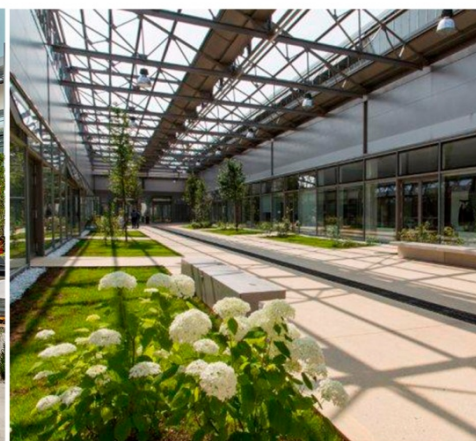


BRAND&LANDSCAPE AWARD



BANDO DI CONCORSO



**RIGENERAZIONE URBANA - INDUSTRIA&PAESAGGIO - DROSSCAPE -
INTEGRAZIONE - CORPORATE IDENTITY**

BRAND & LANDSCAPE

SIMPOSIO INTERNAZIONALE E PREMIO

Organizzato da:



**CNA
PPC** CONSIGLIO NAZIONALE
DEGLI ARCHITETTI
PIANIFICATORI
PAESAGGISTI
E CONSERVATORI

In collaborazione con:



LA TRIENNALE DI MILANO



Con il patrocinio (richiesto) di:



Con il patrocinio (richiesto) di:



Con il patrocinio (richiesto) di:



Con il patrocinio (richiesto) di:



Con il patrocinio (richiesto) di:



Con il patrocinio (richiesto) di:



BRAND&LANDSCAPE

SIMPOSIO INTERNAZIONALE E PREMIO

1 - Premessa

Il Consiglio Nazionale Architetti, Pianificatori, Paesaggisti e Conservatori e PAYSAGE – Promozione e Sviluppo per l'Architettura del Paesaggio promuovono e organizzano il Premio Internazionale di Progettazione **BRAND&LANDSCAPE AWARD** all'interno del Simposio internazionale **BRAND&LANDSCAPE – RIGENERAZIONE URBANA – INDUSTRIA&PAESAGGIO – DROSSCAPE – INTEGRAZIONE – CORPORATE IDENTITY**, che intende attrarre l'eccellenza della progettazione internazionale nell'ambito dell'architettura del paesaggio e premiare i migliori progetti.

Il riconoscimento mira a promuovere idee e suggestioni sui nuovi rapporti tra il paesaggio e i luoghi di produzione, con lo scopo di raccogliere e mettere a confronto progetti e realizzazioni, ponendo in luce "buone pratiche" nelle quali la progettazione del paesaggio dei luoghi di produzione assume, nelle sue diverse declinazioni, i valori della ricerca, diventando strumento per la comunicazione dei valori aziendali; valori della sostenibilità, della bellezza e dell'integrazione con il paesaggio circostante, tracciando un nuovo orizzonte del "fare impresa".

2 - Enti promotori

Il Premio è promosso dal Consiglio Nazionale degli Architetti Pianificatori Paesaggisti e Conservatori e da PAYSAGE, che organizzerà gli eventi attraverso la rivista TOPSCAPE, rivista internazionale dedicata al progetto del paesaggio contemporaneo edita da PAYSAGE – Promozione e Sviluppo per l'Architettura del Paesaggio.

3 - Patrocini

Il Concorso e il Simposio internazionale a cui è collegato sono patrocinati da: Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo, Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali, Comune di Milano, Ordine degli Architetti PPC della Provincia di Milano, Politecnico di Milano, Università di Genova, Università degli Studi di Firenze, Università IUAV di Venezia, Università di Roma – La Sapienza, Politecnico di Torino, Consiglio Nazionale degli Ingegneri, CONAF – Consiglio dell'Ordine Nazionale dei Dottori Agronomi e Dottori Forestali, Collegio Nazionale degli Agrotecnici e degli Agrotecnici Laureati, Collegio dei Geometri e dei Geometri Laureati, APAP – Associação Portuguesa dos Arquitectos Paisagistas, BDLA – Bundesgeschäftsstelle, SAK – Stowarzyszenie Architektury Krajobrazu, INU – Istituto Nazionale di Urbanistica, ANCI Lombardia –

BRAND&LANDSCAPE

SIMPOSIO INTERNAZIONALE E PREMIO

Associazione Nazionale Comuni Italiani, ANCE Lombardia – Associazione Nazionale Costruttori Edili, ASSOVERDE – Associazione Italiana Costruttori del Verde, SIEP – Società Italiana di Ecologia del Paesaggio, AIDTPG – Associazione Italiana Direttori e Tecnici dei Pubblici Giardini, AIPIN – Associazione Italiana per l'Ingegneria Naturalistica, AIVEP – Associazione Italiana Verde Pensile, ANVE – Associazione Nazionale Vivaisti Esportatori, ASSIMP – Associazione delle Imprese di Impermeabilizzazione Italiane, Associazione Nazionale Piante e Fiori d'Italia, UNITEL – Unione Nazionale Italiana Tecnici degli Enti Locali, CONFAGRICOLTURA – Confindustria.

4 - Tema e obiettivi specifici del Concorso

All'interno del tema **BRAND&LANDSCAPE** gli organizzatori vogliono sottolineare il ruolo che la progettazione del paesaggio industriale sta assumendo come strumento per la comunicazione dei valori aziendali, al punto da concorrere nella percezione contemporanea a quel complesso sistema di beni tangibili e intangibili che costituiscono la *brand equity* oltre che la *visual identity*. L'evento intende porre in luce le "buone pratiche" nelle quali la progettazione del paesaggio dei luoghi di produzione assume, nelle sue diverse declinazioni, i valori della ricerca, diventando strumento per la comunicazione dei valori aziendali; valori della sostenibilità, della bellezza e dell'integrazione con il paesaggio circostante, tracciando un nuovo orizzonte del "fare impresa". Casi virtuosi per promuovere una nuova visione dei luoghi di lavoro, di produzione e di ricerca, che pongono in luce il valore di un'impresoria illuminata che può contribuire in modo significativo alla costruzione di un nuovo paradigma che, intervenendo sul paesaggio, cerca di arginare il degrado estetico e ambientale delle aree industriali che tanto affligge il nostro paese.

Il topic **BRAND&LANDSCAPE** mira a riflettere in modo propositivo sul ruolo dell'architettura del paesaggio come strumento di miglioramento di un'azienda; sia riguardo alle condizioni lavorative dei dipendenti, sia per stabilire nuove relazioni con la natura. Il calendario di eventi proposto offre un'occasione di approfondimento sulla riconfigurazione degli spazi esterni agli edifici produttivi attraverso un vero e proprio progetto del verde dove la vegetazione e gli elementi di paesaggio diventano un valore aggiunto, che estende e rafforza quelle caratteristiche di *medium*, ma che si fa anche carico di innescare nuove relazioni con l'ambiente: un progetto globale di *branding image* declinato in *brand landscaping*.

Si intenderà proporre un evento di alto profilo progettuale, culturale, scientifico e sociale, organizzando un Simposio internazionale sul tema **BRAND&LANDSCAPE – RIGENERAZIONE URBANA – INDUSTRIA&PAESAGGIO –**

BRAND&LANDSCAPE

SIMPOSIO INTERNAZIONALE E PREMIO

DROSSCAPE – INTEGRAZIONE – CORPORATE IDENTITY e un Premio di Architettura Internazionale che rispondono alla necessità di individuare nuove logiche integrate di pianificazione e progettazione del territorio, dove il contesto paesaggistico rappresenta un importante indicatore.

È questo il caso di uno spazio verde all'interno e all'esterno di un'azienda, dove la vegetazione assume importanza non solo nella sua accezione bucolica, ma anche come macchina ecologica che entra a far parte dei fenomeni urbani. **Il paesaggio industriale come messa in valore dei contenuti produttivi dei brand che investono nel territorio circostante utilizzando questo elemento come sistema di comunicazione dei loro valori etici.**

I PROGETTI IN SINTESI :

Le proposte devono riguardare la progettazione di paesaggi industriali, mettendo in luce "buone pratiche"; paesaggi che promuovano una nuova visione di luoghi di lavoro, di produzione e di ricerca; paesaggi intesi come strumenti per la comunicazione di valori aziendali. Proposte che riguardino riqualificazioni di ogni tipo di insediamento industriale, parchi industriali, spazi verdi in generale dedicati ai luoghi di rappresentanza delle aziende.

5 - Lingue ufficiali del concorso

Le lingue ufficiali del concorso sono l'italiano e l'inglese. Tutti gli elaborati dovranno essere redatti a scelta in una sola di queste due lingue, pena l'esclusione.

6 - Modalità di partecipazione

La selezione delle opere è aperta a:

- **Architetti, Pianificatori Paesaggisti, Conservatori e Ingegneri**
- **Altri professionisti iscritti ad albi professionali, Studenti ed Università, Pubbliche Amministrazioni, Enti Pubblici, Associazioni, Fondazioni.**

BRAND&LANDSCAPE

SIMPOSIO INTERNAZIONALE E PREMIO

La partecipazione è consentita solo con un'opera realizzata, rispondente al tema e afferente ad almeno una delle categorie sopra indicate.

La presentazione e la candidatura delle opere possono essere avanzate dai progettisti, dalla committenza, dagli esecutori, da enti pubblici o di diritto pubblico, da fondazioni ed enti culturali. In entrambe le sezioni, per qualsiasi opera realizzata, anche se promosso e presentato da terzi, deve essere individuato un referente responsabile capogruppo.

L'iscrizione al concorso si avrà automaticamente mediante la trasmissione degli elaborati, che avverrà accedendo a:

<http://concorsi.awn.it/brand-landscape/home>

Il sistema telematico, a conferma del corretto completamento della procedura, renderà disponibile una nota di avvenuta ricezione dei dati e degli elaborati trasmessi, che varrà da riscontro dell'avvenuta iscrizione.

Con mezzi propri e per via telematica, i partecipanti dovranno trasmettere, seguendo la procedura stabilita:

- 1 una cartella in formato zip della dimensione massima di **5 MB** contenente la relazione illustrativa delle scelte di progetto (obbligatoria) ed eventuali altri materiali ritenuti importanti per la comunicazione del progetto (facoltativi). La relazione dovrà essere elaborata utilizzando l'apposita maschera del concorso, nella quale dovrà essere inserito un testo di 2500 battute max, spazi inclusi (font: Arial - carattere: corpo 11 - colore: nero) in formato Adobe pdf. Tutti i campi presenti dovranno essere compilati e potranno essere presentati fino a due A4 verticali, compresi in un unico file.
- 3 immagini (1 obbligatoria, 2 facoltative) illustrative del progetto in formato A3, orizzontale ed estensione jpg, e dimensione massima di **5 MB**. Le tecniche di rappresentazione grafica e il numero delle immagini da presentare (fino a un massimo di 3) sono lasciate alla libera scelta dei partecipanti (le immagini possono contenere fotografie, disegni e didascalie a scelta del concorrente), ma dovrà essere utilizzata la maschera precompilata scaricabile dal sito, rispettandone l'impaginazione, e inserendo i dati richiesti.

BRAND&LANDSCAPE

SIMPOSIO INTERNAZIONALE E PREMIO

Ogni partecipante/capogruppo può inviare fino a tre progetti mediante tre invii telematici separati. Al momento dell'iscrizione il partecipante dovrà selezionare una sezione di appartenenza, a scelta tra le seguenti:

- **Architetti, Pianificatori Paesaggisti, Conservatori e Ingegneri.**
- **Altri professionisti iscritti ad albi professionali, Studenti ed Università, Pubbliche Amministrazioni, Enti Pubblici, Associazioni, Fondazioni.**

7 - Cause di esclusione e incompatibilità alla partecipazione

Ai fini della validità della partecipazione costituisce motivo di esclusione la mancata osservanza delle regole contenute nel presente bando.

È esclusa la partecipazione:

- agli organizzatori del concorso, alla segreteria organizzativa, ai membri della giuria.

8 - Documentazione e materiale conoscitivo

Il bando e la documentazione di supporto, i quesiti e le risposte potranno essere scaricati all'indirizzo internet:

<http://concorsi.awn.it/brand-landscape/home>

Quanto sopra costituisce l'unico ed esaustivo materiale conoscitivo messo a disposizione per l'elaborazione dell'idea progettuale. Ai concorrenti è vietato interpellare i componenti della giuria, pena l'esclusione dal concorso.

Per eventuali quesiti è possibile inviare una mail a:

comunicazione@paysage.it

BRAND&LANDSCAPE

SIMPOSIO INTERNAZIONALE E PREMIO

9 - Calendario

Il calendario di eventi proposto offre un'occasione di approfondimento delle conoscenze della disciplina dell'Architettura del Paesaggio e di diffusione delle buone pratiche di progettazione e realizzazione di opere a verde improntate alla riconfigurazione degli spazi esterni agli edifici produttivi.

15 febbraio 2016 – pubblicazione bando

17 febbraio 2016 – apertura del sito per invio dei progetti

20 maggio 2016 – chiusura del sito per invio dei progetti

Giugno 2016, Triennale di Milano – presentazione dei progetti selezionati nell'ambito del Simposio internazionale **Brand&Landscape – RIGENERAZIONE URBANA – INDUSTRIA&PAESAGGIO – DROSSCAPE – INTEGRAZIONE – CORPORATE IDENTITY.**

10 - Composizione e lavori della Commissione di selezione

La selezione dei progetti sarà operata da una giuria identificata tra i componenti del Comitato scientifico.

Il coordinamento tecnico scientifico sarà assegnato all'architetto Alessandro Marata per il Consiglio Nazionale Architetti Pianificatori Paesaggisti e Conservatori e alla direttrice di TOPSCAPE PAYSAGE Novella Cappelletti.

La giuria selezionerà un solo progetto vincitore per ogni sezione e fino a 5 progetti segnalati per ogni sezione.

I progetti vincitori e segnalati saranno pubblicati sulla rivista TOPSCAPE PAYSAGE.

11 - Criteri di valutazione

La selezione dei progetti candidati avverrà attraverso la valutazione della proposta

BRAND&LANDSCAPE

SIMPOSIO INTERNAZIONALE E PREMIO

progettuale dal punto di vista della sua rispondenza ai caratteri generali e specifici del bando. La giuria selezionerà i progetti sulla base dei seguenti criteri:

- Originalità, innovazione e qualità complessiva del progetto;
- Coerenza del progetto con il programma del bando e di **Brand&Landscape**;

- Chiarezza del progetto attraverso l'articolazione del testo di presentazione e degli elaborati.

12 - Responsabile e segreteria tecnica e organizzativa

Le funzioni di segreteria tecnica e organizzativa saranno svolte da una commissione di lavoro istituita presso PAYSAGE; per eventuali quesiti è possibile inviare una mail all'indirizzo: comunicazione@paysage.it

13 - Tutela privacy

Ai sensi del Testo Unico sulla privacy D.lgs. n. 196/2003, in ordine al procedimento instaurato da questo avviso, si informa che il Consiglio Nazionale Architetti, Pianificatori, Paesaggisti e Conservatori e PAYSAGE sono soggetti attivi nella raccolta dei dati. I dati richiesti sono raccolti per le finalità della selezione. Le modalità del trattamento sono relative alle attestazioni indicate e ai requisiti stabiliti dalla legge necessari per la partecipazione alla selezione da parte dei soggetti aventi titolo.

14 - Autorizzazione alla pubblicazione dei progetti

Con l'iscrizione al Premio i concorrenti danno esplicito consenso a PAYSAGE alla divulgazione dei progetti nell'ambito del Simposio internazionale **Brand&Landscape – RIGENERAZIONE URBANA – INDUSTRIA&PAESAGGIO – DROSSCAPE – INTEGRAZIONE – CORPORATE IDENTITY**, che si svolgerà nel mese di giugno 2016 presso la Triennale di Milano, e tramite la pubblicazione dei progetti sulla rivista TOPSCAPE PAYSAGE e in

BRAND&LANDSCAPE

SIMPOSIO INTERNAZIONALE E PREMIO

forma derivata, per i soli progetti vincitori, all'interno di "L'Architetto" e "Point Z.E.R.O."

15 - Diritti d'autore e proprietà dei progetti

I materiali presentati al Premio resteranno di proprietà intellettuale degli autori, che contestualmente all'iscrizione e alla trasmissione degli elaborati ne autorizzano l'utilizzo a scopo divulgativo per pubblicazioni a stampa o digitali.

Il Premio sarà conferito nell'ambito del Simposio internazionale **Brand&Landscape – RIGENERAZIONE URBANA – INDUSTRIA&PAESAGGIO – DROSSCAPE – INTEGRAZIONE – CORPORATE IDENTITY**, che si svolgerà nel mese di giugno 2016 presso la Triennale di Milano.