Atlante
dei contest
grafici

tesi di laurea
21/22

Marina Chiostri
Denis Dacic

Atlante dei contest grafici

Analisi dei contest di comunicazione

Laurea triennale in
Design della comunicazione visiva

Dicembre 2022

Tesi realizzata da
Marina Chiostri
Denis Dacic

Relatrice
Silvia Barbero

Font
Cabinet grotesk
PP Eiko

Politecnico di Torino

Premessa

Alla base di questo studio vi è l'analisi della comunicazione, storia, etimologia degli atlanti e delle competizioni di grafica. In particolare, si è posta l'attenzione sulle tematiche sociali e ambientali che appartengono al modello di sviluppo sostenibile. Gli obiettivi per uno sviluppo sostenibile sono alla base dell'Agenda 2030 [1], un programma d'azione e di equilibrio tra quattro dimensioni: fattori sociali, economici, sostenibili ed ecologici.

Le motivazioni che ci hanno spinto ad approfondire tali argomenti hanno una duplice motivazione, da un lato l'interesse nei confronti dei concorsi di grafica e di tutto il processo di organizzazione, sia comunicativo al fine di trasmettere delle informazioni, sia nell'influenzare il pubblico mediante la grafica, l'illustrazione e la tipografia. La seconda motivazione riguarda lo studio degli atlanti, la loro struttura ci ha permesso di raccogliere i dati delle varie competizioni internazionali e di inserirle poi in un unico manuale. La tesi è articolata di sei capitoli, nella prima parte viene fornita un'introduzione dell'atlante divisa in: tipologie, flusso di ricerca, criterio di valutazione e casi studio. La seconda sezione si concentra sui contest e sul flusso di ricerca che concerne la raccolta dei dati, il decreto di selezione e dell'analisi SWOT. La ricerca poi è applicata alla progettazione tramite la presentazione progettuale dell'atlante.

conte-

nuti

11 Introduzione

13 Obiettivo

14 Gli atlanti: signficato e le tipologie
- Introduzione
- Tipologie
- Flusso di ricerca degli atlanti
- Il criterio di valutazione degli atlanti
- Casi studio

42 I contest
- Processo di ricerca dei contest
- Decreto di selezione dei contest
- Analisi SWOT
- Schedatura dei contest grafici

113 Progetto atlante
- I contest
- La copertina
- Breve introduzione del contest
- Timeline delle edizioni
- Introduzione dell'edizione
- Riconoscimento dei vincitori
- Mappature e grafici

121 Conclusioni

122 Sitografia

Introduzione

Per la seguente attività si è scelto di iniziare tramite la ricerca di contest grafici, legati ai temi ambientali e sociali che fornissero come output un poster, attraverso motori di ricerca e social network. Nelle sue fasi iniziali sono stati selezionati quanti più contest possibili e poi raccolti quanti più dati possibili, contattando per email o in videochiamata gli stessi contest per avere maggiori informazioni in merito alla loro struttura e storia.

Sebbene esistano tantissimi contest in giro per il mondo, sono pochi quelli che si possono trovare nel web e ancora di meno quelli che si raccontano a 360°. Tramite un'accurata ricerca sono stati selezionati i contest con una serie di criteri e valutazioni, e lo stesso procedimento è stato applicato per le informazioni da inserire nell'atlante. I contest vengono analizzati secondo le loro tematiche e gli ambiti di provenienza, per poi fare una correlazione sulla situazione geografica e il background storico che ha dato vita ad ogni edizione. In parallelo alla ricerca dei contest, viene portata avanti una seconda analisi sugli atlanti, dalla quale abbiamo ottenuto delle informazioni in comune, il tipo di struttura e impaginazione da applicare.

Obiettivo

L'atlante si pone come intermediario tra il pubblico e il contest; in quanto molte informazioni non sono reperibili o chiare. Spesso gli artisti e i designer che si vogliono mettere in gioco non sono a conoscenza di tutte queste realtà e allo stesso tempo i contest ne gioverebbero acquisendo una maggiore visibilità.

Inoltre il pubblico ha la possibilità di interessarsi e partecipare ad un tema a cui si sente più legato, servendosi della moltitudine di contest presenti nel libro e dando l'opportunità di mettersi più in gioco. Le persone potranno sviluppare la propria creatività partecipando ad un contest con un tema che hanno scelto e di conseguenza saranno più coinvolte e partecipative. Un'altra finalità è quella di mettere in chiaro i premi e i riconoscimenti che vengono dati, le modalità di partecipazione e le dinamiche dietro ogni competizione.

Atlanti: significato e le tipologie

Introduzione

L'atlante deriva dal greco *Atlas*, nome di un personaggio mitologico, un titano che per punizione dovette reggere tutto il peso del mondo sulle proprie spalle [2]. Analogamente il suo significato è stato correlato ad un concetto anatomico, dove la vertebra che regge il cranio è definita atlante, cioè il primo osso cervicale della colonna vertebrale [3].

Oltre a queste definizioni ne esiste una più comune a noi. L'atlante è una raccolta sistematica di carte geografiche, illustrazioni, grafici che ci permettono di visualizzare su più ampie scale le informazioni di una nazione, regione o di un determinato argomento politico, culturale o linguistico [4].In commercio esistono varie tipologie di atlanti ed ognuno di essi rispetta dei requisiti essenziali in modo tale che possano essere compresi da qualsiasi utente [5]. Essi devono contenere un simbolismo geografico, una legenda e un'ottima omogeneità interna di scala e di proiezioni che permettono una lettura scorrevole ed efficiente [6].

✦ Tipologie

Gli atlanti si organizzano in base al target a cui sono destinati e dal tema approfondito. L'atlante geografico è il più comune che si può trovare facilmente in commercio, raccoglie le carte geografiche, demografiche, politiche, fisiche di un paese, regione o continenti [7].

L'atlante storico tratta temi storici di un determinato paese, civiltà, cultura o etnia e illustra la variazione nel tempo e gli sviluppi economici attraverso cartine, illustrazioni e grafici.

Gli atlanti linguistici rappresentano i diversi modi in cui viene pronunciata o tradotta una determinata parola o lingua. Spesso questi tipi di atlanti riportano per lo più la trascrizione fonetica e i termini che esprimono all'interno di un gruppo etnico. I materiali esposti sono raccolte di dati svolti sul campo attraverso inchieste da uno o più informatori sulla scorta di questionari appositamente elaborati. Esso è uno strumento utile per lo studio della geografia linguistica.

L'atlante economico ha il compito di essere un contenitore di informazioni, quasi come un archivio di dati, che racchiude censimenti e le realtà economiche. L'atlante astronomico, detto anche atlante celeste, è una raccolta di carte che raffigurano le costellazioni, corpi celesti o stelle. Serve per "orientarsi" nello spazio e individuare un determinato oggetto, che di solito non è facile trovare senza un determinato strumento. Vengono inseriti coordinate, immagini e dati... [11]. Gli atlanti scolastici sono fatti per gli studenti o alunni per la loro semplicità di comunicare e illustrare le carte geografiche seguendo i programmi scolastici. Gli atlanti più moderni e contemporanei sono tematici, anche se la loro produzione è diventata più ampia negli ultimi anni. Si tratta di studi approfonditi e focalizzati su un argomento, spiegando il processo evolutivo, storico o politico attraverso carte geografiche e grafici.

L'elaborato che è stato realizzato si affida ad un atlante tematico, perché pone l'attenzione sui concorsi di grafica e comunicazione internazionali e tramite mappature vengono mostrate il loro sviluppo e diffusione nel mondo.

Flusso di ricerca degli atlanti

Il processo di analisi degli atlanti è stato affrontato attraverso un flusso di ricerca che ci ha portato ad una selezione di elementi grafici utilizzabili per il progetto dell'atlante. Il primo step è stato la ricerca dei siti più rinomati di design con un archivio di contenuti grafici e creativi, riviste online di cultura visiva oppure di canali social. Di conseguenza vengono riportati le pagine web utilizzate [8]:

- *Behance*
- *Pinterest*
- *Frizzi Frizzi*
- *It's nice that*
- *Wired*

Durante l'esplorazione creativa all'interno dei siti sono state usufruite delle parole chiave che ci hanno reso più efficace e approfondita la ricerca di materiale. Le voci inserite nelle barre di ricerca rimandano all'insieme di elementi che compongono un classico atlante o direttamente l'oggetto stesso. Di seguito vi è una lista dei termini relativi utilizzati nella ricerca di casi studio e immagini:

Atlante

Atlas

Atlas design

Atlante design

Mappe geografiche

Geographic atlas

Mappamondo

Cartine geografiche

Mappe

Infografiche

Layout design

Layout

Wanderlust

La fase successiva si è focalizzata principalmente nella selezione dei materiali raccolti durante la navigazione, a seconda delle caratteristiche che sono state ritenute più interessanti o vicine alla concezione del progetto finale. Gli elementi ricercati sono stati inseriti all'interno di una tabella di valutazione che applica il concetto dell'analisi SWOT più semplificata.

Il criterio di valutazione degli atlanti

La selezione di alcuni atlanti o impaginazioni ci hanno portato ad ottenere un'analisi approfondita di undici casi studio, analizzati secondo gli elementi strutturali che compongono un atlante, che sono: la copertina, l'introduzione, le infografiche, il carattere tipografico, il layout, le scelte cromatiche, i grafici e le mappe. I parametri di valutazione si sono basati in special modo sui contenuti a disposizione derivati dalla raccolta dati dei contest ed esposti i loro lati positivi e negativi e motivandoli.

casi studio

atlanti

Emergency Ieri e Oggi - Atlante storico

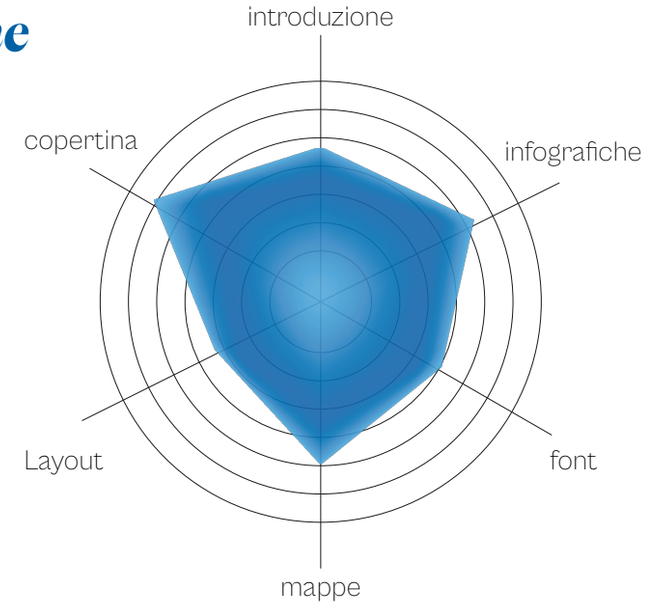
Graphic designers
Francesca Cavani
Rebecca Gasparini

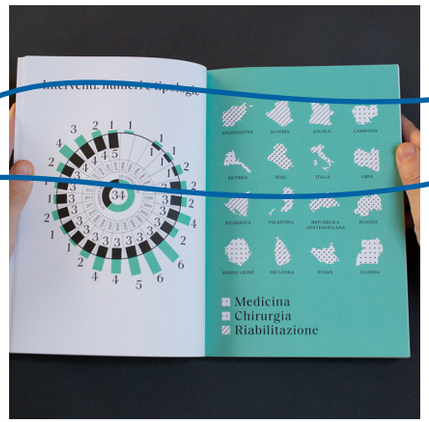
Anno
Novembre 2021

Argomento
Associazioni mediche umanitarie

È un progetto realizzato in collaborazione con Emergency per il Laboratorio di Comunicazione 1 presso l'Università IUAV di Venezia. L'atlante è stato realizzato da Francesca Cavani, Rebecca Gasparini, Silvia Sani e spiega l'evoluzione di Emergency dal 1994, anno della fondazione di Emergency, al 2019 [9].

Criterio di valutazione





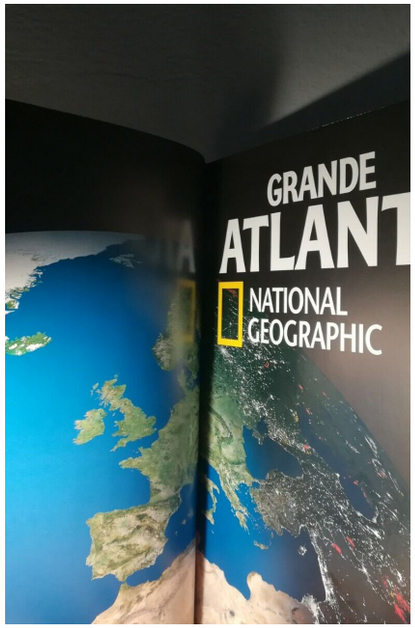
Grande Atlante - National Geographic

Distribuzione
Press-di Distr.stampa Mult.srl

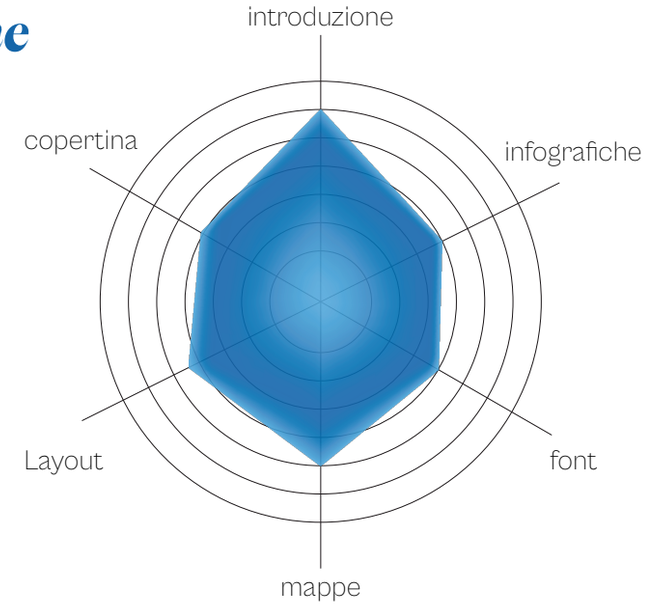
Anno
Periodicità Quattordicinale

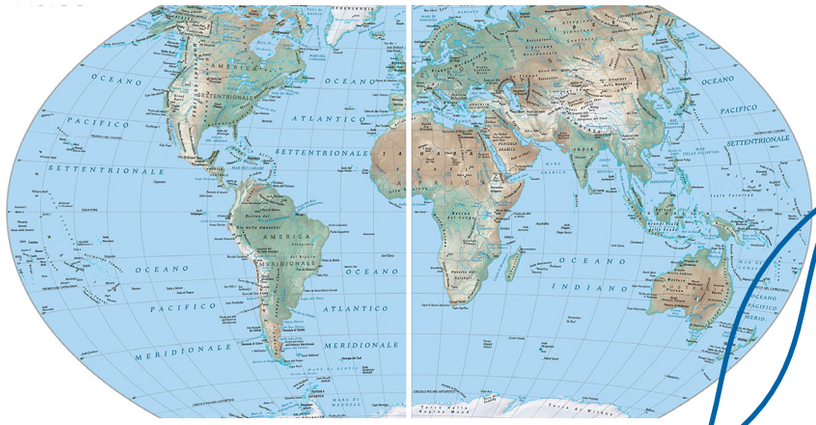
Argomento
Scienza e tecnologia

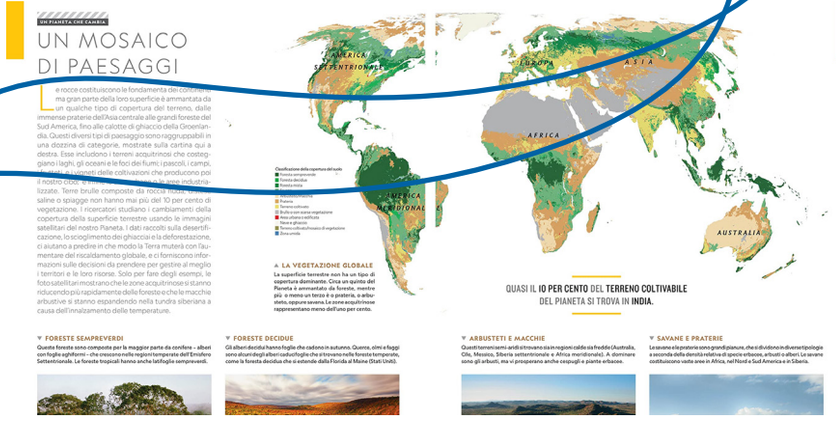
L'atlante è realizzato da National Geographic, una delle istituzioni scientifiche più grandi al mondo che tratta argomenti scientifici, archeologici, geografici e biologici. La società è nata nel 1888 negli Stati Uniti [10].



Criterio di valutazione







Atlas Kas

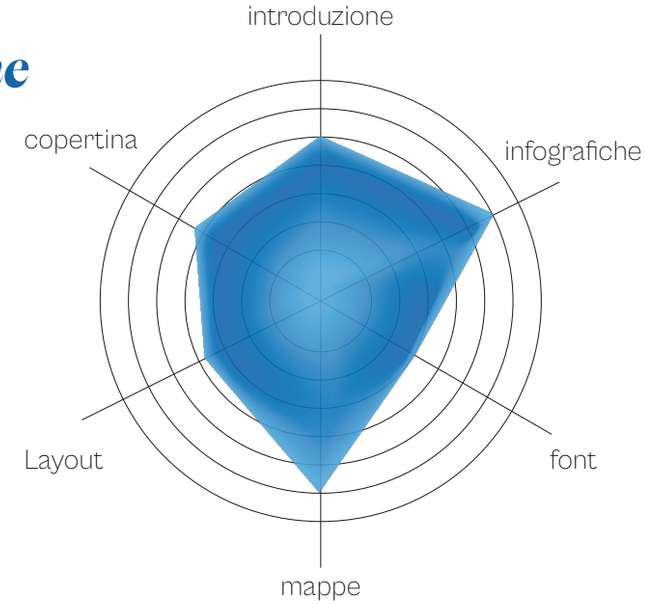
Progettato da
Emphase Sàrl

Anno
Giugno 2021

Argomento
Politica

Ideazione della pubblicazione con e riquadri informativi, nonché progettazione di oltre 30 mappe e infografiche a doppia pagina per la Fondazione Konrad Adenauer. Progettato da Emphase Sàrl, uno studio di grafica e design che lavora dal 2010 in Svizzera [11].

Criterio di valutazione



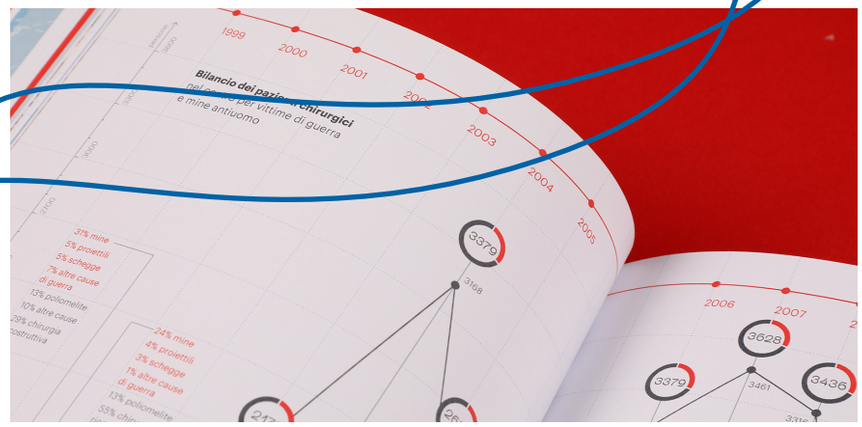
Emergency nel mondo - Atlante storico

Progettato da
Valentina Nitti, Giulia Montesi e Raffaele Geronazzo

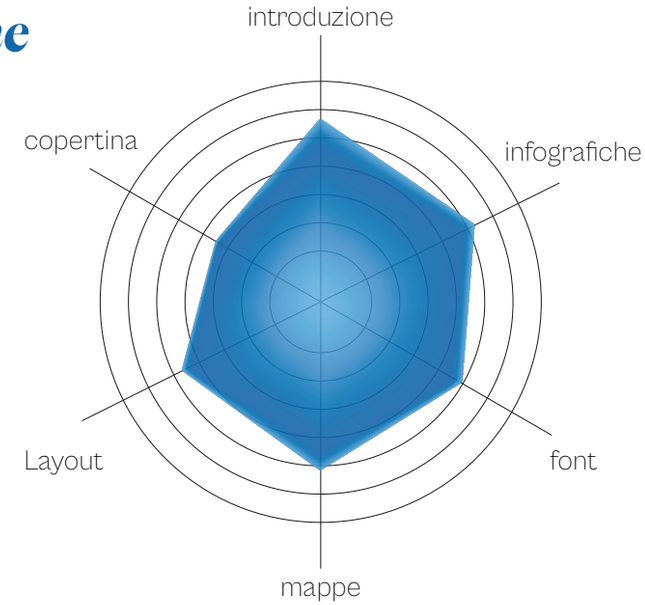
Anno
Febbraio 2020

Argomento
Politica

L'atlante mostra come reagiscono i paesi nei momenti di emergenza, basandosi su eventi storici e politici. Il contrasto blu e rosso rappresentano la guerra e la pace o la malattia e la cura [12].



Criterio di valutazione



Ilios. The city and country of the Trojans

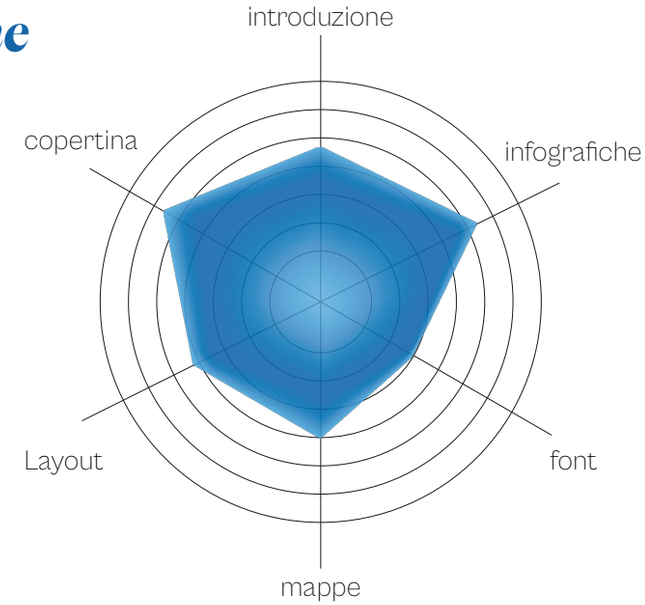
Progettato da
Diana Zincenko

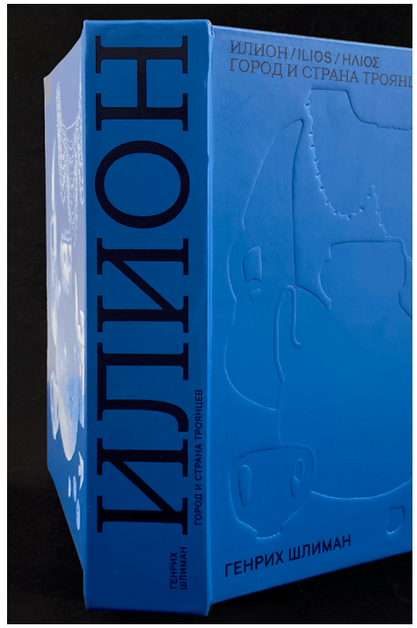
Anno
2022

Argomento
Archeologia, storia

Il libro racconta la storia degli scavi di Triora e i suoi miti attraverso i resoconti dell'archeologo Henry Schliemann. Mediante illustrazioni e grafici sono stati spiegati i vari processi di scavo utilizzati per la ricerca[13].

Criterio di valutazione





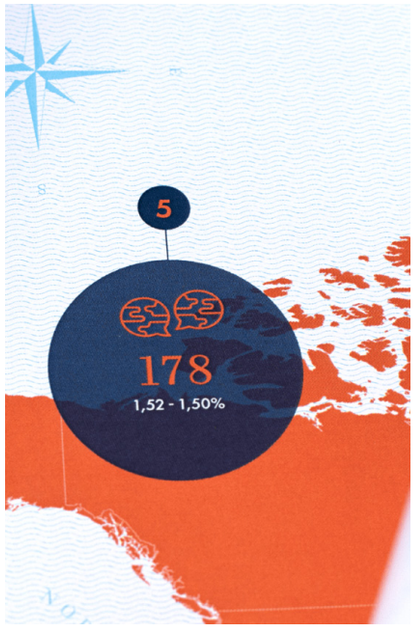
Participatory Budgeting World Atlas

Progettato da
Nelson Dias, Sahsil Enríquez, Simone Júlio eTatiane Serrano

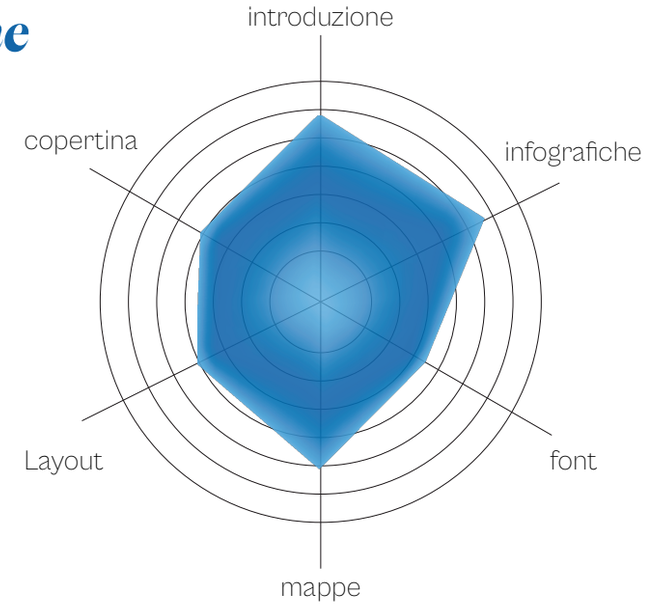
Anno
Cadenza annuale

Argomento
Economia

L'atlante mostra i bilanci partecipativi degli ultimi trent'anni. Hanno collaborato al progetto settanta autori che hanno raccolto e analizzato i dati [14].



Criterio di valutazione



Interstellar atlas

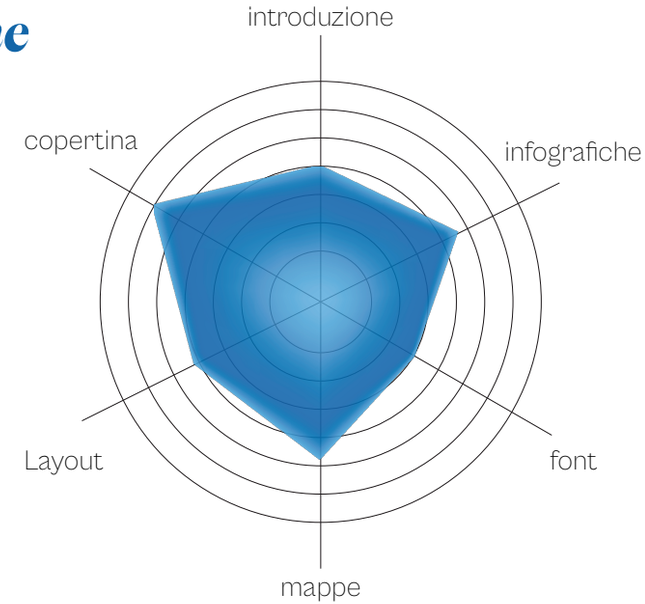
Progettato da
Matteo Palù

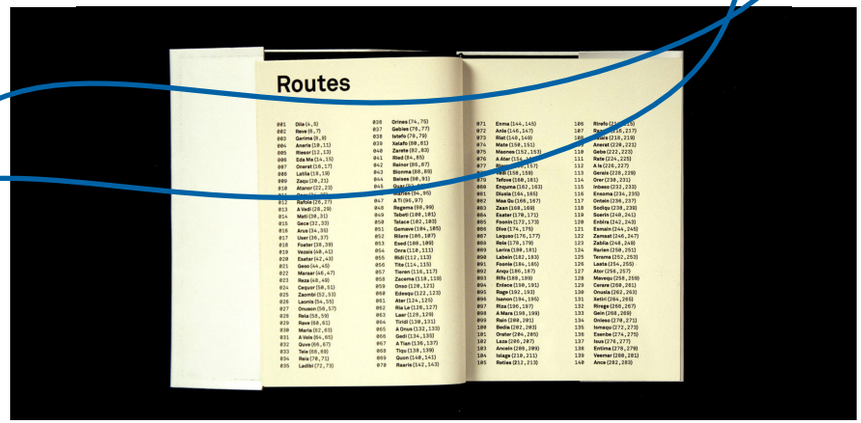
Anno
Novembre 2017

Argomento
Politica

L'atlante è strutturato come un diario di bordo, dove ogni singolo pianeta è rappresentato con le coordinate e le sue caratteristiche specifiche. Lo scopo dell'elaborato è di stimolare l'immaginazione dell'utente attraverso illustrazioni generate da un software specifico che crea delle mappe 3D sulla galassia e i corpi celesti [15].

Criterio di valutazione





Atlas Do Corpo e Da Imaginacao

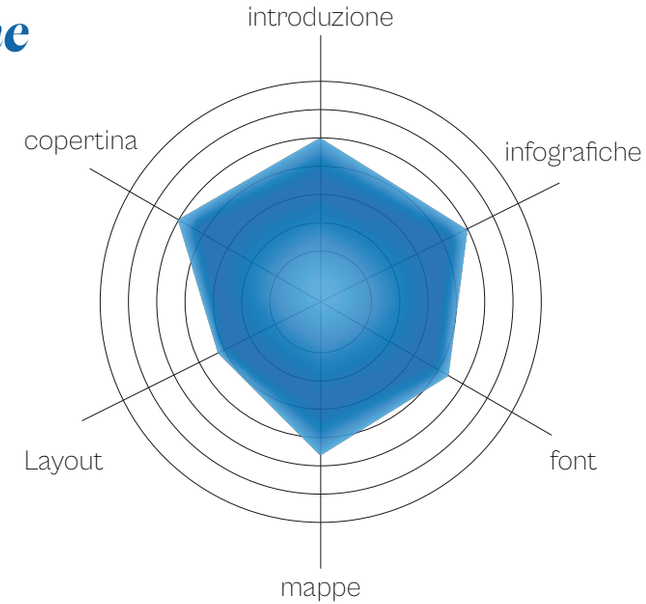
Progettato da
Luísa Zardo

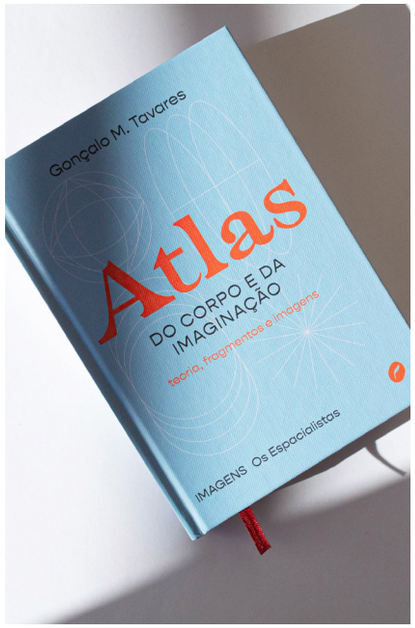
Anno
2022

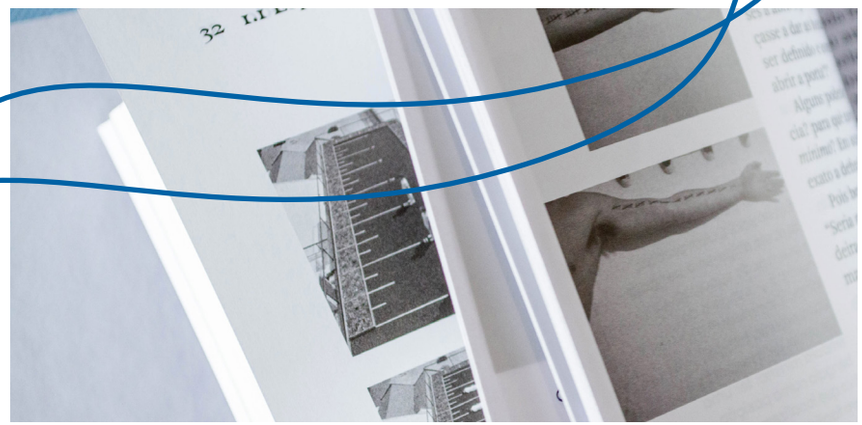
Argomento
Filosofia

Il libro è stato scritto da Gonçalo M. Tavares che affronta il tema dell'identità dell'uomo moderno, attraverso pensieri, immagini e riflessioni di filosofi e letterati. La grafica, l'impaginazione e ela copertina è stata realizzata da Luísa Zardo [16].

Criterio di valutazione







Atlas Obscura

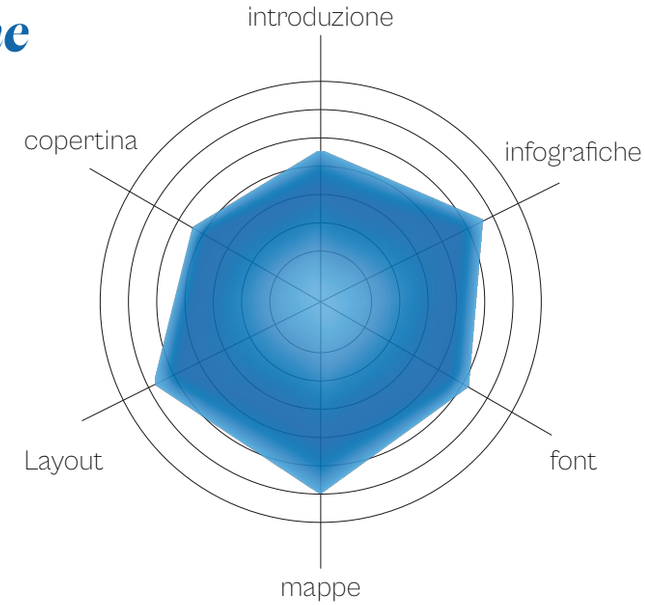
Progettato da
Dylan Thuras

Anno
2016

Argomento
Geografia e storia

Il libro racchiude quattrocentottanta pagine dedicate a i 700 luoghi più curiosi e poco conosciuti del pianeta. Scritto da Joshua Foer e assieme a Dylan Thuras hanno realizzato la parte grafica dell'atlante [17].

Criterio di valutazione



Atlas of emerging practices

Distribuzione
Actar Distribution

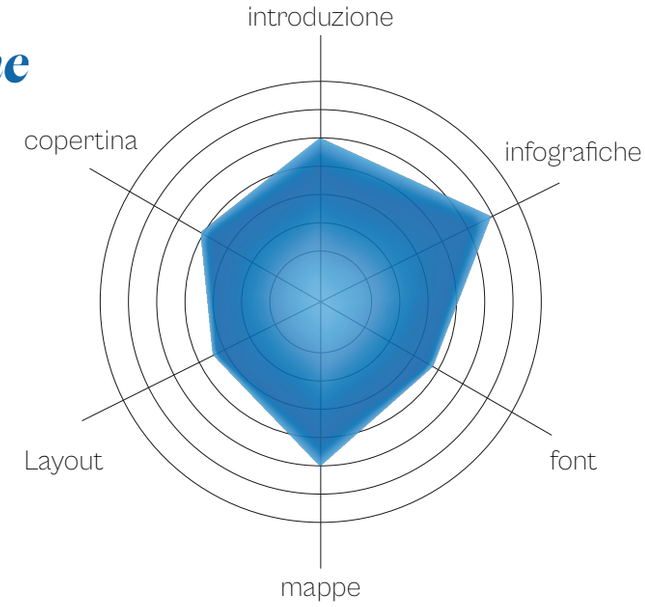
Pubblicazione
Itinerant Office & New Generations

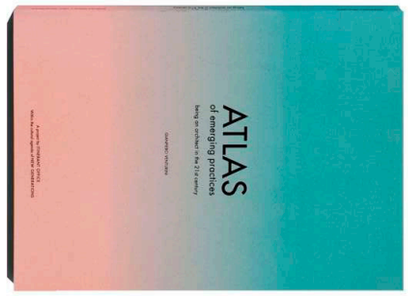
Anno
2019

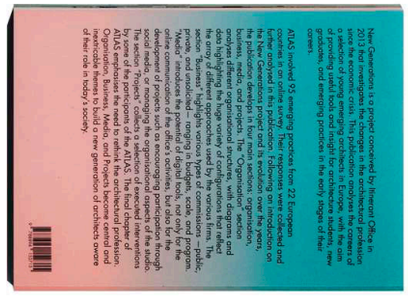
Argomento
Architettura e storia

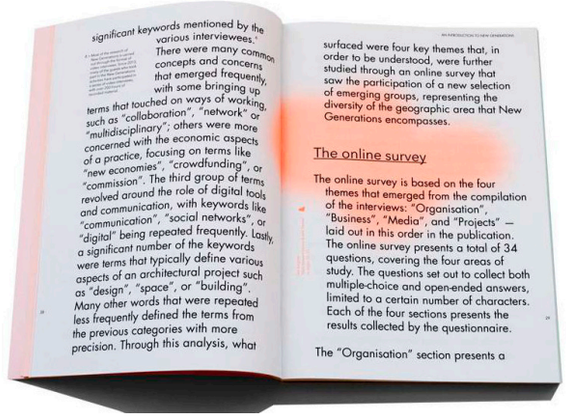
L'atlante fa una panoramica sulla professione di architetto nel XXI secolo e analizza temi, tendenze, progetti e metodi che caratterizzano la pratica professionale. Lo scopo di avvicinare l'utente e far comprendere la disciplina [18].

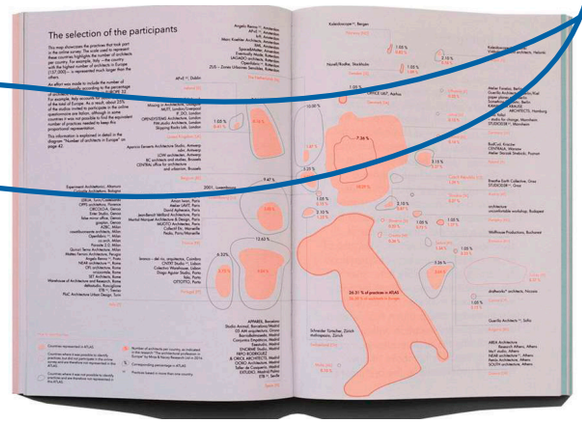
Criterio di valutazione











Atlas of Geographical Wonders

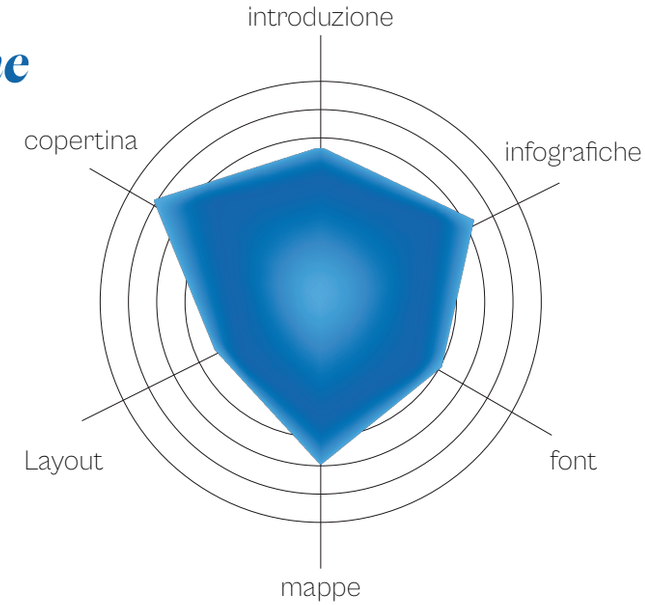
Pubblicazione
Princeton Architectural Press

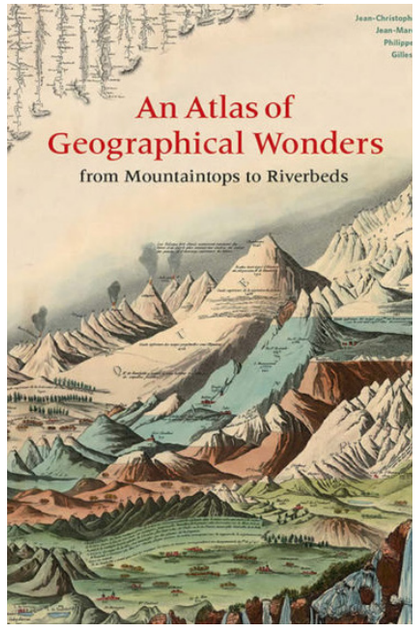
Anno
2019

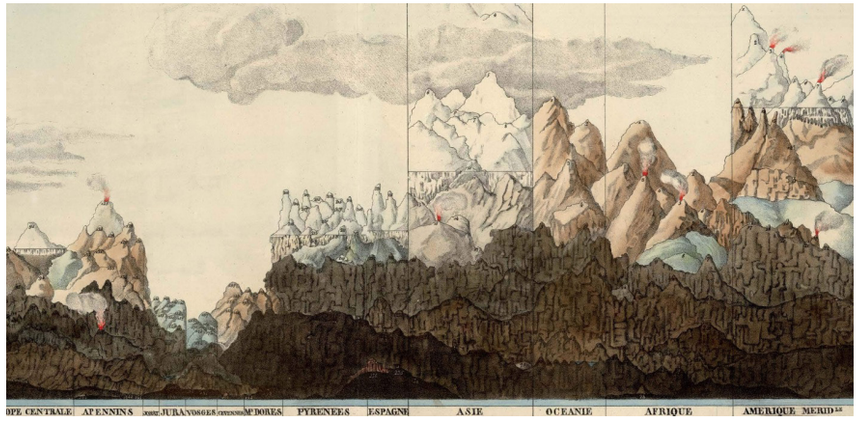
Argomento
Geografia e storia

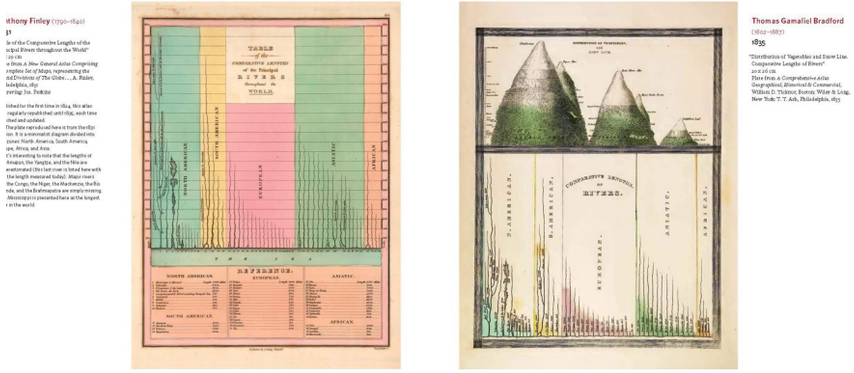
L'atlante raccoglie le tavole illustrate dell'800 che rappresentavano il mondo. Le 150 illustrazioni sono disegnate da Alexander von Humboldt che riprendono lo stile utilizzato nei primi atlanti. Il libro è stato curato da quattro accademici francesi: Gilles Palsky, Jean-Marc Besse direttore, Philippe Grand e Jean-Christophe Bailly [19].

Criterio di valutazione









Contest di design

Introduzione

Un contest di design è una competizione in cui artisti e designer gareggiano e mettono in atto le loro qualità da grafici. Esistono varie tipologie di concorsi digitali, essi dipendono dalle tipologie di format richiesti: video, fotografie, modellazione 3d, animazioni... Indipendentemente dal format prescelto, chi organizza la competizione tiene sempre in mente che l'iniziativa deve essere promossa e anche senza le sponsorizzazioni un concorso può diventare virale o riconosciuto da un vasto pubblico mediante contatti, siti o canali social.

Un concorso ben strutturato fornisce agli utenti tutte le informazioni di partecipazione, le consegne, scadenze e la comunicazione dei nomi dei vincitori o finalisti. Il reperimento dei contenuti è spesso un problema per moltissime realtà, in quanto ha comportato in molte occasioni maggiori contatti tramite email o videochiamate. Com'è stato per gli atlanti esistono un'infinità di contest, quello che nello specifico il progetto vuole raccogliere sono i contest di design con tematiche socio-ambientali e con un output realizzativo fatto tramite un poster fisico. Viene fatto un filtro in modo da rendere molto più accurato il confronto delle edizioni e dei contest in sé, differendo soltanto sul tema socio-ambientale più specifico. I concorsi sono molto efficaci posti a livello comunicativo, hanno un facile inserimento nei canali web come siti, blog e social network attirando gli utenti tramite possibili riconoscimenti e premi.

Processo di ricerca dei contest

Lavorare per parole chiave

Il processo di ricerca è stato portato avanti su due fronti, da una parte il flusso dei contest con la lettura di diversi siti che ci hanno portato a capire quali contest selezionare e dall'altra parte il flusso degli atlanti che ha fatto emergere tutti gli aspetti strutturali e di impaginazione. Uno dei primi step nel processo di ricerca è stato quello di usare parole chiave tramite motore di ricerca tutti gli argomenti possibili che potessero portarci a siti web e portali di contest grafici di qualsiasi tipologia, senza prendere in considerazione l'output degli elaborati o la tipologia di argomenti che venivano trattati. C'è stato un approccio più divergente che ci ha permesso di esplorare più campi e possibilità, raccogliendo quante più informazioni possibili. Di seguito verranno riportate alcune delle parole chiave utilizzate nei motori di ricerca durante questa fase:

- *Contest di Design*
- *Communication*
- *Design contest and sustainable engagement*
- *Graphic design contest*
- *Concorsi di disegno grafico*
- *Sustainability contest*
- *Poster design contest*
- *Eco-design contest*
- *Green contest*
- *Social communication design contest*

Nodo centrale di questa fase è stata la ricerca di portali in cui venissero fatte le raccolte di contest di design di ogni tipologia, che permettesse di avere un enorme database e di trovare più facilmente molti dei contest che sono stati successivamente inseriti nel progetto finale. I portali di contest che sono tornati più utili per la ricerca sono [20-21]:

- *Info Designer*
- *Design Street*
- *Graphic Competitions*
- *Contest Watchers*

Una delle tante caratteristiche che accomunano questi portali è che le competizioni vengono ordinate secondo la data di scadenza entro la quale iscriversi e si aggiornano costantemente con il lancio di nuovi contest. Molto interessanti sono anche il modo in cui possono essere filtrati, per esempio su Contest Watchers c'è la possibilità di selezionarli in base a quelli che sono ormai scaduti, oppure quelli aperti e gratuiti alle iscrizioni.

Uno degli aspetti negativi è che i portali si occupano semplicemente di raccogliere e classificare i concorsi, senza mai entrare nel dettaglio o sviscerare tutte le peculiarità, sta poi all'utente accedere ai siti web e ricercare tutte le informazioni necessarie.

Decreto di selezione dei contest

Una volta raccolti il maggior numero di concorsi di design si è passati ad una fase più convergente del processo, nella quale sono state selezionate le competizioni in base ad alcuni parametri specifici. Una prima scrematura è stata fatta durante la divergenza della ricerca, se nei contest per esempio si trattavano più temi di architettura rispetto a quelli di design veniva già escluso a priori senza essere catalogato. Sono stati riportati gli elementi di valutazione di validità di un contest all'interno di una tabella.

- *1° livello:* La mancanza di questa informazioni comportano l'esclusione del contest,
- *2° livello:* Informazioni molto importanti che spesso sono molto difficili da trovare ed è necessario contattare i contest stessi. Se mancano alcune di queste informazioni si è cercato comunque di aggiungere il contest nell'atlante, se invece mancano tutte le informazioni di secondo livello è stato escluso,
- *3° livello:* Informazioni di contorno, che vengono utilizzate solo se necessario dentro l'atlante.

criterio di valutazione

1° Livello

- **Nome del concorso**
- **Descrizione**
  Una breve descrizione e struttura del contest e il paese o la città di provenienza
- **Tematica**
  Temi legati alla sostenibilità ambientale o sociale
- **Output di consegna**
  Realizzazione di poster fisici o digitali in un qualsiasi formato
- **Linea temporale**
  Datare tutte le edizioni di ogni contest e contestualmente sapere anche l'anno di apertura del concorso

2° Livello

- **Dati statistici**
- **Immagini**
  Immagini relative al vincitore o ai finalisti di una singola edizione
- **Premi**
  Specificare il tipo di premio (denaro, visibilità o oggetti)
- **Categorie**
  Se vengono presentate più categorie, devono essere specificate quali sono

3° Livello

- **Giudici**
  Una lista dei giudici
- **Sostenitori e sponsor**
  Informazioni su chi finanzia il contest e come si muove
- **Touchpoint**
  Oltre al sito web se ci sono altri mezzi con cui si comunicano

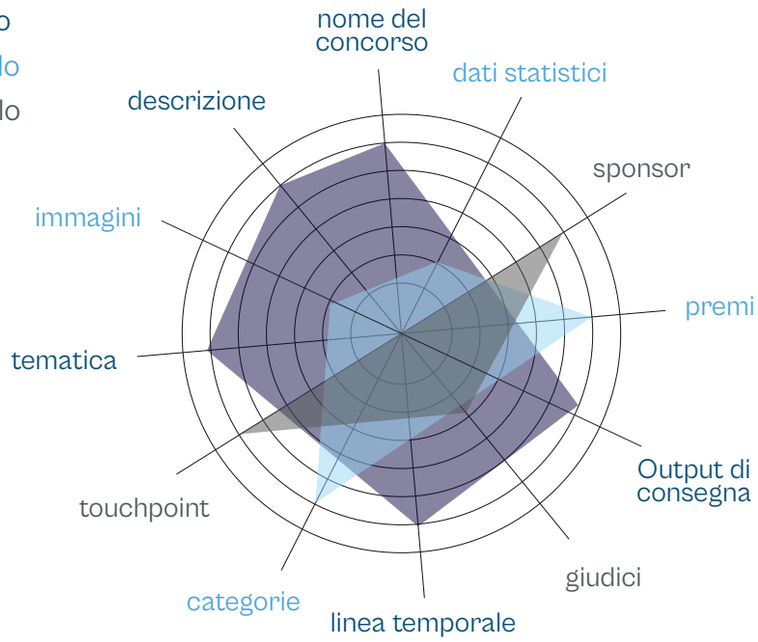
Analisi SWOT

La metodologia dell'analisi è stata fatta con la SWOT, la quale identifica i punti di forza, di debolezza, opportunità e minacce di un progetto. Questa analisi è necessaria, ha uno scopo riassuntivo di tutte le informazioni raccolte in precedenza e serve per valutare le attività di ogni contest. I quattro punti valutati sono: puntisi forza (strenghts), debolezze (weaknesses), opportunità (opportunities) e minacce (threats).

Modello di radar chart

Legenda

- 1° livello
- 2° livello
- 3° livello



Schedatura *dei contest grafici*

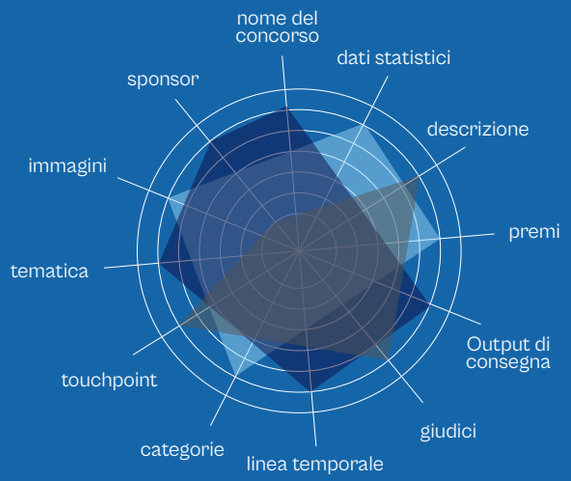
Posterheroes

Descrizione

Posterheroes è un concorso internazionale di comunicazione sociale nato a Torino che prevede manifesti su temi sociali e ambientali. Ogni anno, Posterheroes invita studenti, designer professionisti e tutti gli appassionati di grafica a creare un poster su argomenti di interesse sociale. Tutti i lavori sono giudicati da una giuria composta da alcuni tra i più rilevanti esperti nel campo della grafica e della comunicazione visiva[23].

Criterio di valutazione

- 1° livello
- 2° livello
- 3° livello



2010	Torino	11
Apertura	*Città*	*Edizioni*

Analisi SWOT

Punti di forza

- Il tema di ogni edizione viene scelto in base ad un contesto e ad una esigenza coerente con il momento storico che si sta vivendo
- Ogni edizione viene descritta in modo esaustivo e chiaro, vengono spiegate bene le scadenze e i formati

Opportunità

- Opportunità per i partecipanti di rimettersi costantemente in gioco
- su un tema che ogni anno cambia; La giuria è di alto livello, legati al design e al tema della sostenibilità e della tipografia.

Minacce

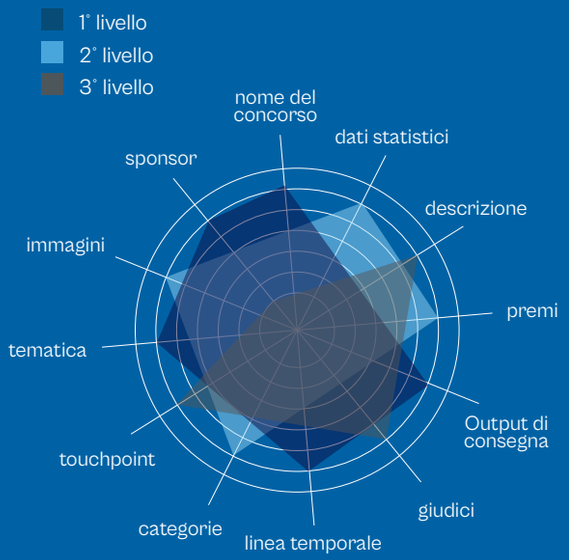
- I vincitori vengono solo citati all'interno del sito oppure attraverso un video (senza spiegare il motivo)

Poster for Tomorrow

Descrizione

Poster For Tomorrow è un progetto di 4 Tomorrow Nato a Parigi senza scopo di lucro. L'obiettivo della competizione è di incoraggiare le persone del mondo del design a realizzare manifesti per stimolare il dibattito su questioni che riguardano tutte le persone. In 10 anni hanno ricevuto più di diecimila manifesti e partecipanti da tutto il mondo e ogni anno il tema è sempre diverso e segue le problematiche attuali[24].

Criterio di valutazione



2009	Parigi	13
Apertura	*Città*	*Edizioni*

Analisi SWOT

Punti di forza

- Le informazioni, le scadenze e i formati per la consegna degli elaborati sono spiegati correttamente
- Ci sono una serie di dati che permettono di fare una serie di comparazioni tra le varie edizioni

Debolezze

- La giuria è di alto livello e provenienza da diversi ambiti. Nella giuria ci sono anche critici e giornalisti

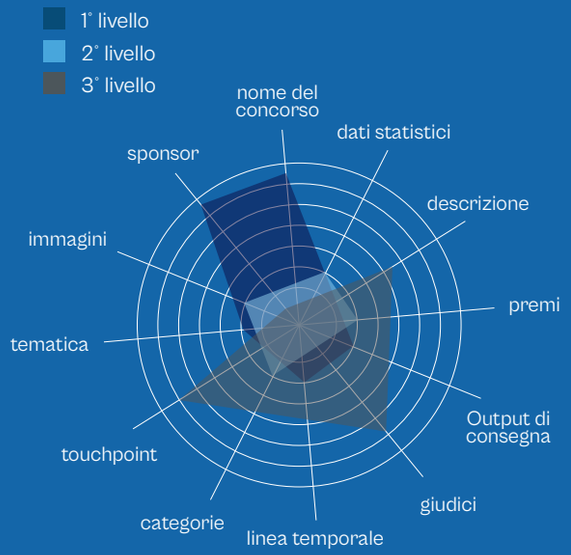
Opportunità

- Solo due edizioni gli elaborati hanno avuto un impatto e sono stati esposti in modo permanente nei musei
- Assenza di descrizione dei vincitori e c'è un elenco molto generico

ADC 101st Annual Awards

Descrizione
L'ADC Annual Awards, parte di The One Club for Creativity, è il più antico contest di prodotto al mondo. Sono arrivati alla 101°edizione e i premi celebrano il meglio della pubblicità, social media, del design grafico e editoriale, del packaging e del prodotto, della fotografia, dell'illustrazione e del fashion design. La sede del concorso si trova a New York,, Stati Uniti [25].

Criterio di valutazione



1920	New York	?
Apertura	*Città*	*Edizioni*

Analisi SWOT

Punti di forza

- La descrizione del contest è chiara e vengono spiegati in modo dettagliato le scadenze e i formati

Opportunità

- Ogni anno vengono cambiati i temi
- La giuria è di alto livello

Debolezze

- Il sito risulta molto difficile da navigare, un possibile utente che vuole partecipare non potrebbe mai trovare le tipologie di premi oppure i vincitori delle vecchie edizioni

Minacce

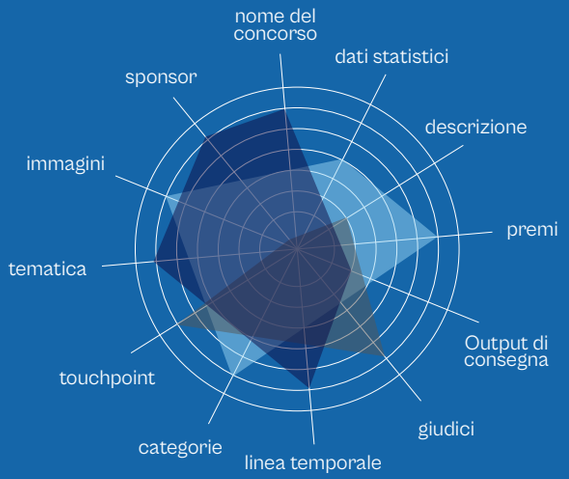
- I temi del contest spaziano in diverse tipologie di ambiti, ma in nessuna edizione viene fatto un focus sui temi sociali e sostestenibili

The Good Design Awards

Descrizione
Concorso internazionale di design con sede in Canada, attraverso la comunicazione vogliono apportare cambiamenti nel mondo. La RGD invita i designer a riflettere e a presentare progetti che difendano le cause sociali e ambientali [26].

Criterio di valutazione

- 1° livello
- 2° livello
- 3° livello



2012	Toronto	7
Apertura	*Città*	*Edizioni*

Analisi SWOT

Punti di forza

- Ogni edizione viene descritta in modo preciso, sia per quanto riguarda le scadenze che i formati

Opportunità

- Giuria proveniente dagli ambiti più disparati e con altissime qualità tecniche
- Altissima varietà di categorie, che danno più possibilità ai partecipanti di gareggiare

Debolezze

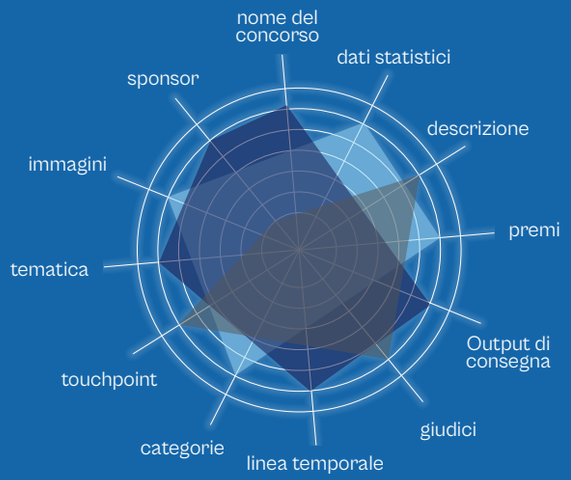
- Non si tratta di un contest di comunicazione, quanto più prodotto e architettura
- Per essere un contest di elevata caratura, ci sono pochi dati statistici

Tapirulan

Descrizione
Da 13 anni il Tapirulan Illustrators Contest è uno dei più validi concorsi di illustrazione che ci siano in Italia. Questo perché, al di là del premio in denaro il concorso offre reale visibilità, seleziona finalisti e vincitori davvero meritevoli, mette alla prova il vincitore assoluto con una mostra personale e un anno di tempo per lavorarci su. La sede del concorso è a Cremona in Lombardia [27].

Criterio di valutazione

- 1° livello
- 2° livello
- 3° livello



2005	Cremona	18
Apertura	*Città*	*Edizioni*

Analisi SWOT

Punti di forza

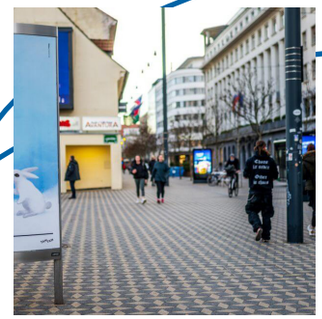
- Viene dedicata una mostra alla fine della competizione
- Il giudice ospite viene valorizzato dal contest, perchè oltre ai vincitori anche lui viene presentato all'interno della mostra
- Esistono due tipologie di vincitori e di premi, uno scelto dalla giuria e l'altro dagli utenti
- Dal sito è possibile ottenere molti dati delle edizioni (non di tutte)

Opportunità

- Giudici internazionali di rilevanza che vengono scelti in base al tema dell'edizione che viene trattata

Debolezze

- Le prime edizioni non hanno una completa descrizione
- Non vengono descritte le scelte dei vincitori

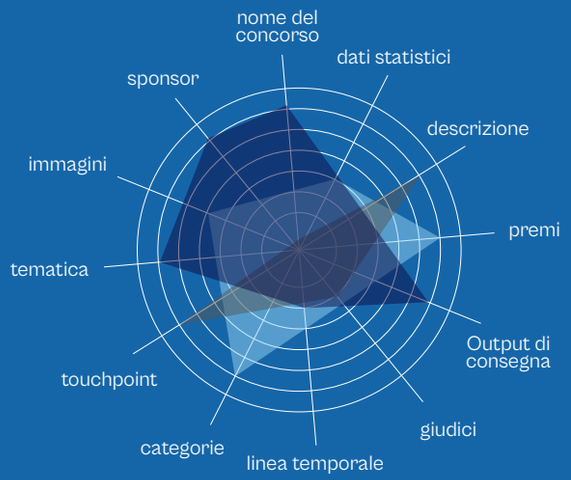


El Ecuador Poster Bienal

Descrizione
Ogni due anni, l'Ecuador Poster Biennial® organizza un concorso sui poster più creativi del mondo. La competizione seleziona le migliori opere che rappresentano diverse tematiche come la comunicazione, social, cultura, politica, scienza e motion design [28].

Criterio di valutazione

- 1° livello
- 2° livello
- 3° livello



2010	Quito	7
Apertura	*Città*	*Edizioni*

Analisi SWOT

Punti di forza

- Viene fatto un riconoscimento dei vincitori all'interno del book
- Gli output di iscrizione e consegna sono ben specificati nel sito

Opportunità

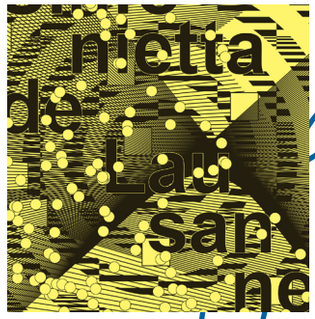
- Giudici internazionali di rilevanza che vengono scelti in base al tema dell'edizione che viene trattata

Debolezze

- Le informazioni sono facili da reperire dai social che dal sito stesso (es. le immagini dei vincitori)
- Risulta molto difficile navigare il sito web per vedere le vecchie edizioni
- Non ci sono dati statistici relativi ad una qualsiasi edizione
- Non sono esposti i vincitori e non vengono dati i crediti ai giudici
- Sul sito le categorie risultano troppo generiche e sempre le stesse per ogni edizione

Minacce

- I giudici non sono divisi in base alle categorie del contest
- Difficoltà per i giudici nel fare il confronto di più lavori della stessa categoria, perché i temi risultano molto generici

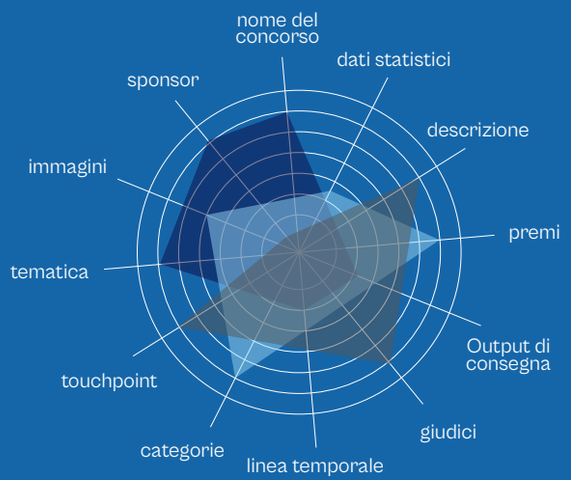


Green Product Award

Descrizione
Il contest contraddistingue i prodotti in termini di sostenibilità, innovazione e design. Fa riferimento a start-up e aziende affermate che vogliono mettere in evidenza i loro lavori in termini ambientali [29].

Criterio di valutazione

- 1° livello
- 2° livello
- 3° livello



2013	?	?
Apertura	*Città*	*Edizioni*

Analisi SWOT

Punti di forza

- Ogni edizione viene descritta in modo esaustivo e chiaro, vengono spiegati in modo dettagliato tutte le scadenze e i formati.
- Sono descritti i sostenitori e sponsor per ogni edizione

Debolezze

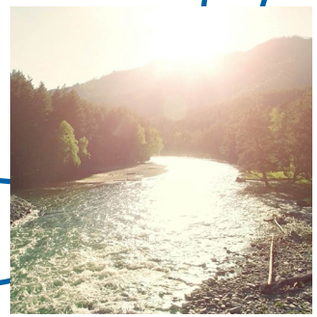
- Non è un contest di comunicazione, ma di prodotto
- Non vengono presentate le prime edizioni del concorso
  Non sono presenti dati statistici, nemmeno quelli più generici

Opportunità

- Sono presenti tantissime categorie a cui i designer possono partecipare
- La giuria è di alto livello e la maggior parte hanno a che fare con il mondo del design, provenienti dagli ambiti più disparati

Minacce

- La maggior parte dei partecipanti realizzano un concept che non spesso non viene poi realizzato fisicamente.

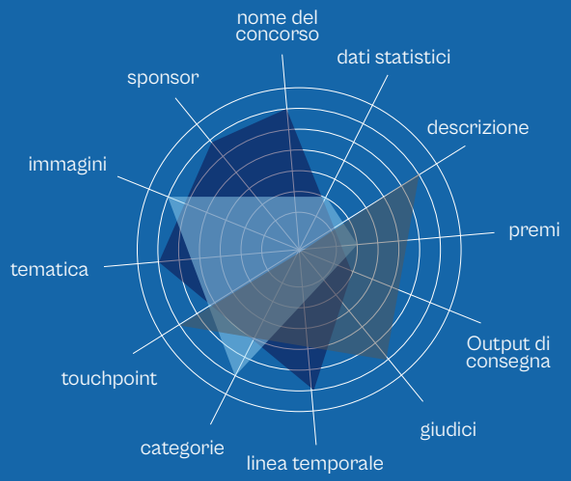


Design London Festival

Descrizione
Le London Design è un concorso che rende omaggio ai designer che stanno facendo, o hanno innovazione, nel mondo del design [30].

Criterio di valutazione

- 1° livello
- 2° livello
- 3° livello



2007	Londra	?
Apertura	*Città*	*Edizioni*

Analisi SWOT

Punti di forza

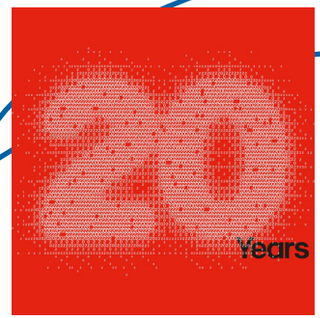
- Il contest nasce da uno degli studi di design più famosi al mondo
- Ad ogni edizione viene realizzato un festival dove si ha come obiettivo quello di anticipare le nuove tendenze

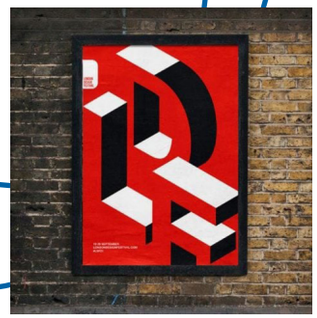
Debolezze

- Contest più legato all'architettura e al prodotto che alla comunicazione
- Gli output di consegna non sono chiari
- Non ci sono dati statistici per nessuna edizioni, nemmeno quelli più generici

Opportunità

- Giuria internazionale di alto livello



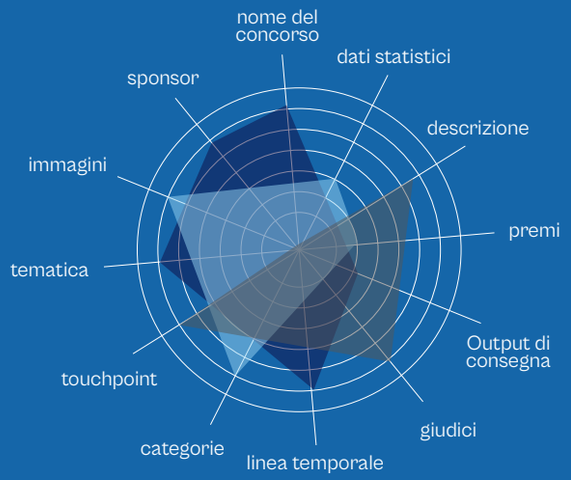


Ideas x Wood

Descrizione
Si tratta di un concorso rivolto ai progettisti e studenti universitari, che ha come slancio educativo la conoscenza del legno come materiale. L'obiettivo è quello di valorizzare la materia prima [31].

Criterio di valutazione

- 1° livello
- 2° livello
- 3° livello



2018	Cantù	?
Apertura	*Città*	*Edizioni*

Analisi SWOT

Punti di forza

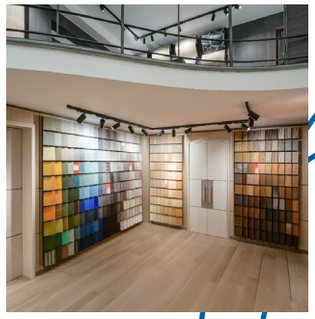
- Contest che si specializza sul legno e ogni edizione gira intorno a questo tema
- Descrizione del bando dettagliata, sia sull'iscrizione e che sugli output da fornire

Debolezze

- Contest di prodotto e non di comunicazione

Opportunità

- Giuria internazionale di alto livello

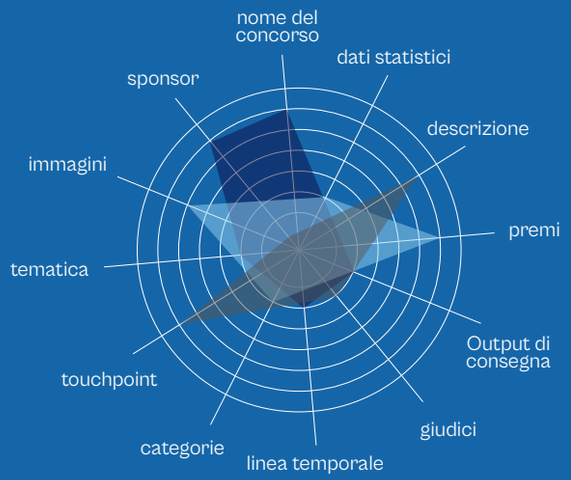


Cosentino Design Challenge

Descrizione
Il loro scopo è di supportare gli studenti durante la loro fase formativa e incoraggiarli a ricercare diversi approcci concettuali alla disposizione degli spazi e ai sistemi costruttivi che li definiscono attraverso delle challenge con temi ambientali [32].

Criterio di valutazione

- 1° livello
- 2° livello
- 3° livello



2006	?	?
Apertura	*Città*	*Edizioni*

Analisi SWOT

Punti di forza

- Vengono spiegati in modo dettagliato la selezione dei vincitori

Opportunità

- Giuria internazionale di altissimo livello, specializzata nell'ambito del design della comunicazione e del prodotto

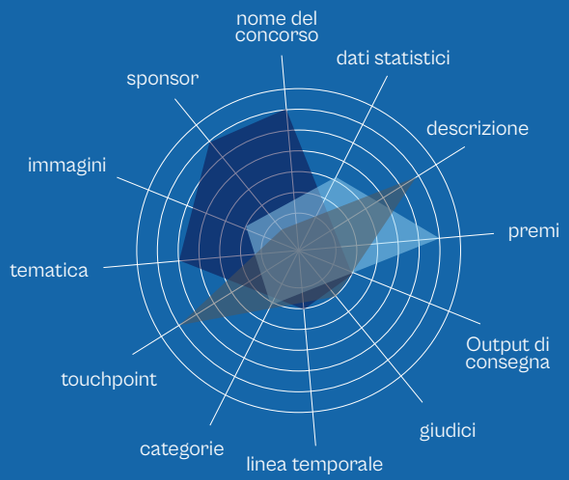
Debolezze

- Contest non è orientato sui temi sociali e ambientali
- Sul sito non sono ben chiari gli output di consegna
- Non sono presenti dati statistici delle varie edizioni

Pictoplasma

Descrizione
Sin dal 2004, ogni anno Pictoplasma trasforma Berlino in un luogo di incontro internazionale per artisti e creativi. Il progetto affronta temi sull'interdisciplinarietà, lo sviluppo e la promozione del motion design, illustrazioni, interaction design e l'urbanistica [33].

Criterio di valutazione
- 1° livello
- 2° livello
- 3° livello



2004	Berlino	?
Apertura	*Città*	*Edizioni*

Analisi SWOT

Punti di forza

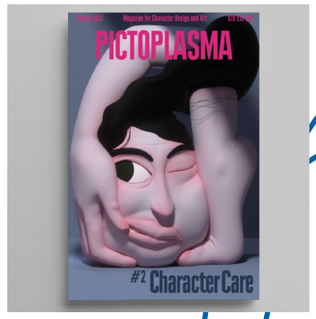
- Corso intensivo di otto giorni, è supervisionato e giudicato da un team di artisti e professionisti
- In parallelo viene strutturato un workshop

Opportunità

- Opportunità per i partecipanti di mettersi in gioco su un tema che ogni anno viene cambiato

Debolezze

- Più che un contest di design, sembra un'accademia nella quale si possono presentare i propri lavori legati ad un tema specifico e che verranno successivamente presentati in una mostra annuale
- Non sono presenti temi legati alla sostenibilità
- Non ci sono tutte le edizioni nel sito

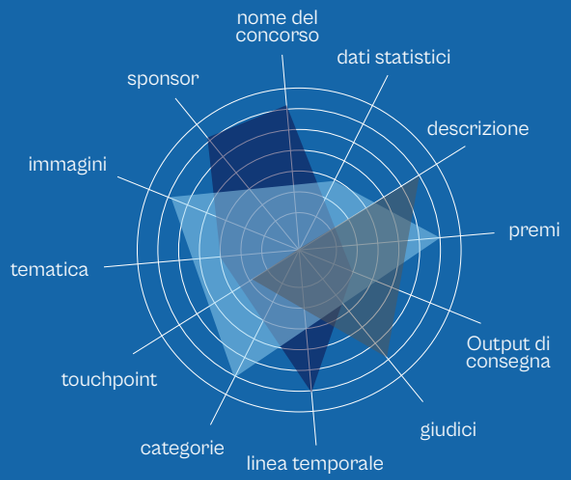


RoPlastic Prize

Descrizione
Il progetto è nato a Milano e curato da Rossana Orlandi e Nicoletta Orlandi Brugnoni. Il concorso vuole coinvolgere le Comunità di Designer e Creative per dare nuova vita ai Rifiuti Plastici e a tutte le altre tipologie di Rifiuti, esplorando le loro infinite possibilità di trasformazione [34].

Criterio di valutazione

- 1° livello
- 2° livello
- 3° livello



2019	Milano	4
Apertura	*Città*	*Edizioni*

Analisi SWOT

Punti di forza

- Si concentrano nello specifico sul tema del riciclo della plastica
- Ogni proposta viene valutata seguendo i seguenti parametri: innovazione, funzionalità, impatto ambientale e durabilità

Debolezze

- Si tratta di un contest dalla quale si ottiene un output di prodotto

Opportunità

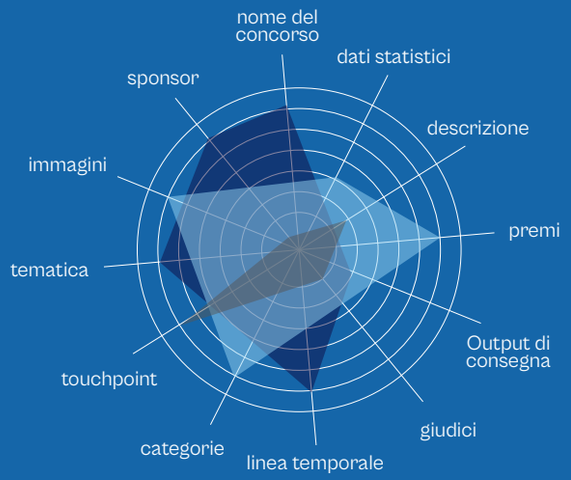
- Team della giuria di alto livello, con competenze settoriali e qualificati per valutare tutti gli elaborati

Key Colors

Descrizione
Contest lanciato da Clavis Publishing nel 2020 a New York, ed è un concorso per illustratori di libri per bambini [35].

Criterio di valutazione

- 1° livello
- 2° livello
- 3° livello



2020	New York	2
Apertura	*Città*	*Edizioni*

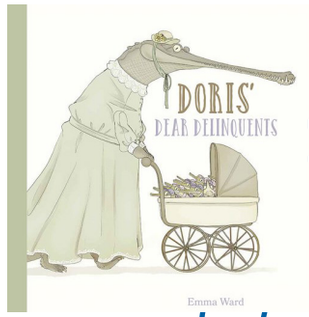
Analisi SWOT

Punti di forza

- Il concorso si presta bene nel prendere in considerazione un target e tema specifico, anche la tipologia di output è diversa rispetto a molti altri contest rendendola unica.

Debolezze

- Carente di informazioni nelle vecchie edizioni
- Non vengono specificati i giudici o di come sono stati selezionati i vincitori
- Non viene realizzato un poster
- Non sono presenti dati statistici di nessun tipo
- Le informazioni sul sito non sono del tutto tangibili, si parla di una giuria internazionale e di rilevanza, ma non ci sono i nomi o una descrizione di essi

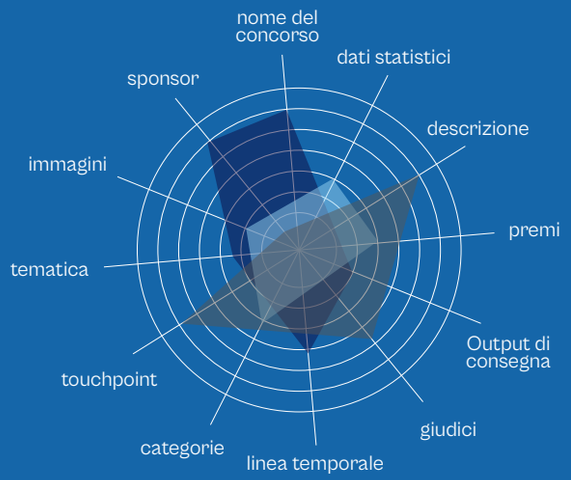


Trieste contemporanea

Descrizione
Il bando richiede la progettazione di un oggetto su un tema e con un materiale prescelto; una giuria internazionale seleziona i vincitori e un numero di progetti meritevoli; successivamente i progetti scelti vengono realizzati ed esposti in una mostra conclusiva [36].

Criterio di valutazione

- 1° livello
- 2° livello
- 3° livello



1995	Trieste	?
Apertura	*Città*	*Edizioni*

Analisi SWOT

Punti di forza

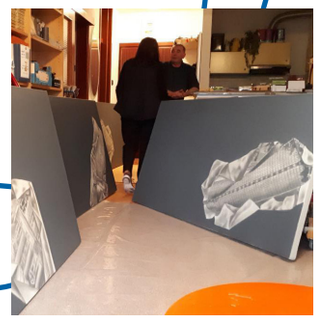
- Presentazione in una mostra conclusiva di tutti i progetti vincitori
  I requisiti di partecipazione e il materiale richiesto è ben dettagliato
- Il contest è strutturato in categorie che dipendono dall'età del partecipante e dal tema trattato

Opportunità

- Giudici di fama internazionale che sono sempre legati al tema dell'edizione e vengono ancora più coinvolti dalla mostra finale

Debolezze

- Mancanza di informazioni delle prime edizioni (anni '90 e '00)
- Non in tutte le edizioni vengono specificati dettagliatamente come è composta la giuria
- Ambito più legato al prodotto che alla comunicazione
- Non ci sono informazioni sui premi, sui vincitori delle edizioni e sono completamente assenti dei dati statistici

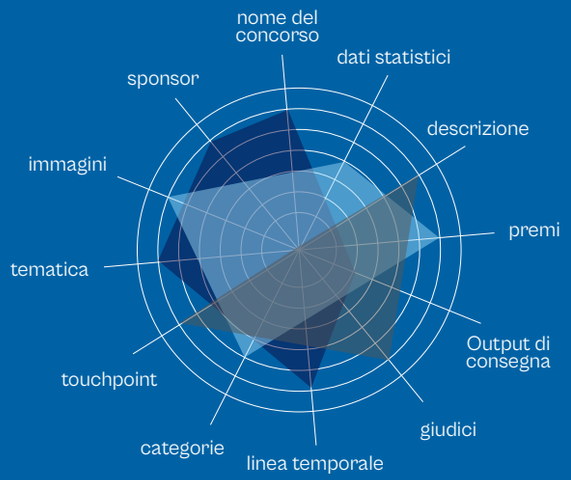


Design4Parents

Descrizione
Concorso di design in Italia che porta all'attenzione il tema della neo-genitorialità. L'obiettivo è quello di orientarsi allo sviluppo della creazione di un nuovo prodotto o servizio utile per chi diventerà genitore per la prima volta [37].

Criterio di valutazione

- 1° livello
- 2° livello
- 3° livello



2021	Roma	2
Apertura	*Città*	*Edizioni*

Analisi SWOT

Punti di forza

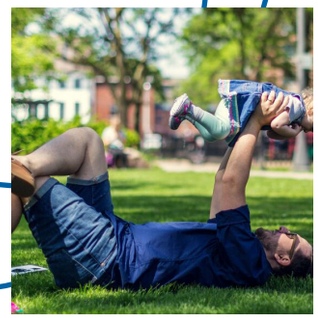
- Tema originale sulla neo-genitorialità, con la necessità di risolvere una esigenza specifica.
- Sito fatto molto bene, sono presenti quasi la totalità delle informazioni

Opportunità

- Giudici esperti e non solo provenienti dal mondo del design, ma anche neuroscienziati, psicoterapeuti e scrittori

Debolezze

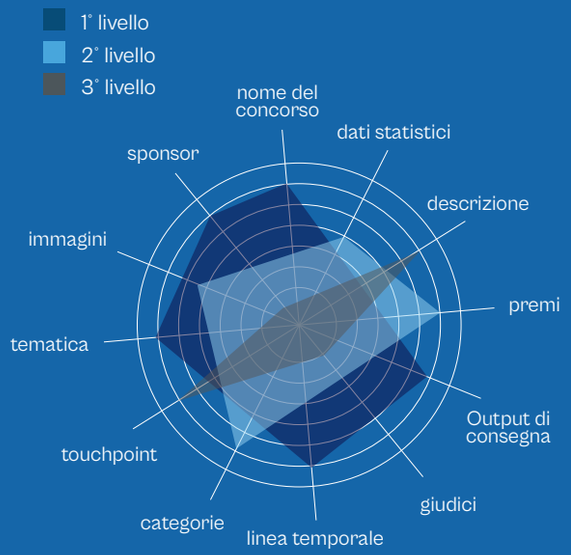
- Consegna dell'output sotto forma di tavole, concept e prodotti
- Ambito più di prodotto che di comunicazione



Genova Blue Street

Descrizione
È una open call per la creazione di elaborati di poster art volti alla diffusione e alla promozione dell'evento Genova Blue Street, iniziativa collaterale e divulgativa legata al Blue Economy Summit. L'obiettivo è quello di creare consapevolezza sulle opportunità di sviluppo che derivano dalla Blue Economy e sull'importanza della salvaguardia dell'ambiente marino [38].

Criterio di valutazione



2020	Genova	2
Apertura	*Città*	*Edizioni*

Analisi SWOT

Punti di forza

- Il tema del contest è specifico come quello del posto della città di Genova
- Sito fruibile e intuitivo
  I poster dei vincitori vengono appesi lungo la città e possono essere tracciati direttamente dal sito

Opportunità

- Contest locale che cerca di valorizzare la città di GenovaDebolezze
- Consegna dell'output sotto forma di tavole, concept e prodotti
- Ambito più di prodotto che di comunicazione

Debolezze

- Mancano un po' di informazioni relative alla giuria e ai dati statistici
- Tempi di risposta molto lenti e dati statistici del tutto assenti

Minacce

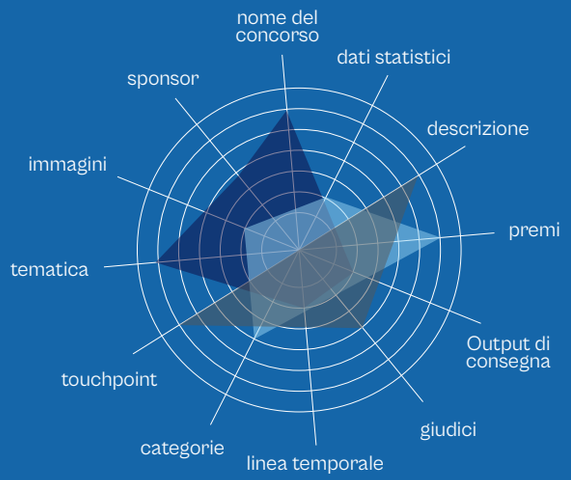
- Poca affidabilità del contest, dato che non viene citata la giuria

Social Furniture

Descrizione
Si tratta in un concorso nato a Kuala Lumpur dall'ambasciata italiana, ed è un contest che richiede delle idee per ripensare a come i rifiuti plastici possano essere ripensati in mobili sociali [39].

Criterio di valutazione

- 1° livello
- 2° livello
- 3° livello



?	Kuala Lumpur	?
Apertura	*Città*	*Edizioni*

Analisi SWOT

Punti di forza

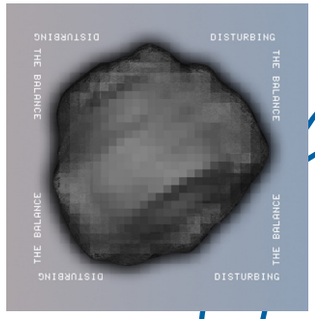
- Vengono spiegati abbastanza bene i premi e i sostenitori per ogni edizione

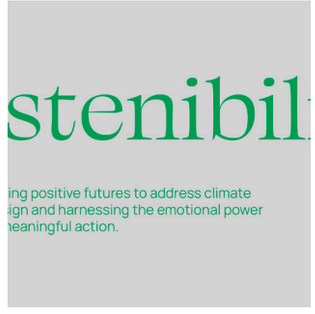
Debolezze

- Non vengono spiegati i metodi di consegna del progetto
- Il sito risulta poco fruibile e assenza di informazioni sulle vecchie edizioni

Minacce

- Poca affidabilità del contest, dato che non viene citata la giuria anche se viene scritto che sono di fama internazionale



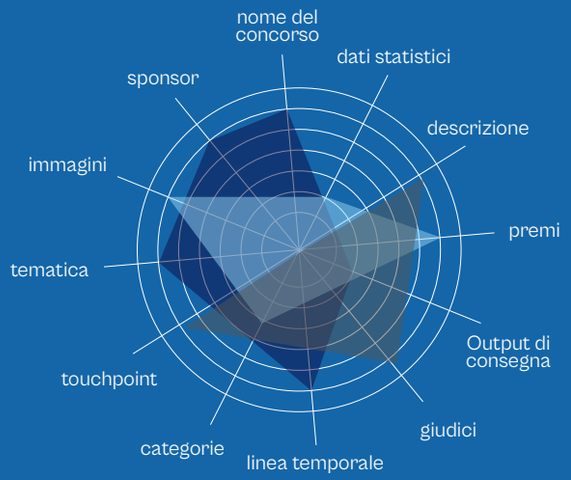


Next Landmark

Descrizione
Nasce per promuovere la cultura del design nella dimensione sociale della costruzione. Vuole offrire sviluppi innovativi, sottolineando le sfide per un mondo sempre più ecosostenibile. Nasce a Reggio Emilia nel 2012 [40].

Criterio di valutazione

- 1° livello
- 2° livello
- 3° livello



2012	Reggio Emilia	10
Apertura	*Città*	*Edizioni*

Analisi SWOT

Punti di forza

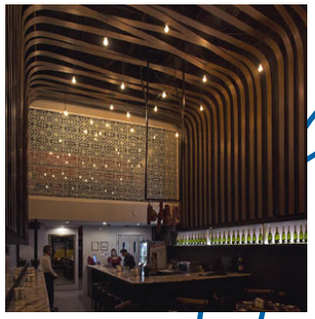
- Spiegati molto bene i criteri con cui vengono selezionati i finalisti e i vincitori

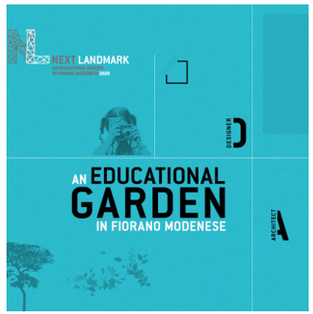
Opportunità

- La giuria è di alto livello e specializzata nel design e nell'architettura
- Opportunità per i partecipanti di rimettersi costantemente in gioco su un tema che ogni anno viene cambiato

Debolezze

- Non vengono mostrati i partecipanti e tutti i vincitori degli anni precedenti
- Si tratta di un contest di prodotto e non di comunicazione
- A livello di UX, risulta uno dei siti peggiori
- Completa assenza di dati statistici



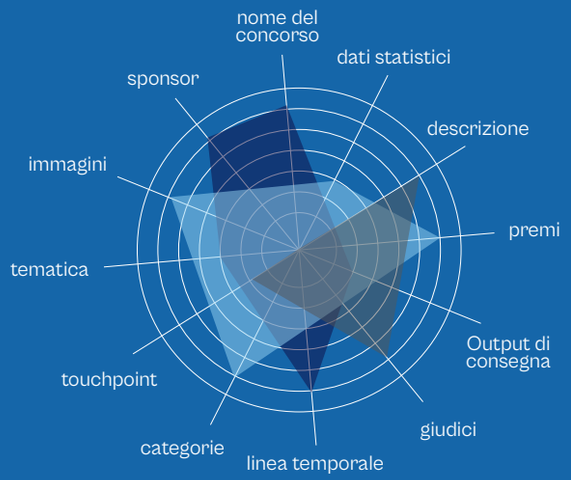


Poster Design Competition

Descrizione
Il contest Poster Design Competition si rivolge verso un' educazione e sensibilizzazione ambientale, concorso fatto in collaborazione con il ministero della protezione della natura armena ed è aperto a tutti i cittadini della Repubblica di Armenia [41].

Criterio di valutazione

- 1° livello
- 2° livello
- 3° livello



2018	?	1
Apertura	*Città*	*Edizioni*

Analisi SWOT

Punti di forza

- Sono presenti i sostenitori e vengono spiegati bene i premi per l'edizione
- Le specifiche di consegna sono complete e chiare

Opportunità

- Sono una landing page è dedicata al contest
- Le descrizioni sono poco approfondite e non si trovano informazioni sui partecipanti né tanto meno sui vincitori
- Il sito non è aggiornato dal 2018

Debolezze

- Mancano un po' di informazioni relative alla giuria e ai dati statistici
- Tempi di risposta molto lenti e dati statistici del tutto assenti

Minacce

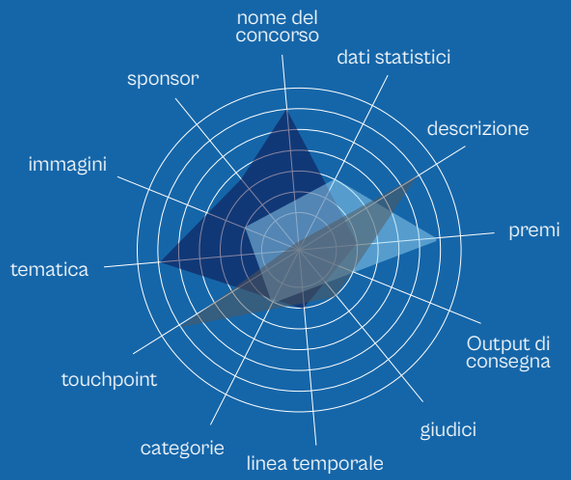
- Non si ha alcuna informazione sulla giuria

Biodesign Challenge

Descrizione
BDC ha collaborato con oltre 100 scuole superiori e college in 29 paesi. Dal 2016 al 2019 organizza concorsi per le scuole, università e college [42].

Criterio di valutazione

- 1° livello
- 2° livello
- 3° livello



2016	?	?
Apertura	*Città*	*Edizioni*

Analisi SWOT

Punti di forza

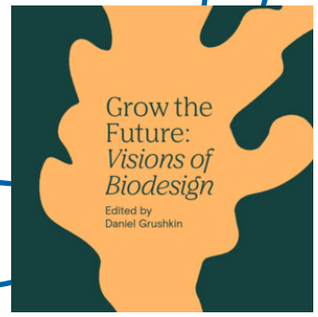
- Tra le poche note positive ci sono i partner e i premi che vengono dati ai vincitori

Debolezze

- Non ci sono informazioni sui vincitori e sui partecipanti
- Non vengono date troppe informazioni sul luogo e sulle date degli eventi
- Non è molto chiaro se si tratta di un contest di prodotto o di comunicazione
- Mancanza di dati statistici in tutte le edizioni

Minacce

- Non si ha alcuna informazione sulla giuria

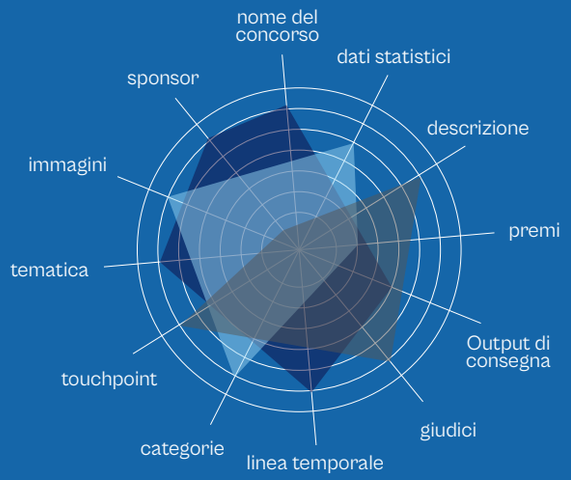


The 4th Block

Descrizione
The 4th Block è una triennale internazionale di eco-manifesti, che da circa tre decenni cambia l'atteggiamento delle persone verso il mondo che lo circonda attraverso il linguaggio del design sostenibile [43].

Criterio di valutazione

- 1° livello
- 2° livello
- 3° livello



2003	?	7
Apertura	*Città*	*Edizioni*

Analisi SWOT

Punti di forza

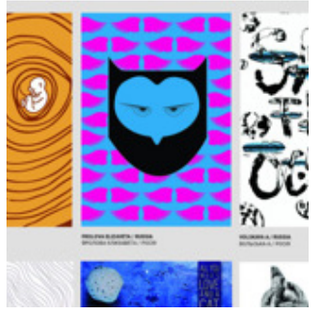
- Una sezione del sito è completamente dedicata ai partner
- Il tema di ogni edizione viene scelto in base al momento storico in cui si sta vivendo

Debolezze

- Non vengono descritti i premi
- Non ci sono le immagini e i nomi dei vincitori prima dell'edizione del 2018
- La homepage del sito risulta un po' confusionaria

Opportunità

- Ci sono diverse categorie, che cambiano ad ogni edizione per stimolare di più i partecipanti
- Giudici internazionali molto rilevanti che vengono descritti all'interno del sito

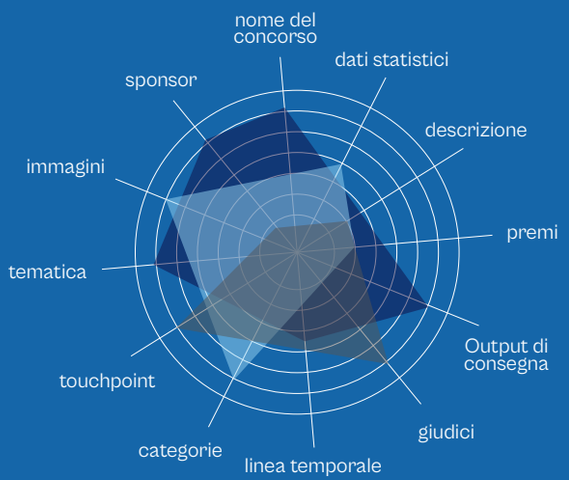


Segunda Llamada

Descrizione
Contest messicano nato nel 2009, è un progetto senza scopo di lucro e si lega alla progettazione grafica per sensibilizzare le persone [44].

Criterio di valutazione

- 1° livello
- 2° livello
- 3° livello



2009	Mexico city	5
Apertura	*Città*	*Edizioni*

Analisi SWOT

Punti di forza

- C'è una raccolta di dati molto alta
- Le due edizioni che sono state analizzate sono ben spiegate e dettagliate

Opportunità

- Giudici internazionali molto rilevanti che vengono descritti all'interno del sito

Debolezze

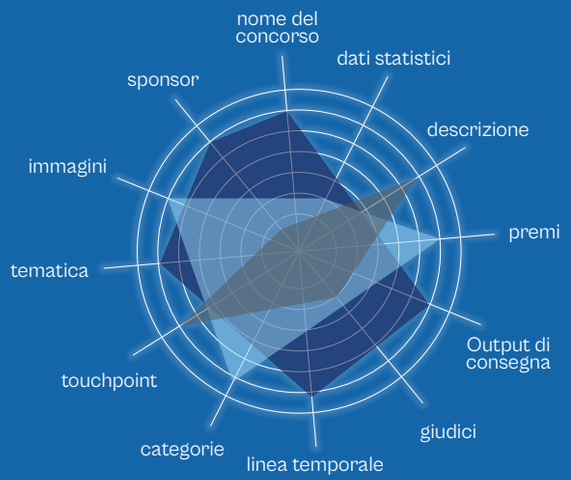
- Gli output di consegna sono difficili da trovare
- Oltre alla galleria dei vincitori mancano le motivazioni per cui sono stati scelti o anche solo una semplice descrizione dei loro lavori
- Non viene definito il premio
- Per cercare le vecchie edizioni è necessario scorrere il sito

Type With Pride

Descrizione
Nel maggio del 2017 Fontself e i partner promozionali hanno invitato le persone a progettare una serie di banner, video, poster e cartelli per celebrare la diversità su Gilbert, il font tributo alla bandiera arcobaleno inventata da Gilbert Baker [45].

Criterio di valutazione

- 1° livello
- 2° livello
- 3° livello



2017	New York	1
Apertura	*Città*	*Edizioni*

Analisi SWOT

Punti di forza

- Tema molto specifico e contestualizzato
- Presentazione dei vincitori sugli schermi del Times Square durante il Pride Month
- Contest a tema dove i partecipanti hanno ripreso lo stile font Gilbert

Debolezze

- Non sono indicati il numero di partecipanti o di finalisti
- Hanno fatto soltanto una edizione nel 2017

Opportunità

- Il contest nasce da una forte esigenza
- Il sito non si è più aggiornato dal 2018

Minacce

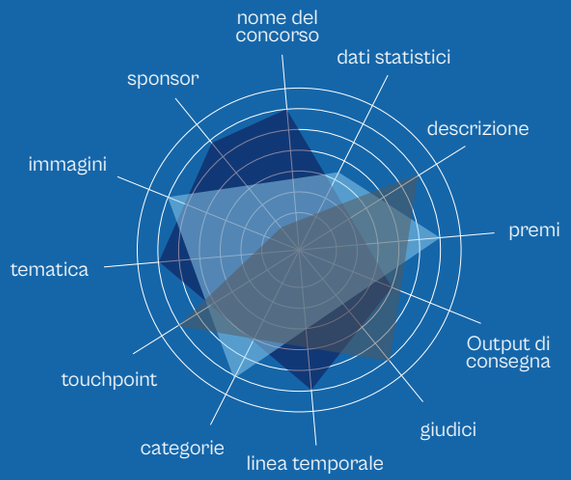
- Non si sa il motivo per cui non ci siano state altre edizioni, dato che il tema della diversità di genere è attuale
- Non ci sono descrizioni sui giudici

Plaktivat TAM TAM

Descrizione
Plaktivat è un istituto che lavora da circa 30 anni nel settore dei manifesti e a partire dal 2014 hanno creato un concorso di poster grafici, i vincitori vengono esposti lungo le strade di Ljubljana [46].

Criterio di valutazione

- 1° livello
- 2° livello
- 3° livello



2014	Ljubljana	15
Apertura	*Città*	*Edizioni*

Analisi SWOT

Punti di forza

- Ogni edizione si racconta con un tema attuale
- Descrizioni delle edizioni raccontate nel dettaglio
- Il vincitore non viene premiato in denaro, ma ottiene una grossa pubblicità dato che viene affisso per tutta la Slovenia

Debolezze

- Alcune sezioni del sito sono confusionarie e difficili da raggiungere
- Se ci fossero dei partners, non vengono descritti o nominati
- Le vecchie edizioni sono difficili da trovare

Opportunità

- I giudici danno anche una spiegazione sui parametri di valutazione degli elaborati

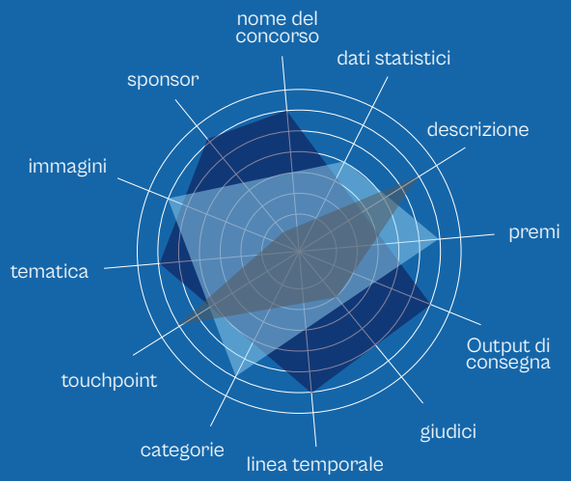
PEACE motion graphics contest

Descrizione

Il concorso è nato da Hak Ja Han Moon e Sun Myung Moon ed è stato istituito per combattere e aiutare le persone che soffrono la povertà, la guerra e le malattie. Il concorso chiede ai creativi di produrre delle animazioni sul tema della pace [47].

Criterio di valutazione

- 1° livello
- 2° livello
- 3° livello



2020	Seul	3
Apertura	*Città*	*Edizioni*

Analisi SWOT

Punti di forza

- Ogni edizione si racconta con un tema attuale
- Descrizioni delle edizioni raccontate nel dettaglio
- Il vincitore non viene premiato in denaro ma ottiene una grossa pubblicità dato che viene affisso per tutta la Slovenia
- Sono spiegati molto bene i premi che vengono dati ai vincitori

Debolezze

- Non ci sono molte informazioni sui dati dei partecipanti o dei vincitori

Minacce

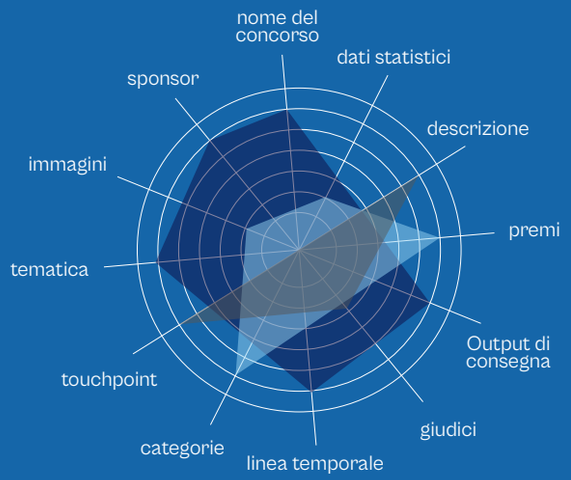
- I giudici non vengono né citati né valorizzati

Cheap Festival - Call for artist

Descrizione
Si tratta di un contest fondato nel 2013 a Bologna da un gruppo di sei donne, inizialmente nato come festival e successivamente diventato un collettivo e una associazione [48].

Criterio di valutazione

- 1° livello
- 2° livello
- 3° livello



2013	Bologna	10
Apertura	*Città*	*Edizioni*

Analisi SWOT

Punti di forza

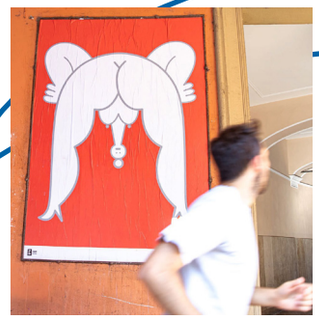
- I poster finalisti vengono appesi per le strade di Bologna
- Descrizioni dei temi accurati Sul sito sono presenti tutte le descrizioni di ogni edizione

Opportunità

- Giudici di livello nazionale ed internazionale

Debolezze

- Dal sito è un po' difficile capire dove si devono consegnare gli elaborati
- I sostenitori e gli sponsor non vengono menzionati
- Non sono previste le pubblicazioni dei poster, ma solo di foto dei poster appesi per la città di bologna

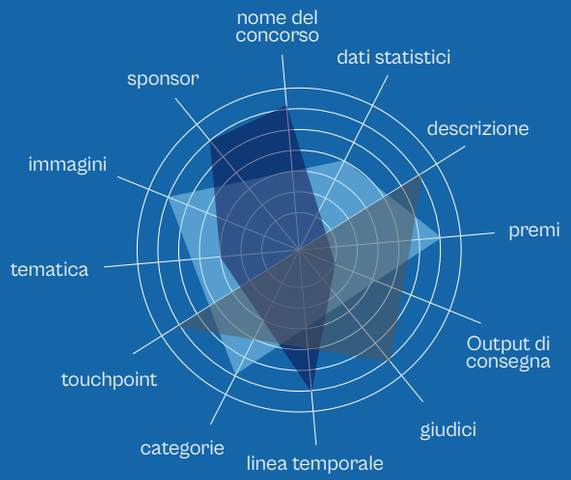


D&AD Impact Awards

Descrizione
Nasce nel '62 da alcuni designer e art director, sono considerati uno dei massimi riconoscimenti creativi a livello mondiale nel mondo del design [49].

Criterio di valutazione

- 1° livello
- 2° livello
- 3° livello



1962	Londra	?
Apertura	*Città*	*Edizioni*

Analisi SWOT

Punti di forza

- Uno dei migliori contest di design a livello di proposte, categorie, premi e descrizione
- I progetti dei vincitori vengono raccontati e catalogati molto bene all'interno del sito
- Sito molto chiaro e accattivante a livello di UX

Debolezze

- In nessuna delle categorie vengono realizzati dei poster legati ai temi della sostenibilità ambientale o sociale

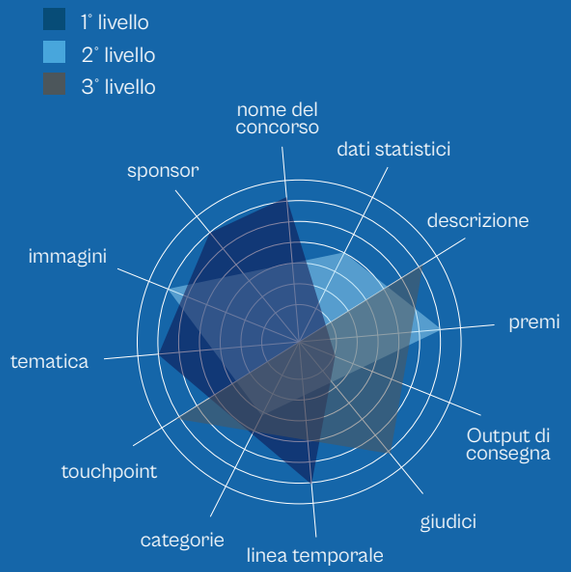
Opportunità

- Giudici provenienti da ogni parte del mondo, esperte settorialmente per ogni categoria

Posterstellars

Descrizione
Il concorso è aperto a tutti i designer, illustratori, fotografi e artisti di età pari o superiore a 18 anni. Il contest è stato creato a New Jersey dal designer Wesam Haddad, insieme ai suoi collaboratori Kelly Chippendale, Bashar Rihani e Junaho Zhu. Il concorso è nato nel 2020 e permette ai nuovi designer ed esistenti di farsi conoscere a livello globale e nazionale. I manifesti selezionati vengono inseriti all'interno di una capsula del tempo [50].

Criterio di valutazione



2021	Trenton	2
Apertura	*Città*	*Edizioni*

Analisi SWOT

Punti di forza

- Grafica del sito ammaliante
- Originale l'idea di mettere i poster all'interno di capsule che verranno aperte 15 anni dopo
- Ci sono un sacco di categorie, divise per tipologia del tema e origine di provenienza dei partecipanti

Debolezze

- Non vengono raccontati i poster vincitori e se il sito risulta molto bello dal punto di vista estetico, invece è poco fruibile a livello di UX
- Ci sono le informazioni solo per l'ultima edizione

Opportunità

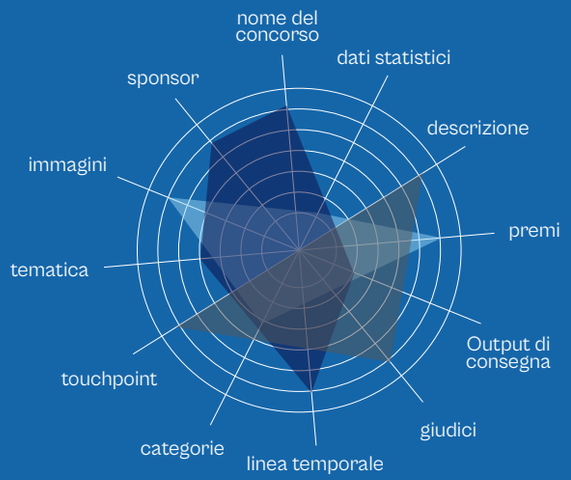
- Tutti i giudici sono stati presentati adeguatamente e sono di livello internazionale

The Design Kids Awards

Descrizione
The design Kids Awards è contest che valorizza in particolare i giovani designer che si stanno appena cimentando in questo nuovo mondo [51].

Criterio di valutazione

- 1° livello
- 2° livello
- 3° livello



?	?	9
Apertura	*Città*	*Edizioni*

Analisi SWOT

Punti di forza

- Il sito risulta molto chiaro e viene fatta una completa descrizione sul concorso e sui premi
- Sono anche facili da trovare tutte le vecchie edizioni a partire dalla prima

Debolezze

- Si tratta di un contest di prodotto e non di comunicazione
- Non ci sono dati statistici sulle edizioni
- Non vengono mostrati i vincitori e i partecipanti delle edizioni precedenti

Opportunità

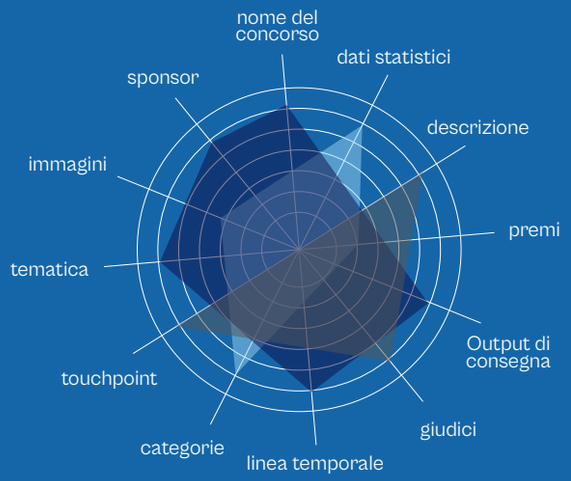
- Ci sono giudici di livello internazionale, esperti del settore

Poster For ___.

Descrizione
Si tratta di un concorso internazionale fondato da Shanging Wang nel 2018, come obiettivo quello di concentrarsi sui temi relativi al SDG delle Nazioni Unite [52].

Criterio di valutazione

- 1° livello
- 2° livello
- 3° livello



2018	New York	1
Apertura	*Città*	*Edizioni*

Analisi SWOT

Punti di forza

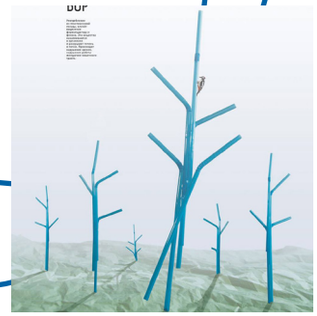
- Il contest è stato sviluppato su più temi, ogni tema prevede diverse nomination
- Ogni categoria viene descritta in modo chiaro, anche per quanto riguarda le scadenze e i formati
- Ci sono un sacco di dati riguardante l'unica edizione che è stata fatta

Debolezze

- Non vengono specificati quali sono i premi dei vincitori e con quale parametro sono stati selezionati
- Le immagini dei vincitori non si trovano sul sito, ma bisogna cercarli su facebook
- Non c'è più stata una seconda edizione

Opportunità

- Sono presentate tutte le informazioni sulla giuria internazionale



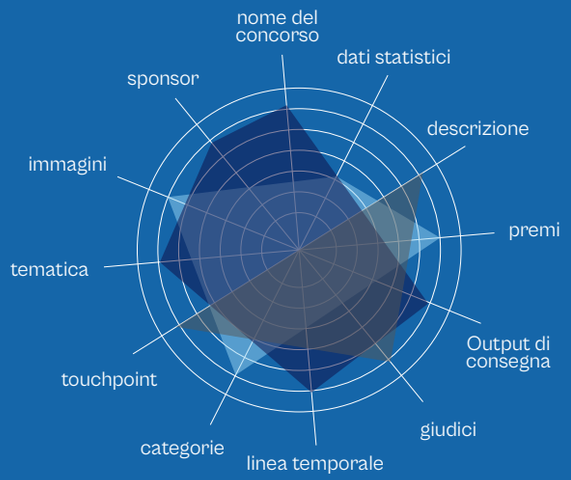
Poster Award

Descrizione

Poster Award è un concorso nato dall'associazione organcare di Taiwan, che si dedica per la cura internazionale dei trapianti d'organi. Il concorso si concentra su un grave problema che è presente in Asia, ma anche nel resto del mondo, cioè l'esportazione illegale di organi e del loro uso improprio. L'organizzazione invita i grafici a realizzare manifesti che invitano a porre fine a queste pratiche ancora diffuse [53].

Criterio di valutazione

- 1° livello
- 2° livello
- 3° livello



2014	Taiwan	2
Apertura	*Città*	*Edizioni*

Analisi SWOT

Punti di forza

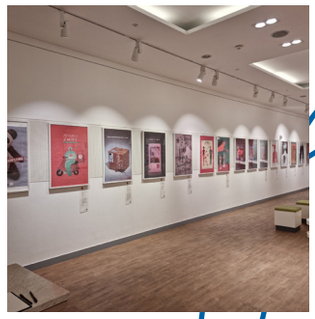
- Tema specifico e adatto per la Cina, l'argomento del contest è stato scelto da una associazione che si occupa di sensibilizzare le persone
- Ottima la descrizione di tutti i finalisti, con la spiegazione audio del poster

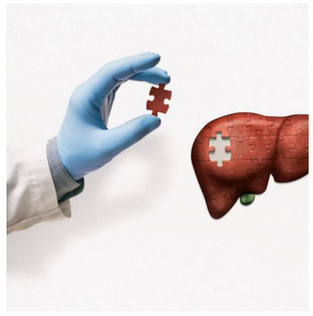
Debolezze

- Non ci sono tutte le informazioni sui dati statistici in tutte le edizioni

Opportunità

- La giuria è composta da esperti nel settore del visual design e della comunicazione



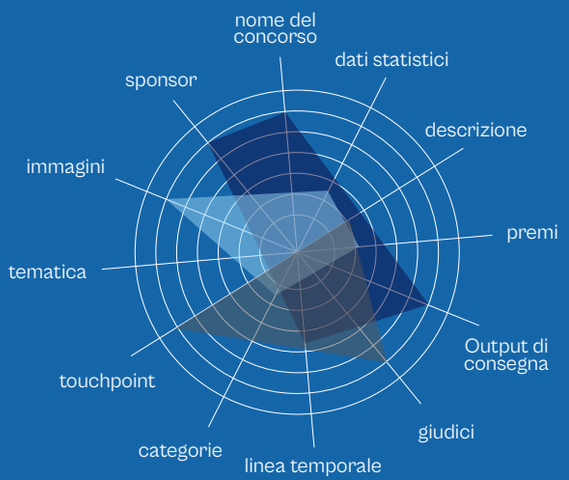


Golden Turtle

Descrizione
Golden Turtle è un festival russo annuale legato ai temi ambientali, che nel 2015 ha istituito un contest di foto ed eco-poster [54].

Criterio di valutazione

- 1° livello
- 2° livello
- 3° livello



2014	Mosca	2
Apertura	*Città*	*Edizioni*

Analisi SWOT

Punti di forza

- Le fasi, le regole e l'organizzazione del contest viene spiegato adeguatamente
- La procedura di iscrizione e di caricamento degli elaborati è molto chiara

Opportunità

- Giuria di alto livello e provenienza da diversi ambiti e specializzati per ogni categoria

Debolezze

- Non sono stati scritti i premi
  Non ci sono dati statistici
- Il sito risulta macchinoso e poco fruibile
- Non si sanno i criteri con cui vengono valutati gli elaborati, oppure se c'è la possibilità che gli stessi utenti possano dare una propria opinione

Progetto atlante

Una volta finita la fase di ricerca e di selezione dei contest di comunicazione che trattassero di temi sulla sostenibilità ambientale e sociale, che sviluppassero dei poster, è stato realizzato fisicamente l'atlante. Il libro si apre con una breve introduzione in cui viene spiegato cosa ci si aspetterà e quali saranno i contenuti per poi dare spazio alla raccolta di tutti i contest.

I contest

I concorsi grafici selezionati sono stati ordinati e raggruppati per continente; quindi, seguendo l'ordine passano prima quelli europei, poi quelli asiatici e infine quelli americani. Solo tredici contest hanno superato il nostro decreto di valutazione, si è infatti preferito selezionarne pochi e svilupparli meglio piuttosto che inserirne tanti e rischiare che venissero raccontati poco. Ogni concorso può essere scomposto in sei parti: la copertina, l'introduzione, la timeline, le edizioni, i vincitori e le mappature con i grafici. A causa della scarsa reperibilità delle informazioni non tutti i contest presentano la stessa quantità di sezioni, ci sono contest molto più completi mentre altri hanno soltanto la copertina, una introduzione e le immagini dei vincitori.

La copertina

Dalla copertina si ha una anteprima del contest, il quale si sviluppa su due pagine, sulla sinistra il titolo del contest e sulla destra una serie di informazioni generiche (anno di apertura, città e numero di edizioni).Il tutto è contornato da una sequenza di immagini che rappresentano il linguaggio e i colori del concorso, possono essere le immagini dei post dei loro social e del sito oppure le immagini dei poster dei partecipanti.

Breve introduzione del contest

L'introduzione di un qualsiasi concorso grafico non supera mai la pagina e nei contest più corti per praticità viene unita con l'edizione stessa. Le caratteristiche principali di questa sezione sono il QR code che rimanda direttamente al sito e due paragrafi di testo in cui viene raccontata un po' di storia.

Timeline delle edizioni

Per ogni contest sono state selezionate solo alcune delle edizioni, dato che molte di queste si assomigliano a livello di tematiche o risultavano prive di informazioni. Per dare comunque un quadro generico della cadenza di ogni edizione si è voluto inserire una mezza paginetta per la timeline, si è evitato di inserirla per i contest che hanno avuto una o poche edizioni.

Introduzione dell'edizione

Viene spiegato il perché e il contesto storico per cui è nata l'edizione, il numero di pagine è variabile in base al contenuto a disposizione. Tutte le informazioni che nelle schedature riteniamo di terzo livello, vengono inserite all'interno di questa sezione, sono studiate a fondo curiosità sui giudici oppure sui premi e sui vincitori. Per dare più dinamicità sono state aggiunte immagini, forme amorfe e dati generici relativi all'edizione stessa, come ad esempio: numero di partecipanti, di nazionalità, di poster, di finalisti, di vincitori, di edizione oppure l'anno in cui è stato svolto.

Esempio di timeline dei contest selezionati

2020	2021	2022
Posterherheroes *Humans at Work*	**Posterherheroes** *Becoming E-quals*	**Posterherheroes** *Mindful or Mind Full?*
Tapirulan *Utopia*	**Tapirulan** *STOP*	**Tapirulan** *Tilt*
Poster For Tomorrow *FAKE NEWS!*	**Poster For Tomorrow** *Free Patrick Zaki*	**Poster For Tomorrow** *Do the Right Thing*
Cheap Festival *Reclaim*	**Cheap Festival** *Post*	**Cheap Festival** *On Fire*
	Plaktivat *Solidarity*	**Plaktivat** *Discimination And I* *Blood Donation*
Ecuador Poster Bienal *EPB 6*		**Ecuador Poster Bienal** *EPB 7*
Genova Blue Street *Genova Blue Street 20*	**Genova Blue Street** *Genova Blue Street 21*	
	Posterstellars *Stellars 2021*	**Posterstellars** *Stellars 2022*
Poster Award *Poster Award 2020*		

Riconoscimento dei vincitori

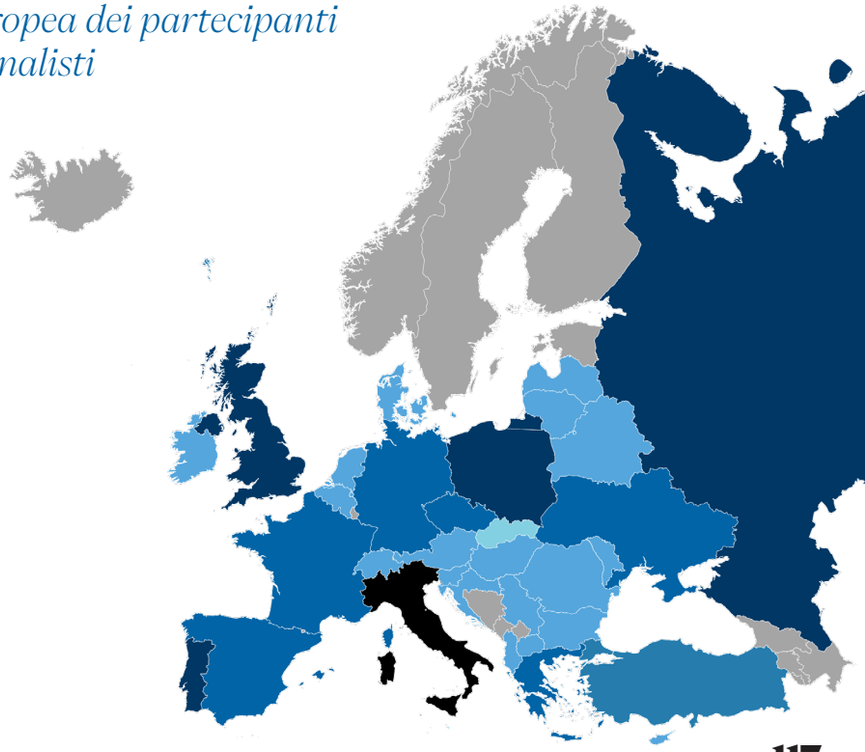
Per ogni edizione vengono dati i crediti, su una, massimo due pagine, i vincitori e i finalisti. Essendo che non tutti i contest hanno lo stesso numero di vincitori o non è nemmeno detto che ci siano, in alcuni sono state inserite anche solo un paio di immagini dei partecipanti per dare un'idea e il contesto di quali lavori sono stati prodotti. Un'altra problematica è sorta per i contest che premiavano più di una trentina o quarantina di poster, in questi casi su una pagina sono stati inseriti quelli che sono andati sul podio, mentre nella pagina successiva sono stati raggruppati gli altri poster in forme molto più ridotte.

Mappature e grafici

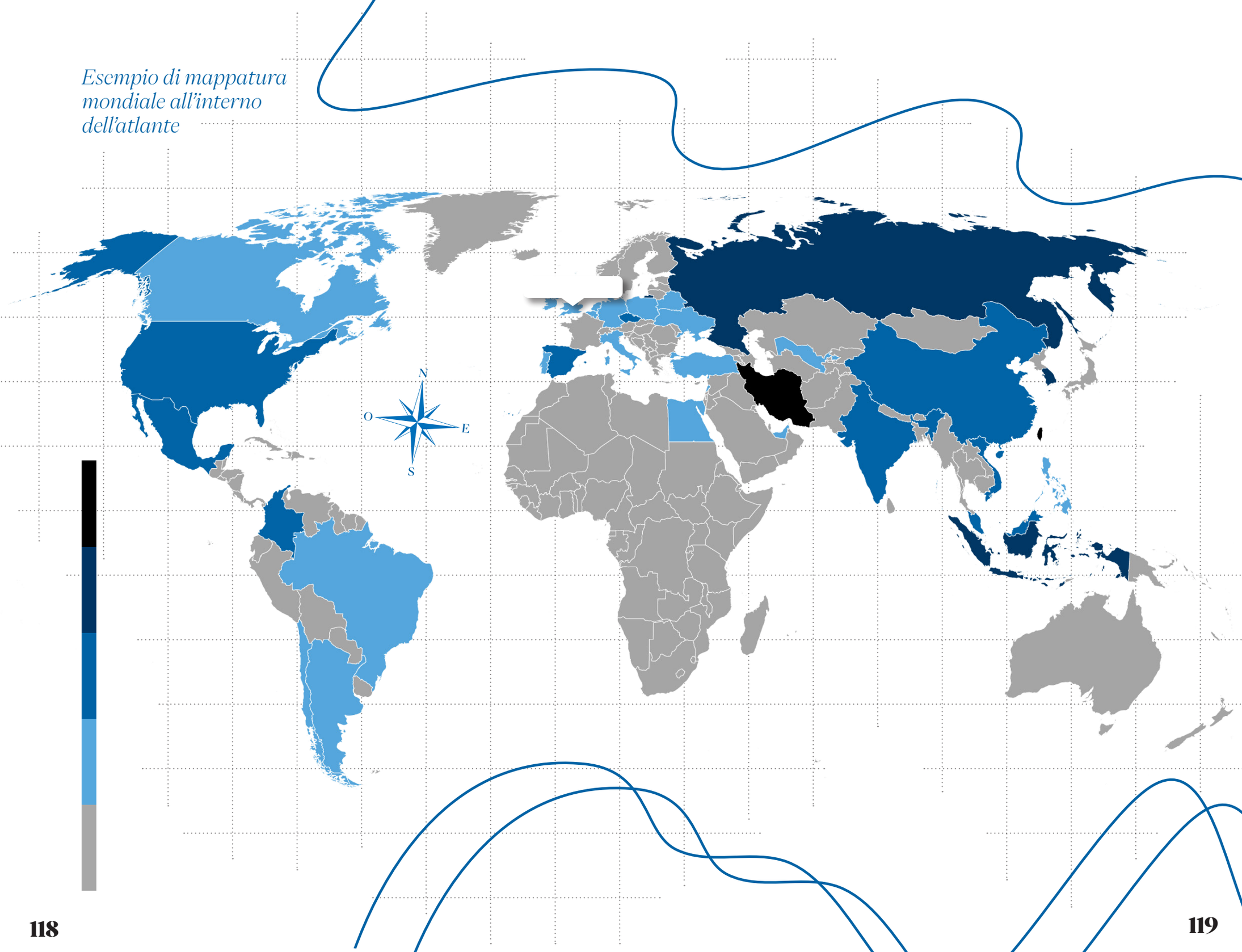
Per chiudere ogni edizione, due pagine sono gestite per avere maggiori curiosità a livello statistico sui dati che si trovavano su internet o che ci sono stati forniti dopo aver contattato i contest. Esistono due mappe, la prima quella a livello mondiale che raccoglie il numero di partecipanti o finalisti per ogni continente, mentre la seconda dei partecipanti o dei finalisti per ogni paese in Europa.

Altri dati sono poi stati raccolti con grafici a torta o con un semplice almanacco dei vincitori di ogni edizione. Di quattro contest (Posterheroes, Poster For Tomorrow, Tapirulan e Segunda Llamada) sono stati raccolti abbastanza dati per poter fare i confronti tra tutte le edizioni, per cui sono state aggiunte delle sezioni in più rispetto a quelle sopra citate.

Esempio di mappatura europea dei partecipanti o finalisti



Esempio di mappatura mondiale all'interno dell'atlante



Conclusioni

Grazie alla fase iniziale della ricerca degli atlanti e dei contest è stato possibile unire questi due mondi apparentemente lontani e a definire una delle problematiche, ovvero quello di far conoscere ad un pubblico più ampio le possibilità che i contest grafici possono offrire. Il metodo di progetto risulta valido nel momento in cui ci sono abbastanza informazioni o è possibile reperirle contattando gli organizzatori, soprattutto per quanto riguarda il confronto dei dati statistici che devono essere comuni per tutti i contest. In più è stato interessante scoprire le diverse realtà e sfaccettature, di come non siano solo delle competizioni fine a se stesse ma che vengono portate avanti con attivismo, mostre e festival. Attraverso lo sviluppo dell'atlante è stato possibile unire tutta la ricerca sviluppata nel corso dei mesi, al fine che possa essere uno strumento utile a chiunque volesse mettersi alla prova in una competizione di grafica e contemporaneamente promuovere e valorizzare lo sviluppo sostenibile, ambientale e sociale.

Sitografia

[1] https://unric.org/it/agenda-2030/
[2] https://www.treccani.it/vocabolario/atlante2/
[3] https://unaparolaalgiorno.it/significato/contest
[4] https://dizionari.corriere.it/dizionario_italiano/A/atlante.shtml
[5] https://icaci.org/files/documents/wom/07_IMY_WoM_it.pdf
[6] https://www.treccani.it/vocabolario/ricerca/atlante/
[7]https://icaci.org/files/documents/wom/07_IMY_WoM_it.pdf
[8] https://www.behance.net/
https://www.pinterest.it/
https://www.wired.com/
https://www.frizzifrizzi.it/
https://www.itsnicethat.com/
[9]https://www.behance.net/gallery/92707439/Emergency-nel-mondo-Atlante-storico?tracking_source=search_projects%7Catlas+book
[10] https://www.nationalgeographic.com/
[11] https://www.behance.net/gallery/121195489/ATLAS-KAS?tracking_source=search_projects%7Catlas+book
[12] https://www.behance.net/gallery/92707439/Emergency-nel-mondo-Atlante-storico?tracking_source=search_projects%7Cemergency+atlas
[13] https://www.behance.net/gallery/147588047/Ilios-The-city-and-country-of-the-Trojans-2022
[14] https://www.behance.net/gallery/141850557/Participatory-Budgeting-World-Atlas?tracking_source=search_projects%7Catlas+editorial
[15] http://www.matteopalu.com/interstellar
[16] https://dublinense.com.br/livros/atlas-do-corpo-e-da-imaginacao/
[17] https://www.frizzifrizzi.it/2016/10/05/uscito-libro-atlas-obscura-un-compendio-dei-700-luoghi-piu-curiosi-poco-conosciuti/
[18] https://actar.com/product/atlas-of-emerging-practices-being-an-architect-in-the-21st-century/
[19] https://www.frizzifrizzi.it/2019/10/28/an-atlas-of-geographical-wonders-un-libro-raccoglie-le-tavole-illustrate-che-nell800-provavano-a-misurare-il-mondo/
[20] https://www.infodesigners.eu/graphic-design-competitions/1
[21] https://designstreet.it/concorsi-design/
https://graphiccompetitions.com/
https://www.contestwatchers.com/category/visual-arts/graphic-design/
[22] https://www.posterheroes.org/
[23] https://www.posterfortomorrow.org/
[24] https://adcawards.org/
[25] https://www.good-designawards.com/
[26] https://illustratorscontest.tapirulan.it/
[27] https://ecuadorposterbienal.com/
[28] https://www.gp-award.com/en
[29] https://www.londondesignfestival.com/
[30] https://ideasxwood.it/
[31] https://cosentinodesignchallenge.org/en/home/
[32] https://pictoplasma.com/about/
[33] ttps://www.guiltlessplastic.com/ro-plastic-prize-2022/
[34] https://www.clavis-publishing.com/keycolors
[35] https://www.triestecontemporanea.it/
[36] https://design4parents.com/
[37] https://smart.comune.genova.it/comunicati-stampa/contest-

grafico-genova-blue-street-2021
[38] https://www.particle.art/main/sostenibilita/#flush-collapse2
[39] https://www.floornature.com/nextlandmark/
[40] https://www.proper.am/environmental-posterdesign
[41] https://www.biodesignchallenge.org/
[42] https://readymag.com/
[43] https://www.rgd.ca/programs/sogood-awards
[44] https://segundallamada.com/
[45] https://www.typewithpride.com/contest
[46] https://tam-tam.si/
[47] http://sunhakpeaceprize.org/en/learn/contest_receipt.php
[48] https://www.cheapfestival.it/
[49] https://www.dandad.org/en/d-ad-awards/
[50] https://www.posterstellars.com/
[51] https://thedesignkids.org/awards/
[52] https://www.posterfor.com/?fbclid=IwAR2x_
[53] https://posteraward.organcare.org/Lang/en/Home
[54] https://wncontest.ru/en/design/

Politecnico di Torino

laurea triennale in

design e comunicazione visiva