

COMPETITIONS  
FOR  
DESIGNERS

DOMINI VENETI

# WINE MYTHOLOGY LABEL

DOMINI VENETI

14 NOV 2016 > 15 FEB 2017

CASH PRIZE 10.000 €  
+ REALIZATION

## JURY

**David Carson**

DAVID CARSON DESIGN | New York

**Jonathan Quinton, Rob Gonzalez**

SAWDUST STUDIO | London

**Alessandra Scandella**

Milan

**Flaviano Celaschi**

ALMA MATER STUDIORUM | Bologna

**Matteo Oreste Ingaramo**

POLIDESIGN | Milan

**Amelia Valletta**

NABA | Milan

**Enrico Fornaroli**

ABABO | Bologna

**Daniele Accordini**

DOMINI VENETI | Verona

**Lorenzo Ruggeri**

GAMBERO ROSSO | Rome

Artribune  
GAMBERO ROSSO

DA  
Domini Academy

NABA  
NABA  
NABA

ACCADÉMIA  
BELLARTI  
BOLOGNA

UNIVERSITÀ  
DI VERONA

POLI.DESIGN  
CONSORZIO  
DEL TALENTO  
DI MILANO

Grafical UPM RAFLATAC

## COMPANY

DOMINI VENETI

CANTINA VALPOLICELLA NEGRAR

## FIELD

GRAPHIC DESIGN

## GOAL

REALIZATION OF A WINE BOTTLE LABEL

## TARGET

DESIGNERS / ARTISTS / STUDENTS



## INTRODUZIONE

CODE (competitions for designers) è una piattaforma promotrice di concorsi di design. Obiettivo di CODE è quello di sostenere la cultura del progetto e il valore della creatività. La piattaforma si prefigge di tradurre la continua domanda di innovazione dei differenti stakeholders in opportunità concorsuali volte a promuovere il talento di designers e progettisti. Un meccanismo virtuoso –quello che CODE intende innescare– proteso a tutelare il valore dell'attività progettuale, dando risposte eccellenti alle necessità creative riscontrate dalle aziende nel proprio naturale percorso. CODE vorrà dunque costituire uno spazio di incontro privilegiato, in cui prestigiosi temi di lavoro possano sistematicamente entrare in contatto col talento e l'abilità dei designers, affermando il prestigio della professione creativa e dimostrando il potenziale del design servizio della società contemporanea.



## BRIEF

Produrre vino significa addentrarsi in un'esperienza complessa, rispondere ad una vocazione millenaria, che trascende l'iniziativa imprenditoriale, per intraprendere un viaggio dagli itinerari antichi, ricchi di tradizione, ma disseminati di innovazione, fascino e scoperta.

Non è dunque un caso che quando Cantina Valpolicella Negrar –azienda storica di riferimento nella produzione vinicola italiana- ha deciso di associare alla propria immagine l'identità di un personaggio d'eccezione, la scelta sia ricaduta sull'Ulisse: il viaggiatore per antonomasia, perfetta sintesi di quei valori di attaccamento alla propria terra, di intraprendenza, ingegno e lungimiranza che da decenni contraddistinguono la Cantina. È pertanto ispirandosi alla figura dell'Ulisse che nasce Wine Mythology Label, il progetto di Cantina Valpolicella Negrar per dedicare all'eroe omerico un'edizione limitata del proprio vino d'eccellenza –l'Amarone-, invitando i creativi ad immaginare un'etichetta destinata a trasformarsi in icona, elemento da collezione, ed oggetto del desiderio per migliaia di appassionati da tutto il mondo. L'etichetta che Wine Mythology Label metterà in produzione non intende configurarsi come semplice elemento di confezione, ma quale incarnazione di un'esperienza complessa, materializzazione di un'identità

celata –quella del vino- che il designer dovrà saper interpretare per trasformarla in messaggio visivo, anticipandone sensazioni, sfumature ed emozioni. Un'etichetta è prima di tutto un'esperienza di corteggiamento, un esercizio di sintesi di una "personalità" più estesa -quella del vino e della cantina a cui appartiene - che può ottenere successo solo attraverso la più raffinata espressione della creatività e dell'immaginazione. Ed è per tali ragioni che Cantina Valpolicella Negrar intende aprirsi al mondo della creatività, invitando designers e grafici a materializzare l'identità di uno dei suoi vini più preziosi, disegnando un'etichetta che sia immagine del prodotto ed espressione di più di 80 anni di storia, per offrire ai consumatori più esigenti un'esperienza unica e avvolgente dei propri vini.

Attraverso Wine Mythology Label i creativi avranno l'opportunità di dare un volto ad uno dei prodotti più pregiati ed apprezzati al mondo, l'Amarone, creando un'etichetta che determini una collezione esclusiva riservata ai più colti ed appassionati intenditori.

## PROGRAMMA

Il vino è un'esperienza articolata, che richiede massima cura ed amore per il dettaglio: studiate sono le caratteristiche dei vigneti e la loro posizione, studiata è la composizione dei vitigni, il processo produttivo, le modalità di degustazione e gli abbinamenti, studiati sono, ancora, l'etichetta ed il packaging. Cantina Valpolicella Negrar propone vini raffinati, e Wine Mythology Label risponde alla precisa esigenza di offrire una confezione che sia all'altezza della qualità del proprio prodotto. Il concorso dovrà saper tradurre l'unicità del vino in una soluzione che sia specchio dell'identità aziendale ed elemento in grado di ammaliare, affascinare, ed invitare all'acquisto. Innanzi all'etichetta il consumatore dovrà avere percezione di trovarsi di fronte ad un prodotto eccellente, frutto di storia, scienza e tradizione: un prodotto che, grazie alla propria etichetta, sappia parlare all'immaginario con eleganza ed incisività, evocando la specificità di un territorio, immagini di una storia fatta di dedizione, esperienza e naturale passione.

Per la proposizione di soluzioni allineate rispetto al prodotto, alla mission e all'identità aziendale, si riportano di seguito alcuni aspetti di cui i progettisti dovranno tenere debita considerazione;

**- identità aziendale:** Nel cuore della Valpolicella Classica, a pochi chilometri da Verona, nasce nel 1933 Cantina Valpolicella Negrar, una cooperativa che oggi conta 230 soci conferitori di uve provenienti da oltre 700 ettari di vigneti. Una storia di uomini lungimiranti ed intraprendenti che, sin dagli inizi, hanno con grande intuito saputo valorizzare la cultura vitivinicola tradizionale, esportando, con crescente successo, il nome ed i migliori vini della Valpolicella in tutto il mondo. Identità, memoria, ma anche ricerca continua, ingegno e sperimentazione: tali i valori cardine che, nel 2013, ispirarono la scelta dell'Ulisse quale testimonial della Cantina. Ed è al mito dell'Ulisse che i progettisti dovranno ispirarsi per rappresentare, nella propria etichetta, quella tensione al superamento dei propri

confini mescolata al sentimento di appartenenza che contraddistinguono la Cantina e l'eroe omerico. Ulisse è il paladino della scoperta, dell'intraprendenza, della passione per l'ignoto, ma è anche l'eroe del ritorno a casa, della nostalgia e del ricordo. Passato e futuro, innovazione e tradizione in un'etichetta che dovrà saper evocare la missione di chi, quotidianamente, si fa interprete di una storia antica, rielaborandone ed innovandone i contorni per affermare il proprio prodotto in tutto il mondo.

**- identità di prodotto:** fra i vini più apprezzati al mondo, l'Amarone della Valpolicella è un passito rosso secco pieno e vellutato, perfetto per cibi importanti quali carni brasate e soprattutto selvaggina: ottimo accompagnato coi piatti della tradizione locale, è anche uno straordinario vino da meditazione, capace di avvolgere l'assaggiatore con il proprio corpo caldo e profumato. Un prodotto prezioso, nato per intuito ed avventura proprio nella penombra di Cantina Valpolicella Negrar, dove nei primi anni '30 alcune botti





di recioto vennero dimenticate e lasciate fermentare per un tempo superiore a quello convenzionale. Una fortunata dimenticanza, trasformata in successo dall'intuito e competenza degli uomini di Cantina Valpolicella Negrar, che intravidero in questo prodotto inaspettato quello straordinario potenziale che determina oggi oltre il 10% della produzione locale, regalando al mondo un passito rosso secco insostituibile con classificazione DOCG. Wine Mythology Label dovrà dare un volto a uno dei più straordinari prodotti della cultura vitivinicola italiana, facendosi manifesto di tradizione, eleganza e raffinatezza: anticipazione visiva di sensazioni calde, sensuali ed avvolgenti

**- caratteristiche tecniche:** considerato l'impiego che verrà attuato dell'etichetta, di seguito si dà riferimento dei principali requisiti che le proposte dovranno rispettare:

**a. tema:** il concorso vergerà sulla realizzazione di un'etichetta che dovrà riferire alla figura dell'Ulisse secondo richiami -evidenti o metaforici- ad una particolare vicenda del mito o al personaggio stesso;

**b. dimensioni:** l'etichetta potrà essere composta da elementi separati (etichetta di fronte ed etichetta di retro) o da una fascia continua. Sia nel caso di etichetta ad elementi separati che di etichetta a fascia continua gli elaborati dovranno avere un'altezza compresa fra 80 mm (h min) e 105 mm (h max). Nel caso di fascia continua la larghezza massima dell'etichetta sarà di 255 mm;

**c. contenuto fronte:** il fronte dell'etichetta dovrà contenere il logo "Domini Veneti", non ruotabile e non deformabile, ma eventualmente adattabile cromaticamente al tema grafico dell'elaborato, con una dimensione minima di 60 mm per la sua estensione in larghezza;

**d. contenuto retro:** l'elaborato grafico dovrà tener conto di una superficie di 60 mm x 70 mm, da lasciare vuota sul retro della bottiglia, per la futura collocazione dei dettagli tecnici obbligatori in ottemperanza alle norme in materia di etichettatura dei prodotti vitivinicoli;

**e. possibilità di ritaglio:** l'etichetta potrà avere diversi tipi di ritaglio/trasparenze purché venga sempre preservata la realizzabilità dell'elaborato;

**f. ulteriori decorazioni:** sarà ammessa la proposta -non obbligatoria- di corredare l'etichetta con elementi decorativi -sigilli, cartellini, colli- purché coordinati rispetto alla proposta principale rappresentata dall'etichetta;

**g. tiratura:** l'etichetta vestirà una tiratura fra le 1000 e le 5000 bottiglie che verranno presentate come nuova collezione "limited edition" Amarone Classico della Valpolicella DOCG - Top Line Domini Veneti - alla 51esima ed. di Vinitaly nel 2017.

## CALENDARIO

**14/11/2016**

Iscrizioni "early bird" - inizio

**18/12/2016** (h 23.59 GMT)

Iscrizioni "early bird" - fine

**19/12/2016**

Iscrizioni "standard" - inizio

**15/01/2017** (h 23.59 GMT)

Iscrizioni "standard" - fine

**16/01/2017**

Iscrizioni "late" - inizio

**12/02/2017** (h 23.59 GMT)

Iscrizioni "late" - fine

**15/02/2017** (h 23.59 GMT)

Termine consegna elaborati

**20/02/2017**

Riunione giuria

**20/03/2017**

Pubblicazione risultati

La distinzione fra iscrizione "early bird", "standard" o "late", non comporta alcuna influenza sulla data di consegna degli elaborati, fissata, univocamente, per il 15/02/2017.

## PREMI

**1° PREMIO**

**5.000 € + REALIZZAZIONE**

**2° PREMIO**

**2.000 €**

**3° PREMIO**

**1.000 €**

**MENZIONE D'ONORE "GOLD"**

**500 €**

**10 MENZIONI D'ONORE**

**30 FINALISTI**

## ISCRIZIONE

La procedura di registrazione è informatizzata:

- accedere al sito [www.competitionsfordesigners.com](http://www.competitionsfordesigners.com);
- entrare nell'area iscrizione;
- compilare i campi richiesti;
- al termine della procedura al primo membro del team arriverà una mail di conferma contenente il codice del team ("teamID", assegnato in maniera automatica e random); controllare in "spam", in caso di non avvenuta ricezione;
- si riceveranno username, password e un link; aprire il link per inviare conferma di avvenuta iscrizione;
- confermata la pre-iscrizione, accedere all'area riservata ed effettuare il pagamento; la causale sarà "design\_WML\_teamID" (es. se il teamID è 123, la causale sarà "design\_WML\_123");
- effettuati pre-iscrizione e pagamento - e non prima - sarà possibile caricare l'elaborato;
- accedere al sito; inserire username e password; caricare il materiale; al primo membro del team verrà inviata mail di conferma; controllare in "spam", eventualmente.

Si consiglia di effettuare le procedure con prudente anticipo rispetto alle scadenze.

## FAQ

Per tutta la durata della competizione, fino al 15/02/2017 – termine di consegna degli elaborati - i partecipanti potranno effettuare qualsiasi genere di domanda scrivendo all'indirizzo indicato nel sito CODE@COMPE-TITIONSFORDESIGNERS.COM. Lo staff procederà a rispondere ai candidati singolarmente e a darne pubblicazione settimanale nell'apposita sezione "faq" sul sito di concorso. L'aggiornamento di suddetta pagina verrà notificato su canali facebook, e twitter. Le risposte pubblicate nell'area faq saranno in lingua inglese. E' pacifico che lo staff continuerà a rendersi disponibile e a fornire supporto relativamente a questioni di natura tecnica connessa ad eventuali disfunzionalità della procedura di upload.

## ELABORATI RICHIESTI

n. 1 tavola formato A2 (594 mm x 420 mm) in formato pdf (dimensione massima 10 mb), orientamento orizzontale o verticale a piacere, da caricare sul sito del concorso dopo avere effettuato il login. Nella tavola dovranno essere presenti:

- a. Elaborato grafico dell'etichetta (sia nel caso di elementi separati che di fascia continua) in scala 1:1
- b. Vista frontale della bottiglia con applicazione dell'etichetta (non è obbligatorio simulare la deformazione generata sulla superficie cilindrica) in scala 1:1
- c. Vista posteriore della bottiglia con applicazione dell'etichetta (non è obbligatorio simulare la deformazione generata sulla superficie cilindrica) in scala 1:1
- d. Eventuale spiegazione del concept e zoom/dettagli in quantità, scala e tipologia adeguati per fornire ulteriori indicazioni sull'elaborato grafico.

**Nome del file: A2\_<teamID>\_WML.pdf (es. qualora l'id del gruppo sia 123, il nome della tavola A2 risulterà: A2\_123\_WML.pdf)**

I testi dell'elaborato dovranno essere sintetici e in lingua inglese. L'elaborato

non potrà contenere nomi o riferimenti ai progettisti. L'elaborato non può avere un titolo né potrà contenere il codice di identificazione del gruppo –che potrà comparire esclusivamente nel nome del file, non essendo questo visualizzato dalla giuria.

## REGOLE

1. I partecipanti devono rispettare tempi e modi per calendario, iscrizioni e pagamenti;
2. I partecipanti devono rispettare le istruzioni riguardo al materiale richiesto;
3. I partecipanti possono essere studenti, laureati, liberi professionisti; non è necessario essere esperti di discipline architettoniche o iscritti ad albi professionali.
4. I partecipanti possono organizzarsi in team;
5. Ogni team deve ospitare almeno un componente di età compresa fra i 18 e i 35 anni;
6. Non vi sono restrizioni sul numero massimo di membri per ciascun team;
7. Non vi sono restrizioni per i membri di ciascun team su appartenenza a diversi paesi, a diverse città o a diversi atenei;
8. Pagare una quota di iscrizione permette di presentare un solo progetto;
9. E' possibile presentare più di un progetto corrispondendo più quote di iscrizione - tali quote vanno determinate a seconda del calendario della competizione;
10. L'ammontare di ciascun premio comprende commissioni bancarie e tasse;
11. L'ammontare di ciascun premio non varia a seconda del numero di membri di un gruppo;
12. L'idoneità dei progetti sarà valutata da uno staff tecnico nominato da CVN;
13. Il giudizio della giuria è insindacabile;
14. E' fatto divieto ai partecipanti di avere contatti coi membri della giuria circa questioni relative alla competizione;
15. E' fatto divieto ai partecipanti di diffondere materiale relativo ai propri elaborati di concorso prima dell'aggiudicazione dei vincitori;
16. E' vietata la partecipazione a quanti abbiano in essere rapporti di lavoro

continuativi o parentali con uno o più membri della giuria;

17. In caso di inottemperanza rispetto a quanto stabilito per la partecipazione al Contest, il partecipante e il suo team verranno automaticamente esclusi dalla gara senza possibilità di recuperare la propria quota di iscrizione;

18. La paternità di ciascun progetto si attribuisce equamente tra tutti i membri del team;

19. Partecipando si accettano le regole, i termini e le condizioni del bando.

## CAUSE D'ESCLUSIONE

a. elaborati che riportino testi in lingua diversa dall'inglese;

b. elaborati che riportino nomi o riferimenti ai progettisti –l'id del team è considerato un riferimento ai progettisti e potrà comparire esclusivamente nel nome del file, non essendo questo visualizzato dalla giuria;

c. files nominati in maniera non conforme a quanto riportato nel bando;

d. materiale incompleto o non conforme a quanto riportato nel bando;

e. materiale pervenuto secondo tempi o modalità differenti da quelle riportate presente bando;

f. il team non includa un componente under 35;

g. qualunque partecipante che interpellì uno o più membri della giuria circa la presente competizione ne verrà automaticamente escluso;

h. qualunque partecipante che abbia rapporti di lavoro continuativi o parentali con uno o più membri della giuria;

i. qualunque partecipante dia diffusione di materiale relativo ai propri elaborati prima dell'aggiudicazione dei vincitori.

## NOTE

a. Il progetto vincitore si considera acquistato a titolo definitivo da CVN., [che acquisisce una licenza perpetua ed esclusiva, avente validità internazionale, permanente, illimitata e irrevocabile di utilizzare, eseguire, adattare, modificare, pubblicare su ogni canale media, esibire, riprodurre e distribuire il progetto, anche a scopo di marketing e pubblicità, effettuare revisioni editoriali, creare opere derivate basate su di esso, nonché concedere in sub-licenza a terzi il progetto, o parti di esso, in qualsiasi modalità, forma o tecnologia senza limitazione di tempo o di luogo.]

b. La realizzazione dell'etichetta sarà effettuata da specifica impresa nominata da CVN.

c. I progettisti vincitori sono tenuti a supportare CVN nonché eventuali fornitori della stessa, nella realizzazione dell'etichetta, producendo, ove necessario, ulteriori documenti e specifiche utili alla migliore realizzazione del prodotto.

d. La committenza –di concerto coi progettisti- si riserva di effettuare modifiche/adequamenti al progetto per migliorarne la resa grafica o le caratteristiche di fattibilità;

e. Su tutti i progetti partecipanti gli organizzatori si riservano diritti di utilizzo per mostre e pubblicazioni;

f. I progetti devono essere nuovi ed originali e frutto dell'attività intellettuale dei partecipanti, i quali pertanto si devono astenere dalla presentazione di opere non corrispondenti a tali caratteristiche, manlevando quindi gli organizzatori che non saranno in alcun modo responsabili qualora gli elaborati caricati non fossero frutto dell'ingegno del partecipante e/o dei team e questi non fosse/ro titolare di ogni più ampio diritto di utilizzazione economica, ivi compreso quello di partecipare al concorso nei termini qui previsti;

g. Tutto il materiale disponibile e necessario per la competizione è reperibile alla sezione download del sito [www.competitionsfordesigners.com](http://www.competitionsfordesigners.com) indipendentemente dall'iscrizione al concorso; è tuttavia concesso l'utilizzo di ulteriore eventuale materiale reperito o raccolto dai singoli partecipanti.

h. Gli organizzatori si riservano di effettuare dei cambiamenti relativamen-

te date od ulteriori dettagli esclusivamente al fine di garantire un migliore espletamento della gara, dandone preavviso secondo tempi ragionevoli e comunicazione mediante tutti i canali mediatici utilizzati;

i. Gli organizzatori non sono responsabili di eventuali malfunzionamenti, difficoltà tecniche o mancata ricezione del materiale. Si invitano i partecipanti ad effettuare procedure di registrazione, pagamenti e caricamento dei progetti con prudente anticipo rispetto ai termini ultimi e di segnalare via mail eventuali difficoltà di natura tecnica;

j. Il trattamento dei dati personali dei partecipanti, effettuato con modalità manuali ed informatiche, avverrà al solo fine della partecipazione al concorso in ottemperanza alla normativa applicabile di cui Decreto Legislativo 196/03 e ss.mm. da parte degli organizzatori, i quali li tratteranno quali autonomi titolari. Il conferimento dei dati è facoltativo ma l'eventuale rifiuto a fornirli comporterà l'impossibilità a partecipare al Contest.

k. Il presente Contest non costituisce in alcun caso una manifestazione a premio ai sensi dell'art. 6 del D.P.R. 430/2001.

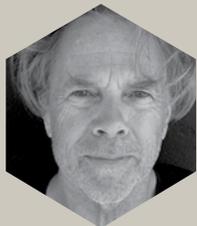
l. I partecipanti saranno responsabili della veridicità e correttezza dei dati, anche anagrafici, indicati e la Società promotrice non si assume alcuna responsabilità per indicazione di dati falsi. In ogni caso, la società promotrice, nel rispetto della normativa sulla privacy, si riserva la facoltà di verificare i dati inseriti richiedendo la copia del documento di identità dal quale risultino i dati anagrafici utilizzati in sede di registrazione.

m. Gli organizzatori non sono responsabili per la dichiarazione di dati falsi da parte dei partecipanti.

n. Iscrivendosi al concorso, i partecipanti accettano i termini e le regole di partecipazione.

o. Il presente regolamento è disciplinato dalla legge italiana. Ogni eventuale controversia sarà di competenza esclusiva del Foro di Bologna.

## GIURIA



**David Carson**

DAVID CARSON DESIGN  
New York

David Carson è tra i graphic designer più conosciuti ed influenti al mondo. La Apple lo ha inserito nella sua lista delle "30 persone più innovative in 30 anni di Apple", descrivendolo come un pioniere del settore, mentre lo Smithsonian Institute lo ha definito come uno dei più illustri rappresentanti della storia dell'arte americana. Il suo primo libro, *End of Print*, pubblicato nel 1995, raccoglie diverse sue creazioni, e rimane a tutt'oggi una delle pietre miliari che ha rivoluzionato il settore del graphic design.



**Flaviano Celaschi**

ALMA MATER STUDIORUM  
Bologna

Professore ordinario di Disegno industriale all'Università di Bologna, è cofondatore e primo direttore del Dipartimento di Design del Politecnico di Milano e del consorzio di ricerca POLI. design. Tra il 2004 e il 2008 ha insegnato al Politecnico di Torino dove è stato Pro-Rettore. Dal 2004 si occupa d'internazionalizzazione del design. Ha insegnato e fatto ricerca in Brasile, Messico, Repubblica Popolare Cinese, Argentina, India, Stati Uniti. Nel 2008 ha fondato la Rete Latina del Design dei Processi, organizzazione che raduna oltre 50 professori e ricercatori di università europee e americane. Si occupa d'innovazione trainata dal design e d'innovazione dei processi creativi.

**Jonathan Quainton  
e Rob Gonzalez**

SAWDUST STUDIO  
London



Sawdust rappresenta la partnership creativa tra Jonathan Quainton e Rob Gonzalez, con sede operativa a Londra. Sono specializzati nell'arte tipografica, definizione strategica del brand, creazione di icone ed immagini fortemente identitarie per clienti come: Nike, Wired, The New York Times, It's Nice That, Coca-Cola, AKQA, Esquire, Creative Review, Audi, Fast Company, Bleep, IBM, Honda, ESPN. Tutto quello che creano coniuga innovazione e bellezza. Hanno all'attivo tantissime segnalazioni su libri e riviste oltre ad aver prodotto pubblicazioni di fama mondiale. Hanno ricevuto numerosi attestati d'eccellenza, tra cui una candidatura per il Design Museum's annual Designs of the Year - 2015, ed hanno esposto le loro opere al High Museum of Art, Atlanta, Georgia.



**Matteo Oreste Ingaramo**

POLIDESIGN  
Milan

Architetto e designer, è Professore Associato in Disegno Industriale al Politecnico di Milano, dal 2009 è Direttore di POLI.design, Consorzio del Politecnico di Milano per la formazione continua e la promozione del design presso enti e imprese. Si è laureato al Politecnico di Torino nel 1997 con una tesi in design pubblicata nell'elenco delle tesi meritevoli dell'Ateneo. Ha conseguito il titolo di Master in Design Strategico e il Dottorato di Ricerca in Design presso il Politecnico di Milano - dove è docente dal 2005, svolgendo attività di coordinamento di corsi di laurea e master. Sin dal 2003 è stato docente presso il Corso di Studi in Disegno Industriale del Politecnico di Torino e lecturer presso numerose Istituzioni nazionali e Internazionali. Ha coordinato numerosi progetti di ricerca presso l'Unità di Ricerca per il design dei prodotti di innovazione del Dipartimento di Design ed ha collaborato con imprese come Haworth, Whirlpool, Cartier, Vacheron Constantin, Indesit, SunStar, Ariete, Sacea, Fastweb, Red Bull, Vodafone. È stato referente italiano del Sino European Design Management Network.

**Alessandra Scandella**

Milan



Alessandra Scandella vive e lavora a Milano. È cofondatrice dello Studio Container, che si occupa di illustrazione, grafica, web design, social web, 3D e animazione. Lavora ad acquerello, principalmente nella moda e nel design. I suoi lavori sono esposti alla Triennale di Milano. Ha collaborato con Amnesty International e realizzato le illustrazioni per il Calendario Lavazza, con foto di Steve Mc Curry. Lavora in Italia e all'estero, alcuni clienti: Tod's, Bulgari, Triennale di Milano, Corriere della Sera, Il Sole 24ORE, Lavazza, L'Espresso, Bompiani, L'Officiel, San Pellegrino, FRI/Fashion Research Italy, Tre Marie, Machas (Londra), Indicube (Hong Kong), 55Croussette (Cannes).



**Amelia Valletta**

NABA  
Milan

Laureata in Architettura e specializzata in Disegno Industriale ed in Design Strategico MIP - Scuola di management Politecnico di Milano, studi in Scienze antropologiche. Esperta in Advanced Design Process, per quindici anni ha collaborato con aziende design driven e con i principali istituti di ricerca nel campo del design, in Italia e all'Estero. Attualmente membro del Comitato tematico ADI INDEX "Ricerca per le imprese" ed Academic Project Leader senior di Domus Academy, Laureate Design Universities, Amelia collabora come giornalista freelance per alcune testate di design in Italia e all'estero (tra gli altri Repubblica, Corriere della Sera, Sole 24Ore, Case da Abitare, Compomobili, AU).



## Enrico Fornaroli

ABABO  
Bologna

Classe 1961, consegue la laurea in DAMS (indirizzo di arte) presso la Facoltà di Lettere e Filosofia dell'Università di Bologna con una tesi in Storia della letteratura per l'infanzia. Co-curatore della collana libri per ragazzi "I Delfini" per l'editore Bompiani, dal 1994 al 2013 collabora con la casa editrice Panini Comics in qualità di editor e pubblicista. Docente di "Pedagogia e Didattica dell'Arte" presso le Accademie di Belle Arti di Urbino, Carrara, Sassari, Napoli e Bologna, nel 2013 è membro del comitato scientifico del "Concours européen d'illustration" del Salon du Livre et de la presse jeunesse en Seine-Saint-Denis. Curatore di numerose sezioni espositive (Treviso Comics, Padova Fumetto, Napoli Comicon e del Salone Internazionale dei Comics di Lucca), attualmente direttore dell'Accademia di Belle Arti di Bologna, è autore di numerose pubblicazioni inerenti alle illustrazioni ed al fumetto.

## Lorenzo Ruggeri

GAMBERO ROSSO  
Rome



Giornalista professionista alla Città del Gusto di Roma. Lavora al Gambero Rosso dal 2010. È curatore del mensile digitale in lingua inglese Wine Travel Food, collaboratore speciale della Guida Vini d'Italia e per tutte le altre pubblicazioni del Gruppo: Guida Ristoranti, Guida Pasticcerie, Guida Bar, Guida Olio. È autore televisivo per il Gambero Rosso Channel ed è infine responsabile del progetto Top Italian Restaurants, la prima guida digitale dedicati ai migliori locali di cucina italiana all'estero.

## Daniele Accordini

DOMINI VENETI  
Verona



Diplomato enologo nel 1982 alla Scuola Enologica G:B:Carletti di Conegliano Veneto (TV), lavora presso Cantina Valpolicella Negrar da quasi 30 anni, prima come enologo, poi come direttore tecnico e dal 2010 come direttore generale. Tra il 2008 ed il 2009 viene nominato Vice presidente del Consorzio Tutela Vini Valpolicella e Presidente della Commissione vini Valpolicella presso la Camera di Commercio di Verona. Dal 2010 Consigliere del Consiglio dell'Associazione Nazionale Assoenologi, è Componente della Commissione Camerale Borsa Merci di Verona ed ha pubblicato saggi e articoli su libri, riviste di settore e ricerche scientifiche.





## DOMINI VENETI



ACCADEMIA  
BELLEARTI  
BOLOGNA



Sawdust



Alessandra Scandella