

ABRUZZO REGIONE DEL BENESSERE, PRESENTATO LOGO: A VINCERE CONCORSO DI IDEE 27ENNE GRAFICO CAMPANO

1 Luglio 2021



PESCARA - In una immagine la natura, i colori, la cultura e la tradizione di una regione che ambisce ad offrire, a chi vi risiede e a chi la visita, benessere e alta qualità della vita.

Tutto questo nel logo ideato da Pietro Senatore, 27 grafico di Cava de' Tirreni (Salerno), vincitore del concorso di idee per la realizzazione del brand "Abruzzo regione del benessere", progetto multidisciplinare al centro della politica regionale volto a valorizzare, tutelare e promuovere il Benessere dei cittadini abruzzesi sotto il profilo culturale, ambientale, alimentare e salutare.

Il logo è stato scelto al termine di una selezione tra 70 valide proposte grafiche, arrivate da ben 14 regioni italiane, a seguito del bando pubblico lanciato dall'Agenzia regionale per la tutela ambientale (Arta), soggetto attuatore del progetto, con partnership dell'Università di Teramo, da parte di una giuria composta da professori dell'Accademia delle belle Arti dell'Aquila, specializzati nel design.

A presentare oggi il logo vincitore in conferenza stampa nella sede dell'Arta a Pescara, Maurizio Dionisio, direttore generale dell'Arta, il vice presidente della Regione Abruzzo con delega all'Agricoltura, Emanuele Imprudente, l'assessore regionale alla Formazione, Pietro Quaresimale, l'assessore regionale all'Ambiente, Nicola Campitelli e il capogruppo della Lega in consiglio regionale, Vincenzo D'Incecco.

Nel corso della conferenza stampa è stato consegnato a Pietro Senatore l'assegno di 5mila euro, messo in palio dal

concorso di idee.

“Un primo passo, ma un passo importante per dare una veste grafica ad un grande e ambizioso progetto – ha commentato Dionisio – Questo logo è stato prescelto dopo una attenta selezione, ed è la summa di cosa è l’Abruzzo, e della filosofia del progetto. Importante poi che abbiano partecipato 70 persone di 14 regioni italiane, di età media di 37 anni, metà uomini e metà donne, di età relativamente giovane. Ora che c’è il brand siamo pronti a partire con una pluralità di iniziative e progetti, individuando i responsabili per ciascuna delle quattro province”.

Grande soddisfazione ed emozione per il vincitore del concorso, “l’immagine che ho proposto è frutto di un approfondito studio semiotico delle caratteristiche salienti di una regione meravigliosa. Ora che ho avuto modo di visitarla posso confermare la bellezza e serenità che essa esprime”, ha detto Pietro Senatore.

Il logo prescelto si ispira a differenti simboli come il cuore, che rappresenta il benessere e l’amore per il territorio, presente in simboli della tradizione abruzzese a cominciare dalla Presentosa e il “cuore d’Abruzzo”, la foglia, che richiama la natura, e rimanda ad un fiore molto presente sugli appennini abruzzesi, l’Alisso rupestre. La griglia compositiva evoca poi quella tipica dei rosoni, in particolare quello della Basilica di Santa Maria Assunta di Collemaggio a L’Aquila. Logo infine che si presta a differenti letture simboliche, come quella del sole, del fiore e degli agrumi della Costa dei Trabocchi.

Elementi che hanno convinto la giuria nel premiare la proposta di Pietro Senatore, con la seguente motivazione: “Nella valutazione sono stati apprezzati la ricerca sui segni del territorio e la loro rielaborazione in termini creativi, la forte applicabilità su diversi supporti e con diverse tecniche, il rigore di costruzione delle forme e il livello di analisi sviluppato nelle tavole presentate, la forte riconoscibilità anche a dimensioni ridotte e nelle varie soluzioni editoriali cartacee, nonché nelle piattaforme digitali”.

“Siamo la regione dove in una sola ora puoi raggiungere il mare dalla vetta degli Appennini, la regione dei parchi che offre un’alta qualità della vita e ambientale – ha affermato l’assessore Imprudente -. Tutto dovrà comunicare il brand che si avvarrà del logo presentato oggi a supporto di un ambizioso progetto che dispiegherà le sue azioni nell’ambito educativo formativo, culturale, ambientale, enogastronomico, turistico, come pure della prevenzione e della salute”.

L’assessore Quaresimale ha ricordato che il progetto “è nato da una iniziativa legislativa fortemente voluta dalla Lega in consiglio regionale, partendo dal presupposto che era necessario uno strumento distintivo dell’Abruzzo per sviluppare le sue tante potenzialità inesprese. Sarà mio compito, il base alle deleghe che ho assunto da assessore, di declinarlo con particolare energia sul fronte della formazione”.

“Evidentemente questo logo ha saputo suscitare emozioni nella qualificatissima giuria – ha concluso D’Incecco – Credo che sia anche un punto di valore il fatto che tanti grafici e creativi di ogni parte d’Italia, hanno partecipato al bando, hanno studiato a fondo la nostra regione alla ricerca del miglior brand comunicativo. E già questo è pienamente nella filosofia del progetto che vuole tra i suoi molteplici obiettivi, creare un’offerta turistica qualificata, diversa, che guardi al benessere e all’eccellenza”.

Il progetto Abruzzo regione del Benessere si sta sviluppando attraverso una pluralità di strategie volte al miglioramento della qualità della vita della comunità e dei cittadini a livello regionale, in termini di strumenti di prevenzione sanitaria, tema quanto mai attuale alla luce della drammatica pandemia di coronavirus, azioni volte all’educazione al benessere che comprende educazione sanitaria, ambientale, conoscenza delle risorse culturali del territorio, materiali e immateriali. Darà un contributo in via diretta al rilancio socio-economico dell’Abruzzo attraverso un’idea di benessere in grado di esplicare i propri effetti nei vari campi della vita regionale come nuovo brand.

Tra le azioni previste la creazione di una bio-bank, una banca dati per studiare le caratteristiche metaboliche e genomiche dei centenari abruzzesi, per finalità di ricerca, e la creazione di una filiera turistica regionale basata sul turismo esperienziale finalizzate alla valorizzazione delle tipicità naturalistiche e storico-culturali regionali e alla riqualificazione del territorio a rischio marginalizzazione economica e demografica.