



Studio del fenomeno **City Branding**  
e progettazione grafica ed una  
nuova identità visiva  
per la città di  
**Siracusa**



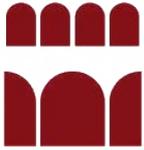
S A A D  
Scuola di Ateneo

Architettura e Design  
Eduardo Vittoria  
Università di Camerino



TESI DI LAUREA

Studio del fenomeno **City Branding**  
e progettazione grafica ed una  
nuova identità visiva  
per la città di  
**Siracusa**



S A A D

Scuola di Ateneo

**Architettura e Design** "Eduardo Vittoria"  
Università di Camerino

Università degli studi di Camerino  
Scuola di Ateneo Architettura e Design Eduardo  
Vittoria – Ascoli Piceno

Corso di Laurea in Disegno Industriale e Ambientale

Studente: Angotti Giulio

Docente/Relatore : Prof. Nicolò SarDO

Tesi di Laurea  
A.A. 2018/2019

Giulio Angotti

Il fenomeno del **City Branding**  
e una nuova identità visiva  
per la città di Siracusa





Marina di Ortigia, centro storico di Siracusa

# I N D I C E

## 01. IL BRANDING

- Cos'è il City Branding pag. 11
- Perché una città ha bisogno di un logo pag. 13
- Branding e Place Branding pag. 14

## 02. GLI OBIETTIVI

- Il City Branding per rilanciare una città pag. 19

## 03. I CASI STUDIO

- I casi studio pag. 25
- Bologna pag. 26
- Melbourne pag. 28
- Porto pag. 29
- Parigi pag. 31
- Lisbona pag. 32
- Amsterdam pag. 33
- Parma pag. 35
- Isole Eolie pag. 37

## 03.1. BRANDING NON EFFICACE

- Quando il branding non è efficace pag. 43
- Firenze pag. 44
- Bari pag. 45
- Trieste pag. 46

## 04. SIRACUSA: STORIA, E TERRITORIO

- Storia di Siracusa pag. 47
- Territorio pag. 51

## 05.FASE PROGETTUALE

- Cultura, Arte e Natura come risorse fondamentali pag. 58
- Individuare i simboli della città pag. 65
- Ideare un segno grafico riconoscibile pag. 66
- Creare una serie di elaborati grafici per il turismo pag. 68

## 06.ELABORATI

- Studio del Logo pag. 73
- Manifesti pubblicitari pag. 92
- Brochure pag. 108
- Flyers pubblicitari pag. 112
- App smartphone pag. 118
- Pagina Facebook pag. 120
- Tourist card pag. 121
- T-Shirt pag. 122
- Shopping bag pag. 123
- Video Promo pag. 124
- Sito Internet pag. 126

## 07.CONCLUSIONI

## 08.RINGRAZIAMENTI

## 09.SITOGRAFIA E FONTI



***A Siracusa camminavamo nei boschi  
d'aranci, vedendo fra i tronchi  
splendere il mare.  
Là voi vorreste vivere.  
Là, là è la gioia!***

**G. D'Annunzio**



Lungomare di Ortigia,  
Siracusa.

# Introduzione

**C**on questa citazione e dichiarazione d'amore del poeta G.D'Annunzio verso la città di Siracusa, apro questa discussione cominciando a mettere le basi sul valore del tema che andremo a trattare. Una tecnica comunicativa che, in un certo senso, si pone come obiettivo, riuscire a far vedere con i medesimi occhi del poeta citato, la bellezza e le emozioni che un territorio o una città può offrire. Attraverso la ricerca e lo sviluppo della pratica che andremo a discutere, si può dar vita ad un notevole incremento della fama e il prestigio della città presa in considerazione.

Questo processo non deve mancare assolutamente oggi, se si vuol far crescere la propria città, esso ha il nome di City Branding. Le motivazioni che mi hanno spinto a cimentarmi in questo tema sono essenzialmente due: il mio interesse per il campo della grafica e del marketing e soprattutto l'amore e il senso d'appartenenza verso la mia terra e la mia città. L'obiettivo di questa tesi, dunque, è spiegare il fenomeno del City Branding applicandolo alla mia città d'origine.



Il duomo di Siracusa.

**01**

**IL BRANDING**



I vantaggi di questa operazione sono molteplici. Se il City Branding è forte e progettato bene, può aiutare economicamente qualunque attività del territorio, non solo turistica (hotel, ristoranti, agenzie di viaggio) ma anche su altre aziende che potrebbero sfruttare il Brand per creare nuovi business con un effetto positivo anche sulle amministrazioni pubbliche che si ritroverebbero un grosso ritorno economico da reinvestire sui servizi di accoglienza e tutelare i patrimoni pubblici. In Italia, la regione Puglia è un caso studio alquanto positivo in questo senso, viste le sue sbalorditive crescite economiche degli ultimi anni determinate soprattutto dalla crescita turistica, promuovendo il territorio in un forte brand di successo. Anche in questo caso la crescita turistica ha determinato anche la crescita di tutte le altre attività circostanti, questo è l'effetto domino al quale il Place o City branding puntano.

The logo for the Puglia region, featuring the word "Puglia" in a bold, blue, handwritten-style font.A vertical poster for the inauguration of a tourist information office in Laterza. At the top, it features the "Puglia" logo and a speech bubble icon containing an "i" for information, with the text "tourist information Laterza". Below this is a decorative band with a repeating pattern of white circles and wavy lines. The bottom section contains logos for the European Union, the Puglia region, the Municipality of Laterza, and the "Città del Sole" brand. It also includes the date and time of the inauguration: "LUNEDÌ 27 LUGLIO 2015 ore 19:00", the location "Palazzo Marchesale P.zza Plebiscito, Laterza", and contact information: "info 3335726138 - 3476730441 www.visitlaterza.com".

**Puglia**  **tourist information Laterza**

**LUNEDÌ 27 LUGLIO 2015  
ore 19:00  
Palazzo Marchesale  
P.zza Plebiscito, Laterza**

**Inaugurazione**  
ufficio di informazione  
e accoglienza turistica  
del Comune di Laterza

**info**  
3335726138 - 3476730441  
www.visitlaterza.com

Sopra locandina turistica e logo della regione Puglia.

# Perchè una città ha bisogno di un logo

**P**er una città, l'identità visiva aiuta a creare associazioni di idee positive e soprattutto distinguibili. Quando è ben studiato e progettato, nulla è più potente di un logo, un marchio o un simbolo per creare queste associazioni sovraccitate. Essi possono suscitare emozioni ed idee atte a mettere una città o territorio sotto la migliore luce possibile e possono far emergere un gran senso di orgoglio e appartenenza nei cittadini. Quello del logo, dunque, è un'altro fattore fondamentale per il Branding e per rivalutare un territorio, ecco perchè ce n'è bisogno.



Sopra loghi per la città di Sao Paulo ed il famoso marchio "i love NY".

# Branding e Place Branding

**S**e si effettua un'operazione di branding per un prodotto, ci si focalizza su degli schemi fissi al target, ai consumatori, ai benefits e alle operazioni di vendita. Stesso discorso, un po' più complesso, se il branding è rivolto ad un'azienda; le dinamiche sono le stesse ma si passa ad interfacciarsi ad un meccanismo produttivo più grande e con più step. Differentemente, il branding rivolto ad un luogo non ha un target predefinito, bensì fruitori sempre in mutamento con esigenze in costante cambiamento. Questa rapidità di mutare è data soprattutto dalla spasmodica evoluzione delle piattaforme social che oramai sono i canali fondamentali per promuovere questo tipo di Branding.



Sopra e a destra la campagna promozionale per la città di Vienna.



See  
Vienna.  
Not  
#Vienna

Enjoy the city  
behind your pics!



Sotto vari esempi di loghi e marchi di città internazionali.





Lungomare di Ortigia,  
Siracusa

**02**

**GLI OBIETTIVI**

# Il City Branding per rilanciare una città

Il City Branding è un insieme di attività pianificate con lo scopo di sviluppare una precisa immagine di una città, strumento principale per la sua promozione e sviluppo economico. A differenza di altre tecniche di marketing, il City Branding ha bisogno del coinvolgimento di tutte le personalità influenti locali, pubbliche e private e dei cittadini.

Gli abitanti, dunque, devono esser loro stessi i primi ambasciatori della città in cui vivono. Vanno, quindi, avviate delle attività d'inclusione e di ascolto dei cittadini ed in base a esse, porsi degli obiettivi in grado di creare consenso e partecipazione.

A differenza di un normale prodotto, una città è già una realtà consolidata, non può essere cambiata né reinventata, però può e deve essere riscoperta e rivalorizzata attraverso un'identità più attraente e unificante.

Quando si parla di una nuova "luce" si intende un cambiamento, nel caso in cui l'immagine di un luogo sia sbagliata, sbiadita o dimenticata nel immaginario collettivo. Non si tratta solo di comunicare al mondo che un posto è bello, ma di far sapere che in esso è in atto un cambiamento, suscitando curiosità di verificarne di persona il miglioramento.

Siamo di fronte ad un fenomeno ed opportunità per tutte le città o territori che vogliono rilanciarsi e migliorare sotto ogni punto di vista. Non va frainteso, però, il termine Branding, che non è soltanto propaganda o promozione, bensì un potente strumento di natura politico/sociale.

Non si tratta solo di ideare un logo e degli slogan ad hoc per pubblicizzare la città, ma di guadagnare, anche e soprattutto, fiducia e reputazione. Solo così la comunicazione che utilizzeremo potrà essere recepita correttamente e apprezzata.



A sinistra la comunicazione grafica per la città di Singapore.

Un problema comune che si riscontra spesso in un processo di City Branding è la sintesi grafica, poichè una città possiede mille anime, mille sfaccettature culturali, storiche, artistiche, naturali ecc...  
Quindi come si può sintetizzare tutto questo con un unico segno?  
La soluzione risiede nel Brand multiforme o dinamico, che consente di rispecchiare più interessi e peculiarità che ha da offrire una città (turismo, commercio, artigianato, ecc.). Questo tipo di Brand dinamico viene oramai adoperato da diversi luoghi in tutto il mondo, un esempio di esso è quello della città di Bologna, di cui parlerò più avanti.



Sopra il codice visivo creato per la comunicazione del progetto "è Bologna".



Sopra la comunicazione grafica per Bologna e il logo per la città di Parigi.





Fuochi di Santa Lucia,  
Siracusa

**03**

**I CASI STUDIO**

# I casi studio

**P**er individuare una strategia vincente e conferire alla città di Siracusa un'immagine nuova e di alto livello, è stata indispensabile un'indagine sulle città che hanno effettuato operazioni di branding di successo.

Vi sono dei fattori da seguire per procedere in questo tipo di operazione e sono:

- Modernità
- Semplicità
- Dinamicità
- Eleganza
- Pertinenza del logo con i valori della città

Sulla base di questi principi sono stati scelti diversi casi studio.



# Bologna

**// È Bologna** è un progetto di City Branding promosso dal comune di Bologna. Ideato da Urban Center Bologna nel 2012, questo progetto si è focalizzato nel creare una specifica identità per Bologna, che venga percepita dai turisti e nella quale si riconoscano i cittadini stessi. Dopo un'ampia ricerca mirata ad individuare le caratteristiche tangibili ed uniche che Bologna possiede, Urban Center ha cercato un'appropriata "traduzione" visiva di quest'ultime, ideando un sistema grafico che potesse dare un'ampia pluralità ai soggetti rappresentanti la città. Le complessità dell'operazione di Branding in questo caso, erano fundamentalmente due:

Le infinite sfaccettature e percezioni della città da far convivere in un solo Brand e dall'altro lato dare a tutte queste qualità, sufficiente forza e coerenza visiva, così poi, da risultare strumento efficace per valorizzare in modo appropriato la città.

Un problema comune che si riscontra spesso in un processo di City Branding è la sintesi grafica, poichè una città possiede mille anime, mille sfaccettature culturali, storiche, artistiche, naturali ecc...

Quindi come si può sintetizzare tutto questo con un unico segno?

La soluzione risiede nel Brand multiforme o dinamico, che consente di rispecchiare più interessi e peculiarità che ha da offrire una città (turismo, commercio, artigianato, ecc.). Questo tipo di Brand dinamico viene oramai adoperato da diversi luoghi in tutto il mondo, un esempio di esso è quello della città di Bologna, di cui parlerò più avanti.



Sopra il logo del progetto "È Bologna" per l'omonima città.

Per descrivere i caratteri tangibili e non di Bologna, è stato progettato un alfabeto di segni geometrici	astratti. Sono forme riconducibili a un'immagine storica comune tipicamente italiano.	Dalle 5 forme base sono tratte 5/6 varianti, accomunate dalla perfetta leggibilità una volta sovrapposte.	La distribuzione delle lettere non è casuale, ma è ottimizzata in base alla loro frequenza nella lingua italiana	(dalla più frequente a quella meno frequente: E A I O N L R T S C D P U M V G H F B Q Z).			
	il mosaico di S. Maria dei Servi	P	V	O	U	R	E
	la croce presente nel Gonfalone	S	Z	D	T	G	
	il giglio presente nel Gonfalone	N	B	C	H	A	
	il rombo presente nello stemma antico	Q	M	L	I	F	
	la forma esagonale della città muraria	X	W	Y	K	J	



Sopra il codice visivo ideato per la città di Bologna.

# Melbourne

Una delle città più moderne del mondo aveva bisogno di un'identità visiva sofisticata e "cool" ma allo stesso tempo flessibile ed orientata al futuro. La nuova identità visiva doveva anche unire molteplici iniziative, programmi, servizi, eventi ed attività. Il punto cardine del concept del Branding di Melbourne fu la "diversità" che fu celebrata tramite colori, forme e strutture dinamiche per una città in costante cambiamento ed evoluzione. Il logo è costituito da una "M", ovviamente la lettera iniziale del nome della città, che viene ripetuta in serie, con al suo interno colori, forme e geometrie sempre diverse. Questo progetto è stato ideato da Landor Design nel 2009, che ha svolto delle indagini tramite interviste, workshop e ricerche approfondite tra stakeholders facenti parte del team di sviluppo. Le linee guida adoperate da Landor per rendere dinamica e versatile l'identità visiva per Melbourne sono state: Palette colori (inerenti alle esigenze politico/sociali), sistema flessibile del logo, tipografia, fotografia ed illustrazione, template ed applicazioni. Molteplici elaborati visivi che hanno reso il progetto ancor più dinamico e funzionale, rispecchiando l'energia di Melbourne.



Sopra il logo per la città di Melbourne e le sue svariate forme e colorazioni.

# Porto

**A**ltro caso di City Branding molto conosciuto e progettato da White Studio nel 2014 è quello per la città di Porto. Gli scopi principali furono: semplificare la comunicazione con i cittadini e allo stesso tempo rappresentare la città portoghese come luogo globale ed aperto a tutti. Ripartendo dall'anima passionale e accogliente che contraddistingue sia il Portogallo che la città di Porto, questo progetto ha subito stabilito che il punto focale dell'identità del Brand doveva essere il senso di appartenenza e quindi far sentire i cittadini ancor più a casa propria. Compiute le consuete ricerche venne a galla che ogni cittadino avesse una percezione diversa da persona a persona di una Porto ricca d'arte gastronomica, di luoghi storici da visitare come Torre Dos Clerigos, Casa Da Musica, Ribeira, al Fiume Dauro ecc... Proprio perchè ad ogni cittadino, Porto rappresenta una cosa diversa e personale, è stato doveroso donare ad ognuno la propria versione della città. In base a questo, fu appurato che Porto avesse bisogno di qualcosa di più rispetto un semplice logo. L'ispirazione venne da una percezione prettamente estetica. Le "protagoniste" dell'identità visiva che fu sviluppata, furono le iconiche piastrelle variopinte con pattern geometrico ed illustrativo, sparse per tutta Porto. Esse non sono solo mattonelle dalle tinte blu a scopo puramente estetico, bensì narrano storie della città, dei suoi abitanti e dei suoi paesaggi. Per questo motivo si prese spunto da questi elementi iconici, riuscendo ad ideare più di settanta pittogrammi che rappresentano la città, tutti collegabili tra loro grazie ad un design a griglia che dà vita ad una rete continua ricreando un codice visivo che rappresenta la città. Le icone create per questa identità visiva furono scelte con lo scopo di illustrare tutto ciò che i cittadini vedono di buon occhio della loro città, dunque, anche in questo caso è evidente l'importanza del cittadino e della sua partecipazione attiva al progetto ed è forse questo il punto fondamentale.



A destra il logo per la città di Porto che si ispira alle sue mattonelle.



Le mattonelle bianche e blu di Porto e la sua identità visiva.

# Parigi

Lo Studio grafico Graphéine nel 2016 ha consegnato una nuova identità visiva alla città di Parigi e all'Ente del Turismo e dei Congressi, organo turistico ufficiale di questa città. La prima domanda che si fece il suddetto studio grafico fu se utilizzare o meno il simbolo della Torre Eiffel. Ne risultò che è pressochè impossibile comunicare l'essenza della città parigina lasciando fuori "La Dame de Fer", dunque, si scelse di utilizzare essa con la consapevolezza di trovare un design particolare che non sfociasse nel Kitsch. Si adottò quindi un design tipografico che ricordasse solamente lo skyline parigino, con, ad esempio, la lettera "A" (della parola "Paris") avente uno stile che inequivocabilmente ricorda la Torre Eiffel. Il nome "Paris", quindi, diventa un tipogramma molto minimalista ma di forte impatto. Altra dietrologia nel logo, oltre la lettera "A", è sicuramente il punto sopra la "i" che è posto abbastanza in alto e vuol rappresentare la luna per rafforzare l'anima romantica della città che per antonomasia è definita destinazione d'amore e dei baci al chiaro di luna. Graphéin si è anche avvalso dell'aiuto di Severin Millet, esperto nel campo dell'illustrazione, che curò personalmente l'iconografia della nuova identità visiva. Quest'ultimo fu molto apprezzato per i suoi segni semplici e sgargianti che furono adoperati per produrre cartoline turistiche della città, differenti ed uniche rispetto a quelle convenzionali. Il risultato finale del progetto diede vita ad un'identità di Parigi: fresca, dinamica, colorata e soprattutto poetica. La prima applicazione del nuovo logo fu la "Paris Possib" un Tourist Pass, cioè un pacchetto d'accesso illimitato per i turisti che vogliono visitare tutti i monumenti di Parigi ed esso viene fornito tramite un libretto turistico della città a pagamento.



A sinistra il Logo per la città di Parigi e sotto un esempio di sua applicazione.

# Lisbona

Per molti, Lisbona è una città costituita prima di tutto dai paesaggi e monumenti più comuni che possiede, come ad esempio: il Ponte 25 Abril, Praca do Comercio, Palazzo di Sao Bento e via dicendo. A qualche cittadino però, mancheranno elementi differenti ma fondamentali per identificarsi nella propria città come ad esempio: le piastrelle color "azulejo", il caffè tipico con aroma e sapore tostato, la saudade della freschezza del fiume Tejo, le vivide notti estive. Insomma, lo studio grafico di Yana K nel 2015, ha immaginato l'identità visiva di Lisbona attraverso gli occhi dei comuni cittadini innamorati non solo dei luoghi comuni, bensì delle abitudini, sensazioni e altre peculiarità soggettive che la loro città suscita ad essi. Un'identità visiva basata su due colori appartenenti alla città: Giallo e Blu.

Il blu splendente del fiume Tejo, il blu acceso delle piastrelle azul che ricoprono gli edifici, il blu intenso dell'Oceano Atlantico. Il giallo del luminoso sole che perpetuamente illumina la città, il giallo dei tram che sfrecciano per le strade di Porto o il giallo delle luci mondane che ti accompagnano per tutta la notte.

Anche in questo caso è evidente l'importanza data alla percezione dei cittadini e non a quella comune del turista o visitatore.



Sopra il logo per la città di Lisbona, il suo studio e un esempio di sua applicazione.

# Amsterdam

La città di Amsterdam è di sicuro una grande capitale culturale sia a livello nazionale che internazionale, anche se per un periodo questo suo status symbol fu minacciato sia dall'acutizzarsi della concorrenza di altre città dei Paesi Bassi ed europee, ma anche dalle tendenze politico/sociali che spinsero la città ad atteggiamenti liberali nei confronti delle droghe leggere e della prostituzione, creando addirittura un turismo specifico alternativo. Questo atteggiamento fu considerato inappropriato per la città, poichè oscurava altri aspetti più desiderabili, limitando la completa percezione della capitale olandese. Servendo un'identità diversa, si avviò un progetto di Re-Branding dunque, partendo da uno studio comparativo di marketing cittadino praticato in altre 4 città europee: Berlino, Dublino, Barcellona e Rotterdam. Questa indagine si focalizzò soprattutto su due fattori principali, ovvero come veniva gestita l'operazione di branding delle altre città e quanti e quali enti fossero inclusi.

L'esito fece emergere che Amsterdam aveva delle mancanze in entrambi questi aspetti e soprattutto, rispetto alle altre città mancava chiarezza sul marchio cittadino. C'era bisogno di una visione coerente, chiara e a lungo termine. A tal fine, un'agenzia pubblicitaria sviluppò un nuovo logo che fu approvato e apprezzato dagli organi cittadini. "I Amsterdam" era sia il logo che uno slogan avente valore pratico ed intrinseco, per risultare versatile, sostenendo i valori e i vantaggi di Amsterdam. La città ottenne dei ritorni significativi, in termini di reddito, numero di visitatori, investitori, posizione di mercato internazionale e così via. I tre fattori che permisero questo successo furono: l'aumento di familiarità, aumento misurabile dei visitatori effettivi e dei corrispettivi comportamenti di investimento e acquisto ma anche un miglioramento generale della posizione di mercato a livello globale. Lo slogan "I Amsterdam" è certamente inclusivo e tutti possono identificarsi con esso; oggi è tra i migliori marchi al mondo.



**I amsterdam.**<sup>®</sup>

Il logo e slogan della città di Amsterdam.



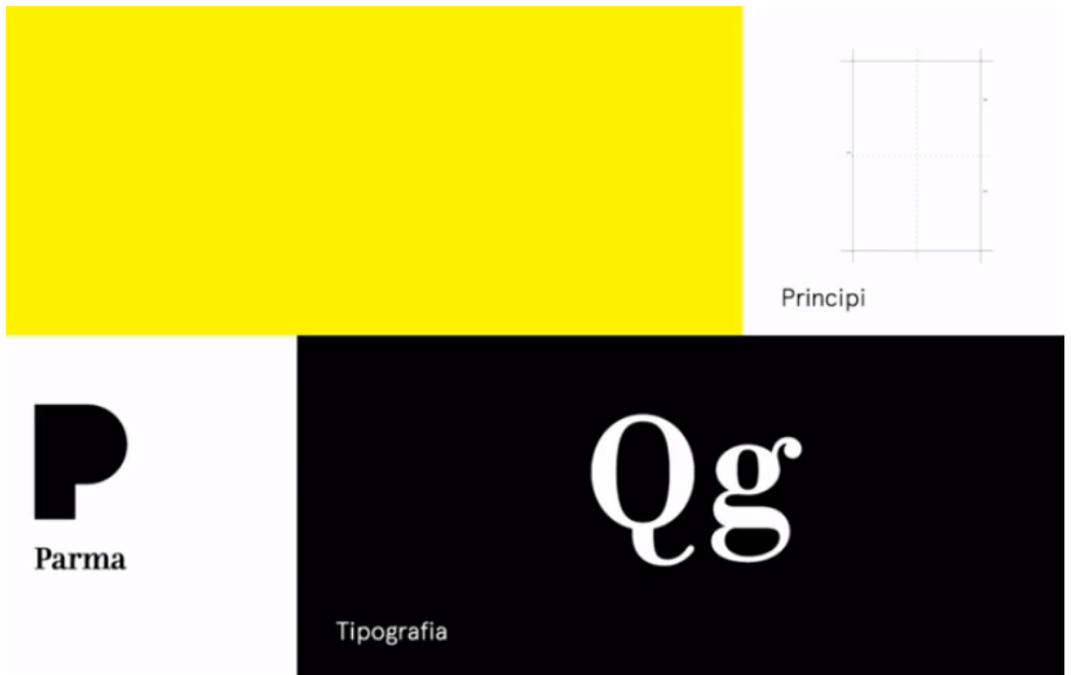
Sopra lo slogan "I amsterdam" e varie applicazioni dello stesso.

# Parma

**E**rik Spiekerman, designer tedesco di fama mondiale è stato chiamato a Parma per creare il logo per la città capitale italiana della cultura 2020. "Per capire l'essenza di un marchio bisogna entrarci dentro, stare con le persone per capirne a fondo i valori". Questo è quanto dice il designer dopo essersi assicurato di poter lavorare insieme ad altri colleghi italiani. Tutto è partito dalla lettera "P" che Spiekerman ha "copiato" da un font della tipoteca italiana di Cornuda risalente al movimento futurista italiano degli anni '30. Che può essere vista come un "buco della serratura" da cui poter guardare attraverso le meraviglie di Parma. Anche il colore giallo, sembra che gli sia immediatamente in mente pensando a questa città. Il logo Parma 2020 è molto semplice ma pensato per vivere a lungo.



Un frame del video promo per Parma capitale della cultura e un suo manifesto.



Screen del logo, font istituzionale e banner per Parma c.d.c. 2020.

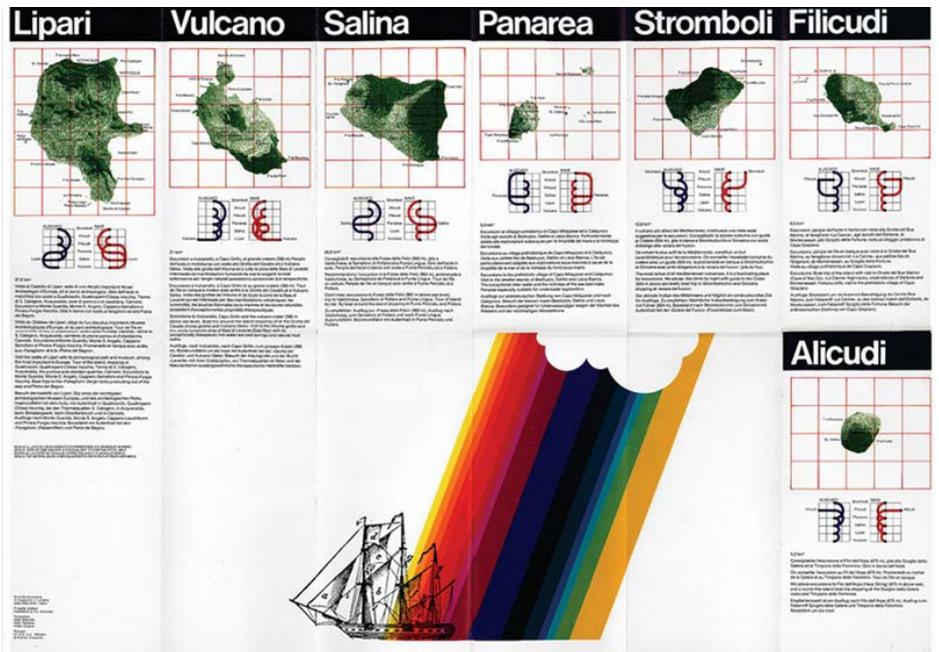
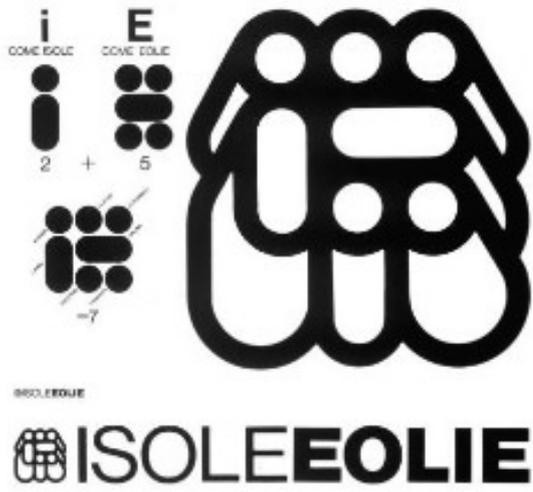
# Isole Eolie

**P**ensare ad un sistema visivo e di segnali che fosse fruibile immediatamente e direttamente da utenti occasionali, è stata la sfida che Mimmo Castellano ha affrontato nella progettazione del piano segnaletico per le isole Eolie. L'afflusso turistico che investe le isole Eolie chiedeva di poter risparmiare tempo per la ricerca dei servizi essenziali e dei luoghi di maggior interesse. In collaborazione con la locale azienda del turismo, Castellano avviò uno studio dell'immagine del comprensorio turistico delle Eolie. Il piano, articolato in differenti livelli, prevedeva operazioni graduali. In primo grado, il territorio necessitava di un marchio e di un logotipo che ne sintetizzassero l'identità. La segnaletica, considerata alla stregua di arredo urbano, prevedeva piante dei servizi stradali, dei centri abitati e delle isole, prodotte sia in grande formato che in formato tascabile. A livello macroscopico l'arcipelago andava contestualizzato, evidenziando anche i vari collegamenti aerei, terrestri, marini.

La proposta di Castellano tendeva alla semplificazione e alla decodificabilità delle immagini al fine di identificare la vacanza con il divertimento e il relax fin dai primi approcci con i materiali informativi ed illustrativi. Partendo dall'individuazione di 225 voci, esauriente patrimonio informativo, è giunto a costruire un sistema linguistico figurato, parallelo ai sistemi di scrittura.



Manifesto e diversi logotipi tradotti in lingue diverse per le Isole Eolie.



Il logo per le Isole Eolie e i vari segnali applicati alla cartellonistica stradale.



Pittogrammi per "Ufficio turistico delle isole Eolie"  
1975



Il logo per le Isole Eolie e i vari segnali applicati alla cartellonistica stradale.





Fontana di Piazza Archimede, Siracusa

# 03.1

**BRANDING  
NON EFFICACE**

# Quando il Branding non risulta efficace

**S**ecundo degli studi svolti da una società di consulenza "K629" tante città affrontano grosse difficoltà nei tentativi di re-branding. Si parla di un tasso di fallimento del 86%. A volte i sindaci si trovano nelle condizioni di investire notevoli somme di denaro invano, per strategie di branding inutili. Un esempio di strategia andata male è quella per Adelaide; nel 2013 la città australiana ha speso oltre 1 milione di dollari per un nuovo logo che però tutti finirono per odiare. La necessità di avere un marchio non vuol dire sempre intraprendere un'operazione da zero, bensì scoprire qualcosa che già c'è. Analizzare le caratteristiche e le politiche cittadine e quindi incanalare tutto in un'unica grande idea.



# Esempi di City Branding molto criticati

Le strategie di City Branding possono rivelarsi anche insoddisfacenti agli occhi dei fruitori, soprattutto quando c'è un grosso divario tra immagine creata e realtà. La disparità tra questi due elementi può condurre ad un rigetto nei confronti di tali strategie. Una buona strategia è quella considerata accettabile a tutti gli attori sociali presenti. Spesso le strategie di City Branding agiscono superficialmente perchè prendono una visione troppo semplicistica di ciò che offre il luogo in questione. Bisogna comprendere al meglio le offerte di un territorio, anche quelle che a prima vista sembrano poco appetibili al turista, per poter dare il giusto sostegno alla città attraverso il Branding.



La criticata comunicazione per la città australiana di Adelaide.

# Firenze

**E**sempio di City Branding non andato a buon fine è quello scelto dalla piattaforma online “Zooppa” che si occupa di lanciare concorsi creativi. Tramite appunto uno di questi concorsi che aveva come brief il compito di creare un’identità visiva per Firenze senza mantenere il suo iconico giglio rosso e optando per qualcosa di nuovo e moderno. Nel Marzo 2014 venne scelto il logo vincitore che però in poche ore fu screditato da autorevoli giornali del luogo e dai cittadini che leggevano nel codice visivo del logo la parola “Renzi” (Ex presidente del consiglio dei ministri che non vanta certo di grande simpatia dai media). La notizia fece velocemente il giro delle testate giornalistiche più autorevoli che lanciarono pure sondaggi tramite social media con riscontri aspramente negativi. Anche il noto esperto di grafica Milton Glaser che ideò la famosa scritta “I Love NY”, sminuì il logo di Firenze non tanto per il design bensì sull’ineguatezza e la poca professionalità di chi scelse esso. Come se non bastasse, all’ideatore di quell’identità visiva, cioè Fabio Chiantini graphic designer fiorentino, fu fatto notare che il logo era molto simile a quello di Praga, aggiungendo ulteriori critiche.



Il logo e alcuni elaborati per la comunicazione per la città di Firenze.

# Bari

**A**nche per la città di Bari è stato presentato un piano di comunicazione e promozione che riproduce il mare, l'edilizia e i prodotti ecogastronomici, come simboli che rappresentano la città. Massimo Gentile di una nota agenzia di comunicazione si è aggiudicato l'appalto. Nel progetto quattro aspetti della città hanno ispirato il marchio, quelli strettamente legati al patrimonio culturale, al legame con la pesca, alle tradizioni e all'innovazione sostenibili. Il logo è composto dalle quattro lettere che compongono il nome della città. Ciascuna di esse, rappresentata graficamente in modo diverso, rappresenta uno dei quattro volti della città. Nonostante le buone intenzioni del creatore del logo, da molti questo è stato criticato, esso infatti si limita ad evidenziare aspetti a volte anche non edificanti della città, tralasciandone altri che andrebbero evidenziati. Non si può continuare a identificare Bari come la terra del panzerotto o delle orecchiette o peroglio ancora, del ponte i cui lavori sono curati parecchi anni e il cui costo è stato altissimo.



Il logo per Bari e a destra lo stesso applicato ad una t-shirt di merchandising.

# Trieste

**Q**uando a richiedere un progetto grafico e un'entità pubblica o una grande azienda, che mette in gioco la sua credibilità, non ci si può affidare a chi non è del mestiere. È ciò che è successo al comune di Trieste che ha affidato la creazione di un logo e di un video promo aggiudicando la vittoria del contest ad una sola persona che non poteva evidentemente sviluppare i vari aspetti del progetto. Il logo non poteva essere considerato un vero logo, in quanto raffigurava un castello che non era riconducibile al castello di Miramare (Trieste), inoltre l'utilizzo forzato di termini di uso inglese è fin troppo abusato. La competizione per aggiudicarsi l'appalto avrebbe dovuto esser indirizzata a due categorie: professionisti da una parte e dall'altra tutti coloro che non fanno parte del settore. Inoltre, le persone preposte a giudicare avrebbero dovuto essere professionisti nel mondo della comunicazione. La selezione è stata, infatti, priva di un'intenzione qualitativa e non ha portato al risultato migliore o adatto allo scopo. La professione del progettista visivo, oggi più importante che mai, viene così continuamente svalutata.



Logo molto criticato per la città di Trieste.





Vista da piazzetta degli innamorati ad Ortigia, Siracusa

**04**

**SIRACUSA:  
STORIA  
E TERRITORIO**

# Storia di Siracusa

La fondazione di Siracusa viene storicamente fissata nel 734 o 733 a.C. ad opera di un gruppo di Corinzi guidati da Archia e dal poeta Eumelo di Corinto, che sbarcati nei pressi del fiume Anapo, si insediaronο nell'isola di Ortigia.

Il luogo prescelto era certamente di grande importanza strategica: si trovava al centro del Mediterraneo, e presentava caratteristiche naturali invidiabili (risorse idriche abbondanti, un doppio porto sicuro, un territorio facilmente difendibile in un punto del mediterraneo facilmente raggiungibile per i viaggi commerciali). Il nome della città probabilmente deriva dalla lingua sicula Syracο che vuol dire palude, da cui poi la parola greca Syracοσσai. La zona però non era disabitata; si hanno infatti tracce di presenza autoctona nei pressi della città sin dal IV millennio a.C., con i villaggi preistorici di Stentinello, Ognina, Plemmirio, Matrensa, Cozzo Pantano e Thapsos, che già da allora avevano allacciato rapporti commerciali con il mondo Miceneo. L'insediamento greco determina quindi la cacciata della popolazione indigena (i siculi) verso l'entroterra, scatenando nei primi periodi una serie di guerre vinte da Siracusa, che man mano rafforzarono il suo potere su territori sempre maggiori.

Nel periodo dal 733-212 a.C. vennero edificati templi più arcaici della Sicilia: il tempio di Zeus e il tempio di Apollo e la creazione delle necropoli arcaiche: la necropoli di Fusco e quella del Giardino di Spagna. Nel 492 a.C. Ippocrate di Gela avviò una campagna di conquista della Sicilia e arrivò ad assediare Siracusa che però si salvò grazie all'intervento di Corinto e Corcira.



Antica cartina geografica della città di Siracusa.

Fondamentale porto di scambi commerciali tra Oriente e Occidente, vede la venuta di S. Paolo e S. Marziano (primo vescovo di Siracusa), che soffermandosi in città per operare del proselitismo, radica la religione cristiana, facendo diventare la città il primo avamposto d'occidente. Con l'epoca delle persecuzioni cristiane, sino all'editto di Costantino nel 313, vengono costruite imponenti catacombe, seconde solo a quelle di Roma. Le successive scorrerie barbare impoveriscono ulteriormente la città, sino al 535 quando entra a far parte con la conquista di Belisario dell'Impero d'Oriente, divenendo dal 663 al 668, residenza dell'Imperatore Costante II di Bisanzio, nonché metropoli di tutte le chiese della Sicilia.

Dall'827 inizia la conquista araba in Sicilia. Dopo l'invasione di Mazara, l'avanzata araba giunge a Siracusa nel 878, determinando un atroce assedio che si risolverà con la caduta e la razzia della città. Ridotta ormai alla sola Ortigia, con gli Arabi Siracusa diviene capoluogo del Val di Noto, cedendo definitivamente a Palermo il ruolo di capoluogo politico-amministrativo dell'isola.

Durante la dominazione, Siracusa conosce probabilmente la conversione del duomo in moschea, e la disposizione urbanistica di alcuni quartieri storici dell'isolotto, con un impianto tipicamente arabo.



L'antica chiesa di San Giovanni ed un affresco nella cripta di San Marziano.

Solo nel 1038 il generale Bizantino Maniace riconquista la città, lasciando il segno della sua venuta con la costruzione dell'omonimo castello sulla punta di Ortigia (anche se la sua costruzione è posteriore, di epoca Sveva) e l'invio a Costantinopoli delle reliquie di S. Lucia. Nel 1086 inizia la dominazione normanna a Siracusa, divenuto caposaldo della cacciata araba dall'isola. La città diviene una roccaforte militare, grazie alla sua posizione strategica. La politica del re Ruggero I di Sicilia determina la costruzione di nuovi quartieri nell'isola e il rimaneggiamento della cattedrale, nonché il restauro di diverse chiese, seguendo una politica di rinascita cristiana.

Dopo un breve periodo di dominio Genovese (1205-1220), che favorisce l'incremento del commercio, la città viene conquistata nel 1221 dall'imperatore svevo Federico II. Viene quindi rafforzata la sua posizione di bastione militare, si avvia la costruzione del Castello Maniace, nonché l'edificazione di diversi edifici: il primo impianto di palazzi storici come quello Vescovile e il palazzo Bellomo (attualmente sede museale).

Dopo la morte di Federico II, segue il breve regno di Manfredi, fino al 1266, quando con la sconfitta di quest'ultimo a Benevento, la città passa con il resto della Sicilia a Carlo d'Angiò. Nel 1282, nel contesto della rivolta dei Vespri Siciliani, i Siracusani cacciano gli Angioini dalla città e si elevano a libero comune. L'intervento di Pietro III d'Aragona pone l'inizio alla dominazione aragonese dell'isola. Sorgono svariati palazzi nobiliari con i nomi delle rispettabili famiglie: Abela, Chiaramonte, Nava, Montalto. La città riacquista un po' di lustro con l'istituzione, nel 1361, della Camera Reginale (una sorta di stato dentro lo stato) e la presenza della regina Costanza. L'atto costitutivo della Camera Reginale del 1361 ad opera di Federico III d'Aragona infatti rendeva Siracusa capitale di un dominio reginale.



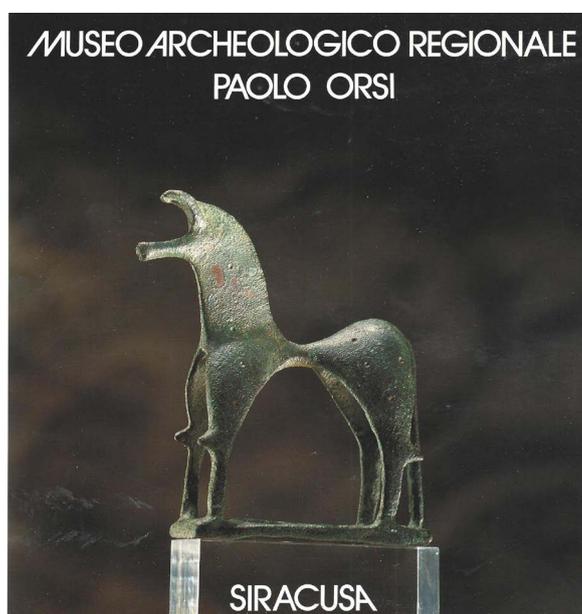
Il Castello Maniace di Siracusa visto dall'alto.

Ciò rese Siracusa particolarmente legata agli Aragonesi e successivamente al regno spagnolo; il forte interesse dei Catalani per il porto di Siracusa come punto di transito per il commercio verso Levante, compreso quello degli schiavi, favorì la presenza di una comunità catalana molto ricca e potente per tutto il XV secolo che da una parte favorì sviluppo edilizio e ricchezza, dall'altra si dovette scontrare con le insofferenze di nobili e borghesi locali.

Gli avvenimenti successivi determinano un continuo passaggio di poteri e dominazioni: gli spagnoli, gli Asburgo, poi nuovamente gli spagnoli. In questi anni sono da annoverare i lavori di fortificazione e la definizione di città "Piazza d'armi" dal 1678. Il disastroso terremoto del 1693 segnerà la storia urbana di tutta l'area del Val di Noto.

Nel 1780 il vescovo Alagona inaugura il Museo del Seminario divenuto, nel 1808, Museo Civico presso l'Arcivescovado, nucleo fondante di quello che sarà il museo archeologico della città.

Solo con l'Unità d'Italia Siracusa riacquista il proprio ruolo di capoluogo, nel 1865. Ciò favorisce una progressiva spinta urbanistica con drastici interventi di zione del suo assetto. Dal 1870 vengono abbattute le mura che la cingono interamente e viene costruito il ponte che collega l'isola alla terraferma



Sala del Museo P. Orsi e la mitica statuette del cavallo corinzio.



Viste del ponte Umberto che unisce l'isola di Ortigia dal resto di Siracusa.

Nasce nel 1872 l'attuale piazza Archimede, a seguito di un intervento di sventramento, cui seguiranno altri, come quello del quartiere storico di Ortigia, la Sperduta e il taglio della via del Littorio, oggi Corso Matteotti, in epoca fascista.

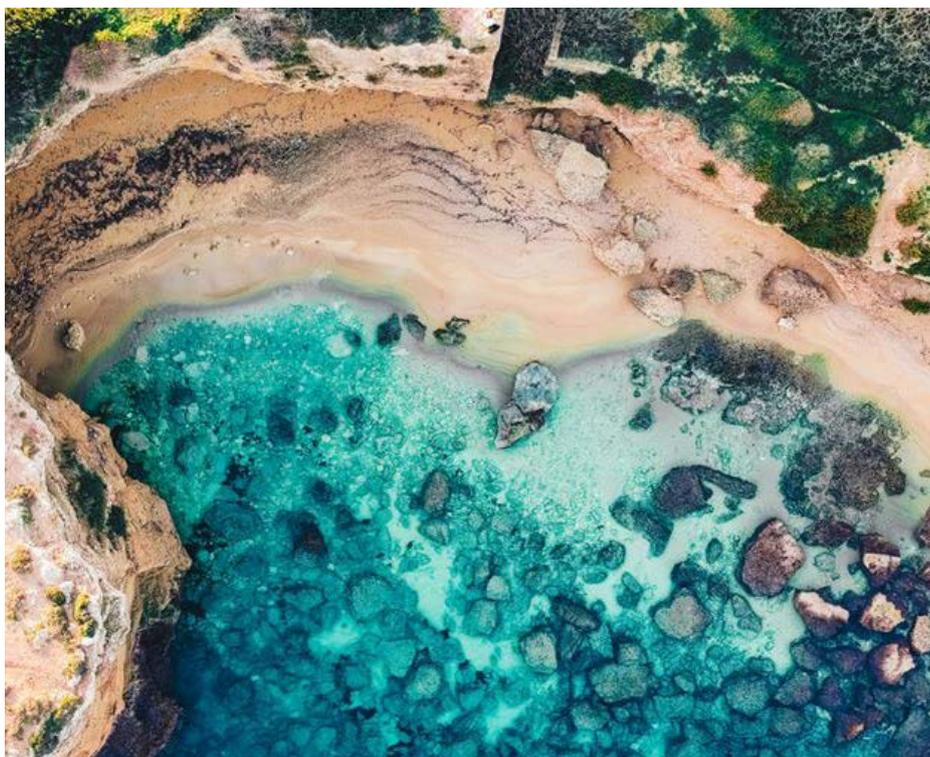
Negli anni del fascismo Siracusa conobbe un rinnovamento urbanistico, l'abbattimento di diversi edifici in Ortigia e la creazione della già citata via del Littorio. Inoltre grazie ai rinvenimenti di Paolo Orsi furono eseguiti gli scavi presso l'attuale Tempio di Apollo. Durante la Seconda guerra mondiale la città subì diversi bombardamenti, ne sono testimonianza i diversi rifugi antiaerei recentemente aperti al pubblico. La città fu liberata dal regime fascista il 10 luglio del 1943.

Nel dopoguerra il rapido processo di industrializzazione nell'area a nord della città, dalla periferia di Augusta alla zona di Targia, con l'apertura di stabilimenti chimici e grosse raffinerie di petrolio, induce un inatteso ma squilibrato sviluppo economico. La città aumenta la sua popolazione per immigrazione interna, espandendosi però in maniera disordinata a causa delle molteplici speculazioni edilizie. Dal 29 agosto al 1° settembre 1953 un'abitazione nel quartiere borgata avviene la lacrimazione di un quadretto della Madonna. L'episodio si ripeterà più volte, attirando l'attenzione di giornalisti e fedeli. Nel 1988 è stata inaugurata la nuova struttura del Museo Archeologico Regionale Paolo Orsi presso la Villa Landolina.



Resti archeologici del Tempio di Apollo nell'isola di Ortigia, Siracusa.

Dopo decenni di abbandono e il progressivo degrado del centro storico di Ortigia, è cominciata un'opera di recupero e restauro dell'isola. Di fondamentale importanza il progetto Urban di riqualificazione urbana con cui è stato parzialmente rilanciato il commercio e la vivibilità urbana dell'isola. Nel 2005 assieme al sito di Pantalica, Siracusa diviene ufficialmente patrimonio UNESCO. Nello stesso anno viene istituita l'Area naturale marina protetta del Plemmirio.



Riserva naturale del Plemmirio, patrimonio del UNESCO, Siracusa.

# Territorio

**S**iracusa sorge sul lato sud-orientale della Sicilia. La sua geografia è molto variegata, al suo interno si incontrano colline e cavità naturali, mentre due fiumi lambiscono il lato sud-ovest della città. Essa confina per lo più con il mare, che la circonda nella sua quasi totalità. La costa è prevalentemente rocciosa e frastagliata, mostra diversi promontori, baie, piccole isole e penisole.

La città si sviluppa in parte sull'isola di Ortigia e in parte sulla terraferma. La particolare ubicazione geografica l'ha resa celebre per i suoi tramonti; grazie ai punti zenitali dai quali vengono osservati essi sono stati descritti nei millenni come tra i più belli al mondo.

La conformazione della costa determina la vasta insenatura naturale dentro la quale si sviluppa il porto Grande. A circa 1200 metri di distanza dalla punta meridionale dell'isola aretusea sorge Capo Murro di Porco: il promontorio della penisola della Maddalena, di fronte alla quale si estende l'area marina protetta del Plemmirio. La penisola era detta anche Isola, poiché un tempo lo stretto lembo di terra che la collega alla terraferma era sott'acqua.

A nord della città si configura il promontorio di Santa Panagia, dove un tempo sorgeva il terzo porto di Siracusa: Trogilo. La città si affaccia sul mar Mediterraneo centrale, attorniata dal bacino del mar Ionio. Siracusa dà il suo nome alla scarpata siciliana, detta «Scarpata di Malta e Siracusa» (o «Scarpata Ibleo-Maltese»), la quale si sviluppa a est di Siracusa, nello Ionio, fino a Malta.



Stemma del comune di Siracusa.

La latomia più nota di Siracusa: l'Orecchio di Dionisio. L'area di Siracusa fa geologicamente parte dei monti Iblei. La sua orografia è formata da sommità moderate, la maggiore delle quali è data dall'altopiano dell'Epipoli, facente parte delle ultime propaggini orientali iblee. Alle pendici dell'Epipoli, situato tra Akradina e Neapolis, si innalza il colle Temenite, mentre all'interno della città sorge la balza dell'Akradina che conferisce al paesaggio urbano ampie e frastagliate pareti di roccia calcarea, conosciuta come pietra bianca di Siracusa. In questa balza si sviluppa la latomia dei Cappuccini; la più vasta tra le latomie siracusane. Le latomie sono una caratteristica principale della città, ne possiede numerose. Queste estese cave di pietra sono state intagliate fin dall'epoca greca. Nel lato nord della città proseguono le propaggini iblee, formando paesaggi rocciosi e grotte; esempio di ciò è Scala Greca: quartiere che prende il nome da una latomia che sorgeva nei pressi dell'ingresso nord ai tempi dei Greci. Oltre i resti della scala sorge la cava di Santa Panagia, scavata nei millenni da un torrente di acque meteoriche; essa rappresenta l'unica cava degli Iblei a contatto con il mare. L'area fisica di Siracusa è infatti interessata da un maturo carsismo, che determina la presenza di numerose cavità: in contrada Grotta Perciata, al limite del territorio comunale, si trova una delle grotte carsiche più importanti della Sicilia, per la quale è stata istituita una riserva protetta: la riserva naturale integrale Grotta Monello; essa è situata tra valli fluviali e versanti scoscesi, spesso proibitivi, al suo interno si sviluppano notevoli stalattiti e stalagmiti delle più svariate forme.



Orecchio di Dionisio, zona archeologica di Siracusa.

I fiumi principali che attraversano l'area della città sono l'Anapo e il Ciane: essi si incontrano alla fine e sfociavano insieme nel mar Ionio, presso la pianura alluvionale dei Pantanelli, dove si trova la riserva naturale delle saline di Siracusa (saline non più in uso da diversi anni). Sempre nella zona paludosa sita ad ovest della città, dove in passato sorgevano le paludi Lisimelie, con i lavori di bonifica del XX secolo sono stati scavati i canali artificiali del Mammaiabica (esso affianca il percorso del Ciane), Scandurra, Pismotta e Regina. Vi è poi un altro importante fiume millenario che interessa l'area comunale: il Cassibile, dal quale prende il nome la popolosa frazione siracusana. La foce di questo corso d'acqua si trova nella contrada di Fontane Bianche.

Nel centro storico della città, rappresentato dall'isola di Ortigia, scorre l'acqua dolce della fonte Aretusa, scaturita dalle falde acquifere iblee. Sul colle Temenite, dentro la grotta del Ninfeo, sgorga una piccola cascata - la quale dà origine a un laghetto - che giunge in loco tramite l'acquedotto Galermi, noto per essere il più antico acquedotto della Sicilia, costruito dal tiranno Gelone nel 480 a.C., trasporta ancora in città le acque dell'Anapo. A nord di Siracusa, tra Scala Greca e la Targia, si sviluppa un'altra sorgente d'acqua dolce, chiamata fonte Acqua della Colomba, la quale si mescola con l'acqua salata del mare, dando vita a un particolare ecosistema marino.

Il papiro di Siracusa è il medesimo che cresce unicamente nella valle del Nilo; dono probabile di un qualche sovrano greco-egizio all'antica città. La macchia mediterranea caratterizza la flora e la fauna di Siracusa. Palme, fico d'India, oliveti e agrumeti dominano il paesaggio. Grazie alla presenza del mare si è sviluppata una delle più importanti concentrazioni di palma nana nel Mediterraneo; quasi un chilometro quadrato. In città, presso la zona archeologica, si può altresì osservare uno dei più imponenti esemplari secolari di ficus delle pagode in Italia. Di particolare interesse risulta la flora fluviale: la pianta più tipica e singolare è il raro papiro egiziano, studiato e rinomato nella letteratura: Siracusa rappresenta l'unica città d'Europa nel quale esso cresca spontaneo. Siracusa riveste un ruolo primario nella ricettività dell'avifauna migratoria e il suo territorio annovera la presenza di specie rare nel resto d'Europa. La complessa conformazione dell'area geografica consente la suddivisione della fauna in specie cavernicole (o spelee), fluviali e soprattutto marine: il Plemmirio a tal proposito rappresenta un importante osservatorio per lo stazionamento dei cetacei (balenottere, delfini, capodogli e altri giganti del mare). Il clima di Siracusa, invece, è quello tipico delle aree mediterranee costiere (clima mediterraneo) e quindi piovoso e mite in inverno, caldo ma ventilato e siccitoso in estate. In particolar modo, il clima siracusano è noto per essere dominato dal vento di scirocco.



Sopra una foto del fiume Ciane ed una della valle dell'Anapo.





Fonte Aretusa, nel cuore di  
Ortigia, Siracusa.

**05**

**FASE**

**PROGETTUALE**

# Cultura, Arte e Natura come risorse fondamentali

I punti chiave per la redazione di un buon progetto di branding per una città sono molteplici. Il brand deve incarnare quasi alla perfezione tre fattori essenziali che in questo sono: storia, arte e natura.

Dunque il mio obiettivo è stato, dopo un'attenta ricerca sul territorio e attraverso fonti storico-culturali, riassumere le tre "anime" che caratterizzano e danno vita a questa città.

Si parla di una città che vanta una storia millenaria molto importante, di una cultura artistica che attira persone e turisti da tutto il mondo, citando un esempio, vi sono le opere classiche e le tragedie greche organizzate dall'organizzazione INDA al teatro greco di Siracusa al quale partecipano tantissime persone da tutto il mondo ogni anno. E poi per ultimo ma non per importanza, Siracusa vanta un meraviglioso mare che non invidia nessun altro posto balneare al mondo.

Dunque, focalizzandomi su questi tre fattori, ho deciso di incarnare essi in tre simboli rappresentativi che potessero meglio rappresentarli.

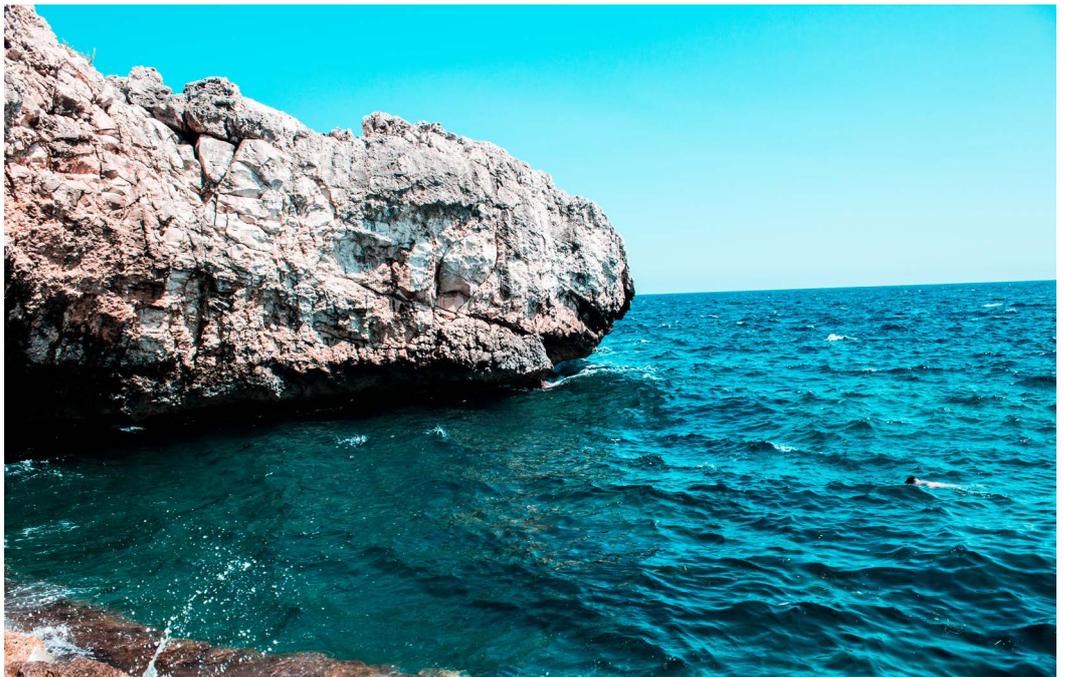


# Individuare i simboli della città

**P**er incarnare al meglio la storia, l'arte e la natura di Siracusa ho deciso di individuare tre simboli sul territorio che avessero la forza visiva giusta per ricondurre incoscientemente alla città. Tra la vastità di elementi che ho riscontrato nella mia ricerca i tre che più mi hanno convinto sono stati: il Teatro greco di Siracusa per la sua importanza a livello mondiale e per il suo modo unico di rappresentare l'arte siracusana; la statuetta di bronzo del cavallo bizantino esposto al museo archeologico Paolo Orsi perchè è un pò il simbolo di quest'ultimo e dunque rappresenta molto bene il concetto di storia della città (tra l'altro lo stesso cavallo è stato riprodotto in una scala molto più grande e posizionato in piazza Marconi, nel centro di Siracusa); infine la riserva naturale del Plemmirio che non solo è patrimonio UNESCO ed area marina protetta, ma è anche uno dei posti di mare più belli e amati dai cittadini del territorio e non solo.



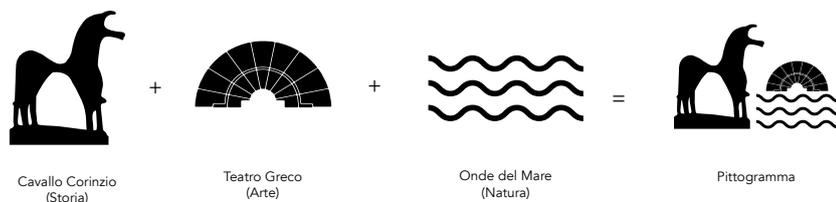
Teatro greco di Siracusa.



Statuetta del cavallo corinzio e il mare del Plemmirio (riserva naturale).

# Ideare un segno grafico riconoscibile

**A**vendo individuato i tre simboli che rappresentassero storia, arte e natura non restava altro che dare una forma ed una coesistenza armonica ad essi, ideando un segno grafico che li racchiudesse. Dopo diverse prove sono arrivato alla conclusione che si potesse giocare con le silhouette dei tre simboli scelti: cavallo corinzio, Teatro Greco e mare del Plemmirio. Non ho solo unito i tre elementi, bensì ho dato un ordine ben preciso che va da sinistra verso destra, per poi scendere, dunque in ordine: Storia/Cavallo, Arte/Teatro, Natura/Mare. Inoltre la forma del teatro a mezzaluna posta al di sopra delle onde del mare riconduce al tramonto di Siracusa, uno dei più belli al mondo. Altra caratterizzazione che volevo dare a questo segno grafico era quella del colore ideale o dei due colori ideali. Ho immediatamente pensato al color oro riconducibile all'effetto che ha la luce solare sulla pietra chiara di Siracusa e blu ovviamente per il mare. Ho anche aggiunto un logotipo con un'impronta storica adatta a Siracusa adoperando il font "Augustus" così da completare il segno grafico.

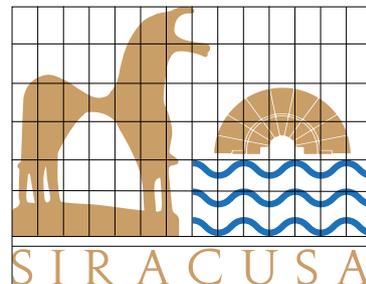


SIRACUSA — logotipo (Augustus font)

D'oro come l'incontro tra il sole e la pietra di siracusa.



blu come il mare della riserva naturale del plemmirio (siracusa).



# Creare una serie di elaborati grafici per il turismo

Oltre al segno grafico distintivo del logo ho anche pensato servisse progettare degli elaborati che andassero ad agire sul lato pubblicitario e promotore per il turismo. Elaborati come: locandine pubblicitarie, video-promo, layout per i due social network più utilizzati, Instagram e Facebook, dei flyer pubblicitari, dei totem info point ubicati in varie zone della città, una card turistica per l'accesso a prezzo ridotto nei luoghi da ivisitare e merchandising come t-shirt e tazze.







Mare del Plemmirio, Siracusa

**06**

**ELABORATI**

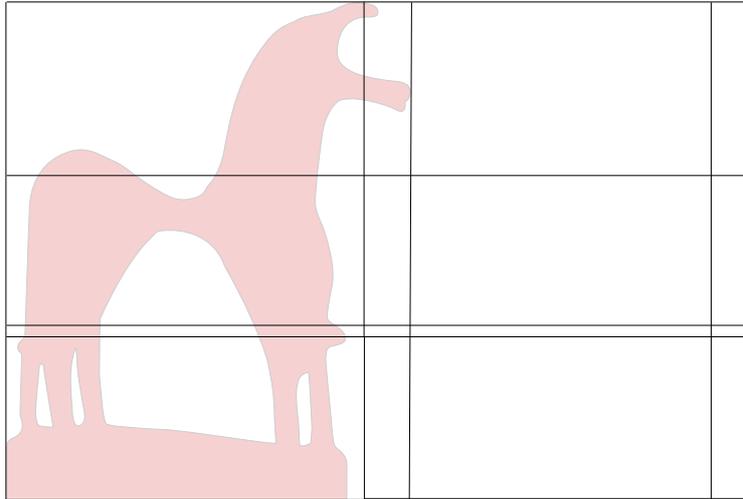
# Studio del Logo

## Il logo

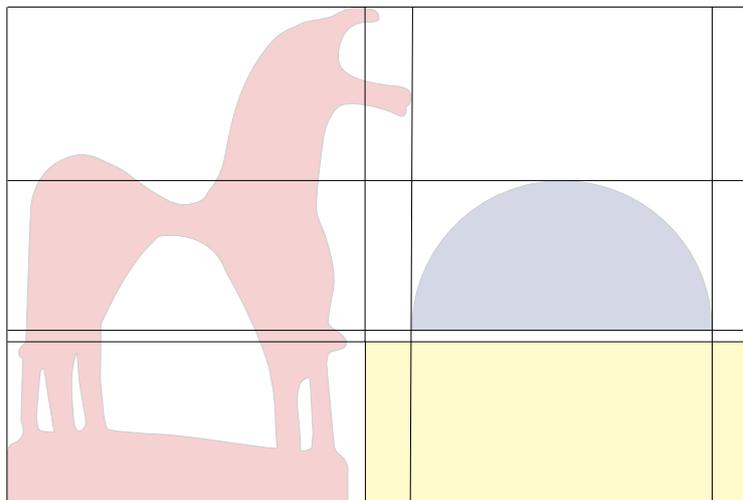


Il cavallo corinzio rappresenta la **storia** di Siracusa; il teatro greco che rappresenta l'**arte** di Siracusa; Le onde del mare blu rappresentano la riserva naturale del Plemmirio e dunque la **natura** di Siracusa; il Logotipo con il nome della città con font Augustus.

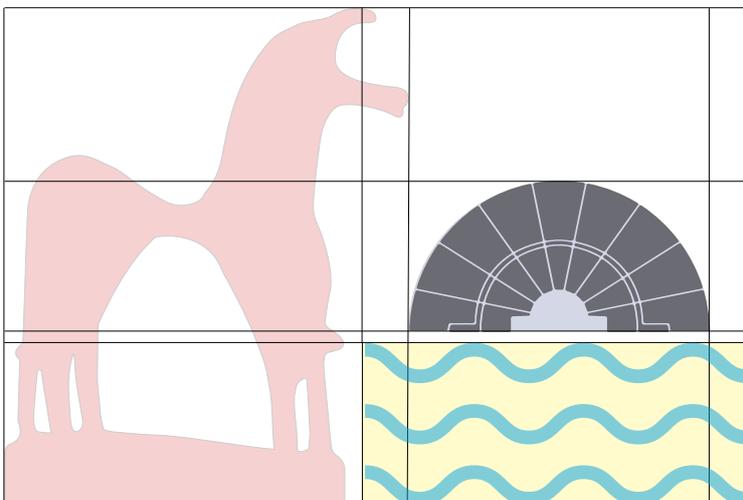
## Geometria del pittogramma



- Il pittogramma del logo nasce dalla creazione di una silhouette di una statuetta di un cavallo corinzio.

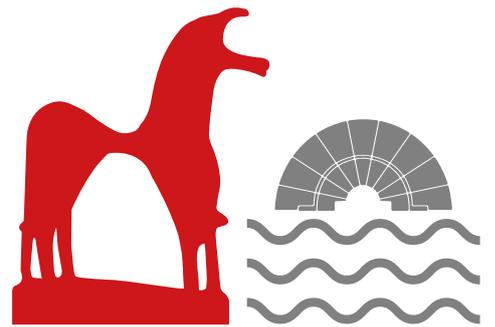


- Alla destra del cavallo sono stati creati un rettangolo accanto alla base del cavallo e un semicerchio al di sopra del rettangolo.

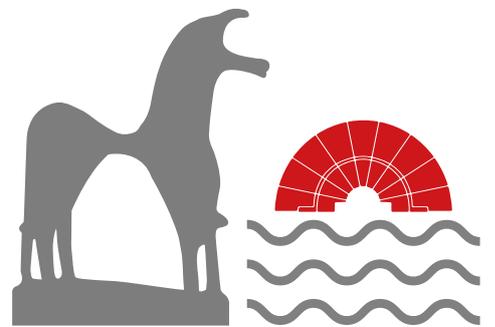
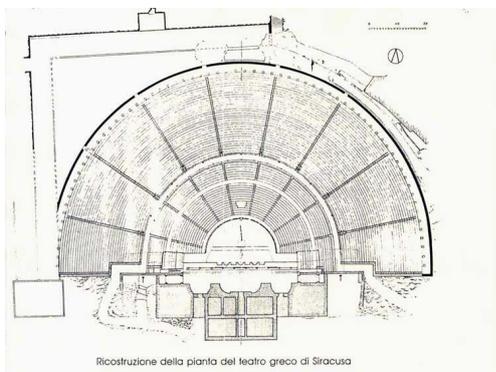


- Semicerchio e rettangolo ospitano, infine, rispettivamente la silhouette del teatro greco ed i suoi settori a spicchi e tre linee ondulate che rappresentano il mare.

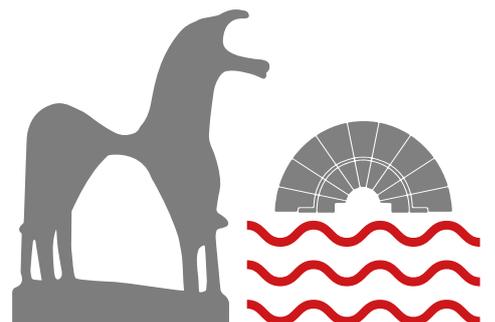
# Elementi del pittogramma



- Il logo parte da un elemento grafico ricavata da una silhouette di una statuette di un cavallo corinzio esposta al Museo Archeologico P. Orsi.

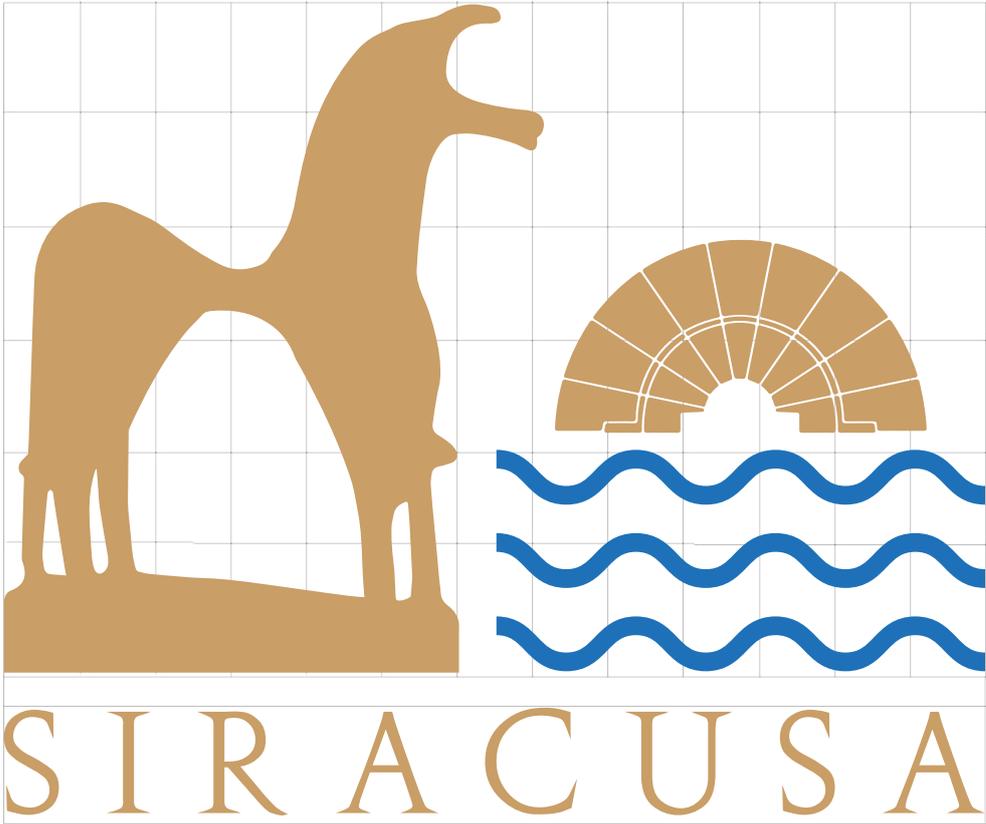


- Un altro elemento grafico è rappresentato da un semicerchio a spicchi che rappresenta il Teatro Greco di Siracusa ma allo stesso tempo anche il sole che tramonta dal mare.



- L'ultimo elemento è rappresentato da tre linee ondulate che ricordano la natura marittima.

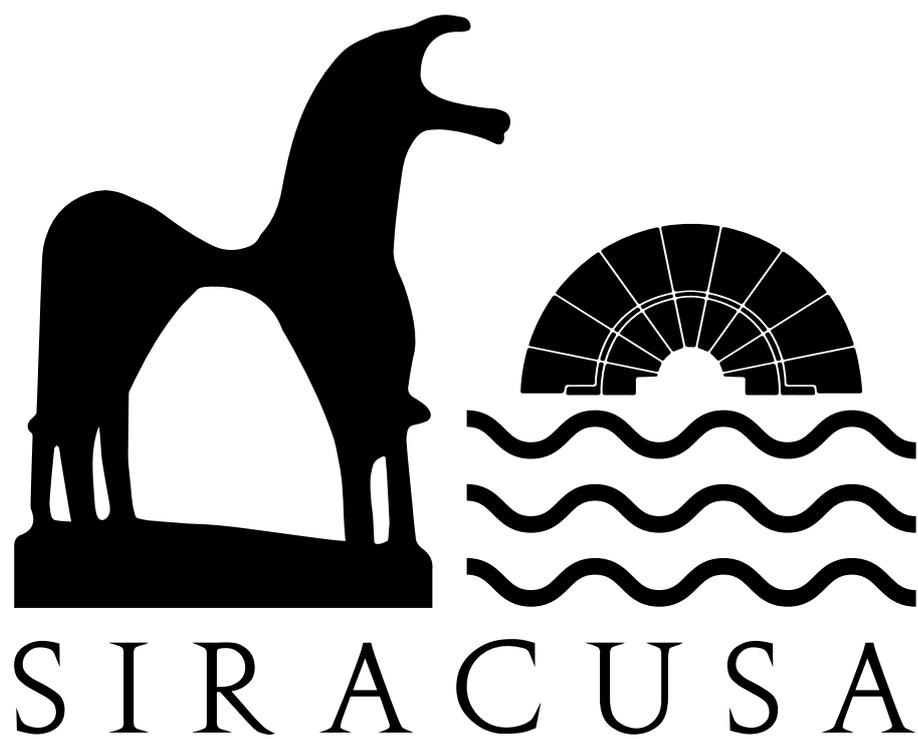
Logo in griglia



## Varianti del logo



- Versione positiva oro e blu su bianco.



- Versione positiva nero su bianco.



- Versione negativa bianco su nero.

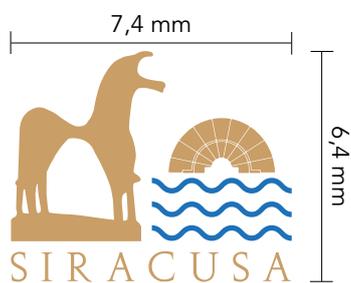


- Versione negativa bianco su blu.



- Versione negativa bianco su oro.

# Prove di leggibilità



## Font corporativo logo

- Il font istituzionale utilizzato nel logo è l'**Augustus** per la sua impronta storica che si sposa bene con la storicità di Siracusa.

ABCDEFGHIJKLM  
NOPQRSTUVWXYZ  
12345678900

## Altri font

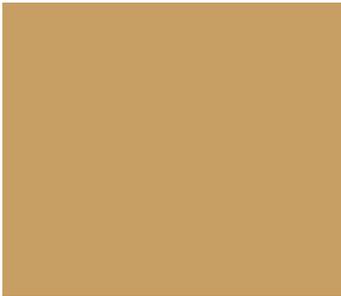
- Il font istituzionale utilizzato in altri elaborati è l'**Avenir Book**. È un carattere sans-serif disegnato da Adrian Frutiger nel 1987 e rilasciato nel 1988 da Linotype GmbH. Frutiger pensava che l'Avenir fosse un'interpretazione più organica dello stile geometrico, più uniforme e adatto a testi estesi, con dettagli che richiamano caratteri tipografici più uniformi e adatti a testi estesi. È stato utilizzato nella scrittura del dossier e in altri elaborati come brochure e manifesti.

ABCDEFGHIJKLM  
NOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklm  
nopqrstuvwxyz  
12345678900

- Il font istituzionale utilizzato in altri elaborati per mettere in risalto parole chiave è  
l'**Avenir Black**.

**ABCDEFGHIJKLM  
NOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklm  
nopqrstuvwxyz  
12345678900**

# Colori corporativi



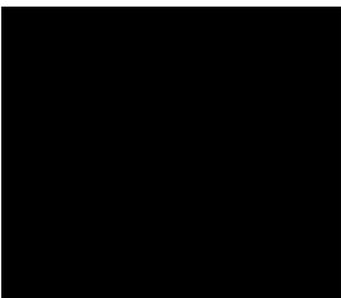
- Pantone : 15-1142 TCX  
- CMYK : 20 37 64 8  
- RGB : 200 158 100

Oro come l'effetto cromatico che dà il sole alla pietra chiara di Siracusa.



- Pantone : 300 C  
- CMYK : 85 50 0 0  
- RGB : 30 113 184

Blu come il colore del mare della riserva naturale del Plemmirio, Siracusa.



- Pantone  
- CMYK : 0 0 0 100  
- RGB : 30 30 27



Scogli dorati e mare blu alla riserva naturale del Plemmirio (Siracusa).

# Manifesti pubblicitari



Vieni a visitare il Museo Archeologico Regionale P. Orsi di Siracusa, da annoverarsi tra i più importanti e prestigiosi d'Europa per la qualità e la quantità dei reperti contenuti. Istituito per decreto regio nel 1878 dapprima come "Museo del Seminario" e successivamente come "Museo Archeologico di Siracusa", ubicato presso la nuova sede di Villa Landolina e intitolato al grande archeologo P. Orsi, che ne fu il direttore per oltre trent'anni e al quale si devono l'importantissime scoperte e ritrovamenti.

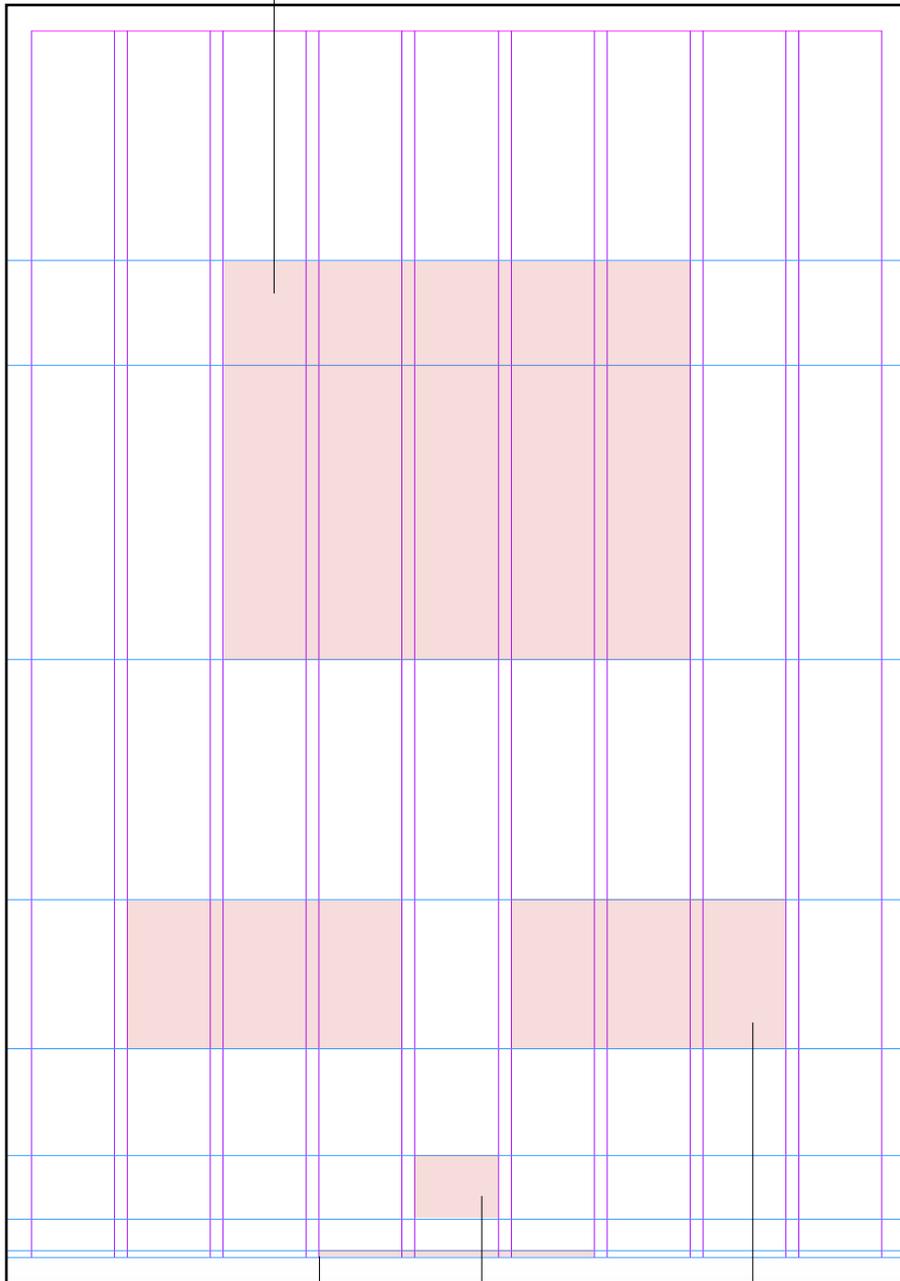
La costruzione è immersa in un immenso parco verde d'interesse archeologico e storico per la presenza, per esempio della tomba del poeta tedesco Augusto von Platen. La struttura, a forma di margherita, è composta di tre settori disposti attorno ad un corpo centrale e si sviluppa in tre piani: il seminterrato destinato ad Auditorium, dove è possibile assistere alla proiezione di documentari propedeutici alla visita, e i due piani superiori destinati agli spazi espositivi. Il museo vi aspetta.



WWW.COMUNESIRACUSA.IT

Manifesto con cavallo corinzio che rappresenta la **storia** con le prime due lettere "SI" della parola Siracusa. Dimensioni : 700x1000 mm.

Posizione delle prime due lettere "SI"(font: Augustus)  
con maschera di ritaglio sull'immagine  
della statuetta del cavallo corinzio.



Posizione del Logo

Posizione dell'indirizzo web

Posizione della didascalia  
(font: Avenir Book) attinente  
all'immagine usata per la  
maschera di ritaglio.



Vieni a visitare Il teatro greco di Siracusa, teatro costruito nella sua prima fase nel V secolo a.C., situato all'interno del Parco archeologico della Neapolis, sulle pendici sul lato sud del colle Temenite e rifatto nel III secolo a.C. e ancora ritrasformato in epoca romana. Qui si può vivere la magia e l'arte delle rappresentazioni classiche che vengono organizzate ogni anno per un appuntamento diventato imperdibile sia per i cittadini che per i turisti da tutto il mondo.

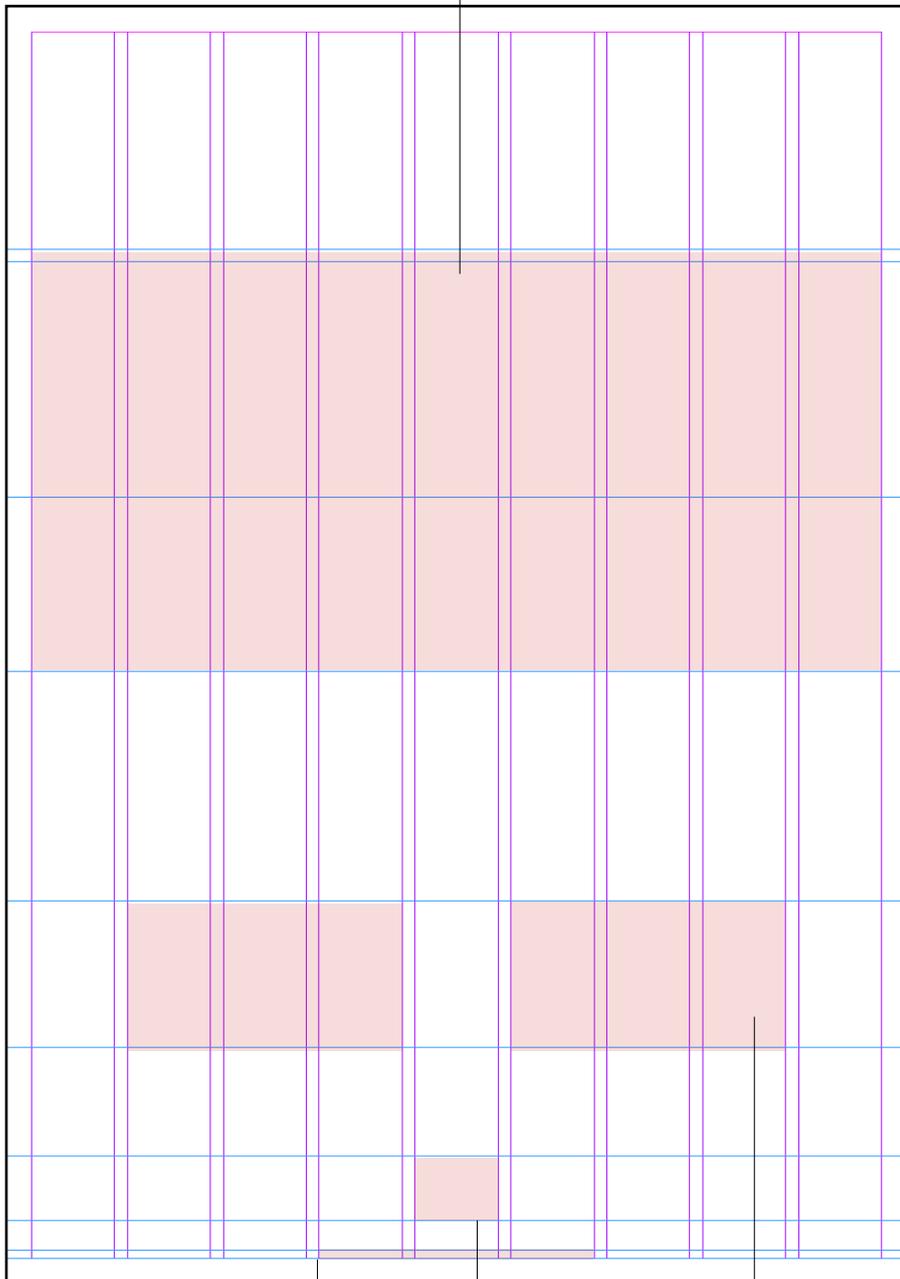
Sin dal 1914 con la nascita dell'INDA lo spazio scenico del teatro greco è stato utilizzato prevalentemente per le cosiddette "tragedie e commedie greche", seguendo i dettami della tradizione. Le rappresentazioni, in precedenza a cadenza biennale, sono uno dei motivi di vanto della cultura greca della città. Salvo il normale utilizzo all'interno del circuito di visita dell'Area Archeologica, la cavea del teatro viene saltuariamente utilizzata per concerti o premiazioni.



[WWW.COMUNESIRACUSA.IT](http://WWW.COMUNESIRACUSA.IT)

Manifesto con maschera dell'antico teatro greco che rappresenta l'**arte** con le due lettere "RA" della parola Siracusa. Dimensioni : 700x1000 mm.

Posizione della seconda coppia di lettere "RA"(font: Augustus)  
con maschera di ritaglio sull'immagine  
di una delle simboliche maschere del teatro greco.



Posizione del Logo

Posizione dell'indirizzo web

Posizione della didascalia  
(font: Avenir Book) attinente  
all'immagine usata per la  
maschera di ritaglio.



Vieni a visitare l'area marina protetta del Plemmirio di Siracusa, un'area marina protetta che si trova sulla costa orientale di Siracusa ed è stata istituita nel 2004 ed è classificata come Area Specialmente Protetta di Interesse Mediterraneo. Si sviluppa su un perimetro di 14,35 km di costa lungo la parte orientale della Penisola della Maddalena, con una superficie di 2.429 ettari di mare protetto e oltre 2.000 specie di fauna protetta.

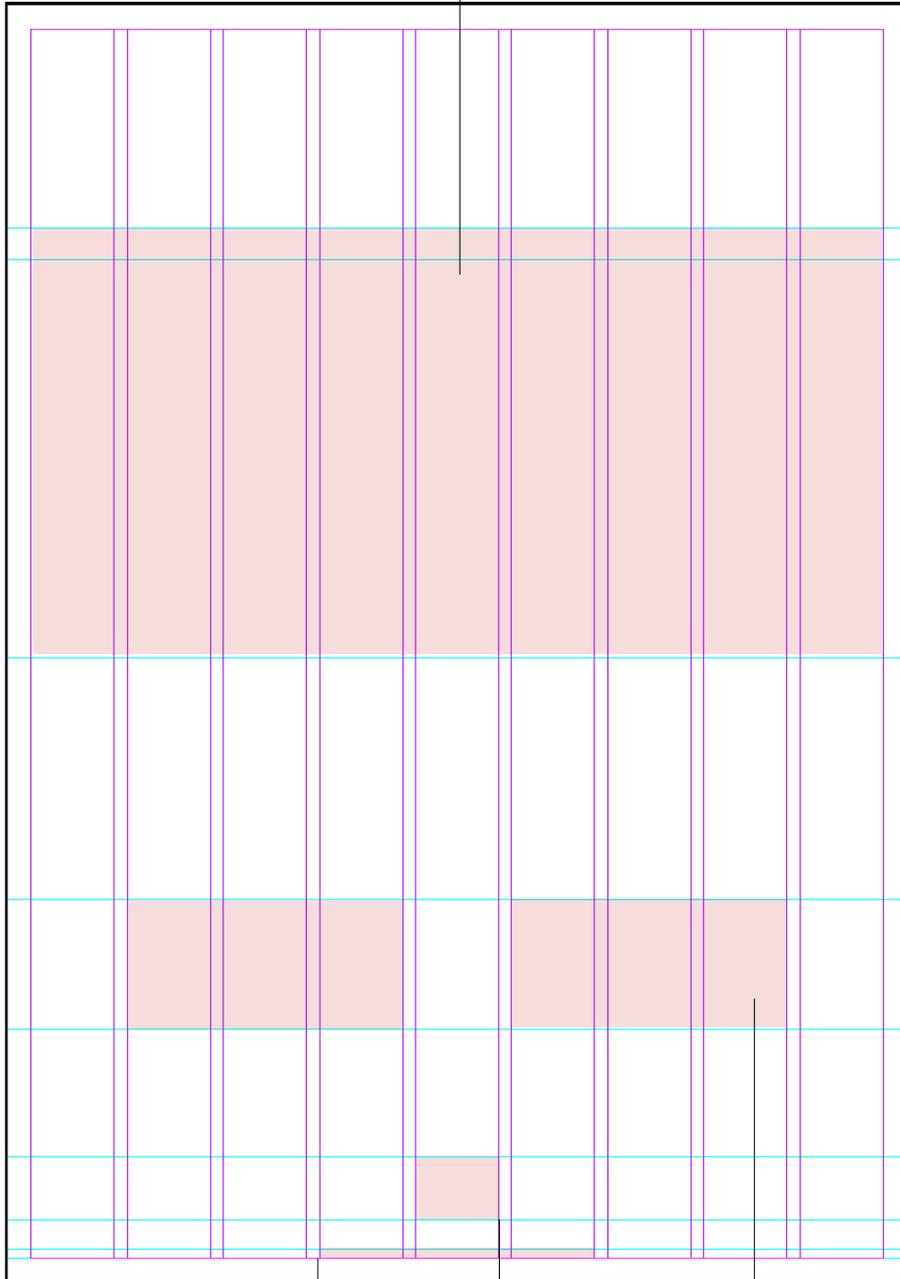
Il territorio è di grande rilevanza dal punto di vista della flora e della fauna, ma anche da un punto di vista storico. Crocevia per il passaggio delle navi e dei bastimenti di Cartaginesi, Romani e Greci, l'area del Plemmirio ospita nei fondali diversi colli d'anfora e reperti di varie epoche, compresi quelli dell'ultima guerra mondiale. Definito uno dei posti di mare più belli al mondo, questo paradiso aspetta solo di essere visitato.



[WWW.COMUNESIRACUSA.IT](http://WWW.COMUNESIRACUSA.IT)

Manifesto con la statua di una sirena posta in fondo al mare della riserva naturale Plemmirio, dedicata alla scomparsa della campionessa di sub Rossana Maiorca. Questo riferimento simboleggia il mare e quindi la **natura** con le lettere "CU" della parola Siracusa. Dimensioni : 700x1000 mm.

Posizione della terza coppia di lettere "CU"(font: Augustus) con maschera di ritaglio sull'immagine della statua in fondo al mare, dedicata alla ex campionessa di sub Rossana Maiorca.



Posizione del Logo

Posizione dell'indirizzo web

Posizione della didascalia (font: Avenir Book) attinente all'immagine usata per la maschera di ritaglio.



Vieni a visitare il Museo Archeologico Regionale P. Orsi di Siracusa, da annoverarsi tra i più importanti e prestigiosi d'Europa per la qualità e la quantità dei reperti contenuti. Istituito per decreto regio nel 1878 dapprima come "Museo del Seminario" e successivamente come "Museo Archeologico di Siracusa", ubicato presso la nuova sede di Villa Landolina e intitolato al grande archeologo P. Orsi, che ne fu il direttore per oltre trent'anni e al quale si devono importantissime scoperte e ritrovamenti.

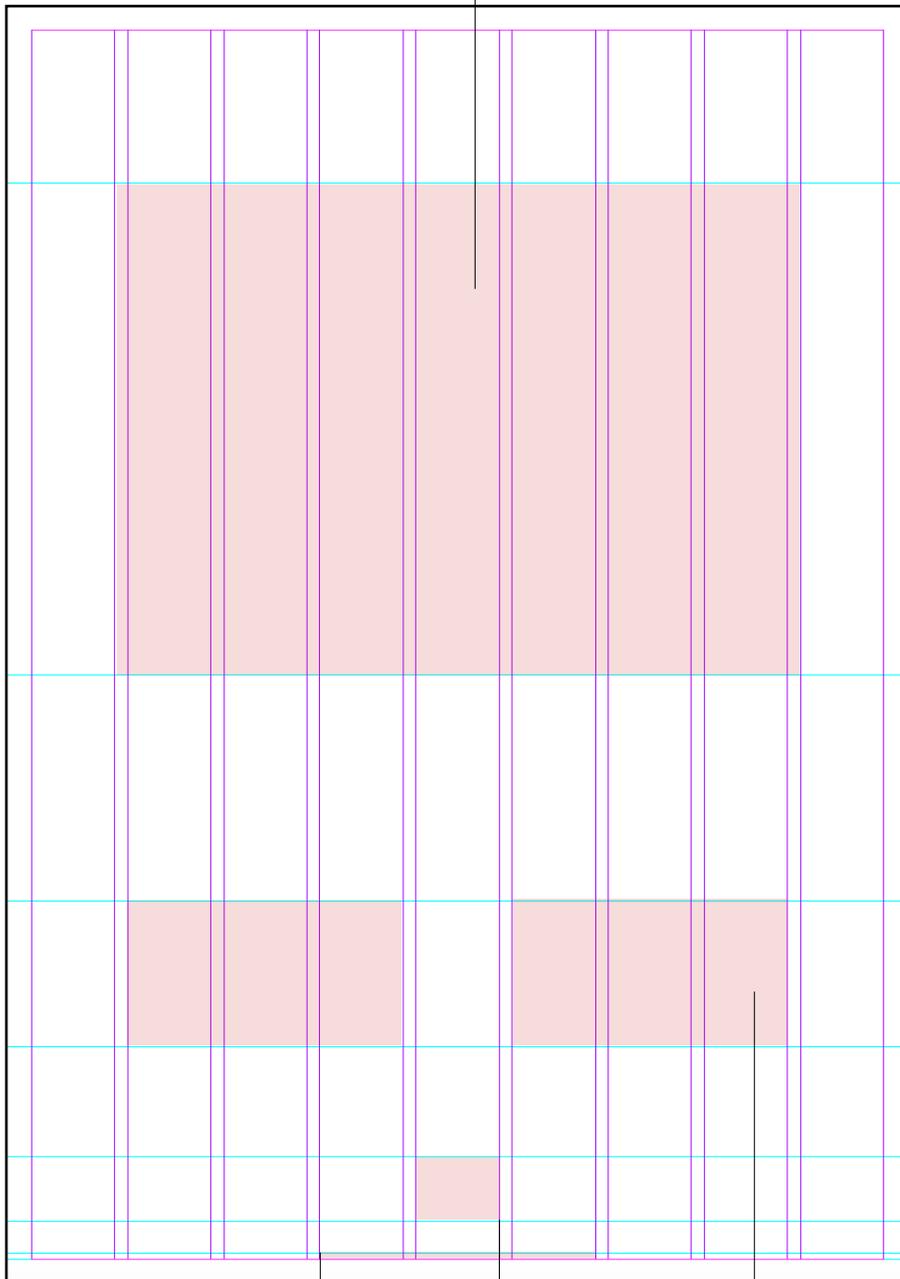
La costruzione è immersa in un immenso parco verde d'interesse archeologico e storico per la presenza, per esempio della tomba del poeta tedesco Augusto von Platen. La struttura, a forma di margherita, è composta di tre settori disposti attorno ad un corpo centrale e si sviluppa in tre piani: il seminterrato destinato ad Auditorium, dove è possibile assistere alla proiezione di documentari propedeutici alla visita, e i due piani superiori destinati agli spazi espositivi. Il museo vi aspetta.



WWW.COMUNESIRACUSA.IT

Manifesto con moneta antica esposta al Museo Archeologico P. Orsi, rappresenta anch'essa la **storia** con le due ultime lettere "SA" della parola Siracusa. Dimensioni : 700x1000 mm.

Posizione della quarta coppia di lettere "SA"(font: Augustus) con maschera di ritaglio sull'immagine di una delle antiche monete greco-romane esposte al Museo Archeologico P.Orsi.



Posizione del Logo

Posizione dell'indirizzo web

Posizione della didascalia (font: Avenir Book) attinente all'immagine usata per la maschera di ritaglio.

# S

Vieni a visitare il Museo Archeologico Regionale P. Orsi di Siracusa, da annoverarsi tra i più importanti e prestigiosi d'Europa per la qualità e la quantità dei reperti contenuti. Istituito per decreto regio-  
nale nel 1878 dapprima come "Museo del Seminario"  
e successivamente come "Museo Archeologico  
di Siracusa", ubicato presso la nuova sede di Villa  
Landolina e intitolato al grande archeologo P. Orsi,  
che ne fu il direttore per oltre trent'anni e al quale si  
devono importantissime scoperte e ritrovamenti.



www.comit



La costruzione è immersa in un immenso parco verde d'interesse archeologico e storico per la presenza, per esempio della tomba del poeta tedesco August von Platen. La struttura, a forma di manglietta, è composta di tre settori disposti attorno ad un corpo centrale e si sviluppa in tre piani: il seminterrato destinato ad Auditorium, dove è possibile assistere alle proiezioni di documentari propeceutici alla vista, e i due piani superiori destinati agli spazi espositivi, il museo Vi aspetto.



# R

Vieni a visitare il teatro greco di Siracusa, teatro costruito nella sua prima fase nel V secolo a.C., situato all'interno del Parco archeologico della Neapolis, sulle pendici sul lato sud del colle Lemite e rifatto nel II secolo a.C., e ancora ritrasformato in epoca romana. Qui si può vivere la magia e l'arte delle rappresentazioni classiche che vengono organizzate ogni anno per un appuntamento diventato imperdibile sia per i cittadini che per i turisti da tutto il mondo.



www.com



Sin dal 1914 con la nascita dell'INDA lo spazio scenico del teatro greco è stato utilizzato prevalentemente per le cosiddette "tragedie e commedie greche", seguendo i dettami della tradizione. Le rappresentazioni, in precedenza a cadenza biennale, sono uno dei motivi di vanto della cultura greca della città. Salvo il normale utilizzo all'interno del circuito di visita dell'Area Archeologica, la cavea del teatro viene saltuariamente utilizzata per concerti o premiazioni.



# C

Vieni a visitare l'area marina protetta del Pommolo di Siracusa, un'area marina protetta che si trova sulla costa orientale di Siracusa ed è stata istituita nel 2004 ed è classificata come Area Specialmente Protetta di Interesse Mediterraneo. Si sviluppa su un arcipelago di 11,35 km di costa lungo la parte orientale della Penisola della Maddalena, con una superficie di 2.429 ettari di mare protetto e oltre 2.000 specie di fauna protetta.



[www.comit](http://www.comit)



Il territorio è di grande interesse dal punto di vista della flora e della fauna, ma anche da un punto di vista storico. Crocevia per il passaggio delle navi e dei bastimenti di Cartaginesi, Romani e Greci, l'area del Penitenciaro ospita nei fondali diversi celi d'edilizia e reperti di varie epoche, compresi quelli dell'ultima guerra mondiale. Definito uno dei posti di mare più belli al mondo, questo paradiso aspetta solo di essere visitato.



# S

Vieni a visitare il Museo Archeologico Regionale P. Orsi di Siracusa, da annoverarsi tra i più importanti e prestigiosi d'Europa per la qualità e la quantità dei reperti contenuti. Istituito per decreto regio-  
nel 1878 dapprima come "Museo del Seminario"  
e successivamente come "Museo Archeologico  
di Siracusa", ubicato presso la nuova sede di Villa  
LandoIna e intitolato al grande archeologo P. Orsi,  
che ne fu il direttore per oltre trent'anni e a quale si  
devono importantissime scoperte e ritrovamenti.



WWW.COMIT



La costruzione è immersa in un immenso parco verde d'interesse archeologico e storico per la presenza, per esempio della tomba del poeta tedesco Augusto von Platen. La struttura, a forma di margherita, è composta di tre settori disposti attorno ad un corpo centrale e si sviluppa in tre piani: il seminterrato destinato ad Auditorium, dove è possibile assistere alla proiezione di documentari propeceutici alla vista, e i due piani superiori destinati agli spazi espositivi. Il museo vi aspetta.



UNIVERSITÀ CAPODOLCINO



## MAPPA DELLA CITTÀ



Siracusa sorge sul lato sud-orientale della Sicilia. La sua geografia è molto variegata, al suo interno si incontrano colline e cavità naturali, mentre due fiumi lambiscono il lato sud-ovest della città. Essa confina per lo più con il mare, che la circonda nella sua quasi totalità. La costa è prevalentemente rocciosa e frastagliata, mostra diversi promontori, baie, piccole isole e penisole. La città si sviluppa in parte sull'isola di Ortigia e in parte sulla terraferma. La particolare ubicazione geografica l'ha resa celebre per i suoi tramonti; grazie ai punti zenitali dai quali vengono osservati essi sono stati descritti come tra i più belli al mondo.

## STORIA, ARTE E NATURA



La conformazione della costa determina la vasta insenatura naturale dentro la quale si sviluppa il porto Grande di fronte alla quale si estende l'area marina protetta del Plemmirio. Una città che vanta una storia millenaria molto importante, di una cultura artistica che attira persone e turisti da tutto il mondo, citando ad esempio, le rappresentazioni classiche organizzate al teatro greco di Siracusa al quale partecipano tantissime persone da tutto il mondo ogni anno. Siracusa vanta anche un meraviglioso mare che non invidia nessun altro posto al mondo.



"A Siracusa camminavamo nei boschi d'aranci, vedendo fra i tronchi splendere il mare. Là voi vorreste vivere. Là, là è la gioia!"

G. D'Annunzio



Per informazioni chiama il numero **0931 451111**  
Oppure visita il sito [www.comune.siracusa.it](http://www.comune.siracusa.it)

Ci trovi anche su:



## LUOGHI DA VISITARE

Sono davvero diversi i luoghi da visitare dal punto di vista storico e artistico ma anche naturale. Dai luoghi di culto ai luoghi balneari, Siracusa vanta un background turistico davvero notevole.

### LUOGHI STORICI:

Vieni a visitare il Museo Archeologico Regionale P. Orsi di Siracusa, da annoverarsi tra i più importanti e prestigiosi d'Europa per la qualità e la quantità dei reperti contenuti. Istituito per decreto regio nel 1878 dapprima come "Museo del Seminario" e successivamente come "Museo Archeologico di Siracusa", ubicato presso la nuova sede di Villa Landolina e intitolato al grande archeologo P. Orsi, che ne fu il direttore per oltre trent'anni e al quale si devono importantissime scoperte e ritrovamenti.

### LUOGHI D'ARTE:

Vieni a visitare il teatro greco di Siracusa, teatro costruito nella sua prima fase nel V secolo a.C., situato all'interno del Parco archeologico della Neapolis, sulle pendici sul lato sud del colle Temenite e rifatto nel III secolo a.C. e ancora ritrasformato in epoca romana. Qui si può vivere la magia e l'arte delle rappresentazioni classiche che vengono organizzate ogni anno per un appuntamento diventato imperdibile sia per i cittadini che per i turisti da tutto il mondo.

### LUOGHI NATURALI:

Vieni a visitare l'area marina protetta del Plemmirio di Siracusa, un'area marina protetta che si trova sulla costa orientale di Siracusa ed è stata istituita nel 2004 ed è classificata come Area Specialmente Protetta di Interesse Mediterraneo. Si sviluppa su un perimetro di 14,35 km di costa lungo la parte orientale della Penisola della Maddalena, con una superficie di 2.429 ettari di mare protetto e oltre 2.000 specie di fauna protetta. Il territorio è di grande rilevanza dal punto di vista della flora e della fauna, ma anche da un punto di vista storico. Definito uno dei posti di mare più belli al mondo.



Ala est del museo Archeologico Paolo Orsi.



Catacombe risalenti all'epoca greco-romana.



Piazza duomo in Ortigia, centro storico di Siracusa.



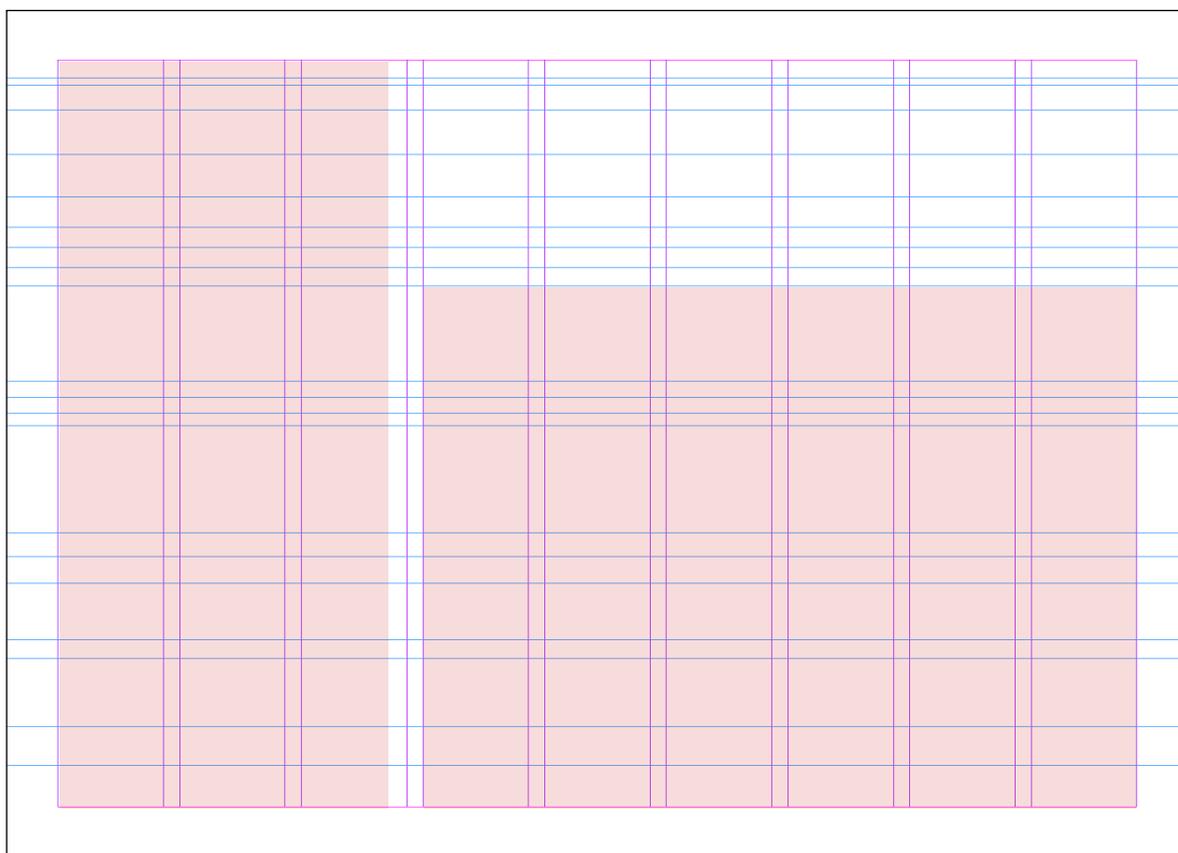
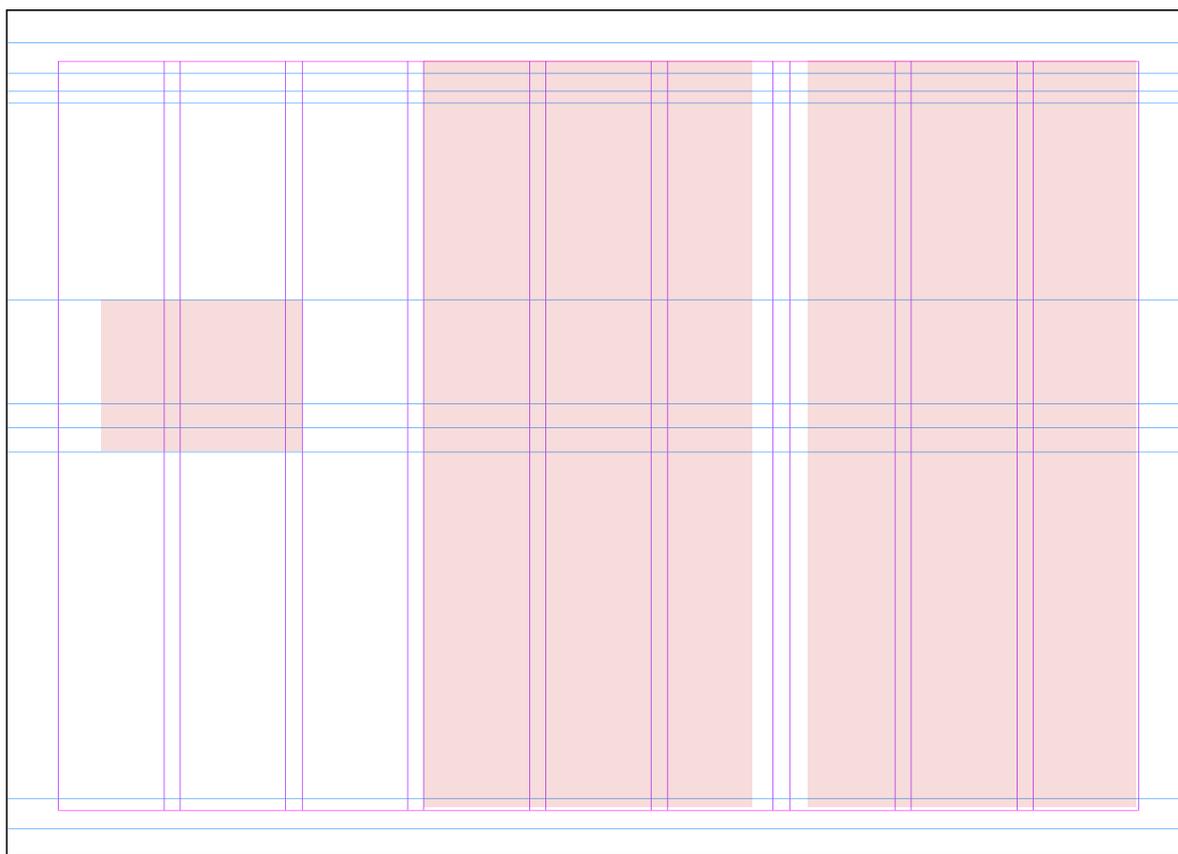
Teatro Greco in uso per le rappresentazioni classiche.



Fonte Ciane, fiume del papiro di Siracusa.



Riserva naturale del Plemmirio e il suo mare blu.



**Brochure** che rappresenta i luoghi da visitare e tutte le info più rilevanti della città a portata di mano. Dimensioni 210x290 mm.



SIRACUSA



SIRACUSA

## MAPPA DELLA CITTÀ



Siracusa sorge sul lato sud-orientale della Sicilia. La sua geografia è molto variegata, al suo interno si incontrano colline e cavità naturali, mentre due fiumi lambiscono il lato sud-ovest della città. Essa confina per lo più con il mare, che la circonda nella sua quasi totalità. La costa è prevalentemente rocciosa e frastagliata, mostra diversi promontori, baie, piccole isole e penisole.

La città si sviluppa in parte sull'isola di Ortigia e in parte sulla terraferma.

La particolare ubicazione geografica l'ha resa celebre per i suoi tramonti; grazie ai punti zenitali dai quali vengono osservati essi sono stati descritti come tra i più belli al mondo.

## STORIA, ARTE E NATURA



La conformazione della costa determina la vasta insenatura naturale dentro la quale si sviluppa il porto Grande di fronte alla quale si estende l'area marina protetta del Plemmirio. Una città che vanta una storia millenaria molto importante, di una cultura artistica che attira persone e turisti da tutto il mondo, citando ad esempio, le rappresentazioni classiche organizzate al teatro greco di Siracusa al quale partecipano tantissime persone da tutto il mondo ogni anno. Siracusa vanta anche un meraviglioso mare che non invidia nessun altro posto al mondo.

## LUOGHI DA VISITARE

Sono davvero diversi i luoghi da visitare dal punto di vista storico e artistico ma anche naturale. Dai luoghi di culto ai luoghi balneari, Siracusa vanta un background turistico davvero notevole.

### LUOGHI STORICI:

Vieni a visitare il Museo Archeologico Regionale F. Orsi di Siracusa, da rinnovarsi tra i più importanti e prestigiosi d'Europa per la qualità e la quantità dei reperti contenuti. Istituto per decreto regio nel 1873, dapprima come "Museo del Seminario" e successivamente come "Museo Archeologico di Siracusa", ubicato presso la nuova sede di Villa Landolina e ritrasmiso al grande archeologo F. Orsi, che ne fu il direttore per oltre trent'anni e al quale si devono importantissime scoperte e ritrovamenti.

### LUOGHI D'ARTE:

Vieni a visitare il teatro greco di Siracusa, teatro costruito nella sua prima fase nel V secolo a.C., situato all'interno del Parco archeologico della Neapolis, sulle pendici sul lato sud del colle Tenente e rifatto nel II secolo a.C. e ancora ristrutturato in epoca romana. Qui si può vivere la magia e l'arte delle rappresentazioni classiche che vengono organizzate ogni anno per un appuntamento diventato imperdibile sia per i cittadini che per i turisti da tutto il mondo.

### LUOGHI NATURALI:

Vieni a visitare L'area marina protetta del Fleornitico di Siracusa, un'area marina protetta che si trova sulla costa orientale di Siracusa ed è stata istituita nel 2004 ed è classificata come Area Specialmente Protetta di Interesse Mediterraneo. Si sviluppa su un perimetro di 14,35 km di costa lungo la parte orientale della Penisola della Maddalena, con una superficie di 2.429 ettari di mare protetto e oltre 2.000 specie di fauna protetta. Il territorio è di grande rilevanza dal punto di vista della flora e della fauna, ma anche da un punto di vista storico. Definito uno dei posti di mare più belli al mondo.



"A Siracusa camminavamo nei boschi d'erica, vedendo fra i tronchi splendere il mare. La voi vorreste vivere. La, là e la gioia!"

G. D'Annunzio



Per informazioni chiama il numero  
0931 451111

O oppure visita il sito [www.comune.siracusa.it](http://www.comune.siracusa.it)

Ci trovi anche su:



Ala est del museo  
Archeologico Paolo Orsi.



Catacombe risalenti  
all'epoca greco-romana.



Piazza duomo in Ortigia,  
centro storico di Siracusa.



Teatro Greco in uso per le  
rappresentazioni classiche

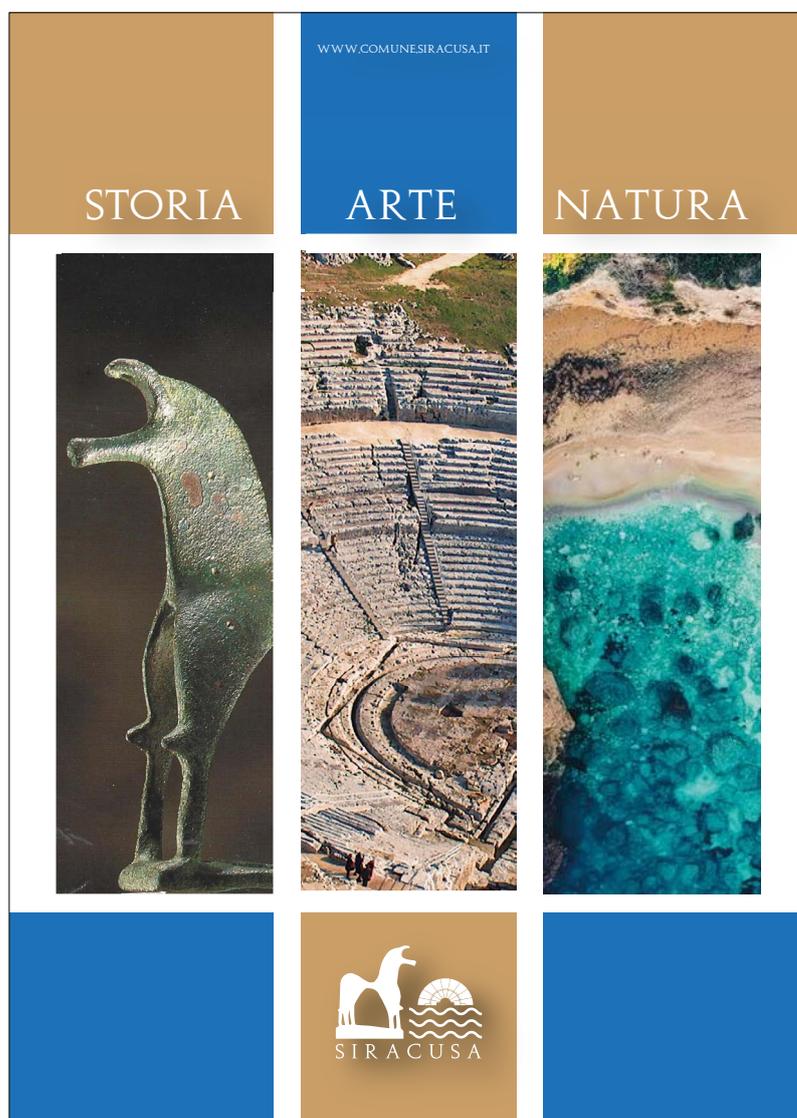


Fonte Ciare, fiume del  
centro di Siracusa

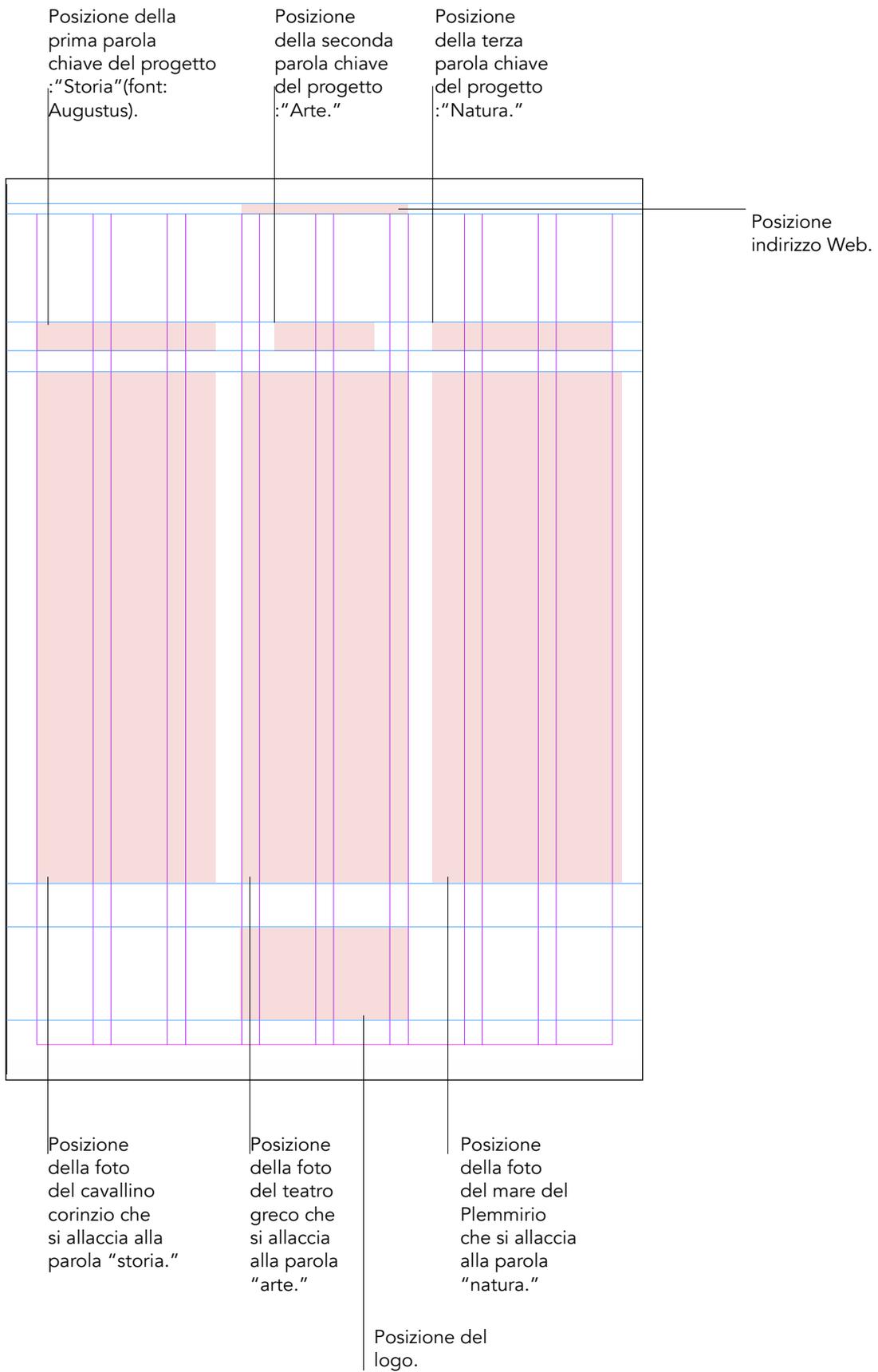


Riserva naturale del  
Fleornitico e il suo mare blu.

## Flyer pubblicitario (fronte)



**Flyer** pubblicitario di dimensioni : 105x148 mm.



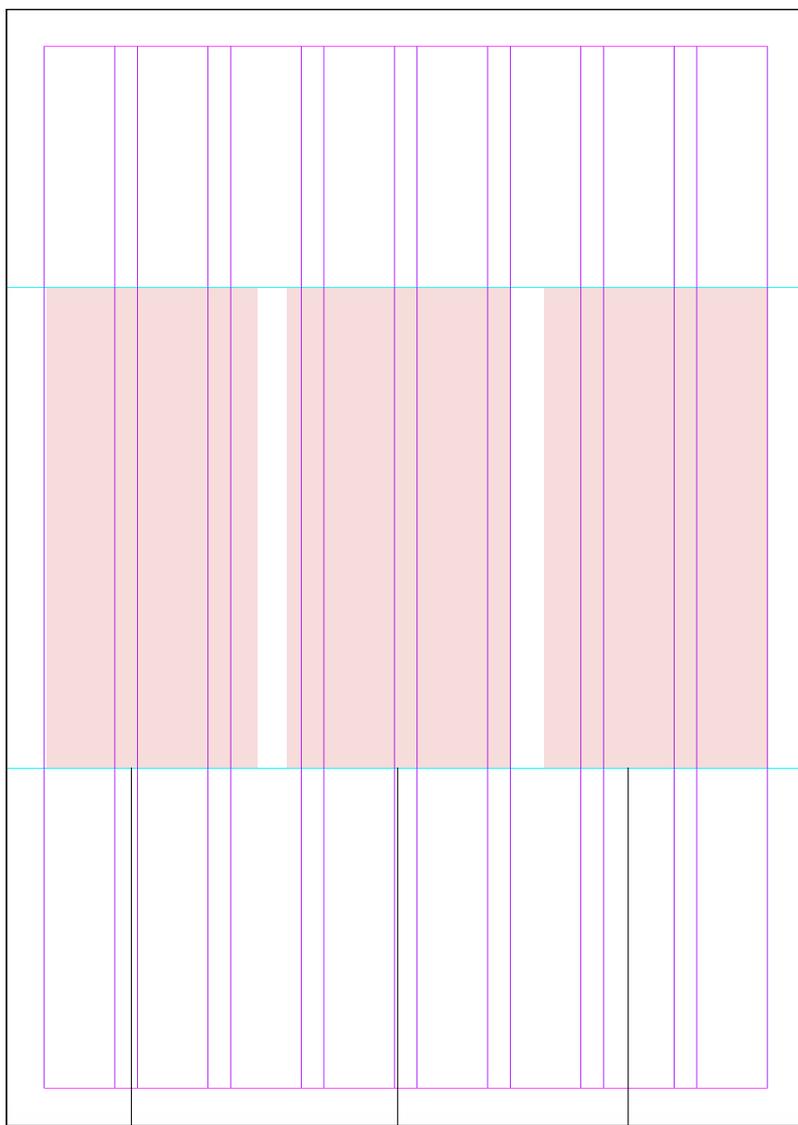
# Flyer pubblicitario (retro)



Vieni a visitare il Museo Archeologico Regionale P. Orsi di Siracusa, da annoverarsi tra i più importanti e prestigiosi d'Europa per la qualità e la quantità dei reperti contenuti. Istituito per decreto regio nel 1878 dapprima come "Museo del Seminario" e successivamente come "Museo Archeologico di Siracusa", ubicato presso la nuova sede di Villa Landolina e intitolato al grande archeologo P. Orsi, che ne fu il direttore per oltre trent'anni e al quale si devono importantissime scoperte e ritrovamenti. La costruzione è immersa in un immenso parco verde d'interesse archeologico e storico per la presenza, per esempio della tomba del poeta tedesco Augusto von Platen. La struttura, a forma di margherita, è composta di tre settori disposti attorno ad un corpo centrale e si sviluppa in tre piani: il seminterrato destinato ad Auditorium, dove è possibile assistere alla proiezione di documentari propedeutici alla visita, e i due piani superiori destinati agli spazi espositivi. Il museo vi aspetta.

Vieni a visitare Il teatro greco di Siracusa, teatro costruito nella sua prima fase nel V secolo a.C., situato all'interno del Parco archeologico della Neapolis, sulle pendici sul lato sud del colle Temenite e rifatto nel III secolo a.C. e ancora ritrasformato in epoca romana. Qui si può vivere la magia e l'arte delle rappresentazioni classiche che vengono organizzate ogni anno per un appuntamento diventato imperdibile sia per i cittadini che per i turisti da tutto il mondo. Sin dal 1914 con la nascita dell'INDA lo spazio scenico del teatro greco è stato utilizzato prevalentemente per le cosiddette "tragedie e commedie greche", seguendo i dettami della tradizione. Le rappresentazioni, in precedenza a cadenza biennale, sono uno dei motivi di vanto della cultura greca della città. Salvo il normale utilizzo all'interno del circuito di visita dell'Area Archeologica, la cavea del teatro viene saltuariamente utilizzata per concerti o premiazioni.

Vieni a visitare L'area marina protetta del Plemmirio di Siracusa, un'area marina protetta che si trova sulla costa orientale di Siracusa ed è stata istituita nel 2004 ed è classificata come Area Specialmente Protetta di Interesse Mediterraneo. Si sviluppa su un perimetro di 14,35 km di costa lungo la parte orientale della Penisola della Maddalena, con una superficie di 2.429 ettari di mare protetto e oltre 2.000 specie di fauna protetta. Il territorio è di grande rilevanza dal punto di vista della flora e della fauna, ma anche da un punto di vista storico. Crocevia per il passaggio delle navi e dei bastimenti di Cartaginesi, Romani e Greci, l'area del Plemmirio ospita nei fondali diversi colli d'anfora e reperti di varie epoche, compresi quelli dell'ultima guerra mondiale. Definito uno dei posti di mare più belli al mondo, questo paradiso aspetta solo di essere visitato.

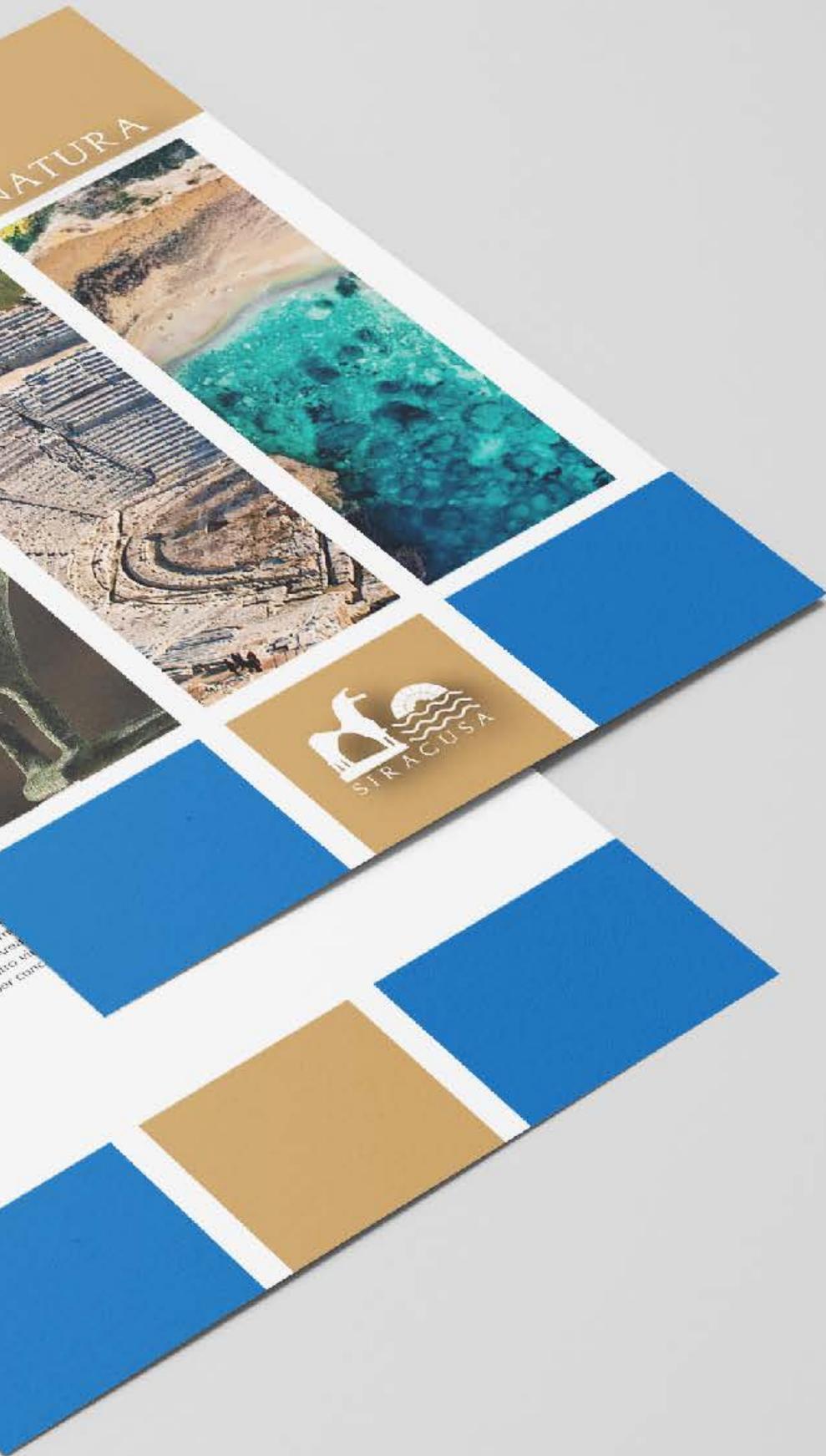


Posizione della  
didascalia  
collegata  
alla parola  
"storia"(font:  
Avenir book)

Posizione della  
didascalia  
collegata alla  
parola "arte."

Posizione della  
didascalia  
collegata  
alla parola  
"natura."





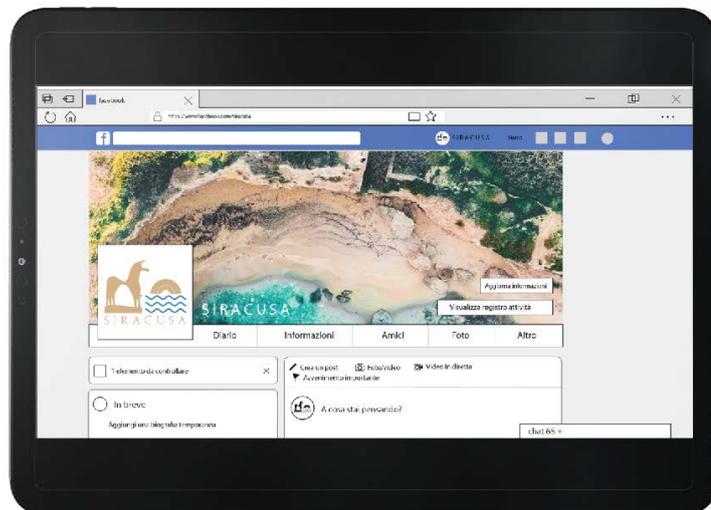
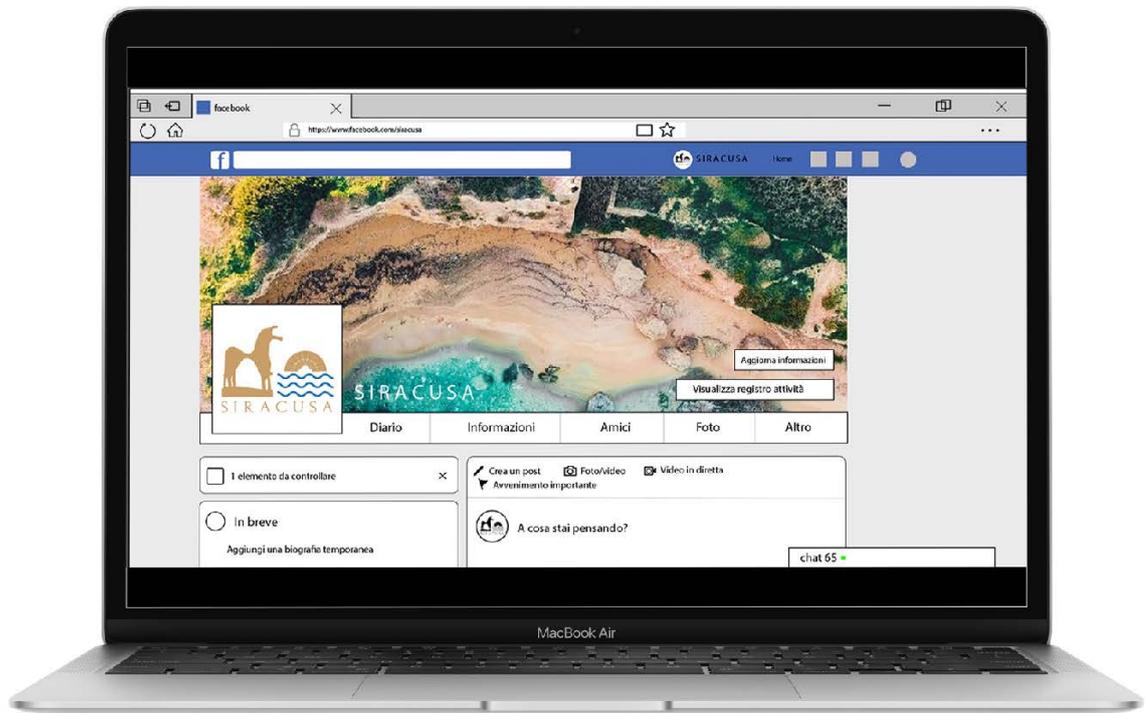
## App Smartphone

L'App per smartphone permette al turista o visitatore di avere un'informativa sui luoghi da visitare, la propria posizione sulla mappa, le attività vicine come il ristoro, come muoversi e quale mezzo prendere per gli spostamenti, un codice QPR per accedere ai luoghi di culto come musei e siti archeologici poggiando comodamente lo schermo del telefono sugli schermi informativi.





# Pagina Facebook



**Homepage** della pagina facebook di Siracusa sia versione PC che Tablet.

## Tourist Card



**Tourist pass:** una card che permette al turista di accedere tramite offerte già accreditate a tutti i luoghi turistici con il passaggio della stessa sopra lettori QPR.

## T-Shirt



**T-Shirt** promozionale acquistabile dal turista.

## Shopping bag



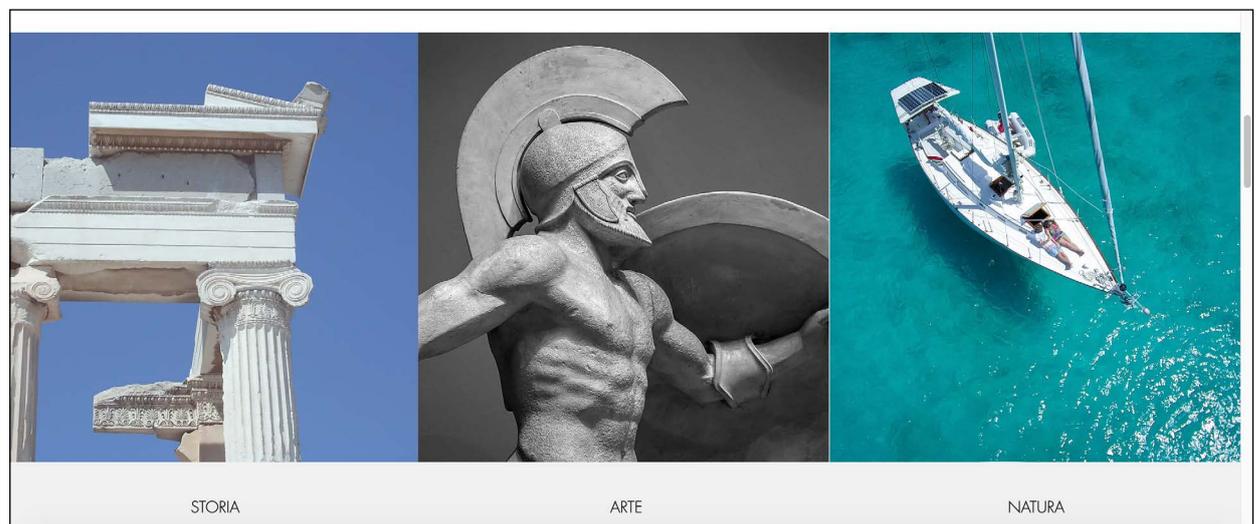
**Shopping bag** promozionale acquistabile dal turista.

## Video Promo



Alcuni frames del **video** promozionale che si può trovare nel sito.





STORIA	ARTE	NATURA
<p>Vieni a visitare il Museo Archeologico Regionale P. Orsi di Siracusa, da annoverarsi tra i più importanti e prestigiosi d'Europa per la qualità e la quantità dei reperti contenuti. Istituito per decreto regio nel 1878 dapprima come "Museo del Seminario" e successivamente come "Museo Archeologico di Siracusa", ubicato presso la nuova sede di Villa Landolina e intitolato al grande archeologo P. Orsi, che ne fu il direttore per oltre trent'anni e al quale si devono importantissime scoperte e ritrovamenti. La costruzione è immersa in un immenso parco verde d'interesse archeologico e storico per la presenza, per esempio della tomba del poeta tedesco Augusto von Platen. La struttura, a forma di margherita, è composta di tre settori disposti attorno ad un corpo centrale e si sviluppa in tre piani: il seminterrato destinato ad Auditorium, dove è possibile assistere alla proiezione di documentari propedeutici alla visita, e i due piani superiori destinati agli spazi espositivi. Il museo vi aspetta.</p>	<p>Vieni a visitare Il teatro greco di Siracusa, teatro costruito nella sua prima fase nel V secolo a.C., situato all'interno del Parco archeologico della Neapolis, sulle pendici sul lato sud del colle Temenite e rifatto nel III secolo a.C. e ancora ritrasformato in epoca romana. Qui si può vivere la magia e l'arte delle rappresentazioni classiche che vengono organizzate ogni anno per un appuntamento diventato imperdibile sia per i cittadini che per i turisti da tutto il mondo. Sin dal 1914 con la nascita dell'INDA lo spazio scenico del teatro greco è stato utilizzato prevalentemente per le cosiddette "tragedie e commedie greche", seguendo i dettami della tradizione. Le rappresentazioni, in precedenza a cadenza biennale, sono uno dei motivi di vanto della cultura greca della città. Salvo il normale utilizzo all'interno del circuito di visita dell'Area Archeologica, la cavea del teatro viene saltuariamente utilizzata per concerti o premiazioni.</p>	<p>Vieni a visitare l'area marina protetta del Plemmirio di Siracusa, un'area marina protetta che si trova sulla costa orientale di Siracusa ed è stata istituita nel 2004 ed è classificata come Area Specialmente Protetta di Interesse Mediterraneo. Si sviluppa su un perimetro di 14,35 km di costa lungo la parte orientale della Penisola della Maddalena, con una superficie di 2.429 ettari di mare protetto e oltre 2.000 specie di fauna protetta. Il territorio è di grande rilevanza dal punto di vista della flora e della fauna, ma anche da un punto di vista storico. Crocivio per il passaggio delle navi e dei bastimenti di Cartaginesi, Romani e Greci, l'area del Plemmirio ospita nei fondali diversi colli d'anfora e reperti di varie epoche, compresi quelli dell'ultima guerra mondiale. Definito uno dei posti di mare più belli al mondo, questo paradiso aspetta solo di essere visitato.</p>



[Home](#) [Contatti](#) [Galleria Multimediale](#) [Di cosa ci occupiamo](#)

## Siracusa: Storia, Arte e Natura da vivere

 Video promo Siracusa

 Copia link

### Contattaci

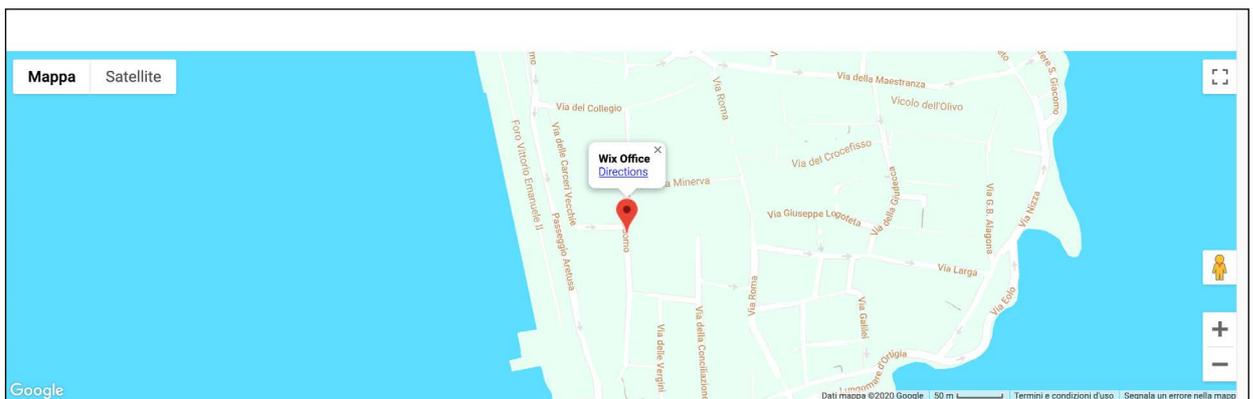
Nome

Email

Oggetto

Scrivi qui il tuo messaggio...

Invia



[f](#) [t](#) [in](#)

©2020 di Siracusa: Storia, Arte e Natura da vivere. Creato con Wix.com



IN HONOREM SANCTAE LUCIAE

POSED  
AGRICULTURE

AGRICULTURE

ARCHIMEDE  
AGRICULTURE



Piazza Duomo Est, Ortigia, Siracusa.

**07**

**CONCLUSIONI**

## Importanza al turismo

**C**oncludo questa tesi ribadendo quanto sia importante una buona comunicazione grafica per valorizzare o rivalorizzare un territorio come Siracusa e tante altre città come essa. La vera sfida è quella di esprimere al meglio le risorse che già risiedono nella propria città così da attrarre i visitatori al turismo, risorsa di questi tempi fondamentale per la nostra economia, ma allo stesso tempo importante è, dare un senso di appartenenza ad ogni cittadino attraverso il lavoro grafico-pubblicitario. E' essenziale che il lavoro visivo sia lo specchio del territorio che si va a studiare e valorizzare e che quindi anche gli abitanti si rivedino in questo lavoro. Il turismo italiano ha bisogno di giovani e facoltosi designer con nuove idee e nuovi progetti per investirle sul nostro territorio e non altrove. Dobbiamo mettere le basi per un futuro roseo del nostro paese e il turismo è una di queste basi.

**08**

**RINGRAZIAMENTI**

## Ringraziamenti

**R**ingrazio i miei genitori che mi hanno sempre supportato in questi anni accademici, soprattutto mia madre che mi è stata vicina nei momenti più duri ma un doveroso ringraziamento va anche ai miei amici e colleghi di università con cui ho davvero scoperto il significato della parola "squadra" in ambito lavorativo. Ringrazio pure tutti i professori che sono stati molto gentili e disponibili in questi tre anni, soprattutto il professor Sardo, nonché il mio relatore di tesi, che mi ha aiutato molto sia in presenza che in via telematica, consigliandomi per svolgere al meglio il lavoro da fare. Infine ringrazio l'Università di Camerino per avermi offerto la possibilità di laurearmi in una facoltà così bella e attrezzata come quella di Ascoli Piceno in Architettura e Design Industriale e ambientale. Grazie a tutti insomma.

**09**

**SITOGRAFIE**

## Sitografia di ricerca

<https://it.wikipedia.org/wiki/Siracusa>

<https://www.comune.siracusa.it/index.php/it/>

<https://www.pixartprinting.it/blog/city-branding-importanza/>

<https://www.giornalepop.it/city-branding-quando-il-marketing-fa-politica/>

<http://www.fondazioneinnovazioneurbana.it/progetto/bolognacitybranding>

<https://parma2020.it/it-IT/home-parmacapitalecultura.aspx>

<https://www.formazioneturismo.com/place-branding-come-creare-identita-luoghi/>

[https://it.wikipedia.org/wiki/Place\\_branding](https://it.wikipedia.org/wiki/Place_branding)

<https://www.pixartprinting.it/blog/esempi-city-branding/>

<https://www.frizzifrizzi.it/2017/05/15/beyond-the-logo-tesi-sul-city-branding-italia-europa/>

<https://blog.acanto.agency/city-branding-promuovere-e-rilanciare-le-citta-attraverso-la-visual-identity/>

<https://davidemancinelli.it/city-branding-territoriale/>





Sbarcadero Santa Lucia,  
Siracusa.

Fotografia e Graphic Design:  
Giulio Angotti

Stampato presso:  
ART Stampe Siracusa

Esami di Laurea  
Giugno 2020

Relatore:  
Nicolò Sardo

Laureando:  
Giulio Angotti

ANNO ACCADEMICO 2018/19



Fotografia e Graphic Design:  
Giulio Angotti

Stampato presso:  
ART Stampe Siracusa

Esami di Laurea  
Giugno 2020

Relatore:  
Nicolò Sardo

Laureando:  
Giulio Angotti

ANNO ACCADEMICO 2018/19

# Studio del fenomeno **City Branding** e progettazione grafica ed una nuova identità visiva per la città di **Siracusa**

## Identità Visive

## 1. Ricerca/stato dell'arte

### CASI STUDIO

Bologna, Melbourne, Porto, Parigi, Lisbona, Amsterdam, Parma, Isole Eolie, Firenze, Bari, Trieste sono le città da me analizzate e studiate per capire cos'è e come funziona il city branding e la comunicazione visiva di un territorio.

Questi progetti, tra quelli meglio riusciti e non, c'è un mix di analisi territoriale a livello storico, sociale e culturale adoperato al meglio per rendere riconoscibile i vari loghi e marchi grafici anche e soprattutto dai propri cittadini.

Per individuare una strategia vincente e conferire alla città di Siracusa un'immagine nuova e di alto livello, è stata indispensabile un'indagine sulle città che hanno effettuato operazioni di branding di successo. Vi sono dei fattori da seguire per procedere in questo tipo di operazione e sono:

- Modernità
- Semplicità
- Dinamicità
- Eleganza
- Pertinenza del logo con i valori della città



Pittogrammi per "Ufficio turistico delle isole Eolie" 1975

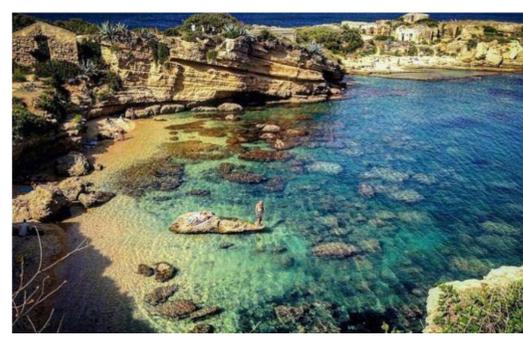
## Luoghi e oggetti simbolo della città

### STORIA E TERRITORIO

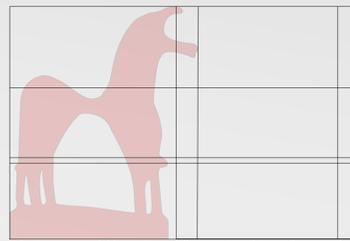
Partendo dalla storia de il territorio di Siracusa ho potuto constatare la maestosa varietà di monumenti, luoghi storici, luoghi naturali (ormai vere e proprie riserve tutelate dall'umanità) ed oggetti antichissimi da cui si poteva accingere per creare un logo ed una comunicazione adeguata ad una città così variegata e importante.

Cartine geografiche antiche, luoghi di culto e chiese medioevali, antiche fondamenta e rovine di templi greco-romani, teatro greco tra i pochissimi ancora in uso, affreschi storici dentro catacombe sacre, un castello sul mare nel cuore del centro storico, statue di bronzo dell'età corinzia e riserve naturali meravigliose, due tra tante: La riserva del Plemmirio e la fonte Ciane.

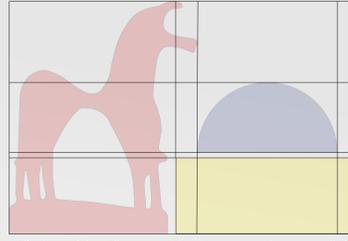
Ho scelto tra tante di queste meraviglie per indicarne solamente tre che potevano richiamare l'essenza della città in un solo simbolo.



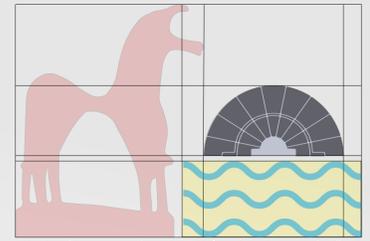
Costruzione elementi del logo



- Il pittogramma del logo nasce dalla creazione di una silhouette di una statuette di un cavallo corinzio.

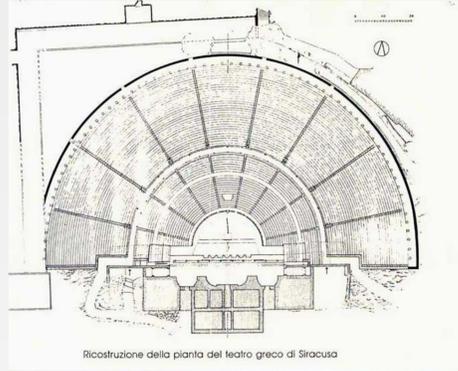


- Alla destra del cavallo sono stati creati un rettangolo accanto alla base del cavallo e un semicerchio al di sopra del rettangolo.



- Semicerchio e rettangolo ospitano, infine, rispettivamente la silhouette del teatro greco ed i suoi settori a spicchi e tre linee ondulate che rappresentano il mare.

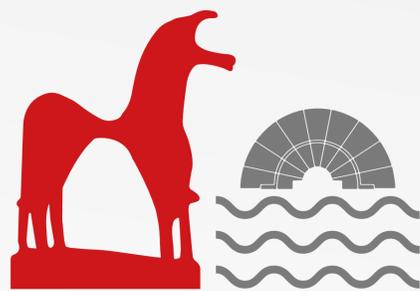
Elementi costitutivi del logo



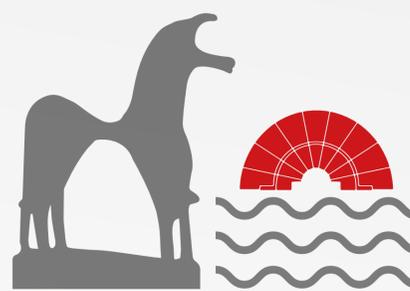
Varianti del logo



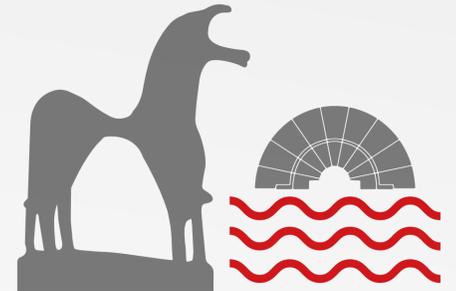
- Versione positiva oro e blu su bianco.



- Il logo parte da un elemento grafico ricavata da una silhouette di una statuette di un cavallo corinzio esposta al Museo Archeologico P. Orsi.

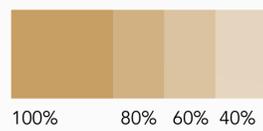


- Un altro elemento grafico è rappresentato da un semicerchio a spicchi che rappresenta il Teatro Greco di Siracusa ma allo stesso tempo anche il sole che tramonta dal mare.

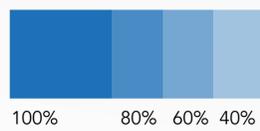


- L'ultimo elemento è rappresentato da tre linee ondulate che ricordano la natura marittima.

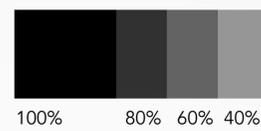
Colori istituzionali



- Pantone : 15-1142 TCX  
- CMYK : 20 37 64 8  
- RGB : 200 158 100  
- #c79d64



- Pantone : 300 C  
- CMYK : 85 50 0 0  
- RGB : 30 113 184  
- #1d71b8



- Pantone  
- CMYK : 0 0 0 100  
- RGB : 30 30 27  
- #000000



Oro come l'effetto cromatico che dà il sole alla pietra chiara di Ortigia, Siracusa.



Blu come il colore del mare della riserva naturale del Plemmirio, Siracusa.

Font istituzionali

Il font istituzionale utilizzato nel logo è l'Augustus per la sua impronta storica che si sposa bene con la storicità di Siracusa.

ABCDEFGHIJKLM  
NOPQRSTUVWXYZ  
12345678900

Il font istituzionale utilizzato in altri elaborati è l'Avenir Book. È un carattere sans-serif disegnato da Adrian Frutiger nel 1987 e rilasciato nel 1988 da Linotype GmbH. Frutiger pensava che l'Avenir fosse un'interpretazione più organica dello stile geometrico, più uniforme e adatto a testi estesi, con dettagli che richiamano caratteri tipografici più uniformi e adatto a testi estesi. È stato utilizzato nella scrittura del dossier e in altri elaborati come brochure e manifesti.

ABCDEFGHIJKLM  
NOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqr  
stuvwxyz  
12345678900

Il font istituzionale utilizzato in altri elaborati per mettere in risalto parole chiave è l'Avenir Black.

ABCDEFGHIJKLM  
NOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqr  
stuvwxyz  
12345678900

ABCDEFGHIJKLM  
NOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqr  
stuvwxyz  
12345678900

ABCDEFGHIJKLM  
NOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqr  
stuvwxyz  
12345678900

IL LOGO

Avendo individuato i tre simboli che rappresentassero storia, arte e natura non restava altro che dare una forma ed una coesistenza armonica ad essi, ideando un segno grafico che li racchiudesse. Dopo diverse prove sono arrivato alla conclusione che si potesse giocare con le silhouette dei tre simboli scelti: cavallo corinzio, Teatro Greco e mare del Plemmirio. Non ho solo unito i tre elementi, bensì ho dato un ordine ben preciso che va da sinistra verso destra, per poi scendere, dunque in ordine: Storia/Cavallo, Arte/Teatro, Natura/Mare. Inoltre la forma del teatro a mezzaluna posta al di sopra delle onde del mare riconduce al tramonto di Siracusa, uno dei più belli al mondo. Altra caratterizzazione che volevo dare a questo segno grafico era quella del colore ideale o dei due colori ideali. Ho immediatamente pensato al color oro riconducibile all'effetto che ha la luce solare sulla pietra chiara di Siracusa e blu ovviamente per il mare. Ho anche aggiunto un logotipo con un'impronta storica adatta a Siracusa adoperando il font "Augustus" così da completare il segno grafico.

## ELABORATI

Tra gli elaborati prodotti ci sono: Manifesto con cavallo corinzio che rappresenta la storia con le prime due lettere "SI" della parola Siracusa. Dimensioni : 700x1000 mm. Manifesto con maschera dell'antico teatro greco che rappresenta l'arte con le due lettere "RA" della parola Siracusa. Dimensioni : 700x1000 mm. Manifesto con la statua di una sirena posta in fondo al mare della riserva naturale Plemmirio, dedicata alla scomparsa della campionessa di sub Rossana Maiorca. Questo riferimento simboleggia il mare e quindi la natura con le lettere "CU" della parola Siracusa. Dimensioni : 700x1000 mm. Manifesto con moneta antica esposta al Museo Archeologico P. Orsi, rappresenta anch'essa la storia con le due ultime lettere "SA" della parola Siracusa. Dimensioni : 700x1000 mm. Brochure che rappresenta i luoghi da visitare e tutte le info più rilevanti della città a portata di mano. Dimensioni 210x290 mm. Flyer pubblicitario di dimensioni : 105x148 mm. L'App per smartphone permette al turista o visitatore di avere un'informazione sui luoghi da visitare, la propria posizione sulla mappa, le attività vicine come il ristorante, come muoversi e quale mezzo prendere per gli spostamenti, un codice QR per accedere ai luoghi di culto come musei e siti archeologici poggiando comodamente lo schermo del telefono sugli schermi informativi. Homepage della pagina facebook di Siracusa sia versione PC che Tablet. Tourist pass: una card che permette al turista di accedere tramite offerte già accreditate a tutti i luoghi turistici con il passaggio della stessa sopra lettori QPR. T-Shirt e shopping bag promozionale acquistabile dal turista.

## Manifesti

Formato pagina: mm 700x1000  
 Margini:  
 Margine superiore (testa): 20 mm Margine inferiore (pie): 20 mm  
 Margine interno (cucitura): 20 mm Margine esterno (taglio): 20 mm  
 N° colonne: 9 giustezza mm 28,3  
 Distanza o margine rilegatura: mm 10  
 Carattere Logotipo centrale: Augustus font  
 Didascalie: Avenir Book a 26 pt, colore: bianco.

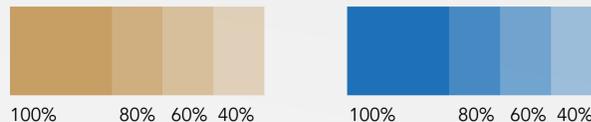
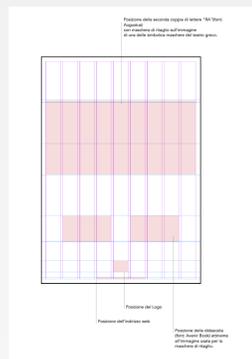
## 2.Progetto/Elaborati finali



Gabbia manifesto

Colori manifesto

Mockup manifesto

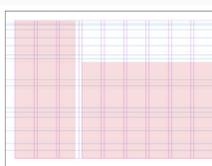
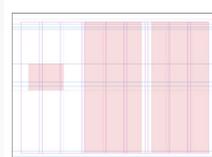
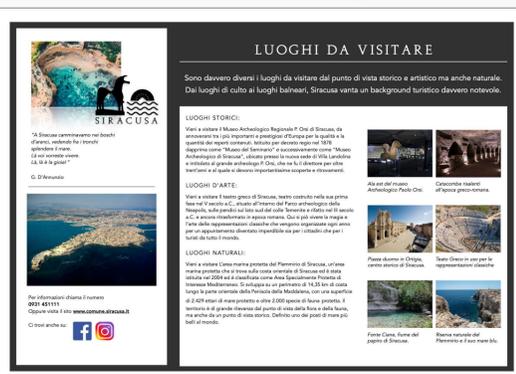


- Pantone : 15-1142 TCX  
 - CMYK : 20 37 64 8  
 - RGB : 200 158 100  
 - #c79d64

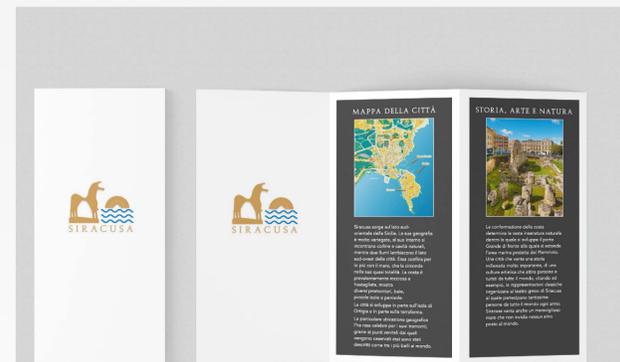
- Pantone : 300 C  
 - CMYK : 85 50 0 0  
 - RGB : 30 113 184  
 - #1d71b8

## Brochure

Formato pagina: mm 210x290  
 Margini:  
 Margine superiore (testa): 6 mm Margine inferiore (pie): 6 mm  
 Margine interno (cucitura): 6 mm Margine esterno (taglio): 6 mm  
 N° colonne: 12  
 Distanza o margine rilegatura: mm 4  
 Carattere Logotipo centrale: Augustus font  
 Titoli Centrali: Augustus  
 Didascalie: Avenir Book a 18 pt, colore: bianco.

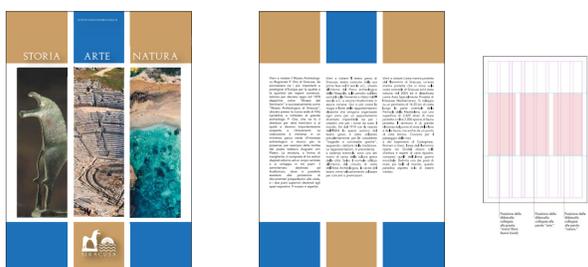


Mockup brochure



## Flyer pubblicitario

Formato pagina: mm 105x148  
 Margini:  
 Margine superiore (testa): 5 mm Margine inferiore (pie): 5 mm  
 Margine interno (cucitura): 5 mm Margine esterno (taglio): 5 mm  
 Formato gabbia: mm 195 x 264,5  
 N° colonne: 8  
 Distanza o margine rilegatura: mm 3  
 Carattere frontale: Augustus font a 15 pt, colore bianco.  
 Didascalie: Avenir Book a 6 pt, colore: nero.



## Sito Internet

Screen delle pagine del sito internet creato con la piattaforma Web Wix accessibile con l'URL: <https://giulioangotti.wixsite.com/siracusa>



## Video promozionale

Video Promo girato con drone e montato con il programma IMovie ad una risoluzione di 1080p in 16:9. Video accessibile tramite il sito internet.



Mockup Flyer



Tourist Card

**Tourist pass:** una card che permette al turista di accedere tramite offerte già accreditate a tutti i luoghi turistici con il passaggio della stessa sopra lettori QPR.



## App Smartphone

L'App per smartphone permette al turista o visitatore di avere un'informazione sui luoghi da visitare, la propria posizione sulla mappa, le attività vicine come il ristorante, come muoversi e quale mezzo prendere per gli spostamenti, un codice QR per accedere ai luoghi di culto come musei e siti archeologici poggiando comodamente lo schermo del telefono sugli schermi informativi.

