



**ISIA**

*Firenze*

Prot. 1018 Pos. N11

Firenze, 3 giugno 2021

**BIF Biblioteca ISIA Firenze**

presenta

BANDO DI CONCORSO

## **BIF Branding & Comunicazione**

### **ART. 1 - OGGETTO DEL BANDO**

Il bando di concorso **BIF Branding & Comunicazione** è promosso dall'ISIA di Firenze all'interno della comunità studentesca. L'oggetto del concorso è la **realizzazione e la promozione dell'identità narrativa (visiva e verbale)** della biblioteca d'istituto.

### **ART. 2 - OBIETTIVI DEL BANDO**

L'obiettivo è quello di raccogliere le proposte progettuali degli studenti ISIA Firenze e di selezionare le proposte migliori. Le proposte saranno sottoposte a valutazione da parte di una commissione interna.

Le proposte migliori saranno premiate e successivamente implementate.

Questa iniziativa ha l'obiettivo di:

1. creare, promuovere e rafforzare l'identità e la notorietà della **Biblioteca ISIA Firenze**;
2. promuovere la **Biblioteca ISIA Firenze** come attore culturale e promotore di attività ed eventi di rilevanza negli ambiti della cultura del design attraverso la diffusione di una narrazione fresca e innovativa;
3. incentivare la percezione della **Biblioteca ISIA Firenze** non solo nella sua funzione istituzionale ma anche come luogo fisico di esperienza in grado di supportare chi è interessato ad approfondire e espandere il proprio orizzonte culturale oltre i confini delle risorse digitali in rete.



**ISIA**

*Firenze*

### **ART. 3 - CONDIZIONI DI PARTECIPAZIONE**

1. La partecipazione al presente bando è gratuita e aperta **esclusivamente** agli studenti ISIA Firenze di ogni ordine e grado che siano regolarmente iscritti all'anno accademico 2020/21.
2. È possibile partecipare al bando solamente con proposte individuali.
3. Ogni contenuto delle proposte elaborate e inviate ai fini del concorso deve essere originale e inedito.
4. È vietato l'utilizzo di qualsiasi contenuto offensivo, diffamatorio o in altro modo inappropriato.
5. Non sono ammesse proposte che utilizzino contenuti testuali o visivi di cui non si detengano i diritti o le liberatorie d'uso.
6. Nel caso di non conformità anche solo ad una parte di ciascuna delle suddette condizioni la proposta non verrà valutata.
7. Non è previsto alcun tipo di rimborso delle eventuali spese sostenute dai candidati per la realizzazione delle proposte e per la partecipazione al concorso, oltre al premio definito per i progetti selezionati.

### **ART. 4 - CATEGORIE DEL CONCORSO**

I partecipanti possono presentare le loro proposte in riferimento alle seguenti categorie:

**1. BRAND IDENTITY (BI) > sistema di identità VISIVA brand BIF Biblioteca ISIA Firenze**

studio e progettazione logo BIF con sistema di identità visiva declinato su supporti digitali e fisici

**2. POSIZIONAMENTO (PO) sistema di identità VERBALE brand BIF Biblioteca ISIA Firenze**

studio e progettazione pay-off BIF e sviluppo dello storytelling a supporto del posizionamento BIF

**3. CAMPAGNA BRAND (CB) campagna istituzionale brand BIF Biblioteca ISIA Firenze**

studio e progettazione campagna notorietà e promozione brand BIF

**4. CAMPAGNA PRODOTTO (CP) campagna di promozione attività BIF Biblioteca ISIA Firenze**

studio e progettazione campagna promozionale a sostegno delle attività e degli eventi BIF

I partecipanti possono presentare le loro proposte per tutte le categorie o anche per una sola categoria, senza vincoli di scelta.

**ISIA***Firenze***ART. 5 - SPECIFICHE DELLE PROPOSTE E DEGLI ELABORATI**

A. Le proposte devono essere sviluppate in riferimento alle categorie del concorso (Art. 4):

- 1. BI Brand Identity**
- 2. PO Posizionamento**
- 3. CB Campagna Brand**
- 4. CP Campagna Prodotto**

B. Per ognuna delle categorie scelte i partecipanti possono sviluppare proposte con un massimo di tre elaborati visivi e/o testuali.

C. Le proposte contenenti gli elaborati devono essere formattate come presentazione digitale in formato PDF a sviluppo orizzontale 1920x1080 px.

D. Per ogni elaborato è necessario presentare un file distinto. Nel caso in cui vengano sviluppati più elaborati per una stessa categoria, questi non devono essere inclusi nella stessa presentazione ma devono essere presentati separatamente.

E. Non sono ammesse proposte che includano in una stessa presentazione gli elaborati sviluppati per diverse categorie di concorso.

F. Ogni file deve essere nominato secondo il modello:

**BIF\_CategoriaNumero\_Cognome-Nome.pdf**

dove per "CategoriaNumero" va utilizzata l'abbreviazione della categoria di concorso di cui si presenta la proposta, accompagnata dal numero relativo dell'elaborato. Es.: **BIF\_CB1-3\_Rossi-Mario.pdf** significa che Mario Rossi presenta la proposta di Campagna Brand per BIF con tre elaborati e in questo file è presente il primo dei tre elaborati.

G. In apertura di ogni proposta deve essere inserita una copertina contenente le seguenti informazioni:

- nome del concorso: **BIF Branding & Comunicazione**
- sigla della categoria con numero relativo dell'elaborato presentato (es. **CB1-3** sta per Campagna Brand – elaborato 1 di 3)
- nome e cognome del partecipante
- email
- n. matricola
- corso di studi e anno di corso
- logo ISIA Firenze (scaricabile dalla pagina Download del sito ISIA)

H. In chiusura di ogni proposta deve essere inserita una slide conclusiva contenente una breve nota che presenti le motivazioni delle scelte strategiche, creative e progettuali dell'elaborato presentato.



**ISIA**

*Firenze*

- I. Le tecniche di realizzazione e i linguaggi narrativi sono lasciati alla libera scelta del partecipante, purché tutti gli elaborati finali risultino coerenti al brief del concorso e che la risoluzione dei contenuti sia tale da permettere una fruizione corretta.
- J. Sono ammesse al concorso esclusivamente le proposte che rispettano le specifiche sopra indicate.

#### NOTA

Precisiamo qui il significato dei termini usati.

PROPOSTA: la soluzione progettuale elaborata per ogni categoria.

ELABORATO: la singola realizzazione (grafica, di testo o di immagine) sviluppata per ogni proposta. Comunemente l'elaborato è la "strada" che si propone (strada 1 > evocativa, strada 2 > descrittiva, etc.).

Una proposta può dunque prevedere più elaborati (minimo 1 massimo 3).

#### **ART. 6 - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE**

Chi è interessato a partecipare dovrà inviare la propria richiesta di partecipazione con il modulo (vedi allegato 1) compilato e firmato secondo i termini e le modalità specificate nell'art.7.

A seguito della verifica della domanda di partecipazione da parte della Commissione, lo studente riceverà le credenziali di accesso alla piattaforma nella quale potrà caricare le proposte.

I partecipanti dovranno caricare le proposte con il proprio indirizzo di posta ISIA secondo le modalità che verranno spiegate contestualmente all'invio delle credenziali di accesso alla piattaforma di condivisione.

Le proposte inviate su qualsiasi altro canale di comunicazione non verranno prese in considerazione ai fini del concorso.

#### **ART. 7 - SCADENZA**

Gli studenti interessati a partecipare al bando devono inviare via mail **entro e non oltre le ore 12:00 di lunedì 5 luglio 2021** il modulo di partecipazione (allegato 1) compilato e firmato all'indirizzo **bifproject@isiadesign.fi.it** e specificando nell'oggetto della mail **candidatura concorso BIF Brand & communication**.

**ISIA***Firenze*

Le proposte dovranno essere caricate, nelle modalità indicate nell'Art. 5 **entro e non oltre le ore 12:00 di venerdì 17 settembre 2021**. I moduli e le proposte pervenute oltre i termini di scadenza o con modalità diverse da quelle previste saranno insindacabilmente esclusi dal concorso.

#### **ART. 8 - SELEZIONE**

Le proposte conformi alle indicazioni espresse dal bando saranno giudicate da una Commissione nominata dal Direttore, che valuterà gli elaborati presentati ed individuerà i vincitori, a suo insindacabile giudizio, in base ai seguenti criteri:

- conformità con gli obiettivi del bando (cfr. Art. 2) (che inciderà per il 30% sul punteggio di graduatoria);
- originalità e innovazione (che inciderà per il 30% sul punteggio di graduatoria);
- efficacia comunicativa (che inciderà per il 40% sul punteggio di graduatoria).

La Commissione ha la facoltà di non assegnare alcun Premio.

L'esito delle selezioni verrà pubblicato sul sito ISIA.

Ogni partecipante riceverà inoltre una comunicazione via mail contenente il risultato della valutazione.

#### NOTA

Le proposte presentate al concorso (indipendentemente dal fatto che risultino vincitrici o meno) possono essere utilizzate dai partecipanti come progetti utili per acquisire CFA liberi. In questo caso saranno sottoposto a discussione, come indicato da Regolamento dei CFA.

#### **ART. 9 - PREMI**

Il concorso premia una sola proposta per ognuna delle categorie.

La Commissione assegnerà un premio al vincitore di ogni categoria.

Ogni premio consiste in un set di 3 libri da selezionare su una lista a cura di BIF project (vedi allegato 1).

I vincitori sono tenuti a fornire i materiali relativi alla propria proposta in tutti i formati editabili.

I vincitori sono inoltre tenuti a partecipare e contribuire personalmente alla realizzazione esecutiva delle rispettive proposte.

**ISIA***Firenze***ART. 10 - TUTELA DELLA PRIVACY**

Ai sensi dell'art.13 del D.Lgs. 30/06/2003, n. 196, informiamo che i dati forniti per la partecipazione al concorso **BIF Branding & Comunicazione** saranno trattati dall'ISIA per le finalità istituzionali connesse alla gestione ed alla disseminazione dei risultati del medesimo concorso. Il trattamento dei dati e cioè la loro raccolta, registrazione, organizzazione, conservazione, diffusione, comunicazione ovvero la combinazione di due o più di tali operazioni, avverrà nel rispetto della normativa sopra richiamata e sarà improntato a liceità e correttezza nella piena tutela dei diritti degli interessati. Le operazioni di trattamento sopra descritte saranno effettuate con strumenti elettronici e/o con supporto cartaceo. L'interessato potrà esercitare presso le competenti sedi i diritti previsti dall'articolo 7 del D.Lgs. 196/2003.

**ART. 11 - AUTORIZZAZIONE ALL'UTILIZZO DEGLI ELABORATI**

Con la partecipazione al presente bando, i partecipanti autorizzano l'ISIA di Firenze all'utilizzo e alla diffusione degli elaborati realizzati e inviati, con ogni mezzo e senza limite di tempo, per attività di promozione e valorizzazione della Biblioteca ISIA Firenze e per altre attività relative alle finalità istituzionali di ISIA di Firenze. La paternità intellettuale degli elaborati partecipanti resta degli aventi diritto.

La partecipazione al Concorso implica, da parte dei partecipanti, la piena accettazione e il pieno rispetto di tutte le indicazioni contenute nel presente Regolamento, nonché del giudizio insindacabile della giuria.

Il Direttore

Prof. Francesco Fumelli





**ISIA**

*Firenze*

BANDO DI CONCORSO

**BIF Branding & Comunicazione**

ALLEGATO 1 / DOMANDA DI PARTECIPAZIONE

Al Direttore dell'ISIA di Firenze

Il/La sottoscritto/a \_\_\_\_\_

nato/a a \_\_\_\_\_ Prov. \_\_\_\_\_ il \_\_\_\_ / \_\_\_\_ / \_\_\_\_

codice fiscale \_\_\_\_\_

residente in \_\_\_\_\_ Prov. \_\_\_\_\_ cap \_\_\_\_\_

via \_\_\_\_\_ n° \_\_\_\_\_

tel. \_\_\_\_\_ mail \_\_\_\_\_

iscritto/a nel corrente A.A. al \_\_\_\_\_ anno del  Triennio  Biennio \_\_\_\_\_

DICHIARA

di voler partecipare al bando di concorso **BIF Branding & Comunicazione**.

A tal fine dichiara di accettare integralmente le condizioni previste dal Regolamento del concorso, nonché di esprimere il consenso alla diffusione a terzi dei propri dati personali (come espresso negli art. 10 e 11) per le finalità connesse al concorso.

Luogo \_\_\_\_\_

Firma

Data \_\_\_\_ / \_\_\_\_ / \_\_\_\_

\_\_\_\_\_



BANDO DI CONCORSO

**BIF Branding & Comunicazione**

ALLEGATO 2 / PREMI

SET 1 – GRAPHIC DESIGN

***A BOOK ON BOOKS. New Aesthetics in Book Design***

Victionary, 2020

***A Map of the World. The World According to Illustrators and Storytellers***

Gestalten, 2020

Francesco Dondina

***Bob Noorda. Una vita nel segno della grafica***

Lazy Dog, 2021

***Brand New Brand. Restarting Your Business in a Time of Crisis and Transformation***

Gestalten, 2021

***DESIGN{H}ERS. A celebration of women in design today***

Victionary, 2019

Riccardo Falcinelli

***Cromorama***

Einaudi, 2017

Riccardo Falcinelli

***Figure***

Einaudi, 2020

***GRAPHIC FEST. Spot-on identities for festivals & fairs***

Victionary, 2018

***Hello, I am Erik. Erik Spiekermann: Typographer, Designer, Entrepreneur***

Gestalten, 2014



MIUR  
AFAM  
ISIA



Ministero dell'Istruzione, Università e Ricerca  
Alta Formazione Artistica, Musicale e Coreutica  
FIRENZE



**ISIA**

*Firenze*

Sandra Rendgen, Julius Wiedemann

***Information Graphics***

Tashen

James Clough

***L'Italia Insegna – Nuova edizione***

Lazy Dog, 2017

a cura dei maestri dell'Associazione Calligrafica Italiana

***Manuale di Calligrafia***

Lazy Dog, 2019

***Newspaper Design. Editorial Design from the World's Best Newsrooms***

Javier Errea & Gestalten, 2018

Jonathan Pierini

***Steiner e Dolcini. Tra grafica utile e disordine attivo***

Corraini, 2021

Jens Müller, Julius Wiedemann

***The History of Graphic Design. Vol. 1. 1890–1959***

Tashen

Jens Müller, Julius Wiedemann

***The History of Graphic Design. Vol. 2. 1960–Today***

Tashen

***Visual Journalism. Infographics from the World's Best Newsrooms and Designers***

Javier Errea & Gestalten, 2017

SET 2 – PRODUCT DESIGN

***AZ design. Manuale illustrato sul Design***

Mondadori Arte

Kimberlie Birks

***Design for Children***

Phaidon

**ISIA FIRENZE**  
DESIGN

via Pisana, 79  
50143 Firenze / Italia

Tel. +39 (0)55 700 301  
C.F. 80029630482

[www.isiadesign.fi.it](http://www.isiadesign.fi.it)

[info@isiadesign.fi.it](mailto:info@isiadesign.fi.it)

[segreteria@pec.isiadesign.fi.it](mailto:segreteria@pec.isiadesign.fi.it)



Klaus Klemp

**Dieter Rams: The Complete Works**

Phaidon

Philippe Thomé

**Ettore Sottsass**

Phaidon

a cura di Alex Carnevali, Anna Lagorio

**FATTOBENE – Italian Everyday Archetypes**

Corraini, 2017

Deyan Sudjic

**Il linguaggio delle cose**

Edizione Laterza

Andrea Branzi

**Introduzione al Design italiano. Una modernità incompleta**

Edizione Baldini e Castoldi

Dario Scodeller

**Il design dei Castiglioni | Ricerca, Sperimentazione, Metodo**

Corraini, 2019

Chiara Alessi

**Le caffettiere dei miei bisnonni. La fine delle icone nel design italiano**

UTET, 2018

Porzia Bergamasco, Valentina Croci

**Luci. I libri di Artedossier**

Giunti Editore, 2012

Alessandra Coppa

**Maledetto design. L'ossessione pop delle icone**

Centauria, 2019

Domitilla Dardi, Vanni Pasca

**Manuale di storia del design**

Silvana Editore, 2019



Porzia Bergamasco, Valentina Croci  
**Sedie. I libri di Artedossier**  
Giunti Editore, 2012

Gabriella D'Amato  
**Storia del design**  
Edizione Mondadori

Ida Engholm, Anders Michelsen  
**Verner Panton**  
Phaidon

George R. Kravis II  
**100 Designs for a Modern World: Kravis Design Center**  
Skira Rizzoli, 2016

## SET 2 – WRITING DESIGN

M. Di Pascale  
**Manuale di sopravvivenza per UX designer. Guida pratica alla progettazione**  
Hoepli, 2019

V. Falcinelli, L. Carrada  
**Testi che parlano. Il tono di voce nei testi aziendali**  
Cesati, 2018

A. Testa  
**La parola immaginata. Teoria, tecnica e pratica del lavoro di copywriter**  
Il Saggiatore, 2014

S. Giusti  
**UX Writing. Micro testi, macro impatto. Come parole ed emozioni guidano gli utenti nella navigazione**  
Hoepli, 2019

A. Morrone  
**#UX Writer. Scrivere microtesti che convertano**  
Franco Angeli, 2019



D. Fontana

**#Digital copywriter. Pensa come un copy, agisci nel digitale**

Franco Angeli, 2017

R. Tassi

**#Service designer. Il progettista alle prese con sistemi complessi**

Franco Angeli, 2019

M. Lombardi, We are social

**Creatività in pubblicità. Dalla logica alle emozioni**

Franco Angeli, 2021

M. Lombardi, Mindshare

**Strategia in pubblicità. Dall'intelligenza alla magia**

Franco Angeli, 2017

S. Errante

**Dal brief di agenzia al piano mezzi. Scrivere i documenti della strategia di comunicazione**

Franco Angeli, 2018

A. Fontana

**Storie che3 incantano, Il lato narrativo dei brand**

ROI, 2019

C. Salmon

**Storytelling. La fabbrica delle storie**

Fazi Editore, 2008