

RIFLESSIONI ED ESEMPI DI SIMBOLO IDENTIFICATIVO/LANDMARK

Premessa

Nel presente documento sono contenute alcune riflessioni finalizzate a consentire a tutti i partecipanti al presente bando per concorso di idee di interpretare in maniera corretta le finalità e l'oggetto del bando stesso, così come definiti all'art.2.

* * * * *

L'oggetto sociale della società "Tecnopolo S.p.A." così stabilisce: *"La società ha per oggetto la realizzazione e la gestione del polo tecnologico industriale di Roma ed ogni attività intesa come sistema organizzato per la ricerca ed il trasferimento tecnologico, al fine di concorrere all'innovazione tecnologica e produttiva delle imprese e dei servizi da queste prodotti"*

La crisi mondiale di quest'ultimo decennio ha condotto ad un inevitabile rallentamento nel perseguimento delle sopra citate finalità sociali e ad oggi, superato il momento difficile, Tecnopolo S.p.A. sta consolidando e rafforzando l'attività finalizzata alla localizzazione di imprese tecnologiche innovative e al supporto della crescita delle stesse, anche attraverso lo sviluppo di un piano di comunicazione, di restyling dell'immagine e dell'arredo urbano dell'area del Tecnopolo Tiburtino che si concretizzerà nella primavera 2021.

A tale proposito, Tecnopolo S.p.A. ha già articolato alcuni progetti, documenti e procedure ma intende demandare al presente Concorso di idee l'ideazione di un simbolo a scala territoriale di area. Tale simbolo non dovrà essere confuso con il logo che Tecnopolo S.p.A. già possiede.

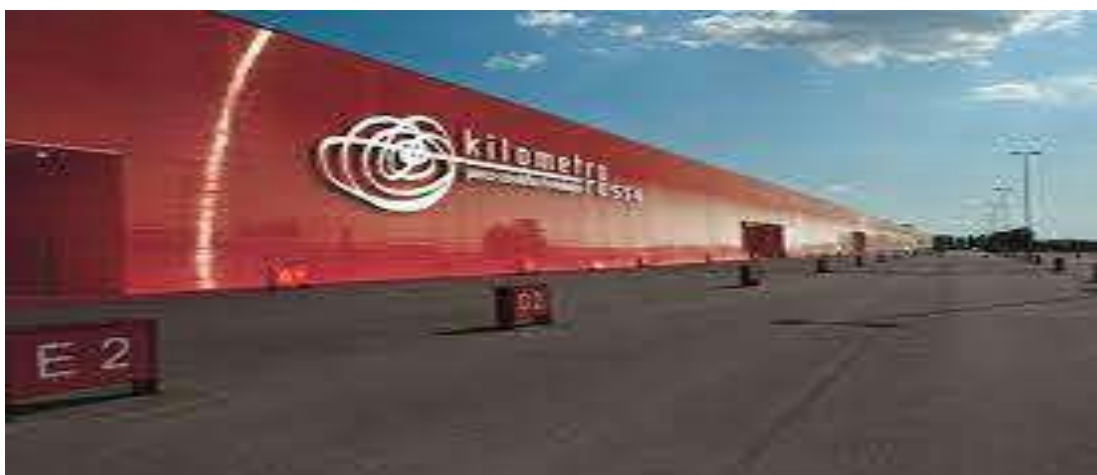
I partecipanti al Concorso di idee dovranno pensare ad una proposta ideativa più in termini di punto di riferimento/landmark che ad altro.

Gli esempi di seguito illustrati possono aiutare a meglio comprendere le finalità e l'oggetto del Concorso di idee:

1) Il **Techpark Sudtirolo di Bolzano** ha il logo "NOI" che nella grafica, nei colori e nel significato vuole rappresentare lo spirito del Parco Tecnologico. Tale logo rappresenta il filo conduttore della comunicazione del Parco ma non è il suo landmark che, a giudizio dello scrivente, è invece rappresentato dalla torre piezometrica trattata con la rilettura artistica delle superfici. Questa presenza è riferimento per l'identificazione geografica dell'area, per gli incontri tra persone, per creare la memoria del luogo.



2) Il **Kilometro Rosso di Bergamo** ha un logo che probabilmente rappresenta una serie di forze imprenditoriali che da una aggrovigliata matassa si uniscono, trovano una forma di coesione e si dirigono in un'unica direzione mettendosi a sistema. Anche in questo caso il logo è il filo conduttore della comunicazione del Parco ma non è il suo landmark che invece è egregiamente rappresentato dal muro rosso lungo un chilometro visibilissimo dalla A4 Torino-Trieste.



Non solo i moderni parchi tecnologici, espressione della nostra contemporaneità industriale, presentano questa dicotomia tra logo/marchio/stemma e landmark; anche la storia ci mostra una serie di esempi, uno fra tutti la stessa città di Roma che ha un logo importante legato al suo millenario passato ma come landmark universalmente conosciuto ha il Colosseo.



Nella proposta i partecipanti disporranno dunque di libertà di proposta ideativa, sempre mantenendosi all'interno del perimetro delle regole del bando.

Si consiglia in ogni caso di non discostarsi eccessivamente dalle caratteristiche dell'area del Tecnopolo Tiburtino, dai colori ufficiali del futuro logo di Tecnopolo S.p.A. (PANTONE 7579 e 136) e da un possibile richiamo alla connotazione tecnologico-innovativa dell'area stessa.