

CITY BRANDING_IVREA

Ufficio comunicazione – Alessandra Pistagna, Valentina Frate

Maggio 2025

CITY BRANDING_IVREA

Introduzione

INTRODUZIONE

Ma cos'è un city branding?

È uno **strumento di comunicazione** che mira a promuovere e **valorizzare l'identità di una città**,

Migliorandone l'attrattiva tramite un messaggio valoriale destinato a **residenti, visitatori e investitori**:

- Identità sociale e culturale, veicolata e trasmessa dai **Cittadini**
- Identità turistica, che si rivolge ai visitatori (**Turisti**) ed è una promessa di scoperta e buon uso del tempo libero
- Logica di attrattività territoriale, rivolta agli **Investitori** (Stakeholders), nell'ottica di migliorare il territorio dal punto di vista anche economico

Nasce quindi come uno strumento che impatta su più ambiti, e ovviamente in modo deciso sul turismo.

È uno strumento indipendente e "non stagionale"

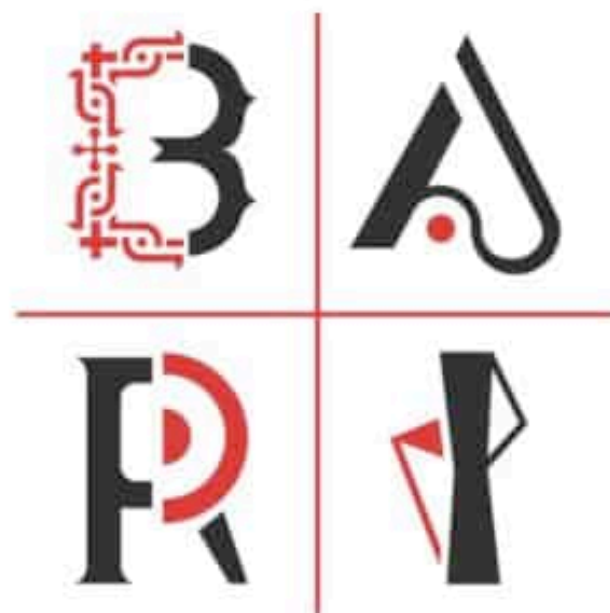


I  NY[®]



P

Perfezionamento
Parmigiano
Pomodoro
Persone
Pasta
Personalità
Parma



[NEVER ENDS]



SAN
GINE
SI
OLTRE L'INCANTO

NAPOLI

A New
City

WE PESARO
#welcome

CATANZARO
Dove tutto si incontra

GENOVA
MORE THAN THIS

GENOVA
MORE THAN THIS

fano
CITTÀ DI
VITRUVIO

CITY BRANDING_IVREA

La strategia

LA STRATEGIA

Come abbiamo scelto di agire per Ivrea

Sviluppato internamente (Ufficio comunicazione)

La comunicazione è stata a lungo polarizzata su Carnevale e Olivetti, con alcuni sviluppi laterali come l'Anfiteatro Morenico, ma mancava una narrazione complessiva ed esaustiva di tutte le potenzialità della città.

L'analisi dei valori unici del territorio

- Innovazione
- Scambio
- Storia comunitaria
- Cultura olivettiana

- Storia e patrimonio olivettiano
- Contesto geografico (Anfiteatro, laghi, Dora)
- Carnevale
- Stadio della canoa

Ivrea è una città popolata da più di duemila anni e in cui nel tempo si sono sommate, mescolandosi, diverse linee storiche e narrative, con pari dignità di racconto (STRATIFICAZIONE)

Alessandra

dalla sua fondazione, è stata sempre abitata. Anche nel periodo medievale, a $\neq$ di altre città, non è stata abbandonata. $\rightarrow$ Continuum d

21/23

EPOBEDIA - nome celtico, fondata dai celt
poi romana dal 100 a.C.

POINTS of INTEREST (POI o PDI)

elemento caratterizzante
maggio → in logo? inclusione
Abbraccio

① ANFITEATRO MORENICO (ferro, 5 laghi, foglie d'acacia/europea)
 ghiacciaio Balteo - legame con VdA

2) URBE ROMANA - ETÀ ANTICA
(acropoli, teatro, auf/teatro, necropoli; unica città romana tenuta la)
Rete Vodice Groma! del Nord Italia?
↳ chiedi a Storica Bovi

③ IUREA MEDIEVALE - ETA' MEDIEVALE stomacato Storanto Bui
 (Castello, Andruino, Conte Verde, vs Vercozz, Warnuando) Via Francigena
 (Chiesa San'Andrea) [Naviglio, 1468]

(4) * CARNEVALE STORICO

5 * CITA' INDUSTRIALE XX sec - UNE SCO
Olivetti
Camillo - disruptive
Adriano

industria
cultura
architettura
innovazione, contagio, variazione
inclusione, terni rolo, Comunità
braccio sociale, canavese

scambio

⑥ CANOA
(→ + ampio: OUTDOOR) stadio unico al mondo - cartolina polo di apertura interna: quale scambio giovani
progetto sociale, quanti: (Bellavista)

7 GASTRONOMIA
(Torta '900, Polenta Verde, ajucche, Fregeddi, Fagioli Grassi)
↓
rivalutare
come Marcello? *che me lo disse?*

⑧ SCHERMA
elemento caratterizzante paesaggio, dal ponte
Occhio

⑨ L'ACQUA (Dona Ballea, laghi, torbiere) Naviglio)
 elemento di scambio, contaminazione

10 CAVALLI (nel nome, Fiere e pueri di vilanova nazionale - S. Savino
laborazioni specializzate - finimenti, 'accusature', manicomeli)

8.100 ATTRATTORI a
SVILUPPO INDIPENDENTE

INCLUSIONE SCAMBIO DISRUPTIVE

 KING MOUNTAIN

LA STRATEGIA

L'individuazione dei punti di forza

La scelta dei capitoli rappresentativi

Abbiamo individuato un concept aperto, e ancora flessibile, per ora identificando questi capitoli:

ROMANA

MEDIEVALE

CITTÀ INDUSTRIALE

CARNEVALE

ANFITEATRO MORENICO

VIA FRANGENA

CAVALLI

ACQUA

Ma come raccontare la molteplicità di aspetti e valori
che caratterizzano il nostro territorio?

Con una soluzione semplice che racconti un lavoro complesso

Con una domanda aperta che possa aprire a tante future risposte

IVREA **è**

CITY BRANDING_IVREA

La progettazione

LA PROGETTAZIONE

Il marchio

Ciò che all'apparenza può sembrare semplice è in realtà il frutto di attente valutazioni sulla pertinenza e su come un marchio può essere declinato, riprodotto e adattato alle varie forme di comunicazioni tradizionali e digitali.

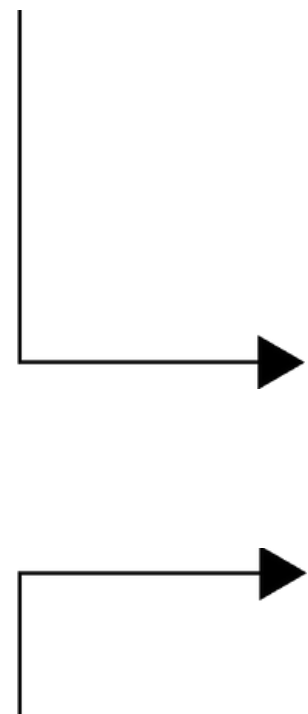
Un buon marchio deve essere:

- **Visibile**, deve diventare riconoscimento della città ed essere letto a dimensioni grandissime o piccolissime
- **Leggibile**, comprensibile e deve trasmettere in maniera chiara un messaggio
- **Divertente, moderno e attrattivo** alla vista, questa è la componente artistica che lo rende unico
- **Espressione della diversità**
- **Aperto e vivo**, adattabile a diversi contesti, esigenze, applicazioni: deve essere studiato per adattarsi anche al futuro, ad applicazioni ed opportunità che al momento non si immaginano ancora (questa è la condizione per la sua longevità)
- **Impattante e adattabile** sui diversi supporti (stampati e digitali)
- **Durabile** nel tempo

LA PROGETTAZIONE

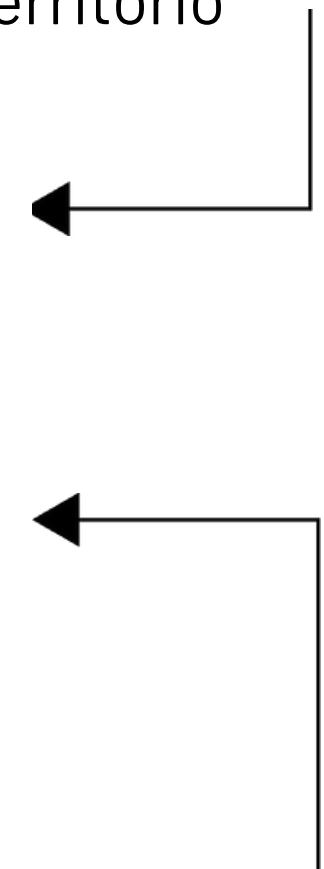
Gli elementi del nostro marchio

Il **punto esclamativo** per indicare lo stupore delle bellezze del nostro territorio



Un **cerchio** in evidenza per indicare un punto di riferimento per turisti e investitori (e anche per ricordare ciò in cui ogni cittadino eporediese si riconosce e unisce: la battaglia delle arance)

L'**accento**, per portare l'attenzione sul nostro territorio



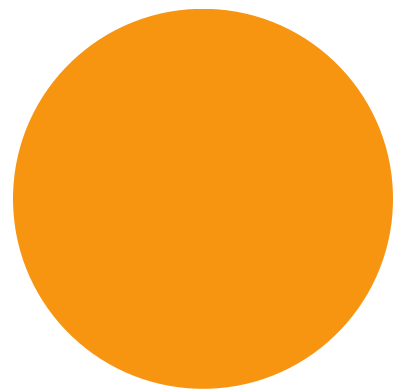
La "**è**", una lettera che ci caratterizza, al contempo verbo essere ma anche iniziale dell'antico nome della città, Eporedia

IVREAè

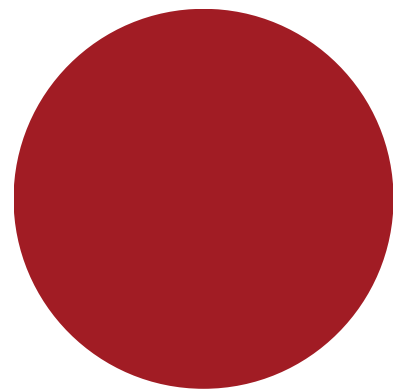
LA PROGETTAZIONE

I colori del marchio

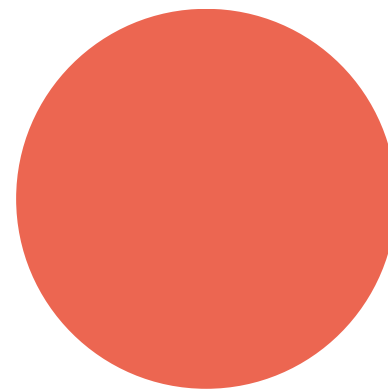
L'ARANCIO-ROSSO: è il colore di riferimento principale, una tinta vivace che riunisce la tradizione (il classico arancio in cui tutti identificano la città) insieme al rosso istituzionale tanto usato nella comunicazione dell'ente



+

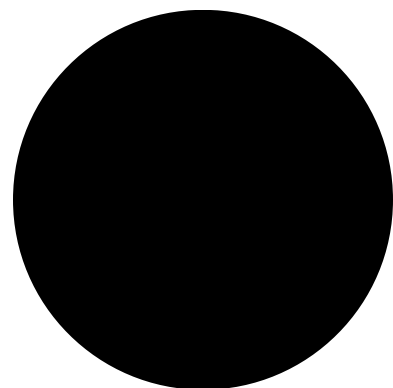


=



PANTONE 172 U
CMYK 0 72 65 0
RGB 238 103 87
HEX #ee6757

IL NERO: la tinta più chiara ed impattante per eccellenza



PANTONE BLACK 6 C
CMYK 0 0 0 100
RGB 0 0 0
HEX #000000

LA PROGETTAZIONE

Il carattere del marchio

Il font utilizzato per la logotipia del marchio è **Neulis SemiBold**, lo stesso font già utilizzato per le campagne informative del Comune di Ivrea sui progetti in corso ("Ivrea in corso", "Ivrea si muove", "Ivrea alla pari"). In questo modo, si è mantenuta la familiarità visiva che i cittadini hanno acquisito nel tempo

IVREAè



LA PROGETTAZIONE

Le versioni del marchio

IVREAè

!IVREAè

!IVREAè

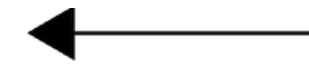
!IVREAè

LA PROGETTAZIONE

Il simbolo

Per utilizzi particolari, si è creata una versione icona del marchio, che racchiude in sé gli elementi base principali. Anche il simbolo, come il marchio, è stato valutato in differenti versioni

IVREAè > **!è**



Le lettere del simbolo sono le iniziali dei due nomi della città, Ivrea e Eporedia



Ma un marchio non può vivere da solo!

Un marchio senza declinazioni non è molto.

Sono le sue **declinazioni** ed **applicazioni** che gli danno vita e gli permettono di esprimere tutta la sua storia e le sue potenzialità

Abbiamo, quindi, studiato un **sistema grafico**, un linguaggio visuale, che permetta di comunicare pienamente il territorio in tutta la sua poliedricità

Abbiamo, quindi, applicato il sistema grafico ai temi principali individuati, mantenendo la coerenza tra quelli concreti e alcuni concettuali (innovazione, sostenibilità)

IDENTITÀ VISUALE

Illustrare la stratificazione

Avevamo bisogno di una immagine che simboleggiasse la stratificazione di linee tipiche della nostra città e abbiamo trovato nel **tappeto** fatto di **fili diversi e tutti intrecciati** un'immagine simbolo

Ogni capitolo, ogni linea narrativa della città di Ivrea è presente in diversi modi, mescolato agli altri, e non è possibile isolarli senza perdere l'identità della città stessa

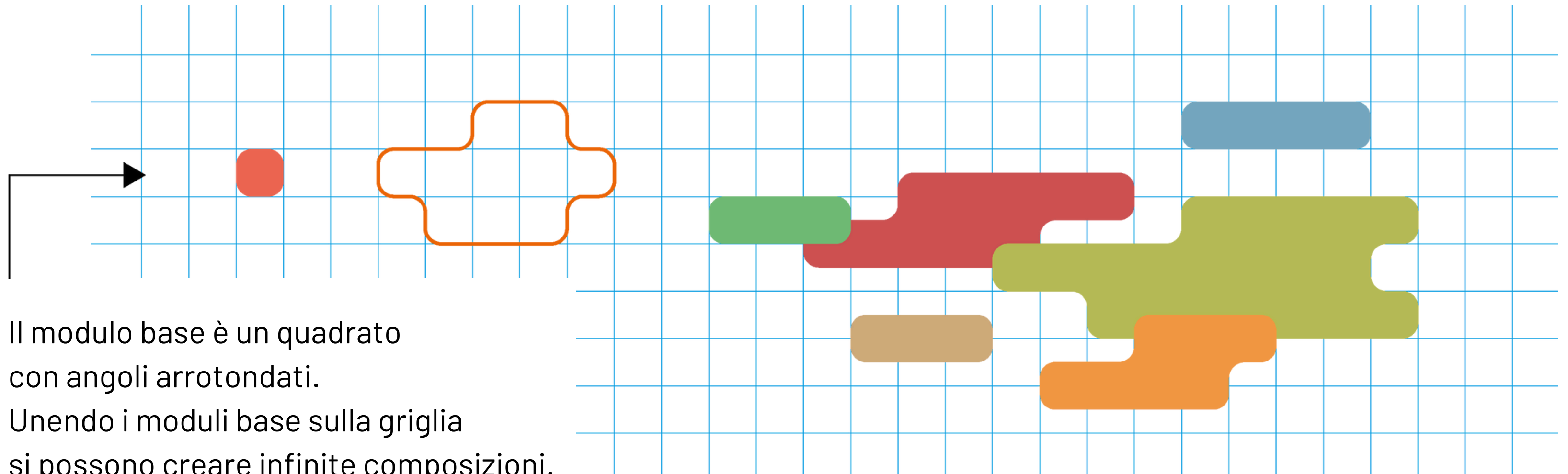
Ogni valore, ogni dettaglio, seppur di epoche diverse, crea in Ivrea quella stratificazione che la rende unica. Ci piaceva rappresentare l'insieme in modo colorato e pulito, con elementi morbidi, anche per rifarsi alla cultura visiva che Olivetti ci ha permesso di vivere tramite le sue grafiche



IDENTITÀ VISUALE

Costruire graficamente la stratificazione

I differenti elementi grafici che illustrano la stratificazione sono stati costruiti geometricamente, attraverso moduli che si compongono su una griglia. In questo modo si è creato un sistema flessibile, che permette di adattare gli elementi a varie applicazioni, siano esse con orientamento orizzontale o verticale.



IDENTITÀ VISUALE

Le palette tematiche

Per ogni tema è stata studiata una palette con colori principali e secondari, in accordo con il marchio.

MARCHIO	MARCHIO	MARCHIO	MARCHIO	MARCHIO
IVREA È ROMANA	IVREA È MEDIEVALE	IVREA È CITTÀ INDUSTRIALE	IVREA È CARNEVALE	IVREA È CAVALLI

IDENTITÀ VISUALE

Le palette tematiche

Per ogni tema è stata studiata una palette con colori principali e secondari, in accordo con il marchio.

MARCHIO	MARCHIO	MARCHIO	MARCHIO	MARCHIO
IVREA È ANFITEATRO MORENICO	IVREA È ACQUA	IVREA È VIA FRANCIGENA	IVREA È INNOVAZIONE	IVREA È SOSTENIBILITÀ

E adesso che abbiamo marchio e identità visuale?

Cartella stampa



Cartellina portadocumenti



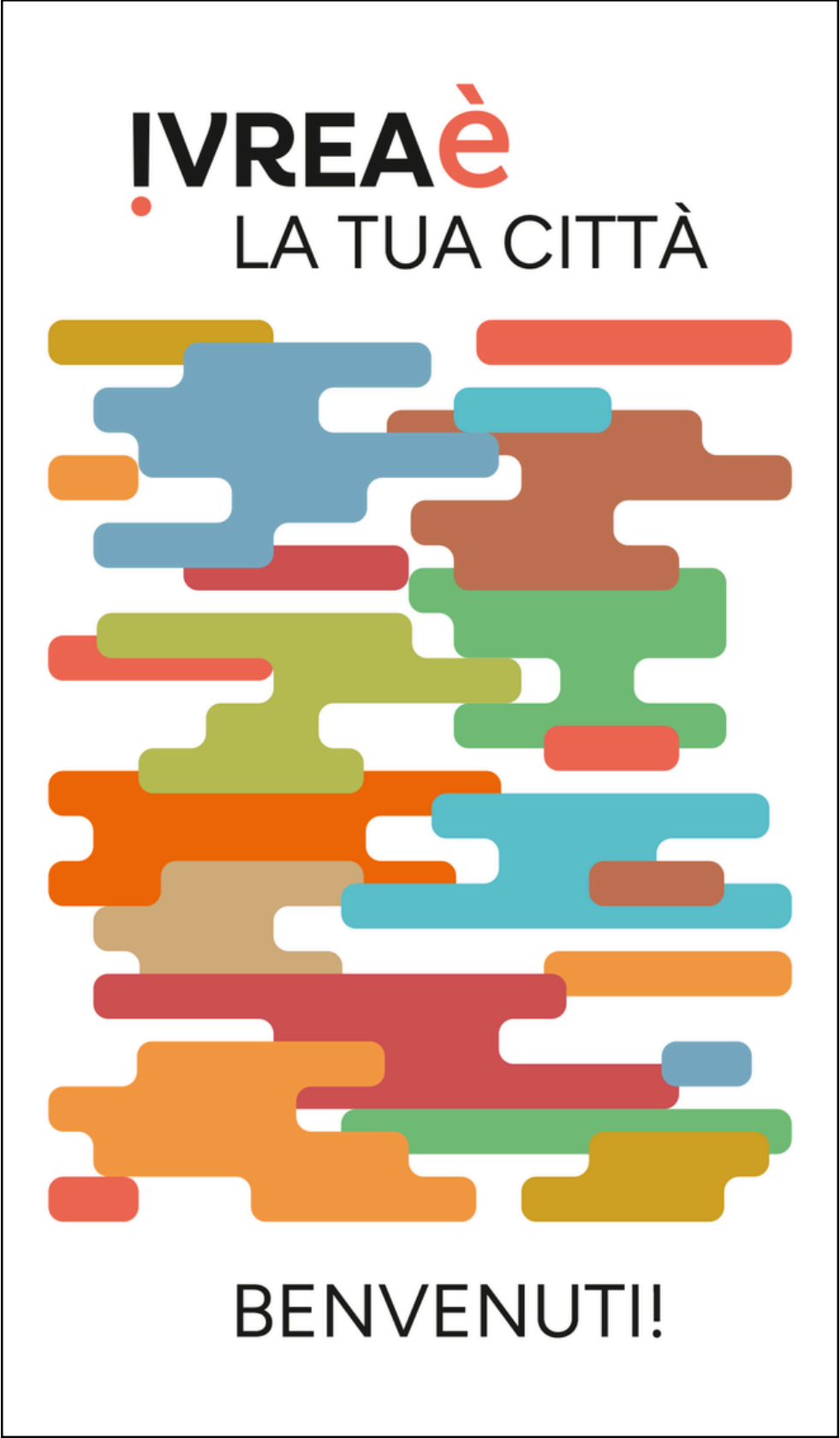
Deplianti tematici



Depliant tematici



Segnaletica di benvenuto





IVREAè
LA TUA CITTÀ



BENVENUTI!

Ivrea Città Industriale
del XX Secolo



unesco

Sito del Patrimonio Mondiale

Gadgets per il commercio





Segnaletica turistica



IVREAè

ROMANA
MEDIEVALE
CITTÀ INDUSTRIALE
CARNEVALE
CAVALLI
ANFITEATRO MORENICO
ACQUA
VIA FRANCIGENA



Città di Ivrea



Dove si
incontrano
cammini diversi

IVREA è
VIA FRANCIGENA
Lungo i sentieri del Canavese



IVREAè
MEDIEVALE



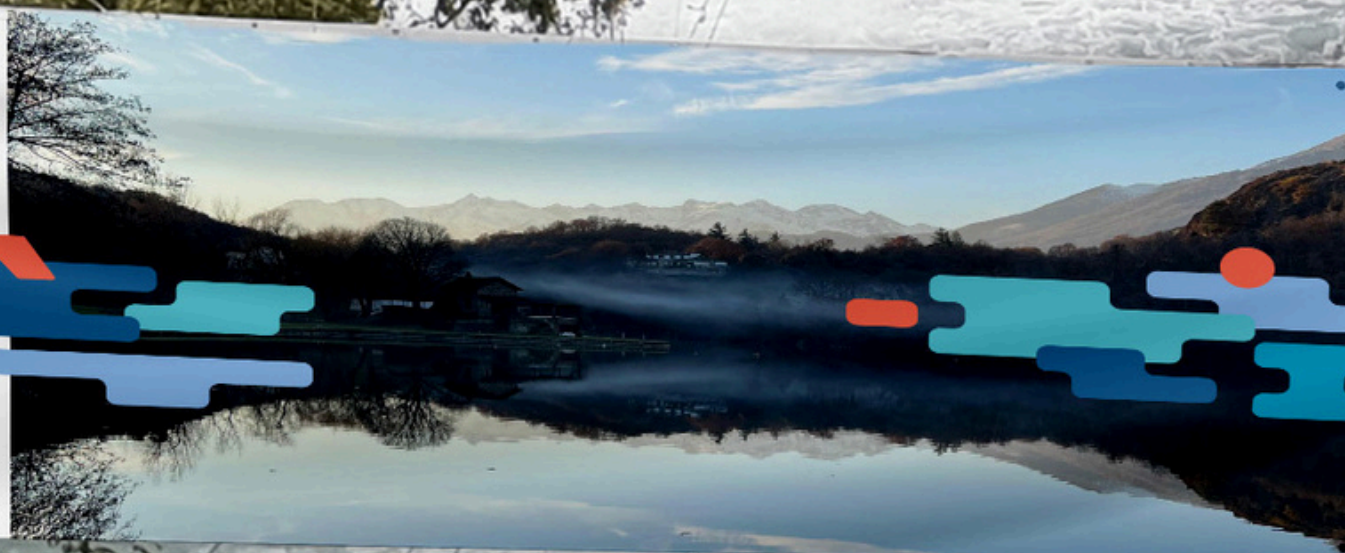
Città di Ivrea



IVREAè
ACQUA



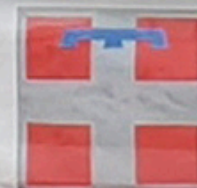
Città di Ivrea



Polis Store
Ivrea

PAVIMENTI - RIVESTIMENTI
ARREDO BAGNO

Corso Vercelli 163
Tel. 0125 038062
Cel. 370 1336615
lvrea@polis.it



REGIONE
PIEMONTE

Gadgets







Città di Ivrea