



Aiap  
Associazione italiana  
design  
della comunicazione visiva  
via Ponchielli, 3  
20129 Milano  
tel. +39 02 295 20590  
fax +39 02 295 12495  
www.aiap.it  
aiap@aiap.it  
Partita iva e c.f.:  
07105940154

AiapZine  
<http://aiapzine.aiap.it>  
Progetto Grafico  
[aiap.it/progettografico](http://aiap.it/progettografico)  
Progetto Italic  
[progetto-italic.org](http://progetto-italic.org)

*Spett.le F.lli Schiano S.r.l.  
C.a. Roberto Gargiulo,*

**Oggetto:** Gare e concorsi per comunicare meglio

Con la presente vorremmo sottoporvi alcune riflessioni che riteniamo possano esservi utili per istituire il concorso da voi proposto e che ha come oggetto l'acquisto di servizi di progettazione visiva e identità.

Non le saranno certamente sfuggiti i casi in cui gare e concorsi hanno prodotto polemiche, attirato l'attenzione dei media o della magistratura producendo un danno gravissimo di immagine alle istituzioni ed alle imprese che, pur mosse da nobili e legittime esigenze di costruirsi una chiara identità visiva, si sono trovate di fronte a risultati non adeguati e inappropriati.

Responsabile di tutto questo sono le modalità operative con le quali vengono istruiti i bandi e condotti i concorsi in materia di comunicazione visiva. La specificità e la delicatezza dell'intervento richiesto richiedono un'adeguata riflessione e l'acquisizione di metodi che garantiscano la massima trasparenza e il massimo dei risultati.

Il concorso di idee si potrebbe considerare la forma di partecipazione più democratica, produttiva e trasparente, ma i risultati di un concorso sono direttamente proporzionali alla qualità del bando proposto, alla trasparenza delle norme, alla congruità dei premi, alla composizione e alla qualificazione della giuria.

Riteniamo il design un elemento strategico dello sviluppo e vorremmo che mantenesse quel livello di eccellenza che ne ha fatto una delle voci più importanti dell'economia nazionale, strumento strategico di innovazione e fonte di giustificato orgoglio.

Per questo auspichiamo che le indicazioni sulle corrette modalità di indire un concorso di design redatte da un organismo internazionale quale Icograda e condivise da Aiap, possano esservi utili, così come da vostra richiesta.

Vi riassumiamo i punti più qualificanti della normativa:

- obbligo dell'anonimato per i partecipanti. Questi devono essere riconosciuti come professionisti nell'ambito della progettazione grafica, oppure studenti all'interno di istituzioni nelle quali si insegna progettazione. Le due categorie, laddove previste entrambe, devono necessariamente rimanere ed essere valutate come due categorie separate;
- tempi di realizzazione adeguati al lavoro richiesto;
- trasparenza delle norme di valutazione, specificando i criteri, i parametri e gli obiettivi che si intendono raggiungere;
- definizione precisa del tema e dei materiali richiesti;
- separazione delle aree di intervento del progetto, con eventuali separazioni delle specifiche competenze;
- predisposizione di una adeguata documentazione, un numero di riferimento per



Aiap  
Associazione italiana  
design  
della comunicazione visiva  
via Ponchielli, 3  
20129 Milano  
tel. +39 02 295 20590  
fax +39 02 295 12495  
www.aiap.it  
aiap@aiap.it  
Partita iva e c.f.:  
07105940154

AiapZine  
<http://aiapzine.aiap.it>  
Progetto Grafico  
[aiap.it/progettografico](http://aiap.it/progettografico)  
Progetto Italic  
[progetto-italic.org](http://progetto-italic.org)

- approfondimenti e delucidazioni, oppure un link FAQ;
- giuria qualificata che comprenda esperti di comunicazione e/o progettazione grafica. La giuria deve essere palesata nel bando medesimo;
  - congruità dei premi che non possono essere costituiti da beni materiali;
  - suddivisione delle categorie dei premi in relazione alle categorie di partecipazione.

Infine una adeguata preparazione del bando rivolta a professionisti o a studenti di progettazione grafica, deve poter essere posta attraverso terminologie adeguate.

Aiap da tempo si sta battendo affinché il valore del progetto di comunicazione possa essere percepito nella sua accezione più completa ed etica: il progetto di comunicazione inteso, quindi, quale strumento strategico per le imprese, valoriale per le istituzioni, divulgativo per l'informazione scientifica, utile nella sua accezione più etica perché strumento per generare consapevolezza su grandi temi, innovazione sociale, economica e ambientale.

Riteniamo quindi che una terminologia generica come “idea”, “creatività”, “artisticità”, qualora usate, sviscerano il valore del progetto generando la ingannevole convinzione che tutti possano produrre “idee” e “disegnini”.

Il progetto di comunicazione è il risultato di un processo complesso che rende accessibili valori e informazioni difficilmente percepibili e comprensibili e, al di là del suo aspetto estetizzante, è prima di tutto risultato di conoscenza, metodo, analisi e strategie.

Potete trovare le norme al completo al link:

<http://www.aiap.it/documenti/8051>

<http://www.aiap.it/documenti/8051>

Siamo convinti che, se rispettate, queste norme facciano di un concorso un'occasione di crescita per l'istituzione, di sviluppo economico per le imprese, nonché acquisizione di consapevolezza per l'abitabilità del mondo e la fruizione dell'intero sistema di comunicazione.

Ecco perchè rimaniamo a vostra disposizione, in ogni momento, per fornirvi tutto il supporto di competenze che può garantirvi la più importante e numerosa associazione italiana del settore. Ci farà molto piacere sentirvi, e cercheremo di diffondere a tutte le imprese, se è possibile anche con il vostro aiuto, il modo consapevole di essere, di pensare, di operare.

Cordiali saluti

Daniela Piscitelli  
Presidente Aiap