



Mulino di Belfiore - Pramaggiore
I LUOGHI lungo la Strada dei Vini Lison-Pramaggiore



FONDO EUROPEO AGRICOLO PER LO SVILUPPO RURALE: L'EUROPA INVESTE NELLE ZONE RURALI

Titolo:
Studio di fattibilità per il rilancio della Strada dei Vini Lison - Pramaggiore e la realizzazione di un'iniziativa di comunicazione per la valorizzazione dello specifico terroir.

tav. n°

4

Oggetto:
Stato di Progetto: nuovo logo per la Strada dei Vini Doc Lison-Pramaggiore

data: Marzo 2025

scala:

Committente: VeGAL - Gruppo Azione Locale Venezia Orientale
Via Cimetta, n° 1
30026 Portogruaro (VENEZIA)



Collaboratori:

ARCH. ROBERTO PESCAROLLO
progettista - coordinatore

Dott. Paolo Ziliotto, agronomo
Dott. Raffaele Foglia, commercialista
Arch. Alessandro Zuin, progettista
Dott. Lucio Bonato, geografo
Dott. Paolo Palma / Metodo Studio srl, grafica
Dott. Marco Vescovi / Promoservice srl, web e App.

Metodo studio

Proposte di marchio per Strada dei Vini Lison-Pramaggiore

TAV 4

Stato di progetto : nuovo logo per la Strada dei Vini Doc Lison-Pramaggiore

La revisione dell'itinerario della "Strada dei Vini Lison-Pramaggiore" porta necessariamente con sé una rilettura dell'immagine del logo attualmente identificativo della Strada.

Grazie alla relazione di analisi del contesto e delle valutazioni effettuati in seno al Gruppo di lavoro, abbiamo inteso ridisegnare il marchio quale espressione in prima

istanza visiva della rinnovata vision e progettualità applicata alla Strada, e che efficacemente e in modo altamente distintivo andasse a rappresentare caratteristiche prime del territorio. Un marchio quale elemento rappresentativo della valorizzazione che si intende attuare per un itinerario che vuole essere esperienziale e pluri-tematico.

METODO STUDIO srl

Il nome dello studio racconta l'importanza che la ricerca, l'indagine, l'investigazione hanno nella pratica professionale di ogni giorno e nel rapporto con i clienti. Oltre alla competenza specifica nell'ambito della grafica, lo studio garantisce alla Committenza un presidio centrale che assicura al tempo stesso coerenza di approccio e responsabilità sugli obiettivi. I principali ambiti di attività sono:

- Visual Communication
- corporate identity, advertising, cataloghi, below the line;
- Video — spot pubblicitari,

video istituzionali, backstage, reportages;

- Design e Tridimensional Communication – prodotti, packaging, espositori, stand, punto vendita;
- Digital Communication
- website, social network, digital in store communication, totem informative, applicativi per supporti multimediali;
- Public relations, Media e Eventi – progetti speciali, eventi sul territorio, eventi promozionali, media relations, media planning

Per eventuali approfondimenti:

www.metodostudio.com

Gruppo di lavoro per l'attività relativa alla STRADA DEI VIN LISON-PRAMAGGIORE:

Paolo Palma (1973)

fondatore, graphic designer.

Ha studiato all'ISIA (Istituto Superiore per le Industrie Artistiche) di Urbino e ha collaborato con lo studio Dolcini Associati di Pesaro, da cui sono passati molti dei migliori progettisti italiani degli ultimi anni, particolarmente attivo nell'ideazione e esecuzione di lavori nell'ambito della grafica di pubblica utilità. Nel 1997 è stato insignito del 1° e del 2° premio al concorso di design TVS "Easy Cooker" (Urbino). Nel 1999 inizia a collaborare con Fabrica, il centro di ricerca in comunicazione del gruppo Benetton; dal 2001 al 2006 è Art director di Fabrica Factory e dal 2005 anche di Colors Magazine. Nel 2005 è il fondatore e Art director di Heads Collective, studio di grafica di Treviso.

Dal 2011 al 2014 è docente di progettazione grafica all'ISIA di Urbino e dal 2014 è docente presso l'Università IUAV di Venezia, Facoltà di design e arti, Corso di Laurea in disegno industriale. Il suo interesse è rivolto in particolar modo alla sperimentazione tipografica: nel 2005 ha sviluppato il progetto sulla tipografia sperimentale Ortho-type che è stato riconosciuto dall'ADI design Index tra i migliori progetti dell'anno. Ha seguito la direzione artistica di molti eventi culturali e di differenziati progetti editoriali.

Alessio Romandini (1982)

socio fondatore, graphic designer.

Nel 2004 si laurea in Disegno industriale ed ambientale all'Università degli studi di Camerino realizzando il portale per i parchi naturalistici della Regione Marche. Nel corso del triennio universitario collabora con diversi studi di architettura maturando un'importante esperienza in ambito paesaggistico e di interior design. Nel 2005 prosegue gli studi all'ISIA di Urbino frequentando il corso di laurea magistrale in grafica dei sistemi e realizzando per l'istituto, in collaborazione con Roberto Pieracini, il marchio "Officine Santa Chiara". Nel 2007 si trasferisce a Treviso ed entra a far parte dello studio grafico HEADS Collective. Nel 2012 completa il suo percorso di studi sostenendo una tesi sulla comunicazione del territorio e sviluppando una ricerca sull'identità della Val Vibrata. L'anno successivo il progetto "42°49'12"N — 13°49'01" Val Vibrata, Identità di un territorio" viene premiato con la "TARGA GIOVANI — XXIII Premio Compasso d'Oro" dall'ADI Design Index. Nel 2013 collabora con lo studio CCRZ di Lugano. Nel 2014 dà vita con Paolo Palma a Metodo studio dove cura l'immagine coordinata di Istituzioni e eventi, il sempre più incalzante processo di digitalizzazione e lo spiccato interesse per le nuove tecnologie, la semiotica e la psicologia cognitiva, lo hanno portato nel tempo ad acquisire le competenze specifiche necessarie per progettare e definire l'esperienza dell'utente all'interno di spazi complessi, non solo virtuali, ma anche fisici.

Chiara Criconia (1975)

Project manager, copy, organizzatrice di eventi culturali (curatrice di iniziative espositive).

Nel 2004 ha conseguito la Laurea quadriennale in Lettere (indirizzo storico- artistico) presso l'Università Ca' Foscari di Venezia. Nel 2005 si diploma al Master in Marketing per le imprese di arte e dello spettacolo promosso dall'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano. Dal 2005 a febbraio 2018 lavora presso Villaggio Globale International, società leader a livello nazionale nell'organizzazione di mostre d'arte e eventi culturali e nell'ideazione e realizzazione di progetti di valorizzazione e gestione di Beni culturali. Dal 2009 al 2018 ha operato in qualità di Responsabile del settore Progetti occupandosi dell'ideazione, realizzazione e gestione di progetti di valorizzazione di Beni culturali e di marketing culturale incrociati alle dinamiche turistiche, alle valenze e specificità territoriali, al settore privato e delle imprese. Ha seguito la progettazione e redazione di progetti di organizzazione di eventi espositivi, convegni, seminari e differenti iniziative culturali. Ha ideato e cura dal 2009 l'iniziativa Cavallino Treporti Fotografia. Svolge docenza su temi correlati al Sistema Museale Italiano, la gestione di un Museo e l'organizzazione di un evento culturale. Fa parte del team Metodo studio dal 2018 dove svolge attività di naming e copywriting, sviluppo concept e strategia, gestione organizzativa dei progetti e rapporto clienti.

Gruppo di lavoro per l'attività relativa alla STRADA DEI VIN LISON- PRAMAGGIORE:

Francesca Luise (1982)

Account manager.

Nel 2009 consegue la Laurea specialistica presso la Facoltà di Economia e Gestione delle Arti e delle Attività Culturali Università Ca' Foscari di Venezia; nel 2005 la Laurea Triennale presso la medesima Facoltà. Dal 2014 lavora a Metodo studio nel ruolo di Account manager (gestione dei rapporti con i clienti, partecipazione allo svolgimento dei progetti, gestione organizzativa e amministrativa dello studio). Tra il 2010 e il 2012 lavora a Umbrella comunicare design srl, che opera in qualità di ufficio stampa per il settore design, architettura, cultura, svolgendo il ruolo di assistente ufficio stampa per diversi clienti, tra i quali: De Castelli, Arper, Fondazione Benetton. Dal 2006 al 2009 lavora presso l'Associazione culturale Artecolica Circuito OffVenice International Short Film Festival in qualità di membro del Consiglio Direttivo dell'Associazione, e parte dello staff organizzativo del Festival.

Anna Tapetto (2001)

Stagista presso Metodo Studio, iscritta alla Libera Università di Bolzano.

Nel 2024, ha creato il marchio e le grafiche per i social media nell'ambito del master della Facoltà di Design e Arti della Libera Università di Bolzano, in collaborazione con Museion, per il progetto FOAM - Future of Art Museums.

Nel 2023, è stata selezionata dal Centro Servizi Culturali Santa Chiara di Trento per curare l'identità grafica della campagna teatrale Scappo a Teatro 2023/24 per scuole e famiglie. Ha progettato tutti i materiali promozionali cartacei distribuiti nei comuni di Trento e Bolzano, oltre a realizzare animazioni per i social media.

Marchio attuale

Uno degli strumenti di coordinamento e promozione attivati nel contesto dell'area del Veneto Orientale è certamente la Strada dei Vini Lison-Pramaggiore. Nata nel 1986 su ideazione dell'omonima DOC, costituita formalmente nel 1985, riconosciuta con D.G.R. n. 2953 del 29/10/2002, anche a seguito di uno specifico progetto di fattibilità seguito dal VeGAL (aprile 2002), ma solo di recente è stata iscritta nel Registro regionale delle Strade del vino e di altri prodotti tipici del Veneto. Logo istituito nel 2002 e attualmente identificativo della Strada.



Proposte di Payoff

Portrait Cond

STRADA DEI VINI
LISON-PRAMAGGIORE
Terre Veneziane

STRADA DEI VINI
LISON-PRAMAGGIORE
Terre della Serenissima

STRADA DEI VINI
LISON-PRAMAGGIORE
Venice Wine Road

Franklin Gothic Demi Extra Condensed

**STRADA DEI VINI
LISON-PRAMAGGIORE
Terre Veneziane**

**STRADA DEI VINI
LISON-PRAMAGGIORE
Terre della Serenissima**

**STRADA DEI VINI
LISON-PRAMAGGIORE
Venice Wine Road**

Proposte di Payoff

Riforma Regular

Founders Grotesk Condensed Regular

Strada dei Vini
Lison-Pramaggiore
Terre Veneziane

STRADA DEI VINI
LISON-PRAMAGGIORE
Terre Veneziane

Strada dei Vini
Lison-Pramaggiore
Terre della Serenissima

STRADA DEI VINI
LISON-PRAMAGGIORE
Terre Veneziane

Strada dei Vini
Lison-Pramaggiore
Venice Wine Road

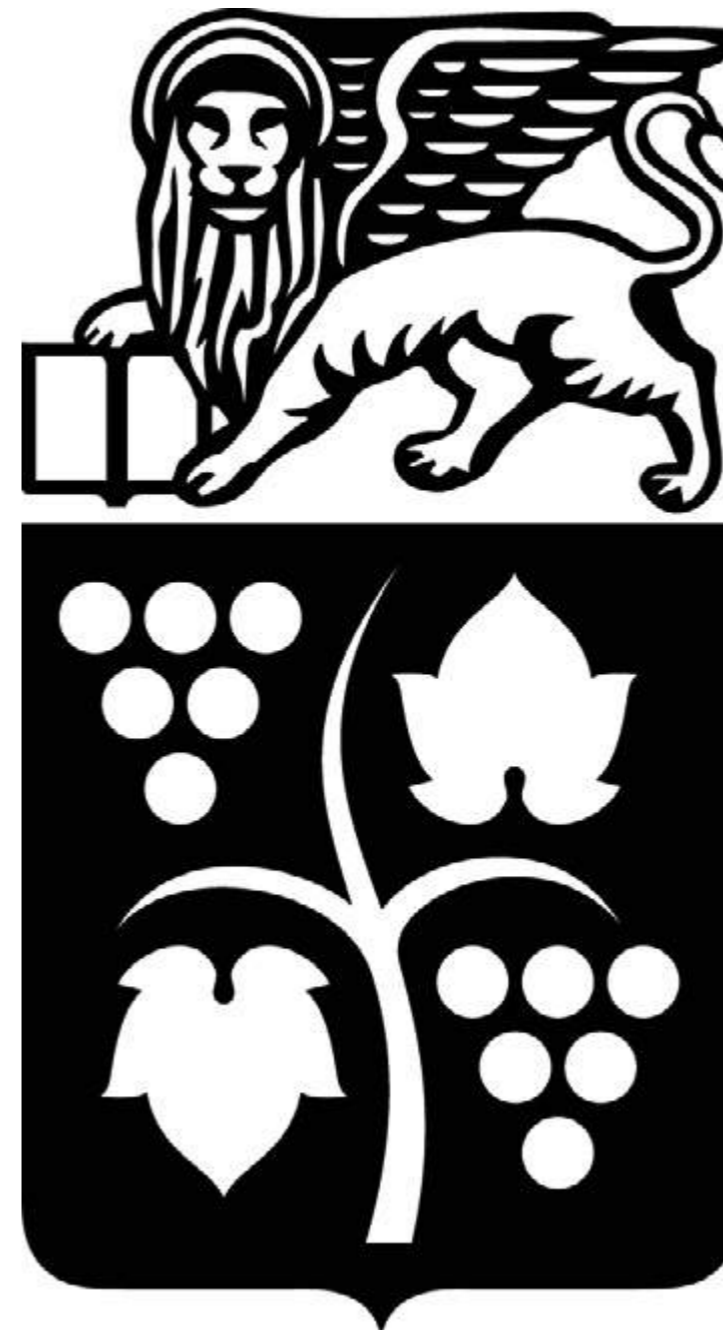
STRADA DEI VINI
LISON-PRAMAGGIORE
Venice Wine Road

**Prima
proposta**

**Restyling del
marchio originale**

Restyling marchio

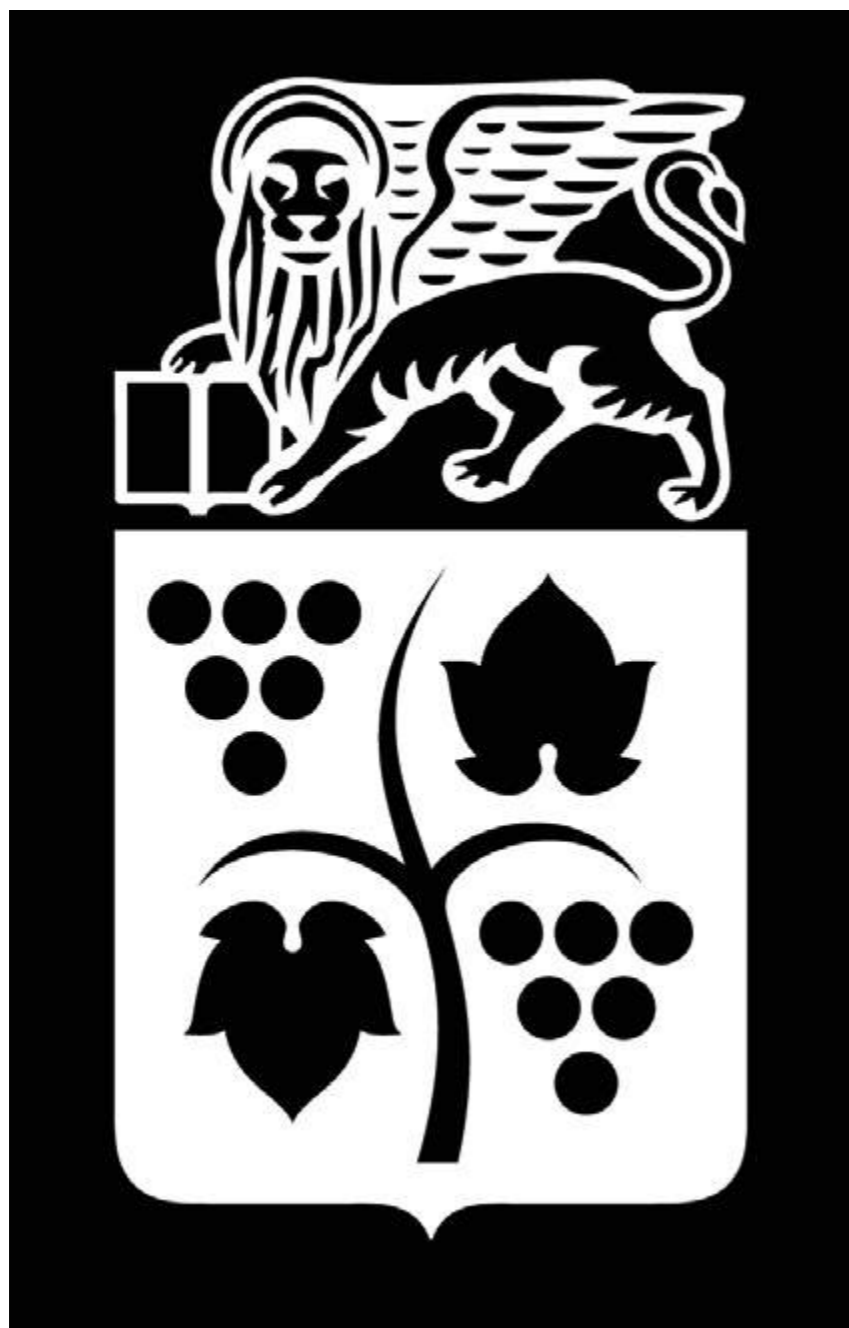
Proposta 1



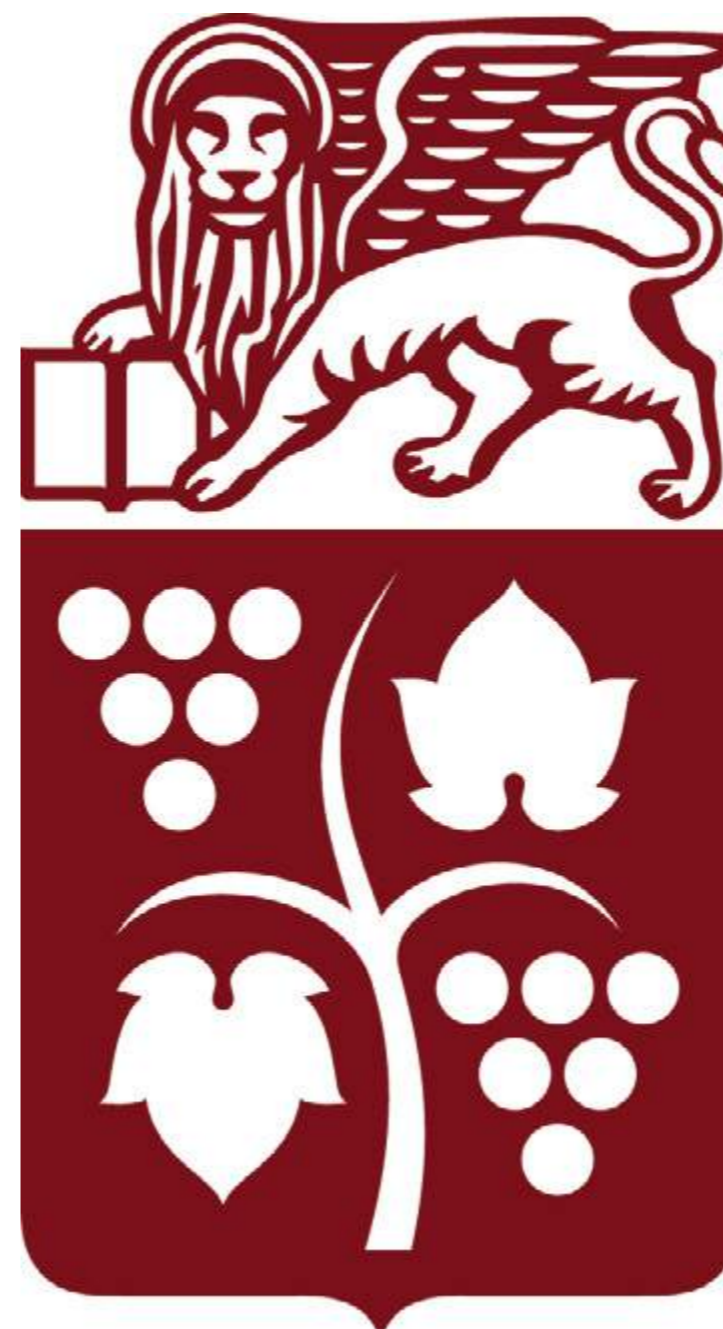
Restyling marchio

Varianti

Proposta 2



Proposta 3



Restyling marchio

Payoff

Franklin Gothic Demi
Extra Condensed

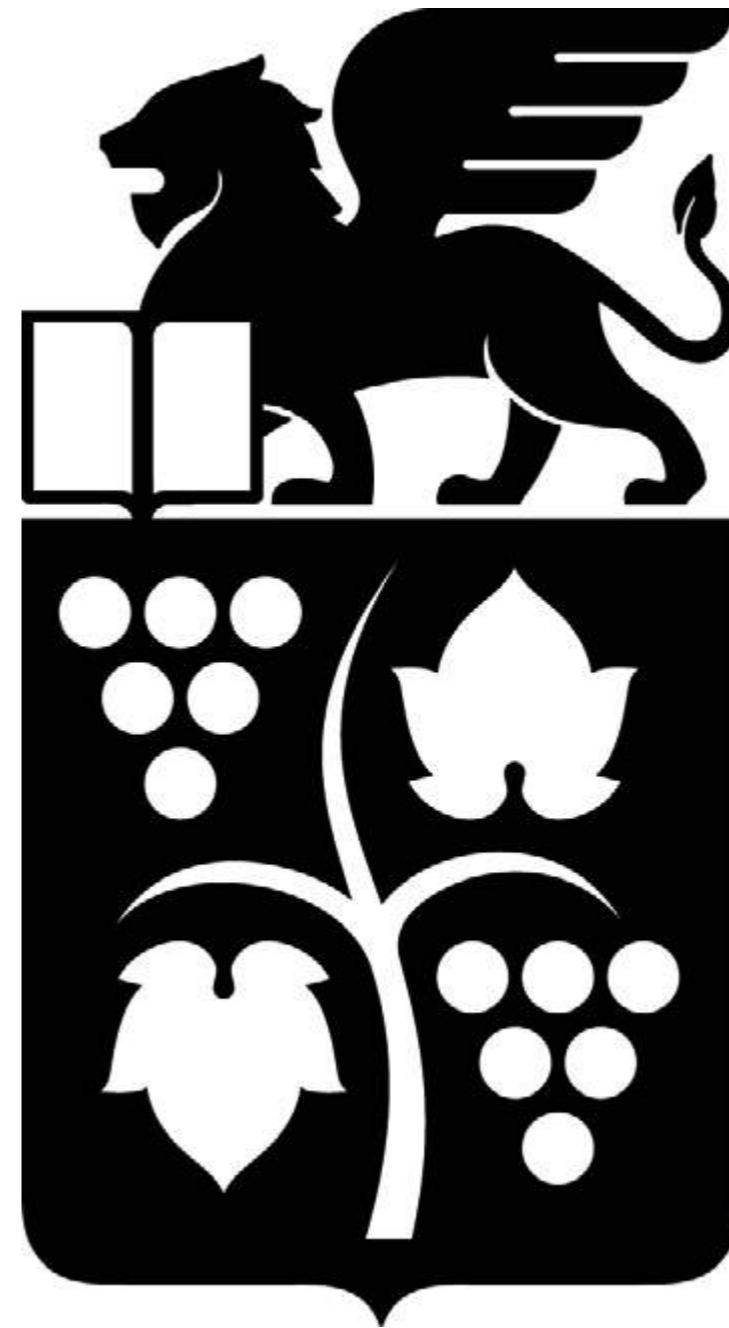
Proposta 4



STRADA DEI VINI
LISON-PRAMAGGIORE
Venice Wine Road

Restyling marchio

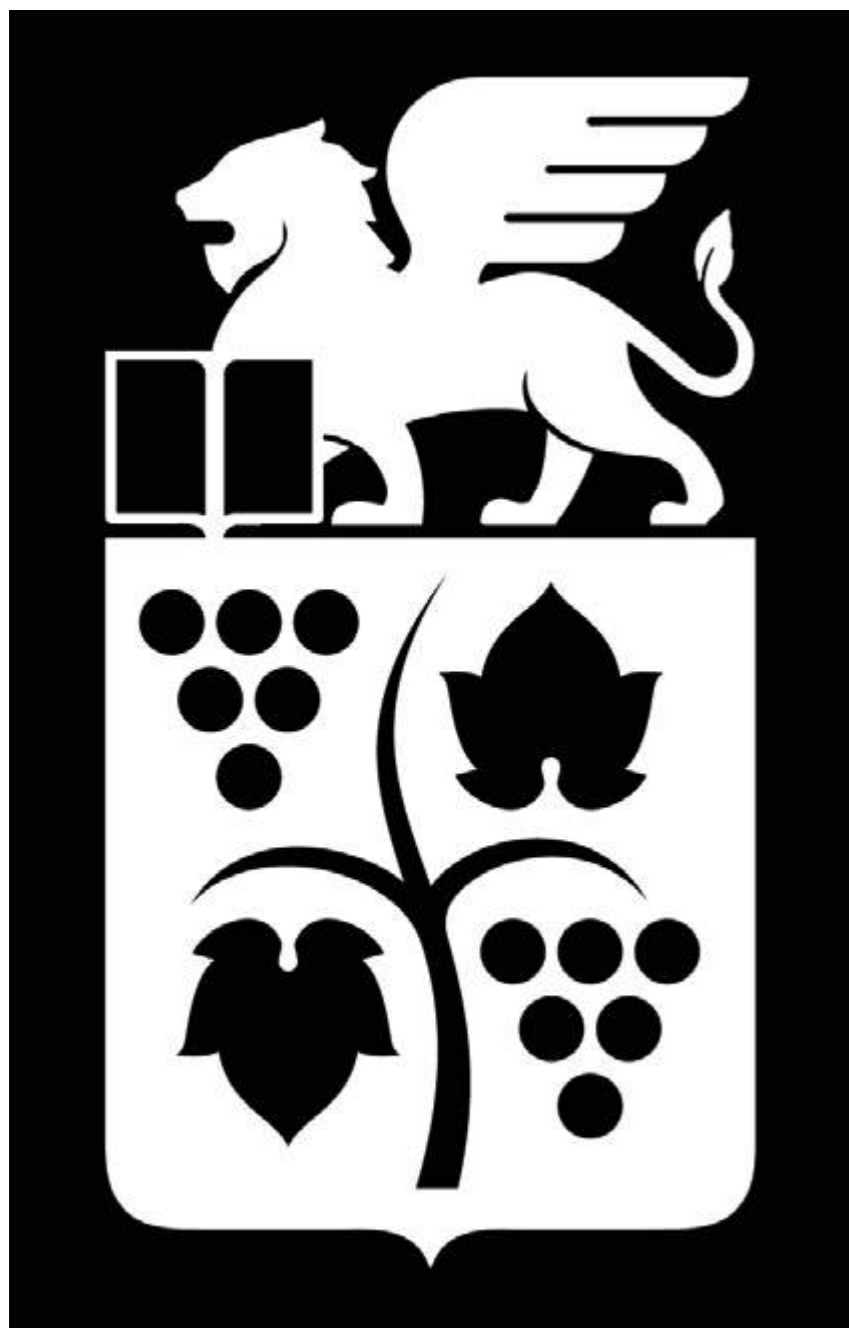
Proposta 5



Restyling marchio

Varianti

Proposta 6



Proposta 7



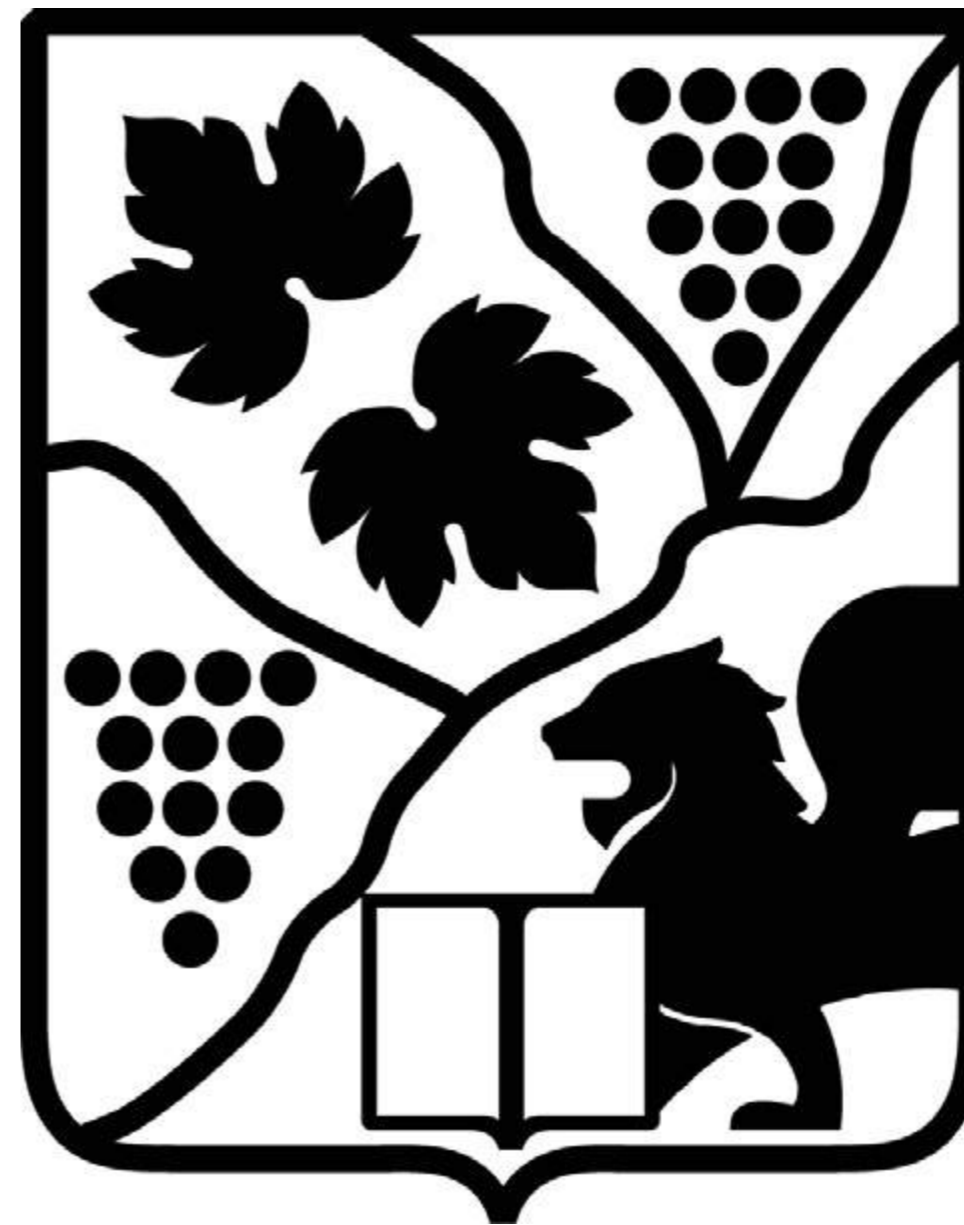
Restyling marchio
Payoff
Portrait Cond

Proposta 8



Restyling marchio

Proposta 9



Restuyling marchio

Varianti

Proposta 10



Proposta 11



Restyling marchio Payoff

Franklin Gothic Demi
Extra Condensed

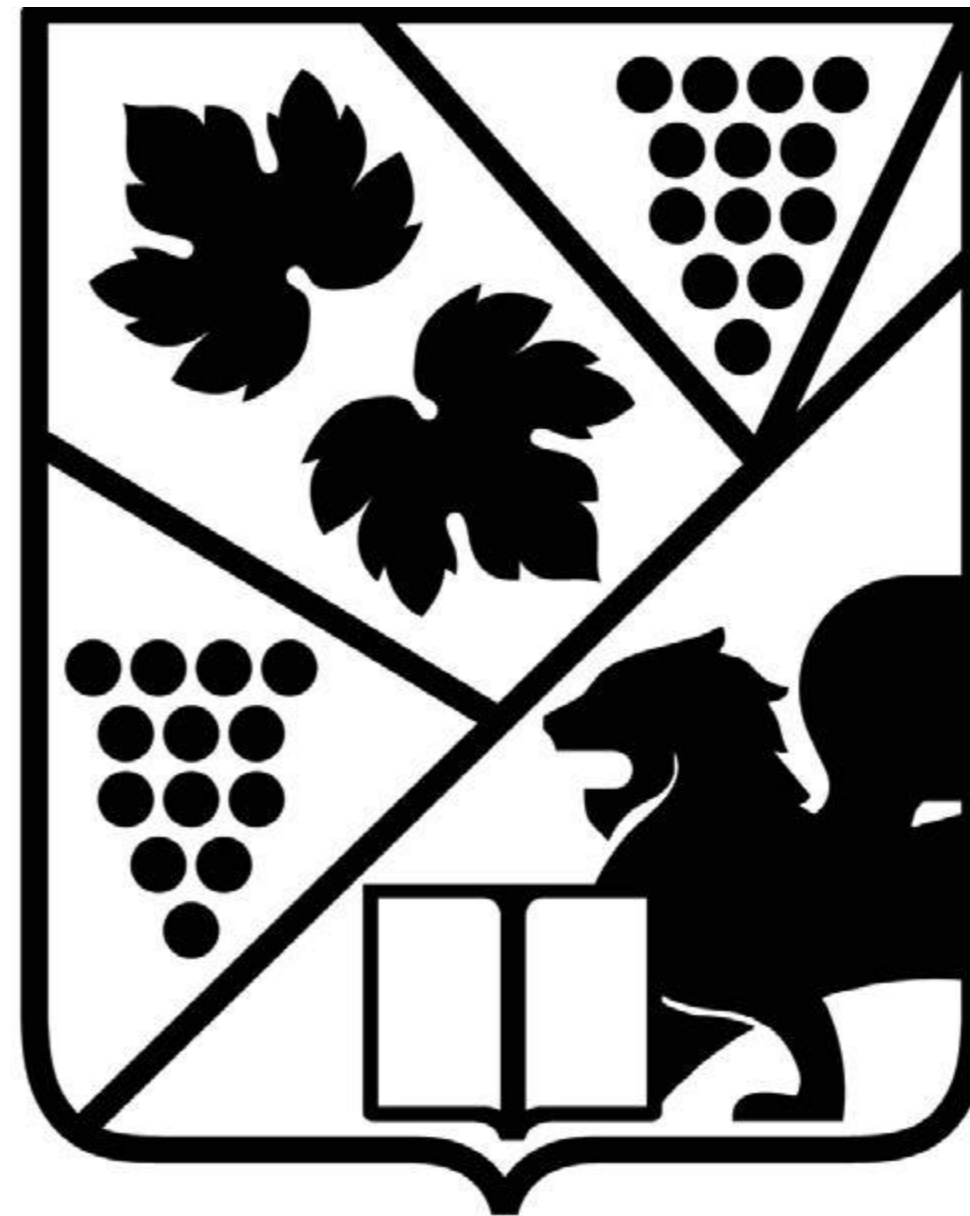
Proposta 12



**STRADA DEI VINI
LISON-PRAMAGGIORE**
Venice Wine Road

Restyling marchio

Proposta 12



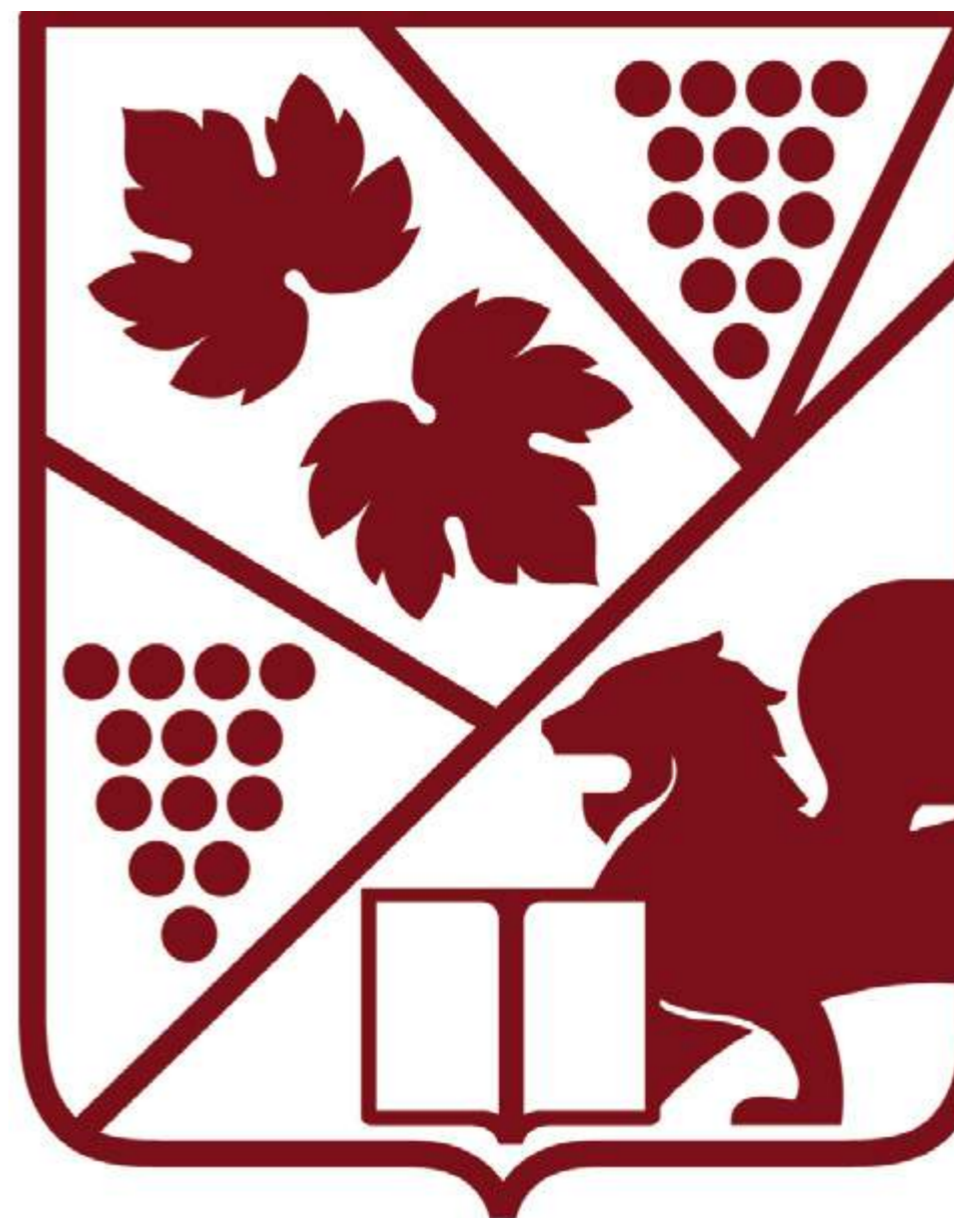
Restyling marchio

Varianti

Proposta 14

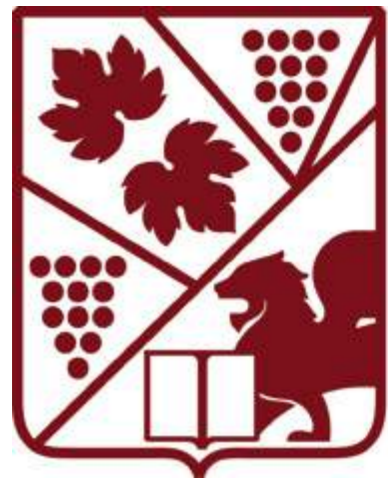


Proposta 15



Restyling marchio Payoff Portrait Cond

Proposta 16



STRADA DEI VINI
LISON-PRAMAGGIORE
Venice Wine Road

Proposta 17

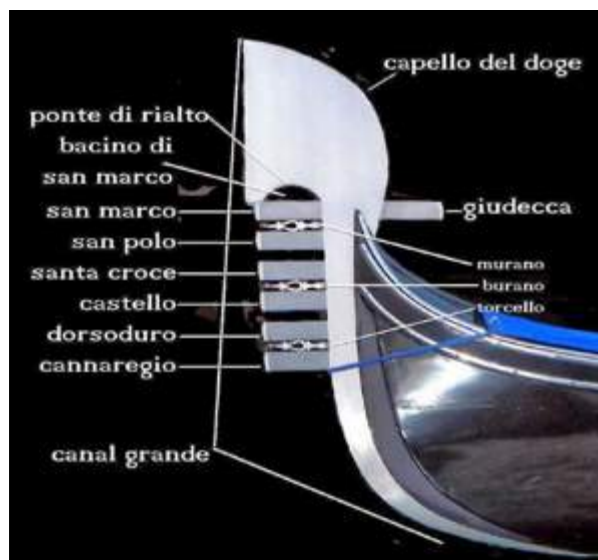


STRADA DEI VINI
LISON-PRAMAGGIORE
Venice Wine Road

Seconda proposta

Sviluppo di un nuovo marchio

Il territorio: tra specificità e caratteristiche



Veneto Orientale?

Quest'area è caratterizzata da un ricco patrimonio naturale, storico e culturale, che comprende città d'arte, paesaggi lagunari, coste sabbiose e un entroterra agricolo molto fertile.

Il Veneto Orientale ha una posizione strategica grazie alla vicinanza a Venezia e all'accesso al mare Adriatico, che ne fanno un crocevia culturale e commerciale...

*da interazione con ChatGPT-
Masterplan del vino 2024*

Il Caranto è elemento differenziante e identificativo del territorio preso in esame. Individuare il colore del caranto non è cosa facile. Il caranto (dal tardo latino caris, "sasso"), infatti, è una stratificazione di argilla

limosa, limoso-sabbiosa, cui nel pleistocene si è aggiunto di calcare (carbonato di calcio) derivante dalla lisciviazione della alpi carniche ad opera delle piogge. Quindi le zolle si compongono di vari colori, di cui l'ocra è una delle componenti in termini di colore. Da alcune letture, il caranto pare sia lo strato compatto che supporta le fondamenta in pali di Venezia. Mentre in laguna si trova a parecchi metri sotto il livello del mare, nell'area di Lison si comincia a trovare a una profondità inferiore al metro (ca. 60-70).

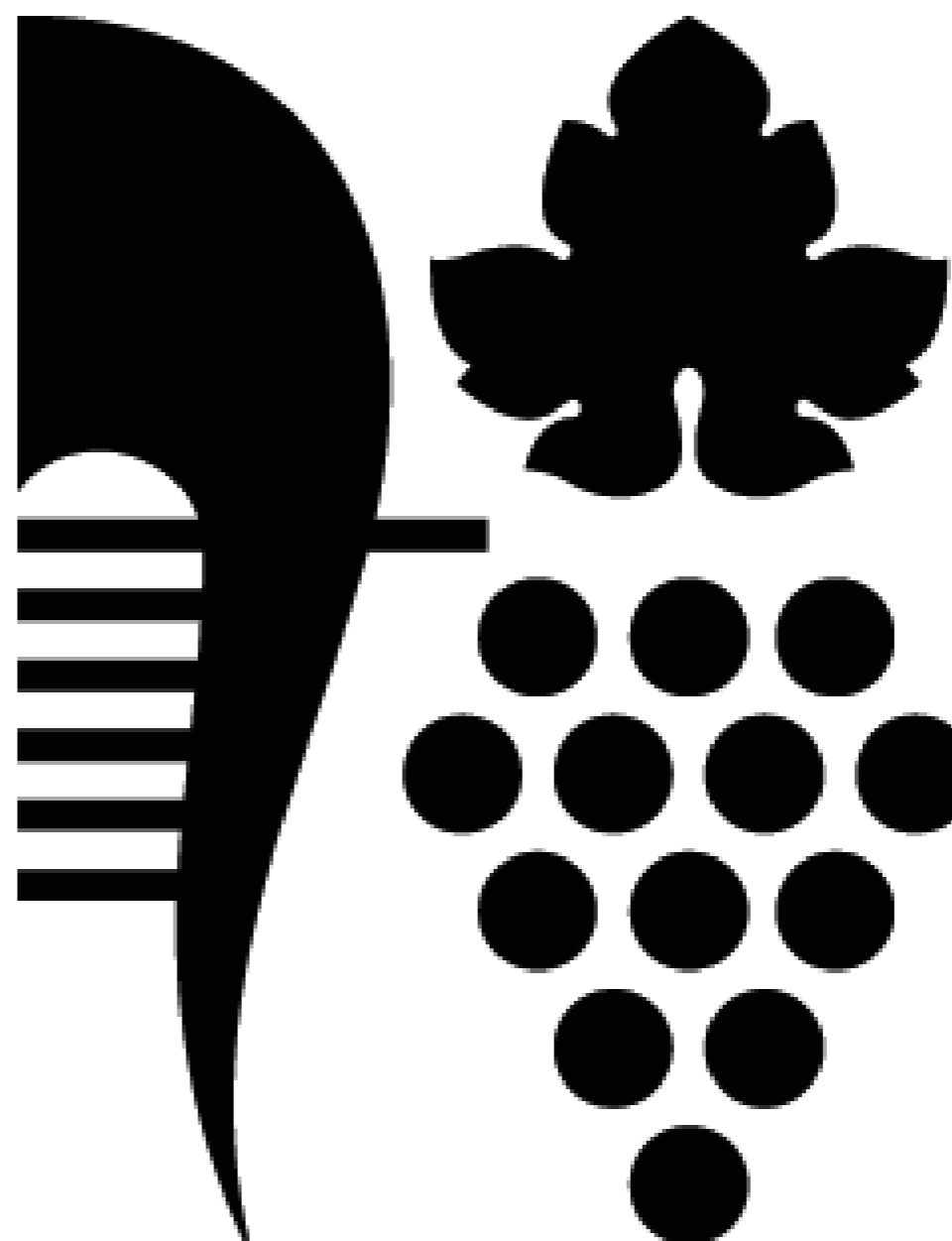
E la forma del ferro di prua della gondola, appoggiandosi idealmente al territorio, diviene la direttrice, elemento grafico che invita a percorrere la rinnovata via del gusto e i suoi differenti percorsi ed

itinerari tematici. I 6 denti del pettine e il cappello del Doge, abbandonando il riferimento alle 6 zone principali veneziane e il Ponte di Rialto, indicano gli itinerari, suggeriscono esperienze.

Inoltre, la forma del ferro potrebbe divenire originale icona, e assumere il ruolo di indicatore di posizione ed elemento segnaletico, fisico e digitale, dei punti di interesse diffusi sul territorio. In questo modo si intende creare un percorso narrativo capace di valorizzare le differenti istanze presenti e le specificità di questa rinnovata strada che parla di cultura del fare. Attivare quindi una nuova storia visiva lungo la Strade dei vini Lison-Pramaggiore: paesaggio da vivere, una bellezza da ri-scoprire, un patrimonio di cultura da ammirare.

Nuovo marchio

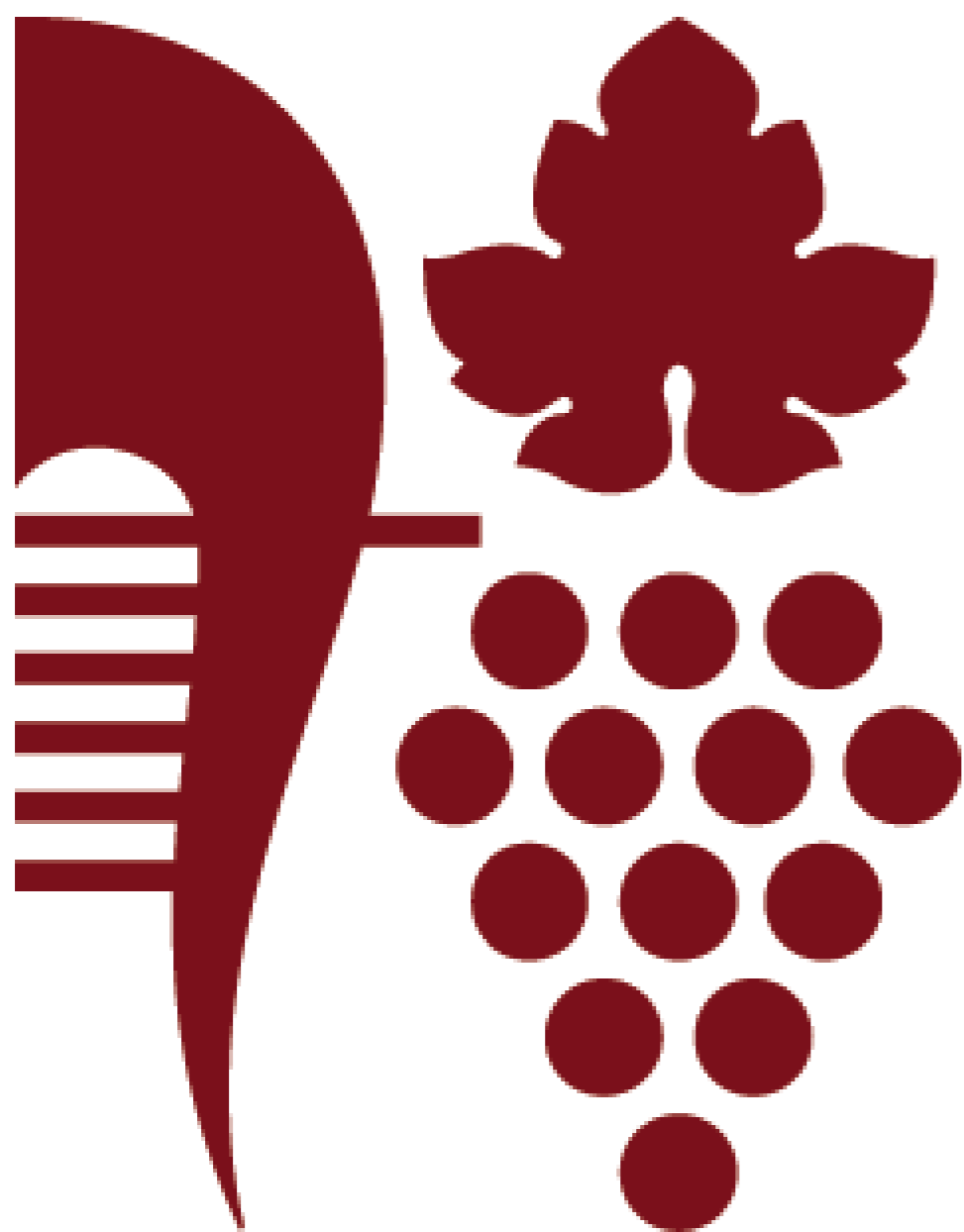
Proposta 18



Nuovo marchio

Varianti

Proposta 19



Proposta 20



Nuovo marchio

Payoff

Founders Grotesk

Condensed Regular

Proposta 21



Proposta 22



Proposta 23



Proposta 24



Proposta 25

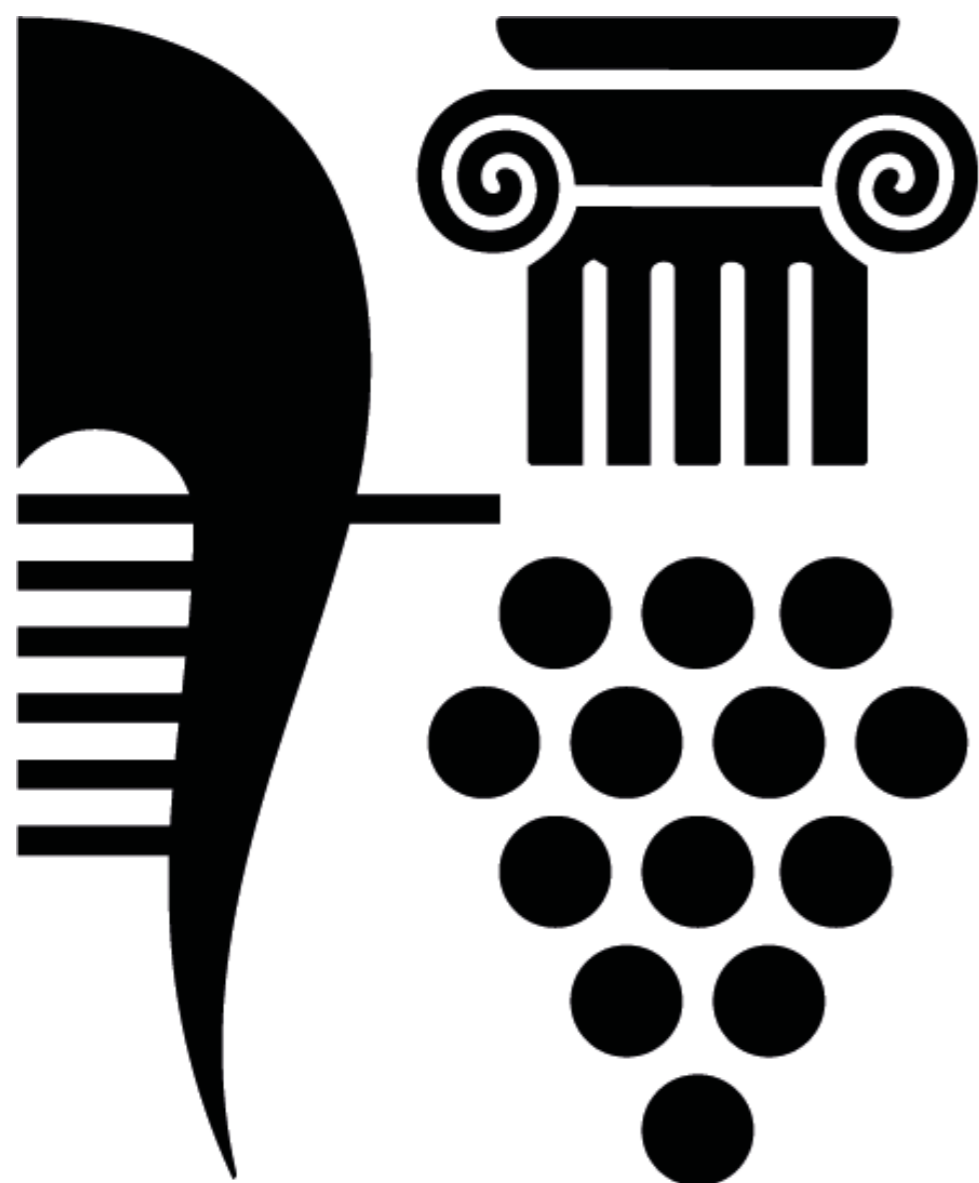


Proposta 26

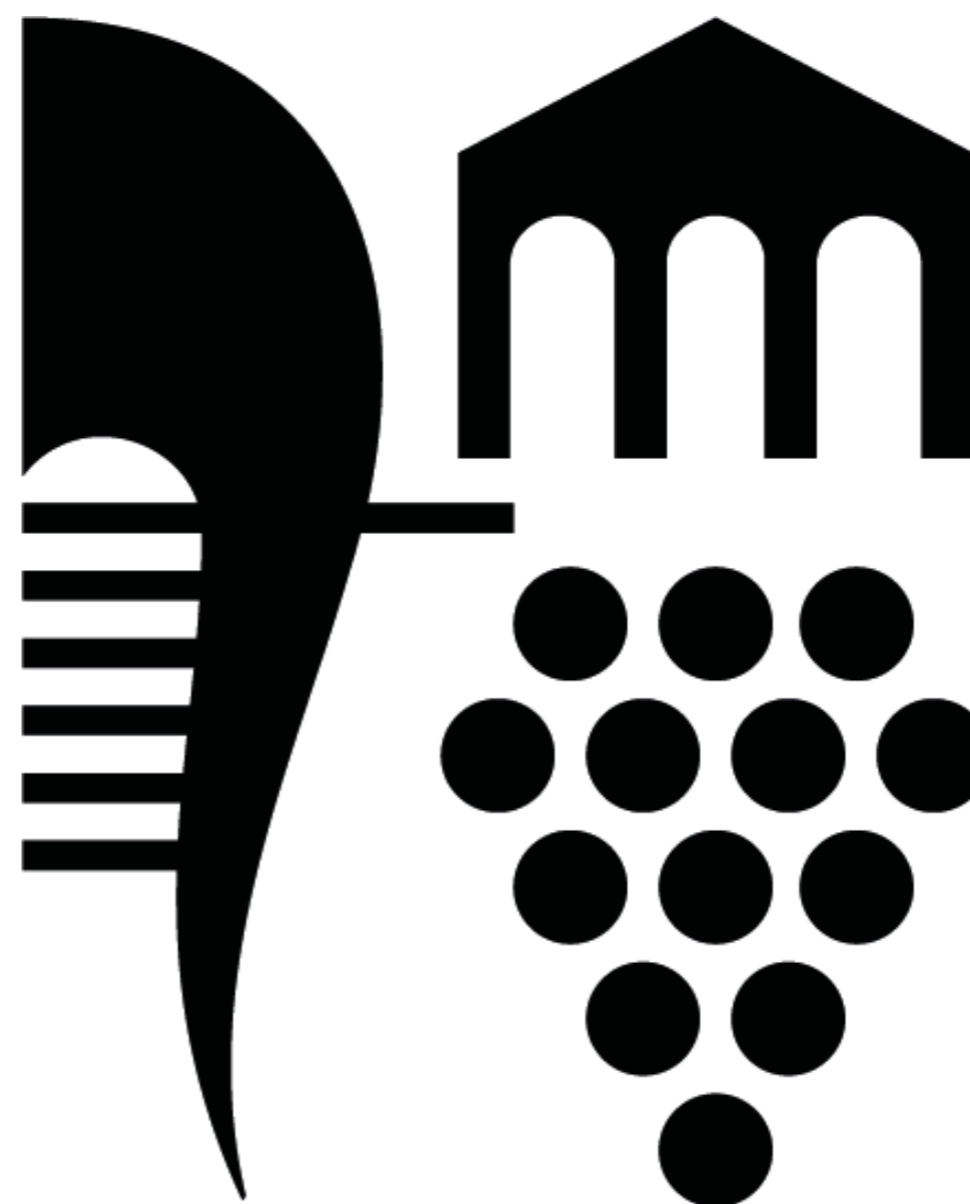


Nuovo marchio

Proposta 27



Proposta 28



Nuovo marchio

Payoff

Founders Grotesk

Condensed Regular

Proposta 29



Proposta 32



Proposta 30



Proposta 33



Proposta 31



Proposta 34



Nuovo marchio

Proposta 35



Proposta 36



Proposta 37



Nuovo marchio

Proposta 38



Nuovo marchio

Versioni

Proposta 39



Proposta 40



Proposta 41



Nuovo marchio

Payoff

Founders Grotesk

Condensed Regular

Proposta 42



Proposta 43



proposta 44



Proposta 45



Proposta 46



Proposta 47



Nuovo marchio

Payoff

Founders Grotesk

Condensed Regular

Proposta 48



STRADA DEI VINI
LISON-PRAMAGGIORE
Venice Wine Road

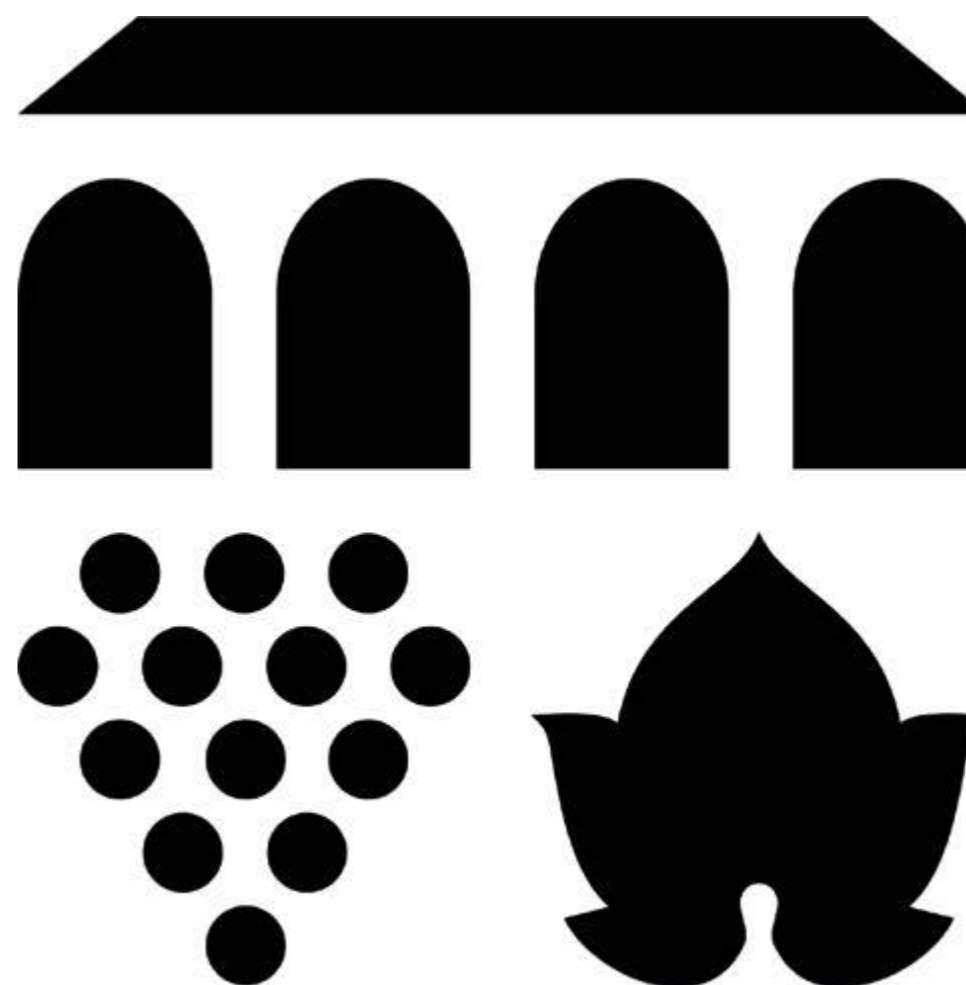
Proposta 49



STRADA DEI VINI
LISON-PRAMAGGIORE
Venice Wine Road

Nuovo marchio

Proposta 50



Nuovo marchio

Varianti

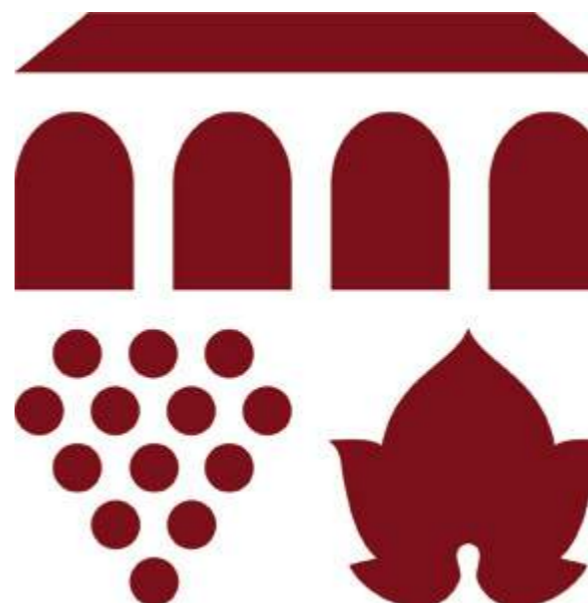
Proposta 51



Proposta 52



Proposta 53



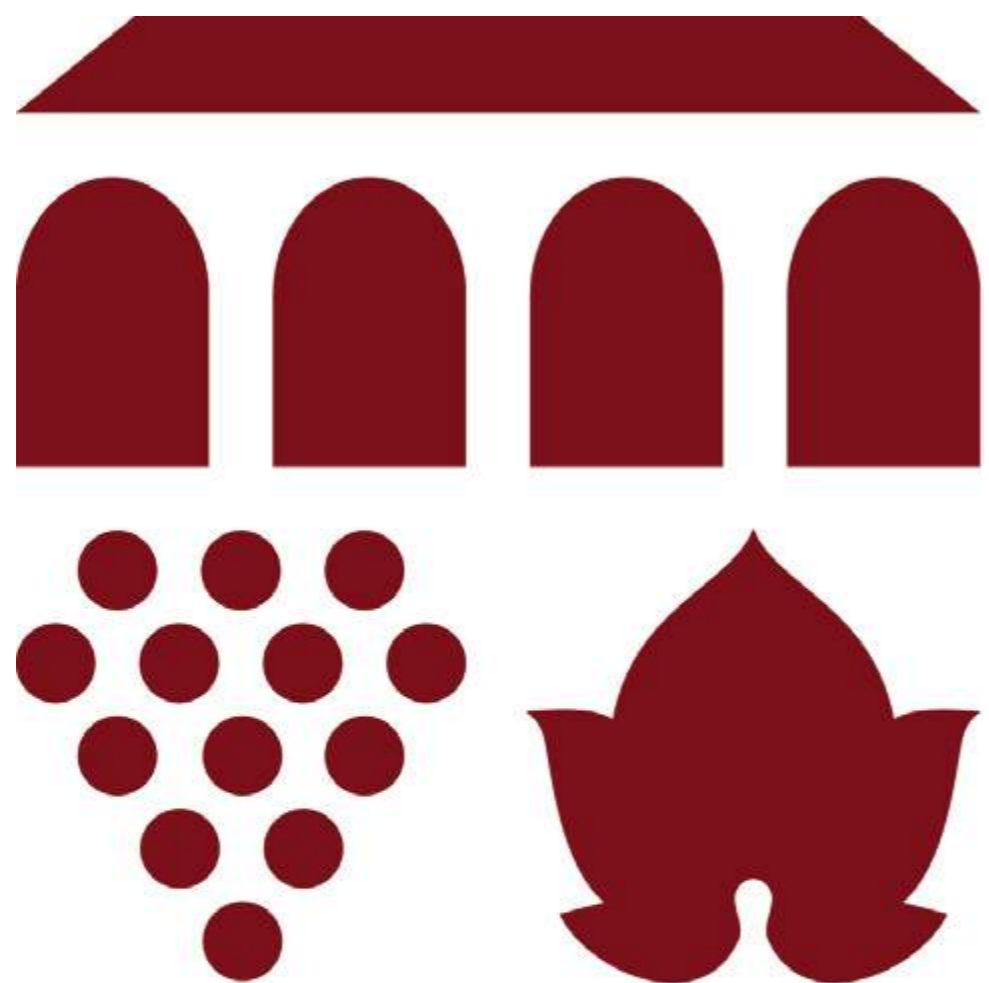
Nuovo marchio

Payoff

Founders Grotesk

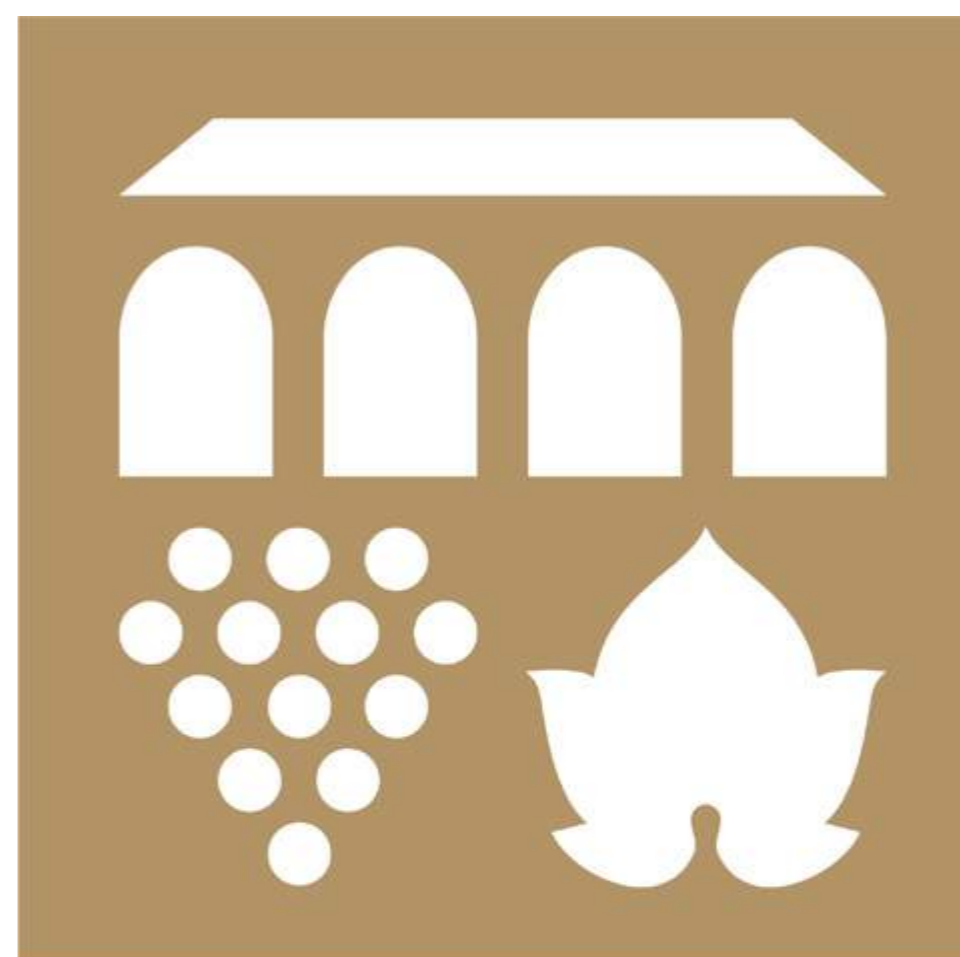
Condensed Regular

Proposta 54



STRADA DEI VINI
LISON-PRAMAGGIORE
Venice Wine Road

Proposta 55



STRADA DEI VINI
LISON-PRAMAGGIORE
venetian wine road

Nuovo marchio

Payoff

Founders Grotesk

Condensed Regular

Proposta 56



Proposta 57



Proposta 58

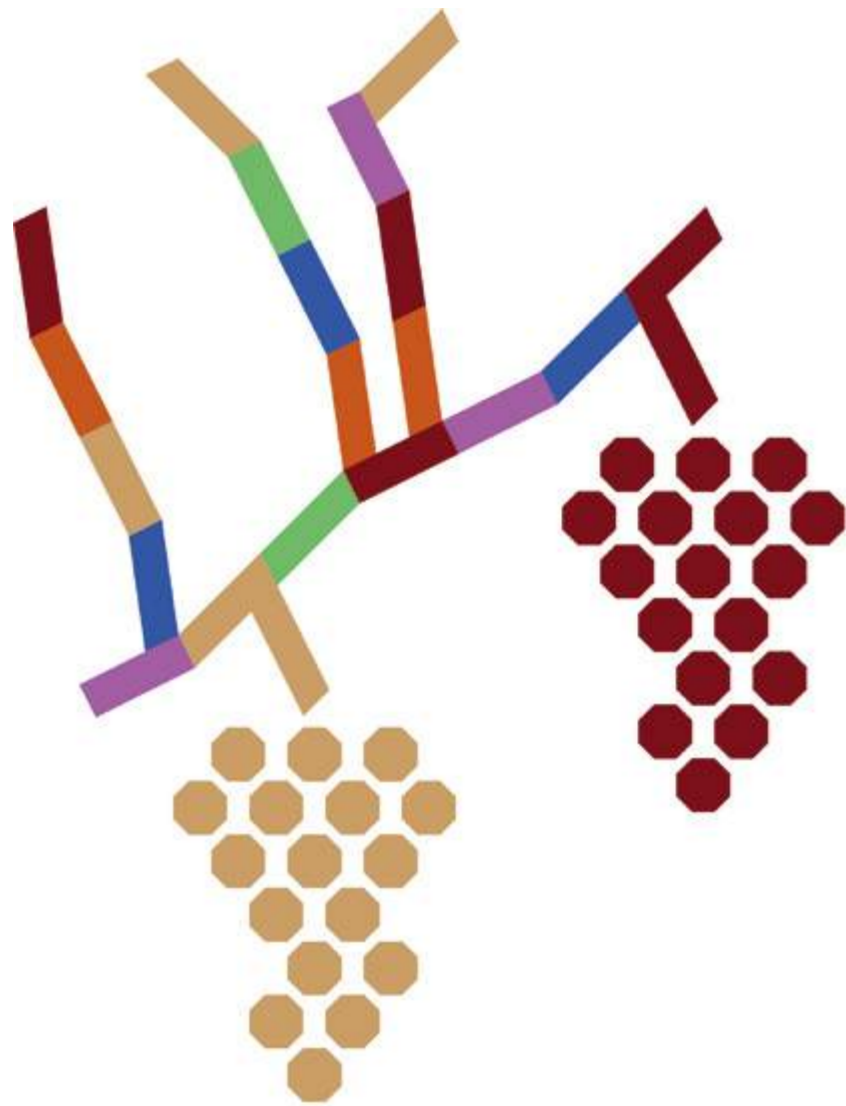


Proposta 59

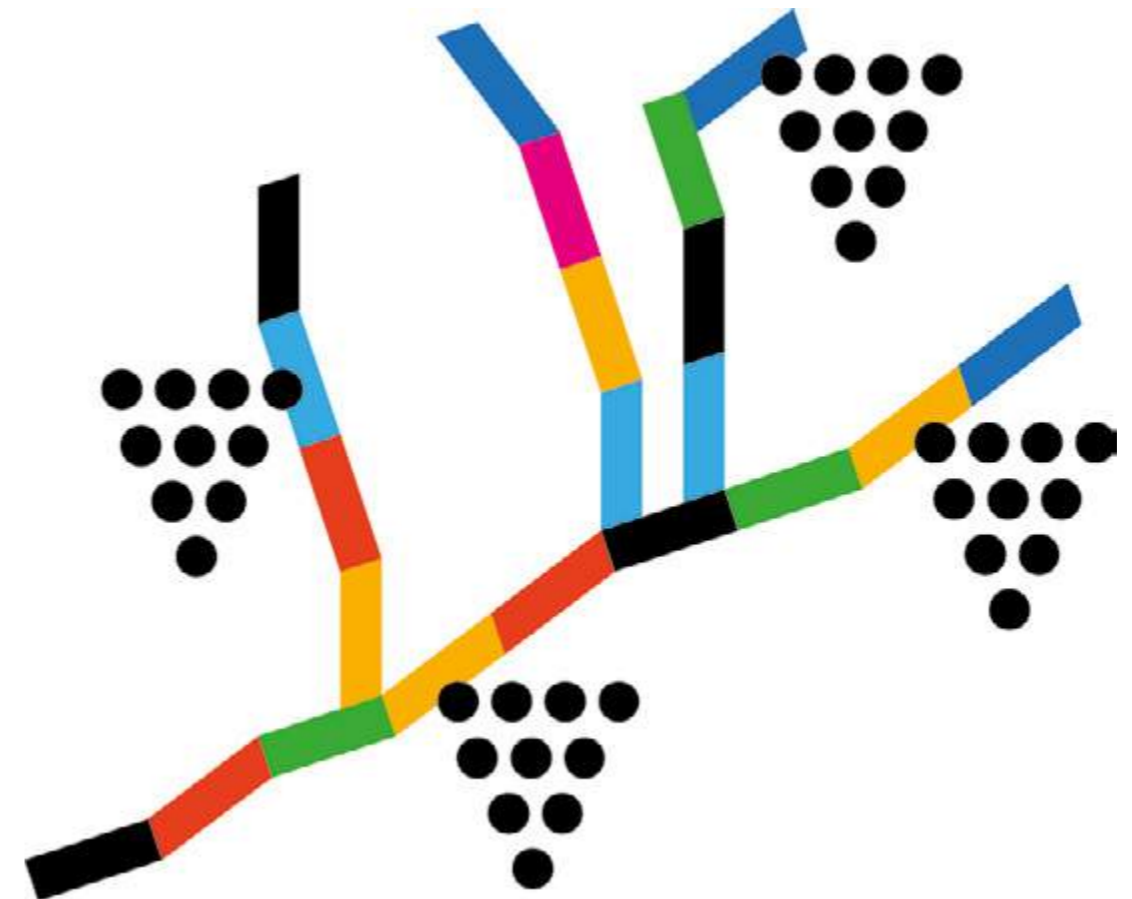


Nuovo marchio

Proposta 60

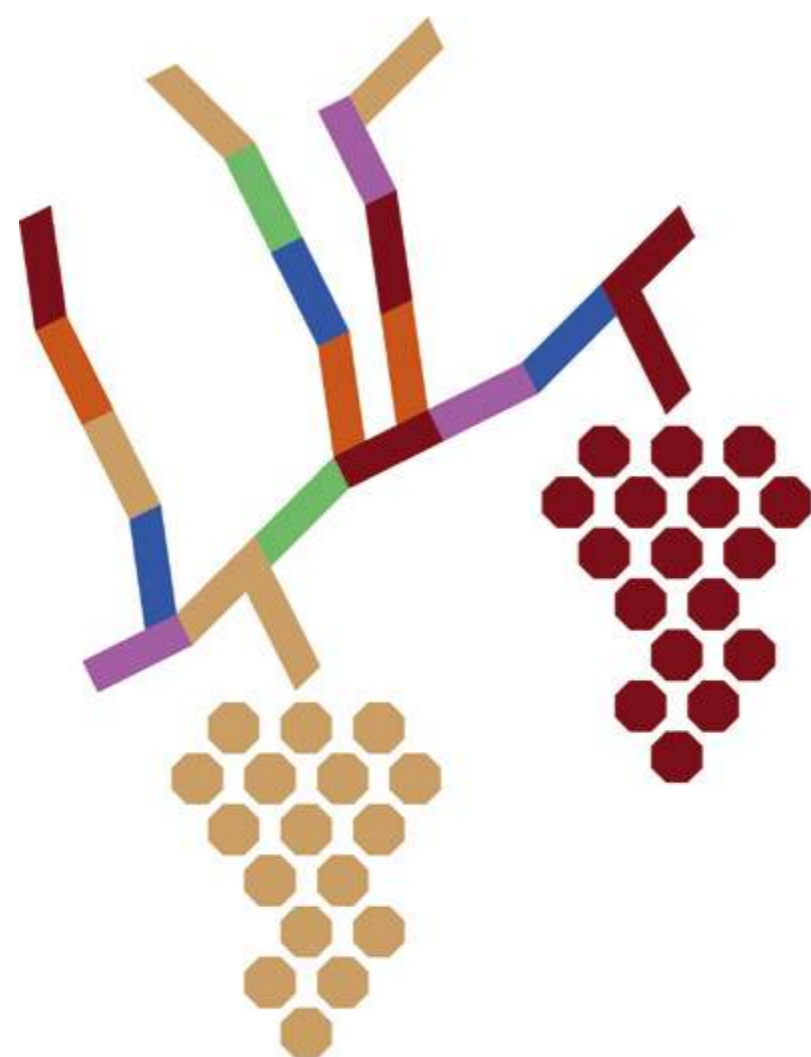


Proposta 61



Nuovo marchio
Payoff
Riforma regular

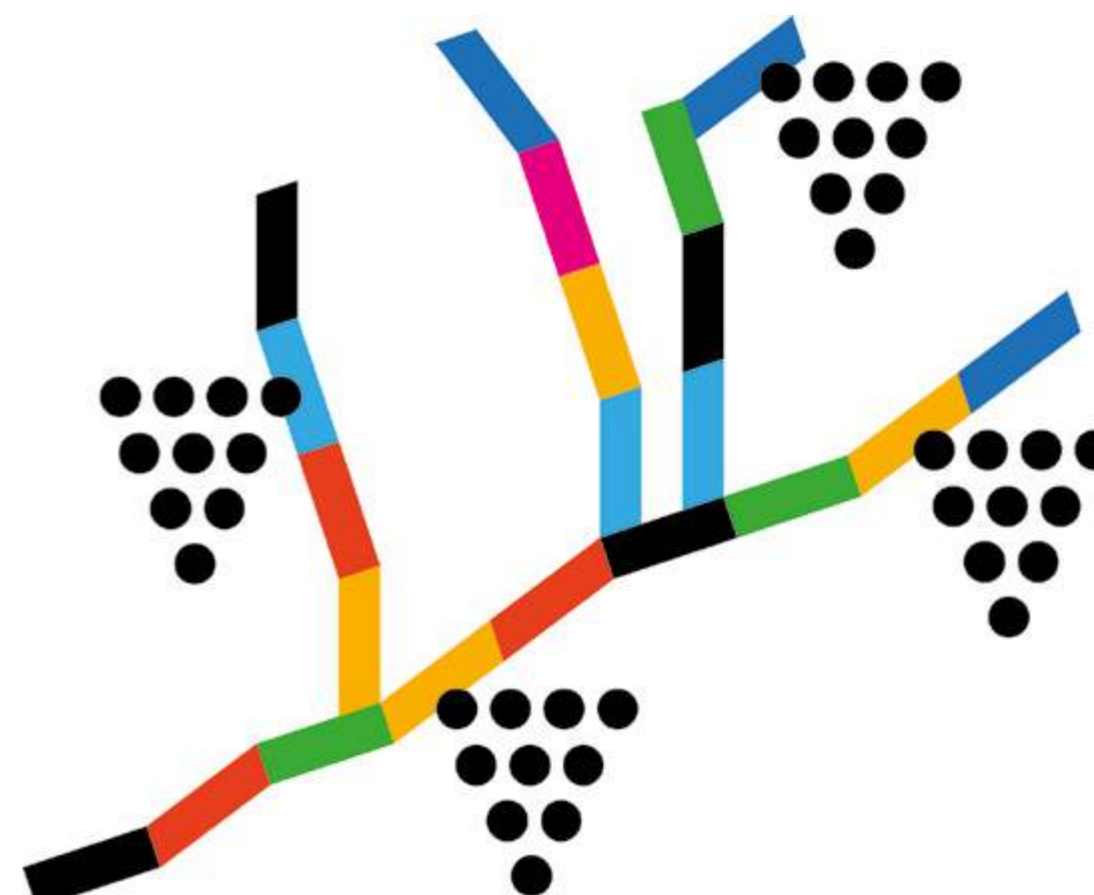
Proposta 62



Strada dei Vini
Lison-Pramaggiore
Venice Wine Road

Nuovo marchio
Payoff
Franklin Gothic Demi
Extra Condensed

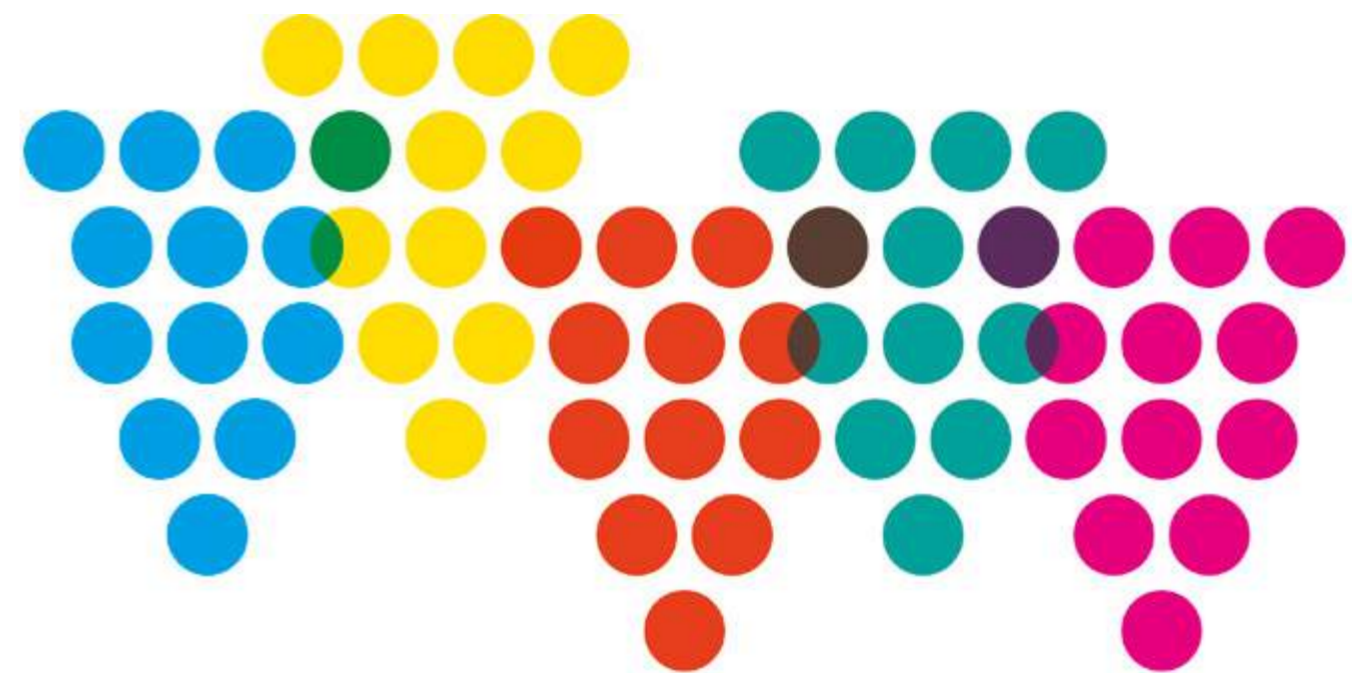
Proposta 63



STRADA DEI VINI
LISON-PRAMAGGIORE

Nuovo marchio

Proposta 64



Nuovo marchio
Payoff
Riforma regular

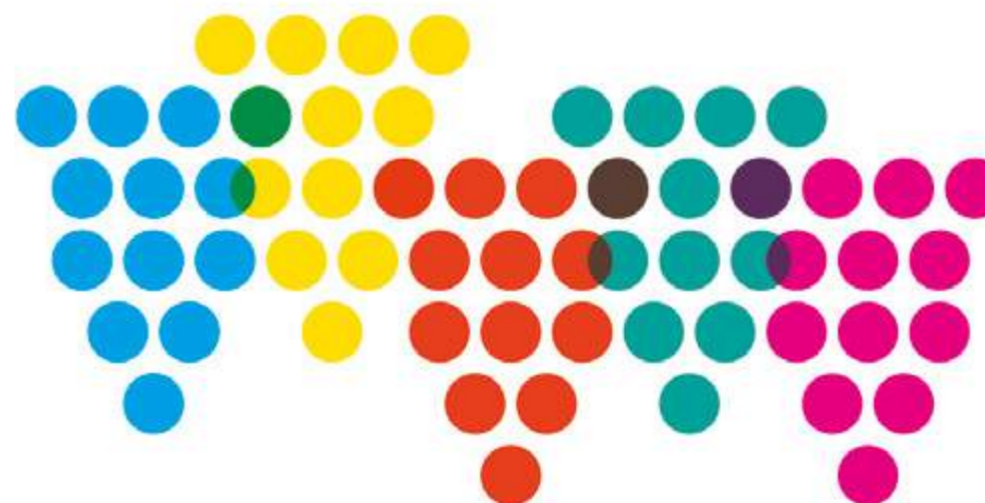
Proposta 65



Strada dei Vini
Lison-Pramaggiore
terre della serenissima

Proposta 66

Strada dei Vini
Lison-Pramaggiore
terre veneziane



SCELTE IN LINEA TECNICA

Il gruppo di lavoro per ragioni di specificità
seleziona le seguenti proposte di marchio:

Restyling marchio

Proposta 8



Proposta 12



Nuovo marchio

Proposta 24



Proposta 62



La presente documentazione e l'attività di ideazione e progettazione connessa al presente documento è da considerarsi proprietà intellettuale di Metodo studio ai sensi della normativa sul Diritto d'autore (Legge 22.04.1941 n. 633 art 2 comma 10) ed il Codice della Proprietà industriale (D.Lgs 30/2005 art 44). Pertanto il presente materiale e la ideazione e progettazione non può essere utilizzata da terzi senza esplicita autorizzazione a seguito di un contratto da parte di Metodo studio.