

## **CALL pubblica per l'individuazione di nome e logo/marchio**

che identifichino il CONCORSO DI PROGETTAZIONE per la realizzazione del "Campus del Polo Scienze Sociali ed Economia" previsto nella ex Caserma Piave di Padova.

---

## **RELAZIONE 1 di 2**

exCP Padova - Call for Campus  
International architecture competition

---

Il territorio, l'area urbana da recuperare e il concorso sono i punti focali su cui si è concentrata la fase preliminare di studio utile alla creazione del nameing e del marchio. Si è ritenuto imprescindibile la presenza di un rimando alla Caserma così come si è valutato fondamentale la citazione della città di Padova e a seguire è stata fatta una ricerca atta a verificare come sono strutturati a livello internazionale le pubblicazioni relative ai concorsi in generale e ai concorsi in ambito progettuale-architettonico in particolare.

In un secondo momento si è determinato che per il nome era più congeniale creare una struttura a più livelli in grado di esprimere tutti i concetti richiesti nel bando di concorso:

### **exCP Padova** - titolo primario

Dove exCP sta per Ex Caserma Piave. La contrazione delle parole "Caserma Piave" ha lo scopo di rendere più accattivate e versatile il nome in modo che risulti fresco e contemporaneo.

### **Call for Campus** - titolo secondario

In esso è racchiuso sia il collegamento al mondo universitario, dato dalla parola Campus che quello al mondo dei concorsi dato dal termine "Call". Questa terminologia rappresenta una vera e propria call to action alla partecipazione, il suo utilizzo è largamente documentato in concorsi di ambito creativo/architettonico, sia in contesto nazionale che internazionale.

## **International architecture competition** - sottotitolo

L'ultima parte che compone il nome serve da ulteriore rafforzativo per la contestualizzazione del concorso nell'ambito progettuale internazionale.

**I tre elementi costitutivi** del nome utilizzati contemporaneamente rispecchiano tutte le peculiarità desiderate: hanno un rimando alla Caserma e al territorio cittadino in cui è inserita, è immediatamente riconducibile al contesto di competizione e rappresenta un'esortazione alla partecipazione, al coinvolgimento per la creazione di un campus innovativo.

Il nome si presta anche all'utilizzo di Tag e Hashtag nei canali social per i quali si propongono due esempi:

**#EXCPPADOVA**  
**#CALLFORCAMPUSPD**

Sul portale del provider Aruba.it è stata inoltre verificata la disponibilità per i seguenti domini proprietari, nelle tre varianti di estensioni più appropriate:

[www.excpcallforcampuspd.eu](http://www.excpcallforcampuspd.eu)  
[www.excpcallforcampuspd.it](http://www.excpcallforcampuspd.it)  
[www.excpcallforcampuspd.com](http://www.excpcallforcampuspd.com)  
[www.excppadova.eu](http://www.excppadova.eu)  
[www.excppadova.it](http://www.excppadova.it)  
[www.excppadova.com](http://www.excppadova.com)

### **URL PROPOSTA - [www.excpcallforcampuspd.eu](http://www.excpcallforcampuspd.eu)**

titolo primario + titolo secondario

## COMPOSIZIONE DEL MARCHIO

### Logotipo (testo):

la compenetrazione dei termini è l'aspetto più importante del marchio; serve a creare un impianto grafico originale e innovativo ed inoltre racchiude in se un valore e un contenuto poetico dato dal FOR US che di proposito è stato proposto con due cromie sovrapposte. Infatti, guardando il marchio in verticale dall'alto al basso si leggerà "excp FOR US Padova", a sottolineare che la trasformazione dell'area urbana restituirà a Padova la Caserma con un volto e una missione nuovi, che finalmente potrà essere motivo di vanto e crescita per tutta la cittadinanza.



Le font e le cromie sono state attentamente selezionate per essere modulabili in diverse grandezze senza mai perdere leggibilità e chiarezza. Per il bordeaux è stato utilizzato lo stesso codice colore di quello proprietario dell'Università di Padova, questa scelta è stata operata per avere un rimando visivo immediato all'Università in quanto promotrice del Concorso di progettazione.

### Pittogramma (simbolo):

come suggerire in un marchio moderno il riferimento al contesto architettonico senza appesantire il layout grafico? Usando forme minimal! Credendo che fosse fondamentale dare risalto al contesto progettuale/architettonico in oggetto è stata eseguita una sintesi grafica del complesso dell'ex Caserma ricavata dalle immagini aeree dell'area urbana presenti sul sito dell'Università di Padova. Da qui è scaturita la "pianta" usata per il pittogramma e sulla base della quale è stato creato un pattern caratterizzante e distintivo che può essere applicato su diversi strumenti comunicativi stampati o digitali.

Grazie a tutti questi elementi si ritiene di aver creato un marchio attuale, con un'estetica formale molto innovativa che racchiude in se diversi significati e rimandi professionali e territoriali.