



PARCO OGLIO SUD

## PIANO DI GESTIONE DEL S.I.C. IT20B0001 “BOSCO FOCE OGLIO”

### Progettazione



### Studio Silva S.r.l.

sede legale:  
via Mazzini 9/2 - 40137 Bologna  
Tel. 051 6360417 Fax 051 6360481

### Coordinamento

**Dott. For. Paolo Rigoni**

### Collaborazione

**Arch. Giovanna Mathis**



### Codice lavoro

**2009/055**

### File

**Piano\_comunicazione\_Foce\_Oglio.doc**

### Formato

**A4**

### Emissione

**Febbraio 2010**

### Titolo

## Piano di Comunicazione

revisione	oggetto	data	controllato
1			
2			
3			
4			

## Premessa

Un Piano di comunicazione, relativo ad un Piano di gestione di siti SIC e ZPS, risulta essere molto specifico nei suoi intenti in quanto inserito quasi sempre in un più ampio piano di comunicazione relativo al Parco naturale in cui ricadono i siti. In questo caso sarà perciò importante non sovrapporsi, negli obiettivi e nelle azioni, con il piano del Parco Oglio sud, ma trovare una specificità d'intenti legata proprio alla comunicazione della gestione di un area naturale.

Lo scopo di un piano di gestione è strettamente connesso al raggiungimento di un'interazione sostenibile tra uomo e natura per il benessere di entrambi. Si tratta quindi di analizzare le azioni e le relative conseguenze di questo rapporto. Ogni azione negativa (minaccia) dettata dai comportamenti dell'uomo porta a delle conseguenze sugli habitat e sulle specie. Il piano di gestione individua i comportamenti corretti degli attori coinvolti in un territorio che innescano un'evoluzione positiva dell'ambiente. Il piano di comunicazione deve perciò avere la capacità prevalente di comunicare, nel modo più semplice ed efficace, proprio questi comportamenti ai diversi attori del territorio.

L'intento del piano è quello di costruire un percorso di consapevolezza e responsabilizzazione dei singoli fruitori (cittadini locali, turisti) e della collettività (enti pubblici, associazioni, attori economici, etc) affinché le azioni da loro intraprese innescino conseguenze sostenibili per l'uomo e l'ambiente.

Questo percorso deve partire dall'esplicitazione e dalla semplificazione dei contenuti tecnici del Piano di gestione. Quest'ultimo è strutturato nell'analisi dei fattori di minaccia, nell'elencazione degli obiettivi e nella conseguente stesura delle azioni. Le norme e il regolamento che derivano dal piano di gestione sono perciò, organizzate, in alcuni casi, per tipi di fruitori/attori, per immediatezza comunicativa: fruitori singoli (comportamenti organizzati per chi compie escursioni a piedi, in bicicletta, in barca, per chi pesca o caccia); collettività (produttori agricoli e industria, amministratori e pianificatori, cittadini).

## 1. Il Piano di comunicazione

Il Piano di comunicazione si deve sviluppare tenendo conto di alcune fasi logiche importanti.

La prima fase è relativa alla **definizione dell'obiettivo prioritario e dei sotto obiettivi successivi da perseguire nella campagna di comunicazione**. Sarà cioè necessario esplicitare i temi che saranno comunicati dal Piano di gestione, ed in particolare gli obiettivi di mantenimento e miglioramento delle condizioni ecologico-ambientali dell'area. A tal proposito va messa in evidenza la particolare tipologia di oggetto della comunicazione che è l'insieme delle analisi descrittive dei siti, degli obiettivi e delle strategie gestionali concretizzabili in una serie di effetti e risultati attesi. La comunicazione di questi dati ha appunto lo scopo di valorizzare e tutelare l'ambiente naturale e la biodiversità, diffondendo ed implementando il suo valore.

La seconda fase è relativa alla **scelta dei destinatari (target)** della comunicazione. Questi non coincidono esclusivamente con i tecnici che seguono le attività gestionali, ma possono anche essere rappresentati da altri soggetti, che, in qualche misura, influenzano le decisioni di chi fruisce di tali aree naturali. Inoltre azioni specifiche di comunicazione dovranno essere intraprese nei confronti di potenziali fruitori che pur essendo localizzati sul territorio non hanno ancora scelto di "interessarsi al progetto". In ogni caso i principali destinatari della comunicazione sono gli utenti operatori, gli utenti semplici e gli utenti amministratori e quindi andrà valutato quando e come modulare le iniziative relative al progetto di comunicazione.

La terza fase definisce il **messaggio** da veicolare. Il messaggio dovrà essere coerente, non solo con l'obiettivo e il destinatario, ma anche con le conclusioni offerte dal Piano di gestione in merito alle minacce ed alle risorse specifiche dei siti. La comunicazione dovrà veicolare pertanto slogan che in qualche modo riassumono, in termini di risorse e minacce, le specifiche peculiarità di ogni sito.

La quarta fase è di tipo tecnico e comprende la **scelta degli strumenti di comunicazione (o media) da attivare**. Le alternative sono determinate dai mezzi a disposizione e sono specificate sulla base delle caratteristiche dei contenuti che vogliono essere comunicati. Come anticipato nella premessa, gli strumenti scelti, dovendo inserirsi in un quadro già esistente di attività legate al piano di comunicazione del Parco Oglio Sud, dovranno derivare da uno **studio attento ed una messa a sistema delle risorse territoriali locali già presenti sul territorio**.

Gli strumenti selezionati hanno lo scopo di avvicinare il maggior numero di persone alla condivisione delle risorse ambientali; questo attraverso un processo di apprendimento delle dinamiche attive sul territorio, delle componenti antropiche e ambientali che partecipano alla creazione del paesaggio, al fine di comprendere, condividere e dibattere in maniera efficace le scelte degli Enti di gestione e delle Amministrazioni locali. Rendere consapevoli e protagonisti i cittadini locali ed i fruitori di passaggio crea affezione nei confronti del territorio e stimola una partecipazione attiva per la sua manutenzione e alla sua crescita.

È importante selezionare strumenti comprensibili e validi sia per adulti che per bambini e per le diverse fasce sociali di pubblico. Per creare efficaci percorsi di sensibilizzazione, partecipazione e promozione dei contenuti del Piano di gestione si consiglia di utilizzare strumenti di diversa natura per poter cogliere la sensibilità dei differenti fruitori: da classici strumenti cartacei a strumenti digitali fino a quelli interattivi e sociali.

La quinta fase sarà quella del **budget**. Al di là degli aspetti qualitativi (efficacia dello strumento rispetto all'obiettivo da raggiungere), i parametri da tenere in considerazione saranno dati dal costo-contatto (investimento complessivo/audience raggiunta) e dalla distribuzione delle risorse per il periodo di riferimento del piano di comunicazione. Sarà cioè necessario mantenere elevata l'attenzione su un periodo medio-lungo in modo da consolidare i risultati conseguiti.

Per una maggiore efficacia ed un coordinamento funzionale è necessario, prima di tutto, progettare **un'immagine grafica coordinata** che conferisca visibilità e riconoscibilità a tutte le iniziative legate al Progetto di comunicazione ed organizzare un **ufficio di riferimento** per tutte le attività e le iniziative in progetto affinché risultino omogenee nella presentazione, riconoscibili e strutturate.

Nella fase di mantenimento delle attività previste dal piano di comunicazione, sarà necessario prevederne un momento di **verifica periodica** rispetto alla loro qualità ed efficacia, al fine di migliorare, ottimizzare e modulare gli strumenti secondo le esigenze che possono nel tempo cambiare.

## **2. Gli strumenti per la comunicazione dei Piani di gestione**

Alla luce di queste attenzioni generali, è stata selezionata una gamma di strumenti varia per tipologia e funzione che, per comodità di consultazione e messa in pratica, verrà strutturata nella seguente tabella che organizza gli strumenti secondo gli obiettivi disposti dal disciplinare ed evidenziando le differenti categorie di fruitori che devono raggiungere. A seguire vengono descritti in maniera più approfondita i principali strumenti.

Obiettivi per il piano di comunicazione	<b>tecnici</b>	<b>enti pubblici associazioni</b>	<b>cittadini/locali</b>	<b>turisti</b>	<b>scuola</b>	<b>stampa</b>
<b>A. Divulgazione dei contenuti del Piano di gestione</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sito web</li> <li>- Guida tecnica</li> <li>- Mini-corsi di formazione</li> <li>- pubblicazione di studi e monitoraggi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sito web</li> <li>- Guida tecnica</li> <li>- Mini-corsi di formazione</li> <li>- pubblicazione di studi e monitoraggi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sito web</li> <li>- Brochure/mappa</li> <li>- DVD interattivo</li> <li>- Gadgets</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sito web</li> <li>- Brochure/mappa</li> <li>- DVD interattivo</li> <li>- Gadgets</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sito web</li> <li>- Brochure/mappa</li> <li>- DVD interattivo</li> <li>- Gadgets</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sito web</li> <li>- Cartella Stampa con Brochure/mappa, Gadgets, - DVD interattivo, schede sintetiche dei comportamenti responsabili</li> </ul>
<b>B. Migliore utilizzo e rispetto della normativa  educazione ambientale</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Guida tecnica</li> <li>- installazione interattiva/gioco sulle conseguenze delle minacce sull'habitat e sulle specie (azione-reazione)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Guida tecnica</li> <li>- installazione interattiva/gioco sulle conseguenze delle minacce sull'habitat e sulle specie (azione-reazione)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- schede sintetiche dei comportamenti responsabili IO-NOI</li> <li>- installazione interattiva/gioco sulle conseguenze delle minacce sull'habitat e sulle specie (azione-reazione) (è possibile studiare anche una versione su DVD)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- schede sintetiche dei comportamenti responsabili IO-NOI</li> <li>- installazione interattiva/gioco sulle conseguenze delle minacce sull'habitat e sulle specie (azione-reazione) (studiare anche una versione su DVD)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- schede sintetiche dei comportamenti responsabili IO-NOI</li> <li>- installazione interattiva/gioco sulle conseguenze delle minacce sull'habitat e sulle specie (azione-reazione) (studiare anche una versione su DVD?)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- installazione interattiva/gioco sulle conseguenze delle minacce sull'habitat e sulle specie (azione-reazione) (studiare anche una versione su DVD?)</li> </ul>
<b>C. Consenso, collaborazione e coinvolgimento</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sito web</li> <li>- Monitoraggi: elaborazione grafica in continuo aggiornamento disponibile alla consultazione via internet</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sito web</li> <li>- Manifesti</li> <li>- Monitoraggi: elaborazione grafica in continuo aggiornamento disponibile alla consultazione via internet</li> <li>- mappa delle principali stazioni di monitoraggio.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sito web</li> <li>- Manifesti</li> <li>- Monitoraggi: elaborazione grafica in continuo aggiornamento disponibile alla consultazione via internet o nei luoghi preposti</li> <li>- mappa delle principali stazioni di monitoraggio</li> <li>- aggiornamenti su gli eventi positivi che avvengono nei Sic, aumento numero di una specie, rimboschimento, nascite... annunciate tramite newsletter e manifesti.</li> <li>- eventi da riproporre periodicamente alla comunità locale per un suo coinvolgimento attivo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sito web</li> <li>- Manifesti</li> <li>- Monitoraggi: elaborazione grafica in continuo aggiornamento disponibile alla consultazione nei luoghi preposti</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sito web</li> <li>- Monitoraggi: elaborazione grafica in continuo aggiornamento disponibile alla consultazione via internet o nei luoghi preposti</li> <li>- adozione di singoli monitoraggi</li> <li>- mappa delle principali stazioni di monitoraggio con possibili visite guidate</li> <li>- aggiornamenti su gli eventi positivi che avvengono nei Sic, aumento numero di una specie, rimboschimento, nascite... annunciate tramite newsletter e manifesti.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sito web</li> <li>- aggiornamenti su gli eventi positivi che avvengono nei Sic, aumento numero di una specie, rimboschimento, nascite... annunciate tramite newsletter e manifesti.</li> </ul>

	<b>tecnici</b>	<b>enti pubblici associazioni</b>	<b>cittadini/locali</b>	<b>turisti</b>	<b>scuola</b>	<b>stampa</b>
<b>D. luoghi/eventi di aggregazione e scambio</b>	- Sito web	- Sito web	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sito web</li> <li>- installazione interattiva/gioco sulle conseguenze delle minacce sull'habitat e sulle specie (azione-reazione)</li> <li>- chiosco/punto informazioni nei centri abitati che funzioni anche come punto di raccolta delle domande e delle richieste dei cittadini</li> <li>- studiare eventi collegati con la rete dei siti oggetto di piani di gestione</li> <li>- eventi da riproporre periodicamente alla comunità locale per un suo coinvolgimento attivo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sito web</li> <li>- installazione interattiva/gioco sulle conseguenze delle minacce sull'habitat e sulle specie (azione-reazione)</li> <li>- chiosco/punto informazioni nei centri abitati</li> <li>- studiare eventi collegati con la rete dei siti oggetto di piani di gestione</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sito web</li> <li>- installazione interattiva/gioco sulle conseguenze delle minacce sull'habitat e sulle specie (azione-reazione)</li> <li>- studiare eventi collegati con la rete dei siti oggetto di piani di gestione</li> </ul>	- Sito web
<b>E. turismo</b>			- Sito web	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sito web</li> <li>- mailing ai tour operator</li> <li>- gadget in vendita nei centri storici e nelle strutture della rete autostradale limitrofa ai siti con esposizione di mappe/brochure e manifesti.</li> </ul>	- proporsi ed entrare negli itinerari turistici delle gite scolastiche legate a Mantova e dintorni.	- Sito web

Di seguito si approfondiscono gli strumenti principali e quelli più particolari e specifici:

- Ideazione del **LOGO** e dell'**IMMAGINE COORDINATA** che accompagna la comunicazione del Piano di gestione: un logo unico ed una declinazione in due varianti per i due diversi piani di gestione; un'unica immagine coordinata: scelta di elementi grafici, colori, font, gabbie coordinate per documenti ufficiali e materiale divulgativo, etc. L'immagine coordinata accompagnerà tutte le iniziative, gli eventi ed i materiali prodotti accentuandone la riconoscibilità e riconducibilità ai piani di gestione ed al Parco Oglio sud ed aumentando l'affezione al progetto.

All'immagine coordinata si potrebbe affiancare l'ideazione di un **PERSONAGGIO** che accompagni la comunicazione e che funzioni da facilitatore dei contenuti tecnici del Piano di gestione; che sia di aggancio per i più piccoli e semplificatore per gli adulti.

- Progettazione di una **BROCHURE/MAPPA**. Un primo tipo per i cittadini locali, per adulti e bambini, con il seguente contenuto: mappa; sentieri di terra e d'acqua; specie più importanti di flora e fauna; prodotti tipici; sintesi dei comportamenti responsabili; modalità di partecipazione e coinvolgimento; calendario eventi annuali.

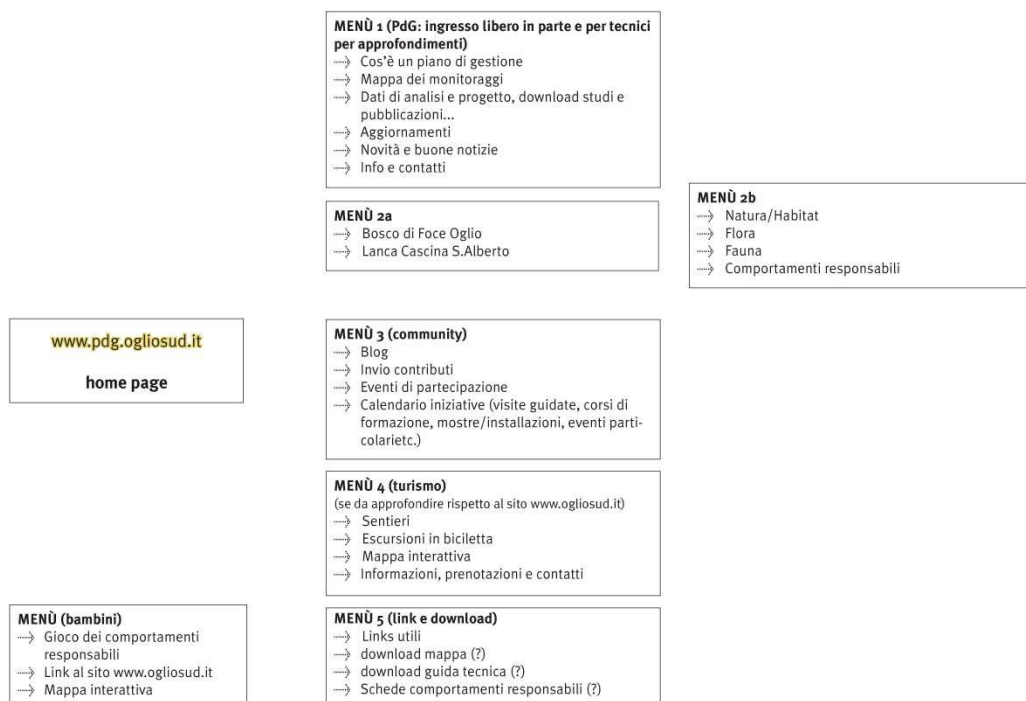
Un secondo tipo per i turisti, per adulti e bambini, con il seguente contenuto: mappa; sentieri di terra e d'acqua; specie più importanti di flora e fauna; prodotti tipici; sintesi dei comportamenti responsabili; modalità di partecipazione e coinvolgimento; calendario eventi annuali; ricettività e accoglienza diffusa.

I contenuti saranno espressi con testi e prevalentemente immagini comprensibili a tutte le fasce di età. Il formato proposto è 60x42 cm piegato fino a 10x21 cm) stampato fronte/retro a colori e ripiegato.

- **GADGET** a tema da regalare/vendere nelle case del parco, nei punti informazione turistica e del parco stesso, in eventi speciali o nei luoghi di passaggio dei turisti come autogrill sulla rete autostradale vicina all'area del Parco o nei centri storici.

- **CARTELLA STAMPA** con Brochure/mappa, gadget, schede sintetiche dei comportamenti responsabili da offrire in conferenza stampa, eventi speciali, etc.

- Realizzazione di un **SITO WEB** che abbia i seguenti obiettivi: conoscenza dello strumento "piano di gestione" dei 2 siti; presentazione delle peculiarità ambientali ai fruitori; creazione di una community; conoscenza e controllo dei dati ecologico-ambientali per i tecnici; archivio documenti. Di seguito riportiamo una possibile struttura:



- Progettazione di una **GUIDA TECNICA** contenente una sintesi della relazione e delle norme di gestione per un primo approccio alla materia coadiuvato da immagini e schemi grafici. Contiene inoltre la schematizzazione delle minacce, degli obiettivi e delle azioni corrette da seguire.

- Redazione di **SCHEDE SINTETICHE DEI COMPORTAMENTI RESPONSABILI**. Schede illustrative sul comportamento responsabile, derivante dalla normativa di gestione, progettate per i diversi fruitori:

- IO che cammino a piedi nel parco *come mi devo comportare?*

- IO che vado in bicicletta nel parco *come mi devo comportare?*

- IO che navigo sul battello *come mi devo comportare?*

- IO che pesco e caccio *come mi devo comportare?*

- NOI che produciamo (industria, agricoltura) *come ci dobbiamo comportare?*

- NOI che pianifichiamo (amministrazioni pubbliche) *come ci dobbiamo comportare?*

- NOI che viviamo tutti i giorni in questo territorio (cittadini che si muovono, consumano, etc) *come ci dobbiamo comportare?*

Possono essere consultabili on-line o in versione cartacea anche come allegato alla Guida tecnica. Una sintesi di queste schede si troverà anche nella brochure.

- Pubblicazione di **STUDI E DATI RELATIVI A MONITORAGGI** dei siti, da mettere a disposizione sul sito internet o, in casi particolari, attraverso pubblicazione e collocazione in punti strategici.

- **MINI-CORSI/LABORATORIO DI FORMAZIONE** per addetti alla gestione dei siti.

- Progettare un'**INSTALLAZIONE INTERATTIVA/GIOCO** sul tema "azione e reazione": conseguenze delle minacce sull'habitat e sulle specie ed effetti e risultati attesi con le strategie di gestione. Spazio interattivo dove poter visualizzare virtualmente in modo circoscritto e immediato le possibili conseguenze negative ad azioni umane non sostenibili su habitat e specie e i possibili risultati derivanti da azioni responsabili. L'attore sceglie e innesca un'azione e lo spazio intorno reagisce di conseguenza mutando il suo aspetto. Uno strumento come questo, immersivo e coinvolgente, stimola il lato emotivo del fruitore, veicolando una comunicazione molto efficace e persistente. È possibile pensare di realizzarne anche una versione in DVD interattivo.

- Elaborazione grafica dei **MONITORAGGI** in continuo aggiornamento disponibile alla consultazione via internet o nei luoghi preposti. Visualizzazione grafica dei mutamenti dei dati derivati dai monitoraggi attraverso installazioni luminose in luoghi di passaggio dei visitatori (centri visite, chioschi informazione etc) e/o dal sito web soprattutto per tecnici, amministratori pubblici e scuole. Per queste ultime si potrebbe pensare ad un'adozione simbolica di specie in ripopolazione sotto monitoraggio. La visualizzazione potrebbe essere organizzata su una mappa del territorio di grandi dimensioni, in modo tale da poter cogliere la dislocazione dei punti di monitoraggio all'interno dei siti.

### 3. Costi indicativi per i principali strumenti descritti

L'intento di queste note economiche non è esaustivo di tutte le risorse necessarie per la messa in atto del piano di comunicazione, ma evidenzia l'ordine di grandezza di spesa per gli strumenti più particolari di tipo anche multimediale

- Immagine coordinata di tutto il progetto (creazione di un logo, scelta di caratteri, colori prevalenti, gabbie grafiche, progettazione dei documenti coordinati): € 3.500,00.

- Videoimpaginazione con produzione di cd pronta per la stampa dei materiali cartacei: guida tecnica, schede di comportamento responsabile, manifesti: da valutarsi in base alla tipologia di prodotto editoriale,

al numero di pagine da realizzare e, per il manifesto, alla eventuale programmazione di uscite diverse.

- Impostazione grafica e struttura di CD e DVD informativi: € 1900,00 (il costo di stampa dipende dal numero di copie e dalla carta scelta).
- progettazione e realizzazione di un Sito internet: impostazione grafica del sito € 1.000,00; realizzazione e gestione € 2.500,00.
- Allestimento di uno spazio interattivo per comprendere e sperimentare le implicazioni delle minacce e delle strategie gestionali sugli habitat naturali: software di gestione dell'interazione, materiale hardware, progettazione e costruzione dell'allestimento dello spazio € 17.000,00.
- Mappa di visualizzazione dei punti di monitoraggio sul territorio con la rappresentazione sintetica, semplificata e graficizzata derivante da dati acquisiti in tempo reale: € 4.000 (software+hardware) (costo dell'allestimento da valutarsi in base al numero ed al tipo di postazioni).

#### 4. Tempistica generale di applicazione del piano di comunicazione

In concomitanza con la redazione del Piano di gestione	Alla presentazione del Piano di gestione	Nel tempo in maniera continuativa
<ul style="list-style-type: none"> <li>- immagine coordinata</li> <li>- primi materiali cartacei: mappa/brochure</li> <li>- verifica delle risorse, delle strutture e degli strumenti presenti in loco</li> <li>- definizione degli obiettivi da soddisfare e dei messaggi da comunicare</li> <li>- verifica del budget a disposizione</li> <li>- programma di attuazione del piano</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- sito web</li> <li>- materiali cartacei e digitali: mappa/brochure, guida tecnica, schede comportamenti responsabili, Cd e dvd interattivi (Cartella stampa)</li> <li>- inaugurazione della mappa dei monitoraggi</li> <li>- lancio dell'allestimento interattivo</li> <li>- Manifesti</li> <li>- primi corsi di formazione</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Manifesti</li> <li>- gadgets</li> <li>- corsi di formazione periodica</li> <li>- pubblicazione di studi e monitoraggi</li> <li>- newsletter</li> <li>- community</li> <li>- chiosco/punto informazioni nei centri abitati</li> <li>- eventi in rete con altri siti</li> <li>- eventi periodici di coinvolgimento della comunità</li> <li>- verifiche periodiche delle attività legate al Piano di comunicazione</li> </ul>

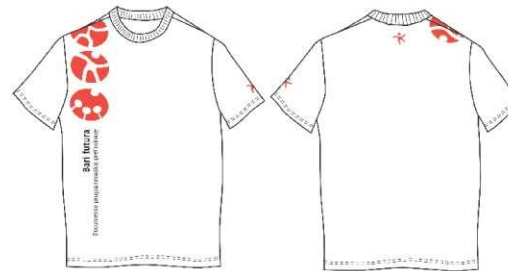


## Esempi di progetti di comunicazione realizzati

### Comunicazione del Documento programmatico preliminare del Comune di Bari (2009)

Applicazione dell'immagine coordinata su materiale divulgativo (libri, pieghevoli, brochure, cartoline, pannelli, calendari, carte, mappe, kit gioco, kit promozionale, piccole guide introduttive all'argomento, magliette, borse di tela, penne, cappellini, etc). Può essere applicata sui mezzi di trasporto e ovviamente su cartelloni stradali e stendardi per dare il massimo di visibilità al procedimento amministrativo.

Applicazioni  
su mezzi di trasporto



Stendardi pubblicitari



Proiezioni o applicazioni del logo su percorsi pedonali del centro storico o del lungo mare



Logotipo e immagine coordinata del progetto di comunicazione del Comune di Ravenna R.if Ravenna in-forma - 2005  
logotipo e grafica di Giovanna Mathis ([www.rif.ra.it](http://www.rif.ra.it))



Matilde personaggio animato creato per il progetto da Stefania Bertozzi Giovanna Mathis, Maurizia Pasi, insieme allo Studio Panebarco di Ravenna

depliant illustrativo del progetto



cartolina/invito alla mostra



manifesto pubblicitario adulti



manifesto pubblicitario bambini



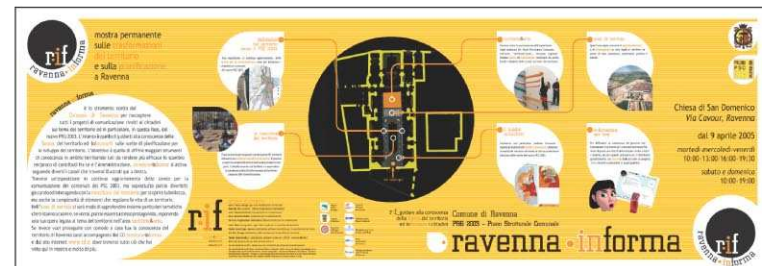
allestimento della mostra R.if Ravenna In Forma chiesa di San Domenico, Ravenna



segnaletica standard esterno

segnaletica standard interno di divisione delle sezioni della mostra

pannello introduttivo della mostra R.if Ravenna In Forma



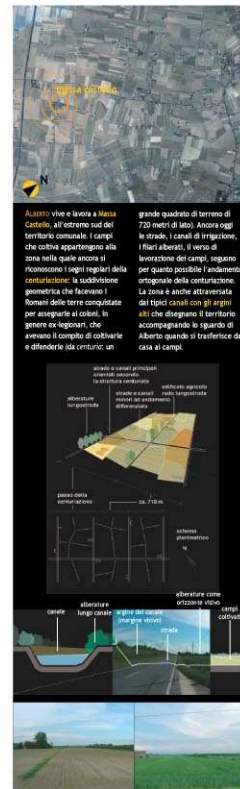


Progetto di comunicazione Ravenna R.if Ravenna in-forma - 2005. Urban center, progetto di uno spazio immersivo interattivo. *Ideazione e realizzazione di Giovanna Mathis, Stefania Bertozzi, Maurizia Pasi Pasi insieme a: Lucio Diana (scenografia e regia video e audio), Studio Sound Cage, Genova (realizzazione software interattivo per la macchina del territorio), Art line, Perugia (realizzazione della struttura per la macchina del territorio) ([www.urbancenter.ra.it](http://www.urbancenter.ra.it)).*



stanza A  
lo scenario: alla scoperta del territorio

“La stanza dello scenario, rappresenta un’occasione di sosta, un luogo privilegiato per osservare il territorio da un punto di vista nuovo, che consente di guardare con più attenzione, ed in maniera più oggettiva, la complessità delle componenti che costituiscono un territorio. Leggere distintamente tali componenti ci aiuta a comprenderle e ritrovarle passeggiando nel territorio reale, quando tutto è nuovamente mescolato ed integrato. Le tessere del mosaico della prima stanza rappresentano solo alcune delle componenti del territorio. Giocare a combinare insieme le tessere, ricrea alcune delle realtà che ci circondano tutti i giorni. Le tessere sono 12 e rappresentano: le pinete, le zone umide, le dune, le zone agricole, le zone industriali e artigianali, il porto, il centro storico, i monumenti, le aree archeologiche, i mosaici, la vita degli abitanti, ed in particolare la vita di 6 personaggi che troveremo nella seconda stanza. [...]”



stanza B  
gli attori: la stanza degli abitanti

“La stanza degli abitanti racconta il territorio in 6 diverse interpretazioni di 6 diversi abitanti che lo vivono quotidianamente. 6 attori che recitano nello scenario del territorio. Come interagiscono gli attori nello scenario, quali segni lasciamo noi abitanti nel territorio?”

Le suggestioni offerte dai 6 video, accompagnate da immagini che aiutano a decodificare i segni del territorio, ci suggeriscono di provare a ripercorrere il nostro percorso quotidiano con una attenzione nuova tale da intuire la complessità della realtà territoriale e la responsabilità che abbiamo nel conviverci.

Il nuovo Piano Regolatore Generale 2003 tenta di organizzare tale complessità cercando di dare delle regole per gli abitanti affinché si garantisca la qualità degli elementi strutturanti e si limitino i comportamenti dannosi per lo sviluppo del territorio. Proviamo ad essere spettatori attenti per essere attori migliori."



Progetto di comunicazione per il Piano strutturale in forma associata dei Comuni della Bassa Romagna - 2007. Logotipo, immagine coordinata ed applicazioni su materiale istituzionale e divulgativo. *Logotipo e grafica di Giovanna Mathis.*

