

Simposio Internazionale & Premio

# CITY\_BRAND&TOURISM

# LANDSCAPE

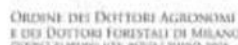
IL PAESAGGIO COME STRATEGIA  
La qualità del Paesaggio per un'Architettura di qualità



22 giugno 2018

Salone d'Onore - Palazzo della Triennale di Milano, viale Alemagna 6

Promotori/Organizzatori



Simposio Internazionale & Premio

**CITY\_BRAND&TOURISM**

**LANDSCAPE**

IL PAESAGGIO COME STRATEGIA

La qualità del Paesaggio per un'Architettura di qualità



**Il CONSIGLIO NAZIONALE DEGLI  
ARCHITETTI PAESAGGISTI, PIANIFICATORI  
e PAYSAGE**

propongono il

Premio

**CITY\_BRAND&TOURISM**

**LANDSCAPE**

IL PAESAGGIO COME STRATEGIA

La qualità del Paesaggio per un'Architettura di qualità

**22 giugno 2018**

Salone d'Onore - Palazzo della Triennale di Milano, viale Alemagna 6



Simposio Internazionale & Premio

# CITY\_BRAND&TOURISM

## LANDSCAPE

IL PAESAGGIO COME STRATEGIA

La qualità del Paesaggio per un'Architettura di qualità



Organizzato da:

PAISAGE  
**TOPSCAPE**  
PAYSAGE  
Promozione e Sviluppo per  
l'Architettura del Paesaggio



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

In collaborazione con:



LA TRIENNALE DI MILANO

Con il patrocinio di



Con il patrocinio di



Con il patrocinio di



Con il patrocinio di



Con il patrocinio richiesto di



Con il patrocinio richiesto di



# CITY\_BRAND&TOURISM



## LANDSCAPE

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



## 1. Topic

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 di 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 2018 **PAYSAGE** rinnova **Landscape4ALL**, una vera e propria campagna di sensibilizzazione rivolta alla promozione del paesaggio come strumento di miglioramento della 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 2018 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



# CITY\_BRAND&TOURISM



## LANDSCAPE

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



### 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&TOURISM LANDSCAPE AWARD** all'interno del Simposio Internazionale **CITY\_BRAND&TOURISM 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 quattro tematiche proposte: **CITY LANDSCAPE, BRAND&LANDSCAPE, CITY PLAY e TOURISM LANDSCAPE.**

### 4. 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 e con la Triennale di Milano.

### 5. Patrocini richiesti

**Il Simposio Internazionale e il Concorso di Progettazione Internazionale sono promossi dal Consiglio Nazionale degli Architetti Pianificatori Paesaggisti e Conservatori in collaborazione con PAYSAGE e con la Triennale di Milano, con il patrocinio richiesto di:**

Comune di Milano

#### MINISTERI

Ministero dell'Ambiente e della Tutela del Territorio e del Mare  
Ministero delle Politiche Agricole e Forestali

#### Istituti Universitari presso cui sono attivi corsi di Architettura del Paesaggio

Politecnico di Milano  
Università di Genova  
Università degli Studi di Firenze  
Università degli Studi di Pavia  
Università degli Studi di Urbino

# CITY\_BRAND&TOURISM

## LANDSCAPE

IL PAESAGGIO COME STRATEGIA

La qualità del Paesaggio per un'Architettura di qualità



### Ordini Professionali

Consiglio Nazionale degli Ingegneri

Ordine degli Architetti Pianificatori Paesaggisti Conservatori della Provincia di Milano

Collegio dei Geometri e dei Geometri Laureati

### Associazioni

INU - Istituto Nazionale di Urbanistica,

ANCI – Associazione Nazionale Comuni Italiani,

ANCE LOMBARDIA - Associazione regionale dei costruttori edili lombardi

ASSOVERDE – Associazione Italiana Costruttori del Verde,

AIDTGP- Associazione Italiana Direttori e Tecnici dei Pubblici Giardini

SIEP - Società Italiana di Ecologia del Paesaggio,

AIPIN - Associazione Italiana per l'Ingegneria Naturalistica,

AIVEP - Associazione Italiana Verde Pensile,

ANVE - Associazione Nazionale Vivaisti Esportatori,

UNITEL – Unione Nazionale Italiana Tecnici degli Enti Locali,

Associazione Nazionale Piante e Fiori d'Italia

## 6. Temi e obiettivi specifici del concorso

Il topic **CITY\_BRAND&TOURISM 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&TOURISM 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&TOURISM 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 e sostenibilità.

# CITY\_BRAND&TOURISM



## LANDSCAPE

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



### I TEMI E CATEGORIE DEI PROGETTI:

Il paesaggio svolge importanti funzioni di interesse generale, sul piano culturale, ecologico, ambientale e sociale e costituisce una risorsa favorevole all'attività economica, ed è inoltre un elemento importante della qualità della vita delle popolazioni, nelle aree urbane e nelle campagne, nei territori degradati come in quelli di grande qualità. In questo contesto il progetto del paesaggio a tutte le scale rappresenta l'innescò virtuoso di un processo trasformativo che nel rispetto della biodiversità e dell'identità dei luoghi offre alla società contemporanea una un formidabile motore di sviluppo.

#### • CATEGORIA A: CITY LANDSCAPE:

- **Categoria A1: Riqualificazione paesaggistica degli spazi urbani**
- **Categoria A2: Riqualificazione 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, riqualificazioni 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

Fin dai primi anni del '900 l'architettura ha talvolta assunto il ruolo di *medium* per rafforzare l'immagine di un'azienda. Ma il progetto di paesaggio e il conseguente utilizzo della vegetazione inizia a interessare le grandi imprese a metà degli anni ottanta, diventandone il valore aggiunto sia per l'immagine aziendale, sia per migliorare le condizioni lavorative dei dipendenti e sia per stabilire nuove relazioni con il paesaggio. Attualmente la progettazione del paesaggio industriale sta assumendo il ruolo di 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*.

#### • 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.

#### • CATEGORIA D: TOURISM LANDSCAPE: il progetto del paesaggio per il turismo

Novità per l'edizione 2018 è l'introduzione di Tourism Landscape, la sezione del Simposio che vuole approfondire come un paesaggio possa essere "modellato", nel rispetto dell'ambiente e della biodiversità, attraverso una serie di trasformazioni materiali e simboliche indirizzate sia a integrare i servizi di accoglienza sia a potenziare le capacità fruibili dei luoghi. La «messa in turismo» è un processo dalle dimensioni storiche e, a priori, non esiste una particolare vocazione che porta un luogo a divenire turistico. Conseguentemente, ogni spazio è potenzialmente valorizzabile in senso turistico, anche le zone più inospitali i luoghi e gli spazi turistici sono allora il prodotto di istanze differenti, endogene e esogene e, prima ancora che materiali, culturali. Nuovi luoghi dello stare in

# CITY\_BRAND&TOURISM



## LANDSCAPE

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



cui il progetto del paesaggio rappresenta una importante sfida raccogliendo in sintesi tutte le vocazioni di un territorio o di un luogo e che non tralasciando accuratezza, *design* e tecnologia, offre esempi virtuosi di *landscape architecture*.

Verrà inoltre assegnato lo speciale PREMIO ASSOVERDE, assegnato all'opera che si distinguerà, oltre che per la rilevanza del progetto, anche per una particolare cura nella realizzazione.

## 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** – Dottori Agronomi e Dottori Forestali, Agrotecnici (con iscrizione obbligatoria a un ordine professionale)

**Sezione C** – Altri Soggetti: Professionisti, Università, Pubbliche Amministrazioni, Enti Pubblici, Associazioni, Fondazioni, Imprese Esecutrici (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:

<https://www.concorsiawn.it/city-brand-tourism-landscape>



# CITY\_BRAND&TOURISM



## 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 immagine non dovrà superare i 5 MB di dimensione

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** – Dottori Agronomi e Dottori Forestali, Agrotecnici (con iscrizione obbligatoria a un ordine professionale)
- **Sezione C** – Altri Soggetti: Professionisti, Università, Pubbliche Amministrazioni, Enti Pubblici, Associazioni, Fondazioni, Imprese Esecutrici (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.

I soggetti che partecipano alla procedura esonerano espressamente la stazione appaltante ed i suoi dipendenti e collaboratori da ogni responsabilità relativa a qualsivoglia malfunzionamento o difetto relativo ai servizi di connettività necessari a raggiungere, attraverso la rete pubblica di

# CITY\_BRAND&TOURISM



## LANDSCAPE

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



telecomunicazioni, il sistema telematico di acquisizione delle proposte progettuali e della relativa documentazione.

In considerazione del congruo arco temporale reso disponibile per l'attivazione della procedura di iscrizione e l'adozione di misure di carattere tecnologico ordinariamente idonee e sufficienti, il soggetto banditore declina ogni responsabilità per l'eventuale mancato accesso al sistema telematico e/o per la mancata attivazione della procedura telematica entro il termine stabilito, derivanti da difficoltà di natura tecnica che abbiano ad accadere ai concorrenti e/o al sistema e non dipendenti dalla volontà del soggetto banditore, quali, ad esempio, a solo titolo esemplificativo e non esaustivo, difficoltà di connessione telematica al sistema derivanti dall'uso da parte dei concorrenti di sistemi informatici non idonei o utilizzati in modo inappropriato, congestione temporanea della rete internet e/o della linea di connessione al sistema telematico del concorso, ecc.

L'assistenza tecnica messa a disposizione potrà operare soltanto se le iscrizioni sono ancora aperte. Richieste di assistenza che pervengono oltre l'orario di fine iscrizione non potranno essere gestite.

I partecipanti sono invitati ad anticipare quanto più possibile l'attivazione della procedura di trasmissione degli elaborati, pur sempre nell'ambito della finestra temporale messa a disposizione.

Per chiarimenti relativi alle modalità tecnico-operative di presentazione delle offerte sul sistema, è possibile contattare: [assistenza.concorsi@kinetica.it](mailto:assistenza.concorsi@kinetica.it)

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 sopracitate, 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:

Bando di concorso: <https://www.concorsiawn.it/city-brand-tourism-landscape/bando>

Documentazione: <https://www.concorsiawn.it/city-brand-tourism-landscape/documenti>

Quesiti: <https://www.concorsiawn.it/city-brand-tourism-landscape/quesiti>

<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](mailto:comunicazione@paysage.it)

# CITY\_BRAND&TOURISM



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



## 11. Calendario

**26 APRILE** – Apertura delle iscrizioni e del contestuale invio degli elaborati

**26 APRILE** – Apertura del periodo per l'invio dei quesiti

**21 MAGGIO** – Chiusura del periodo per l'invio dei quesiti

**25 MAGGIO** – Pubblicazione del verbale con le risposte ai quesiti

**11 GIUGNO** – Entro le ore 12.00 - Chiusura del sito per l'invio dei progetti

**22 GIUGNO** – Conclusione dei lavori della Giuria – scelta dei vincitori – Intera giornata di Convegno e premiazione

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

## 12. Giuria

Al fine di individuare e selezionare i progetti vincitori sarà istituita un'apposita Giuria:

**PRESIDENTE: Alessandro Marata** – Presidente Dipartimento Ambiente e Sostenibilità del Consiglio Nazionale Architetti Pianificatori Paesaggisti e Conservatori

**Raffaella Colombo** – Architetto Paesaggista – Politecnico di Milano

**Antonio Maisto** – Presidente ASSOVERDE

**Maria Cristina Treu** – Architetto – Politecnico di Milano

**Federica Alessandra Crnjar** – Delegato dell'Ordine degli Architetti P.P.C. di Milano

**Alberto Ferlenga** – Rettore Università IUAV di Venezia, Comitato Scientifico Fondazione Triennale di Milano

**Michela De Poli** – Architetto Paesaggista MADE Associati – IUAV

**Sabrina Diamanti** – Consigliere Nazionale CONAF – Consiglio Nazionale Dottori Agronomi e dei Dottori Forestali

**Franco Panzini** – Docente di Paesaggistica presso le Università di Architettura IUAV di Venezia, Roma3, Camerino, Catania, Milano, Torino.

**Mirella di Giovine** – Architetto paesaggista, docente della Scuola di Specializzazione – Università di Roma.

**Valerio Cozzi** – Docente di Paesaggio presso il Politecnico di Milano, Fondazione Minoprio e Fondazione Edmund Mach

**Novella B. Cappelletti** – Presidente PAYSAGE – Direttore Responsabile TOPSCAPE

# CITY\_BRAND&TOURISM



## LANDSCAPE

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



### 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&TOURISM 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](mailto: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&TOURISM LANDSCAPE. Il paesaggio come strategia. La qualità del Paesaggio per un'Architettura di Qualità**, che si svolgerà il 22 giugno 2018 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.

Simposio Internazionale & Premio

# CITY\_BRAND&TOURISM



## LANDSCAPE

IL PAESAGGIO COME STRATEGIA

La qualità del Paesaggio per un'Architettura di qualità



## 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&TOURISM LANDSCAPE. Il paesaggio come strategia. La qualità del Paesaggio per un'Architettura di Qualità**, che si svolgerà il 22 giugno 2018 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 progetti 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®*

