



IL CONTEST Proposte accattivanti con i ragazzi di Santa Giulia: premiati i più bravi



I motivi colorati sulle vetture, la soddisfazione di Accademia Santa Giulia e Saottini: ottimo il risultato raggiunto dal contest

I colori a quattro ruote con Saottini e Hdemia

Paola Vivaldi e Filippo Aquilino sono i vincitori del concorso finalizzato a rendere frizzanti tre vetture «limited edition»

Marta Giansanti

●● Raffinatezza e ricercatezza: è il binomio perfetto che caratterizza i progetti artistici di Paola Vivaldi e Filippo Aquilino, vincitori del contest lanciato dal Gruppo Saottini Auto agli studenti dell'Accademia di Belle Arti Santa-Giulia. Un concorso, a cui hanno preso parte una cinquantina di ragazzi iscritti al triennio di Grafica e al biennio di Grafica e Comunicazione, finalizzato alla realizzazione di pellicole avvolgen-

ti (dette Wrap) di alcune Volkswagen della concessionaria. Coperture originali per rinnovare l'aspetto di tre automobili, limited edition, che andranno a colorare le città di Desenzano e di Brescia. Opere «personalizzanti» rivolte a richiamare gli elementi simbolo e distintivi delle due realtà: i pesci di lago e la leonessa per Filippo, contraddistinti da un tratto «essenziale e dinamico» utilizzando solo due tonalità del blu; una palette sgarriante per Paola e la rappresentazione, con forme sinuose quasi in modalità «cartoon», del

patrimonio monumentale e storico di cui sono permeate le città, oltre alle numerose specialità gastronomiche tradizionali.

«**Ho preso ispirazione** - spiega il vincitore in diretta streaming dal Belgio - dai lavori del designer Enzo Mari ne "La serie della natura" che rende omaggio a elementi naturali per cercare, attraverso una metodologica eliminazione di segni superflui, di arrivare all'essenza più pura dei soggetti». Obiettivo pienamente centrato seguendo le forme dell'utilitaria «per conferire dinamicità, sportività ma allo stesso tempo eleganza». «I nostri ragazzi non perdono occasione per fare bella figura e per farci fare bella figura», è il fiero commento dell'amministratore delegato del Gruppo Foppa Giovanni Lodrini esteso a tutti i partecipanti del conte-

st. Ogni proposta presentata, infatti, «è stata originale, inedita e innovativa - specifica Lorenzo Rosi, responsabile marketing di Saottini Auto -, alla cui base si avverte uno studio approfondito, reso ancora più chiaro nella ricerca dei colori e dei temi scelti».

Progetti che si fanno spazio «nel connubio tra reale e virtuale - sottolinea il coordinatore del corso di Grafica Massimo Tantardini -: è l'immagine che si fa spazio nella percezione del reale e nella volontà di tradurre i valori e lo spirito del committente». Saottini e Hdemia: «Due eccellenze del territorio fuse in un unico e sinergico percorso di collaborazione che andrà avanti nel tempo», è l'augurio di Alessandro Bettinoni, direttore generale del Gruppo.

© RIPRODUZIONE RISERVATA