

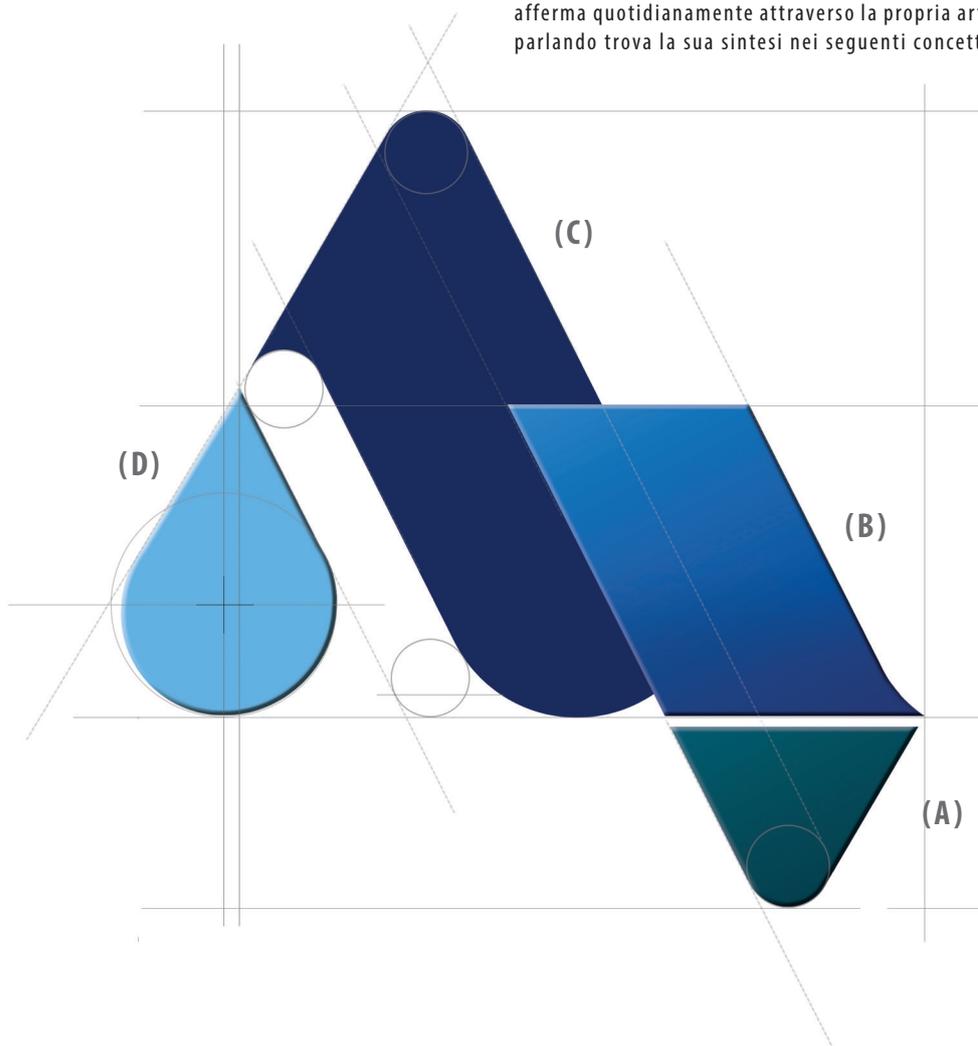
Il compito di sintetizzare, in un logo, la propria immagine ci venne posto, da Padania Acque, nel 1995. Dopo oltre 20 anni riscopriamo, con Padania Acque, che la sintesi iconografica espressa all'ora poteva essere mantenuta, con una **semplice** rivisitazione grafico-strutturale, attualizzando ed esaltando alcuni concetti fondamentali che la sua missione oggi le impongono.

“Tutte le idee che possono avere grandi conseguenze sono spesso idee semplici”

Missione tesa a confrontarsi, con credibilità, autorevolezza e professionalità nei confronti del sociale e del pubblico, in un regime di sostanziale monopolio.

Posizione, questa, che impone alla Società una maggiore responsabilità e trasparenza nei confronti dei cittadini e più specificatamente della “persona” che nelle variegate realtà sociali rappresenta, anche se consideriamo il termine desueto, l’utenza nel suo complesso.

Il nuovo logo vuole esprimere in sintesi lo spirito ideale che anima Padania Acque. Spirito ideale che si afferma quotidianamente attraverso la propria articolata attività di servizio pubblico e che graficamente parlando trova la sua sintesi nei seguenti concetti creativi:



(A).L'elemento o appendice grafica rappresenta la falda acquifera della nostra terra da cui Padania Acque estrae la propria “materia prima”.

(Il colore verde lo vuole per l'appunto sottintendere).

(B).L'elemento grafico, di interconnessione, sintetizza il processo idrogeologico, dalla fase di estrazione a quella di trattamento e purificazione dell'acqua. *Il fine. Un impegno costante per poter di distribuire a tutti “la buona acqua di casa mia”.*

(C).L'elemento grafico rappresentato dalla lettera A (di Acqua) per noi condensa tutto ciò che Padania Acque SpA svolge attraverso l'impegno dei suoi ingegneri, tecnici, operatori, impiegati e dirigenti. Ovvero l'articolata e complessa attività di ricerca idrico-geologica, l'attuazione dei processi tecnologici di estrazione, la pianificazione e il controllo della rete, l'organizzazione amministrativa e finanziaria, gli investimenti e la programmazione commerciale e gestionale, i servizi offerti attraverso il rapporto costante con l'utenza industriale, pubblica e privata presente su tutto il territorio provinciale.

(D).La percezione della lettera A (di Acqua) viene poi integrata dalla “goccia d'acqua”.

Questo ultimo elemento grafico sintetizza più marcatamente il concetto di **sistema idrico integrato** che nelle sue varie declinazioni si rivolge all'utenza finale la quale ogni giorno può usufruire di un'acqua non solo potabile ma anche “buona” da bere.

Un'acqua che la consolidata esperienza acquisita da Padania Acque consente, con l'ausilio di innovative tecnologie e attraverso ulteriori fasi di trattamento, il recupero totale e la re-immissione della stessa nel sistema idrico provinciale per i più disparati utilizzi negli ambiti e attività collegate all'agricoltura, all'industria e al civile.

Breve profilo dello Studio Testa Consulenti & Creativi Pubblicitari.

Lo Studio Testa, fondato nel 1975 da Corrado Testa, è nato professionalmente parlando con RECITARCANTANDO.

Rassegna culturale che per diversi anni ha contribuito a diffondere un diverso modo di concepire le attività culturali sul territorio e che ben presto, a cavallo tra la fine degli anni 70 e gli inizi degli anni 80 è divenuto un punto di riferimento a livello nazionale (al pari di eventi come il Festival di Spoleto e altri) per la diffusione, verso un più ampio spettro di pubblico, delle arti dell'espressione quali: la danza, la musica classica, moderna, il jazz, il teatro, e la ricerca artistica più in generale.

Nel corso degli anni Testa si è specializzato in quella che nel mondo della comunicazione viene definita progettazione grafica della Corporate Identity.

Ovvero la disciplina che attraverso la grafica (partendo dal logo e nella sua accezione più ampia e variegata l'immagine più in generale) ha lo scopo di contribuire a identificare in modo coerente, credibile, autorevole e originale la validità di un'idea imprenditoriale, culturale o sociale, che dir si voglia, per raggiungere in modo efficace e appunto coerente, entrando possibilmente nell'immaginario collettivo, l'obiettivo di sensibilizzare i target a cui il committente intende rivolgersi.

Oltre al logo e alla corporate identity ideati per Padania Acque nel corso degli oltre 40 anni di attività a Cremona e per Cremona lo Studio Testa ha “disegnato” i loghi per Teatro Ponchielli (di cui progetta le immagini di tutte le Stagioni), Monteverdi Festival, Triennale Internazionale degli Strumenti ad Arco, Fondazione Arvedi Buschini, Fondazione e Centro di Musicologia Walter Stauffer, MDV Museo del Violino (di cui ha curato anche il signage e tutta la grafica delle sale), Auditorium Giovanni Arvedi, Cremona Fiere, PubliA, Acciaieria Arvedi, Ilta Inox, Fondazione Istituto Ospedaliero di Sospiro-Onlus, Agropolis e molti altri.

Oggi collabora principalmente con il Gruppo Arvedi, il Teatro Ponchielli, la Fondazione Stauffer e pochi altri clienti che apprezzano il lavoro “sartoriale” di uno studio di piccole dimensioni ma in grado di gestire, grazie all'ausilio e al contributo di professionisti della comunicazione o free lance, anche progetti e campagne pubblicitarie di più ampio respiro comunicativo.