

NUOVO BRAND DELLA REGGIA DI CASERTA, L'ORDINE DEGLI ARCHITETTI BOCCIA LA SCELTA DEL LOGO.

Cecoro: Manca totalmente di ogni riferimento storico-artistico e sembra un vero e proprio plagio in quanto simile, se non identico, ad altri loghi già esistenti.

Opportuno un concorso internazionale di idee che avrebbe avuto una forte partecipazione internazionale, e avrebbe generato una grande pubblicità per la nostra provincia nel mercato creativo-culturale globale.

“L’Ordine degli Architetti PPC per propria natura ha un ruolo che presenta una stretta connessione con la cultura e con il design, per questo motivo sento l’obbligo di dissentire in maniera molto forte per la scelta del nuovo logo della Reggia di Caserta.

Il logo scelto per rappresentare il brand “Reggia di Caserta” manca totalmente di ogni riferimento storico-artistico e sembra un vero e proprio plagio in quanto simile se non identico ad altri loghi già esistenti. Sembra essere stato preso in prestito da quello del celebre campione di tennis Roger Federer o ancora peggio da quello della nota società immobiliare canadese “Ricco Colinares” che utilizza questo marchio da anni”.

A dichiararlo il presidente dell’Ordine degli Architetti PPC della provincia di Caserta, Raffaele Cecoro, che bocchia nettamente la scelta operata dalla società di grafica e dalla direzione generale di Palazzo Reale per il nuovo brand del sito vanvitelliano.

“Il marchio che dovrebbe rappresentare un complesso monumentale come quello della Reggia di Caserta, patrimonio dell’UNESCO, non può essere pensato come un logo di un privato o di una semplice azienda, dovrebbe, invece, racchiudere in sé riferimenti storico-artistici ma anche territoriali.

In questo logo non vi è alcun riferimento stilistico né al palazzo né tantomeno allo spettacolare parco vanvitelliano, la scelta sembra del tutto estranea alla magnificenza della Reggia.

Di sicuro più efficace il logo precedente, ovvero lo schizzo planimetrico con il gioco delle quattro corti della Reggia di Caserta, un elemento stilizzato che coglieva a pieno l’essenza di quello che dovrebbe essere un marchio. Era un elemento riconoscibile ed unico.

Abbinare un logo a un monumento internazionale è una cosa complessa e per questo avrebbe meritato grande attenzione, il tutto sarebbe dovuto avvenire con procedure e soprattutto competenze in grado di rispettare l’importanza e la responsabilità del caso”, continua il vertice degli architetti di Terra di Lavoro che poi nota:

“Non è plausibile che, per un progetto di tale importanza, si sia adoperato lo strumento dell’affidamento diretto che, seppur previsto dal nostro codice degli appalti, perché sotto soglia, appare del tutto inopportuno.

Sarebbe stato più appropriato procedere con un concorso internazionale di idee che di sicuro avrebbe avuto una forte partecipazione internazionale; inoltre, il tutto avrebbe generato una grande pubblicità per la nostra provincia nel mercato creativo-culturale globale.

Inutile dire che, come Ordine degli Architetti P.P.C., saremmo stati onorati nel dare una mano nell'organizzare un concorso sul tema del logo della nostra amata Reggia, oltretutto siamo sempre stati sensibili a certe tematiche.

Personalmente ho conosciuto qualche mese fa la direttrice Maffei, mi ha fatto un'ottima impressione, una persona preparata ma anche molto pragmatica, lei è un architetto e come tale non può non essere sensibile ad una questione del genere.

Quello che è successo oltre a mostrare un disastro dal punto di vista manageriale rappresenta un vero e proprio danno d'immagine per la Reggia di Caserta e per la nostra provincia.

Spero che si agisca per prendere provvedimenti in merito a questa vicenda, ancora una volta si è persa un'occasione", conclude Cecoro

Caserta, 23.04.2020