

BRAND IDENTITY GrandPrix

DOMANI ALLE ORE 17 PRESSO IL TEATRO AGORÀ

Brand Identity GrandPrix edizione 2011: la premiazione alla Triennale

Sarà il Teatro Agorà della Triennale di Milano ad ospitare domani 13 dicembre, alle ore 17, la cerimonia di premiazione della XVII edizione del **Brand Identity GrandPrix**, organizzato da **TVN Media Group**. Il premio, che celebra i migliori progetti d'identità

di marca e di design strategico sotto il profilo strutturale della comunicazione visiva, chiamerà a raccolta il gotha del settore: professionisti di rilievo del mondo della brand identity, manager aziendali, giornalisti di settore, scuole di creatività e di design. Il premio da diciassette

edizioni non smette di rinnovarsi e si propone agli operatori e alle marche come valido termometro dell'effervescenza della creatività italiana. Anche l'edizione 2011 ha mantenuto viva la propria freschezza e l'attenzione da parte del mercato, come testimonia il cospicuo

numero dei lavori iscritti. Di spessore professionale anche la giuria, costituita da un comitato di manager del marketing e della comunicazione aziendale, presieduta quest'anno da **Valeria Bucchetti**, professore associato presso il Politecnico di Milano.

La parola al presidente di giuria

Visual designer ed esperta di identità di marca, **Valeria Bucchetti** è professore associato del dipartimento INDACO e docente di Design industriale per la comunicazione visiva presso il Politecnico di Milano. Autore di numerose pubblicazioni, ha recentemente curato, per la collana di Design della comunicazione di FrancoAngeli, il volume *Altre figure. Intorno alle figure di argomentazione*.

Quale è stato il metodo di valutazione per decretare il GP 2011?

Sono stati valutati i progetti affinché rispondessero ai requisiti che ogni buon progetto dovrebbe possedere, ovvero essere espressione di una combinazione tra componenti di innovazione riferite al linguaggio, equilibrio formale, qualità progettuale espressa dall'insieme degli elementi

che compongono l'artefatto comunicativo. La qualità di un progetto passa dalla qualità dei singoli dettagli che lo compongono, che si unificano in una sintesi che può implicare diversi registri sensoriali.

Quali le tendenze emerse in questa edizione?

Credo sia possibile rilevare quanto la maggior parte dei progetti sia rigorosa, sottenda grande controllo delle tecniche progettuali e quindi sia certamente il risultato di una competenza diffusa. I progetti candidati esprimono però un basso coefficiente di sperimentazione e di ricerca.

Quale è la causa di questa scarsa sperimentazione?

Non penso si possa parlare di una sola causa, ma di una convergenza di fattori. In primo luogo alcune ragioni vanno ricercate nell'ambiente comu-

nificativo: la saturazione della semiosfera, data dall'incremento complessivo dei segni della comunicazione, e l'attuale momento socio-culturale che registra un impoverimento del linguaggio. Anche la committenza influisce: prevale un atteggiamento prudente in cui spesso manca di una visione prospettica e si sceglie per dare una risposta a necessità comunicative immediate. Infine anche il profilo del progettista ha la sua rilevanza, non sempre sufficientemente preparato a sostenere le sfide, così come la riduzione dei tempi e dei costi a supporto dell'attività progettuale.

All'interno della giuria lei era l'unico membro tecnico, mentre gli altri erano tutte figure aziendali. C'è stato un allineamento di visioni?

Nell'elaborazione dei giudizi



VALERIA BUCCHETTI

ci siamo trovati tendenzialmente concordi, solo in pochi casi sono emersi pareri non allineati. Quei pochi casi in cui non c'è stata convergenza di giudizio hanno riguardato progetti 'fuori dal coro', ovvero non appartenenti all'alveo della tradizione, e in questi casi sono prevalse soluzioni che appartengono a un repertorio visivo più consolidato. (C.P.)

La brand identity secondo i giurati, la video - intervista



CLICCA SUL FRAME PER VEDERE L'INTERVISTA

La visione sulla brand identity nelle parole dei giurati, manager esperti di marketing e comunicazione, della XVII edizione di Brand Identity GrandPrix. Ai nostri microfoni la presidentessa **Valeria Bucchetti**, Politecnico

di Milano, **Achille Baricco**, Coca-Cola Light, **Sara Bellettini**, Philips, **Enrica Piccioni**, Ubi Banca, **Matteo Cavalari**, Gruppo Bonduelle, **Camillo Mazzola**, Italia Lego, **Alessandra Giombini**, Ikea Italia,

Massimiliano Zichitella, Gruppo Cordons. Tra gli altri **Claudio Bettinelli**, Touring Club, **Mara Colombo**, Arti Grafiche Colombo, **Paolo Marchi**, Sky Tv, **Antonella Emilio**, Finiper.