

Concorso internazionale di grafica per il sistema territoriale San Pellegrino Terme

REGOLAMENTO

1. Descrizione dell'iniziativa San Pellegrino Terme Identity (di seguito il "Concorso")

SPTID è un concorso internazionale aperto a grafici, creativi, designer e architetti, chiamati a sviluppare nuove idee e soluzioni grafiche per l'immagine coordinata del sistema territoriale San Pellegrino Terme.

L'area, famosa nel mondo per l'associazione con le Terme e le sue acque, attraversa un processo di riconfigurazione a partire da un ambizioso progetto di riqualificazione urbana. L'idea centrale si propone di rendere il sistema territoriale San Pellegrino Terme un'importante meta del turismo d'élite, in cui far convivere attività legate alla ricerca del benessere, alla cura della persona, al luxury shopping, all'entertainment.

Il sistema San Pellegrino Terme ambisce a divenire un attrattore internazionale del panorama turistico internazionale, una destinazione in cui verranno ospitate anteprima cinematografiche, performance ed eventi musicali di portata internazionale, sfilate d'alta moda. Il tutto all'interno di un contesto che coniuga qualità urbana, qualità dei servizi, eccellenze e "grandi firme" nella ristorazione e nella ricettività.

La comunicazione di questo progetto di sistema territoriale passa attraverso l'identificazione di una soluzione comunicativa che sappia valorizzare i tratti di esclusività, di qualità, di ricerca del piacere, di benessere, di eccellenza, che la destinazione si propone di offrire.

Il Concorso si propone di selezionare 10 giovani talenti che si confronteranno sullo sviluppo di soluzioni grafiche e comunicative per il sistema territoriale in oggetto.

Il concorso è organizzato da **Premium Retail**, in collaborazione con **POLI.Design**, Consorzio del Politecnico di Milano.

2. SPTID Brief

Le marche creano esperienze legate ai processi d'acquisto, d'uso e godimento di prodotti e servizi.

Nell'economia moderna le marche oltre ad essere dei supporti che orientano le preferenze e gli acquisti, sono creatori d'esperienza a tutto tondo, dei soggetti narranti che fanno percepire all'utente sensazioni, emozioni, evocazioni. Le marche detengono una propria personalità, e attraverso essa, instaurano una relazione con gli utenti. Una relazione che può avere diverse nature e forme: affezione, amore, rigetto, convenienza, opportunità.

Le marche sono state adottate negli ultimi anni anche da territori e aree geografiche, per creare negli utenti una

memoria, una traccia, e per edificare una relazione che non si esaurisca nel tempo di soggiorno dell'utente nel territorio.

Le marche d'area, si presentano con un portato storico – richiamo di elementi caratterizzanti che si sono sedimentati lasciando tracce a volte indelebili nella percezione dei turisti e di varie categorie di utenti, ed esprimono segni del cambiamento: proiezioni in avanti di ciò che un territorio intende essere, la nuova immagine che si propone presentare, un'identità riconfigurata per gli occhi, i sensi e le menti dei futuri fruitori dell'area.

La marca applicata ai sistemi territoriali rappresenta, quindi, un elemento identitario e al contempo di posizionamento, che si propone di richiamare nell'immediato un segno o un'immagine di un dato territorio.

Il sistema territoriale San Pellegrino Terme intende dotarsi di una nuova marca. Una marca capace di narrare la sua storia – marcata profondamente dallo stabilimento termale e dalle fonti di acqua minerali in essa presenti – e la visione di un futuro in corso di costruzione: un'area destinata ad attrarre un turismo d'élite, in cui il perno dell'esperienza fruitiva è rappresentato dal benessere, di natura fisica e spirituale.

Una marca che sappia parlare di nuove forme e dimensioni del benessere: quelle legate al luxury shopping, alla cura del corpo, alla fruizione di eventi musicali di portata internazionale e di sfilate d'alta moda, al godimento di una ristorazione affidata alle grandi firme della gastronomia internazionale.

Una marca capace di esprimere un concetto di benessere d'eccellenza, in cui la ricerca del piacere è affidata alla combinazione di attività ricreative, culturali, di entertainment, shopping e relax.

Una marca che vivrà su diversi veicoli ed interfacce di comunicazione che intervengono nei diversi momenti e luoghi della fruizione turistica

E' questa la sfida che **SPTID** intende lanciare ai giovani progettisti e creativi del mondo della grafica.

3. Oggetto e format del Concorso

Oggetto del Concorso è la progettazione, ai sensi e termini del presente regolamento, di un marchio/logotipo identificativo del sistema territoriale San Pellegrino Terme.

Il progetto deve essere presentato attraverso la tavola scaricabile all'interno dell'area **"download package"**.

Qualsiasi progetto presentato in format differenti dalla tavola prevista non verrà ritenuto valido ai fini della partecipazione al concorso.

4. Partecipanti

Il Concorso è aperto a tutte le persone fisiche di età massima compresa entro i 35 anni; il concorso non prevede limitazioni di accesso legate al possesso di requisiti di natura professionale, geografica o di altro tipo, salvo quanto di seguito previsto.

Sono esclusi dalla partecipazione tutti i membri della Giuria di cui al successivo art. 10, nonché relativi parenti e affini; tutti i membri del Comitato di Garanzia di cui al successivo art. 12, nonché relativi parenti ed affini; coloro che hanno rapporti continuativi di collaborazione con i membri della Giuria e del Comitato di Garanzia; coloro che hanno collaborato alla realizzazione del presente Concorso.

5. Modalità di iscrizione e partecipazione

L'iscrizione e la partecipazione alla prima fase del concorso avvengono esclusivamente attraverso la registrazione al sito web www.stpid.org mediante la regolare compilazione del modulo d'iscrizione ed il caricamento (upload) dell'elaborato richiesto, secondo le modalità ivi indicate. Il candidato riceverà una mail di conferma dell'avvenuta iscrizione e del buon fine del caricamento dell'elaborato. Le iscrizioni si apriranno il giorno 18.04.2009 sul sito del concorso. Tutti gli elaborati dovranno pervenire tassativamente, pena esclusione dal Concorso, entro le ore 12.00 (ora locale) del giorno 18.11.2009.

Il giorno 21.12.2009, verranno comunicati sul sito web del concorso i nominativi dei 10 progetti selezionati per l'accesso alla seconda fase del Concorso, oltre ad ulteriori quattro nominativi che potranno subentrare nel caso di esclusione o rinuncia di uno o più finalisti.

I 10 finalisti accederanno alla seconda fase del concorso rappresentata da un Workshop di sviluppo del progetto grafico diretto da docenti del Politecnico di Milano e da personalità del mondo imprenditoriale e culturale coinvolti nel progetto strategico di San Pellegrino.

Il Workshop verrà organizzato nell'area di San Pellegrino Terme nel periodo che dal 15/02/2010 al 28/02/2010

I 10 finalisti partecipanti al Workshop verranno dispensati della spese di trasferta inclusive di costi di viaggio, di soggiorno e di vitto.

6. Informazioni

Per eventuali approfondimenti ed ulteriori informazioni inerenti ad ogni aspetto della partecipazione al Concorso, gli aspiranti candidati potranno scrivere al seguente indirizzo e-mail: helpdesk@stpid.org, entro il termine ultimo previsto per l'invio degli elaborati.

7. Elaborati

1^ fase

Per la partecipazione alla prima fase del Concorso è prevista la realizzazione di una tavola in formato pdf suddivisa nelle seguenti aree:

- area 1: logo
- area 2: manifesto
- area 3: a scelta

La tavola è scaricabile dal sito del Concorso. Sulla tavola non dovranno essere apposti elementi di riconoscimento dell'autore del progetto, pena l'esclusione dello stesso.

2^ fase

Ai 10 finalisti che parteciperanno alla seconda fase del Concorso, sarà richiesta la realizzazione di:

- due tavole dove il logo è declinato su diversi supporti (cartacei e digitali) che verranno definiti in sede di Workshop.
- un video della durata di 1 minuto capace di esprimere la personalità del progetto grafico proposto (formati ammessi: .avi, .mpeg, .mov).

8. Identificazione e anonimato

Tutti gli elaborati ed i materiali prodotti in relazione sia alla prima fase che alla seconda fase di cui al precedente punto 7, saranno presentati alla Giuria in forma anonima e non dovranno contenere elementi idonei ad identificare l'autore degli stessi, pena l'esclusione dal Concorso.

All'atto dell'iscrizione verrà assegnato un codice alfanumerico a ciascun partecipante che consentirà di contrassegnare gli elaborati in modo da garantire tale anonimato.

9. Requisiti di ammissione degli elaborati

Tutti gli elaborati dovranno pervenire entro le date previste dal punto 5 del presente regolamento.

Gli elaborati pervenuti entro i suddetti termini saranno

valutati dalla Giuria solo se completi rispetto ai requisiti di cui al punto 7 del presente regolamento.

10. Giuria

La Giuria è composta da 10 membri con diritto di voto. Le decisioni della Giuria sono prese a maggioranza semplice. Per la validità delle decisioni, è necessaria la presenza di tutti i giurati. Ogni giurato esprime un solo voto.

Membri della Giuria:

- Giancarlo Iliprandi (Presidente della Giuria)
- Paolo Ciuccarelli (giurato)
- Beppe Chia (giurato)
- Marisa Galbiati (giurato)
- Carlo Meo (giurato)
- Antonio Percassi (giurato)
- Mario Piazza (giurato)
- Gianluca Spinelli (giurato)
- Stefano Stroppiana (giurato)
- Francesco Zurlo (giurato)

Il giudizio espresso dalla Giuria è insindacabile ed inoppugnabile.

11. Criteri di giudizio

La giuria valuterà gli elaborati pervenuti secondo i seguenti criteri:

- l'originalità e la forza innovativa del logo;
- i valori estetici espressi dal logo;
- la forma di richiamo del logo rispetto ai valori/attributi dell'area;
- le potenzialità di declinazione del logo su diverse interfacce di un sistema d'identità territoriale

12. Comitato di Garanzia tecnico-scientifica

Il Comitato di Garanzia tecnico-scientifica, formato dalle personalità di seguito indicate, garantirà la trasparenza del concorso in tutte le sue fasi.

Membri del Comitato di Garanzia:

- Cabirio Cautela (Politecnico di Milano)
- Marina Parente (Politecnico di Milano)
- Lorenzo Aletti (Premium Retail)
- Roberta Palladini (Premium Retail)

13. Premi

Il montepremi complessivo del concorso è pari a 20.000.

Il vincitore del Concorso si aggiudicherà un premio pari ad Euro 15.000; il secondo classificato si aggiudicherà 3.000; il terzo classificato si aggiudicherà 2.000.

Il premio in danaro unicamente per il vincitore-primo classificato s'intende come riconoscimento del merito e della qualità progettuale e come corrispettivo per la concessione all'ente organizzatore di sfruttamento dei risultati.

Qualora il Concorso, per qualsiasi motivo, si debba concludere senza graduatoria di merito o senza vincitori, oppure in caso del venir meno di uno o più finalisti nella seconda fase del Concorso, la Giuria potrà, a suo insindacabile giudizio, dividere il montepremi complessivo e distribuirlo tra i progetti ritenuti comunque meritevoli di riconoscimento.

14. Termini di partecipazione

I partecipanti al Concorso dichiarano e garantiscono che gli elaborati prodotti per la presente iniziativa sono:

- di loro titolarità esclusiva con riguardo sia al diritto d'autore sia al diritto di sfruttamento economico e pertanto non esiste alcun diritto di privativa da parte di terzi su di essi;
- originali e frutto del lavoro personale di ogni singolo partecipante;
- inediti e, quindi, non rappresentano alterazioni e riproduzioni di immagini ed elaborati attinti da soggetti e/o fonti terzi.

I partecipanti riconoscono che l'organizzatore e i suoi aventi causa sono pertanto esonerati da ogni responsabilità per eventuali contestazioni circa l'originalità e la paternità delle opere.

I partecipanti, tramite la propria registrazione sul sito web sopra indicato e l'inoltro del proprio materiale all'organizzazione del Concorso, manifestano in maniera inequivocabile l'accettazione integrale di quanto contenuto nel presente regolamento, nonché il proprio consenso al trattamento dei dati personali di cui al punto 17.

15. Diritti di utilizzazione

Attraverso la corresponsione del primo premio Premium Retail acquisisce i diritti patrimoniali ed i restanti diritti di cui alla legge 633 del 1941 sugli elaborati, disegni, progetti opere e quantaltro realizzato per la partecipazione

al Concorso unicamente del vincitore.

I partecipanti, inoltre, autorizzano Premium Retail e i suoi aventi causa a pubblicare i loro progetti in cataloghi, libri, riviste specializzate o altri mezzi di comunicazione di massa. Nulla sarà dovuto ai partecipanti per tale pubblicazione. Premium Retail avrà comunque l'obbligo di indicare la paternità dell'opera.

16. Risultati / Pubblicazioni

L'organizzazione del Concorso si impegna a divulgare e a valorizzare i risultati del Concorso stesso attraverso le azioni che riterrà più opportune.

L'organizzazione comunicherà a tutti i partecipanti i risultati del Concorso, secondo le tempistiche indicate nel presente regolamento, sul sito internet www.sptid.org

Il sito pubblicherà altresì le immagini dei primi 20 progetti.

I finalisti ammessi alla seconda fase del concorso saranno avvisati mediante lettera raccomandata.

17. Privacy

I dati personali relativi ad ogni partecipante saranno trattati da Premium Retail (Titolare del trattamento) al solo fine di consentire la partecipazione al Concorso e l'adempimento delle attività ad esso connesse, come sopra evidenziate.

I dati potranno essere trattati sia in formato cartaceo che elettronico. Il conferimento dei dati è obbligatorio per tutto quanto è richiesto al fine della partecipazione al Concorso e, pertanto, l'eventuale rifiuto a fornirli o al successivo trattamento, potrà determinare l'impossibilità per il concorrente di partecipare al Concorso stesso, nonché per l'organizzazione di svolgere tutte le attività connesse.

I dati forniti, ai sensi di quanto sopra specificato, potranno essere oggetto di diffusione.

I dati forniti verranno trattati per l'intera durata del concorso ed anche successivamente per l'espletamento di tutte le attività previste dal presente regolamento.

Il partecipante potrà esercitare i diritti previsti all'art. 7 del D.lgs. 196/2003.

18. Legge applicabile e Foro

Il Concorso sarà regolato dalle norme della legge italiana; ogni controversia sarà di competenza esclusiva del Foro di Milano.