



aiap

associazione italiana design
della comunicazione visiva



Unione Terre di Castelli

**Bando di concorso di idee internazionale
per la creazione del nome
progettazione grafica del marchio/logotipo e del
relativo payoff per la promozione
del territorio dell'Unione Terre di Castelli**

ALLEGATO A - BRIEF

Terre di Castelli, il contesto come briefing per il land brand.

1. Posizionamento

Il nostro è un territorio non solo da vedere, ma soprattutto da vivere, nel quale fare esperienze a stretto contatto con la terra dalla quale nascono le nostre eccellenze agroalimentari; prodotti famosi in Italia e nel mondo ma che ancora non portano con loro il territorio da cui nascono.

Non vogliamo fare concorrenza alle grandi città turistiche, ma la nostra centralità rispetto ad esse ci rende base ideale dove soggiornare e in breve tempo raggiungere mete importanti quali Modena, Maranello, Bologna, Ferrara, Ravenna, Rimini, Faenza, Forlì, Reggio Emilia, Parma, Piacenza, e anche fuori regione Verona, Firenze, Mantova e Venezia.

Il nostro obiettivo è quello di completarle ponendoci in un segmento di turismo al quale non riescono a rispondere per la loro stessa natura di grandi città.

2. Diversi comuni, diversi prodotti, un territorio unico.

I punti di forza del nostro territorio che nome marchio e payoff devono descrivere e/o mettere al centro sono:

1. La bellezza del territorio caratterizzato da storia (dalla preistoria di Savignano e Montale alla Resistenza passando per i castelli ovunque diffusi), ricchezza ambientale (Sassi di Rocca Malatina a Guiglia), antichi borghi, fiumi, sentieri, colline e montagne.
2. Eccellenze agroalimentari caratterizzate da: Aceto Balsamico tradizionale di Modena a Spilamberto, Ciliegia di Vignola, Lambrusco di Castelvetro, lo Zampone e i salumi di Castelnuovo, Parmigiano Reggiano, Marroni di Zocca e il riscoperto Luppolo di Marano.

Il nostro infatti è un territorio composto da diversi comuni formati a loro volta da centri, frazioni e piccole borgate. E' un territorio vasto che va dal limitare della città di Modena e della Maranello della Ferrari alle pendici del Monte Cimone, passa dalle colline dolci dove nascono le uve per i vini e l'aceto balsamico tradizionale ai boschi di montagna in cui si raccolgono i Marroni. La nostra è una terra irrorata da corsi d'acqua come il Panaro e suoi piccoli affluenti che nutrono le campagne da cui, grazie al sapiente lavoro dell'uomo, nascono i nostri migliori prodotti. La nostra è terra feconda su cui viene da generazioni e generazioni coltivata la ciliegia. È terra di storia dall'archeologia alla resistenza passando per le signorie rinascimentali dei Rangoni e dei Contrari.

Guide-line

Vogliamo un nome, marchio/logotipo e payoff che identifichino un territorio che amministrativamente oggi si chiama "Unione Terre di Castelli", dicitura che, a discrezione dei concorrenti, potrà essere utilizzata nel loro progetto.

Vogliamo definire un brand che dia consapevolezza, anche ai suoi stessi abitanti, della bellezza dei luoghi in cui viviamo e l'unitarietà del territorio che abitiamo. Unità e continuità di un territorio che va oltre agli attuali confini amministrativi. Ha forse un limite l'acqua dei nostri fiumi che attraversano i diversi comuni? Rispettano forse un limite amministrativo le brezze che scendono dalle montagne? Vi è forse evidenza di confini per chi dalle colline raccoglie l'intera vallata del Panaro con un unico sguardo?

Invitiamo il mondo a raccogliere con noi le ciliegie nelle calde giornate di giugno, pestare l'uva per preparare il mosto nei tramonti di settembre e salendo gli scalini delle nostre soffitte rimanere inebriati dall'aceto balsamico in fermentazione.

Questa terra è troppo ricca e bella per essere tenuta nascosta. Offriamo i luoghi che amiamo con orgoglio perché possano essere fonte di serenità e benessere anche per altri.