

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



Non poteva non esserci lei: la Lupa.

L'emblema, così come lo abbiamo sempre conosciuto, rimane nel nuovo simbolo della città.

Ma la tradizione si unisce all'attualità. Oggi Roma diventa D.o.c. Avrà un suo marchio per garantire eventi, luoghi e servizi dell'Amministrazione. Un po' come il vino da intenditori, come il Parmigiano Reggiano. Paragone azzardato? Forse. Come tutto ciò che parla di qualità.

Però sarà una lupa diversa, in linea con la modernità. Una lupa che testimonia il lavoro che si sta facendo per creare una città al passo con le metropoli europee. E arriverà in contemporanea con il nuovo Status di Roma Capitale.

Roma è unica nel mondo. Non esiste città uguale, non esiste città che possa competere. Abbiamo un patrimonio storico che ci invidiano. Abbiamo l'arte che attraversa 2000 anni di creatività e sviluppo umano. Abbiamo il Colosseo e il Pantheon, ma anche tesori nascosti come i mitrei del Circo Massimo e di San Clemente o la cisterna delle Sette Sale.

Ma siamo sicuri che la nostra città non abbia bisogno di presentazioni? Ogni progetto, ogni risultato ottenuto esiste se è conosciuto (riconosciuto) insomma: se ben comunicato.

Tutto questo va fatto conoscere al mondo. Ancora di più. Dobbiamo comunicare la nostra città.

Dobbiamo dare di lei un'immagine vera ma soprattutto attuale.

Ogni manifestazione porterà da ora in poi il nuovo simbolo, sinonimo di qualità e prestigio.

Sinonimo di passato e futuro. Roma guarda al mercato senza dimenticare la storia.

Una Roma da intenditori, sotto lo sguardo vigile e materno della Lupa.

Umberto Broccoli
Sovrintendente ai Beni Culturali del Comune di Roma