

Comunicato stampa

ROMA IN UN'IMMAGINE

*Anche la capitale d'Italia, come altre metropoli internazionali,
avrà il suo brand caratteristico, simbolo di tradizione e di futuro*

Roma, 16 settembre 2010

Anche Roma da oggi avrà il suo marchio per la promozione culturale e turistica della città. Sarà un nuovo logo che non andrà a sostituire quello istituzionale, ma servirà a rafforzare l'immagine di Roma a livello nazionale ed internazionale, sarà utilizzato per la comunicazione e per il merchandising.

Il marchio è stato selezionato tra le **1103 proposte** pervenute al concorso nazionale di idee Roma in un'immagine, indetto nel luglio 2009 **dall'Assessorato alle Politiche Culturali e della Comunicazione del Comune di Roma** in collaborazione con la **Facoltà di Scienze della Comunicazione della Sapienza Università di Roma**.

Il concorso era rivolto ad agenzie e professionisti della comunicazione, a studenti o laureati, senza limiti di età, nei settori del Graphic Design, della Comunicazione Visiva, della Pubblicità, delle Belle Arti, dei Beni Culturali.

Il bando chiedeva di **interpretare in chiave contemporanea l'immagine della Lupa Capitolina**, simbolo della fondazione di Roma, abbinata all'espressione testuale/logotipo "Roma".

Da molte Regioni d'Italia hanno risposto con entusiasmo, fantasia e professionalità. I progetti sono stati valutati attentamente da una commissione presieduta dal Preside della Facoltà di Scienze della Comunicazione della Sapienza Università di Roma Mario Morcellini e composta da esperti nel campo della comunicazione, del graphic design e del marketing.

La valutazione è stata effettuata in base ai seguenti criteri: innanzitutto i prerequisiti presenti nel bando, poi originalità e riconoscibilità, creatività e attualità stilistica, efficacia del sistema comunicativo, flessibilità e riproducibilità della proposta, idea e rilevanza del progetto.

E' risultato **vincitore il progetto dell'agenzia torinese Mediapeople s.r.l.** per "...la forza del richiamo alla tradizione classica, evidente tanto nella ricca iconografia del capitello quanto nello slancio della colonna sovrastata da una stilizzazione della leggendaria Lupa" (Mario Morcellini, dal catalogo della mostra, settembre 2010).

La graduatoria completa dei partecipanti è consultabile sul sito www.comune.roma.it.

Tra le tante proposte meritevoli di attenzione, la Commissione del concorso ne ha scelte 70 da esporre all'Ara Pacis nella **mostra "Roma in un'immagine. Un brand per la città di Roma"**, curata da Monica Scanu e visitabile fino al 3 ottobre 2010. La selezione comprende il progetto vincitore e altri lavori scelti come esempi più rappresentativi di come la Lupa sia stata interpretata con originalità e creatività.

Sarà così possibile ammirare, oltre al nuovo brand del Comune di Roma, immagini tradizionali della Lupa combinate con scritte dalla grafica innovativa e aggressiva, oppure i gemelli rappresentati di volta in volta come bambini litigiosi o talmente stilizzati da diventare semplice segno, o ancora la Lupa e la scritta Roma che diventano simboli delle icone della cultura architettonica della città, come archi, colonne, acquadotti.

Ufficio Stampa Assessorato alle Politiche Culturali e della Comunicazione

Claudia Lovisetto claudialovisetto@gmail.com tel 06 67105514- 06 671079409

Ufficio Stampa Zetema Progetto Cultura

Giusi Alessio g.alessio@zetema.it