

Bando Premio

CITY&BRAND LANDSCAPE

IL PAESAGGIO COME STRATEGIA
La qualità del Paesaggio per un'Architettura di qualità



9 giugno 2017

Palazzo della Triennale di Milano, viale Alemagna 6

Promotori



CNA
PPC

CONSIGLIO NAZIONALE
DEGLI ARCHITETTI
PIANIFICATORI
PAESAGGISTI
E CONSERVATORI





Simposio Internazionale & Premio
CITY&BRAND
LANDSCAPE

IL PAESAGGIO COME STRATEGIA
La qualità del Paesaggio per un'Architettura di qualità

**II CONSIGLIO NAZIONALE DEGLI ARCHITETTI
PAESAGGISTI, PIANIFICATORI,
CONSERVATORI**

e PAYSAGE

propongono il

Premio

CITY&BRAND
LANDSCAPE

IL PAESAGGIO COME STRATEGIA
La qualità del Paesaggio per un'Architettura di qualità

9 giugno 2017

Palazzo della Triennale di Milano, viale Alemagna 6



TOPSCAPE
PAYSAGE
Promozione e Sviluppo per
l'Architettura del Paesaggio



CNA
PPC
CONSIGLIO NAZIONALE
DEGLI ARCHITETTI
PIANIFICATORI
PAESAGGISTI
E CONSERVATORI

T La Triennale
di Milano
**Design
Museum**

Simposio Internazionale & Premio
CITY & BRAND
LANDSCAPE

IL PAESAGGIO COME STRATEGIA
 La qualità del Paesaggio per un'Architettura di qualità

Organizzato da:



In collaborazione con:



Con il patrocinio di



Con il patrocinio di



Con il patrocinio di



Con il patrocinio richiesto di



Con il patrocinio di



Con il patrocinio richiesto di





1. Premessa

IL PAESAGGIO COME STRATEGIA

Il progetto del paesaggio rappresenta, oggi, l'ultima grande sfida per il mondo dell'Architettura nella sua globalità. *"Un complesso di azioni che a qualsiasi scala si occupano di stabilire orientamento ed equilibrio secondo sequenze di senso, affrontando non solo le aree pregiate già codificate, ma anche quelle dove il danno urbanistico è più evidente, cercando vocazioni di rigenerazione forse proprio dove la nuova città è più cruda, priva di centralità e di riferimenti né urbana, né rurale, né naturale. Si ritorna a pensare il territorio nella sua totalità, con azioni di tutela, manutenzione e valorizzazione, con un atteggiamento di ascolto e di cura che dovrebbe incidere in modo più efficace proprio nella protezione del patrimonio. Paesaggio e progetto sono entità fra loro strettamente correlate e interagenti, che da sempre spontaneamente costituiscono un anello stretto fra tradizione e innovazione, come, di fatto, è nello spirito della Convenzione Europea".**

Il paesaggio non può essere confuso con un territorio o un ambiente: queste due definizioni non sono sinonimi ma rappresentano sistemi diversi. Il paesaggio è un elemento d'identità primario per le comunità e il progetto contemporaneo deve ricercarne il principio. Il paesaggio è uno spazio libero e pubblico e quand'anche privato la sua percezione, la sua ricaduta è sempre di carattere collettivo. Il progetto del paesaggio è un "dispositivo" che si pone l'obiettivo di rappresentare la sintesi tra l'aspirazione al progresso e l'espressione delle identità locali che nel paesaggio trovano espressione.

2. Campagna



Per il 2017 **PAYSAGE** continua l'impegno con **Landscape4ALL**, una vera e propria campagna di sensibilizzazione rivolta alla promozione del paesaggio come strumento di miglioramento per la qualità di vita sotto tutti gli aspetti e nei più diversi ambiti dell'esistenza umana. **Landscape4ALL**, pertanto, rappresenta il tema che **PAYSAGE** declinerà per tutto il 2017 promuovendo l'accezione più ampia della sua interpretazione: paesaggio per tutti e in ogni luogo; dimostrando come sia possibile inserire parti di verde in ogni aspetto della vita e dello spazio, sia esso pubblico o privato, e di come non vi sia luogo dell'abitare e del vivere che non possa ospitare il verde, finalizzato a migliorare il *comfort* degli insediamenti umani. Dalla Conferenza mondiale sul clima, il cui messaggio del **"qui e ora"** è apparso chiaro, **PAYSAGE** propone un cambio di paradigma nello sviluppo dell'architettura del paesaggio come priorità, una visione opposta al modo di operare e progettare odierno, in favore di un progetto contemporaneo che vede la costruzione del paesaggio *in primis* come *benefit* ambientale e moderatore sociale. Nell'ambito di questo ampio tema, il paesaggio industriale riveste una grande importanza ed è per questa componente imprescindibile che si propone quanto segue:

* Tratto dal volume *Sul paesaggio. Lettera aperta*, di Franco Zagari, Libria, Melfi, 2013



3. Premessa

Il Consiglio Nazionale degli Architetti Pianificatori Paesaggisti e Conservatori, e PAYSAGE – Promozione e sviluppo per l'Architettura del Paesaggio, promuovono e organizzano il Premio Internazionale di Progettazione **CITY&BRAND LANDSCAPE AWARD** all'interno del Simposio Internazionale **CITY&BRAND LANDSCAPE**. **Il paesaggio come strategia. La qualità del Paesaggio per un'Architettura di Qualità** che intende attrarre l'eccellenza della progettazione internazionale nell'ambito dell'architettura del Paesaggio e premiare i migliori progetti. Il riconoscimento mira a promuovere e a ricercare nuovi possibili equilibri in uno spazio che è stato concepito per permettere il dialogo tra architettura e paesaggio, aspirando alla promozione di sinergie tra costruito e natura per nuove dinamiche territoriali nelle tre tematiche proposte: **CITY LANDSCAPE**, **BRAND&LANDSCAPE** e **CITY PLAY**.

4. Enti promotori

Il Premio è promosso e patrocinato dal Consiglio Nazionale degli Architetti Pianificatori Paesaggisti e Conservatori in collaborazione con PAYSAGE che organizzerà gli eventi attraverso TOPSCAPE, la Rivista Internazionale dedicata al progetto del paesaggio contemporaneo edita da PAYSAGE – Promozione e sviluppo per l'Architettura del Paesaggio.

5. Patrocini

Il Concorso e il Simposio Internazionale a cui è collegato sono patrocinati da: Collegio Nazionale Agrotecnici ed Agrotecnici Laureati, ANVE - Associazione Nazionale Vivaisti Esportatori, AssoFloro Lombardia, Consiglio Nazionale Geometri e Geometri Laureati, CNI - Consiglio Nazionale degli Ingegneri, Ministero dell'Ambiente e della Tutela del Territorio e del Mare, Collegio Nazionale dei Periti Agrari e dei Periti Agrari Laureati, AIDIA - Associazione Italiana Donne Ingegnere e Architetto, Università degli Studi di Genova, Roma Tre Università degli Studi, Università degli Studi di Urbino Carlo Bo.

I patrocini richiesti: Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali, AIPIN - Associazione Italiana per la Ingegneria Naturalistica, AIVEP - Associazione Italiana Verde Pensile, Università IUAV di Venezia, ASSIMP - Associazione delle Imprese di Impermeabilizzazione Italiane, Associazione Vivaisti Italiani, Assoverde - Associazione Italiana Costruttori del Verde, CNR - Collegio Nazionale delle Ricerche, INU - Istituto Nazionale di Urbanistica, Piante e Fiori d'Italia, Consiglio dell'Ordine Nazionale dei Dottori Agronomi e dei Dottori Forestali, UGAI, SIEP - Società Italiana di Ecologia del Paesaggio, Confagricoltura, Fondazione Minoprio, INARCH - Istituto Nazionale di Architettura, ARCHINGEO - Associazione di Professionisti Tecnici Carate Brianza, Unitel.



6. Temi e obiettivi specifici del concorso

Il *topic* **CITY&BRAND LANDSCAPE. Il paesaggio come strategia. La qualità del Paesaggio per un'Architettura di Qualità** mira a riflettere sul futuro del paesaggio urbano alla ricerca di *best practices* capaci di promuovere, nell'ambito dell'architettura del paesaggio, efficaci strategie progettuali in grado di attribuire nuovi valori etici, economici e sociali ai territori.

È in quest'ambito che **CITY&BRAND LANDSCAPE. Il paesaggio come strategia. La qualità del Paesaggio per un'Architettura di Qualità** ricerca strategie progettuali che sappiano soddisfare le sempre più crescenti necessità dell'umanità: una città compatta, densa, ma soprattutto fertile, in cui la componente vegetale non giochi solamente un ruolo estetico, ornamentale e di arredo, ma anche e in special modo funzionale.

Fare paesaggio costituisce un'azione ambientale e culturale insieme, strumento di attuazione di politiche tanto ecologiche quanto sociali. Per questo motivo, obiettivo del concorso è ricercare nuovi possibili equilibri in uno spazio che è stato concepito per permettere il dialogo tra architettura e paesaggio, aspirando alla promozione di sinergie tra costruito e natura per nuove dinamiche territoriali.

Il Simposio Internazionale e **CITY&BRAND LANDSCAPE AWARD** desiderano premiare e diffondere progetti di Architettura del Paesaggio che coniughino paesaggio e architettura sia con interventi a grande scala, riguardanti interi brani di città e spazi pubblici, sia attraverso esperienze di scala e dimensione minore in cui la vegetazione venga utilizzata come materiale costruttivo, e non solo ornamentale, perseguendo obiettivi di biodiversità, sostenibilità.

I TEMI E CATEGORIE DEI PROGETTI:

• CATEGORIA A: CITY LANDSCAPE:

- **Categoria A1: Riqualficazione paesaggistica degli spazi urbani**
- **Categoria A2: Riqualficazione paesaggistica dei territori di frangia**
- **Categoria A3: Parchi, giardini, spazi verdi e di connessione nella città densa**

Per progetti di paesaggio di varia scala realizzati in contesti urbani, riqualficazioni paesaggistiche degli spazi urbani, territori metropolitani di frangia, verde nella città densa, pianificazione urbana e grandi trasformazioni territoriali.

• CATEGORIA B: BRAND&LANDSCAPE: Il progetto del paesaggio per i luoghi di produzione e per l'industria

Progetti che esprimono il rapporto tra aziende e paesaggio integrato alla tematica relativa ai contesti urbani in cui, fin troppo spesso, il ruolo del paesaggio viene subordinato all'architettura del costruito, di cui colma le mancanze riempiendo spazi di risulta e vuoti urbani a cui non si riesce a dare una finalità funzionale più precisa.

• CATEGORIA C: CITY PLAY: Aree gioco, spazi ludici e aree sportive nel paesaggio

Sezione per il progetto dello spazio dedicato al gioco e allo sport, la riscoperta dei parchi e dello spazio pubblico per tutte le età, aree dedicate all'attività ludiche in tutte le sue declinazioni, aree gioco sia in Italia sia all'estero, micro -città a dimensione di bambino e spazi per la promozione di un invecchiamento attivo.



7. 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.

8. Modalità di partecipazione

La selezione delle opere è aperta a:

Sezione A – Architetti, Pianificatori, Paesaggisti, Conservatori e Ingegneri (con iscrizione obbligatoria a un ordine professionale)

Sezione B – Altri Soggetti: Professionisti, Università, Pubbliche Amministrazioni, Enti Pubblici, Associazioni, Fondazioni (senza iscrizione obbligatoria a un ordine professionale).

La partecipazione è consentita sia con un'opera realizzata, sia con un progetto in fase di realizzazione purché sufficientemente sviluppati, rispondenti al tema e afferenti ad almeno una delle categorie sopra indicate. Possono essere presentati anche progetti di concorso e progetti che hanno già ricevuto premi o menzioni in altre sedi.

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, anche con riferimento agli esiti di selezioni, premi o concorsi di architettura.

In entrambe le sezioni, per qualsiasi opera realizzata anche se promosso e presentato da terzi, deve essere indicato un referente responsabile capogruppo.

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

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



Simposio Internazionale & Premio
CITY&BRAND
LANDSCAPE
IL PAESAGGIO COME STRATEGIA
La qualità del Paesaggio per un'Architettura di qualità

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 2.500 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. 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 pre-compilata scaricabile dal sito, rispettandone l'impaginazione, e inserendo i dati richiesti.

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:

- **Sezione A** – Architetti, Pianificatori, Paesaggisti, Conservatori e Ingegneri (con iscrizione obbligatoria a un ordine professionale)
- **Sezione B** – Altri Soggetti: Professionisti, Università, Pubbliche Amministrazioni, Enti Pubblici, Associazioni, Fondazioni (senza iscrizione obbligatoria a un ordine professionale).

9. Cause di esclusione e incompatibilità alla partecipazione

Ai fini della validità della partecipazione costituisce motivo per l'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 e a chiunque abbia partecipato alla stesura del presente bando;
- a parenti affini fino al terzo grado (compreso) dei componenti delle categorie sopraccitate, nonché dei loro dipendenti o collaboratori.

10. 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/city-brand-landscape/> e <http://www.paysage.it>

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



11. Calendario

Il calendario di eventi proposto offre un'occasione di approfondimento per le conoscenze nella disciplina dell'Architettura del Paesaggio e diffusione delle buone pratiche di progettazione e realizzazione di opere a verde improntate all'agricoltura e con contenuti tecnologici ed ecologici altamente innovativi, alle diverse scale, dalle coperture pensili alle grandi infrastrutture urbane e territoriali convertite in nuovi paesaggi naturali.

28 aprile 2017 – apertura del sito per invio dei progetti

01 giugno 2017 - chiusura del sito per invio dei progetti

09 giugno 2017, Triennale di Milano – presentazione dei progetti selezionati e premiazione del vincitore di **CITY&BRAND LANDSCAPE AWARD** nell'ambito del Simposio Internazionale **CITY&BRAND LANDSCAPE. Il paesaggio come strategia. La qualità del Paesaggio per un'Architettura di Qualità.**

Eventuali variazioni del calendario saranno tempestivamente comunicate attraverso il sito ufficiale del concorso e degli enti patrocinatori.





12. Composizione e lavori della Commissione di selezione

Al fine di individuare e selezionare i progetti vincitori saranno istituiti un Comitato Scientifico e un'apposita Giuria Internazionale composti da:

CONSIGLIO NAZIONALE DEGLI ARCHITETTI PIANIFICATORI PAESAGGISTI E CONSERVATORI

Coordinatore Dipartimento Ambiente e Sostenibilità del Consiglio Nazionale Architetti
Pianificatori Paesaggisti e Conservatori

TRIENNALE DI MILANO

Responsabile Architettura e Territorio Comitato Scientifico Fondazione Triennale di Milano
Direttore Generale Triennale di Milano

ORDINE DEGLI ARCHITETTI PPC DI MILANO

Presidente Ordine degli Architetti PPC di Milano

Architetto Paesaggista, Professore Emerito – Università di Genova

Architetto Paesaggista - Politecnico di Milano

13. Criteri di valutazione

La selezione dei progetti candidati avverrà attraverso la valutazione della proposta 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 della proposta progettuale;
- Coerenza della proposta progettuale con il programma del bando e di CITY&BRAND LANDSCAPE. Il paesaggio come strategia. La qualità del Paesaggio per un'Architettura di Qualità;
- Chiarezza della proposta attraverso l'articolazione del testo di presentazione e degli elaborati.

14. Responsabile e Segreteria tecnica e organizzativa

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



15. Tutela e privacy

Ai sensi del Testo Unico sulla *privacy* D.lgs. n. 196/2003, in ordine al procedimento instaurato da questo avviso, s'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 necessaria per la partecipazione alla selezione da parte dei soggetti aventi titolo.

16. Autorizzazione alla pubblicazione dei progetti

Con l'iscrizione al Premio i concorrenti danno esplicito consenso al Consiglio Nazionale Architetti, Pianificatori, Paesaggisti e Conservatori e a PAYSAGE alla divulgazione dei progetti nell'ambito del Simposio Internazionale **CITY&BRAND LANDSCAPE. Il paesaggio come strategia. La qualità del Paesaggio per un'Architettura di Qualità**, che si svolgerà il **9 giugno** presso la Triennale di Milano, e tramite la pubblicazione dei progetti nella rivista TOPSCAPE PAYSAGE e in forma derivata, per i soli progetti vincitori, all'interno di L'Architetto e Point Z.E.R.O.

17. 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 autorizzano all'utilizzo a scopo divulgativo per pubblicazioni a stampa o digitali. Il Premio sarà conferito nell'ambito del Simposio Internazionale **CITY&BRAND LANDSCAPE. Il paesaggio come strategia. La qualità del Paesaggio per un'Architettura di Qualità**, che si svolgerà venerdì 9 giugno 2017 alla Triennale di Milano. Si richiedono, inoltre, liberatorie per la pubblicazione dei progetti presentati nelle riviste TOPSCAPE PAYSAGE e in forma derivata, per i soli vincitori, all'interno di L'Architetto e Point Z.E.R.O.

Il presente bando elaborato da PAYSAGE viene inviato in forma riservata ed è coperto da Copyright®