

Bando Bologna City Branding



COMUNE DI BOLOGNA

aiap

associazione italiana design
della comunicazione visiva



Urban Center Bologna

**Bologna City Branding
Bando di concorso di idee internazionale
per la progettazione grafica del marchio/logotipo
e del relativo payoff per la promozione
della Città di Bologna**

BOLOGNA CITY BRANDING - citybrand@urbancenterbologna.it - tel 051 219 4855
Urban Center Bologna - c/o Salaborsa - Piazza del Nettuno 3 - 40124 Bologna
P.IVA 02361731207- C.F. 91228470372

1. Promotori del concorso internazionale

Il concorso internazionale aperto è indetto da Urban Center Bologna con il patrocinio e la collaborazione di Aiap (Associazione italiana design della comunicazione visiva) e la partnership di UniCredit.

2. Obiettivi del concorso

Il concorso è finalizzato alla realizzazione del marchio / logotipo per la promozione della città di Bologna. Tale marchio / logotipo dovrà essere rappresentativo delle peculiarità e di tutti gli elementi che compongono il volto della città e che in forma sintetica vengono riassunti nel documento allegato denominato Brief (allegato A). Al marchio / logotipo si chiede di affiancare un payoff che esprima in termini sia visivi che verbali le aspettative poste nel brief di progetto e le intenzioni comunicative proposte nel marchio / logotipo.

Si tratta di progettare un vero e proprio brand, in linea con quanto esposto nel brief di progetto, che esprime in forma sintetica una strategia che si è avvalsa anche di quanto emerso dalla ricerca Bologna City Branding promossa da Urban Center Bologna (allegato C).

Il progetto d'identità deve diventare anche un "sigillo di qualità" per i comportamenti degli attori locali, per le molteplici azioni di promozione e per le numerose gamme di articoli e merci che possono essere prodotte.

Il marchio / logotipo e il payoff saranno utilizzati in tutte le comunicazioni promozionali della città su differenti media (stampa, internet, TV, brochures, etc.) e ne potrà essere fatto uso in altri settori e da parte di differenti soggetti (consorzi, aziende e a tutti gli attori impegnati alla promozione della città) previo accordo e supervisione con il titolare dei diritti.

3. Partecipazione al concorso

La partecipazione è aperta a professionisti della grafica, del design e della comunicazione che esercitano attività professionale in forma documentata almeno dal 1 gennaio 2010. Possono anche partecipare i neo laureati e/o diplomati dopo il 1° gennaio 2010 di istituzioni scolastiche legalmente riconosciute con oggetto Design Comunicazione e Pubblicità.

La partecipazione può avvenire sia in forma singola sia mediante riunione in gruppi (per i quali sarà obbligo indicare un capogruppo).

Non possono partecipare al concorso: i membri effettivi o supplenti della Giuria, i professionisti che hanno rapporti professionali continuativi con uno o più componenti di detta Giuria, ovvero con le società in cui uno o più componenti della Giuria abbiano partecipazioni dirette o indirette, i parenti fino al terzo grado e i dipendenti dei membri della Giuria.

Ogni candidato, sia che si presenti singolarmente che in gruppo, può presentare una sola soluzione progettuale.

4 . Iscrizione al concorso

L'iscrizione al concorso è subordinata all'invio dell'apposito modulo di iscrizione (Modulo allegato 1) unitamente al plico contenente gli elaborati.

Bando Bologna City Branding

Il modulo di iscrizione e la documentazione richiesta dovranno essere spediti rispettando le modalità descritte al punto 6. , relativo alle "modalità di partecipazione e invio degli elaborati".

5. Elaborati richiesti e modalità di presentazione

Ogni partecipante può inviare una sola proposta progettuale articolata in almeno 4 tavole. Ciascuna delle 4 tavole dovrà essere presentata obbligatoriamente su foglio di carta bianca in formato A3, disposto in orizzontale e montato su tavola rigida di colore nero di dimensioni tali da creare attorno al foglio un bordo di circa 1,5 cm.

Tavola 1

Il foglio conterrà centrato nella pagina il marchio / logotipo stampato a colori e in basso, la versione ridotta in bianco e nero accompagnata dal payoff.

Tavole 2- 3

Due ulteriori tavole A3 contenenti delle possibili applicazioni e/o visualizzazioni del marchio / logotipo in contesti e situazioni differenti che ne valorizzino le qualità e ne facciano comprendere la dimensione sistemica.

Tavola 4: elaborato razionale creativo

Presentazione su una tavola in formato A3 delle ragioni e delle scelte utilizzate nel percorso progettuale, in forma descrittiva / verbale eventualmente con l'ausilio di ulteriori elementi visivi.

Ferma restando l'obbligatorietà, pena l'esclusione dal concorso, delle 4 tavole elencate, ogni progettista o gruppo di progettisti ha la facoltà, se ritenuto utile per una maggiore precisazione della qualità del progetto, di presentare ulteriori tavole A3 contenenti delle possibili applicazioni del marchio / logotipo e del payoff in contesti differenti.

6. Modalità di partecipazione e invio degli elaborati

La partecipazione al concorso è in forma anonima. A tal proposito, per garantire l'anonimato, ogni partecipante (o gruppo di partecipanti) dovrà dotarsi di un codice alfanumerico composto di quattro lettere maiuscole e cinque numeri (p.e. "ABCD12345").

Tale codice dovrà essere riportato sul retro delle tavole, applicato in alto a destra sul cartoncino nero.

Il codice dovrà essere stampato su carta bianca in carattere Arial o Helvetica corpo 15 grassetto. Tutte le tavole dovranno essere unicamente contrassegnate con il codice alfanumerico, ogni altro riferimento determina l'esclusione della proposta. Il tutto dovrà essere posto in una busta sigillata contrassegnata dalla lettera "A" e riportante sul fronte il codice alfanumerico

Una seconda busta, assolutamente non trasparente, anch'essa sigillata, contrassegnata dalla lettera "B" e riportante sul fronte il codice alfanumerico dovrà contenere:

- copia compilata (dattiloscritta o a mano con grafia leggibile) del modulo d'iscrizione (vedi Modulo 1);
- autocertificazione dell'esperienza professionale richiesta;
- fotocopia fronte/retro della carta d'identità;

Bando Bologna City Branding

- copia del modulo di cessione del copyright (Modulo 2) compilata (dattiloscritta o a mano con grafia leggibile);
- copia compilata (dattiloscritta o a mano con grafia leggibile) del modulo di autocertificazione relativo ai requisiti di carattere generale (vedi Modulo 3);
- supporto digitale (identificato con il codice alfanumerico scelto dal partecipante), leggibile in ambiente Mac Os e Windows, contenente le proposte presentate salvate nel formato *.pdf (i file dovranno essere identificati con il codice alfanumerico seguito da un numero progressivo: p.e. "ABCD12345-1").

Le lettere "A" e "B" da apporre sulle due buste dovranno essere stampate su carta bianca in carattere Arial o Helvetica corpo 48 grassetto, mentre il codice alfanumerico dovrà essere stampato su carta bianca in carattere Arial o Helvetica corpo 15 grassetto.

Nel caso di partecipazione in gruppo, le dichiarazioni di cui agli allegati 1, 2 e 3 dovranno essere compilate e firmate da ciascun concorrente, così come di ciascuno deve essere allegata l'autocertificazione dell'esperienza professionale richiesta e copia, non autenticata, del documento di identità.

Entrambe le buste (A e B) dovranno essere inserite in un plico che riporterà esternamente il solo codice alfanumerico ed il seguente indirizzo:

**Concorso Bologna City Branding
Urban Center Bologna
Sala Borsa, Piazza Nettuno 3
40124 Bologna**

Il plico dovrà essere recapitato improrogabilmente **entro le ore 12.00 del giorno 16 ottobre 2013.**

Per gli invii sia a mezzo corriere che a mezzo posta (celere, raccomandata, e comunque nei casi in cui sia prevista una ricevuta) è possibile apporre i dati del mittente: il plico, preparato come da indicazioni, dovrà essere inserito in una ulteriore busta sulla quale sarà indicato il mittente e il destinatario. Sarà cura della segreteria eliminare la busta esterna.

Ai fini della partecipazione non saranno considerati validi i progetti pervenuti oltre la data di scadenza al concorso, non farà fede la data del timbro postale ma soltanto l'avvenuta ricezione entro i termini sopra indicati. In ogni caso non potranno essere accettate le proposte che per qualsiasi motivo perverranno oltre il giorno e l'ora previsti per la consegna.

7. Criteri esecutivi

Tutte le proposte progettuali presentate dovranno osservare i seguenti requisiti:

1. prevedere un grado di versatilità e di flessibilità affinché il marchio / logotipo e il payoff possano essere facilmente declinati per quelle applicazioni utili alla promozione del brand Bologna;
2. essere adatto a qualunque medium utilizzato, nelle due come nelle tre dimensioni;

Bando Bologna City Branding

3. essere distintivo, originale e riconoscibile e quindi registrabile;
4. essere riproducibile mantenendo la sua efficacia in qualsiasi dimensione, dal molto grande (p.e. striscioni, pubblicità esterna extralarge, fiancate di autobus), al molto piccolo (p.e. biglietti da visita, web); rispondere efficacemente ai valori e ai criteri strategici indicati nel brief di progetto.

8. Criteri di valutazione

Alle proposte progettuali pervenute, in sede di valutazione la giuria potrà dotarsi di opportuni criteri di valutazione purchè questi siano coerenti ai criteri strategici indicati nel brief di progetto e siano rispondenti alle richieste dei soggetti promotori del concorso (Urban Center Bologna e Aiap).

Si terranno in debita considerazione i criteri di originalità e coerenza tra il segno grafico del marchio / logotipo e il payoff, riconoscibilità ed efficacia comunicativa dei vari elementi proposti, flessibilità d'uso e gestione.

9. Criteri strategici

Al fine di consentire ai progettisti lo sviluppo di una proposta che sia effettivamente rispondente alle esigenze della Città di Bologna, è stato predisposto un documento denominato "Brief " (Allegato A al bando), nel quale è contenuta una relazione di indirizzo dei criteri strategici e di riferimento per la definizione delle doti comunicative del brand Bologna;

E' inoltre disponibile (allegato B) una documentazione commentata su *case histories* di riferimento relativi a operazioni di city branding contemporanei e il report della ricerca Bologna City Branding (allegato C).

Tutta la documentazione è disponibile sui siti web di Urban Center Bologna, del Comune di Bologna e dell'Aiap

10. Premi

Tra tutte le proposte inviate, saranno scelti i progetti meritevoli di essere premiati. Tra questi sarà scelto il progetto vincitore assoluto del concorso e del relativo premio di complessivi euro 14.000,00 (quattordicimila).

Per il secondo e terzo classificato saranno assegnati rispettivamente:

- un premio di complessivi euro 6.000,00 (seimila),
- un premio di complessivi euro 4.000,00 (quattromila).

Gli importi di cui sopra sono da considerarsi al lordo degli eventuali oneri dovuti per legge.

Il secondo premio potrà essere attribuito a discrezione della giuria al concorrente che avrà proposto il payoff ritenuto più efficace per essere accostato alla proposta di marchio / logotipo, qualora la proposta ritenuta vincitrice non dovesse avere un payoff altrettanto efficace.

La giuria, oltre a motivare le predette scelte e stendere un apposito verbale, potrà segnalare o menzionare altre proposte ritenute meritevoli.

Il il soggetto gestore del progetto vincitore si riserva la facoltà di commissionare al

Bando Bologna City Branding

vincitore (o ai vincitori) una consulenza di supporto tecnico ai fini dello sviluppo del progetto di city branding, per il quale sarà quindi affidato un incarico supplementare.

11. Giuria

La giuria, nominata da Urban Center Bologna e in accordo con Aiap, sarà composta da cinque membri: due esperti provenienti dall' estero, Roberto Grandi (coordinatore scientifico del progetto Bologna City Branding), Andrea Ruggeri (consulente per la comunicazione del Comune di Bologna) e Daniela Piscitelli (Presidente Aiap).

La giuria selezionerà i progetti pervenuti nei tempi valutandoli secondo i criteri previsti ai punti 7. e 8. del bando, determinando la graduatoria dei vincitori. La giuria, il cui giudizio è inappellabile e insindacabile, avrà il compito di motivare le scelte e di stendere un apposito verbale.

Ogni decisione sarà presa a maggioranza. La giuria potrà indicare eventuali suggerimenti e modifiche per la messa a punto e/o correzioni agli elaborati selezionati, suggerendo che questo eventuale percorso sia svolto in stretta collaborazione tra il progettista e Urban Center Bologna.

12. Calendario

1. 17/07/2013: pubblicazione bando;
2. dal 09/09/2013 al 13/09/2013 gli interessati alla partecipazione al concorso possono porre domande in lingua italiana o inglese per chiarimenti, utilizzando esclusivamente il seguente indirizzo **citybrand@urbancenterbologna.it**;
3. **16/10/2013 ore 12:00**: termine ricezione proposte;
4. entro 30/11/2013: riunione della giuria, scelta dei finalisti e proclamazione dei vincitori.

13. Diritti di copyright

I partecipanti, con la compilazione del modulo di cessione del copyright, si impegnano a cedere i diritti esclusivi di utilizzazione economica sulle proposte individuate come vincitrici dei tre premi secondo i criteri esposti al punto 10, mentre per le opere non vincitrici sarà ceduto il solo diritto all'esposizione in mostra e alla pubblicazione in "quaderno" dedicato di cui all'art. 16.

Per i dettagli si rimanda al modulo 2.

14. Restituzione delle proposte e archivio del progetto

Tutte le proposte e gli elaborati presentati rimarranno di proprietà di Urban Center Bologna, in osservanza a quanto specificato al punto 13 e non saranno restituite.

15. Pubblicazione del bando e richiesta informazioni

Il presente bando e i relativi allegati, saranno pubblicati sui siti web di:

Urban Center Bologna www.urbancenterbologna.it

Comune di Bologna www.comune.bologna.it

Aiap www.aiap.it

Eventuali quesiti sul bando e la partecipazione al concorso potranno essere indirizzati esclusivamente per email, vedi art. 12

Tutte le risposte ai quesiti e gli esiti del concorso saranno resi pubblici sul sito web di

Bando Bologna City Branding

Urban Center Bologna www.urbancenterbologna.it

16. Mostra e volume di presentazione dei risultati

Tutte le proposte presentate potranno essere esposte in mostra aperta al pubblico e pubblicate in apposito "quaderno" edito da Urban Center Bologna.

17. Elenco Allegati

Fanno parte integrante del presente bando i seguenti allegati:

- ② Brief (Allegato A)
- ② Case Histories (Allegato B)
- ② Report ricerca Bologna City Branding (Allegato C)
- ② Modulo di iscrizione (Allegato 1)
Modulo cessione del copyright (Allegato 2)
- ② Modulo di autocertificazione relativo ai requisiti di carattere generale (Allegato 3)

18. Segreteria Organizzativa

La Segreteria organizzativa del concorso Bologna City Branding ha sede presso Urban Center Bologna. Recapiti: citybrand@urbancenterbologna.it – ph. +39 051 2194855