

LA POLEMICA

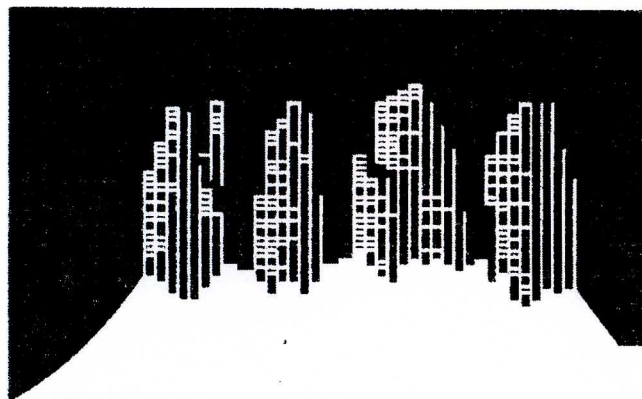
Il marchio inizia a comparire nelle pubblicazioni della Provincia. Il consigliere: «Sospendiamo»

«Dietrofront sul logo Dolomiti»

Bombarda: «Lo si corregga, non è intoccabile». Critiche dai pubblicitari

TRENTO. La Provincia faccia marcia indietro sul contestato logo delle Dolomiti-Patrimonio dell'umanità. Lo chiede il consigliere provinciale Roberto Bombarda in un'interrogazione: «Il logo uscito dal concorso non è intoccabile. Se non piace a nessuno, lo si corregga o lo si sostituisca». E sul caso interviene anche l'Associazione italiana pubblicitari, che parla di «miopia» o «presunzione» nella scelta del logo che pubblicizzerà le Dolomiti nel mondo.

La polemica non si placa sul disegno di Arnaldo Tranti, il designer di Aosta vincitore della gara a cui hanno partecipato 400 professionisti. Le sue Dolomiti stilizzate sono state subissate di critiche, dall'alpinista Reinhold Messner al fotografo Oliviero Toscani fino al presidente degli albergatori trentini Natale Rigotti. «Il logo non piace quasi a nessuno - osserva Bombarda - famosi personaggi lo hanno bocciato clamorosamente, paragonandolo al profilo di New York piuttosto che a quello delle nostre celebri montagne. Raccolte di firme di protesta sono già avviate ma il logo inizia a comparire nelle pubblicazioni della Provincia, come in occasione di un convegno dei pros-

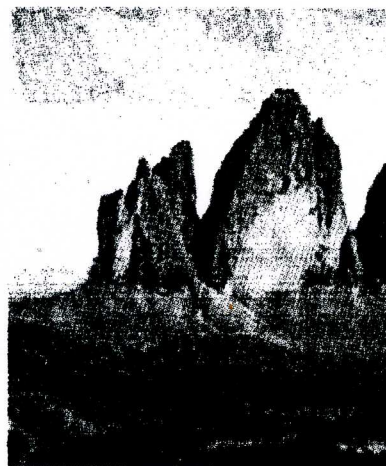


Sul contestato disegno interviene anche l'associazione italiana dei professionisti: «Miopia o presunzione, sbagliato il metodo con cui si è scelto»

mi giorni dedicato al paesaggio». Di qui la richiesta: «Lo si corregga o lo si sostituisca, o almeno se ne sospenda l'uso finché non sarà stabilita la versione definitiva».

E sul marchio prendono posizione anche i pubblicitari italiani. Il presidente Biagio Vnacore se la prende non tanto

con il logo, quanto con il metodo che ha portato a sceglierlo: «In Italia si considera che tutti siano in grado di valutare un lavoro grafico, non pensando che ogni valutazione, per noi professionisti, ha dei pesi che corrispondono a linee guida sperimentate dall'esperienza e non dalle nozioni apprese.



Continuano a far discutere le montagne stilizzate che hanno vinto la gara. Tante le critiche, da Messner a Toscani a Natale Rigotti

Perché quando realizziamo un lavoro per marchi noti, il nostro lavoro non trova ostacoli? Forse perché le aziende valutano il nostro lavoro con maggiore attenzione e confronto, anziché trovare macchinosi sistemi numerici che possono esprimere solo burocratiche opinioni».