



Bologna, 18 dicembre 2013

## COMUNICATO STAMPA

### **E' Bologna – il nuovo progetto con cui la città si racconta al mondo**

**Il progetto vincitore del concorso City Branding si svela.**

***E' Bologna* è il primo logo partecipativo e digitale di una città, l'invenzione di un nuovo linguaggio per raccontare l'anima di Bologna.**

**Il progetto grafico dei triestini *Matteo Bartoli e Michele Pastore* ci consegna certamente un logo riconoscibile ed elegante, ma allo stesso tempo offre un sistema dinamico e aperto alla comunità locale per contribuire alla costruzione dell'identità visiva della città.**

Il progetto è nato con l'obiettivo di tradurre visivamente le infinite sfaccettature e le percezioni della città – che costituiscono il che cosa è *Bologna* - costruendo un sistema di scrittura che sostituisce ai grafemi dell'alfabeto dei segni astratti caratterizzanti.

È stato così disegnato un alfabeto di segni geometrici, riconducibili a un immaginario storico tipicamente italiano: le forme, infatti, riprendono liberamente alcuni archetipi figurativi della città italiana e più specificatamente di Bologna, come ad es. la cinta muraria, il mattone mosaico, la croce del gonfalone araldico cittadino, ecc.

Con queste forme/lettere è possibile perciò "scrivere" qualsiasi concetto riferibile alla città, includendo ogni caratteristica fisica o astratta, generale o personale, che si vuole associare a Bologna.

L'apertura alla costruzione condivisa dell'identità di Bologna, nata da elementi della tradizione classica, si concretizza attraverso l'utilizzo delle nuove tecnologie, in un continuo rimando tra passato, presente e futuro. Una piattaforma pubblica online permetterà, infatti, a cittadini, istituzioni, turisti e visitatori di farsi parte attiva del processo creando il proprio personale "frammento" di identità visiva e offrendo il proprio punto di vista per la costruzione di una narrazione condivisa della città.

Il patrimonio di segni che si verrà a creare diverrà un archivio sempre più fedele della percezione della città nel mondo e darà forma all'identità visiva della comunicazione della città.

La piattaforma web è attualmente in fase di realizzazione ma è già disponibile una versione *beta* esplicativa all'indirizzo web [ebologna.it](http://ebologna.it)

Non appena sarà definita la strategia comunicativa all'interno della quale opereranno tutte le organizzazioni che hanno l'obiettivo di comunicare il *brand* Bologna, *E' Bologna* sarà dunque il marchio con cui la città si presenterà al mondo.

Il progetto è stato selezionato nell'ambito del Concorso di idee internazionale Bologna City Branding aperto da luglio a ottobre 2013, promosso dal Comune di Bologna e indetto da Urban Center Bologna e AIAP (Associazione italiana Design della comunicazione visiva) con la partnership di UniCredit.

Tra le oltre 500 proposte ricevute la giuria, composta da *Daniela Piscitelli* (Presidente Aiap Associazione italiana Design della comunicazione visiva), Prof. *Roberto Grandi* (docente di comunicazione all'Università di Bologna e coordinatore progetto Bologna City Branding), Prof. *Alessio Leonardi* (docente di comunicazione visiva all'Università di Hildesheim) e *Priska Wollein* (consulente di comunicazione visiva e designer esperta a livello internazionale), ha selezionato i vincitori e individuato 7 progetti meritevoli di menzione.

**Grazie alla partnership con UniCredit** è possibile corrispondere ai vincitori del concorso

**un premio** di 14.000€ (complessivi) e ai due terzi classificati un premio di 4.000 € ciascuno.

La partnership con UniCredit consentirà inoltre di promuovere dal 2014 iniziative locali, nazionali ed internazionali di presentazione del nuovo logo della città Bologna.

*"Un linguaggio, una codice aperto, questo è Bologna per noi – commenta L'Assessore Matteo Lepore - Il valore di Bologna per i suoi cittadini, i viaggiatori, gli studenti, per generazioni differenti che si succedono e si tramandano un racconto della città in continua mutazione. Bologna è ciò che noi pensiamo, sperimentiamo, viviamo e l'idea di raccontare questa esperienza attraverso l'utilizzo di un nuovo alfabeto comune è affascinante. Come il paradosso della biblioteca di Babele di Jorge Luis Borges, dove un ordine finito di libri e parole contiene un numero infinito di storie e idee. Bologna non è solo un brand e il logo che oggi presentiamo non sarà solo uno strumento di promozione turistica. Il progetto E' Bologna è prima di tutto un invito rivolto a noi stessi a riflettere su quello che siamo e vorremmo essere. Un invito a creare ed essere protagonisti, a guardare avanti non indietro, senza per questo strappare le nostre radici".*

*"Sintetizzare in un segno grafico e in una manciata di parole i valori che racchiude Bologna per renderli immediatamente comprensibili a tutti e in tutto il mondo non è una sfida semplice - commenta **Luca Lorenzi**, Deputy Regional Manager Centro Nord UniCredit - e siamo ben felici che siano giunte al concorso numerose proposte anche dall'estero, ma siamo ancora più felici che i vincitori siano italiani, a testimonianza di una capacità creativa e di una sensibilità estetica che contraddistinguono il nostro Paese. Siamo orgogliosi che UniCredit, grande Gruppo internazionale che affonda e tiene salde le radici su questo territorio, abbia sostenuto un progetto che favorirà la riconoscibilità di Bologna a livello internazionale".*

**Roberto Grandi**, coordinatore scientifico del progetto Bologna City Branding e membro della giuria del concorso aggiunge: *"Questo logo in tutte le sue possibili declinazioni non sostituisce i marchi dei diversi soggetti ma verrà utilizzato: nella promozione del Sistema Bologna in Italia e all'estero; nelle campagne di sensibilizzazione dei cittadini su vari temi (ambientali, traffico, rispetto); nelle campagne in cui istituzioni, associazioni, imprese vogliono sottolineare il legame con la città; nella promozione di eventi che caratterizzano la proposta culturale, spettacolare, culinaria, sportiva, sociale di Bologna, nella presentazione di un tratto caratteristico del territorio (Innovazione, Cultura, Creatività, Solidarietà, Accoglienza)".*

### **Prossimi appuntamenti**

#### **MOSTRA 18 DICEMBRE 2013 – 31 GENNAIO 2014 @ SALABORSA**

Il logo della città viene presentato insieme a tutte le altre proposte ricevute per il concorso internazionale Bologna City Branding, all'interno di una mostra che fino alla fine di gennaio sarà allestita in Salaborsa, nella piazza coperta e all'Urban Center Bologna (al 2° piano).

La mostra dedicata al concorso, oltre ai progetti vincitori e menzionati, presenta tutte le 500 e più proposte ricevute: un modo per valorizzare le tante idee dei creativi che da tutta Italia e dal mondo hanno dedicato tempo e impegno alla città.

#### **BARCAMP – 18 DICEMBRE ORE 15:30 @ URBAN CENTER BOLOGNA**

Ai progettisti è dedicato anche il BarCamp di oggi pomeriggio presso Urban Center Bologna: chi vorrà potrà raccontare in 3 minuti la propria idea e confrontarsi con gli altri concorrenti.

Il BarCamp si iscrive all'interno del progetto europeo URBACT - Creative SpIN.

#### **25 GENNAIO 2014 ore 17.00 - ART CITY: PREMIAZIONE DEI VINCITORI @ URBAN CENTER BOLOGNA**

L'ultimo appuntamento dedicato al concorso si terrà sabato 25 gennaio 2014 nell'ambito di ART City, con la premiazione ufficiale dei vincitori.

L'evento costituirà l'occasione per discutere di promozione delle città, creatività e comunicazione alla presenza di una esperta di fama internazionale come Anna Maria Testa.

L'iniziativa si terrà sabato 25 gennaio 2014 alle ore 17.00 presso Urban Center Bologna

Tutti gli aggiornamenti su: [www.urbancenterbologna.it](http://www.urbancenterbologna.it)