

Un marchio d'area costruito con il territorio

Scelto fra gli oltre 100 elaborati il vincitore del concorso rivolto alle scuole. Ora l'IPA lancia un contest aperto a tutti per individuare il nuovo nome dell'area Pedemontana del Grappa e Asolano, sostenendo la promozione turistica e il senso di appartenenza dei cittadini.

Comunicato stampa – Asolo, 10.03.2015

Realizzare un marchio d'area con la partecipazione del territorio, cittadini, studenti, operatori e amanti della Pedemontana del Grappa e dell'Asolano. Questo l'obiettivo del percorso attivato dall'IPA Diapason, iniziato con un concorso di idee rivolto alle scuole per la ricerca del simbolo e che oggi prosegue con il lancio di un contest aperto a tutti per individuare il nome del territorio.

Fra gli oltre 100 elaborati pervenuti dalle scuole secondarie di primo e secondo grado, i tre finalisti sono stati selezionati da una commissione composta dai presidenti del tavolo di concertazione e del comitato di coordinamento dell'IPA, oltre che da esperti nel campo del marketing territoriale e della comunicazione.

La proposta vincitrice è frutto del lavoro di Fabrizio Gambaretto, un ragazzo di terza media della scuola di Crespano. Attraverso un unico segno, semplice e impattante, la proposta di marchio coinvolge nel racconto iconografico elementi naturali e architettonici, suggerendo il profilo montuoso del Massiccio del Grappa e delle colline sottostanti, insieme alla Rocca di Asolo e al Tempio di Canova, a evocare l'intero patrimonio paesaggistico e culturale.

Alla scuola vincitrice è stato attribuito un premio di 1.500 euro da destinare all'acquisto di attrezzature, mentre alla scuola media di Asolo, da cui provengono i gruppi di alunni che si sono aggiudicati il secondo e terzo premio, è stato assegnato un riconoscimento in denaro rispettivamente di 1.000 e di 500 euro.

Si apre oggi, 10 marzo 2015, la seconda tappa per arrivare al marchio d'area: un contest online, aperto a tutti, per la ricerca di un nome che identifichi Pedemontana del Grappa e Asolano. La partecipazione al contest passa per la compilazione di un form online, disponibile al sito www.intesadiapason.it, in cui inserire la proposta di nome per il territorio e una breve motivazione che ne spieghi il senso. Il concorso è aperto fino al 10 aprile e la proposta vincitrice si aggiudicherà un premio di 500 euro o un soggiorno nel territorio per il corrispondente valore.

Il concorso è una "sfida" coinvolgente, in particolare per i residenti e gli "amanti" del territorio, ma anche una proposta che nasce dalla volontà di valorizzare l'intelligenza collettiva. «Se il concorso di idee è stato occasione per approfondire la conoscenza del territorio nelle nostre scuole - spiega il presidente del Comitato di coordinamento **Italo Bosa** - il contest vuole essere uno "spazio" per condividere e mettere in circolo le idee sul nostro territorio». Per questa ragione le proposte saranno tutte pubblicate mano a mano che arrivano, favorendo un confronto collettivo.

L'obiettivo è quello di arrivare all'individuazione di un nome in grado di comunicare le caratteristiche del territorio, sostenere la promozione turistica e rafforzare il senso di appartenenza fra i cittadini. «Il turismo - spiega **Mauro Migliorini**, presidente del tavolo di concertazione dell'Ipa - è una delle leve di sviluppo del territorio e il progetto "marchio d'area" invita tutti a riflettere sulle sue potenzialità, spesso non del tutto esplorate».

Il simbolo e il nome individuati saranno affidati ad un graphic-designer professionista, chiamato a elaborare la versione definitiva. La presentazione del marchio d'area è prevista per maggio, attraverso una esposizione che valorizzi l'intero percorso e chi vi ha preso parte, ovvero gli elaborati proposti dagli studenti e le proposte che saranno raccolte con il contest online.

Ufficio stampa

Frontiere / Roberta Voltan - Tel. 0423 614209 cell. 338 8670108 - press@frontiereprogetti.com

I vincitori del concorso di idee riservato alle scuole

Proclamati il 10 marzo 2015 i primi tre classificati, selezionati tra oltre 100 proposte.

Sono state oltre 100 le proposte presentate dalle scuole di primo e secondo grado del territorio per il concorso bandito dall'IPA Diapason "Un marchio per il mio territorio".

Alle scuole vincitrici sono stati assegnati premi in denaro per l'acquisto di libri e attrezzature, per un valore di 1.500, 1.000 e 500 euro, rispettivamente per il primo, il secondo e il terzo classificato.

La commissione di valutazione era così composta:

- Italo Bosa, presidente Tavolo di Coordinamento IPA, presidente commissione
- Mauro Migliorini, presidente Tavolo di Concertazione e sindaco di Asolo
- Sabrina Fantini, coordinamento IPA Diapason, consulente marketing territoriale
- Claudio Bertorelli, centro studi Usine
- Evelina Bazzo, studio Umbrella
- Loris De Martin, ideatore di Vacanze dell'anima
- Valentina Paggiarin, Hive Division

Il gruppo di lavoro si è riunito tre volte, in un percorso che ha avuto l'obiettivo di mettere a fuoco progressivamente le proposte presentate dagli studenti, dalla selezione iniziale fino alla definizione dei primi tre classificati e infine la proclamazione del vincitore, a seguito dell'audizione con i ragazzi che hanno elaborato le proposte selezionate.



1° PREMIO

Il primo premio è stato assegnato all'elaborato di **Fabrizio Gambaretto**, alunno di classe III A della scuola secondaria di primo grado di **Crespano del Grappa**. **Andrea Grendele**, neo-insegnante di educazione tecnica, ha proposto ai ragazzi di produrre la propria

creazione e Fabrizio ha ideato un segno unico, semplice e impattante. Attraverso un'unica linea viene descritto il profilo territoriale, che coinvolge, nel racconto iconografico del territorio elementi naturali e architettonici. In particolare il marchio evoca il profilo montuoso del Massiccio del Grappa e delle colline sottostanti, insieme alla Rocca di Asolo e al Tempio di Canova, capaci di evocare altre eccellenze architettoniche come la palladiana Villa di Maser o il Castello degli Ezzelini, solo per citarne alcune.



2° PREMIO

Secondo premio per un gruppo di alunni della classe III D della scuola media di Aolo. I ragazzi - Hu Ally, Beatrice Burete, Arianna Pessetto, Agnese Trevisan, Gioia Carraro - hanno lavorato in gruppo, attivando diversi percorsi di lavoro, per poi selezionare quello migliore: un segno che rappresenta i profili principali del territorio. Dal profilo più lontano dell'orizzonte montuoso a quello più vicino delle emergenze architettoniche principali, rappresentate dalla Rocca di Aolo e dal tempio di Possagno, capaci anche di evocare altre architetture presenti nell'area, fino ad arrivare ad esprimere il nome del territorio, in primo piano, collegato da un unico segno alla parte iconografica. Il tutto raccolto in una forma compatta in cui gli elementi si incorporano in una visione prospettica.



3° PREMIO

Il terzo premio è stato assegnato ad un altro gruppo della scuola media di Aolo, questa volta della classe III A, composto da Sebastiano Feltracco, Nicola Moletta, Alessandro Signor. Il percorso di lavoro della classe è partito dall'analisi delle eccellenze territoriali, attraverso immagini e fotografie, per verificare anche i loghi già utilizzati per il turismo: Regione Veneto, Pedemontana Veneta, Città di Aolo. Anche in questo caso la classe si è divisa in diversi gruppi e ha poi selezionato l'elaborato che ha giudicato migliore. La linea della collina esprime la tipologia di paesaggio, su cui si poggiano alcuni degli elementi più rappresentativi del territorio, sia naturali che architettonici, espressi in forma stilizzata ed evocativa. L'intero elaborato compone una forma regolare alla base

e aperta in alto, che può facilmente essere raccolta in una forma anche chiusa.