

M A G

TALENT IS IN EVERYONE

NEL DISTRIBUIRE I TALENTI, DIO NON SI È DIMENTICATO DI VOI

_10.24



WHO THE FUCK IS DAVIDE LIBRELLOTTO*

*Citazione da: WHO THE FUCK IS MICK JAGGER

Lettera di sintesi / Curriculum:

Daide Librelotto_Vicenza 09 Ottobre 1972
1990 Diplomato all'Istituto Artistico Bertilla Boscardin (VI)_Maturità Artistica.
1993 Scuola Ufficiali all'Istituto per la formazione e la specializzazione militare Cesano di Roma (152° Corso Allievi Ufficiali di complemento).
1996 Venditore di elettropneumatica alla SMC ITALIA.
1999 Contratto di consulenza con il gruppo RCS per la gestione e la realizzazione grafica degli spazi pubblicitari per CAPITAL e DOVE VACANZE.
2001 Responsabile comunicazione CLOVER SRL (tre anni)
2004 Graphic Designer e designer per SPIDI SPORT (tre anni)
2008 Partecipazione come New Fashion Designer a Pitti Immagine e premio emergente nella categoria NEW BEATS con il marchio Undiscovered Genius.
2010 Designer ad ABOUT DESIGN VICENZA.
2011 Tesi di laurea di Marina Fattori all'Università Cà Foscari di Venezia facoltà di economia, corso di laurea specialistica in Marketing e comunicazione: "Alterra Sport, dall'idea al Business Plan" con relatore prof. Umberto Collesei.
2013 Direttore creativo GAERNE (tre anni)
2014 Ospite dell'evento Davide@Golia "Sport tra innovazione di prodotto ed evoluzione di mercato" come founder del progetto Alterra Brand discutendo delle nuove frontiere tra rete d'impresa e innovazione con Alessandro Zanotti (Travel & Retail Director Google), Georg Oberrauch (Sportler) e Cesare Maifredi (General Partner 360° Capital Partners) con relatore Prof. Garofalo.
2015 Designer e fondatore di Vaphor™ la più piccola sigaretta elettronica al mondo distribuita dal gruppo LLOYDS FARMACIE.
2020 Autore di Talent is in Everyone. Quasi 100 interviste sul tema dell'umanizzazione del talento.
2021 Lancio sul mercato dell'occhiale ALTERA"STEALTH" nominato al Silmo d'Oro nel 2022.
2022 Direttore creativo di Relacionesimo e coordinamento immagine della Mostra "La Proporzioe Aurea" in Basilica Palladiana (VI)
2023 Linea occhiali XPIDER per Lotto.
2024 Linea occhiali T1T4N1UM™ by Alterra"Brand in collaborazione con Sisma Spa.

#SINTESI

Daide Librelotto è un creativo polivalente che da anni si occupa di realizzare tutta una serie di servizi per le aziende non limitandosi alla sola cura dell'immagine coordinata, ma spaziando dall'arredamento al fashion design. Esperto e appassionato di brand e del concetto più profondo di "marca", dopo aver fondato lo studio di comunicazione Nerobrand, ha collaborato con il gruppo RCS (Rizzoli Corriere della Sera) per la realizzazione di speciali della rivista Capital e tutti gli spazi pubblicitari del Dove Vacanze. Ha collaborato come graphic designer con Alpinestars, è stato direttore creativo per Clover e per Gaerne e ha realizzato accessori di design sportivo e personalizzazione prodotto per il marchio Spidi Sport, collezioni di abbigliamento e costumi per i marchi Colmar, Colmar Originals e Colmar Mare, collezioni abbigliamento ciclo per il marchio Kappa e Robe di Kappa, progettazione sedie da ufficio in collaborazione con il marchio Dx Racer e Tonino Lamborghini e sviluppato collezioni di design per World Diamond Group con la linea Monster&Ghost. È stato consulente marketing nel settore farmaceutico per l'Ulss6 (per il quale ha creato il marchio del San Bortolo), per il Laboratorio di Chimica Clinica ed Ematologia e per la Sipel. Ha realizzato inoltre campagne pubblicitarie e inserzioni su riviste nazionali sportive come Motociclismo, Sneakers, In Moto, Superbike e su riviste di moda come Vogue, Marie Claire, Rolling Stone. Ha ideato il Diamond Magazine™ come inserto su Il Sole 24 Ore e ha vinto un premio come miglior campagna pubblicitaria su Furniture Today con il marchio Nicopel™. È stato consulente strategico di tutta la campagna elettorale del Sindaco di Vicenza Francesco Rucco, trasformando il concetto di "candidato" in un vero e proprio "brand" (#RUCCOSINDACO) e raggiungendo l'obiettivo di lista civica più votata in tutta Italia (24,50%). È stato consulente strategico della campagna #IOVOTOMILANI per il Comune di Piazzola sul Brenta raggiungendo l'obiettivo per una lista civica al primo mandato, di raggiungere il 42% di consensi e permettendo all'Avvocato Milani di diventare Sindaco. È imprenditore e designer per il proprio marchio Alterra"Brand con il quale ha sviluppato la linea di occhiali sportivi Stealth™ (candidato al Silmo d'Oro a Parigi nell'anno 2022) e ha da poco creato una linea di occhiali da ragazzo (12/18 anni) con il marchio TALENT IS IN EYEWEAR, l'occhiale XPIDER per LOTTO e il nuovo occhiale T1T4N1UM™ in collaborazione con Sisma Spa. È autore nel progetto TALENT IS IN EVERYONE. Un portale che tratta il tema del talento e dell'importanza di riconoscerlo per poter vivere la propria esistenza godendo dei valori che racchiude, indipendentemente da successo, denaro o raggiungimento degli obiettivi prefissati. Uno spazio alle interviste per confrontare le esperienze e confutare la teoria che il talento è in ognuno di noi. Un esempio su tutti l'intervista ad un dirigente dell'azienda Luxottica con 148 dipendenti collegati. A seguito di questa esperienza formativa ha sviluppato tre modalità e attività di consulenza da proporre alle aziende: il Talent Strategist Researcher, creando una mappatura dei talenti nelle aziende, il Talent Team Builder creando eventi sportivi in grado di redigere dati sull'approccio del team e sul lavoro di squadra e di Talent Decision Maker partendo dai talenti per coordinare il processo decisionale. Il talent strategist researcher per esempio, aiuta a riconoscere i talenti dei dipendenti all'interno delle aziende così da far aumentare la coscienza del professionista rispetto alle sue potenzialità e a far meglio comprendere alle aziende la qualità delle risorse che ha in casa. A differenza del talent scout che ricerca i talenti all'esterno, il talent strategist researcher lavora nel far aumentare la consapevolezza dei valori, delle predisposizioni, dei talenti appunto, che sono già parte dell'azienda.

Software di progettazione:

Adobe Photoshop / Adobe Illustrator / Adobe Indesign / Adobe Bridge / Pacchetto Office

Link correlati e contatti:

www.alterabrand.com
www.talents.it
www.talentsineveryone.com

Cell.: +39 3488787584 / info@alterabrand.com / info@talentsineveryone.com / info@talents.it

MULTIDISCIPLINARIETÀ

Viviamo in un mondo caratterizzato da crescente contaminazione tra le discipline, in cui i profili professionali richiesti dalle imprese sono mutevoli.

LA MULTIDISCIPLINARIETÀ QUINDI, COME STRUMENTO PER MANTENERE UNA MENTALITÀ APERTA E ELASTICA NEI CONFRONTI DEL MONDO.

Tradizionalmente l'approccio alla multidisciplinarietà è quello di fornire prospettive diverse all'interno di un percorso aziendale, quindi offrire contributi diversi all'interno di un percorso di sviluppo professionale. La sintesi tra multidisciplinarietà e competenze specialistiche è poi in genere un'opportunità per una visione trasversale.

TALENT IS IN EVERYONE

Alla soglia delle 100 interviste sul tema del talento. Interventi in scuole e università per sensibilizzare l'importanza di riconoscere il proprio talento.

L'attività di **talent is in everyone** si concentra sull'analisi delle specificità dell'essere come soggetto fondamentale nella creazione di valore aggiunto in una società lavorativa creando tre attività fondamentali:

TALENT TEAM BUILDING

Il team building basato sul talento dei singoli individui è una strategia efficace per creare una squadra coesa e produttiva. Implementando queste strategie, puoi creare un ambiente di lavoro dove i talenti individuali sono valorizzati e utilizzati al meglio per raggiungere gli obiettivi comuni dell'azienda.

TALENT DECISION MAKER PROCESS

La modalità di intervista dei talenti che compongono l'azienda e un percorso decisionale guidato, permette di raggiungere gli obiettivi comuni dell'azienda.

TALENT STRATEGIST RESEARCHER

Intervista one-to-one incentrata sull'indagine e analisi dei talenti per scoprire e comprendere le abilità e le inclinazioni uniche di ciascun individuo. Una vera e propria mappatura dei talenti.

pag04/05

ART DIRECTOR

Più di vent'anni di esperienza come direttore creativo in aziende del settoreoreficeria, sport e sanità.

L'attività di direzione creativa è quella di guidare e coordinare il processo creativo di un progetto, sviluppando e implementando la visione artistica e strategica per campagne pubblicitarie, produzioni multimediali o progetti di design.

Attività principali_

Direzione e gestione dei team creativi:

Guida e gestisce un team di professionisti creativi, fornendo supporto e motivazione, e assicurando che abbiano le risorse necessarie per avere successo.

Impostazione della direzione creativa e della visione:

Definisce la direzione creativa e la visione per i progetti, comprendendo gli obiettivi del progetto e il pubblico target.

Supervisione del design e della direzione artistica:

Supervisiona il design e la direzione artistica dei progetti, garantendo che siano in linea con l'identità e i valori del marchio.

Collaborazione con clienti e stakeholder: Lavora a stretto contatto con clienti e stakeholder per comprendere le loro esigenze e tradurle in soluzioni creative efficaci.

Sviluppo di strategie di branding e marketing: Contribuisce allo sviluppo di strategie di branding e marketing, assicurando che le campagne siano innovative e di impatto.

pag08/09

BRAND MANAGER

La passione per i marchi come identità fondamentale e la sensibilità artistica per creare elementi grafici duraturi, originali, replicabili e leggibili. La consapevolezza dell'importanza di riconoscerne il posizionamento e la forza espressiva.

L'obiettivo principale del **Brand Manager** è costruire un forte rapporto tra il marchio e il pubblico di riferimento, sviluppando strategie di marketing e comunicazione mirate a valorizzare l'identità del brand e a raggiungere gli obiettivi di vendita prefissati dall'azienda.

Attività principali di un brand manager:

Definizione dell'identità del marchio: Sviluppare una chiara visione dell'immagine e dell'identità del marchio, compresa la missione, i valori e gli obiettivi di marketing.

Analisi del mercato: Monitorare il mercato e la concorrenza per identificare tendenze e opportunità, sviluppando strategie di marketing mirate.

Sviluppo di strategie di marketing: Creare un piano di marketing per promuovere il marchio, utilizzando le strategie di comunicazione più efficaci per raggiungere il pubblico di riferimento.

Gestione del brand: Coordinare tutte le attività che coinvolgono il marchio, inclusi design del prodotto, packaging, pubblicità, promozioni, relazioni pubbliche e social media.

Lancio di nuovi prodotti: Pianificare e implementare il lancio di nuovi prodotti, coordinando le campagne pubblicitarie e di comunicazione.

pag06/07

DESIGNER

Dall'identità di marca al design...

a volte è un attimo.

Capacità estetiche, sensibilità e capacità di coordinare l'ingegnerizzazione del prodotto dall'oreficeria all'occhialeria.

Il ruolo del designer è fondamentale per interpretare e soddisfare le esigenze del mercato combinando creatività, competenze tecniche e una profonda comprensione delle tendenze di mercato per sviluppare prodotti, servizi o esperienze che rispondano alle necessità dei consumatori.

Attività principali di un designer:

Ricerca e analisi di mercato: Studiare le tendenze di mercato, le preferenze dei consumatori e le attività dei concorrenti per identificare opportunità e sfide.

Sviluppo di concept: Creare idee innovative che rispondano alle esigenze identificate, utilizzando schizzi, modelli e prototipi1.

Progettazione e sviluppo: Utilizzare software di design e altre tecnologie per sviluppare il prodotto, assicurandosi che rispetti gli standard di qualità e le normative vigenti.

pag10/11

TALENT IS IN EVERYONE

DAVIDE LIBRELLOTTA

HOME WHO THE FUCK IS? + INTERVIEW + CONTACT



INTERVIEW

PRIVATO: CINZIA CAPPARELLI: CONOSCERE SE STESSI
SIGNIFICA RENDERE FORTI LE NOSTRE DEBOLEZZE

26 AGOSTO 2024

"Il talento viene fuori dove c'è impegno, cioè una passione così forte che
ci porta a superare gli ostacoli e..."



INTERVIEW

MICHAEL MARINI: IL TALENTO IN EQUILIBRIO TRA FELICITÀ E
SOFFERENZA

24 MAGGIO 2024

L'ultima volta che ci siamo visti eravamo a Roma. Zona Barberini. Ci
siamo accomodati nei tavolini all'aperto di un..."



INTERVIEW

SARA ABDEL MASIH: IL LUSSO (E LA FORZA) DI SCEGLIERE DI
SCENDERE... PER CRESCERE

17 GENNAIO 2024

In genere scovo i talenti senza conoscerne realmente i curricula. Amo
l'ignoranza che ti permette di essere libero (come..."



INTERVIEW

ESISTE UN TALENTO PIÙ GRANDE DI OGNI PERSONALE
TALENTO: QUELLO CONDIVISO

22 OTTOBRE 2023

"Dopo quattordici anni siamo a nostro agio con quelle che sono le day to
day decision e quelle a lungo..."



INTERVIEW



INTERVIEW

TALENT TEAM BUILDING

Il **Talent Team Building** attraverso attività sportive,
è fondamentale per creare un gruppo di lavoro coeso e
produttivo perchè attraverso le attività si rafforzano i legami
tra i membri del team e si migliora
la collaborazione e la fiducia reciproca.

Osservando come i partecipanti interagiscono durante le
attività sportive si possono fornire preziose **informazioni**
sui loro comportamenti e predisposizioni, migliorare
le competenze comunicative e relazionali e valutare
l'approccio al problem solving.

Affrontando sfide che richiedono la risoluzione di problemi,
si aiutano i membri del team a sviluppare competenze in un
contesto pratico, creando una valutazione
complessiva delle predisposizioni e dei talenti.

Perchè ogni membro del team ha talenti unici.
Il **Talent Team Building** offre l'opportunità di riconoscere e
valorizzare queste capacità, migliorando la motivazione e
l'autostima in un confronto diretto e stressorio.

TALENT STRATEGIST RESEARCHER

Un **Talent Strategist Researcher** svolge un ruolo cruciale nel
contesto aziendale creando una **mappatura dei talenti**: Identifica
e analizza le competenze, le predisposizioni
e i punti di forza dei dipendenti.

Questo processo aiuta a creare un quadro chiaro delle risorse
umane disponibili all'interno dell'azienda e fornisce informazioni
e consulenza ai manager e ai team leader su come sfruttare
al meglio i talenti dei membri del team. **Questo supporto è**
fondamentale per assegnare i ruoli in modo efficace e per
sviluppare piani di carriera personalizzati.

Tutto questo va oltre l'analisi tecnica delle competenze,
considerando anche aspetti come la motivazione, i valori
personali e la cultura aziendale.
È un approccio olistico che aiuta ad allineare i talenti e le
competenze dei dipendenti con i valori e gli obiettivi aziendali.
Questo allineamento è essenziale per raggiungere risultati
sostenibili e per mantenere alta la motivazione dei dipendenti e
supportando le risorse umane allo sviluppo organizzativo.

TALENT DECISION MAKING PROCESS

Creare un **Talent Decision Making Process** basato sul
riconoscimento dei talenti serve ad identificare e sfruttare le
competenze specifiche di ogni membro del team e permette
di assegnare i compiti in modo più efficace, aumentando la
produttività e la qualità del lavoro.

Oltre alle competenze tecniche, **è importante considerare le**
predisposizioni naturali delle persone, come la capacità di
leadership, la creatività o l'attenzione ai dettagli.
Questo aiuta i processi decisionali e li indirizza in maniera
equilibrata, allineando gli obiettivi individuali con quelli del
team e dell'organizzazione.

Utilizzare al meglio le competenze e le predisposizioni dei
membri del team riduce il rischio di inefficienze e sprechi
di energia. **Il coinvolgimento dei membri del team nel**
processo decisionale attraverso un relatore che parte dalla
valutazione dei talenti è un acceleratore naturale.



LA BRAND SUPREMACY

Il concetto di brand supremacy si riferisce alla forza e all'influenza che i marchi esercitano nel determinare il successo delle attività di marketing. I marchi non sono solo simboli o loghi, ma rappresentano identità, valori e promesse che risuonano con i consumatori. Questa forza propulsiva è ciò che guida il posizionamento e l'identità di un'azienda nel mercato.

La Forza dei Marchi

I marchi forti creano una connessione emotiva con i consumatori, influenzando le loro decisioni di acquisto e fidelizzandoli nel tempo. Ad esempio, marchi come Nike e Apple non vendono solo prodotti, ma stili di vita e aspirazioni. Questa connessione emotiva è fondamentale per il successo a lungo termine, poiché i consumatori sono più propensi a scegliere e rimanere fedeli a marchi che rispecchiano i loro valori e desideri.

Il Contrasto con la Teoria di Naomi Klein

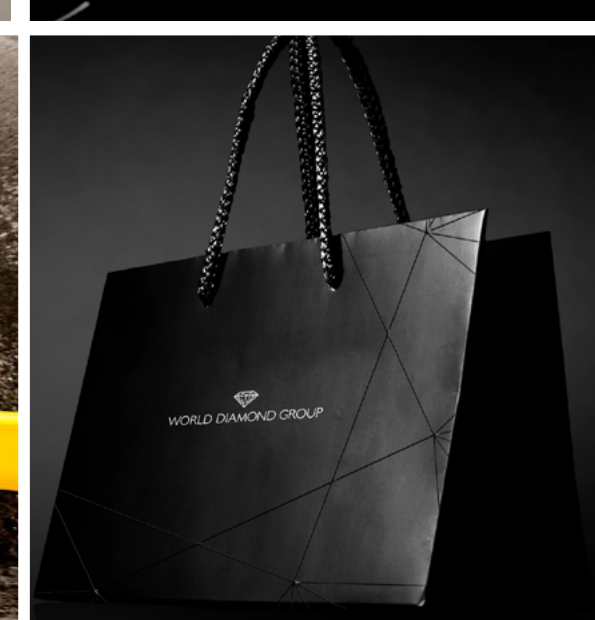
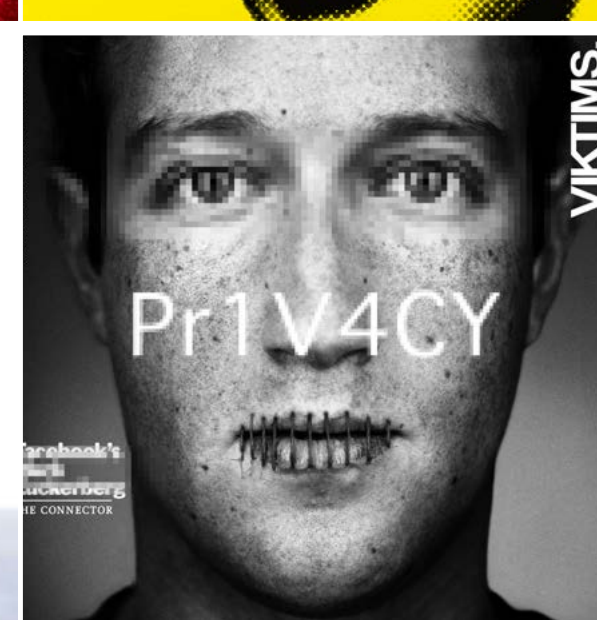
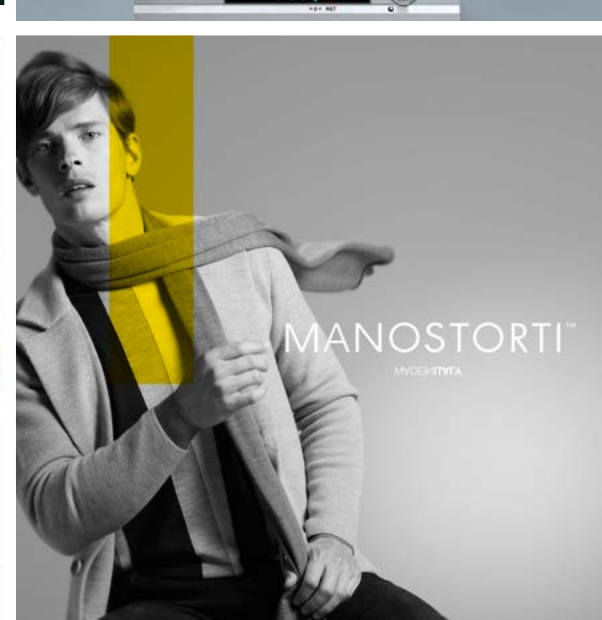
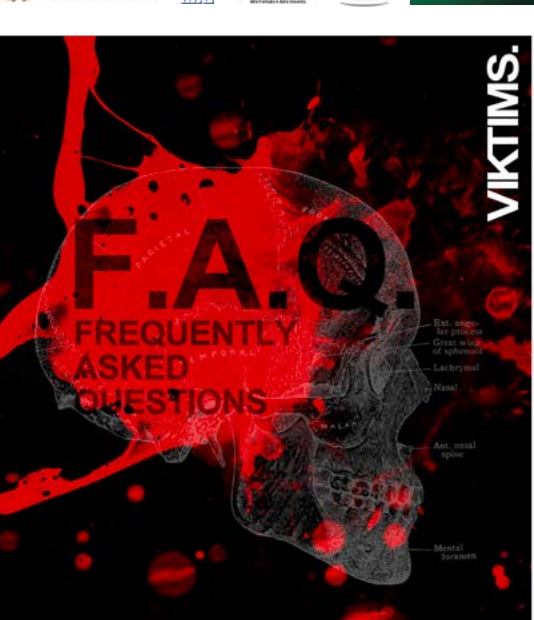
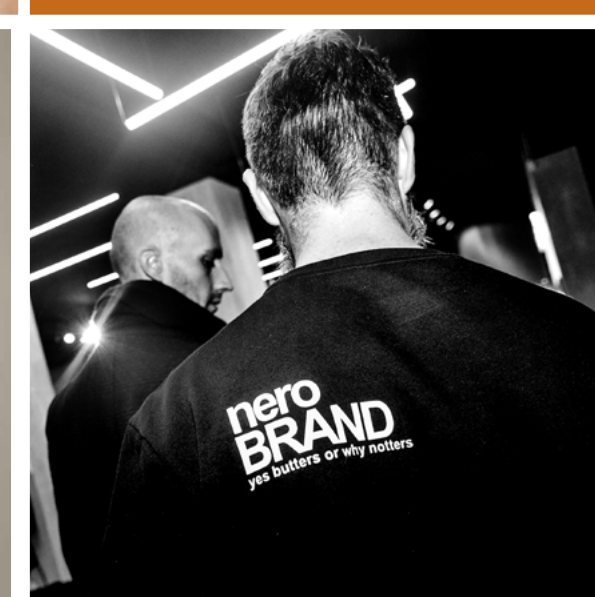
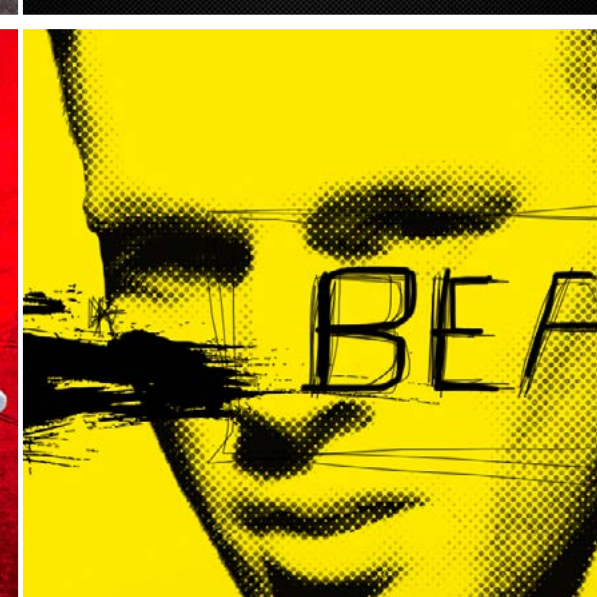
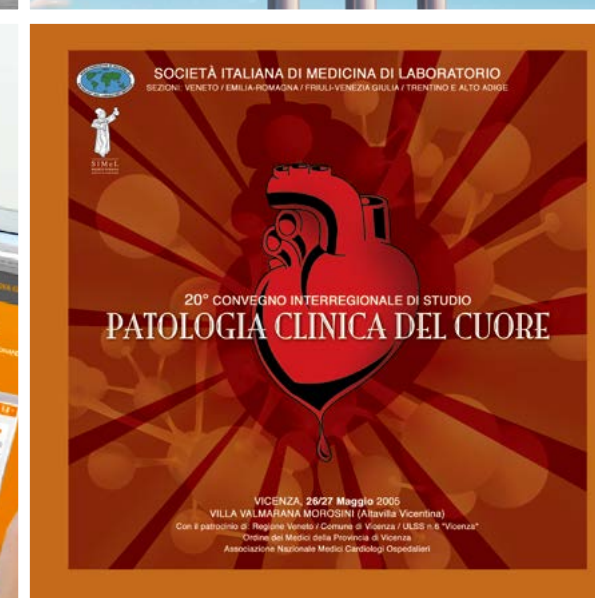
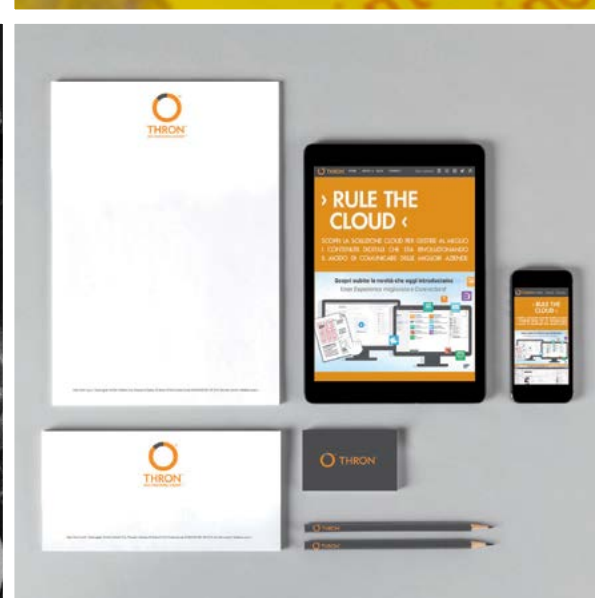
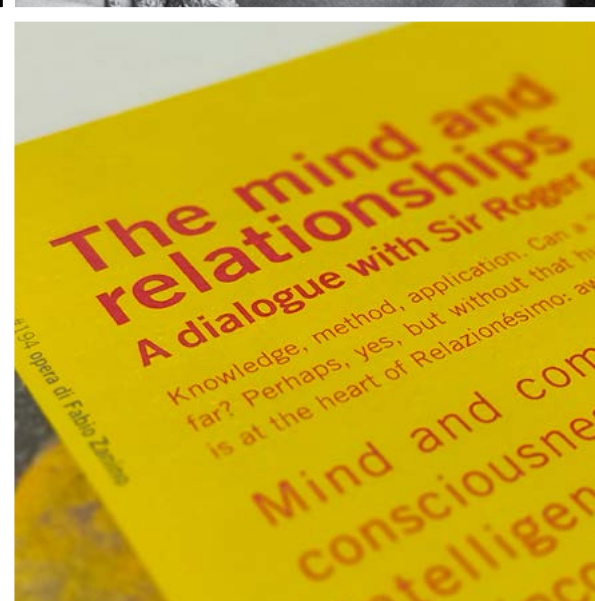
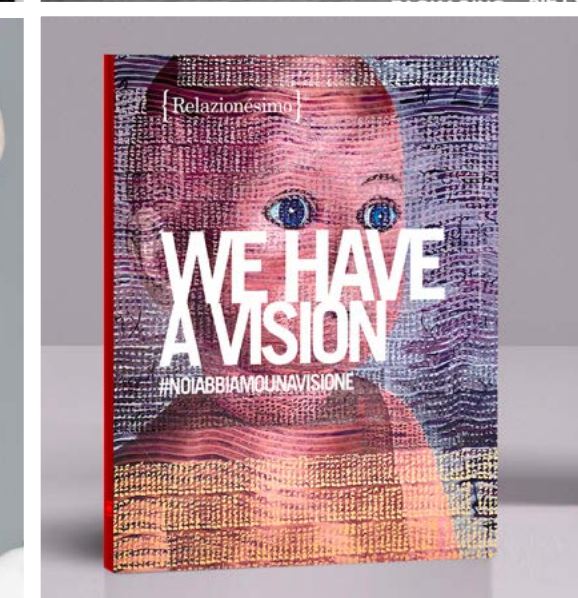
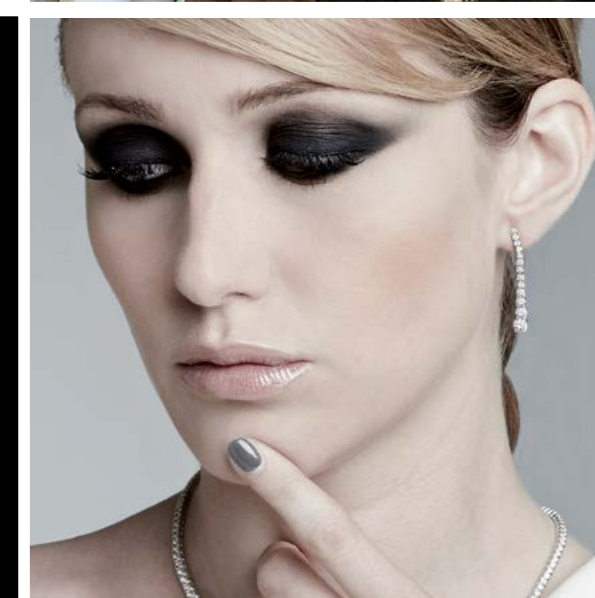
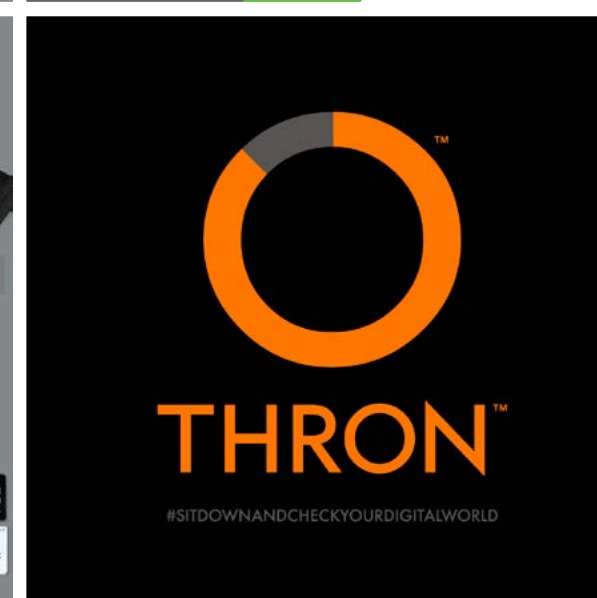
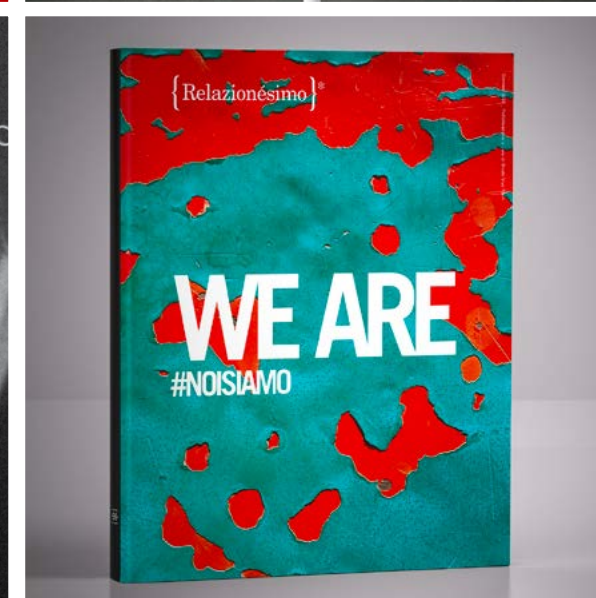
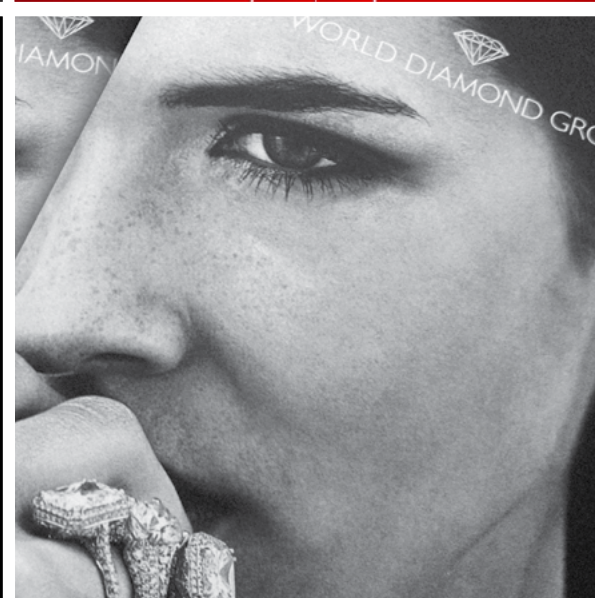
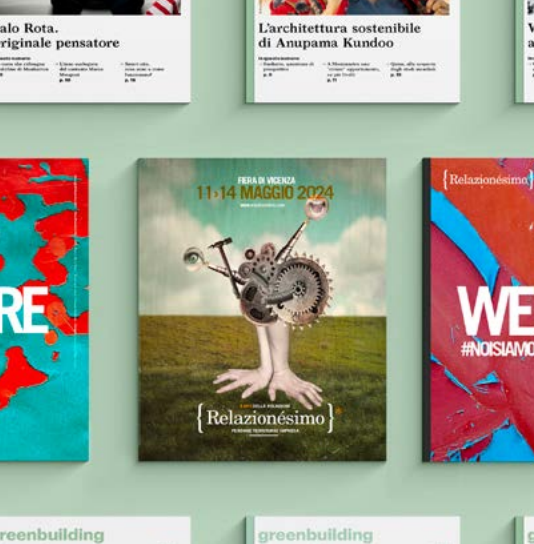
Naomi Klein, nel suo libro "No Logo", critica l'influenza pervasiva dei marchi, sostenendo che essi spesso sfruttano i consumatori e i lavoratori. Tuttavia, in contrasto con questa visione, molti esperti di marketing vedono i marchi come elementi essenziali per costruire identità e differenziazione nel mercato. I marchi forti non solo attraggono i consumatori, ma creano anche un senso di appartenenza e comunità.

Posizionamento e Identità

Il posizionamento di un marchio è il modo in cui esso viene percepito nel mercato rispetto ai concorrenti. Un marchio ben posizionato ha un'identità chiara e distintiva che lo differenzia dagli altri. Ad esempio, Supreme ha costruito la sua identità attorno alla cultura streetwear e alla scarsità dei suoi prodotti, creando un desiderio e una fedeltà tra i consumatori.



W4RZ3R0TM
WATERWILLSAVE THEWORLD





Enino Lamborghini

Alpinestars

COLMAR
ORIGINAL

lotto

CLOVER

XFORTE

G
GERTE

GEN

SPIDI

Kappa

THRON

NiceEngland

WORLD
DIAMOND
GROUP

XPIDER
A NEW SPEED LOOK IN THE DARK

H-YB
H-YB BY GEN-Y

DESIGNER

“PERCHÈ TUTTO INIZIA SEMPRE DA UNA NECESSITÀ”

Il design è una disciplina che va ben oltre l'estetica; è l'arte di creare strumenti e soluzioni che combinano forma e sostanza in modo armonioso. L'importanza del design risiede nella sua capacità di migliorare la nostra vita quotidiana, rendendo gli oggetti non solo belli da vedere, ma anche funzionali e intuitivi da usare. Perché tutto inizia sempre da una necessità.

Equilibrio tra forma e sostanza

Un buon design si distingue per l'equilibrio perfetto tra forma e sostanza. La forma riguarda l'aspetto visivo e l'attrattiva estetica di un oggetto, mentre la sostanza si riferisce alla sua funzionalità e utilità. Quando questi due elementi si bilanciano, il risultato è un prodotto che non solo attira l'attenzione, ma soddisfa anche le esigenze pratiche nelle nostre vite.

L'importanza del Design

Funzionalità: Un design efficace risolve problemi reali. Che si tratti di un'applicazione mobile, di un elettrodomestico o di un'automobile, il

design deve facilitare l'uso e migliorare l'esperienza dell'utente. Ad esempio, un'interfaccia utente ben progettata rende un'applicazione intuitiva e facile da navigare.

Estetica: L'aspetto visivo di un prodotto è cruciale per attirare e mantenere l'interesse degli utenti. Un design accattivante può fare la differenza tra un prodotto che viene ignorato e uno che viene scelto e apprezzato.

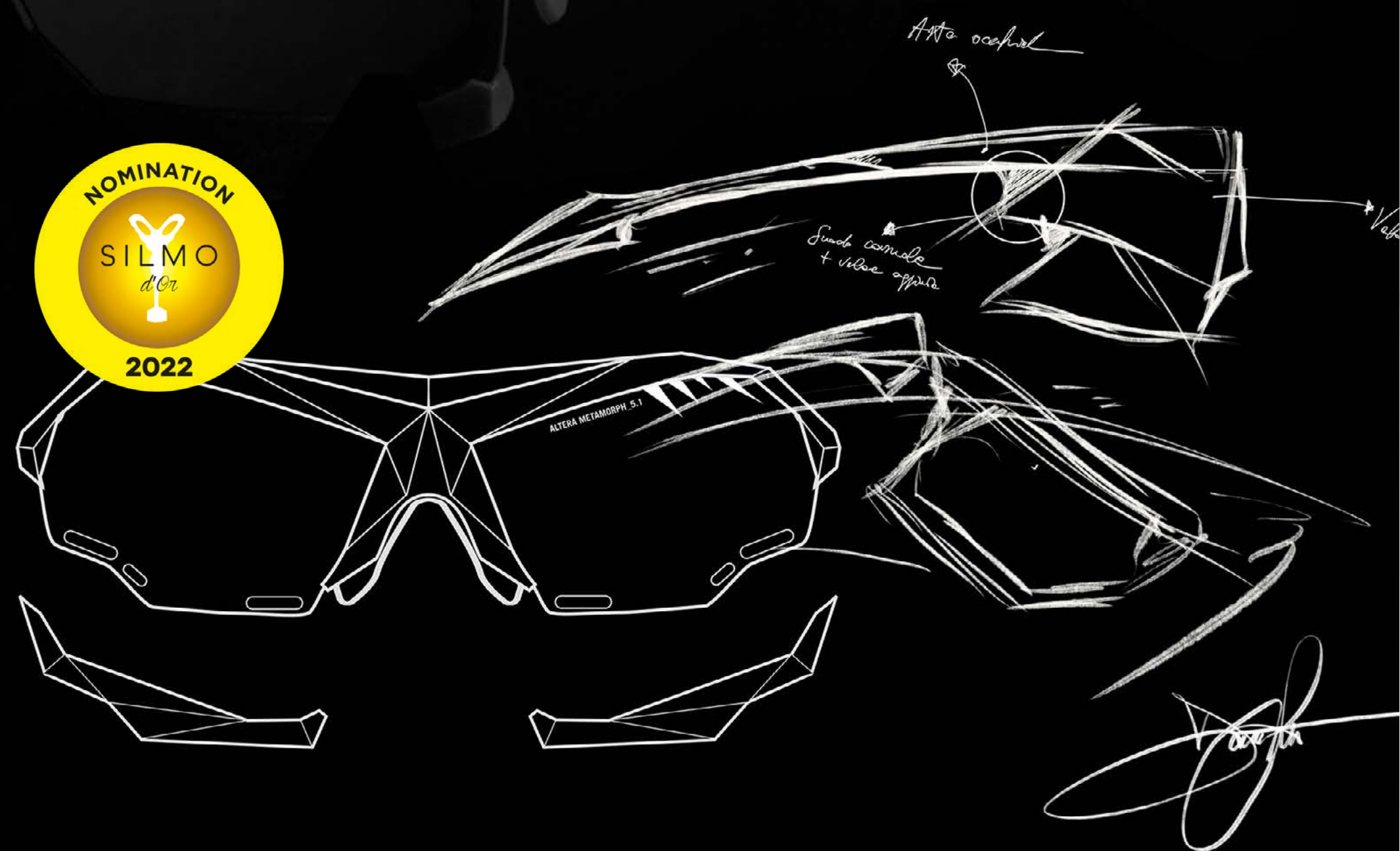
Innovazione: Il design è spesso il motore dell'innovazione. Attraverso la sperimentazione e la creatività, i designer possono sviluppare soluzioni nuove e migliorate che rispondono alle esigenze emergenti della società.

Esperienza Utente: Un buon design mette l'utente al centro del processo creativo. Comprendere le esigenze, le preferenze e i comportamenti degli utenti permette di creare prodotti che offrono un'esperienza positiva e soddisfacente.



ALTERA®
STEALTH
EYEWEAR
www.alterabrand.com

METAMORPH



all right reserved© copyright altera brand©_2010



Follow us and discover **Alterra sport philosophy** on Instagram



Lo sviluppo evolutivo delle geometrie aerospaziali e le ricerche condivise con il Cerim di Rovereto e il Politecnico di Torino, hanno ispirato il processo creativo durante tutta la filiera produttiva, definendo colori, materiali e aerodinamicità.

Obiettivo primario: *rispondere a più esigenze con un unico strumento di precisione.*

La montatura in Grilamid TR90 con trattamento Flextend™ la rendono quasi indistruttibile agli urti, resistente alle diverse condizioni ambientali, agli agenti chimici e alla deformazione da calore solare. Straordinariamente leggera (il modello Stealth™ pesa solo 17 grammi), ipoallergenica e biocompatibile.

Un occhiale sportivo disegnato in base 6 (un'inclinazione meno estrema dal punto di vista della calzata), che permette l'inserimento del sistema KINETIC™ (sistema ad inserimento lente in base 4) che supporta tutte le lenti da vista.

DL8

dauidelibrellotto	+39 3488787584
-------------------	----------------

info@talentisineveryone.com



P . I V A 0 4 4 9 9 3 3 0 2 4 1