



**Curato dal prestigioso Studio FM Milano il nuovo logo del Territorio Turistico unico Bologna- Modena, scelto tra le oltre ottanta candidature provenienti da realtà di ogni parte d'Italia**

Bologna – Un nuovo logo turistico per continuare a crescere insieme. Passa anche per la comunicazione la strategia unitaria varata da Bologna e Modena, dal 2021 unite in un unico Territorio Turistico, e da oggi dotate di un nuovo logotipo.

L'idea di dotarsi di un logo unitario si inserisce nel più ampio quadro di sviluppo strategico dei due territori. Scopo dell'effigie è quello di dare un volto unico e riconoscibile a Bologna e Modena, comunicando in modo semplice e immediato le loro caratteristiche comuni di innovatività, apertura, rappresentatività del Made in Italy.

Il nuovo logo è stato disegnato da studio FM milano, studio di consulenza grafica internazionalmente noto per i suoi interventi in settori diversi quali la moda, il design industriale, l'architettura, la cultura e le istituzioni. Tra le collaborazioni dello studio vincitore si annoverano realtà di primo piano come l'Aeroporto internazionale di Doha, il Massachusetts Institute of Technology (MIT), ed in Italia Cassina e Frau.

La scelta è arrivata ad esito di un bando promosso dal Territorio Turistico Bologna-Modena insieme alle sue DMO Bologna Welcome e Modenatur, con il supporto tecnico di AIAP

## Nuovo logo per il territorio turistico Bologna- Modena

Scritto da redazione

Venerdì 14 Ottobre 2022 08:53

---

(Associazione italiana design della comunicazione visiva). Alla selezione, articolata in due fasi, hanno partecipato oltre 80 studi e freelancer di tutta Italia, tra i quali sono stati selezionati cinque progetti finalisti.

La suggestione alla base del logo vincitore ideato da studio FM milano è il concetto di mappa, intesa non solo come rappresentazione dello spazio ma come l'inizio di un viaggio. I due cerchi neri, in mezzo ai quali campeggia la scritta "Territori Bologna Modena", simboleggiano le due città, unite dalla Via Emilia che corre di 26° inclinata lungo i primi rilievi degli appennini. Il logo mostra in modo plastico la relazione tra Bologna e Modena: fulcri di due territori distinti, ma al contempo ricchi di tratti in comune e in realtà molto vicini, come l'antica Via Consolare ci mostra. Anche la scelta dei colori dominanti è figlia di tale visione: i pantoni impiegati nella declinazione del logo richiamano le tinte caratteristiche del territorio di Bologna e Modena e delle zone ad esse limitrofe. La proposta ha convinto anche per la sua capacità di trovare declinazioni concrete su supporti e articoli di merchandising.

I progetti sono stati valutati da una commissione giudicatrice composta da:

- MICHELANGELO STANZANI – Responsabile u.o. promozione turistica, Città Metropolitana di Bologna, per il Territorio Turistico Bologna- Modena;
- GIOVANNI BERTUGLI – Dirigente Servizio promozione della città e turismo, Comune di Modena, per la Provincia di Modena;
- ANGELO LEGGIERI – Portavoce del Sindaco di Bologna e della Città Metropolitana di Bologna, per la Città Metropolitana di Bologna;
- FRANCO BUONTEMPI – Direttore ModenaTur
- VALENTINA CAVALLI - Area Comunicazione e Contenuti Bologna Welcome
- ROBERTO GRANDI - Docente, Bologna Business School
- FABIANA IELACQUA – Vicepresidente AIAP, Associazione italiana design comunicazione visiva

Il logo viene presentato per la prima volta nella giornata di mercoledì 12 ottobre con due appuntamenti, a Bologna ed a Rimini presso la fiera TTG – Travel Experience di Rimini, alla presenza dell'assessore regionale al turismo, Andrea Corsini. Le nuove insegne debutteranno poi a novembre, in occasione della fiera WTM – World Travel Market di Londra, la più importante fiera europea sul turismo internazionale.

Matteo Lepore, Sindaco del Comune e della Città Metropolitana di Bologna. "Siamo partiti come

dei sognatori alcuni anni fa, perché sembrava quasi impossibile che i nostri due territori si parlassero; in realtà, quando insieme a Gian Carlo Muzzarelli, e lo voglio davvero ringraziare perché è stato da subito disponibile, abbiamo guardato il peso economico e sociale delle nostre due città e anche dei brand del Made in Italy che sono presenti tra Bologna e Modena, ci siamo detti "lo dobbiamo fare" perché il potenziale del racconto che Bologna e Modena assieme racchiudono per l'Emilia-Romagna e per l'Italia è davvero forte – ha commentato il sindaco Matteo Lepore - Il paesaggio metropolitano tra Bologna e Modena è qualcosa di unico, anche poco conosciuto dai nostri stessi cittadini. Per noi quindi farlo conoscere ha anche un valore civico, soprattutto per le nuove generazioni. Bologna e Modena con questo brand potranno promuoversi meglio nel mondo, insieme. In questa fase di crisi permanente i nostri territori possono essere punto di riferimento l'Emilia-Romagna, perché hanno un metodo di lavoro e vogliono lavorare assieme"

Gian Carlo Muzzarelli, Sindaco di Modena e Presidente della Consulta provinciale del Turismo dichiara: "Il nuovo marchio rappresenta un ulteriore elemento del salto di qualità che abbiamo voluto fare unendo nella promozione i nostri territori e le nostre eccellenze: è stata una scelta strategica che sta dando buoni risultati, come dimostra la ripresa dopo la crisi dovuta alla pandemia, e che ora dovrà contribuire ad affrontare le difficoltà causate dai rincari energetici. Ma uniti, sull'asse della via Emilia, si è più forti."

"Se per caratteri identitari -sottolinea l'Assessore Regionale al Turismo Andrea Corsini - il territorio turistico Bologna-Modena ha tutte le carte in regola per farsi strada nel panorama internazionale del turismo, grazie alla Motor Valley, all'offerta di arte, cultura ed intrattenimento, alla vacanza slow e alla cucina unica, passando per la qualità della vita che si respira in questi territori, mancava a rappresentare tutto questo un segno grafico. Un logo che rappresenta anche il dinamismo e la completa maturità della Destinazione, che da oggi sarà immediatamente riconoscibile dai turisti di tutto il mondo".

Gian Domenico Tomei, Presidente della Provincia di Modena dichiara: "La nuova identità visiva rappresenta l'intenzione condivisa di proseguire con determinazione nel percorso avviato lo scorso anno insieme alla città metropolitana di Bologna di offrire a cittadini e turisti un servizio di altissima qualità che sia volano attrattivo per due territori che hanno molte affinità ed eccellenze."

"Con il nuovo logo si compie un ulteriore passo di quella che è una piccola rivoluzione: dopo secoli in cui vengono rimarcate le differenze, oggi Modena e Bologna diventano un territorio unico." – dichiara Mattia Santori, Presidente di Territorio Turistico Bologna-Modena – "Una sola identità che racconta la stessa cultura del cibo, della musica, dell'arte e dello sport; la stessa

passione imprenditoriale che ha dato i natali alla Motor Valley; la bellezza dei borghi arroccati; un patrimonio naturalistico che va dalla pianura all'appennino. Non era facile trovare una sintesi grafica, ma siamo molto soddisfatti del lavoro che ci ha portato a selezionare la proposta dello studio FM, e per questo fiduciosi che ci accompagnerà per molti anni a venire."

"Grazie al lavoro sinergico, convinto ed appassionato di tecnici ed amministratori, Il Territorio Turistico Bologna-Modena diventa a tutti gli effetti un'unica grande realtà dal punto di vista turistico -ma non solo - anche grazie ad un nuovo ed efficace logo di identificazione visiva che d'ora in poi sarà il suo segno distintivo." – dichiara Barbara Panzacchi, Consigliera delegata al Turismo di Città metropolitana di Bologna – "Questo è solo l'ultimo step di un percorso che ha preso l'avvio da tempo e che sigla ulteriormente l'unione di Bologna e Modena che, proprio dal 2023, propongono la redazione congiunta di quelli che rappresentano gli strumenti fondamentali e strategici per la programmazione e la promo commercializzazione turistica. Sarà così possibile promuovere le eccellenze di un'area vasta, sia attraverso azioni trasversali, sia mediante prodotti turistici fortemente identitari dei territori interessati, amplificandone ulteriormente la già indubbia attrattività dal punto di vista storico, culturale, sportivo, enogastronomico, ambientale ed imprenditoriale."

Marco Tortoioli Ricci e Fabiana Ielacqua, Presidente e Vicepresidente AIAP. "Contemporaneità, sintesi e capitale di sviluppo futuro. Queste le caratteristiche che hanno spinto AIAP a premiare la proposta realizzata da 'studio FM milano'. La soluzione è stata ritenuta di grande audacia perché capace di conferire una lettura trasversale dei due territori, oltre ad un nuovo posizionamento. Un lavoro realizzato in sinergia con le amministrazioni coinvolte, in affiancamento alla professionalità del nuovo Direttivo AIAP."

Redazione