

# ROMA IN UNA IMMAGINE. UN BRAND PER LA CITTÀ DI ROMA



Riportare la complessità dei tanti livelli di lettura della città di Roma in un marchio è stata una grande sfida per l'Amministrazione Comunale. Abbiamo chiesto di sviluppare un nuovo logotipo per la città di Roma destinato alla promozione culturale e turistica della città: una nuova icona per rafforzare la visibilità della Capitale a livello internazionale, per evocare la sua unicità e il suo prestigio, per rilanciare i suoi legami con la sua storia e il suo territorio. Anche i requisiti imposti alle proposte grafiche sono stati particolarmente impegnativi: abbiamo voluto abbinare la Lupa Capitolina, simbolo dell'origine e della storia di Roma, con il nome della città chiedendo un'interpretazione dell'insieme innovativa e rivolta al contemporaneo. Abbiamo chiesto un marchio capace di recuperare il passato e di proiettarsi nel futuro, per dare la dovuta riconoscibilità alla straordinaria vitalità culturale della città e alla sua crescente offerta turistica.

Questo catalogo sigilla la conclusione di un percorso lungo e impegnativo. Se l'esito è stato positivo lo dobbiamo all'impegno dell'Assessorato alle Politiche Culturali e della Comunicazione, alla preziosa collaborazione con la Facoltà di Scienze della Comunicazione dell'Università La Sapienza di Roma e alla numerosissima partecipazione di studenti, professionisti, agenzie e studi, che hanno risposto con proposte originali al bando di concorso, reso pubblico nel mese di luglio del 2009. Questa grande partecipazione è stata agevolata dalla scelta di indire un concorso nazionale di idee aperto a tutti gli operatori che a vari livelli si occupano di grafica, design o comunicazione: società e studi; grafici, designer e architetti; laureati e diplomati; studenti. La partecipazione al concorso ha superato le nostre aspettative sia per la quantità dei materiali raccolti – oltre 1100 proposte - che per la qualità dei progetti che la commissione valutatrice ha potuto esaminare.

Il nostro nuovo impegno, a partire da questa mostra, è quello di utilizzare il nuovo marchio per rilanciare e rafforzare il prestigio di Roma Capitale nel mondo enfatizzando la sua capacità di promuovere scelte innovative in campo culturale e turistico. Il nuovo marchio costituisce la sintesi grafica di una strategia forte di marketing culturale e turistico e il simbolo della qualità di eventi, servizi e prodotti dell'Amministrazione Comunale e dal territorio.

*Giovanni Alemanno  
Sindaco di Roma*