



Comunicazione UV-2503-I

Parchi d'importanza nazionale: manuale del marchio

Comunicazione dell'UFAM in veste di autorità
esecutiva destinata a chi utilizza il marchio
PARCHI SVIZZERI

Stato: 03/2025
Versioni precedenti: Parte 1: 10/2010
Parte 2: 10/2012

Basi legali: *LPN* art. 23j e 23/
OPar art. 29

Settori specialistici interessati

Acque	Aria	Biodiversità	Biotechnologia	Bosco e legno	Clima	Diritto	EIA	Elettrosmog e luce	Incidenti rilevanti	• Paesaggio	Pericoli naturali	Prodotti chimici	Rifiuti	Rumore	Siti contaminati	Suolo
-------	------	--------------	----------------	---------------	-------	---------	-----	--------------------	---------------------	----------------	-------------------	------------------	---------	--------	------------------	-------

Nota editoriale

Valenza giuridica

La presente pubblicazione è una comunicazione dell'UFAM destinata ai richiedenti di decisioni. Concretizza la prassi dell'UFAM in qualità di autorità esecutiva sotto il profilo formale (documenti necessari per la domanda) e materiale (prove necessarie per soddisfare i requisiti di legge materiali). Chi vi si attiene può legittimamente ritenere che la sua domanda è completa.

Editore

Ufficio federale dell'ambiente (UFAM)

L'UFAM è un ufficio del Dipartimento federale dell'ambiente, dei trasporti, dell'energia e delle comunicazioni (DATEC).

Con il contributo di

Comitato di gestione del marchio PARCHI SVIZZERI

Traduzione

Servizio linguistico italiano, UFAM

Impaginazione

Funke Lettershop AG

Grafica

Atelier Bruggisser Partner

Link per scaricare il PDF

www.bafu.admin.ch > *Pubblicazioni, media* > *Aiuti all'esecuzione* > *Paesaggio*

La versione cartacea non può essere ordinata.

La presente pubblicazione è disponibile anche in tedesco e francese. La lingua originale è il tedesco.

Indice

Abstracts	4	
Prefazione	5	
1	Introduzione	6
1.1	Marchio PARCHI SVIZZERI e suo posizionamento	7
1.2	Ambito di utilizzo del marchio	8
1.3	Destinatari	8
1.4	Scopo e valore giuridico	8
1.5	Formato	8
1.6	Altre pubblicazioni	9
2	Identità e posizionamento del marchio	10
2.1	Identità del marchio dei parchi svizzeri	10
2.2	Portatori d'interesse del marchio PARCHI SVIZZERI	11
2.3	Destinatari della comunicazione del marchio	14
2.4	Il profilo del marchio PARCHI SVIZZERI	16
3	Gestione del marchio	18
3.1	Marchio Parco	18
3.2	Aiuti finanziari	18
3.3	Marchio Prodotto dei parchi svizzeri	18
3.4	Comunicazione del marchio	18
3.5	Gestione e controllo	19
4	Veste grafica	20
4.1	Marchio PARCHI SVIZZERI	20
4.2	Marchio Parco	22
4.3	Marchio Prodotto dei parchi svizzeri	24
4.4	Definizione cromatica	25
4.5	Definizione della scritta	28
4.6	Design della segnaletica	29

Abstracts

The Swiss Parks are renowned for their beautiful landscapes, the variety of flora and fauna and their outstanding cultural assets. If a region fulfils the requirements set out in the Nature and Cultural Heritage Act, the federal government awards it the 'Park of National Importance' label. The SWISS PARKS brand, the park label and the Swiss Parks Product label are protected by trademark law. As the brand owner, the FOEN uses this brand handbook to define the basic features of the brand identity and positioning, the brand management and corporate design for all users of the SWISS PARKS brand and the signage design.

Die Schweizer Pärke zeichnen sich durch schöne Landschaften, vielfältige Natur und hochwertige Kulturgüter aus. Erfüllt eine Region die im Bundesgesetz über den Natur- und Heimatschutz festgelegten Anforderungen, zeichnet sie der Bund als Park von nationaler Bedeutung mit dem Parklabel aus. Die Marke SCHWEIZER PÄRKE, das Parklabel und das Produktelabel der Schweizer Pärke sind markenrechtlich geschützt. Als Markeneigentümerin legt das BAFU mit vorliegendem Markenhandbuch die Grundzüge der Markenidentität und Positionierung, die Markenführung und das Corporate Design für alle Nutzerinnen und Nutzer der Marke SCHWEIZER PÄRKE und des Signaletik-Designs fest.

Les parcs suisses se distinguent par la beauté de leurs paysages, la diversité de leur nature et la grande valeur de leur patrimoine culturel. Si une région remplit les exigences fixées par la loi fédérale sur la protection de la nature et du paysage, la Confédération peut la reconnaître comme parc d'importance nationale en lui octroyant le label Parc. La marque PARCS SUISSES ainsi que les labels Parc et Produit des parcs suisses sont protégés par le droit sur les marques. Élaboré par l'OFEV en tant que propriétaire de la marque, le présent manuel est destiné à tous ceux qui utilisent la marque PARCS SUISSES et le design de sa signalétique. Il décrit les points fondamentaux constituant l'identité de la marque et son positionnement et définit également le mode de gestion de la marque ainsi que son identité graphique.

I parchi svizzeri si contraddistinguono per i loro splendidi paesaggi, una ricca biodiversità e preziosi beni culturali. Se una regione soddisfa i requisiti stabiliti dalla legge federale sulla protezione della natura e del paesaggio, la Confederazione può riconoscerla come parco d'importanza nazionale conferendole il marchio Parco. I marchi PARCHI SVIZZERI, Parco e Prodotto dei parchi svizzeri sono protetti dal diritto sui marchi. Elaborato dall'UFAM in qualità di proprietario del marchio, il presente manuale è destinato a tutti coloro che utilizzano il marchio PARCHI SVIZZERI e il loro design della segnaletica. Descrive i tratti fondamentali dell'identità e del posizionamento del marchio definendone anche le modalità di gestione e l'identità grafica.

Keywords:

Parks of national importance, SWISS PARKS brand, park label, Swiss Parks Product label, brand identity and positioning, corporate design, signage.

Stichwörter:

Pärke von nationaler Bedeutung, Marke SCHWEIZER PÄRKE, Parklabel, Produktelabel der Schweizer Pärke, Markenidentität und Positionierung, Corporate Design, Signaletik.

Mots-clés :

Parcs d'importance nationale, marque PARCS SUISSES, label Parc, label Produit des parcs suisses, identité de marque et positionnement, identité graphique, signalétique.

Parole chiave:

parchi d'importanza nazionale, marchio PARCHI SVIZZERI, marchio Parco, marchio Prodotto dei parchi svizzeri, identità e posizionamento del marchio, identità grafica, segnaletica.

Prefazione

I parchi d'importanza nazionale si contraddistinguono per i loro splendidi paesaggi, una ricca biodiversità e preziosi beni culturali. I Comuni, i Cantoni e la popolazione coinvolti si impegnano a preservare questo patrimonio al fine di contribuire allo sviluppo economico e sociale delle loro regioni e ad utilizzarlo in modo sostenibile.

Dal 1° dicembre 2007 in Svizzera sono state poste le basi giuridiche per la creazione di parchi d'importanza nazionale. La Confederazione sostiene l'istituzione, la gestione e l'assicurazione della qualità dei parchi con aiuti finanziari globali. Riconosce i parchi d'importanza nazionale conferendo il marchio Parco ai progetti che soddisfano determinati requisiti.

Il marchio PARCHI SVIZZERI si è ormai affermato con successo. Contribuisce allo sviluppo dei parchi svizzeri nel loro complesso e alla loro conservazione a lungo termine. In Svizzera come all'estero questo marchio è sinonimo di qualità dei parchi d'importanza nazionale e dei loro prodotti certificati. Fornitori e visitatori possono fare affidamento sul marchio e sui suoi valori.

La strategia del marchio PARCHI SVIZZERI si rivela vantaggiosa sotto molti aspetti:

- con un marchio comune, i parchi svizzeri ottengono il riconoscimento nazionale e internazionale che meritano;
- un posizionamento congiunto sotto il marchio PARCHI SVIZZERI consente di attirare sponsor e partner nazionali;
- un'azione comune permette di realizzare in modo più economico progetti costosi come quelli relativi alla segnaletica;
- un marchio noto e forte è il miglior prerequisito affinché una regione e la sua popolazione possano identificarsi con il parco e trarne beneficio.

Tutto questo presuppone un impiego coerente e uniforme del marchio PARCHI SVIZZERI. Nel presente manuale sono definiti i messaggi veicolati dal marchio e tutti i principi formali relativi al suo utilizzo.

Katrin Schneeberger, direttrice
Ufficio federale dell'ambiente UFAM

1 Introduzione

I parchi d'importanza nazionale trovano il loro fondamento giuridico negli articoli 23e–23m della legge federale sulla protezione della natura e del paesaggio (LPN; RS 451). L'articolo 23j LPN definisce i requisiti per il conferimento dei marchi Parco e Prodotto dei parchi svizzeri. Questi due marchi sono riuniti legalmente sotto il brand comune PARCHI SVIZZERI. In qualità di servizio della Confederazione competente in materia di parchi d'importanza nazionale, l'Ufficio federale dell'ambiente (UFAM) è responsabile della protezione giuridica dei marchi Parco e Prodotto dei parchi svizzeri ai sensi della legge federale sulla protezione dei marchi e delle indicazioni di provenienza (legge sulla protezione dei marchi, LPM; RS 232.11), del controllo del loro impiego e della loro diffusione (art. 29 cpv. 4 dell'ordinanza sui parchi, OPar; RS 451.36).

Il presente manuale permette a tutti coloro che utilizzano il marchio PARCHI SVIZZERI di farne un uso conforme al diritto, corretto sul piano grafico e in linea con gli obiettivi. La presente pubblicazione adempie al mandato di cui all'articolo 29 capoverso 5 OPar, secondo il quale l'UFAM emana direttive per il conferimento e l'impiego dei marchi Parco e Prodotto dei parchi svizzeri. In quanto proprietario del marchio protetto PARCHI SVIZZERI, l'UFAM definisce le disposizioni relative al suo utilizzo. Questi diritti e doveri derivano dalla LPM.

1.1 Marchio PARCHI SVIZZERI e suo posizionamento

L'aspetto denominativo-figurativo del marchio PARCHI SVIZZERI (fig. 1) e le sue applicazioni sotto forma di marchi Parco (v. cap. 4.2) e Prodotto dei parchi svizzeri (v. cap. 4.3) sono depositati presso l'Istituto federale della proprietà Intellettuale (IPI) come marchi individuali¹ e quindi protetti dalla legge sulla protezione dei marchi. Il proprietario del marchio è l'UFAM.

La forma e il colore del marchio PARCHI SVIZZERI sono identici in tutte le lingue, al fine di renderlo facilmente distinguibile e riconoscibile.

Il marchio PARCHI SVIZZERI è il vessillo dei parchi svizzeri e funge da loro ambasciatore. Consente di contrassegnare, identificare, connotare e distinguere i parchi d'importanza nazionale e i loro beni e servizi certificati.

¹ <https://database.ipi.ch/database-client/search/query/trademarks>; numeri di registrazione del marchio PARCHI SVIZZERI nelle cinque versioni linguistiche: tedesco 628312, inglese 628313, francese 630989, italiano 630990, romancio 630991.

Gli elementi del marchio PARCHI SVIZZERI rimandano alla seguente simbologia:

- il riquadro colorato e le scritte disposte a croce ricordano gli elementi centrali della bandiera svizzera. Entrambi simboleggiano l'importanza nazionale che il legislatore ha attribuito alle norme sui parchi (art. 23e e segg. LPN: «Parchi d'importanza nazionale»);
- la combinazione delle parole in tre lingue incarna la diversità culturale dei parchi svizzeri e la loro appartenenza all'intera nazione;
- il colore di base (verde) è un riferimento agli elevati valori naturali e paesaggistici dei parchi svizzeri;
- la sfumatura radiale del colore verde simboleggia il dinamismo dei parchi svizzeri.

In sostanza il marchio PARCHI SVIZZERI veicola il seguente messaggio:

«I parchi svizzeri sono gestiti e sviluppati nel rispetto della diversità della natura, dei paesaggi di pregio e della ricchezza culturale che caratterizza questi territori.»

Il profilo del marchio PARCHI SVIZZERI è descritto nel capitolo 2.4. Il suo corretto utilizzo sotto forma di marchi Parco e Prodotto dei parchi svizzeri e il suo impiego nella segnaletica sono illustrati nel capitolo 4.

Fig. 1: Marchio PARCHI SVIZZERI

Deutsch	Français	Italiano	Rumantsch	English

1.2 Ambito di utilizzo del marchio

Il marchio PARCHI SVIZZERI è utilizzato nei settori seguenti.

- Marchio: può essere impiegato per promuovere la divulgazione dei parchi da chi è autorizzato dall'UFAM soltanto. L'utilizzo avviene sulla base di un contratto di licenza o di un'autorizzazione unica (v. cap. 2.2.6 e 4.1).
- Marchio Parco: può essere utilizzato dall'ente responsabile esclusivamente per fare conoscere il parco stesso. Non ne è consentito l'impiego per pubblicizzare singoli beni o servizi (art. 10 OPar; v. cap. 2.2.3 e 4.2).
- Marchio Prodotto: può essere impiegato esclusivamente per contrassegnare e commercializzare i beni e servizi per i quali è stato conferito (art. 14 OPar; v. cap. 2.2.5 e 4.3).
- Segnaletica: il marchio può essere utilizzato a scopi di comunicazione, ovvero all'interno del sistema di segnaletica, esclusivamente nella versione monocolor verde scuro su sfondo chiaro (v. cap. 4.6).

1.3 Destinatari

Il manuale del marchio è destinato a tutti coloro che utilizzano il marchio PARCHI SVIZZERI e a tutti gli enti che hanno una funzione di sorveglianza o controllo sul suo corretto impiego (v. cap. 2.2).

Sono autorizzate a utilizzare il marchio PARCHI SVIZZERI le seguenti autorità, organizzazioni e persone: UFAM, autorità cantonali dei territori in cui si trovano i parchi, enti responsabili dei parchi, Rete dei parchi svizzeri, produttori e fornitori di prodotti e servizi certificati con il marchio Prodotto dei parchi svizzeri, licenziatari.

Le autorità federali e cantonali responsabili dell'attuazione della politica dei parchi e gli enti responsabili dei parchi hanno il compito di vigilare. Agli organismi che certificano beni e servizi contraddistinti dal marchio Prodotto dei parchi svizzeri è delegato un obbligo di controllo.

1.4 Scopo e valore giuridico

Lo scopo del presente manuale è di permettere a tutti coloro che utilizzano il marchio PARCHI SVIZZERI di farne un uso conforme al diritto, corretto sul piano grafico e uniforme. Le specifiche servono a rendere riconoscibile il marchio e quindi vanno a beneficio degli utilizzatori stessi. Il corretto impiego del marchio è un obbligo che accompagna il conferimento del marchio Parco ed è quindi vincolante (art. 10 OPar). Inoltre, le regole fondamentali indicate nel manuale garantiscono che i requisiti materiali per ottenere gli aiuti finanziari di cui all'articolo 2 OPar siano rispettati nell'ambito della promozione e divulgazione dei parchi, in particolare per quanto riguarda la segnaletica.

1.5 Formato

La presente direttiva è disponibile soltanto in formato elettronico. I file del marchio PARCHI SVIZZERI possono essere scaricati dal sito dell'UFAM all'indirizzo www.bafu.admin.ch/parchi. Soltanto i parchi possono utilizzare il marchio a scopo di segnaletica.

A integrazione del presente manuale, la rete Intranet della Rete dei parchi svizzeri mette a disposizione la guida pratica «Anwendung Marke SCHWEIZER PÄRKE / Utilisation de la marque PARCS SUISSES», contenente buoni esempi di utilizzo dei marchi Parco e Prodotto dei parchi svizzeri e della segnaletica come anche modelli digitali per la progettazione e la produzione degli elementi di segnalazione.

1.6 Altre pubblicazioni

Anche i seguenti documenti sono importanti per l'attuazione della politica dei parchi:

- UFAM (ed.) 2025: Parchi d'importanza nazionale: marchio Prodotto. Direttive per il conferimento e l'impiego del marchio Prodotto dei parchi svizzeri. Ufficio federale dell'ambiente, Berna. Pratica ambientale n. 2504, 26 p.
- UFAM (ed.) 2023: Manuale Accordi programmatici nel settore ambientale 2025- 2028: Comunicazione dell'UFAM quale autorità esecutiva ai richiedenti. Ufficio federale dell'ambiente, Berna. Pratica ambientale n. 2315, 249 p.
- UFAM (ed.) 2014: Manuale per l'istituzione e la gestione di parchi d'importanza nazionale. Comunicazione dell'UFAM in veste di autorità esecutiva ai richiedenti. Ufficio federale dell'ambiente, Berna. Pratica ambientale n. 1414, 176 p. Con aggiornamenti del 2018 e 2019.

2 Identità e posizionamento del marchio

2.1 Identità del marchio dei parchi svizzeri

I parchi d'importanza nazionale e i loro servizi sono definiti negli articoli 23e–23l LPN.² L'OPar e il manuale per l'istituzione e la gestione di parchi d'importanza nazionale indicano i requisiti che tali parchi devono soddisfare. Nel seguito vengono descritti gli aspetti principali relativi all'identità del marchio.

2.1.1 Territorio del parco

I parchi d'importanza nazionale sono territori caratterizzati da elevati valori naturali e paesaggistici. Si contraddistinguono per splendidi paesaggi, una ricca biodiversità e preziosi beni culturali. Inoltre, sono caratterizzati dal fatto che le infrastrutture o i cambiamenti di utilizzazione hanno uno scarso impatto sul paesaggio.

Ciascuna delle tre categorie di parchi (parco nazionale, parco naturale regionale e parco naturale periurbano) prevede requisiti specifici per quanto riguarda le dimensioni minime e la limitazione del territorio adibito a parco come anche le prestazioni da fornire. Ogni parco, con il suo perimetro, è inserito nel piano direttore cantonale.

2.1.2 Gestione e partecipazione

La creazione di un parco è sempre frutto di un'iniziativa regionale, che risponde principalmente al bisogno della popolazione di plasmare insieme il futuro economico e sociale della regione in modo sostenibile. I Comuni il cui territorio è compreso nel perimetro del parco devono essere rappresentati in modo determinante all'interno dell'ente responsabile. Quest'ultimo è l'organo incaricato della gestione e del controllo strategico. Gli obiettivi sono definiti in un apposito contratto, che assieme al piano di gestione serve da strumento di controllo e assicurazione della qualità. Grazie ad un approccio democratico e partecipativo l'ente responsabile assicura che la popolazione e i gruppi di interesse della società civile, dell'economia e della politica possano contribuire alle attività e allo sviluppo del parco.

² Il Parco nazionale svizzero beneficia di una propria base giuridica e di una collocazione autonoma grazie ad un'apposita normativa (legge federale sul Parco nazionale svizzero nel Cantone dei Grigioni, RS 454), come menzionato nell'articolo 23m LPN.

2.1.3 Obiettivi e prestazioni

Nel contratto del parco, i Comuni si impegnano a soddisfare i requisiti legali per il parco, conservare e valorizzare il patrimonio esistente e a farne un uso sostenibile per contribuire allo sviluppo economico e sociale della loro regione. La tutela e la promozione della biodiversità e della qualità del paesaggio sono compiti fondamentali dei parchi. Gli obiettivi per ogni categoria di parco, così come definiti nella LPN e nell'OPar, sono riepilogati nella tabella successiva (tab. 1).

2.1.4 Garanzia di qualità

Conferendo il marchio Parco, la Confederazione riconosce che una regione adempie ai requisiti legali che deve soddisfare un parco d'importanza nazionale. Questo marchio attesta che il parco conserva e valorizza il patrimonio esistente, è gestito in modo professionale e beneficia di legittimazione democratica nonché di una garanzia finanziaria e territoriale a lungo termine.

2.2 Portatori d'interesse del marchio PARCHI SVIZZERI

I portatori d'interesse del marchio PARCHI SVIZZERI sono le organizzazioni, i gruppi di persone o gli individui che hanno un interesse proprio nel marchio e/o svolgono un ruolo specifico. Sono quindi i destinatari del presente manuale. Il marchio PARCHI SVIZZERI è utilizzato

- per la promozione dei marchi Parco e Prodotto dei parchi svizzeri da parte dell'UFAM in qualità di proprietario del marchio, della Rete dei parchi svizzeri e di altri licenziatari;
- come marchio Parco per i parchi riconosciuti;
- come marchio Prodotto dei parchi svizzeri per distinguere beni e servizi certificati;
- sugli elementi della segnaletica per la visibilità e il riconoscimento dei parchi svizzeri in loco.

La seguente figura 2 riepiloga i portatori d'interesse e il loro ruolo relativamente all'impiego e al controllo del marchio PARCHI SVIZZERI.

Tab. 1: Obiettivi per ciascuna categoria di parco

Parchi nazionali	Parchi naturali regionali	Parchi naturali periurbani
Biodiversità e paesaggio • Zona centrale: garanzia del libero sviluppo della natura • Zona periferica: salvaguardia da interventi pregiudizievoli	Biodiversità e paesaggio • conservazione e valorizzazione	Biodiversità e paesaggio • Zona centrale: garanzia del libero sviluppo della natura • Zona di transizione: cuscinetto per la zona centrale
Promozione dell'uso sostenibile delle risorse naturali	Rafforzamento dell'economia sostenibile	
Sensibilizzazione ed educazione ambientale	Sensibilizzazione ed educazione ambientale	Sensibilizzazione, educazione ambientale ed esperienze nella natura
Ricerca	Ricerca (facoltativo) ¹	Ricerca (facoltativo)
Gestione, comunicazione, garanzia territoriale	Gestione, comunicazione, garanzia territoriale	Gestione, comunicazione, garanzia territoriale

¹ Per riserve della biosfera la ricerca è obbligatoria.

Fonte: UFAM (2014): Manuale per l'istituzione e la gestione di parchi d'importanza nazionale, p. 8.
Ufficio federale dell'ambiente, Berna. Pratica ambientale n. 1414.

Disporre di un marchio forte e credibile con un'immagine positiva e una riconoscibilità elevata è un interesse comune. Chi utilizza il marchio ne è ambasciatore e contribuisce quindi a promuoverne la notorietà e costruirne l'immagine (caricando il marchio di valori). In cambio si aspetta di ricevere una contropartita immateriale e/o commerciale.

I diritti e i doveri dei portatori d'interesse differiscono a seconda che agiscano in qualità di utilizzatori, istanze di controllo o nel settore della comunicazione. Questi ruoli sono descritti nel seguito.

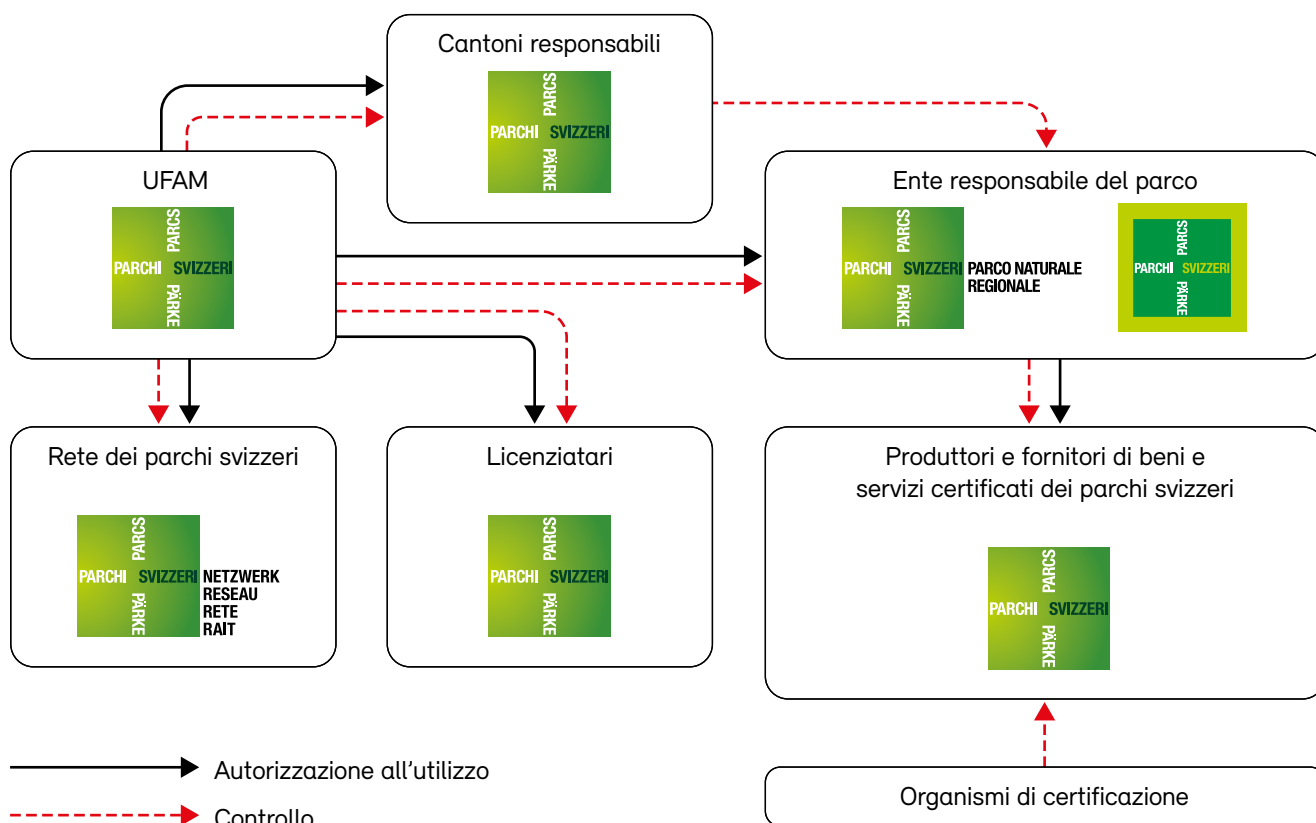
2.2.1 Ufficio federale dell'ambiente

In qualità di servizio della Confederazione competente in materia di parchi d'importanza nazionale, l'UFAM ha diversi diritti e doveri:

- è proprietario del marchio PARCHI SVIZZERI;
- conferisce il marchio Parco;

- protegge i marchi PARCHI SVIZZERI, Parco, Prodotto dei parchi svizzeri e il design della segnaletica, registrandoli presso l'Istituto federale della proprietà Intellettuale (IFI);
- adotta misure di protezione contro il loro utilizzo abusivo e tutela i diritti di proprietà intellettuale in caso di infrazione;
- emana le norme per l'impiego del marchio PARCHI SVIZZERI;
- sorveglia il corretto utilizzo dei marchi Parco, Prodotto dei parchi svizzeri e PARCHI SVIZZERI;
- concede licenze a terzi per l'impiego del marchio PARCHI SVIZZERI allo scopo di fare conoscere il parco;
- promuove la diffusione dei marchi Parco e Prodotto dei parchi svizzeri;
- fornisce consulenza sull'utilizzo del marchio alla Rete parchi svizzeri, ai parchi e ai licenziatari;
- concede, su richiesta, deroghe per impieghi eccezionali del marchio.

Fig. 2: Portatori d'interesse del marchio PARCHI SVIZZERI



2.2.2 Cantoni

In quanto fornitori di prestazioni nell'ambito degli accordi programmatici nel settore ambientale, i Cantoni:

- sostengono sul piano istituzionale e finanziario l'istituzione e la gestione dei parchi sul loro territorio;
- presentano all'UFAM le domande per ottenere gli aiuti finanziari e il conferimento del marchio Parco;
- disciplinano in caso di necessità le richieste cantonali specifiche con quelle dei parchi nell'ambito dei marchi Parco e Prodotto.

2.2.3 Ente responsabile del parco

In quanto organo strategico e autorità operativa superiore, l'ente responsabile del parco (detto anche «il parco»):

- è responsabile della gestione strategica del parco e del rispetto dei requisiti per ottenere e impiegare il marchio Parco;
- utilizza il marchio Parco solo ed esclusivamente per promuovere la divulgazione del parco;
- conferisce il marchio Prodotto dei parchi svizzeri a beni e servizi certificati;
- assicura l'utilizzo conforme al diritto dei marchi Parco e Prodotto dei parchi svizzeri mediante la pubblicazione di un manuale che descrive la veste grafica compreso il co-branding con altri marchi di qualità o sigle;
- vigila sulla corretta applicazione del design degli elementi di segnaletica sostenuta da aiuti finanziari della Confederazione;
- rende conto al Cantone responsabile e all'UFAM dell'impiego dei marchi Parco e Prodotto dei parchi svizzeri (v. cap. 3.2 e 3.5.4).

2.2.4 Rete dei parchi svizzeri

In quanto organizzazione ombrello, la Rete dei parchi svizzeri:

- è licenziataria del marchio PARCHI SVIZZERI;
- utilizza il marchio PARCHI SVIZZERI sempre associato alla dicitura «NETZWERK RESEAU RETE RAIT» per campagne di comunicazione finalizzate a fare conoscere la licenziataria stessa;

- impiega il marchio PARCHI SVIZZERI per promuovere la divulgazione dei parchi ai sensi dell'articolo 29 capoverso 4 OPar;
- fornisce consulenza ai parchi su questioni generali relative all'impiego dei marchi Parco e Prodotto dei parchi svizzeri, mette a loro disposizione informazioni e strumenti per l'impiego del marchio PARCHI SVIZZERI e assicura lo scambio di conoscenze tra UFAM, parchi e produttori e fornitori di beni e servizi certificati.

2.2.5 Produttori e fornitori di beni e servizi certificati

I produttori di beni certificati e i fornitori di servizi certificati

- contrassegnano i suddetti beni e servizi con il marchio Prodotto dei parchi svizzeri e assicurano il corretto utilizzo del marchio nella propria sfera di competenza;
- utilizzano il marchio Prodotto dei parchi svizzeri a fini di marketing esclusivamente per i beni e servizi certificati.

2.2.6 Licenziatari del marchio

I licenziatari sono imprese e organizzazioni che, nell'ambito del loro partenariato con l'UFAM, desiderano promuovere e sostenere i parchi svizzeri con il proprio impegno. I licenziatari

- utilizzano il marchio PARCHI SVIZZERI esclusivamente per fare conoscere i parchi e promuovere la notorietà e l'immagine del marchio stesso conformemente alle disposizioni del contratto di licenza (v. cap. 3.5.9).

2.2.7 Organismi di certificazione

Gli organismi che certificano beni e servizi

- verificano il corretto utilizzo del marchio Prodotto dei parchi svizzeri.

2.2.8 Ufficio federale dell'agricoltura e Segreteria di Stato dell'economia

L'Ufficio federale dell'agricoltura (UFAG) e la Segreteria di Stato dell'economia (SECO)

- partecipano all'elaborazione della direttiva emanata d'intesa con l'UFAM relativa al conferimento e all'impiego del marchio Prodotto dei parchi svizzeri;
- siedono di diritto nel Comitato di gestione del marchio PARCHI SVIZZERI.

2.3 Destinatari della comunicazione del marchio

Il marchio PARCHI SVIZZERI si rivolge a quattro gruppi target:

- al vasto pubblico, ovvero alla popolazione della Svizzera;
- ai visitatori dei parchi svizzeri;
- agli acquirenti di beni e servizi certificati;
- agli abitanti dei Comuni situati nel perimetro del parco.

Le caratteristiche e i bisogni di questi gruppi sono descritti nel seguito.

2.3.1 Pubblico

Questo target è composto in senso lato da tutta la popolazione della Svizzera. Comprende tutti coloro che risiedono nelle città e nei centri urbani ma anche nelle zone rurali. All'interno di questo gruppo alcuni segmenti hanno un'affinità superiore alla media con i parchi: giovani adulti, famiglie con bambini e persone con più di 50 anni.

Il denominatore comune è l'interesse per le regioni svizzere caratterizzate da paesaggi affascinanti, un patrimonio naturale di pregio e diversità storica e culturale. Indipendentemente dal fatto che abbiano o meno familiarità con i parchi, le persone di questo gruppo sono ricettive alle informazioni sull'ampia gamma di servizi che i parchi offrono e propongono.

Per il pubblico, i parchi rappresentano un'occasione sempre più importante per immergersi fisicamente e tramite i media in un ambiente insolito e affascinante e trarne ispirazione. Questo aspetto è ciò che rende i parchi preziosi e importanti per il vasto pubblico.

2.3.2 Visitatori dei parchi

Le persone che si recano nei parchi per svago, brevi soggiorni o vacanze desiderano farsi sedurre dal fascino della natura, dai paesaggi unici e dalla diversità culturale. Una visita al parco consente di staccare dalla routine quotidiana e vivere momenti di relax e ispirazione. I visitatori soddisfano così il loro bisogno di attività fisica o di contemplazione nella natura; scoprono, si meravigliano, imparano, assaporano, approfittano delle offerte culturali o si aspettano di incontrare altre persone.

Una visita consapevole a un parco presuppone che le persone abbiano già familiarità con il concetto di parco d'importanza nazionale e possibilmente con il marchio Parco.

Le persone che visitano ripetutamente i parchi non solo ampliano e approfondiscono le loro conoscenze, ma sviluppano anche un legame emotivo con essi. Esperienze, ispirazione e ricordi sono i valori che i visitatori portano con sé quanto tornano alla loro vita quotidiana.

2.3.3 Acquirenti di beni e servizi certificati

I beni e i servizi certificati con il marchio Prodotto dei parchi svizzeri sono apprezzati perché regionali, sostenibili e autentici.

Gli acquirenti sono sensibili al fatto che questi beni e servizi

- provengono dal territorio di un parco d'importanza nazionale;
- sono realizzati principalmente con risorse provenienti dal territorio da imprese locali a filiera corta;
- promuovono l'economia regionale;
- rispettano i principi dello sviluppo sostenibile sotto diversi aspetti (natura e paesaggio, economia circolare regionale, dimensione etica e sociale e impegno per gli obiettivi del parco);
- sono dei prodotti di qualità che offrono sapori ed esperienze uniche.

Ogni bene o servizio certificato ha la propria identità e la propria storia. L'apprezzamento dei consumatori porta a una maggiore disponibilità a pagare un prezzo che copra i costi della produzione su piccola scala, artigianale e sostenibile.

2.3.4 Abitanti dei Comuni dei parchi

Gli abitanti delle comunità dei parchi sono consapevoli di vivere in una regione particolare e sono orgogliosi dei suoi elevati valori paesaggistici, naturali e culturali. Per questo motivo colgono l'opportunità di sviluppare collettivamente e in modo sostenibile il territorio comunale in parco d'importanza nazionale e/o di garantire la libera evoluzione dei processi naturali in determinate zone.

La popolazione dei Comuni del parco trova nella politica dei parchi della Confederazione uno strumento che le permette di plasmare attivamente la propria regione e il suo futuro. Il parco quindi non solo amplia il suo campo d'azione, ma garantisce anche una partecipazione in cui le persone possono essere coinvolte. Questo impegno collettivo rafforza il senso di comunità e di identificazione con la regione.

La motivazione a sostenere il parco si fonda sui principi «prospettiva, identificazione e impegno»:

- la prospettiva è l'opportunità di promuovere l'economia regionale in sintonia con la natura;
- l'identificazione rappresenta sia il senso di appartenenza, che si sviluppa attraverso le attività comuni, sia il legame con il luogo o la regione che ospita il parco;
- l'impegno, infine, esprime la necessità di poter contribuire in modo utile e costruttivo.

I parchi hanno formulato sette valori per definire la loro cooperazione basata sul partenariato:³

- mettiamo la natura e il paesaggio al centro delle nostre priorità;
- sosteniamo l'economia locale;
- impariamo gli uni dagli altri;
- offriamo prodotti e servizi innovativi di alta qualità;
- coltiviamo l'identità della nostra regione;
- lavoriamo in modo etico e rispettoso;
- diffondiamo i valori dei nostri parchi.

Grazie al loro impegno, i parchi e i loro abitanti forniscono prestazioni per tutta la popolazione svizzera, che li utilizza e li apprezza.

3 Cfr. sito web della Rete dei parchi svizzeri: www.parks.swiss/valori

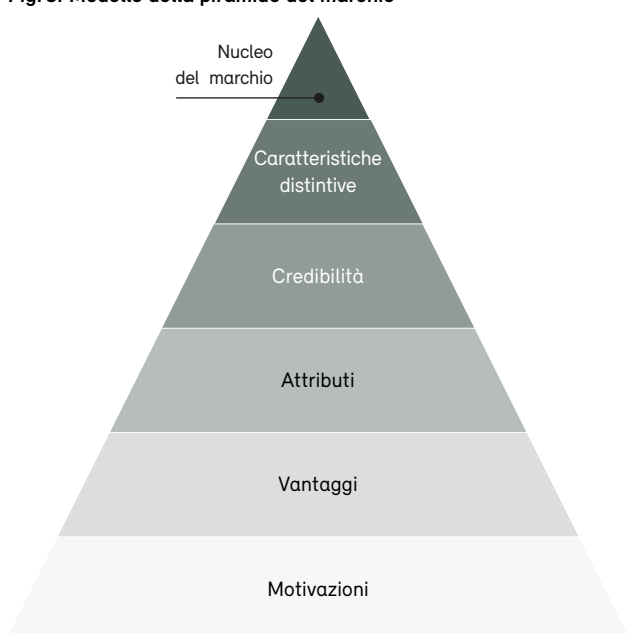
2.4 Il profilo del marchio PARCHI SVIZZERI

Il profilo del marchio PARCHI SVIZZERI si basa sul modello della piramide del marchio (fig. 3).⁴ È costituito da sei blocchi tematici (motivazioni, vantaggi, attributi, credibilità e caratteristiche distintive) che partono dalla base della piramide, relativa alle motivazioni del gruppo target, per arrivare fino all'apice, dedicata all'essenza o al nucleo del marchio.

Il marchio PARCHI SVIZZERI svolge diverse funzioni:

- serve a fare conoscere i marchi Parco e Prodotto dei parchi svizzeri;
- attraverso il marchio Parco, attesta il riconoscimento della Confederazione, costituisce un elemento d'identificazione per la popolazione che risiede nel perimetro del parco e funge da ambasciatore presso il vasto pubblico;
- attraverso il marchio Prodotto dei parchi svizzeri, rappresenta un sigillo di qualità per beni e servizi, uno strumento di marketing e un ambasciatore nei confronti degli acquirenti;
- nell'ambito della segnaletica il marchio è uno strumento informativo e orientativo.

Fig. 3: Modello della piramide del marchio



2.4.1 Motivazioni

I quattro gruppi target hanno motivazioni diverse per entrare in contatto con il marchio PARCHI SVIZZERI:

- numerose persone in Svizzera apprezzano i paesaggi attraenti di elevato valore ecologico e culturale. Trovano che i parchi svizzeri siano preziosi e importanti per preservare e promuovere tali paesaggi;
- i visitatori dei parchi svizzeri desiderano esplorare e scoprire il mondo dei parchi ovvero contribuire con il loro impegno personale a sostenere i parchi e valori che veicolano;
- i consumatori apprezzano i beni autentici e sostenibili fabbricati artigianalmente da produttori locali. I beni e i servizi dei parchi presentano non solo caratteristiche specifiche e qualità particolari ma rimandano a una storia;
- la popolazione dei Comuni nel perimetro del parco è orgogliosa degli elevati valori paesaggistici, naturali e culturali. Grazie allo strumento «Parco d'importanza nazionale» ha l'opportunità di sviluppare la regione in modo sostenibile e partecipativo. La comunità organizzata intorno al parco sviluppa prospettive economiche e sociali preservando anche habitat naturali di pregio.

2.4.2 Vantaggi

I vantaggi del marchio PARCHI SVIZZERI sono declinati nelle seguenti dimensioni:

- i parchi svizzeri si contraddistinguono per i loro splendidi paesaggi, una ricca biodiversità e preziosi beni culturali. La popolazione locale si prende cura di questi valori e a sua volta si sente da ciò valorizzata;
- i parchi invitano a immergersi in questi speciali habitat, utilizzarli come fonte di ristoro e ispirazione, partecipare e impegnarsi in prima persona per il loro bene;
- per i consumatori i beni e i servizi certificati significano poter consumare prodotti sicuri, sostenibili e locali, fruirne pienamente e vivendo così l'universo dei parchi in modo autentico;
- i parchi creano valore aggiunto per la natura, la società e l'economia della loro regione.

⁴ Fonte: p. es. Feige, Stephan; Tomczak, Torsten; Wälty, Hans F. (2008): Ich bin auch eine Marke, in: Absatzwirtschaft, Sonderheft 2008, p. 54-58.

2.4.3 Attributi

La specificità del marchio è definita dai seguenti attributi:

- elevati valori naturalistici, paesaggistici e culturali;
- impegno collettivo a livello regionale;
- coesistenza tra persone e natura;
- diversità e autenticità;
- autodeterminazione e responsabilità.

2.4.4 Credibilità

I vantaggi e gli attributi del marchio sono credibili se:

- le prestazioni dei parchi in qualità di regioni modello sono visibili, tangibili e percepibili dalla popolazione, dai visitatori, dagli acquirenti di beni e servizi e dai residenti dei Comuni del parco;
- i fornitori delle prestazioni dei parchi fondano il loro operato sulle risorse naturali e culturali esistenti e si astengono da attività non adatte al parco specifico;
- l'ente responsabile del parco agisce in modo trasparente e partecipativo;
- nei parchi svizzeri popolazione e Comuni si impegnano a preservare e valorizzare la natura e il paesaggio. In compenso la Confederazione conferisce loro il marchio «Parco d'importanza nazionale».

2.4.5 Caratteristiche distintive

I parchi svizzeri sono certificati d'importanza nazionale e la loro unicità è data dalla combinazione delle caratteristiche seguenti:

- ogni regione che ospita un parco è caratterizzata da diversità naturale, bellezza paesaggistica e ricchezza culturale;
- i Comuni del parco e la loro popolazione si impegnano a preservare e valorizzare questi valori;
- ogni organismo di gestione del parco è dotato di linee guida e strumenti per promuovere la coesistenza tra persone e natura.

2.4.6 Nucleo del marchio PARCHI SVIZZERI

«I parchi svizzeri sono gestiti e sviluppati nel rispetto della diversità della natura, dei paesaggi di pregio e della ricchezza culturale che caratterizza questi territori.»

3 Gestione del marchio

Un'attuazione riuscita della strategia del marchio richiede differenziazione, posizionamento e comunicazione, come anche strumenti per l'assicurazione della qualità, la protezione e il controllo strategico del marchio.

La gestione del marchio si articola intorno alle seguenti cinque aree:

- marchio Parco,
- aiuti finanziari,
- marchio Prodotto,
- comunicazione del marchio,
- controllo strategico.

3.1 Marchio Parco

L'UFAM ha il compito di verificare che i parchi d'importanza nazionale soddisfino i presupposti legali. I requisiti per il conferimento del marchio Parco e la concessione di aiuti finanziari sono definiti nel Manuale per l'istituzione e la gestione di parchi d'importanza nazionale.⁵ Se un parco soddisfa queste condizioni, l'UFAM attribuisce il marchio Parco con durata decennale, che su richiesta e previo superamento di un controllo può essere rinnovato per altri dieci anni. I parchi a cui è conferito il marchio PARCHI SVIZZERI si impegnano a utilizzarlo in conformità al presente manuale. L'UFAM vigila sulla corretta utilizzazione dei marchi Parco e Prodotto dei parchi svizzeri.

3.2 Aiuti finanziari

Nell'ambito degli accordi programmatici nel settore ambientale⁶ Confederazione e Cantoni concordano aiuti finanziari

per i parchi d'importanza nazionale. L'UFAM vigila sul corretto impiego dei fondi da parte dei Cantoni sulla base di resoconti e controlli a campione. In questo contesto verifica anche l'utilizzo del marchio Parco e della relativa segnaletica e l'obbligo del parco di vigilare sull'impiego del marchio Prodotto dei parchi svizzeri da parte di produttori e fornitori di servizi.

3.3 Marchio Prodotto dei parchi svizzeri

Il riconoscimento come parco di importanza nazionale conferisce agli enti responsabili dei parchi il diritto di attribuire il marchio Prodotto dei parchi svizzeri a beni e servizi. Questo marchio distingue i prodotti e servizi provenienti dai parchi svizzeri realizzati nella regione utilizzando risorse locali e secondo i principi dello sviluppo sostenibile. I requisiti sono definiti nell'articolo 11 OPar e sono ulteriormente specificati nella direttiva per il conferimento e l'impiego del marchio Prodotto dei parchi svizzeri.⁷ Nell'ambito dei suoi compiti relativi al marchio Parco e agli aiuti finanziari l'UFAM è responsabile dell'alta vigilanza sul marchio Prodotto dei parchi svizzeri.

3.4 Comunicazione del marchio

La comunicazione del marchio comprende vari campi di attività che possono essere assegnati a diversi attori. Chi utilizza il marchio contribuisce sempre alla sua notorietà e alla costruzione della sua immagine. Ne sono i principali artefici soprattutto i parchi, i beni e servizi certificati, la Rete dei parchi svizzeri e i licenziatari del marchio PARCHI SVIZZERI. Ai sensi dell'articolo 29 capoverso 4 OPar l'UFAM provvede alla sua divulgazione. A tal fine può

⁵ UFAM (ed.) 2014: Manuale per l'istituzione e la gestione di parchi d'importanza nazionale. Comunicazione dell'UFAM in veste di autorità esecutiva ai richiedenti. Ufficio federale dell'ambiente, Berna. Pratica ambientale n. 1414. Con integrazioni del 2018 e 2019.

⁶ UFAM (ed.) 2023: Manuale Accordi programmatici nel settore ambientale. Comunicazione dell'UFAM in veste di autorità esecutiva ai richiedenti. Ufficio federale dell'ambiente, Berna. Pratica ambientale n. 2315. Edizioni aggiornate periodicamente.

⁷ UFAM (ed.) 2025: Parchi d'importanza nazionale: marchio Prodotto dei parchi svizzeri. Direttive per il conferimento e l'impiego del marchio Prodotto dei parchi svizzeri. Pratica ambientale n. 2504.

sostenere gli attori con la concessione di aiuti finanziari, attuare misure proprie o stipulare accordi di licenza con partner per pubblicizzare i parchi e quindi autorizzarli a impiegare il marchio PARCHI SVIZZERI. Per diffondere la conoscenza del marchio, l'UFAM sostiene i parchi anche nel settore della segnaletica concedendo aiuti finanziari.

3.5 Gestione e controllo

3.5.1 Comitato di gestione del marchio

È l'organo di gestione strategica del marchio PARCHI SVIZZERI di cui l'UFAM assume la presidenza. I membri che lo compongono sono la Rete dei parchi svizzeri, gli enti responsabili dei parchi, gli esperti del marchio e i rappresentanti dei Cantoni e della Confederazione.

3.5.2 Manuale del marchio

Il presente manuale costituisce la base per la gestione del marchio. Le disposizioni in esso definite sono vincolanti per tutti gli utilizzatori dopo il conferimento del marchio. Il corretto impiego del marchio PARCHI SVIZZERI è condizione necessaria per un'immagine unitaria dei parchi e la riconoscibilità immediata del logo.

3.5.3 Coaching

In caso di necessità l'UFAM, in collaborazione con la Rete dei parchi svizzeri, sostiene i Cantoni e gli enti responsabili dei parchi nel corretto impiego del marchio PARCHI SVIZZERI.

3.5.4 Controllo

In qualità di proprietario del marchio, l'UFAM controlla l'impiego del marchio PARCHI SVIZZERI. Tale attività si svolge generalmente mediante controlli a campione realizzati nell'ambito degli accordi programmatici con i Cantoni, ai quali spesso sono invitati anche i parchi in qualità di fornitori di servizi. Per gli altri utilizzatori del marchio l'UFAM definisce misure adeguate.

3.5.5 Sostegno delle competenze chiave

Per promuovere competenze chiave nel settore della comunicazione del marchio, l'UFAM sostiene la Rete dei parchi svizzeri nello scambio di esperienze e conoscenze e la cooperazione tra parchi.

3.5.6 Sondaggi sulla notorietà e l'immagine

L'UFAM commissiona periodicamente delle indagini rappresentative in tutta la Svizzera sul grado di notorietà e sull'immagine del marchio PARCHI SVIZZERI come anche sulla percezione e l'impatto delle misure di comunicazione. I risultati sono presentati agli utilizzatori del marchio PARCHI SVIZZERI e utilizzati per la gestione del marchio.

3.5.7 Protezione del marchio e del design

L'UFAM protegge in modo durevole i marchi PARCHI SVIZZERI, Parco e Prodotto dei parchi svizzeri e il design della segnaletica, assicurandone la registrazione permanente presso l'Istituto federale della proprietà intellettuale (IPI). Il marchio e le sue forme applicative sono stati registrati per la prima volta il 29 novembre 2010 per un periodo rinnovabile di 10 anni. Il design della segnaletica è stato depositato per la prima volta il 4 gennaio 2013,⁸ per un periodo rinnovabile di 5 anni. L'UFAM monitora la registrazione di nuovi marchi presso l'IPI che potrebbero violare i diritti di proprietà del marchio PARCHI SVIZZERI.

3.5.8 Gestione dei rischi

L'UFAM adotta misure idonee per ridurre il più possibile e in modo proattivo i rischi legati all'utilizzo abusivo del marchio PARCHI SVIZZERI e del design della segnaletica per poter intervenire adeguatamente in caso di danno.

3.5.9 Contratti di licenza

L'UFAM può stipulare accordi di licenza per l'impiego del marchio PARCHI SVIZZERI con organizzazioni e aziende che desiderano sostenere e promuovere i parchi e la loro notorietà con un impegno personale.

⁸ Numero di registrazione del marchio PARCHI SVIZZERI: v. cap. 1.1.
www.swissreg.ch/database-client/search/query/designs
Numero di design della segnaletica: 139567

4 Veste grafica

Il presente capitolo definisce la veste grafica del marchio PARCHI SVIZZERI e il design della relativa segnaletica che sono vincolanti per tutti gli utilizzatori del marchio. Quest'ultimo non deve essere alterato in alcun modo. Ogni elemento grafico che fa riferimento al marchio PARCHI SVIZZERI deve essere scaricato in originale dal sito www.bafu.admin.ch/parchi.

4.1 Marchio PARCHI SVIZZERI

4.1.1 Forma visiva

La forma visiva del marchio PARCHI SVIZZERI (v. fig. 4) si compone di un riquadro verde al cui interno si trovano

delle scritte disposte a croce. Il riquadro verde presenta una sfumatura di colore radiale. Il verde chiaro è centrato rispetto al margine sinistro e assume una tonalità più scura verso il margine destro. La barra trasversale è costituita dalle parole «PARCHI SVIZZERI» nella rispettiva versione linguistica. La parola «PARCHI» è in bianco, mentre «SVIZZERI» è in nero. La barra verticale della croce è costituita da altre versioni linguistiche della parola «PARCHI» in bianco. I colori e i caratteri sono definiti nei capitoli 4.4 e 4.5.

Se il procedimento di stampa o di visualizzazione lo richiede, il marchio PARCHI SVIZZERI può discostarsi dalla rappresentazione con la sfumatura radiale del verde (v. fig. 5 e cap. 4.4).

Fig. 4: Forma visiva del marchio PARCHI SVIZZERI

Deutsch	Français	Italiano	Rumantsch	English

Fig. 5: Varianti di colore consentite per il marchio PARCHI SVIZZERI

Marchio per l'impiego nella segnaletica: monocolore verde scuro su sfondo verde chiaro	Marchio in bianco e nero con sfumatura (scala di grigi)	Marchio monocromatico in bianco e nero senza sfumatura, regolare e inverso

4.1.2 Dimensioni standard e zona di protezione

Il marchio PARCHI SVIZZERI nelle sue dimensioni standard è un quadrato con un bordo di 16 millimetri, circondato da una zona di protezione di 0,5 millimetri (v. fig. 6). Quest'ultima deve rimanere sempre libera e non contenere alcun elemento, ad eccezione dello sfondo. Se il contrasto tra il marchio e lo sfondo risulta debole, la zona di protezione deve essere bianca.

La zona di protezione circostante corrisponde sempre al 3,125 per cento della lunghezza del bordo del marchio PARCHI SVIZZERI. A partire da una dimensione minima di 12 × 12 millimetri, il marchio può essere scalato a qualsiasi dimensione (v. tab. 2).

4.1.3 Varianti di forma e dimensioni minime

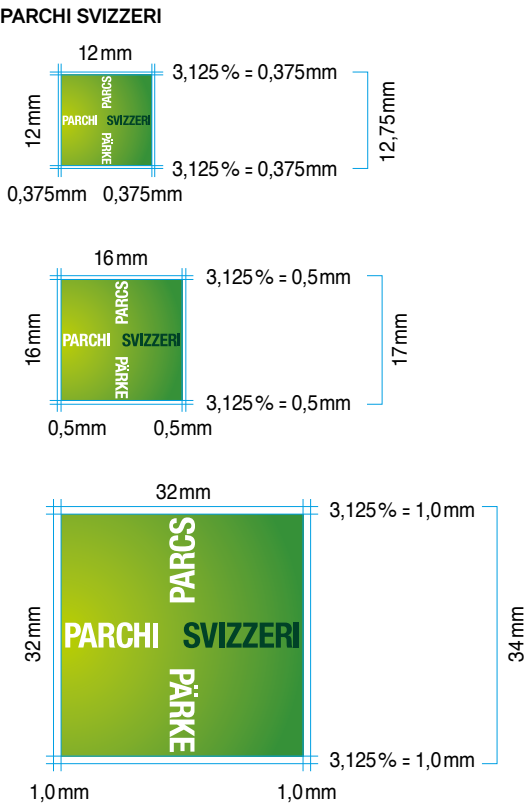
Può accadere che la forma quadrata del marchio non possa essere riprodotta in uno specifico canale di

comunicazione (p. es. nei social media se viene visualizzata solo la forma circolare del logo del mittente) o che un dispositivo (p. es. uno smartphone) non consenta di riprodurre le dimensioni minime. In presenza di tali limitazioni imperative e inalterabili, è possibile derogare alla forma quadrata e alle dimensioni minime.

La dimensione minima di 12 millimetri di lunghezza del bordo può essere ridotta se l'area del design è inferiore a 50 centimetri quadrati (p. es. biglietto da visita, etichette di prodotti, applicazioni web con design reattivo). In questo caso la lunghezza minima del bordo è di 9 millimetri (v. anche cap. 4.3.2).

L'UFAM deve essere informato di queste variazioni di forma e dimensioni.

Fig. 6: Dimensioni standard e zona di protezione del marchio



Tab. 2: Dimensioni correnti del marchio PARCHI SVIZZERI

Lunghezza del bordo	Zona di protezione (= 3,125 % della lunghezza del bordo)	Superficie, compresa la zona di protezione
12 mm	0,375 mm	12,75 × 12,75 mm
16 mm	0,5 mm	17 × 17 mm
32 mm	1,0 mm	34 × 34 mm

4.2 Marchio Parco

4.2.1 Forma visiva del marchio Parco

Il marchio Parco è composto dal marchio vero e proprio e dalla denominazione della categoria «PARCO NAZIONALE», «PARCO NATURALE REGIONALE» o «PARCO NATURALE PERIURBANO». La categoria del parco è disposta all'interno di una griglia (v. fig. 7) composta in base al quadrato del marchio (v. cap. 4.1.2).

Il marchio Parco è disponibile per ogni categoria nelle cinque lingue: tedesco, francese, italiano, romancio e inglese (v. fig. 8).

4.2.2 Marchio «Candidato»

Se il Cantone presenta domanda all'UFAM, durante la fase di istituzione i parchi possono utilizzare il marchio «Candidato» (v. fig. 9), la cui struttura visiva è identica a quella del marchio Parco. La designazione della categoria di parco è preceduta da «KANDIDATUR», «CANDIDAT», «CANDIDATO», «CANDIDATS» o «CANDIDATE».

Fig. 7: Marchio Parco composto da marchio e categoria del parco nella griglia di quadrati

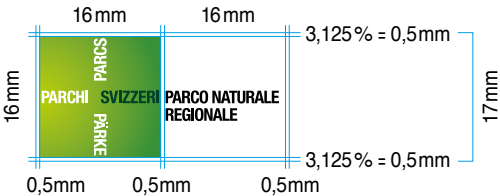


Fig. 8: Marchio parco per le categorie parco nazionale, parco naturale regionale e parco naturale periurbano

	Deutsch	Français	Italiano	Rumantsch	English
Parco nazionale					
Parco naturale regionale					
Parco naturale periurbano					

Fig. 9: Forma visiva del marchio «Candidato» sulla base dell'esempio di un parco naturale regionale

	Deutsch	Français	Italiano	Rumantsch	English
Candidato Parco Naturale Regionale					

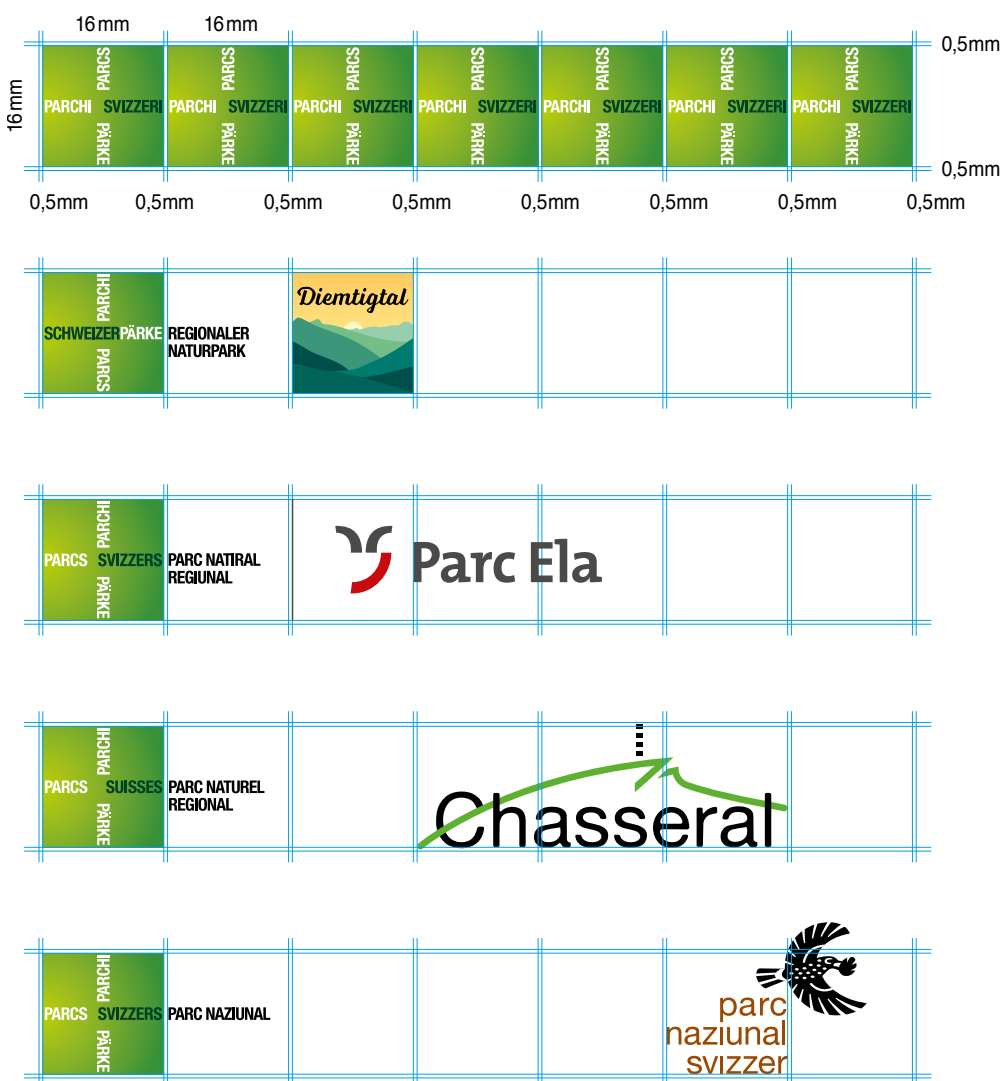
4.2.3 Marchio Parco personalizzato

Ogni parco d'importanza nazionale è autorizzato ad aggiungere il proprio logo individuale al marchio Parco attribuito dall'UFAM, seguendo il sistema della griglia di quadrati (v. fig. 10). La lunghezza del lato di ogni quadrato corrisponde a quella del marchio PARCHI SVIZZERI. La distanza tra due quadrati corrisponde alla larghezza della zona di protezione (= 3,125 % della lunghezza del bordo del marchio).

Il logo individuale del parco va posizionato nella griglia secondo i criteri seguenti:

- l'altezza del logo individuale del parco corrisponde a quella del marchio Parco;
- il logo individuale del parco va posizionato a destra del marchio Parco e allineato a sinistra in un quadrato qualsiasi;
- gli elementi decorativi del logo individuale del parco possono sporgere oltre la griglia, a condizione che venga mantenuta l'impressione ottica della disposizione a griglia.

Fig. 10: Sistema della griglia di quadrati per la progettazione del marchio Parco personalizzato



4.3 Marchio Prodotto dei parchi svizzeri

4.3.1 Forma visiva del marchio Prodotto dei parchi svizzeri

La forma visiva del marchio Prodotto dei parchi svizzeri è identica a quella del marchio PARCHI SVIZZERI (v. fig. 11).

4.3.2 Impiego del marchio Prodotto dei parchi svizzeri

La lunghezza minima del bordo del marchio Prodotto dei parchi svizzeri dipende dall'area di composizione dell'etichetta su cui viene applicato (v. tab. 3). La larghezza della zona di protezione è identica a quella del marchio PARCHI SVIZZERI.

L'UFAM raccomanda agli enti responsabili dei parchi di definire in un regolamento che il marchio Prodotto dei parchi svizzeri deve sempre essere impiegato in combinazione con il logo o il nome del parco.

4.3.3 Co-branding

I produttori di merci e i fornitori di servizi sono liberi di scegliere quali altri marchi utilizzare per contrassegnare i loro beni e servizi certificati. Nel caso del co-branding i loghi devono essere disposti in modo da rispettare le specifiche di tutti i marchi. Nella progettazione dell'etichetta occorre sempre considerare la dimensione minima del marchio Prodotto dei parchi svizzeri in funzione dell'area di composizione e la zona di protezione.

Tab. 3: Dimensione minima del marchio Prodotto dei parchi svizzeri a seconda dell'area di composizione

Area di composizione dell'etichetta	Superficie minima del marchio Prodotto	Zona di protezione (= 3,125 % della lunghezza del bordo)
< 50 cm ²	9 × 9 mm	0,28 mm
50–200 cm ²	12 × 12 mm	0,375 mm
> 200 cm ²	16 × 16 mm	0,5 mm

Fig. 11: Forma visiva del marchio Prodotto dei parchi svizzeri nelle 5 versioni linguistiche

Deutsch	Français	Italiano	Rumantsch	English

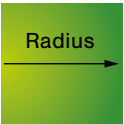
4.4 Definizione cromatica

4.4.1 Colori standard

Il marchio PARCHI SVIZZERI con la sfumatura di colore radiale dal verde chiaro al verde scuro viene utilizzato in tutti i processi di stampa e visualizzazione che possono produrre questa sfumatura di colore, ad eccezione della segnaletica. Il raggio della sfumatura corrisponde alla linea di base del quadrato (v. fig. 12).

I colori e le tonalità di grigio per il marchio PARCHI SVIZZERI e il marchio Parco sono definiti nel seguito (v. tab. 4).

Fig. 12 (a destra): Rappresentazione della sfumatura di colore radiale dal verde chiaro al verde scuro



Tab. 4: Definizione cromatica del marchio PARCHI SVIZZERI e del marchio Parco

	Marchio Parco a colori		Marchio Parco in bianco e nero (scala di grigi)	
Spazio cromatico	CMYK	RGB	CMYK	RGB
Valore di riferimento verde chiaro				
Valore di riferimento verde scuro				
Scritta «SCHWEIZER», «SUISSES», «SVIZZERI», «SVIZZERS», «SWISS»				
Scritta «PÄRKE», «PARCS», «PARCHI», «PARCS», «PARKS»				
Designazione della categoria				

4.4.2 Colori per l'impiego nella segnaletica

Va utilizzato sempre il marchio con sfondo verde scuro monocromatico (v. fig. 13).

Nell'ambito della segnaletica si applicano i valori cromatici (v. tab. 5) indicati nel seguito.

Questa combinazione di colori per il marchio PARCHI SVIZZERI è obbligatoria per le applicazioni nell'ambito della segnaletica.

Fig. 13: Marchio per l'impiego nella segnaletica

Deutsch	Français	Italiano	Rumantsch	English

Tab. 5: Definizione cromatica del marchio PARCHI SVIZZERI nell'ambito della segnaletica

Spazio cromatico	NCS (tonalità originale)	CMYK (approssimativamente)	Pantone (approssimativamente)
Verde scuro	S 3060-G20Y	C 100 M 0 Y 100 K 0	Pantone 347
Verde chiaro Scritta «SCHWEIZER», «SUISSES», «SVIZZERI», «SVIZZERS», «SWISS»	S 1075-G50Y	C 30 M 0 Y 100 K 0	Pantone 381
Scritta «PÄRKE», «PARCS», «PARCHI», «PARCS», «PARKS»	Bianco 100 % coprente	C 0 M 0 Y 0 K 0	Bianco

Tab. 6: Applicazione del marchio Parco su sfondo a basso contrasto

Variente	Variente A: zona di protezione bianca intorno a tutto il marchio Parco	Variente B: zona di protezione bianca intorno al marchio PARCHI SVIZZERI, designazione della categoria di parco in carattere bianco inverso
Rappresentazione grafica		
Specifiche	Zona di protezione: secondo griglia di quadrati (fig.10) Scritta categoria di parco: nero 100K o R0 G0 B0	Zona di protezione: secondo griglia di quadrati (fig. 10) Scritta categoria di parco: bianco 0K o R 255 G 255 B 255

4.4.3 Varianti consentite rispetto ai colori standard nel marchio Parco

Per il marchio PARCHI SVIZZERI è definita una zona di protezione di cui al capitolo 4.1.2 che su uno sfondo a basso contrasto deve essere bianca. Anche per il marchio Parco può accadere che la designazione della categoria di parco in caratteri neri risalti troppo poco sullo sfondo. In questo caso sono ammesse le soluzioni indicate nel seguito (v. tab. 6).

4.4.4 Varianti consentite rispetto ai colori standard nel marchio Prodotto dei parchi svizzeri

In taluni casi si rende necessaria un'applicazione monocromatica in bianco e nero o in un altro colore, ad esempio

in caso di stampa monocromatica su una superficie dotata di una propria tonalità, come quella dei materiali da imballaggio. Tale applicazione è consentita a condizione che l'intera composizione delle etichette o dell'imballaggio sia monocromatica.

In questo tipo di stampa, la scritta a croce e la linea del quadrato saranno stampate nello stesso colore. Se lo sfondo è scuro, si sceglierà il bianco o un altro colore chiaro ad alto contrasto; se invece è chiaro, si opterà per il nero o un altro colore scuro (v. tab. 7). La scelta del colore deve seguire i principi di una buona composizione.

Tab. 7: Esempi del marchio Prodotto dei parchi svizzeri in applicazioni monocromatiche

Marchio prodotto monocromatico Materiale del supporto chiaro Colore del marchio nero/scuro			
Marchio prodotto monocromatico inverso Materiale del supporto scuro Colore del marchio bianco/chiaro			
Marchio prodotto monocromatico lineare Materiale del supporto chiaro Colore del marchio nero/scuro			
Marchio prodotto monocromatico lineare inverso Materiale del supporto scuro Colore del marchio bianco/chiaro			

4.5 Definizione della scritta

Le scritte a croce vengono stampate con il carattere Neue Helvetica 77 Bold Condensed. Il corpo del carattere è di 7 pt nelle dimensioni standard del marchio PARCHI SVIZZERI (16 × 16 mm), di 14 pt per il formato di 32 × 32 millimetri e di 5 pt per la misura 12 × 12 millimetri (v. fig. 14). Nella croce alcune lettere sono state adattate per motivi di spazio. Per questo motivo è necessario utilizzare sempre i file del marchio forniti dall'UFAM.

La categoria del parco va scritta con il carattere Neue Helvetica 47 Light Condensed.

Fig. 14: Set dei caratteri del marchio PARCHI SVIZZERI e del marchio Parco

Helvetica Neue 77

A B C D E F G H I J K L M N
O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n
o p q r s t u v z () & ? !
Ä ä É é Ë ë Ò ò Ù ü Ì ì Ö ö
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 . , ; : - ' /



4.6 Design della segnaletica

Il presente capitolo definisce il corretto utilizzo degli elementi della segnaletica. Il rispetto di queste regole di base è importante per due motivi:

- assicura il rispetto dei requisiti materiali per ottenere gli aiuti finanziari di cui all'articolo 2 OPar nell'ambito della segnaletica;
- protezione: il design della segnaletica con le caratteristiche descritte nel seguito è stato depositato dall'UFAM presso l'Istituto federale della proprietà intellettuale (IPI) ed è quindi protetto. Per l'utilizzo di questo design, l'UFAM stipula un accordo con i singoli parchi.

La segnaletica assicura la visibilità e il riconoscimento dei parchi svizzeri in loco ed ha i seguenti compiti e funzioni:

- indicare/contrassegnare le destinazioni;
- segnalare i sentieri e le vie di comunicazione;
- comunicare informazioni.

4.6.1 Rapporto tra la segnaletica dei parchi svizzeri e altri sistemi di segnalazione e informazione

La segnaletica dei parchi svizzeri è un sistema completo di segnalazione, guida e informazione negli spazi pubblici. I responsabili della sua implementazione sono da un lato gli enti responsabili dei parchi e quindi i Comuni che ospitano questi parchi e dall'altro i Cantoni attraverso l'impiego dei fondi concessi tramite gli aiuti finanziari. La pianificazione della segnaletica è quindi essenziale per rispettare i requisiti di Confederazione e Cantoni, in quanto proprietari delle strade e autorità preposte all'approvazione e all'implementazione di altri sistemi di segnalazione e informazione. Occorre inoltre tenere conto anche delle norme cantonali e comunali relative ai progetti di costruzione e delle disposizioni di diritto civile applicabili ai proprietari privati di fondi.

Segnaletica turistica su autostrade e semiautostrade

I Cantoni sono responsabili dell'implementazione della segnaletica turistica. Hanno perciò la possibilità di segnalare agli utenti della strada mete o regioni turistiche importanti. Si applicano le «Istruzioni relative alla segnaletica turistica su autostrade e semiautostrade» (USTRA 14.5.2012),⁹ secondo le quali il sistema comprende cartelli di annuncio e di benvenuto. Per la loro rilevanza, i parchi d'importanza nazionale possono essere segnalati con un proprio pannello segnaletico a condizione che il parco non disti più di 30 chilometri dalla successiva uscita autostradale. Il solo logo ammesso è il marchio PARCHI SVIZZERI. Questa segnaletica turistica non fa parte del sistema di segnalazione dei parchi e di conseguenza non consente di ottenere gli aiuti finanziari in base agli accordi programmatici nel settore ambientale.

Segnali di direzione

Per poter raggiungere le mete all'interno di un parco, ovvero perché sia assolta la funzione di segnalazione di sentieri e vie di comunicazione, gli utenti devono trovare ad ogni bivio l'indicazione della destinazione e della direzione da seguire. Spesso la continuità di queste informazioni è già garantita dai sistemi di segnalazione stradale (secondo l'ordinanza sulla segnaletica stradale, OSStr) o da quelli di Sentieri Svizzeri e di SvizzeraMobile per la mobilità lenta.

I segnali di direzione dei parchi svizzeri devono essere utilizzati solo a titolo complementare se una destinazione del parco non è servita dai sistemi consolidati o la continuità dell'informazione non è assicurata. Per questo motivo l'analisi dei bisogni deve sempre prevedere la realizzazione di un inventario.

⁹ www.astra.admin.ch > Area tecnico-amministrativa > Esecuzione normative stradali > Documenti > Istruzioni > Istruzioni relative alla segnaletica turistica su autostrade e semiautostrade (PDF, 159 kB, 14.5.2012)

Segnalazione delle aree protette svizzere

Per le aree protette dell'infrastruttura ecologica e le relative indicazioni per i visitatori, esiste già a livello nazionale un sistema uniforme di segnalazione.¹⁰ Tutti i parchi d'importanza nazionale comportano delle aree protette nel loro territorio. La segnalazione dei perimetri delle aree protette con l'indicazione di regole di comportamento e basi legali non deve mai essere realizzata mediante il sistema di segnaletica dei parchi svizzeri.

Per informare e guidare i visitatori nelle aree protette è invece possibile utilizzare sia i pannelli informativi per visitatori del sistema di segnalazione delle aree protette svizzere sia la segnaletica dei parchi svizzeri. Poiché i Cantoni sono responsabili di entrambi i sistemi e ricevono aiuti finanziari dall'UFAM, è il Cantone a decidere, d'intesa con le parti interessate, il sistema di informazione per i visitatori.

4.6.2 Criteri di composizione per la segnaletica dei parchi svizzeri

L'identità visiva comune degli elementi della segnaletica è garantita da tre criteri di composizione che devono essere soddisfatti in modo cumulativo:

- a. proporzioni** del pannello indipendente nella sezione aurea;
- b. colori** di supporto e pannello;
- c. grafica** con griglia, impaginazione e tipografia.

Su richiesta è possibile derogare da singole specifiche se ciò è necessario a causa di requisiti imperativi, ad esempio quando gli elementi della segnaletica sono collocati in luoghi in cui la Confederazione o il Cantone sono proprietari della strada o del fondo. Ogni deroga dai criteri di composizione richiede l'approvazione dell'UFAM in quanto proprietario del design della segnaletica, e responsabile per la concessione di aiuti finanziari.

¹⁰ UFAM (ed.) 2016: Aree protette svizzere: manuale di segnaletica. Comunicazione dell'UFAM in veste di autorità esecutiva ai richiedenti. Ufficio federale dell'ambiente, Berna. Pratica ambientale n. 1614: 85 p.

a. Proporzioni

Le proporzioni orizzontali dell'elemento segnaletico indipendente si basano sulla sezione aurea indicata con il simbolo matematico Φ = Phi (v. fig. 15).

La sezione aurea ricorre spesso in natura (botanica, zoologia, proporzioni degli arti e del viso umani). Questo rapporto tra le proporzioni è considerato fin dall'antica Grecia la quintessenza dell'estetica e dell'armonia.

L'altezza del pannello e quindi le proporzioni verticali sono determinate dal formato del pannello scelto per motivi economici (al fine di evitare gli scarti di taglio). Il rapporto tra larghezza e altezza del pannello è di 0,5–0,55 per i pannelli stretti e di 0,65–0,70 per quelli normali.

b. Colori

Il design della segnaletica è definito nei colori indicati nella tabella 8 (v. anche fig. 16) per il supporto, il pannello e il marchio per l'impiego nella segnaletica (v. cap. 4.4.2).

L'impiego del marchio PARCHI SVIZZERI con la sfumatura radiale è vietato nella segnaletica.

Fig. 15: Proporzioni di supporto e pannello nella sezione aurea

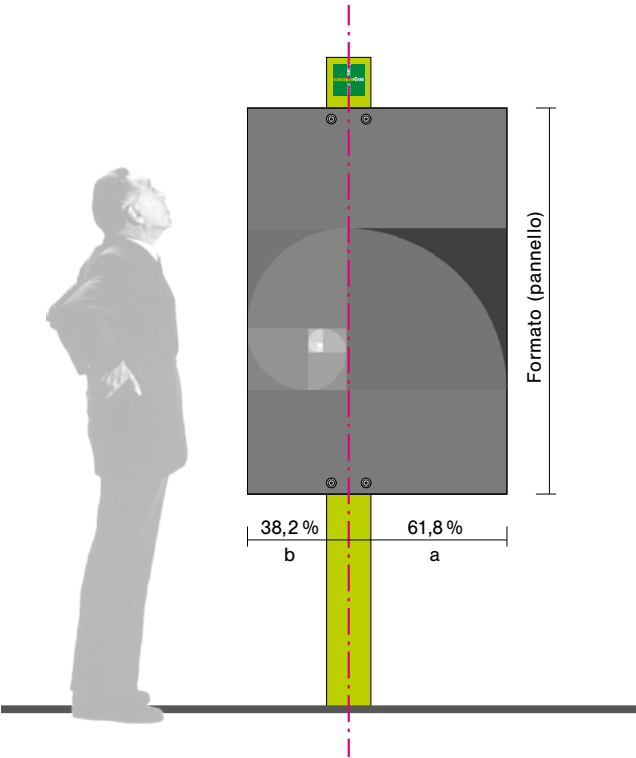
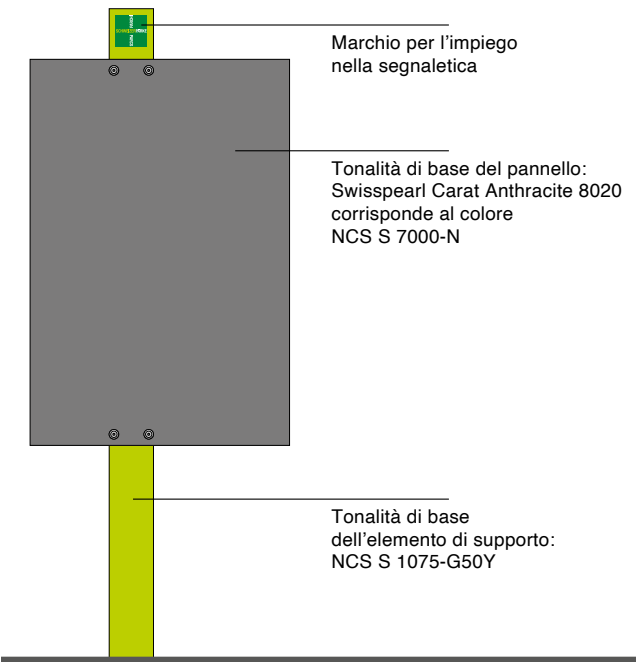


Fig. 16: Colori degli elementi della segnaletica



Tab. 8: Definizione dei colori degli elementi della segnaletica

Elemento di supporto verde	NCS S 1075-G50Y
Tonalità di base del pannello	NCS S 7000-N
Marchio per l'impiego nella segnaletica	

c. Grafica

La grafica è una componente essenziale per la ricezione funzionale e l'estetica. Comprende le seguenti tre aree di impatto (v. fig. 17):

- gerarchia dei marchi;
- griglia e impaginazione;
- tipografia.

Gerarchia dei marchi

Il marchio per l'impiego nella segnaletica deve essere collocato sull'elemento di supporto verde. Nei supporti indipendenti il marchio va applicato sopra al pannello (v. fig. 17). Nei pannelli montati a parete il marchio si trova sopra all'elemento di supporto verde sulla sinistra del pannello (v. fig. 18).

Griglia e impaginazione

La concezione grafica del pannello (layout) è un elemento essenziale per conferire un'immagine di qualità all'intera installazione. L'area di composizione grafica è rappresentata da una griglia con la suddivisione seguente (v. fig. 18):

- struttura orizzontale: serie di linee di base con uno spazio ogni 50 pt (=17,64 mm);
- struttura verticale: alternanza di colonne di 40 millimetri e barre di 20 millimetri. Una colonna delimita l'area di composizione a destra e a sinistra;
- per i pannelli di formato standard sono disponibili dei modelli di impaginazione digitali.

Fig. 17: Le tre aree di impatto della grafica

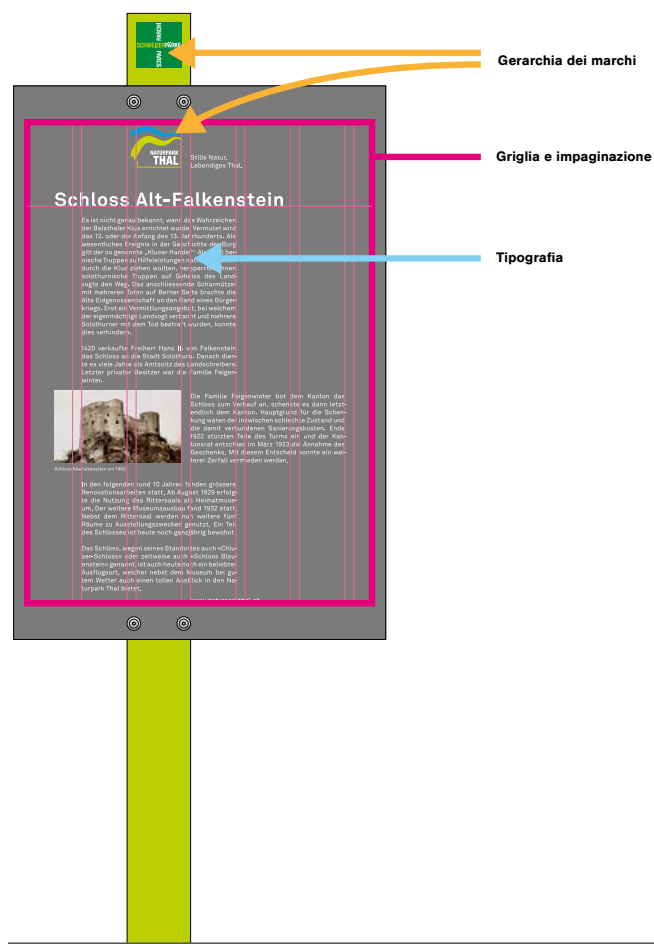
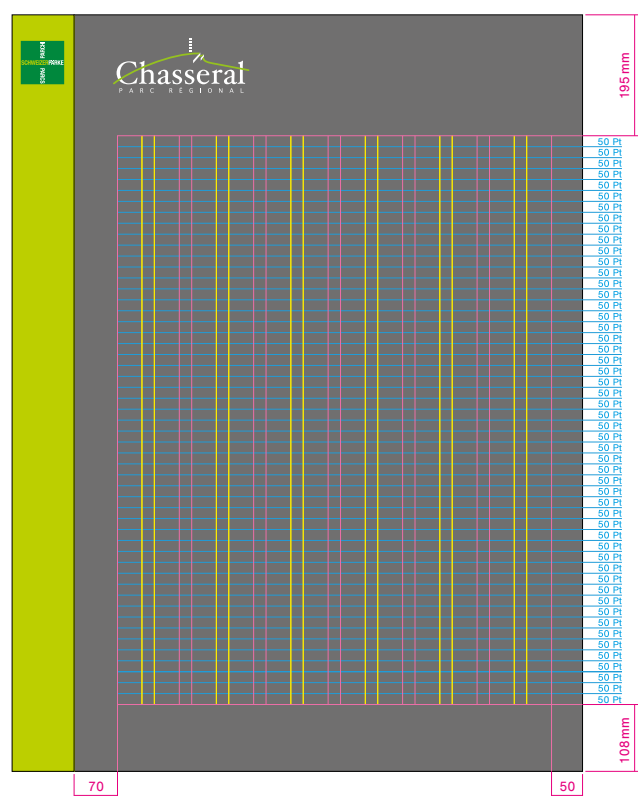


Fig. 18: Griglia di impaginazione sulla base di un esempio di pannello per il montaggio a parete



Tipografia

La famiglia di caratteri utilizzata è «Akkurat». Per garantire la buona leggibilità dei caratteri, il formato si limita agli stili normale e grassetto e alle dimensioni 120 pt per i titoli, 40 pt per il testo normale e 28 pt per il testo piccolo e le legende (nel caso del modello «pannello informativo»). Il corsivo è riservato esclusivamente al testo in una seconda lingua.

Tutti i testi sono scritti esclusivamente in bianco.

4.6.3 Materiali

La segnaletica dei parchi svizzeri prevede l'acciaio per gli elementi di supporto e l'Eternit per i pannelli (pannello per parapetti in fibre di Eternit Swisspearl Carat Anthracite 8020, 12 mm). I materiali sono stati scelti sulla base di numerose prove per garantire la durata del sistema. Tutti i progetti redatti per l'implementazione della segnaletica sono stati concepiti appositamente per questi due materiali; soltanto la loro attuazione conforme garantisce la durata degli elementi della segnaletica. Le modifiche al progetto o errori di installazione aumentano notevolmente il rischio di danni ai pannelli.

A proprio rischio è possibile utilizzare materiali alternativi che devono comunque presentare le caratteristiche seguenti:

- capacità di integrarsi nell'ambiente sia naturale che urbano;
- materiali rispettosi dell'ambiente, con una resistenza equivalente al vento, alle intemperie e all'invecchiamento;
- capacità di preservare in modo duraturo i colori della segnaletica (assenza di fenomeni di sfogliatura o sbiadimento).

Gli elementi di segnalazione che non presentano queste caratteristiche possono essere esclusi dagli aiuti finanziari.

4.6.4 Tabella riassuntiva di requisiti e raccomandazioni per la segnaletica

La tabella 9 riassume i requisiti obbligatori, le raccomandazioni e le possibili alternative per la realizzazione della segnaletica.

4.6.5 Buoni esempi di segnaletica

A integrazione del presente manuale, sulla rete Intranet della Rete dei parchi svizzeri è disponibile la guida pratica «Anwendung Marke SCHWEIZER PÄRKE», contenente buoni esempi di segnaletica e modelli digitali per la progettazione e la produzione.

Tab. 9: Riepilogo di requisiti e raccomandazioni per la segnaletica

Caratteristica	Elemento	Requisito	Raccomandazione	Possibili alternative
Proporzioni	Pannello indipendente	Formato verticale, proporzioni orizzontali nella sezione aurea	–	–
	Formati per pannelli indipendenti e a parete	Formato verticale	Secondo tipologia e design o progetti	Formato verticale con un rapporto L:H di 0,5–0,55 per i pannelli stretti e 0,65–0,70 per quelli di larghezza normale
Colorazione	Elemento di supporto	NCS S 1075-G50Y	–	–
	Pannello	NCS S7000-N	–	–
	Marchio per l'impiego nella segnaletica		–	–
Grafica	Layout del pannello	Gerarchia del marchio, griglia di composizione, layout e tipografia	–	–
Materiali	Supporto	Qualità di integrazione, rispetto dell'ambiente, resistenza dei materiali e dei colori	A seconda del tipo di pannello: profili cavi in acciaio, putrelle a flangia larga o tubi in ferro zincato.	Legno
Materiali	Pannello	Qualità di integrazione, rispetto dell'ambiente, resistenza dei materiali e dei colori	pannello per parapetti in fibre di Eternit Swisspearl Carat Anthracite 8020, 12 mm	Legno, metallo