

Arcore, 16 dicembre 2025

Spett.le
IIS G. Meroni di Lissone
alla c.a. del
Dirigente Scolastico
Prof. Valentina CALI'

CONVENZIONE DA PARTE DI PRORAMILLENOTE A FAVORE DEGLI STUDENTI DELL'ISTITUTO DI ISTRUZIONE SUPERIORE STATALE "G. MERONI" DI LISSONE

Con la presente scrittura privata da valere ad ogni effetto di legge, tra:

La Società **Proramillenote Srl** Via Monte Cervino 70 - 20862 Arcore, MB, P.I. 10323920966 in persona del Legale Rappresentante

e

l'Istituto Scolastico Giuseppe Meroni con sede in Via A. Stoppani, 38 - 20851 LISSONE MB - C.F. 85004550159, in persona del Legale Rappresentante pro-tempore

Premesso che

La ditta Proramillenote Srl rivolge la sua attenzione nei confronti degli studenti dell'Istituto "G. Meroni" di tutte le sezioni delle classi IV^a e V^a dei corsi di Grafica e Design, ed in questo ambito intende premiare con una borsa di studio alcuni studenti iscritti regolarmente all'anno scolastico di riferimento;

alla scuola sono note le finalità dell'attività svolta dalla ditta Proramillenote Srl e che esse non contrastano con le attività educative e culturali svolte dalla scuola stessa.

Si conviene e si stipula quanto segue:

È indetta l'**Edizione 8 relativa all'Anno Scolastico 2025-2026** del "Concorso per la progettazione di brand reminder da scrivania innovativi".

1. La ditta Proramillenote Srl si impegna a riconoscere

a) **3 borse di studio** agli alunni che hanno realizzato i migliori progetti innovativi, in senso assoluto, determinati sulla base dei punteggi raccolti;

b) **3 menzioni speciali** determinate dalla giuria.

2. I progetti dovranno essere realizzati da singoli alunni ed avranno come titolo e tema: "Concorso per la progettazione di brand reminder da scrivania innovativi".

3. Ogni studente presenterà la propria proposta sotto forma di **file in formato elettronico** oppure di **disegni su carta**.

4. **La realizzazione di un campione manuale, o mockup, è obbligatoria** e dovrà essere presentata in formato digitale, allegata al resto della documentazione di progetto. Proramillenote si riserva la possibilità di richiedere una copia fisica del campione ai fini delle valutazioni.
5. Scadenza: i progetti dovranno essere presentati entro il **30/04/2026**;
6. Le **borse di studio** consisteranno in assegni bancari oppure bonifici dei seguenti importi:
- € 500,00 (cinquecento) al progetto 1° classificato;
 - € 300,00 (trecento) al progetto 2° classificato;
 - € 200,00 (duecento) al progetto 3° classificato;
7. **Menzioni speciali**
- Naming e logo € 100,00;
 - Presentazione professionale € 100,00;
 - Creatività € 100,00;
8. I progetti realizzati saranno di **proprietà di Proramillenote srl. Lo studente/designer cede tutti i diritti alla scrivente società.**
9. Lo Staff dell'azienda Proramillenote SRL organizzerà la commissione che selezionerà i migliori progetti.
10. Alcuni rappresentanti di Proramillenote SRL saranno presenti alla premiazione degli alunni che avverrà con una piccola cerimonia alla quale è invitato il corpo docente, gli studenti dell'Istituto G. Meroni ed i loro genitori e comunque secondo le esigenze operative delle parti e le **norme vigenti.**
11. L'erogazione del premio in denaro, ovvero la borsa di studio, verrà erogata direttamente da Proramillenote SRL ai singoli studenti, quindi la parte burocratica ed amministrativa sarà di competenza di Proramillenote SRL, secondo normativa.

Proramillenote SRL
Il Legale Rappresentante
Giorgio Mapelli

I.S. GIUSEPPE MERONI
IL DIRIGENTE SCOLASTICO
Prof. **VALENTINA CALI'**

OGGETTO: Premio design gadget da scrivania - ottava edizione A.S. 2025-2026
"Concorso per la progettazione di brand reminder da scrivania innovativi".

Egregi Signori,

La scrivente società con sede ad Arcore (MB) - proramillenote.it è specializzata nella produzione e commercializzazione di articoli cartotecnici promozionali finalizzati alla diffusione ed al "ricordo marchio" in occasione di lanci di prodotti, campagne di "branding" o, più semplicemente, da utilizzare come gadget o regali d'affari.

L'ambito in cui i suddetti articoli vengono utilizzati è quasi esclusivamente quello lavorativo ovvero l'ambiente **d'ufficio, aziendale** o dello **studio del medico o del libero professionista** e, nella fattispecie, è previsto l'utilizzo sulla **scrivania** e sulle **pareti**, affinché l'oggetto possa essere costantemente in vista e frequentemente utilizzato dal destinatario della campagna pubblicitaria.

1) TUTTI I PREMI

1.1 PREMI IN DENARO

Sono previsti 3 premi in denaro per i primi classificati

1. **Primo** classificato € 500,00 (cinquecento)
2. **Secondo** classificato € 300,00 (trecento)
3. **Terzo** classificato € 200,00 (duecento)

L'assegno bancario sarà consegnato in occasione della "Cerimonia di Premiazione" che avverrà in luogo e data da definirsi in base alla disponibilità del vostro Istituto e della nostra Azienda.

1.2 MENZIONI SPECIALI

Le menzioni speciali metteranno in evidenza il punto di incontro tra l'idea innovativa e la capacità del designer di raccontare il proprio progetto.

Sviluppo quindi, ma anche veste grafica, scelta dei colori, naming e logo dell'oggetto dovranno arricchire e completare i progetti esecutivi affinché siano più credibili agli occhi della committenza, proprio come accadrebbe in un team di sviluppo di prodotto in azienda.

Le menzioni speciali saranno consegnate in occasione della "Cerimonia di Premiazione" che avverrà in luogo e data da definirsi in base alla disponibilità del vostro Istituto e della nostra Azienda.

Menzioni speciali

4. **Studio del logo e naming** € 100,00 (cento)
5. **Presentazione professionale** € 100,00 (cento)
6. **Creatività** € 100,00 (cento)

1.3 ATTESTATO DI PARTECIPAZIONE

Tutti gli studenti presenti alla premiazione avranno un attestato di partecipazione. L'attestato sarà consegnato in occasione della "Cerimonia di Premiazione" che avverrà in luogo e data da definirsi in base alla disponibilità del vostro Istituto e della nostra Azienda.

1.4 PERSONAL BRANDING

Oltre al premio, gli oggetti che andranno in produzione e che saranno inclusi nel campionario, potranno riportare il **nome dello studente-designer** offrendo ai partecipanti una opportunità di **personal branding**.

2) CONCEPT PER L'EDIZIONE 8

Invitiamo gli studenti a progettare oggetti promozionali innovativi soffermandosi sulle **otto caratteristiche chiave** che daranno sostanza al progetto.

- **Multibrand**

Il gadget deve funzionare a prescindere dal logo scelto in fase di progettazione. Può ospitare più brand, mantenendo per ciascuno coerenza estetica e riconoscibilità. Un oggetto multibrand può comunicare più marchi, diverse linee di prodotto o concetti differenti.

- **Richiudibile e compatto**

La mobilità è fondamentale: prediligi forme intelligenti, pieghevoli e ottimizzate per il trasporto, con attenzione a dimensioni, peso e resistenza. Un oggetto richiudibile si ripiega o si chiude in modo ordinato; un oggetto compatto occupa poco spazio ed è facile da portare con sé.

- **Dinamico**

L'oggetto deve essere progettato per trasformarsi, interagire o adattarsi, includendo anche eventuali elementi di interattività o gioco.

- **Imitazione prodotto**

Un buon gadget da scrivania può simulare o reinterpretare un prodotto reale, una sua confezione o una sua forma caratteristica, come ad esempio una compressa (forma circolare). L'obiettivo è richiamare immediatamente il riferimento visivo del prodotto originale.

- **Originale**

L'elemento creativo è imprescindibile: il progetto deve proporre qualcosa di nuovo, non copiato né già visto sul mercato. L'originalità dà valore al concept e ne definisce la forza distintiva.

- **Facile da produrre**

Oltre a essere brillante e creativo, il progetto deve essere realizzabile. La semplicità produttiva – nei materiali, nelle tecniche e nei passaggi – aumenta la vendibilità e la concretezza dell'idea.

- **Ecologico**

Ogni concept deve considerare l'impatto ambientale: seleziona materiali sostenibili, riciclati o riciclabili e favorisci processi costruttivi rispettosi dell'ambiente. Un design "green" è oggi parte integrante di ogni progetto responsabile.

- **Sagomato**

Il gadget può avere una forma specifica o personalizzata, pensata per una funzionalità o un'estetica particolari, come l'imitazione di un logo, la silhouette di un prodotto o una geometria riconoscibile.

L'edizione in corso invita i designer a concentrare a loro creatività sul concetto di *FORMA*, valorizzata in tutte le sue declinazioni. Le linee guida sono introdotte nel prossimo capitolo.

3) CHALLENGE SHAPE

La sfida da superare, per l'edizione, 8 è legata al concetto di *FORMA*

La geometria non è solo forma: è linguaggio, comunicazione e spazio creativo.

La **Challenge SHAPE** invita i designer a sperimentarne il pieno potenziale, reinterprestando gli oggetti promozionali attraverso variazioni strutturali che influenzano non solo l'estetica, ma anche la funzionalità e la percezione del prodotto da parte del pubblico.

Alcune declinazioni possibili del concetto di Forma

- **Sagomato**

Sagomato significa utilizzare forme non standard, geometriche o organiche, per dare identità immediata al progetto. La sagoma diventa il primo messaggio visivo e rende l'oggetto unico rispetto ai formati tradizionali.

- **Crowner**

Il crowner valorizza la parte superiore dell'oggetto, creando un punto di attenzione immediato. Arricchito da curve, elementi iconici o profili scenografici, la forma diventa un segno distintivo che cattura lo sguardo e aggiunge verticalità.

- **Verticalità**

Verticalità indica l'uso di altezze proporzionate per costruire una gerarchia visiva più chiara. In concreto, tra gli oggetti presenti sulla scrivania, la verticalità fa spiccare, tra gli altri, l'oggetto progettato.

- **Imitazione del prodotto**

Imitazione prodotto utilizza la forma per richiamare packaging, ingredienti o elementi del prodotto stesso. Un contorno che anticipa ciò che il cliente troverà all'interno e crea una forte coerenza tra brand, messaggio e oggetto.

la Challenge SHAPE invita a sperimentare silhouette e profili, anche in senso spaziale tridimensionale, per dare carattere e impatto al progetto.

La forma è una leva strategica capace di raccontare, distinguere e rendere memorabile ogni creazione.

4) OGGETTI INTERESSANTI PER IL NOSTRO MERCATO

È gradita, ma non vincolante, l'eventuale integrazione dell'oggetto cartotecnico con gli strumenti delle moderne **tecnologie**, per esempio: smartphone e tablet, penne touch, il monitor del PC, il mouse e la tastiera, ma anche **strumenti di uso quotidiano** più tradizionali come il calendario, l'orologio da tavolo, il porta penne ... o altro.

Oggetti interessanti ammessi

Priorità 1

- a) Oggetti da scrivania
- b) Oggetti utili in sala d'aspetto
- c) Oggetti utili in sala congressi
- d) Oggetti utili sul bancone di farmacia, negozio, officina...

5) MODELLI ORIGINALI, MAI PRODOTTI PRIMA

I tre modelli premiati quindi, devono essere **originali (mai prodotti prima)**, funzionali all'attività lavorativa quotidiana del medico, del dirigente, del libero professionista, dell'impiegato o di chiunque lavori alla scrivania e, nel contempo, devono prevedere uno spazio il più possibile ampio e ben visibile al fine di veicolare un messaggio pubblicitario o logo che deve permanere fino al completo utilizzo dell'oggetto, quest'ultimo deve avere dimensioni tali da non risultare troppo ingombrante o troppo pesante.

6) MATERIALI

Questa edizione richiede l'uso dei seguenti materiali:

- Carta uso mano bianca o colorata
- Carta adesiva tipo post-it
- Cartoncino teso bianco o colorato
- Cartone microonda
- Carta e cartoncino riciclato oppure ecologico speciale (carta seme, carta uva, carta caffè...)

7) TECNICHE DI STAMPA

Le tecniche di stampa ammesse per la personalizzazione dei gadget sono le seguenti:

- La tampografia,
- La stampa a caldo,
- La stampa a secco,
- La serigrafia,
- La stampa digitale,
- La stampa offset.

7) I CRITERI PREMIANTI

La griglia di valutazione è suddivisa in 2 aree che danno origine, ciascuna, ad una specifica griglia di criteri di valutazione:

- Area design
- Area grafica

CRITERI PREMIANTI "AREA DESIGN"

- **Coerenza con le indicazioni di Concept e Challenge**

Chiediamo che il progetto segua le linee guida indicate nel concept e della Challenge

- **Innovazione**

Il progetto dovrà essere unico. Puoi prendere esempio da oggetti antichi -ma utili- e adattarli a nuove funzionalità. Gli oggetti possono raccontare storie mutuando le tecniche dello story-telling, possono diventare giochi richiamando l'esperienza utente dei videogiochi, oppure svelare lati nascosti! Pensa ad oggetti capaci di movimento!

- **Target utilizzatore**

Sarà criterio premiante la capacità del designer di finalizzare l'oggetto progettato all'uso nel contesto aziendale in genere ed in particolare per:

- a. l'ambiente d'ufficio
- b. lo studio del medico
- c. lo studio del libero professionista, dell'avvocato, del consulente o dell'assicuratore

Richiediamo il design di oggetti di arredo utili sulla scrivania, poco ingombranti, gradevoli da tenere sempre in vista ed utilizzabili frequentemente dai destinatari della campagna pubblicitaria.

I brand reminder potrebbero anche essere applicati sulle pareti, come calendari e lavagnette sulle quali prendere appunti.

- **Macchinabilità (semplice producibilità)**

La macchinabilità è la possibilità di mettere immediatamente in esecuzione il tuo progetto, così come l'hai consegnato. Più sarà curato e dettagliato il progetto, più sarà immediatamente macchinabile. Rifletti sulle caratteristiche dei materiali, anticipa e risolvi le possibili difficoltà di produzione. Chiedi al docente di "Materiali" se hai dubbi, oppure alla nostra mail ossoduro@proramillenote.it. Cerca di immaginare il tuo oggetto realizzato in migliaia di pezzi. La creazione di un modellino ti sarà di aiuto per superare questo test.

- **Basso costo di produzione**

Semplificare, semplificare, semplificare! Il segreto è immaginare l'oggetto prodotto in 100.000 unità. Limita al minimo la lavorazione artigianale, riduci, per esempio, i punti colla ed i passaggi di montaggio manuale...

Pensate a tutto quello che è sostituibile nella realizzazione e che può dare lo stesso risultato utilizzando un modo più semplice.

Gli origami si montano senza colla, non copiateli ma lasciatevi ispirare da incastri e geometria!

- **"Wow effect"**

"Wow effect is a state of mind". Eh sì, l'effetto wow è uno stato d'animo speciale e di solito si riferisce alla "vista" di qualcosa di speciale. Quando sei sorpreso da qualcosa di meraviglioso e davvero eccezionale ottieni *l'effetto wow*. Abbiamo bisogno di un design utile e funzionale e che contemporaneamente sappia stupire. L'effetto wow si ottiene anche attraverso una sensazione piacevole da ricordare.

CRITERI PREMIANTI "AREA GRAFICA"

- **Studio del logo e naming**
Per ogni oggetto è richiesto il nome del modello e un logo
- **Presentazione professionale**
Tu che studi grafica lo sai...l'abito fa il monaco, altro che no!
- **Creatività**
Gli oggetti dovranno essere **originali (mai prodotti prima)**.

9) CONSEGNA DEGLI ELABORATI PER LA VALUTAZIONE

Scadenza: 30/04/2026

10) IN EVIDENZA

QUEST'ANNO SARANNO OBBLIGATORI:

- Gli elaborati dovranno essere aderenti al concept ed alla challenge
- L'ideazione del nome e del logo dell'oggetto
- Presentazione accurata del progetto e descrizione (in formato elettronico PDF, PPT)
inoltrare la documentazione in formato elettronico all'indirizzo
ossoduro@proramillenote.it
- Mockup obbligatorio almeno in formato digitale. Proramillenote si riserva di chiedere il mockup fisico per necessità di comprensione e valutazione del progetto.