

IULM Talent & Creativity Challenge – III edizione

L'università è per definizione il luogo della sfida intellettuale. Imparare significa mettersi alla prova, allargare lo sguardo, aprire la mente.

Il segreto della nostra Università è il dialogo continuo e serrato fra sensibilità diverse, fra le discipline di segno economico e quelle di tipo umanistico. Il nostro Ateneo coltiva l'idea che "saper fare" e "sapere" debbano andare di pari passo. È questo il segreto della formazione dei nostri studenti, ai quali chiediamo di essere capaci di pensiero critico e creativo, con una forma mentis allenata e pronta a cogliere le trasformazioni del mondo intorno a loro.

In quest'ottica, per la terza volta, IULM propone agli studenti di mettere alla prova il proprio talento e la propria creatività partecipando alla terza edizione di IULM Talent & Creativity Challenge inviando un prodotto creativo per una delle categorie proposte. Una giuria di docenti e professionisti stabilirà il vincitore per ciascuna categoria.

Possono partecipare, singolarmente o in gruppo, tutti gli studenti regolarmente iscritti a un corso di laurea, di laurea magistrale o a un Master universitario, oltre a coloro che si sono laureati a partire dalla sessione di laurea di luglio 2023. È possibile candidarsi in non più di tre categorie.

A questo [link](#) i dettagli per il caricamento dei progetti, che potrà avvenire a partire dal **3 febbraio 2025 al 7 marzo 2025**.

Per eventuali domande è possibile scrivere una email a talent@iulm.it

Per i vincitori di ciascuna delle varie categorie è previsto un contributo in denaro (variabile da € 1.000 a € 3.000, a insindacabile giudizio della giuria, anche in considerazione dell'impegno produttivo messo in campo per la realizzazione del prodotto richiesto).

1. Cortometraggio

I partecipanti dovranno realizzare un cortometraggio di finzione con durata inferiore ai 5 minuti.

Ogni tecnica è ammessa, così come qualsiasi genere. Il lavoro deve essere stato realizzato successivamente a luglio 2023.

REFERENTE e PRESIDENTE GIURIA: Prof. Gianni Canova

2. Racconto breve

I partecipanti dovranno scrivere un racconto letterario (short story), di non più di 20.000 caratteri (spazi compresi), che declini la parola dell'anno in chiave comica.

REFERENTE e PRESIDENTE GIURIA: Prof. Paolo Giovannetti

3. Spot pubblicitario

IULM STRATEGY

OBIETTIVO: Ideare e realizzare uno spot pubblicitario della durata massima di 60 secondi il cui tema sia il lancio di IULM STRATEGY.

IULM STRATEGY è un gioco di strategia per PC e/o console (riferimenti storici possono essere Civilization o Age of Empires o simili). Solo che invece di fondare città e imperi si deve fondare un'agenzia di pubblicità, farla combattere contro la concorrenza, difenderla dai pericoli e aiutarla a crescere nell'insospitale scenario contemporaneo.

Disclaimer: IULM STRATEGY è un prodotto immaginario.

Le proposte dovranno partire dall'ideazione ed essere poi realizzate, utilizzando qualunque device a disposizione, a partire da uno smartphone.

REFERENTE e PRESIDENTE GIURIA: Dott. Guido Cornara

4. Traduzione di un testo letterario

I partecipanti dovranno realizzare la traduzione in italiano del testo di Steve Rasnic Tem tratto dal racconto "At Play in the Fields" (2011).

After years of repetition, waking up in some altered state had become the expected outcome of long, uninterrupted slumber. Since childhood, Tom had come to think of sleep as practically a means of transportation. If ill or depressed he'd take to his bed for that healing power of sleep, reviving at some point forward in time, in a better place, a healthier frame of mind.

So when he regained consciousness this time in a brilliant haze of light he was not extremely concerned, even when he saw an enormous plant maybe eight feet tall—some sort of succulent bromeliad, he believed—moving about in the room, its long fleshy leaves touching tables and racks, picking up bottles and tools, its flexible stamen waving. Near the top of the plant the leaves had widened into shoulders, where some sort of brightly-lit chandelier was mounted.

Clearly he should have screamed, or been overwhelmed by anxiety, and in some compartment of his mind he was. But the trauma was muted, the terror inaccessible.

The plant waved a cluster of long filaments in Tom's direction, emitting a high-pitched, scraping sound. Now feeling the beginnings of concern, he attempted to escape. But he appeared to be paralyzed, his limbs oblivious to urgent commands. He wasn't strong enough to even cover his ears.

The scraping ceased. "I apologize," said a voice inside his head. "I had not activated your implant." Tom managed to twist his neck slightly in order to find the source of the voice, whether a presence or some visible speaker grille. He found nothing, but noticed that the handles on the tools, the vessels on the tables, were distorted, as if melted. He was hallucinating, then. Maybe he'd eaten something toxic. The plant moved with unbelievable rapidity, as an octopus had moved across the ocean floor in a nature documentary he'd seen recently, and now leaned over him.

[...] Tom took a deep breath and looked around. The room appeared sterile, and there were recognizable tubes, containers, liquids, instruments—with handles and other attachments distorted and unlike anything he'd ever seen before. But they made a kind of sense, given the nature of the creature before him, who gave an impression of floating on a mop of fine roots. He understood now that this plant—thing was in constant, subtle movement—its leaves, stems—gently flowing, changing shape in a way that emphasized this impression of floating.

"You were suspended."

"What? What do you mean?"

"You were placed in a state ... cannot translate ... cannot translate. You were placed in a condition of suspended animation. The technology was primitive then, but there have been... cannot translate. There have been survivors. Cannot translate. Did they make promises to you concerning the eventual outcome?" "What? No ... I told you. It was just supposed to be a simple procedure. No one said anything about suspended animation or anything like that." [...]

"I know that sounds harsh, but sometimes you have to step back, view history with a bit of perspective. That's what I used to do—I taught high school history. There were too many people, and with the droughts, the infestations, many crops were lost. People came up from Latin America looking for food—Mexico was just a rest stop. Refugees were pouring out of Asia into Europe, away from flooded coastal cities everywhere. No way could all those people be fed. The fields were empty, and then the fields were filled with bodies. They deserved better. My father would have agreed with that much. People deserve better."

"Your father thought you deserved better. So he sent you forward—."

"To where?" Anxiety was beginning to fill him. "To when? When is this?" "Cannot translate. Cannot translate," the plant's heavy leaves rose and fell, rhythmic and graceful as some deep jungle ballerina. "To here. To now."

It was easier just to imagine yourself a new person than to attempt to adjust, carrying around the old self's vague memories, as if you'd read them in a book. "Therapy has been performed" according to the implanted translator, but details were untranslatable, answered instead by a series of random sounds. It bothered him, certainly, to have been tampered with, and to wake up owing someone for his revival. But it was all the life he had. Loss and displacement aside, the most difficult thing that first year was coping with the apparent limits of the translator. Although the quality improved, there were always gaps where a lengthy period of attempted communication resulted in a disappointingly blunt "cannot translate," or worse, absolute silence. [...]

From the patch directly in front of him, he picked up a small metallic jar and was looking at it when broad hands attached to skinny arms snatched it away. [...] A rhythmic crunching noise surprised him. One of his fellow assistants was jogging across the debris field toward him. "The name's Franklin!" the man shouted. [...]

"Do you know when this is?" Tom asked eagerly. Franklin laughed. "Sorry. No, I don't think any of us do. 'Cannot translate,' which is what they say if there's something they don't want you to know."

"I don't think my companion would lie—I don't think he even can."

"But he can leave out the details, or say nothing at all. Surely he's like all the other flowers in this petunia patch, and you get these long, silent, brooding spells?"

"Well, yes. But there's no way for us to know what that silence actually means, or how it functions for them. They're not plants, by the way." [...]

During the next few months Tom became obsessed with the complexities of reconstituting a vanished world from its pieces—his world, and that world which had evolved into being while he slept.

[...]

"My father believed every human being deserved two things—meaningful work and a home to live in or come back to when the world felt unsafe. My mother tended to agree but her practical nature told her that not everyone got what they deserved, and when survival was at stake self-fulfilment was a luxury. The fact that they never managed to own their own home caused my father great shame. [...]

"But he was determined that one day we would have a house of our own and toward that end he found what he thought was the perfect front door. On a demolition job he discovered this thick door with carved panels and an elaborate brass doorknob. He took it home to our little rented duplex and leaned it against the wall and announced to the family that we were going to have a great house someday and that this would be the front door.

"The next morning he replaced the door to the duplex with this new one. It didn't quite fit and he had to trim it and make some adjustments to the frame. He had an extra key made and gave it to the owner because, of course, it was actually his house. The owner wasn't very happy but my dad could be pretty charming.

"From then on, wherever we moved my father carried that door. Sometimes he had to cut it to fit a smaller opening and sometimes he had to add lumber to one end to widen it or make it taller. After a few years with all those alterations it didn't look so elegant, but it was still strong, and it was our door. I'm sure we were evicted more than once because of it, but he was stubborn. I think the uglier it became, the more he liked it.

"Dad used to tell me stories about early civilizations, about the night watch, and how people would lock themselves in at night behind a good door to protect themselves from wild animals and thieves. [...] My father desperately wanted to make his mark but didn't know how. He said we should leave behind more than a few scattered bones in a field, that we all deserved better. He thought you should feel that your limited time here mattered. That you had opened doors.

"For me the worst thing about those last few years of my old life was that mattering didn't seem possible anymore. It appeared to be too late to make a difference. Has that changed? Can you tell me

that?" For a long time Tom waited there by that beautiful, unknowable alien thing. The answer finally came, faintly, as if across some vast distance.

REFERENTE e PRESIDENTE GIURIA: Prof.ssa Mara Logaldo

5. Traduzione audiovisiva

I partecipanti possono scegliere una delle seguenti opzioni:

1) realizzare i sottotitoli in italiano del cortometraggio Soul Office (Ryan Loughran, 2021) e salvare come file srt (SubRip File Format). I sottotitoli devono essere numerati e sincronizzati ai dialoghi, quindi completi di time code in/out; devono inoltre rispettare tutte le regole di condensazione, segmentazione e formattazione (corsivi, maiuscolo/minuscolo). Il numero massimo di caratteri per riga consentito è 40, il tempo di lettura è di 15 caratteri al secondo. N.B.

a) Il file srt. in inglese allegato deve servire solo come traccia, può contenere errori;

b) se si incontrano problemi a caricare il file srt, seguire le istruzioni al punto 3 su

<https://iulm.sharepoint.com/sites/IULMTalent23/SitePages/Traduzione%20audiovisiva.aspx>:

-> documentazione (file di dimensione maggiore a 1GB) -> caricare il file su OneDrive e copiare il collegamento nel punto 4 -> Note Progetto.

2) realizzare il copione per il doppiaggio del cortometraggio Soul Office (Ryan Loughran, 2021), producendo un file Word. L'adattamento deve contenere: pagina iniziale con titolo del film e nome dell'adattatore; pagina con sinossi e cartelli; pagina con elenco dei personaggi e delle voci; le battute di dialogo saranno precedute dal nome del personaggio e da time code in (minuti e secondi, per es., 02:35); utilizzare le indicazioni necessarie (in campo, fuori campo, ecc.) seguendo le abbreviazioni disponibili sul sito AIDAC. Per esempio:

(FC): Fuori Campo

(IC): In Campo

(SOVR): Sovrapposizione (quando un personaggio parla contemporaneamente a un altro)

(RIS.): Risatina

(DS): Di Spalle (quando le labbra del personaggio non sono visibili)

(SM): Sul Muto (battuta inesistente nel sonoro originale)

(FIATO): Emissione forzata di fiato

(VERSO): Indica un verso umano; altrimenti, per es., (GRIDA) (RIDE) (PIANGE)

Ogni pagina deve contenere max 20 righe e deve essere numerata.

REFERENTE e PRESIDENTE GIURIA: Prof.ssa Mara Logaldo

6. Recensione

I partecipanti dovranno scrivere la recensione di un film uscito negli ultimi 3 anni, che dovrà essere lunga non più di 2000 caratteri (spazi inclusi) e inviarla in formato docx, indicando in testa al file il titolo originale e italiano del film, il regista e l'anno di uscita.

REFERENTE e PRESIDENTE GIURIA: Prof. FabioVittorini

7. Book trailer

I partecipanti dovranno realizzare un video promozionale che invogli alla lettura di un testo narrativo edito, indifferentemente italiano o straniero, classico o contemporaneo. Il video dovrà avere una durata inferiore ai 2 minuti. Ogni tecnica è ammessa, così come la scelta del genere e del registro espressivo. Il booktrailer deve essere stato realizzato successivamente a maggio 2023.

REFERENTE e PRESIDENTE GIURIA: Prof. Gianni Canova

8. Fotografia

I partecipanti dovranno realizzare uno scatto fotografico ispirato alla Word of the Year 2025: STRATEGIA. Il tema potrà essere sviluppato secondo una prospettiva personale, utilizzando qualsiasi

device, tecnica e stile. Le foto potranno essere a colori o in bianco e nero e potranno essere manipolate graficamente. Saranno accettate foto scattate sia in formato orizzontale che verticale. Non vi è alcuna restrizione creativa o stilistica.

REFERENTE e PRESIDENTE GIURIA: Dott. Fabio Liggeri

9. Format Radio

I partecipanti dovranno presentare una serie audio originale, di 6-10 puntate, di 15-30 minuti ciascuna, concepita come formato radiofonico o un podcast, di informazione o finzione, che racconti una vicenda di trasformazione e cambiamento accaduta in passato, attualmente in corso o auspicabile in futuro. Il taglio può essere giornalistico e legato all'attualità oppure di approfondimento in stile documentaristico, o una narrazione d'invenzione più o meno ispirata a casi reali. È richiesta la stesura di un progetto scritto 3-10 pagine con concept e descrizione della serie e delle singole puntate, la realizzazione (file audio in formato mp3 o wav) della prima puntata o di un demo di 5/10 minuti. Verranno valutati il concept, la struttura, la scrittura, le voci, i materiali sonori, il sound design. Speciale attenzione sarà rivolta alla presenza e all'uso di elementi di storytelling caratteristici di un medium puramente sonoro.

REFERENTE e PRESIDENTE GIURIA: Dott.ssa Gaia Varon

10. Format Tv

Il proponente (singolo o gruppo) dovrà presentare il concept di una serie tv teen, rivolta a un pubblico giovane.

Il materiale da presentare dovrà essere composto da:

- *concept della serie (max 200 parole)*
- *elenco e descrizione dei personaggi*
- *descrizione dell'ambientazione e dei luoghi*
- *formato (numero di puntate previste, durata della singola puntata)*

È possibile anche presentare, se si desidera, il trailer video della serie, di durata max 30 secondi.

REFERENTE e PRESIDENTE GIURIA: Prof.ssa Daniela Cardini

11. Comunicazione turistica

La sostenibilità è un valore importante per la generazione Z, ma le aziende faticano a comunicarla. Comunicare la sostenibilità alla Generazione Z è una sfida che anche le aziende di turismo stanno affrontando, confrontandosi con la difficoltà di far leva su un marketing che cerca di cambiare i comportamenti degli ospiti.

L'Italia è una destinazione di primo livello e consolidata sul mercato internazionale da decenni. Nonostante la lunga tradizione turistica e gli investimenti sui temi della sostenibilità, poco ancora è stato fatto in ottica di comunicazione alla generazione Z.

- *Come comunicare la sostenibilità dell'offerta turistica italiana per attrarre un target di turisti tra i venti e i trent'anni?*
- *Come comunicare in modo efficace pratiche di sostenibilità che comportano delle rinunce per gli ospiti?*
- *Quali sono gli elementi di valore attorno ai quali i messaggi devono essere costruiti?*
- *Con quali linguaggi e quali strumenti?*
- *Quali opportunità per comunicare nuove esperienze sostenibili alla luce delle esigenze e delle motivazioni di questo specifico target?*

Per rispondere a queste domande potranno essere presentate:

- *Progetti di campagne sull'ecosistema di comunicazione digitale*
- *Progetti di gaming*
- *Progetti di influencer marketing*
- *Progetti di partnership con soggetti pubblici e privati*
- *Altre attività di comunicazione crossmediale anche attraverso produzioni di contenuti audio e video*

REFERENTE e PRESIDENTE GIURIA: Prof.ssa Anna Scuttari

12. Concept Mostra

Ai partecipanti è richiesto di elaborare un progetto espositivo ispirato alla Word of the Year: Strategia. Il dossier di presentazione sottoposto alla valutazione dovrà prevedere: titolo e concept della mostra, selezione delle opere esposte (titoli, immagini, eventuali provenienze), articolazione del percorso espositivo, ipotesi di allestimento dello spazio virtuale, approfondimenti su produzione e comunicazione della mostra, descrizione e programmazione di un'agenda di possibili eventi significativi collegati alla mostra, e altre informazioni utili alla comprensione della proposta.

Il dossier dovrà essere accompagnato da un file visivo o audiovisivo di presentazione e di visualizzazione del progetto.

REFERENTE e PRESIDENTE GIURIA: Prof. Vincenzo Trione

13. Campagna di Marketing

IULM Store Experience Challenge: ripensare lo IULM Store al centro della vita universitaria

La sfida invita gli studenti a riprogettare lo IULM Store, trasformandolo in uno spazio ottimizzato e strategico, capace di attirare e coinvolgere la community universitaria. Oltre a ripensare layout e merchandising, il progetto dovrà proporre strategie innovative per integrare lo store nella quotidianità degli studenti, massimizzandone l'utilità e l'attrattività.

1. Ridefinire il concept dello IULM Store come hub studentesco

I partecipanti dovranno proporre un nuovo concept che renda lo store centrale nella vita degli studenti, generando interesse e coinvolgimento. Il concept dovrà includere anche estensioni digitali, offrendo soluzioni pratiche per la vita accademica e introducendo un'offerta innovativa con valore sociale.

2. Strategie per attrarre e incentivare l'utilizzo dello store

Un aspetto chiave del contest sarà sviluppare idee per attirare studenti nello store e incentivarne l'utilizzo, attraverso:

- *Promozioni e incentivi: Offerte speciali, premi fedeltà o sconti dedicati agli studenti.*
- *Campagne digitali: Contenuti accattivanti su social media (Instagram, TikTok) per promuovere prodotti e servizi.*
- *Collaborazione con i canali interni: Coinvolgere piattaforme come Radio IULM per spot promozionali o messaggi dedicati.*

3. Progettare il layout e il merchandising dello store

La sfida include il ripensamento della disposizione fisica dello store per ottimizzare lo spazio e migliorare l'esperienza degli studenti:

- *Layout funzionale: Creare un'organizzazione fluida e accessibile anche nei momenti di maggiore affluenza.*

- *Integrazione digitale: Incorporare elementi tecnologici come schermi interattivi o QR code per un'esperienza moderna e coinvolgente.*
- *Merchandising strategico: Valorizzare le categorie di prodotti più rilevanti o innovative attraverso espositori creativi e ben posizionati.*

4. Ideare una campagna di comunicazione integrata

La campagna di comunicazione dovrà enfatizzare le novità e i benefici dello store, coinvolgendo attivamente la community dell'università. Potrà includere:

- *Social media: Promozioni, video brevi e contenuti interattivi per piattaforme come Instagram e TikTok.*
- *Radio IULM: Spot o messaggi dedicati che promuovano l'esperienza del nuovo store.*
- *Affissioni interne: Poster e materiali informativi nei punti strategici dell'università e nello stesso store.*

REFERENTE e PRESIDENTE GIURIA: Prof. Francesco Massara

14. Progetto di Comunicazione di un prodotto di Moda o di Design

I candidati dovranno presentare un progetto di comunicazione legato al mondo della moda o del design. Il progetto può consistere in un manifesto o annuncio stampa o in un video finalizzato per i social della durata massima di 30 secondi.

Il progetto verbo-visivo (immagine o video) dovrà essere accompagnata da un brief di progetto che si dovrà articolare sui seguenti punti:

1. *La presentazione dell'oggetto di moda o di design su cui verterà il progetto di comunicazione.*
2. *Il concept da cui si sviluppa l'idea creativa.*
3. *La motivazione del formato scelto e dei canali su cui verrà distribuita la comunicazione di prodotto\servizio.*
4. *La spiegazione della eventuale scelta del testimonial/influencer/content creator.*
5. *La eventuale spiegazione dello storytelling scelto.*
6. *La spiegazione di qual è il pubblico target della comunicazione.*
7. *L'indicazione di qual è l'universo valoriale di riferimento del prodotto e in che modo esso viene esplicitato dalla comunicazione proposta.*
8. *Quale posizionamento si vuole raggiungere (luxury, premium, di massa) e perché.*

REFERENTE e PRESIDENTE GIURIA: Prof. Mauro Ferraresi

15. Progetto Eco sostenibile per la IULM

Il contest creativo è volto a progettare iniziative innovative, pratiche e misurabili, legate ai Sustainable Development Goals (SDGs) dell'Agenda 2030 dell'ONU volte a migliorare e consolidare il percorso dell'Università IULM nel campo della sostenibilità.

I partecipanti sono invitati a ideare progetti per migliorare le pratiche quotidiane di IULM relativamente alle dimensioni ambientali e/o sociali degli SDGs e che promuovano IULM come modello di innovazione sostenibile nel panorama nazionale ed internazionale.

Criteri di Valutazione

1. Innovazione pratica:

- Il progetto deve proporre iniziative e soluzioni concrete per migliorare le pratiche quotidiane all'interno del campus relativamente alle dimensioni ambientali e/o sociali degli SDGs. Ciò anche in collaborazione con start-up, aziende, enti pubblici e organizzazioni non governative impegnate sui temi della sostenibilità.

2. Impatto e sua misurabilità:

- Ogni progetto proposto deve includere una chiara identificazione dell'aspetto/degli aspetti specifico/i che intende risolvere o migliorare, della sua/loro rilevanza e illustrare come il progetto possa contribuire a fornire un miglioramento tangibile.

- *Definizione chiara degli obiettivi e dei risultati attesi*
- *Presenza e adeguatezza strumenti e metriche di monitoraggio dell'impatto del progetto*

3. Promozione e coinvolgimento comunitario:

- *Il progetto deve prevedere adeguati strumenti di promozione/comunicazione per coinvolgere la comunità universitaria e il territorio circostante promuovendo un senso di responsabilità condivisa verso la sostenibilità.*

4. Coerenza con gli SDGs:

- *Pertinenza e connessione a uno o più SDGs.*

5. Creatività e realizzabilità

- *Originalità dell'idea e realizzabilità pratica.*

Ogni progetto dovrà includere:

- *Una descrizione dettagliata dell'idea.*
- *L'analisi dell'aspetto affrontato e l'SDG/gli SDGs di riferimento.*
- *Obiettivi e impatto chiari e misurabili.*
- *Un piano di promozione e coinvolgimento comunitario.*
- *Un budget indicativo.*

REFERENTE e PRESIDENTE GIURIA: Prof.ssa Federica Ricceri

16. Progetto di Start Up

I partecipanti dovranno presentare un progetto di creazione di una nuova attività d'impresa, inclusivo di un business plan, a condizioni di sostenibilità ai sensi delle best practice indicate dai parametri ESG, con particolare riferimento alla comunicazione, alle industrie culturali e creative caratteristiche del Made in Italy, al turismo e alla fruizione del patrimonio culturale, anche in team con studenti o talenti non IULM.

REFERENTE e PRESIDENTE GIURIA: Prof. Angelo Miglietta

17. Applicazioni di AI per l'inclusione

I partecipanti dovranno progettare un'applicazione (app, piattaforma web, totem o altro tipo di interfaccia) finalizzata ad aiutare gli studenti nelle attività di studio universitario.

I partecipanti dovranno produrre una presentazione o un elaborato contenente i seguenti aspetti:

- *analisi di scenario ed eventuali relativi benchmark*
- *definizione del bisogno e pain point su cui andrà a operare la soluzione oggetto della progettazione - modellizzazione dell'applicazione comprensiva delle diverse componenti di AI eventualmente utilizzate*
- *benefici portati agli studenti dalla soluzione di potenziamento alle attività di studio*
- *stima della complessità di realizzazione e delle eventuali problematiche da risolvere (organizzative, gestionali, normative, etc)*
- *stima approssimativa di tempi e costi di realizzazione*

REFERENTE e PRESIDENTE GIURIA: Prof. Guido Di Fraia

18. Teatro

I partecipanti dovranno presentare un piano di regia teatrale a partire da un testo a loro scelta.

Il piano di regia dovrà essere composto da: testo spettacolo, note di regia, scenografia, piano luci, costumi, eventuali musiche.

REFERENTE E PRESIDENTE DI GIURIA: Prof.ssa Valentina Garavaglia