

Dimenticare come zappare la terra e curare
il terreno significa dimenticare se stessi.

Mahatma Gandhi

Lugano 2015-2018

Un progetto per coltivare l'identità urbana.



Dicastero Turismo ed Eventi, Dicastero Servizi Urbani
Agenzia di comunicazione
Città di Lugano

27 febbraio 2015

Un progetto realizzato grazie
al sostegno delle AIL SA



Obiettivo

Creare un nuovo contesto urbano che metta in rete i progetti strategici e sostenibili per il futuro di Lugano e li comunichi in modo efficace.

Lugano del futuro

Una città in cui il parco pubblico è come il tuo giardino di casa e curi il tuo giardino di casa cosciente che stai facendo qualcosa di buono per la città.

Progetti strategici: criteri

1. Investimento per Lugano: 2015 come inizio, non come traguardo.
2. Valorizzazione del territorio e degli spazi pubblici.
3. Usare quello che c'è: coinvolgimento di progetti già in fase di realizzazione, o già previsti, e delle risorse disponibili.

Metodo

Creare una cornice:

1. Selezionare spazi e progetti da inglobare
2. Confezionarli in modo che siano coerenti al progetto globale
3. Comunicarli in modo armonico (comunicazione come legante: ogni progetto rafforza gli altri progetti).

La chiave

Limitarsi, fare shopping nel nostro armadio:
essere all'altezza della situazione usando
i vestiti che sono già nell'armadio.

Fare con quello che si ha e fare con chi c'è:
valorizzazione delle risorse sul territorio.

Da cosa nasce l'immagine
che ci facciamo
di una città?

Non nasce, forse, dalla combinazione
di un'impressione generale
con un'esperienza
particolare, molto personale?

Il progetto, aree di intervento

Area 1: lungolago

Area 2: spazi urbani del centro

Area 3: quartieri e aree extra urbane

Il progetto, livello di intervento

Livello paesaggistico

Livello architettonico

Livello organizzativo

Livello comunicativo

Il progetto, tema dominante

Il fil rouge è verde

Area 1/2, lungolago e Centro

1. Sostituzione di aiuole stagionali con aiuole perenni.

Rivetta Tell, Piazza Castello, Piazza Indipendenza,
Parco Ciani, Lanchetta.

Vantaggi:

- Risparmio (in 10 anni): da CHF 5 milioni a CHF 50'000 di spese
- Manutenzione: 2 volte all'anno
- Impatto: incantevole da maggio a novembre, poetico, innovativo
- Dimensione didattica: avvertire il cambiamento di stagione,
- scoprire nuove piante.

Inizio: marzo 2015.







Brigitten-Mischung
Garten
Kategorie: Blüten
Kategorie: Höhe: 100 cm





**Sperndümen-
Mischung**
Imagery
Kulturen und Samen Pflanzen
Angebotpreis in 2024: 2,90 €

Area 1/2, lungolago e Centro

2. Piazza Manzoni: orto modello in collaborazione con il Centro Professionale del verde di Mezzana.

Inizio: aprile 2015.





Area 1, 2 o 3

3. Piccoli giardini tematici annuali.

Con il Museo Cantonale di Storia Naturale.

Base scientifica, linguaggio divulgativo.

Alto potenziale attrattivo.

Collocazione dei giardini inconsueta.

Coinvolgimento di un pubblico potenziale molto ampio.

Inizio: primavera 2016.



Fructus mandragore. o. p. l. o. s. r. i. m. j. sic. i. 2. Cetero magni odoriferi. unguani. odorato etia sola.
calam. et uigilias. emplando elefante et infectoibz nigris cutis. nocenti. electat sensus. Re
nati. cu fructu edere. Quid quare no e comestibile? uenit ea. u. o. b. z. etate et mirisiamis.

Area 1 e 2: lungolago e Parco Ciani

4. Il lago e la città.

Valorizzazione di spazi ricreativi sul lago
e creazione di spazi nuovi:

- maggio 2015: il Giardino Belvedere, riconquista del prato urbano e creazione di un accesso al lago
- maggio 2017: chiatta alla Rivetta Tell :-)



Area 3, quartieri e aree extra urbane

5. Percorso tematico: foce del Cassarate, Sonvico, Cimadara, San Lucio, Pairolo, Brè, Gandria.

Valorizzazione degli elementi naturalistici legati al cibo.

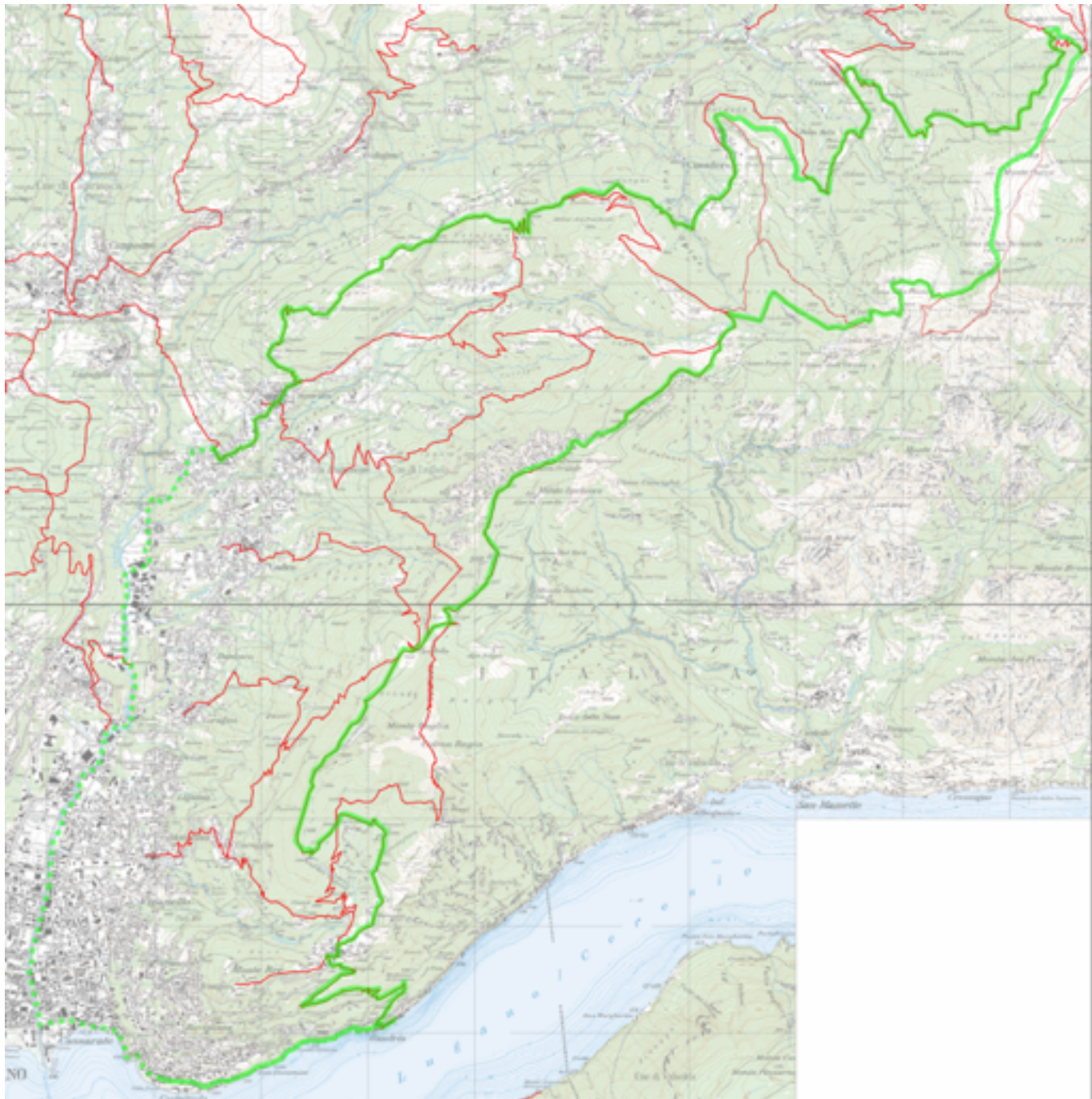
Promotori: Associazione degli amici del torchio di Sonvico in collaborazione con Viva Gandria, Uniti per Brè, Capriasca Ambiente, Profrutteti.

Percorso pedestre circolare, 2 o 3 giorni di escursione.

Possibilità di scegliere solo una tappa.

Coinvolgimento di chi opera già sul territorio: alpigiani, selvicoltori, viticoltori, contadini, Ente Lugano del Turismo.

Creazione di una mappa tematica.
Entro l'estate 2015.



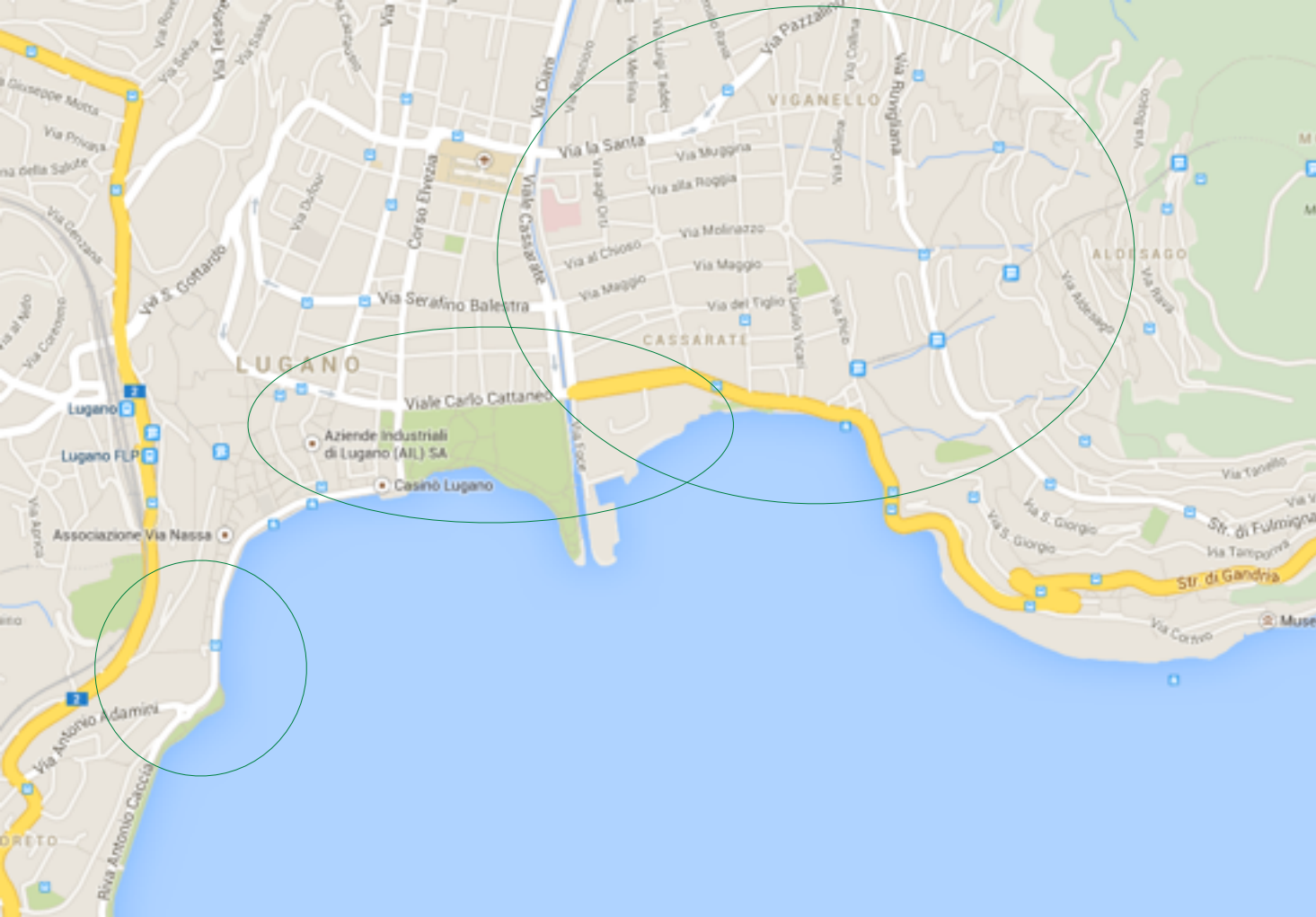
La comunicazione, funzione

- . Legante del progetto
- . Valorizza il potenziale dei progetti
- . Crea il contesto, potenzia la ricezione delle informazioni
- . Verso l'interno creare partecipazione
- . Verso l'esterno rende la città attrattiva

Un territorio attrattivo per chi lo vive diventa attrattivo anche per chi arriva dall'esterno.

La comunicazione, elementi

- . Label del progetto.
- . Creazione di un blog per seguire i progetti e approfondire i temi:
 - Acqua (cartina delle sorgenti, proprietà dell'acqua)
 - Percorso di riscoperta del territorio
 - Sentiero di Gandria
 - Giardini tematici
 - Alberi monumentali
 - Progetto orti
 - Progetto guerrilla gardening
 - Progetti dedicati alla biodiversità.



Estate 2015

Area 1 Giardino Belvedere

Area 1 e 2 area Parco Ciani e Lanchetta

Area 3 percorso tematico pedestre attraverso i quartieri e i villaggi sul territorio

Lavorare insieme

Sponsor e partner di progetto: AIL SA

Partner tecnico: Museo Cantonale di Storia Naturale

Collaborazioni:

Alleanza Territorio e Biodiversità con Abitat, ProFrutteti, ProSpecieRara e WWF

Associazione Amici del torchio di Sonvico con Capriasca Ambiente, Viva Gandria e Uniti per Brè

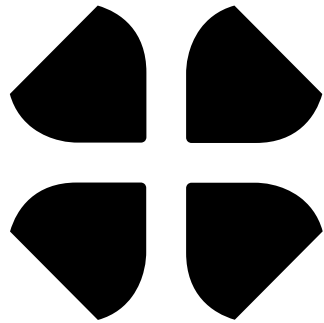
Centro professionale del verde di Mezzana e Jardin Suisse

Festival della sostenibilità

Istituto i2A

il nome

Come si può chiamare
un progetto che ha l'intento
di valorizzare il territorio,
rinforzare l'identità e fare
il massimo con quello che c'è?



Lugano
al verde

Chi di verde si veste della sua beltà si fida.