



## FLIPPED STUDIO “SUCCESSFUL INNOVATOR” - NOVA

Proiect Nr. 2020-1-LT01-KA227-ADU-094751

*19 artiști versus Covid-19 și modul în care Fedrigoni promovează  
”apropierea” distanțată social*



Sursă(e): <https://fedrigoni.com/en/>

<https://www.creativeboom.com/inspiration/fedrigoni/>



<https://creativesunite.eu/19-artists-versus-covid-19-and-how-fedrigoni-is-pushing-socially-distanced-togetherness/>

**Creator al bunei practici, țară: Fedrigoni Group, Regatul Unit**

**Sector:** Design & modă

**Tipul afacerii / ocupație:** *Întreprinderi Mici și Mijlocii*

### **Realizări în CCS înainte de pandemie**

*Grupul Fedrigoni este unul dintre principalii producători din lume și lider european pentru producția și vânzarea de hârtie specială pentru uz grafic și pentru etichete. În special, este lider global în producția de etichete autoadezive pentru sectorul vinului. Încă de la început, grupul a lucrat cu hârtie specială pentru performanța și estetica lor. De-a lungul timpului, grupul s-a specializat în producția de hârtie specială pentru ambalare, grafică, imprimare și artă, precum și în transformarea hârtiei și a altor materiale în soluții autoadezive.*

*Înainte de pandemia de Covid-19, grupul Fedrigoni a lucrat cu clienții prin consiliere și îndrumare pentru a înțelege nevoile acestora, pentru a produce produse pe măsură alături de cele 25.000 de articole din catalogul lor. De asemenea, grupul încearcă să dezvolte proiecte care să le permită să-și îmbogățească cunoștințele, să-i ajute să crească și să ofere soluții personalizate din ce în ce mai rapid.*

*De asemenea, înainte de pandemie, grupul Fedrigoni a pregătit hârtii speciale pentru ambalaje, grafică și artă, precum și hârtii și filme, în coli sau role pentru o serie de sectoare, inclusiv comunicare vizuală și soluții personalizate. Una dintre principalele valori și obiective ale grupului Fedrigoni a fost să inspire mărcile, artiștii și talentele creative să-și folosească produsele pentru a-și maximiza potențialul artistic și creativitatea.*

*Mai mult, înainte de pandemia de Covid-19, grupul Fedrigoni a inițiat mai multe acțiuni și campanii pentru a stimula talentul artistic. De exemplu, Pulp Magazine, care este un jurnal trimestrial despre oameni și hârtie, servește ca o platformă pentru a prezenta lucrări internaționale remarcabile în design, publicitate, etichete, ambalaje și publicare.*

*În mod similar, Fedrigoni Top Award se numără printre principalele premii internaționale dedicate graficienilor, imprimantelor și mărcilor și recunoaște cele mai bune aplicații și proiecte creative create cu produsele Fedrigoni.*



## Provocări întâmpinate în timpul Pandemiei și soluții inovatoare pentru a le depăși

*Potrivit grupului Fedrigoni, planificarea lor a fost întreruptă de pandemia neașteptată și de lockdown-urile din Europa, care i-au forțat pe creatori să intre în casele lor și le-au secătuit motivațiile, precum și le-au redus oportunitățile de a-și etala creativitatea. Cu toate acestea, în timpul primului lockdown din Italia, în ciuda situației, au fost observate acte de "altruism" în care, de exemplu, au venit persoane pe balcoane și străzi, respectând în același timp regulile de distanțare socială. Acest lucru a determinat grupul să exploreze această idee de "apropiere". Industria creativă a fost una dintre cele mai afectate industrii în timpul pandemiei.*

*Ca urmare, în timpul pandemiei de Covid-19, grupul Fedrigoni a inițiat un proiect inovator de acțiune/afiș numit "19 artiști versus Covid-19". Proiectul a fost lansat inițial pentru a strânge fonduri pentru NHS, precum și pentru a reuni comunitatea creativă, oferind acest proiect ca o priză de creație. Proiectul, așa cum este sugerat de numele său, a implicat 19 artiști din toată Europa, care au conceput fiecare un afiș pentru a promova distanțarea socială și măsurile Covid-19. Afișele au fost apoi promovate prin revista Pulp*



*a grupului Fedrigoni ca o ediție limitată de 75 de exemplare per design. Tema fiecărui poster a fost "creați un poster A1 cu temă pandemică care interpretează mesajul "Stați acasă" și încurajează distanțarea socială". Prin acest proiect, grupul Fedrigoni a dorit să promoveze și ideea de "împreună" distanțați social". Potrivit grupului Fedrigoni, "Deși fiecare afiș este unic, ele vin împreună pentru a transmite gama de emoții pe care oamenii continuă să le experimenteze la aproape un an de la începutul pandemiei. De la singurătatea autoizolării, frustrarea distanțării sociale și lupta cu rutina zilnică, afișele arată, de asemenea, o apreciere pentru lucrătorii cheie, o perspectivă pozitivă asupra viitorului nostru și speranța de a depăși această criză."*



### **Condiții pentru inovație și succes**

*Pentru ca o astfel de bună practică să fie implementată/replicată cu succes, trebuie să existe o organizație cu o acoperire uriașă precum grupul Fedrigoni. Grupul se întinde pe 11 țări și are revista Pulp, care poate, de asemenea, să disemineze și să promoveze astfel de proiecte în toată Europa.*



### Implicarea voluntarilor *(dacă este cazul)*

Textul aici.

**Această poveste de bune practici este pregătită de Centrul pentru Inovare Socială (CSI).**

#### **Întrebări de auto-reflecție**

- *Ce alte inițiative pot întreprinde astfel de grupuri pentru a promova expresia artistică?*
- *Ce am învățat despre apropierea prin artă?*