

L'identità visiva del progetto B4R: un processo partecipato

Original

Availability:

This version is available at: 11583/2991762.5 since: 2024-08-18T05:56:08Z

Publisher:

LetteraVentidue Edizioni

Published

DOI:

Terms of use:

This article is made available under terms and conditions as specified in the corresponding bibliographic description in the repository

Publisher copyright

(Article begins on next page)



UNIVERSITÀ
POLITECNICA
DELLE MARCHE

DIC
EA

DIPARTIMENTO
INGEGNERIA
CIVILE EDILE
ARCHITETTURA
18|22 23|27 ECCELLENZA



UNIVERSITÀ
DI TRENTO
Dipartimento di
Ingegneria Civile, Ambientale e Meccanica



Politecnico
di Torino
Dipartimento
di Architettura e Design



Università
degli Studi
di Palermo



BRANDING4RESILIENCE | ATLANTE Ritratto di quattro territori interni italiani

Autrici e curatrici

Maddalena Ferretti, Sara Favargiotti, Barbara Lino, Diana Rolando

Coordinamento editoriale progetto grafico e layout

Sara Favargiotti, Andrea Biotti

con LetteraVentidue

impaginazione con il supporto di Alice Barreca, Annalisa Contato, Maria Giada Di Baldassarre, Benedetta Di Leo, Giorgia Malvasi, Margherita Pasquali, Caterina Rigo

Questo volume è esito della ricerca "B4R-Branding4Resilience. Tourist infrastructure as a tool to enhance small villages by drawing resilient communities and new open habitats", progetto di ricerca di rilevante interesse nazionale Prin 2020-2024.

Il presente volume è stato realizzato con fondi PRIN2017 MUR e sottoposto a procedura di peer review.

Il libro è disponibile anche in versione Pdf Open Access sul sito della casa editrice.

ISBN 978-88-6242-926-9

Prima edizione luglio 2024

© LetteraVentidue Edizioni

© Testi e illustrazioni: i rispettivi autori

È vietata la riproduzione, anche parziale, effettuata con qualsiasi mezzo, compresa la fotocopia, anche ad uso interno o didattico.

Le immagini in questo libro rispondono alla pratica del "fair use" (Copyright Act 17 U.S.C. 107) essendo finalizzate alla ricerca e all'insegnamento. Nel caso in cui fosse stato commesso qualche errore o omissione riguardo ai copyright delle illustrazioni le curatrici rimangono a disposizione degli aventi diritto e l'editore provvederà alla prima ristampa utile.

LetteraVentidue Edizioni Srl
Via Luigi Spagna 50 P
96100 Siracusa, Italia

www.letteraventidue.com

XB
4R

Maddalena Ferretti
Sara Favargiotti
Barbara Lino
Diana Rolando

X **B** **R** **A** **N** **D** **I** **N** **G**
4 **R** **E** **S** **I** **L** **I** **E** **N** **C** **E**
ATLANTE

Ritratto di quattro territori
interni italiani

INDICE



Analisi dei dati e
mappature dei territori



Ricerche sul campo



Esplorazioni
percettivo-narrative



Sperimentazioni
progettuali



Territorial portrait

1 Branding4Resilience

Infrastrutture turistiche come strumento per la valorizzazione dei piccoli borghi attraverso comunità resilienti e nuovi habitat aperti

12 Il Progetto B4R

M. Ferretti

22 L'Atlante B4R

S. Favargiotti, A. Biotti

26 Background

B. Lino

32 Gruppi e temi di ricerca

M. Ferretti, B. Lino, S. Favargiotti,
D. Rolando

42 La Metodologia B4R

M. Ferretti

48 Exploration

M. Ferretti, S. Favargiotti, B. Lino,
D. Rolando

51 Le dimensioni di analisi dell'Exploration B4R

D. Rolando, A. Barreca,
M. Rebaudengo

53 Analisi dei dati e mappature dei territori

D. Rolando, A. Barreca,
M. Rebaudengo

60 Ricerche sul campo, narrazioni e sperimentazioni progettuali

M. Ferretti, S. Favargiotti

68 Territorial Portrait

M. Ferretti, B. Lino

72 Co-design

M. Ferretti, S. Favargiotti, B. Lino,
D. Rolando

80 L'identità visiva del progetto Branding4Resilience: un processo partecipato

A. Di Salvo, E. Fiore

88 B4R Platform

M. Ferretti, M. Mengoni, A. Generosi,
C. Rigo

94 Prospettive

M. Ferretti, S. Favargiotti, B. Lino,
D. Rolando

2 Appennino Basso Pesarese e Anconetano

Università Politecnica delle
Marche | UNIVPM

102 Nel cuore verde e creativo delle Alte Marche

M. Ferretti

EXPLORATION



114 Infrastrutture, paesaggio ed ecosistemi

M. Ferretti, C. Rigo



122 Rischio alluvioni: gli eventi di Settembre 2022

C. Rigo

- 

130 **Patrimonio culturale, costruito e dinamiche insediative**
M. Ferretti, C. Rigo
- 

144 **Gli Asili d'Appennino**
M. G. Di Baldassarre
- 

146 **Economie e valori**
M. Ferretti, M. G. di Baldassarre
- 

154 **Networks e servizi, comunità e modelli di governance**
M. Ferretti, M. G. di Baldassarre
- 

170 **Analisi degli stakeholder. Dialoghi per l'innovazione sociale**
M. Ferretti, C. Rigo
- 

174 **Tra le valli produttive dell'Esino e del Metauro**
M. Ferretti, M. G. Di Baldassarre
- 

178 **Analisi dei pattern, sistemi di relazione**
M. G. Di Baldassarre, B. Di Leo
- 

182 **Riattivare il patrimonio costruito**
M. Ferretti, M. G. Di Baldassarre, B. Di Leo, C. Rigo
- 

182 **Un approccio creativo e transcalare**
M. Ferretti
- 

184 **Slow-Living Habitats. Visioni e scenari per una riconnessione degli spazi abitati nei territori lenti della Regione Marche**
C. Rigo
- 

186 **Designing Resilience. Trans-scalar architecture for marginal habitats of Marche Region**
M. G. Di Baldassarre

- 

188 **RESEtTling APPennines. Promozione territoriale, valorizzazione del patrimonio culturale e trasformazione dello spazio dell'abitare per una rinascita resiliente dell'Appennino marchigiano**
B. Di Leo
- 

190 **Architettura e ingegneria per il progetto dei territori interni**
B. Di Leo
- 

200 **Riabitare il costruito. Riciclare spazi inutilizzati come beni comuni**
M. Ferretti, B. Di Leo
- 

202 **Branding4Resilience alla 17a Biennale di Architettura di Venezia (2020-21)**
M. Ferretti, B. Di Leo
- 

204 **Tesori nascosti nelle Marche. Sguardi d'autore**
A. Tessadori
- 

218 **L'Appennino, un arcipelago di borghi**
M. Ferretti
- CO-DESIGN**

224 **Co-progettare Sassoferato. Il Parco creativo del Sentino**
M. Ferretti, M. G. Di Baldassarre, B. Di Leo, C. Rigo
- 224 **Azioni operative e nuovi paradigmi. Temi e scenari per riattivare le architetture, i luoghi e il patrimonio della comunità di Sassoferato**
M. Ferretti
- 232 **Dialogo con gli attori: il processo**
M. G. Di Baldassarre, C. Rigo
- 234 **Scambio transdisciplinare. Esplorare la resilienza attraverso la co-progettazione**
E. Sommariva

- 236 **CONCRETA-MENTE**
M. Ferretti, B. Di Leo
 - 240 **FILOFERRATO**
Mobilità a 5 sensi per il Parco creativo del Sentino
M. Ferretti, B. Di Leo
 - 244 **RI-EMERGERE, RE-IMMERGERSI nel Parco creativo del Sentino**
M. Ferretti, B. Di Leo
 - 248 **Patrimonio, reti e creatività**
Prospettive
M. Ferretti
- ## 3 Sicani
- Università degli Studi di Palermo | UNIPA
- 252 **I Sicani tra fragilità, risorse e comunità creative**
B. Lino
 - 256 **La Focus Area dei Sicani**
B. Lino, A. Contato
- ### EXPLORATION
- 

264 **Infrastrutture, paesaggio ed ecosistemi**
B. Lino, A. Contato
 - 

280 **Patrimonio culturale, costruito e dinamiche insediative**
B. Lino, A. Contato
 - 

286 **La mappatura delle risorse nascoste**
L. Macaluso
 - 

294 **Il turismo nell'area di indagine**
M. Ferrante
 - 

296 **Le iniziative del GAL Sicani mirate al turismo**
B. Lino, A. Contato
 - 

302 **Economie e valori**
B. Lino, A. Contato

-  314 **Le Case a 1 Euro a Sambuca di Sicilia**
B. Lino
-  316 **Networks e servizi, comunità e modelli di governance**
B. Lino, A. Contato
-  325 **Bando Borghi PNRR**
B. Lino, A. Contato
-  336 **Val di Kam e le esperienze di turismo relazionale**
B. Lino
-  337 **Teatro Andromeda a Santo Stefano Quisquina**
A. Contato
-  338 **Analisi degli stakeholder e degli attori**
G. Frazzica, A. Contato
-  342 **Le visioni territoriali nei discorsi degli stakeholder e degli attori sicani**
F. Sabatini
-  344 **Sambuca di Sicilia e Cianciana: discorsi e senso del luogo dei turisti residenziali**
F. Sabatini
-  346 **Nuovi abitanti a Sambuca di Sicilia**
B. Lino
-  347 **Il fenomeno Cianciana**
F. Sabatini
-  348 **Mobilità lenta, abitare temporaneo e ospitalità diffusa**
B. Lino, A. Contato
-  352 **Viaggio in Sicania**
Sguardi d'autore
S. Scalia

-  370 **I Sicani in Sicilia**
Un sistema insediativo poli-nucleare e reticolare attraversato da dinamiche creative e nuovi abitanti
B. Lino
- CO-DESIGN**
- 376 **Co-progettare Santo Stefano Quisquina**
Tracce d'acqua, immaginario di comunità e creatività
B. Lino, A. Contato
- 379 **Il turismo**
M. Ferrante
- 382 **Il presidio della risorsa idrica**
F. Sabatini
- 384 **Tracce d'acqua: le tre visioni progettuali**
B. Lino, A. Contato, L. Macaluso, F. Sabatini
- 390 **I temi del co-design workshop**
B. Lino, A. Contato, L. Macaluso, F. Sabatini
- 392 **RISORGIVE**
Un palinsesto di acque, azioni, comunità per l'Ecomuseo dell'acqua di Santo Stefano Quisquina
B. Lino
- 394 **ECOMUSEO DELL'ACQUA**
Presidio territoriale per la cura, tutela, gestione e valorizzazione del paesaggio di Santo Stefano Quisquina
A. Contato
- 396 **PERCORSI SINAPTICI**
Esperienze plurisensoriali di arte e gusto nell'Ecomuseo dell'acqua
A. Contato
- 400 **Abilitare azioni collaborative**
Prospettive
B. Lino
- 4 Val di Sole**
Università di Trento | UNITRENTO

- 404 **Paesaggi d'acqua**
S. Favargiotti
- EXPLORATION**
-  414 **Infrastrutture, paesaggio ed ecosistemi**
M. Pasquali
-  436 **Patrimonio culturale, costruito e dinamiche insediative**
C. Chioni
-  450 **Economie e valori**
A. Nucciarelli
-  466 **Networks e servizi, comunità e modelli di governance**
A. Pianegonda
-  486 **Analisi degli stakeholder**
S. Favargiotti, A. Pianegonda
-  490 **Progettare le forme dell'acqua**
S. Favargiotti, C. Chioni,
-  506 **Le Terre Estreme dell'Antropocene**
M. Pasquali
-  508 **Gemelli digitali del paesaggio per aumentare la resilienza socio-spaziale delle aree interne montane**
C. Chioni
-  510 **Paesaggi agroecologici: valutare e monitorare le dinamiche del cibo ed ecologiche nella pianificazione delle aree urbane e rurali**
A. Pianegonda
-  512 **Le stagioni dell'acqua**
Sguardi d'autore
N. Cagol
-  522 **Val di Sole Blueprint**
S. Favargiotti, M. Pasquali

CO-DESIGN

- 526 **Val di Sole, IMMERGITI!**
Strategia collaborativa transvalliva per scoprire, valorizzare e promuovere le forme dell'acqua
S. Favargiotti, C. Chioni, M. Pasquali, A. Pianegonda
- 534 **RAVÌS-MaaS**
Serbatoio di resilienza per la mobilità sostenibile
M. Pasquali
- 538 **MONTAGNA SOLIDALE**
Rete comunitaria collaborativa nell'alta Val di Sole
C. Chioni
- 542 **SempreVIVERE**
Nuovi equilibri dell'abitare nelle alte terre solandre
A. Pianegonda
- 546 **Paesaggi in transizione**
Prospettive
S. Favargiotti

5 Alta Valsesia

Politecnico di Torino | POLITO

- 550 **I valori dell'Alta Valsesia tra natura, connessioni e patrimonio culturale**
D. Rolando

EXPLORATION

- 
560 **Infrastrutture, paesaggio ed ecosistemi**
A. Barreca, D. Rolando
- 
578 **Patrimonio culturale, costruito e dinamiche insediative**
D. Rolando, L. Savio
- 
600 **Economie e valori**
A. Barreca, G. Malavasi
- 
616 **Networks e servizi, comunità e modelli di governance**
M. Rebaudengo, U. Mecca



- 636 **Analisi degli stakeholder**
A. Barreca, G. Malavasi,
M. Rebaudengo, D. Rolando



- 644 **Indagine sul patrimonio costruito diffuso**
A. Barreca, G. Malavasi,
M. Rebaudengo, D. Rolando,
L. Savio



- 654 **Valsesia a occhio nudo**
Sguardi d'autore
S. Druetta



- 656 **Alta Valsesia: una montagna strati-grafica**
A. Barreca, G. Malavasi, D. Rolando

CO-DESIGN

- 662 **VIBRÈ**
Strategie di valorizzazione per far vibrare borghi resilienti
D. Rolando, A. Barreca, G. Malavasi,
M. Rebaudengo, L. Savio
- 666 **LE VALLI LATERALI**
Spunti progettuali per Val Sermenza e Val Mastallone
A. Barreca, G. Malavasi, M. Rebaudengo, D. Rolando
- 674 **"DI VALLE IN VALLE"**
Un progetto per l'unione degli alpeggi dell'Alta Valsesia
A. Rotta, V. Boggini
- 675 **LA CO-PROGETTAZIONE NELLE VALLI LATERALI**
Le tre visioni progettuali
A. Barreca, G. Malavasi,
M. Rebaudengo, D. Rolando
- 678 **L'ALT(R)A VALSESIA**
Strategia collaborativa di intermodalità transvalliva
A. Barreca
- 682 **SUPERVALLI**
Politiche, pratiche e luoghi per valli giovani
M. Rebaudengo

- 686 **TRANSABITARE**
Per un modello transvallivo dell'ospitalità e dell'abitare nell'Alta Valsesia
G. Malavasi, L. Savio

- 690 **Verso il Co-Visioning**
Prospettive
D. Rolando

6

- 692 **Bibliografia**
- 694 **Autori**
- 696 **Gruppo di Ricerca B4R**
- 700 **Ringraziamenti**

L'identità visiva del progetto B4R: un processo partecipato

Andrea Di Salvo, Eleonora Fiore

Lo sviluppo del logo e dell'identità visiva per il progetto Branding4Resilience (B4R) è stato un processo articolato diviso in diverse fasi: analitica, esplorativa, progettuale e di implementazione.

Fase analitica - la costruzione delle fondamenta

Il lavoro del designer è spesso definito come una mediazione (Germak, 2008). Se è quantomeno difficile immaginare tale attitudine nella fase di concept generation – quando le idee devono essere tanto spigolose quanto dirompenti e quasi mai giuste o corrette – lo è un po' di più quando ci si trova a costruire un brief avendo a disposizione: una proposta di progetto, 4 coordinatrici e 30 (trenta!) ricercatori. Che fare? Si sarebbe chiesto Mario Merz (1968).

Abbiamo cominciato a studiare per comprendere meglio gli obiettivi del progetto ma anche, e soprattutto, le prospettive e le ambizioni delle persone coinvolte. Gli strumenti che abbiamo utilizzato sono stati molto diversi in modo da ottenere suggestioni, informazioni e visioni il più ampie possibile.

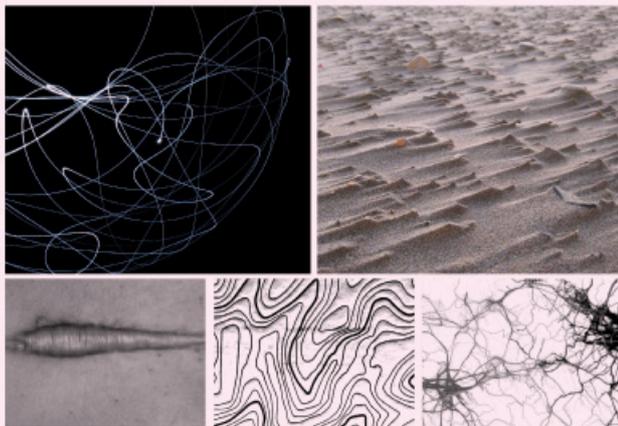
Durante il primo kick-off, ad esempio, abbiamo chiesto in modalità brainstorming quale fosse l'interpretazione personale della resilienza, quali le caratteristiche principali del territorio su cui avremmo lavorato. Il risultato è racchiuso in un due word cloud, in cui nella prima emerge in modo netto la connessione tra la triade adattabilità-potenzialità-cambiamento e la natura, nella seconda, invece, vi è una notevole dispersione dei risultati, che non consente di ottenere un elemento comune alle 4 aree di ricerca, se non la parola paesaggio. Un termine che, tuttavia, rimanda a contesti molto differenti e ci instilla il dubbio che sia quasi impossibile far affidamento su tratti caratteristici comuni. Per approfondire meglio questo aspetto abbiamo, però, chiesto ai ricercatori di condividere alcune immagini sulle tecniche artigianali locali per la propria area di pertinenza, altre immagini suggestive che richiamassero il progetto e, infine, di fornire foto dei territori che erano state raccolte durante i primi sopralluoghi.

Sotto sotto speravamo ci fosse un elemento grafico da sfruttare comune a qualche lavorazione artigianale, ma era invece legittimo che ogni luogo possedesse caratteristiche uniche, e che fosse compito nostro il creare un cappello da cui far partire le varie azioni sui territori. Abbiamo, di conseguenza, strutturato un questionario online che spingesse i ricercatori a descrivere l'essenza del progetto "come se fosse un tweet", ovvero in 280 caratteri massimo. Un esercizio di sintesi che, dopo un'opportuna analisi semantica,

Tecniche artigianali



Suggestioni



Territorio



Input visivi dalle unità di ricerca: dall'alto (i) tecniche artigianali, (ii) suggestioni e (iii) territorio.

ci ha consentito di creare una sorta di macro-obiettivo, sia di progetto che di comunicazione: "Studiare la capacità delle aree interne italiane, piccoli borghi e paesaggi, di rispondere alle grandi sfide attuali, costruendo azioni operative di branding. Usare il turismo come volano di uno sviluppo più sostanziale e resiliente dei territori e delle comunità insediate". 270 caratteri, non male. Abbiamo quindi trasformato il tweet in una forma simile ad un brief:

"comunicare in modo sintetico la strategia resiliente, che intende recuperare e promuovere territori fragili, marginali delle aree interne".

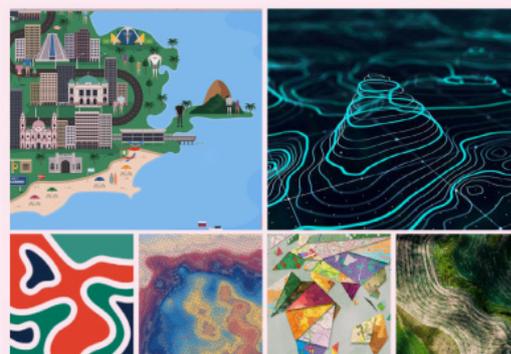
Alcune stringhe di testo delle risposte erano, poi, ottime per essere trasformate in linee guida progettuali come, ad esempio:

- capacità di rispondere con azioni come volano;
- stimolare e mostrare l'identità per progettare il futuro;
- condizione di forza nei confronti di un'orizzonte da raggiungere;
- storie e sfide per il futuro;
- modello di sviluppo;
- connessione tra le tipicità locali e i potenziali visitatori;
- trasformazione in maniera elastica;
- creazione di comunità;
- resistere nel lungo periodo

**Moodboard
RESILIENZA
MATERICA**



**Moodboard
MAPPA**



Senza dubbio, è decisamente arduo trovare con un segno grafico una sintesi tra tutti questi concetti, tuttavia, va sottolineato che l'azione di comunicazione era parallela a quella di start-up del progetto e, in qualche modo, era utile anche all'intero flusso del progetto, per mettere a fuoco priorità e processi da mettere in campo.

Abbiamo quindi rifinito i risultati dei brainstorming attribuendo pesi diversi ai concetti espressi dalle unità di ricerca – attraverso ulteriori interviste e discussioni – e selezionato i temi emersi sotto forma di alcune parole chiave,

Due esempi di moodboard elaborate a partire dai macro-temi emersi nella fase analitica

come:

- fragilità resilienza kintsugi;
- natura processi biomimesi;
- territorio aree interne ripopolamento rurale;
- contesto inquadrare cornice;
- quattro aree crocevia intersezione.

L'ultima parola della terna, in realtà, è già un possibile concept.

Fase esplorativa - derive e ritorni

La fase analitica è terminata con la presentazione dei risultati all'ricercator. A questa è seguita qualche settimana di fase esplorativa che ci lasciasse la libertà di esplorare tutte le possibili derive collegate alle keywords emerse, in modo da trasformarle poi in concept. A partire dai gruppi di keyword, abbiamo sviluppato una serie di moodboard su temi e binomi come:

Natura Resilienza, Valore Rete/Sistema, Resilienza materica
Mappa.

L'obiettivo delle moodboard era di collezionare spunti progettuali e relazioni inaspettate, una sorta di gioco dettato dai binomi fantastici (Rodari, 1973) che ci consentisse di rendere la ricerca ricca di immagini, di relazioni, di riferimenti visivi e narrativi.

Fase progettuale - dal concept al pixel

Durante la fase di concept generation ci siamo preoccupati di disegnare quante più bozze possibili, dapprima come segno grafico e successivamente integrando il lettering col nome del progetto. Abbiamo subito concordato che sia il segno distintivo che il risultato finale non potessero prescindere dal nome del progetto e dal suo acronimo B4R. Le bozze hanno, quindi, insistito sulla scalabilità del risultato finale. Il progetto avrebbe, infatti, agito come collettore, come aggregatore, come generatore di eventi grandi e piccoli in cui altri loghi si sarebbero affastellati sulla consueta locandina. Avavamo quindi bisogno di un logo riconoscibile nella sua entità minima, ma anche comodo qualora avessimo avuto a disposizione grandi spazi. A quel punto, dopo aver raggiunto il ragguardevole traguardo di 10 proposte, abbiamo coinvolto nuovamente le unità di ricerca per individuare la giusta traiettoria.

Come è possibile vedere in figura, sia i segni grafici che il font utilizzato dovevano essere di ottima leggibilità, solidi e plastici. Quanto ai segni, le proposte spaziavano: dal concept dell'intersezione unito a quello della resilienza dei materiali; alla creazione di un ipotetico paesaggio di montagne e valli composto dai tre caratteri uniti senza soluzione di continuità; alla possibilità di utilizzare forme geometriche semplici – come il triangolo – che componessero sia un volto che, nuovamente, le tre lettere dell'acronimo. Una volta identificata la proposta preferita dal gruppo, abbiamo definito tutti i dettagli come, ad esempio, il tipo di carattere e le dimensioni, la palette di colori e tutto ciò che compone la brand identity.

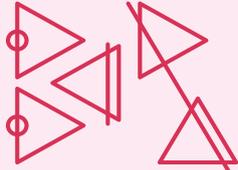
L'elaborazione scelta ha dato forza alla caratteristica peculiare di B4R, che risiedeva nel coinvolgimento di quattro aree specifiche in Italia, ovvero

- Marche - Sassoferrato,
- Piemonte - Valsesia,
- Sicilia - Sicani,
- Trentino - Val di Sole.

Per questa ragione è emersa con forza la possibilità che il logo prevedesse una certa declinabilità, atta ad accogliere eventuali implementazioni, evoluzioni o un proseguimento del progetto.



BRANDING 4RESILIENCE



Branding 4 Resilience



BRANDING 4RESILIENCE



Tre proposte progettuali sviluppate a partire dalle moodboard

L'unione tra lo scenario, che mirava a esaltare la collaborazione tra quattro aree, con il concetto di crocevia, ma anche la trasformazione in maniera elastica, proposta come linea guida, hanno condotto alla scelta del concept che più di tutti rappresentasse l'intersezione come elemento principale, per meglio rappresentare le quattro aree coinvolte nel progetto. La scelta del colore sulle tonalità del magenta e del rosso ciliegia, crediamo sia di forte impatto visivo, facilmente riconoscibile e memorabile, e soprattutto è in antitesi rispetto all'estetica tipica dei progetti di ricerca, identificati solitamente nel verde e blu, ovvero i colori associati a scienza e tecnologia.

Implementazione - dettagli e declinazioni

Il logo è stato discusso e iterato per valutarne l'efficacia con trenta ricercatori coinvolti nel progetto arrivando, attraverso soprattutto focus group e sondaggi, alla soluzione condivisa che rappresentasse tutte e tutti. Il logo è stato, infine, implementato in tutti i materiali di comunicazione del progetto come, ad esempio, materiali informativi, sito web, canali social, presentazioni e materiale promozionale, realizzato in occasione dei co-design workshop per le diverse aree.

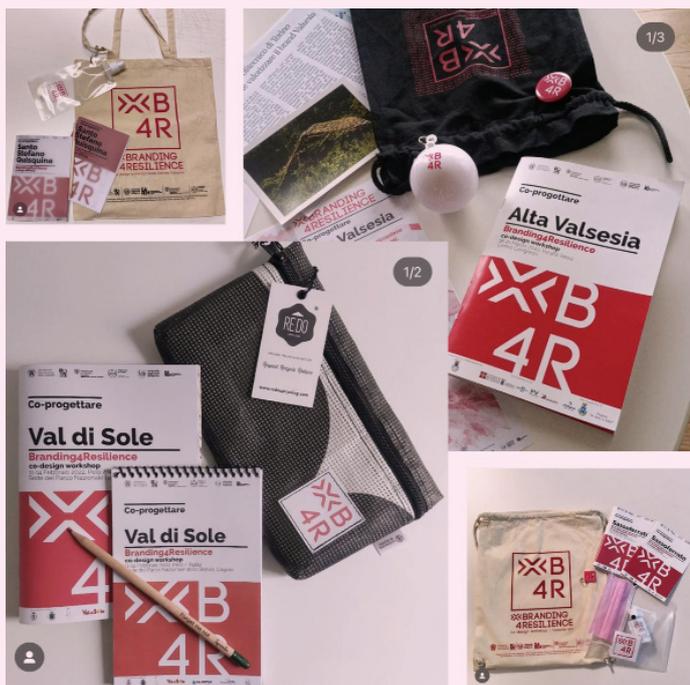
Oltre il logo

La comunicazione di un progetto articolato e ambizioso come B4R – e dei progetti di ricerca in senso lato – è quindi stata oggetto di studi approfonditi al fine di individuare i canali appropriati, il tone of voice adatto ad abbracciare la coesistenza di un'anima scientifica e una divulgativa. Il processo articolato per fasi ha permesso la natura partecipativa dell'ideazione, dando al ricercatore la possibilità di contribuire in tutti gli step dell'iter ideativo e attuativo della brand identity. Pertanto il logo, la cui ideazione è stata condivisa e partecipata, ha visto il riconoscimento e la piena soddisfazione da parte del team di ricerca, che lo ha poi declinato e utilizzato nelle diverse attività previste dal progetto.

L'identità visiva scelta per il progetto B4R è stata sviluppata nell'ambito del work package 5 del progetto, per la finalità di Communication & Dissemination.



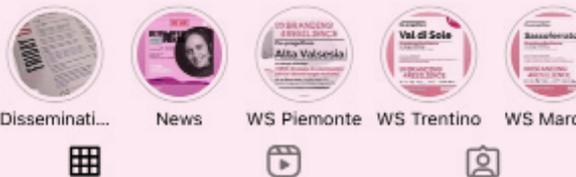
La costruzione del logo



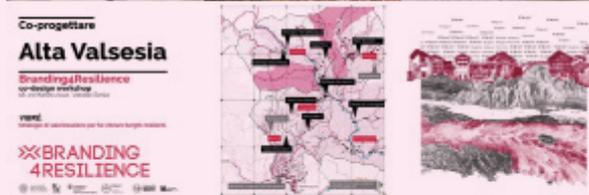
post follower seguiti

Tutte le attività dei workshop di co-progettazione del PRIN Branding4Resilience 🌍
 @univpm @unipa.it @unitrento @politecnicoditorino
www.branding4resilience.it

Segui già v Messaggio +2



FARMESI ALÈGRUE BUÛGÈS



Materiale promozionale sviluppato in occasione dei co-design workshop



Il progetto

Branding4Resilience è un progetto di ricerca di sviluppo territoriale realizzato nel 2017 - 2018 (con il coordinamento dell'Università Politecnica delle Marche) con il supporto degli uffici di Turismo, Patrimonio e Sviluppo degli Uffici di Patrimonio e il Politecnico di Torino. Il progetto esplora le potenzialità di sviluppo turistico di territori e comunità di quattro aree interne italiane.

Scopri di più



Branding

Il progetto esplora il branding come il motore di sviluppo di territori, regioni e comunità proponendo strategie di sviluppo.



Identificati

Le esperienze applicative di branding, applicando le potenzialità di territori e comunità di quattro aree interne italiane.



Metodi

Piccoli team e gruppi interdisciplinari di lavoro in cui il branding, ricerca e sviluppo ricerca e potenzialità per scoprire, con le comunità, una risposta creativa di sviluppo e di qualità turistica.



Valutazione

Il progetto intende promuovere il sviluppo territoriale, la ricerca, l'identità e la valorizzazione di territori e comunità di quattro aree interne italiane.

