



L'immagine del Centenario palladiano si basa su quello che Howard Burns ha definito il "Palladio's Architectural System", vale a dire la capacità di Palladio di pensare la propria architettura come composizione di cellule elementari modulari che, assemblate in modo creativo, generano i diversi edifici.

Il marchio del Centenario palladiano è stato pensato quindi come un oggetto tridimensionale, la cui declinazione primaria è un'immagine bidimensionale, che si configura come una sorta di "timbro": il marchio che presentiamo oggi. Il secondo stadio del progetto, attualmente *in progress*, è l'ingegnerizzazione del concetto base per tradurla in un oggetto tridimensionale componibile, che prodotto in serie - colorato e a diverse scale - sarà usato come oggetto promozionale dell'evento.

La dicitura *Andrea Palladio 500* è stata pensata per poter essere letta in più lingue, e per poter essere utilizzata anche oltre il 31 dicembre 2008. Il *font* scelto è di disegno contemporaneo, che rilegge con grazia i caratteri tipografici cinquecenteschi.

Art direction: Cibic Workshop
Logo design: Aldo Cibic con im'z