

«GENOVA MORE THAN THIS»

La Superba si rilancia con il logo molto simile a quello del 2004

Dai mitici grifoni e corona ducale, che rimangono lo stemma della città, al titolo della canzone dei Roxy Music o della strofa di «My Way» di Frank Sinatra, che diventano lo slogan del nuovo logo del capoluogo ligure. «Genova more than this» è il marchio presentato ieri a Tursi dal sindaco Marco Doria e dall'assessore Carla Sibilla: «Il significato è che Genova è una città da scoprire, da Boccadasse a Sottoripa, Fondazione Ansaldo, Expo e centro storico. Il pregio che ci manca è quello di parlare bene di noi. Gli altri lo fanno meglio. Il nuovo brand è il risultato del progetto europeo Urban City Logo, che ha come capofila

il Comune olandese di Utrecht».

La scelta dello sfondo bianco e delle lettere rossericorda molto «Genova 04» ed è stata dettata dalla nostra storia perché è il colore della croce di San Giorgio, simbolo antichissimo della Repubblica di Genova.

Dalla sottrazione e dalla scomposizione delle lettere «G» e «O» è venuto fuori un forte elemento visivo, una parentesi, che completa il logo. Il nuovo brand genovese è stato ideato da un savonese: lo Studio Videocrema ha ottenuto dalla giuria internazionale il punteggio di 94, seguito dal viennese Schwinbacher Gudrun (85.80) dai casertani Solid Srl (77.80) dai romani Glam Group Srl (74.40) dalla milanese Antonella Del Cinque (74) dai modenesi Avenida Srl (66.20) dai perugini Tironzelli Leonardo e Pucci Tommaso (64.80). I primi genovesi classificati sono all'ottavo posto con The Docks Srl (64.20) e al nono posto con Di Gennaro Davide e Ilaria Tomat (61.60). Il Comune ieri ha lanciato sul web un concorso di fotografie da abbinare a «Genova more than this».

Fabrizio Graffione

