

**CATONI ASSOCIATI**

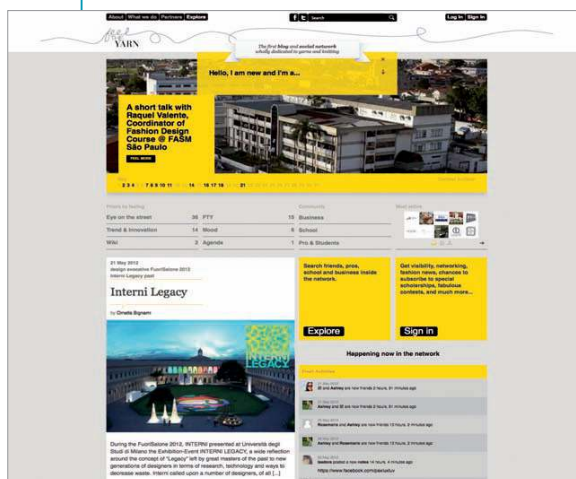


Testata: Media Key  
 Data: Luglio/Agosto 2012  
 Periodicità: Mensile  
 Pagina: 90

mediakey LUGLIO-AGOSTO 2012 | 13° INTERACTIVE KEY AWARD – I VINCITORI



ALESSIO VIOLA, JACOPO BRUNI (CONSORZIO PROMOZIONE FILATI), FRANCESCO MINARI E ANTONIO CIVITA (CATONI ASSOCIATI), FILOMENA ROSATO (FILOCOMUNICAZIONE), CLAUDIA AMANTE.



CLIENTE:  
**CONSORZIO PROMOZIONE FILATI**

PRESIDENTE: FRANCESCO LUCCHESI

WEB AGENCY:  
**CATONI ASSOCIATI**

CREATIVE DIRECTORS: FRANCESCO LEONINI  
 MARIO CATONI  
 ART DIRECTOR: ANTONIO CIVITA  
 PROJECT MANAGER: FRANCESCO MINARI

SVILUPPO/IMPLEMENTAZIONE:  
**WEBING**

**CATONI ASSOCIATI**



Testata: Media Key  
Data: Luglio/Agosto 2012  
Periodicità: Mensile  
Pagina: 92

mediakey LUGLIO-AGOSTO 2012 | 13° INTERACTIVE KEY AWARD – I VINCITORI: CATONI ASSOCIATI

# LE TRAME RACCONTANO

IL SITO 'FEEL THE YARN', REALIZZATO PER IL CONSORZIO PROMOZIONE FILATI, SI È AGGIUDICATO UN INTERACTIVE KEY AWARD NELLA CATEGORIA 'DIGITAL PR'. L'AGENZIA CATONI ASSOCIATI HA SAPUTO PORTARE ONLINE L'ESPERIENZA DI UN CONCONSO UNICO NEL SUO GENERE.

DI ELISABETTA FLAMINI

**FEELTHEYARN.IT VANTA UN PRIMATO: È IL PRIMO BLOG E SOCIAL NETWORK – O CERTAMENTE UNO DEI POCCHI AL MONDO – COMPLETAMENTE DEDICATO AL MONDO DEI FILATI. LA SUA REALIZZAZIONE, PER CONTO DEL CONSORZIO PROMOZIONE FILATI DI PRATO, È STATA CURATA FRA GLI ALTRI DA ANTONIO CIVITA, GIOVANE ART DIRECTOR PUGLIESE, IN FORZA DA CINQUE ANNI ALL'AGENZIA CATONI ASSOCIATI DI FIRENZE. QUESTO È IL SUO RACCONTO.**

**PUÒ PRESENTARSI? CHI È ANTONIO CIVITA?**

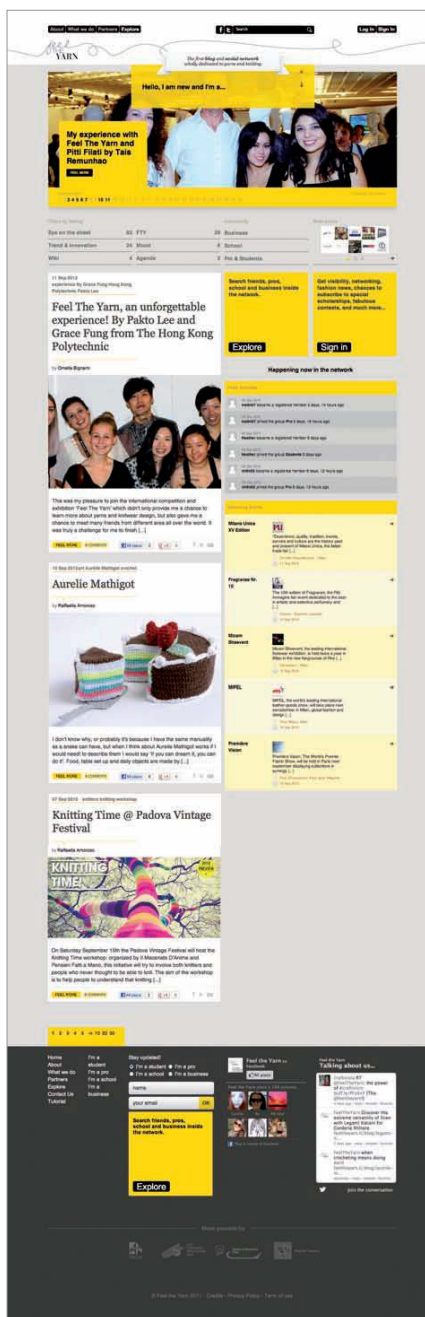
Pugliese, classe 1985, ho studiato visual design all'Università degli Studi di Firenze, e come tutti gli studenti ho avuto varie esperienze di stage e collaborazioni in molte agenzie, soprattutto tra la Puglia e la Toscana. Proprio il mio portfolio in rete mi ha portato da Catoni Associati cinque anni fa.

**CHE COSA RENDE UNICA E CARATTERISTICA L'OPERAZIONE FEEL THE YARN?**

Feel the Yarn è uno dei concorsi per l'innovazione nel campo dei filati più qualificati al mondo, organizzato dal 2009 dal Consorzio Promozione Filati. Funziona così: gli studenti di maglieria più meritevoli, provenienti dalle migliori scuole di moda, da New York a Pechino, vengono ospitati per una settimana dalle aziende del distretto pratese per acquisire conoscenze sullo stato dell'arte della lavorazione. Ed è proprio impiegando queste conoscenze, a partire dalla trama dei filati di cui hanno appreso nei workshop, che gli studenti sono invitati a competere nella creazione di abiti originali, successivamente esposti in occasione del Pitti Filati, la fiera più accreditata – com'è noto – di questo settore. Ai vincitori, oltre alla visibilità concessa alle loro opere, viene dato un riconoscimento economico, di solito utilizzato per proseguire gli studi o per avviare un percorso professionale nel quale mettere a frutto le proprie idee.

**QUANDO E COME È NATA L'IDEA DI REALIZZARE QUESTO SITO?**

Feeltheyarn.it nasce due anni fa dall'esigenza di portare online l'esperienza del concorso, nello spirito di condivisione di conoscenze e creatività con il quale questo era nato: si intendeva cioè dar vita a una community qualificata all'interno di un comparto strategico per il mondo della moda, quale quello dei filati, che mettesse in contatto scuole, aziende e futuri designer.



**CATONI  
ASSOCIATI**



Testata: Media Key  
Data: Luglio/Agosto 2012  
Periodicità: Mensile  
Pagina: 93

**13° INTERACTIVE KEY AWARD – I VINCITORI: CATONI ASSOCIATI | LUGLIO-AGOSTO 2012 mediakey**

**QUANTE PERSONE HANNO COLLABORATO A QUESTO PROGETTO E IN QUALI PARTI DEL SITO HANNO TECNICAMENTE DATO UN TANGIBILE CONTRIBUTO?**

L'intero progetto è tuttora portato avanti da un team di cinque persone, oltre a una serie di collaboratori esterni che intervengono per esigenze specifiche. Ho curato personalmente le fasi creative e di art direction insieme a Francesco Minari, che ha seguito le importanti relazioni tra il Consorzio, le aziende e le scuole. Lo sviluppo invece è stato affidato a Webing, uno dei nostri partner internazionali per l'esecuzione di campagne social.

**QUAL È IL TARGET DI RIFERIMENTO DEL SITO?**

Il sito è dedicato fondamentalmente a chi lavora – o lavorerà – nel mondo della moda, in particolare in quello dei filati, con una certa attenzione ai più giovani e a chi sta esplorando nuove forme creative con i filati e la maglieria. Gli articoli variano dall'analisi degli ultimi trend dell'industria allo scouting delle più recenti tendenze per le strade di tutto il mondo, dalla segnalazione di tutti gli appuntamenti in agenda nel mondo della moda, alla sezione Wiki, appena inaugurata, dove i professionisti fanno formazione.

**QUALI SONO LE SUE CARATTERISTICHE PIÙ INNOVATIVE DEL SITO: NEL CONCEPT, NELLA GRAFICA, O IN TUTTI E DUE?**

La caratteristica più innovativa di feeltheyarn.it consiste sicuramente nel suo essere un'evoluzione naturale del concorso, mentre la forza è nella sua community: si tratta infatti di un social network di nicchia con profili selezionatissimi. Mentre aziende e scuole possono accedere solo su invito del Consorzio Promozione Filati, il network è liberamente a disposizione di professionisti e studenti. Tutti i membri della community hanno un blog personale e un profilo sociale, grazie al quale possono stringere amicizie con altri membri, pubblicare un portfolio o seguire le conversazioni sia in maniera pubblica sia con un sistema di messaggistica privata.

**DA QUALI SCUOLE SONO SELEZIONATI GLI STUDENTI VINCITORI DEL CONCORSO E COME, QUANDO E CON QUALI MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE HA LUOGO LA SELEZIONE?**

Nell'area 'School' del sito, raggiungibile all'indirizzo [www.feeltheyarn.it/groups/school](http://www.feeltheyarn.it/groups/school), compaiono tutti i profili e le informazioni aggiornate delle dieci scuole nel mondo a oggi aderenti al progetto. Giusto per citarne qualcuna, vi figurano il Beijing Institute of Fashion Technology, l'asiatico Bunka Fashion College, il Polimoda, il Royal College of Art in Europa e la Parsons New School For Design in America. Sono scuole di altissimo profilo e ogni anno se ne candidano sempre di nuove per partecipare al progetto.

**QUEST'ANNO 14 AZIENDE HANNO ADERITO AL PROGETTO PER ACCOGLIERE GLI STUDENTI: QUALI SONO?**

Anche queste sono indicate in una sezione del sito, la 'Business', a loro espressamente dedicata: qui le informazioni vengono aggiornate di continuo e commentate dai membri del social. Il link è [www.feeltheyarn.it/groups/business](http://www.feeltheyarn.it/groups/business).

**IL PROGETTO AVEVA GIÀ OTTENUTO ALTRI RICONOSCIMENTI?**

No, questo è il primo riconoscimento per il sito. Ovviamente spero che ce ne siano altri, quando il progetto sarà più maturo. Come si dice in questi casi, "siamo ancora in beta"...

**COME ART DIRECTOR QUALI SONO I SUOI PROGETTI IN CANTIERE E I SOGNI NEL CASSETTO?**

Sono scaramantico. Per quanto riguarda sogni e progetti cerco di parlarne il meno possibile. Mi piace lavorare sodo, con entusiasmo, e questo dà sempre ottimi frutti. Penso che ogni cliente, anche se piccolo, ha grandi potenzialità quando ti offre la possibilità di inventare qualcosa di bello. Dunque attendo sempre e fiducioso le nuove sfide e sono molto ottimista riguardo al futuro. **MK**



ANTONIO CIVITA, ART DIRECTOR DI CATONI ASSOCIATI. A SINISTRA, IL SITO FEEL THE YARN'.