”.

In particolare la masterclass “Questione di Etichetta” è una maratona creativa che vede protagoniste tre grandi cantine, come Feudi di San Gregorio, Zaccagnini e Casale Cento Corvi e 27 giovani talenti creativi selezionati tramite una call for application.

I talenti prendono parte a tavoli di lavoro composti in base alla trasversalità delle competenze e alla multidisciplinarità dei saperi, con un metodo di lavoro centrato sul design thinking.

Lo scopo finale è l’ideazione o il restyling di etichette di vino, in particolare per il mercato estero. Le aziende possono così rafforzare la propria brand identity sui mercati internazionali, parlando in maniera più diretta ed empatica al cliente straniero.

Al termine della maratona creativa, la commissione scientifica composta dal presidente della Fondazione Exclusiva, dalle cantine e dagli esperti che nel corso della mattinata hanno offerto alla platea suggestioni, visioni e punti di vista eterogenei, premierà i 3 elaborati migliori (uno per ogni cantina).

Per l’occasione la Fondazione Exclusiva ospita una mostra, 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.

“La mostra non celebra né marche né autori – sottolinea un comunicato di Fondazione Exclusiva – ma vuole accompagnare in un percorso di storie progettate tra arte, grafica e comunicazione alla ricerca non solo della miglior idea creativa, ma anche del miglior materiale, della miglior tecnologia di stampa e della miglior ‘sintesi’ per raccontare al meglio un contenuto d’eccellenza e farsi riconoscere come tale in pochi attimi”.