

Simposio Internazionale & Premio

CITY_BRAND&TOURISM

LANDSCAPE

IL PAESAGGIO COME STRATEGIA
La qualità del Paesaggio per un'Architettura di qualità



20 Giugno 2019

Salone d'Onore - Palazzo della Triennale di Milano, viale Alemagna 6

Promotori/Organizzatori



ORDINE DEI DOTTORI AGRONOMI
E DEI DOTTORI FORESTALI DI MILANO
PUBBLICITÀ DI ARRETRATI, INTERESSI E SPESSE, ITALIA



Simposio Internazionale & Premio

CITY_BRAND&TOURISM

LANDSCAPE

IL PAESAGGIO COME STRATEGIA

La qualità del Paesaggio per un'Architettura di qualità



II CONSIGLIO NAZIONALE DEGLI ARCHITETTI PAESAGGISTI, PIANIFICATORI e PAYSAGE

proponen el

Premio

CITY_BRAND&TOURISM

LANDSCAPE

EL PAISAJE COMO ESTRATEGIA

La calidad del Paisaje para una Arquitectura de calidad

20 Junio 2019

Salone d'Onore - Palazzo della Triennale di Milano, viale Alemagna 6



Simposio Internazionale & Premio

CITY_BRAND&TOURISM

LANDSCAPE

IL PAESAGGIO COME STRATEGIA
La qualità del Paesaggio per un'Architettura di qualità



Organizzato da:

PAISAGE
TOPSCAPE
PAYSAGE
Promozione e Sviluppo per
l'Architettura del Paesaggio



**CNA
PPC**

CONSIGLIO NAZIONALE
DEGLI ARCHITETTI
PIANIFICATORI
PAESAGGISTI
E CONSERVATORI

In collaborazione con:



**Triennale
Milano**

Con il patrocinio di



Con il patrocinio di



Con il patrocinio di



Con il patrocinio di



Con il patrocinio richiesto di



Con il patrocinio richiesto di



CITY_BRAND&TOURISM



LANDSCAPE

IL PAESAGGIO COME STRATEGIA
La qualità del Paesaggio per un'Architettura di qualità



1. Topic

Hoy en día, el proyecto de paisaje representa el último gran desafío para el mundo de la Arquitectura en su globalidad. Un conjunto de acciones que, a cualquier escala, tratan de establecer la orientación y el equilibrio de acuerdo con secuencias de significado, que abordan no solo las áreas valiosas ya codificadas, sino también aquellas en las que el daño urbano es más evidente, buscando vocaciones para la regeneración tal vez donde la nueva ciudad es más cruda, carente de centralidad y referencias ni urbana, ni rural, ni natural. Volvemos a pensar el territorio en su totalidad, con acciones de protección, mantenimiento y mejora, con una actitud de escucha y cuidado que debería tener un impacto más efectivo en la protección del patrimonio. El paisaje y el proyecto son entidades estrechamente relacionadas e interactivas, que siempre han formado espontáneamente un vínculo estrecho entre la tradición y la innovación, como en realidad está en el espíritu de la Convención Europea ". *

El paisaje no se puede confundir con un territorio o un entorno: estas dos definiciones no son sinónimos, sino que representan sistemas diferentes. El paisaje es un elemento de identidad primaria para las comunidades y el proyecto contemporáneo debe buscar su principio. El paisaje es un espacio libre y público, e incluso cuando está privado de su percepción, sus consecuencias son siempre colectivas. El proyecto de paisaje es un "dispositivo" que tiene como objetivo representar la síntesis entre la aspiración al progreso y la expresión de identidades locales que encuentran expresión en el paisaje.

2. Campaña

Con motivo de los 100 años de Arquitectura del Paisaje que se cumplen en 2019 desde la fundación del primer curso específico de esta disciplina, PAYSAGE renueva su compromiso con la promoción de la campaña **Landscape4ALL**, una verdadera campaña de concienciación dirigida a promover el proyecto del paisaje como una herramienta. para mejorar la calidad de vida en todos los aspectos y en las áreas más diversas de la existencia humana.

Esta campaña representa el tema que PAYSAGE declinará a lo largo de 2019, promoviendo el significado más amplio de su interpretación: paisaje para todos y en cualquier lugar; demostrando cómo es posible insertar partes de vegetación en cada aspecto de la vida y del espacio, ya sea público o privado, y cómo no hay un lugar del habitar y para vivir que no pueda adaptarse a la naturaleza, destinado a mejorar la comodidad de los asentamientos humanos . Desde la Conferencia Mundial sobre el Clima, cuyo mensaje se ha vuelto claro, PAYSAGE propone un cambio de paradigma en el desarrollo de la arquitectura del paisaje como una prioridad, una visión opuesta a la forma en que operamos y diseñamos hoy, a favor de un proyecto contemporáneo que promueve la construcción. de paisajes resilientes capaces de mejorar las condiciones ambientales y sociales.

* Extraído del volumen *Sul paesaggio. Lettera aperta*, di Franco Zagari, Libria, Melfi, 2013

CITY_BRAND&TOURISM



LANDSCAPE

IL PAESAGGIO COME STRATEGIA
La qualità del Paesaggio per un'Architettura di qualità



3. Premesa

El Consejo Nacional de Arquitectos Planificadores, Paisajistas y Conservadores, y PAYSAGE - Promoción y desarrollo para la Arquitectura del Paisaje, promueven y n el Premio Internacional de Proyecto **CITY_BRAND & TOURISM LANDSCAPE AWARD** dentro del Simposio Internacional **CITY_BRAND & TOURISM LANDSCAPE. El paisaje como estrategia. La calidad del paisaje para una arquitectura de calidad** que tiene como objetivo atraer la excelencia del diseño internacional en el campo de la arquitectura del paisaje y premiar los mejores proyectos. El reconocimiento apunta a promover y buscar nuevos equilibrios posibles en un espacio que ha sido concebido para permitir el diálogo entre arquitectura y paisaje, aspirando a la promoción de sinergias entre edificios y naturaleza para nuevas dinámicas territoriales en los cinco temas propuestos: **CITY LANDSCAPE, BRAND&LANDSCAPE, CITY PLAY, TOURISM LANDSCAPE y PAESAGGIO IN LUCE.**

4. Promotori

El Premio está promovido y patrocinado por el Consejo Nacional de Arquitectos, Planificadores, Paisajistas y Conservadores en colaboración con PAYSAGE, que organizará los eventos a través de TOPSCAPE, la revista internacional dedicada al proyecto de paisaje contemporáneo publicada por PAYSAGE - Promoción y desarrollo para la Arquitectura del Paisaje y con La Triennale de Milán.

5. Patrocinios requeridos

Il Simposio Internazionale y el Concurso de Proyectos Internacional están promovidos por el Consejo Nacional de Arquitectos, Planificadores, Paisajistas y Conservadores en colaboración con PAYSAGE y con la Triennale de Milán, con el patrocinio requerido de:

Ayuntamiento de Milán

MINISTERIOS

Ministero dell'Ambiente e della Tutela del Territorio e del Mare
Ministero delle Politiche Agricole e Forestali

Instituciones Universitarias en las que hay activos cursos de Arquitectura del Paisaje

Politecnico di Milano

Università di Genova

Università degli Studi di Firenze

Università degli Studi di Pavia

Università degli Studi di Urbino

CITY_BRAND&TOURISM



LANDSCAPE

IL PAESAGGIO COME STRATEGIA
La qualità del Paesaggio per un'Architettura di qualità



Colegios profesionales

Consiglio Nazionale degli Ingegneri

Ordine degli Architetti Pianificatori Paesaggisti Conservatori della Provincia di Milano

Consiglio Nazionale dei Dottori Agronomi e dei Dottori Forestali

Ordine dei Dottori Agronomi e dei Dottori Forestali di Milano

Collegio Nazionale degli Agrotecnici e degli Agrotecnici laureati

Collegio degli Agrotecnici e Agrotecnici laureati di Milano Lodi Monza e Brianza

Collegio dei Geometri e dei Geometri Laureati

Collegio Geometri e Geometri Laureati della Provincia del Milano

Collegio Nazionale dei Periti Agrari e dei Periti Agrari Laureati

Collegio dei Periti Agrari e dei Periti Agrari Laureati della provincia di Milano

Asociaciones

INU - Istituto Nazionale di Urbanistica,

ANCI – Associazione Nazionale Comuni Italiani,

ASSOVERDE – Associazione Italiana Costruttori del Verde,

AIDTGP- Associazione Italiana Direttori e Tecnici dei Pubblici Giardini

SIEP - Società Italiana di Ecologia del Paesaggio,

AIPIN - Associazione Italiana per l'Ingegneria Naturalistica,

AIVEP - Associazione Italiana Verde Pensile,

ANVE - Associazione Nazionale Vivaisti Esportatori,

UNITEL – Unione Nazionale Italiana Tecnici degli Enti Locali,

AIDI – Associazione italiana di illuminazione,

APIL – Associazione Professionisti Illuminazione,

ASSIL – Associazione Nazionale Produttori Illuminazione

6. Temas y objetivos específicos del concurso

El *topic* **CITY_BRAND & TOURISM LANDSCAPE. El paisaje como estrategia. La calidad del paisaje para una arquitectura de calidad** pretende reflexionar sobre el futuro del paisaje urbano en busca de *best practices* capaces de promover, dentro de la arquitectura del paisaje, estrategias de diseño efectivas capaces de atribuir nuevos valores éticos, económicos y sociales. a los territorios.

Es en este ámbito que **CITY_BRAND & TOURISM LANDSCAPE. El paisaje como estrategia. La calidad del paisaje para una arquitectura de calidad** busca estrategias de proyecto que sepan cómo satisfacer las crecientes necesidades de la humanidad: una ciudad compacta, densa, pero sobre todo fértil, en la que el componente vegetal no solo desempeña una función estética, ornamental o como mobiliario sino de forma funcional. , pero también y de una manera funcional.

Hacer paisaje es tanto una acción ambiental como cultural, un instrumento para implementar políticas tanto ecológicas como sociales. Por este motivo, el objetivo del concurso es buscar nuevos equilibrios posibles en un espacio que ha sido concebido para permitir el diálogo entre

CITY_BRAND&TOURISM



LANDSCAPE

IL PAESAGGIO COME STRATEGIA
La qualità del Paesaggio per un'Architettura di qualità



arquitectura y paisaje, aspirando a la promoción de sinergias entre edificios y naturaleza para fomentar nuevas dinámicas territoriales.

El Simposio Internacional y el **CITY_BRAND & TOURISM LANDSCAPE AWARD** quieren premiar y difundir los proyectos de Arquitectura del Paisaje que combinan el paisaje y la arquitectura tanto con intervenciones a gran escala, relacionadas con pasajes de la ciudad y espacios públicos, y a través de experiencias de escala y dimensión menor en las que la vegetación sea utilizada como material constructivo, y no solo ornamental, persiguiendo objetivos de biodiversidad y sostenibilidad.

LOS TEMAS Y LAS CATEGORÍAS DE LOS PROYECTOS

El paisaje desempeña importantes funciones de interés general, a nivel cultural, ecológico, ambiental y social, y constituye un recurso favorable para la actividad económica, y es también un elemento importante de la calidad de vida de las poblaciones, en las zonas urbanas y en el campo, tanto en los territorios degradados como en los de gran calidad. En este contexto, el proyecto paisajístico en todas las escalas representa el desencadenante virtuoso de un proceso transformador que, con respecto a la biodiversidad y la identidad de los lugares, ofrece a la sociedad contemporánea un formidable motor de desarrollo.

• CATEGORÍA A: CITY LANDSCAPE:

- **Categoría A1: Recualificación paisajística de los paisajes urbanos**
- **Categoría A2: Recualificación paisajística de los territorios periféricos**
- **Categoría A3: Parques, jardines, espacios verdes y de conexión en la ciudad densa**

Para proyectos paisajísticos de diferente escala realizados en contextos urbanos, recualificaciones paisajístico de espacios urbanos, territorios periféricos metropolitanos, zonas verdes en ciudades densas, planificación urbana y grandes transformaciones territoriales.

• CATEGORÍA B: BRAND&LANDSCAPE: El proyecto del paisaje para los lugares de producción y para la industria

Desde principios de 1900, la arquitectura a veces ha asumido el papel de *medium* para reforzar la imagen de una empresa. Pero el proyecto paisajístico y el consiguiente uso de la vegetación comenzaron a interesar a las grandes empresas a mediados de los años ochenta, convirtiéndose en su valor agregado tanto para la imagen corporativa como para mejorar las condiciones de trabajo de los empleados y para establecer nuevas relaciones tanto con sus trabajadores como con el paisaje. Actualmente, el diseño del panorama industrial está asumiendo el papel de una herramienta para comunicar valores corporativos hasta el punto de contribuir en la percepción contemporánea a ese complejo sistema de activos tangibles e intangibles que constituyen el *brand equity* y la *visual identity*.

• CATEGORIA C: CITY PLAY: Áreas de juego, espacios lúdicos y zonas deportivas en el paisaje.

CITY_BRAND&TOURISM



LANDSCAPE

IL PAESAGGIO COME STRATEGIA
La qualità del Paesaggio per un'Architettura di qualità



Sección para el proyecto del espacio dedicado al juego y el deporte, el redescubrimiento de parques y espacios públicos para todas las edades, áreas dedicadas a actividades de juego en todas sus formas, áreas de juego tanto en Italia como en el extranjero. Ciudades y espacios infantiles y para la promoción del envejecimiento activo.

• **CATEGORÍA D: TOURISM LANDSCAPE: el proyecto paisajístico para el turismo**

Tourism Landscape è la sezione del Simposio che vuole approfondire come un paesaggio possa essere "modellato", nel rispetto dell'ambiente e della biodiversità, attraverso una serie di trasformazioni materiali e simboliche indirizzate sia a integrare i servizi di accoglienza sia a potenziare le capacità fruibili dei luoghi. La «messa in turismo» è un processo dalle dimensioni storiche e, a priori, non esiste una particolare vocazione che porta un luogo a divenire turistico. Conseguentemente, ogni spazio è potenzialmente valorizzabile in senso turistico, anche le zone più inospitali i luoghi e gli spazi turistici sono allora il prodotto di istanze differenti, endogene e esogene e, prima ancora che materiali, culturali. Nuovi luoghi dello stare in cui il progetto del paesaggio rappresenta una importante sfida raccogliendo in sintesi tutte le vocazioni di un territorio o di un luogo e che non tralasciando accuratezza, *design* e tecnologia, offre esempi virtuosi di *landscape architecture*.

Tourism Landscape es la sección del Simposio que pretende explorar cómo se puede "modelar" un paisaje, respetando el medio ambiente y la biodiversidad, a través de una serie de transformaciones materiales y simbólicas destinadas a integrar los servicios de recepción y mejorar las capacidades fruibiles. De los lugares. La «messa in turismo» es un proceso de dimensiones históricas y, a priori, no existe una vocación particular que lleve a un lugar a convertirse en un centro turístico. En consecuencia, cada espacio es potencialmente explotable en un sentido turístico, incluso las áreas y los espacios más inhóspitos son producto de instancias culturales diferentes, endógenas y exógenas e, incluso antes que materiales, culturales. Nuevos lugares para hospedarse en los que el proyecto de paisaje representa un desafío importante, que resume todas las vocaciones de un territorio o un lugar y que, sin descuidar la precisión, el diseño y la tecnología, ofrece ejemplos virtuosos de *landscape architecture*.

• **CATEGORÍA E: PAESAGGIO IN LUCE: el proyecto de la luz en la valoración del paisaje**

La nueva sección *Paesaggio in Luce* nace como una herramienta de investigación, a través de la colaboración con asociaciones del sector para la selección de las *best practices* para el proyecto de iluminación que crea nuevas sugerencias escenográficas y devuelve nuevos paisajes nocturnos.

7. Idiomas oficiales del concurso

Los idiomas oficiales del concurso son el italiano y el inglés. Todos los documentos deben estar escritos en uno de estos dos idiomas, bajo pena de exclusión.

CITY_BRAND&TOURISM



LANDSCAPE

IL PAESAGGIO COME STRATEGIA
La qualità del Paesaggio per un'Architettura di qualità



8. Modalidad de participación

La selección de proyectos está abierta a:

SEZ: Arquitectos (con inscripción obligatoria a su respectivo colegio profesional)

SEZ: Ingenieros (con inscripción obligatoria a su colegio profesional)

SEZ: Asociaciones y Fundaciones

SEZ: Empresas Constructoras

SEZ: Ayuntamientos, Entidades Regionales y Públicas

SEZ: Universidades y centros de investigación

Se permite la participación tanto con un trabajo completado como con un proyecto en construcción siempre que estén lo suficientemente desarrollados, respondan al tema y estén relacionados con al menos una de las categorías indicadas anteriormente. También se pueden presentar proyectos de concurso y proyectos que ya hayan recibido premios o menciones en otros lugares.

La presentación y la candidatura de las obras pueden realizarlas los proyectistas, el cliente, los ejecutores, los organismos públicos, las fundaciones y las instituciones culturales, también con referencia a los resultados de selecciones, premios o concursos de arquitectura.

En ambas secciones, para cualquier trabajo realizado incluso si es promovido y presentado por terceros, se debe indicar un líder de grupo responsable.

La inscripción para el concurso se llevará a cabo automáticamente a través de la transmisión de los documentos, lo que se hará mediante el acceso a:

<https://www.concorsiawn.it/city-brand-tourism-landscape-2019>

Teniendo en cuenta el marco temporal adecuado disponible para la activación del procedimiento de registro y la adopción de medidas tecnológicas generalmente adecuadas y suficientes, el organismo convocante declina toda responsabilidad por la eventual falta de acceso al sistema telemático y / o por la no activar el procedimiento telemático dentro del término establecido, derivado de dificultades de naturaleza técnica que se presentan a los candidatos y / o al sistema y no depende de la voluntad del convocante, como, por ejemplo, solo a título explicativo y no exhaustivo, dificultades de conexión telemática al sistema derivadas del uso por parte de los candidatos de sistemas informáticos no idóneos o utilizados en modo inapropiado, saturación temporánea de la red de internet o de la línea de conexión al sistema telemático del concurso, etc.

La asistencia técnica disponible solo funcionará si las inscripciones aún están abiertas. Las solicitudes de asistencia recibidas después del final del tiempo de inscripción no se pueden gestionar.

CITY_BRAND&TOURISM



LANDSCAPE

IL PAESAGGIO COME STRATEGIA
La qualità del Paesaggio per un'Architettura di qualità



Se invita a los participantes a anticipar en la medida de lo posible la activación del procedimiento para la transmisión de los documentos, dentro del plazo disponible.

Para obtener aclaraciones sobre los procedimientos técnico-operativos para presentar candidaturas en el sistema, puede ponerse en contacto con: assistenza.concorsi@kinetica.it

El sistema electrónico, que confirma la correcta finalización del procedimiento, pondrá a disposición una nota de recepción de los datos y de los documentos transmitidos, que será válido como confirmación de la inscripción.

Con sus propios medios y por vía telemática, los participantes deberán transmitir, siguiendo el procedimiento establecido:

- **una carpeta en formato ZIP** con un tamaño máximo de 5 MB que contenga la relación ilustrativa de las elecciones de proyecto (obligatoria) y cualquier otro material que se considere importante para la comunicación del proyecto (opcional). La relación debe ser elaborada utilizando el formato del concurso, en el que se debe insertar un texto de 2.500 caracteres, incluidos los espacios (Fuente: Arial - Carácter: cuerpo 11 - Color: negro) en formato Adobe PDF. Todos los campos deben completarse y se pueden presentar hasta dos páginas verticales A4, incluidas en un solo archivo.

- **3 imágenes** (1 obligatoria, 2 opcionales) que ilustren el proyecto en formato A3, horizontal y extensión jpg. Las técnicas de representación gráfica y el número de imágenes que se presentarán (hasta un máximo de 3) se dejan a la libre elección de los participantes (las imágenes pueden contener fotografías, dibujos y títulos elegidos por el participante), pero se debe utilizar el formato pre-elaborado -compilado descargable desde el sitio, respetando el diseño e introduciendo los datos solicitados. Cada imagen no debe superar los 5 MB de tamaño.

Cada participante / líder de equipo puede enviar hasta tres proyectos a través de tres presentaciones telemáticas separadas. En el momento de la inscripción, el participante debe seleccionar una sección a la que pertenece, para ser elegido de entre los siguientes:

SEZ: Arquitectos (con inscripción obligatoria a su respectivo colegio profesional)

SEZ: Ingenieros (con inscripción obligatoria a su colegio profesional)

SEZ: Asociaciones y Fundaciones

SEZ: Empresas Constructoras

SEZ: Ayuntamientos, Entidades Regionales y Públicas

SEZ: Universidades y centros de investigación

CITY_BRAND&TOURISM



LANDSCAPE
IL PAESAGGIO COME STRATEGIA
La qualità del Paesaggio per un'Architettura di qualità



9. Causas de exclusión e incompatibilidad para la participación

A los efectos de la validez de la participación, el incumplimiento de las reglas contenidas en este bando es una razón de exclusión.

Los sujetos que participan en el procedimiento eximen expresamente a la estación contratante y a sus empleados y colaboradores de cualquier responsabilidad relacionada con cualquier mal funcionamiento o defecto relacionado con los servicios de conectividad necesarios para alcanzar, a través de la red pública de telecomunicaciones, el sistema telemático para la adquisición de propuestas de proyectos. y documentación relacionada.

Teniendo en cuenta el marco temporal adecuado disponible para la activación del procedimiento de registro y la adopción de medidas tecnológicas generalmente adecuadas y suficientes, el organismo convocante declina toda responsabilidad por la eventual falta de acceso al sistema telemático y / o por la no activar el procedimiento telemático dentro del término establecido, derivado de dificultades de naturaleza técnica que se presentan a los candidatos y / o al sistema y no depende de la voluntad del convocante, como, por ejemplo, solo a título explicativo y no exhaustivo, dificultades de conexión telemática al sistema derivadas del uso por parte de los candidatos de sistemas informáticos no idóneos o utilizados en modo inapropiado, saturación temporánea de la red de internet o de la línea de conexión al sistema telemático del concurso, etc.

Se invita a los participantes a anticipar en la medida de lo posible la activación del procedimiento para la transmisión de los documentos, dentro del plazo disponible.

Para obtener aclaraciones sobre los procedimientos técnico-operativos para presentar candidaturas en el sistema, puede ponerse en contacto con: assistenza.concorsi@kinetica.it

Se excluye la participación:

- a los organizadores del concurso, a la Secretaría de Organización, a los miembros del Jurado ya cualquier persona que haya participado en la preparación de este anuncio;
- a familiares hasta el tercer grado (incluidos) de los miembros de las categorías anteriores, así como de sus empleados o colaboradores.

10. Documentación y material informativo

El anuncio y la documentación de sp`rte, las preguntas y las respuestas se pueden descargar en la dirección de Internet:Bando di concorso:

<https://www.concorsiawn.it/city-brand-tourism-landscape-2019/bando>

Documentación: <https://www.concorsiawn.it/city-brand-tourism-landscape-2019/documenti>

Preguntas: <https://www.concorsiawn.it/city-brand-tourism-landscape-2019/quesiti>

<http://www.paysage.it>

CITY_BRAND&TOURISM



LANDSCAPE
IL PAESAGGIO COME STRATEGIA
La qualità del Paesaggio per un'Architettura di qualità



Lo anterior constituye el único y exhaustivo material informativo puesto a disposición para la elaboración de la idea del proyecto. Los competidores tienen prohibido contactar a los miembros del jurado, bajo pena de exclusión .

Para eventuales dudas es posible enviar un email a:

comunicazione@paysage.it

11. Calendario

- 19 ABRIL**– Apertura de las inscripciones y del contextual envío de material.
- 19 ABRIL** – Apertura del periodo para envío de preguntas
- 9 MAGGIO** – Cierre del periodo para envío de preguntas
- 15 MAGGIO** – Publicación de la respuesta a las preguntas
- 31 MAGGIO** – Hasta la hora 12.00 – Cierre del sitio para el envío de proyectos
- 1-20 GIUGNO** – Conclusión del trabajo del jurado. Elección de los ganadores
- 20 GIUGNO** – Día de Simposio y premiación

Cualquier cambio en el calendario se comunicará con prontitud a través del sitio web oficial del concurso y los organismos patrocinadores.

12. Jurado

Con el fin de individuar y seleccionar los proyectos ganadores se instituirá un Jurado específico, en fase de definición.

13. Criterios de valoración

La selección de los proyectos candidatos se llevará a cabo a través de la evaluación de la propuesta del proyecto desde el punto de vista de su cumplimiento de las características generales y específicas de la competencia. El Jurado seleccionará los proyectos en función de los siguientes criterios:

- Originalidad, innovación y calidad general de la propuesta del proyecto.
- Coherencia de la propuesta del proyecto con el programa del anuncio y de CITY_BRAND & TOURISM LANDSCAPE. El paisaje como estrategia. La calidad del paisaje para una arquitectura de calidad;
- Claridad de la propuesta a través de la articulación del texto de presentación y los trabajos.

CITY_BRAND&TOURISM



LANDSCAPE
IL PAESAGGIO COME STRATEGIA
La qualità del Paesaggio per un'Architettura di qualità



14. Responsible Secretaría Técnica y Organizativa

Las funciones de secretaría técnica y organizativa serán realizadas por una comisión de trabajo establecida en PAYSAGE; Para cualquier consulta puede enviar un correo electrónico a la dirección:

comunicazione@paysage.it

15. Tutela y privacidad

De conformidad con la Ley de Privacidad D.lgs. n. 196/2003, en relación con el procedimiento establecido por este aviso, informa que el Consejo Nacional de Arquitectos, Planificadores, Paisajistas y Conservadores y PAYSAGE son sujetos activos en la recopilación de datos. Los datos solicitados se recogen a efectos de la selección. Los métodos de procesamiento se relacionan con las certificaciones indicadas y con los requisitos establecidos por la ley requerida para la participación en la selección por parte de los sujetos con derecho.

16. Autorizzazione alla pubblicazione dei progetti

Al inscribirse en el Premio, los competidores dan su consentimiento explícito al Consejo Nacional de Arquitectos, Planificadores, Paisajistas y Conservadores para la difusión de sus proyectos dentro del Simposio Internacional **CITY_BRAND & TOURISM LANDSCAPE. El paisaje como estrategia. La calidad del Paisaje para una arquitectura de calidad**, que tendrá lugar el 20 de junio de 2019 en la Triennale de Milán, y mediante la publicación de los proyectos en la revista TOPSCAPE PAYSAGE y en forma derivada, solo para los proyectos ganadores, dentro de L 'Arquitecto y Punto CEROL'Architetto y Point Z.E.R.O.

17. Derechos de autor y propiedad de los proyectos

Los materiales presentados al premio permanecerán como propiedad intelectual de sus autores, que contextualmente a la transmisión del material autorizan su utilización con fines divulgativos para publicaciones impresas o digitales. EL premio será conferido en el ámbito del Simposio Internacional **CITY_BRAND & TOURISM LANDSCAPE. El paisaje como estrategia. La calidad del Paisaje para una arquitectura de calidad**, que tendrá lugar el 20 de junio de 2019 en la Triennale de Milán, y se autoriza la publicación de los proyectos en la revista TOPSCAPE PAYSAGE y en forma derivada, solo para los proyectos ganadores, dentro de L 'Arquitecto y Punto CEROL'Architetto y Point Z.E.R.O.

El presente aviso ha sido elaborado por PAYSAGE se envía en forma reservada y está sujeto a

Copyright[®]

