Il Comune ha presentato, con un sondaggio ai cittadini, la bozza dell'agenzia che ha vinto l'appalto per ideare il brand

Un logo per identificare Lecco «città dell'outdoor»: una stampa e una figura con Genova e il Lago Maggiore

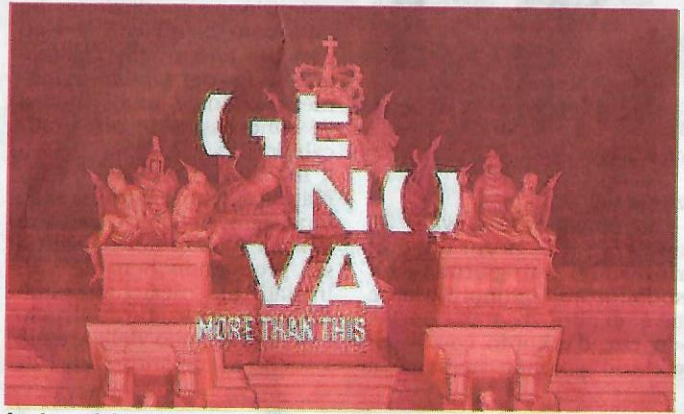
«Studiowiki» di Savona nel suo portfolio clienti ha anche il bacino verbano e il capoluogo ligure. Le analogie del concept grafico balzano all'occhio
Il sarcasmo di Forza Italia: «Perché non sono state coinvolte le realtà turistiche e di marketing locali cresciute a pane, Resegone e Promessi Sposi?»

...le realtà turistiche e di marketing locali cresciute a pane, Resegone e Promessi Sposi?»

LECCO (cca) «Farsi riconoscere a prima vista»: Lecco alla ricerca di un brand capace di visualizzare il suo dna di città turistica dell'«outodoor» si è affidata ad una agenzia di brand strategy di Savona. «Studiowiki» ha vinto l'appalto (da 20mila euro) «per l'ideazione e la realizzazione di un sistema d'identità della città di Lecco con declinazioni e manuali d'uso e campagna di lancio». A distanza di tre mesi ecco il primo risultato: il logo.

L'Amministrazione comunale l'ha lanciato la scorsa settimana, con un sondaggio che intenderebbe coinvolgere i cittadini nella scelta definitiva. «Ci siamo affidati a un team di professionisti per individuare una proposta creativa convincente ma prima di definirla nei dettagli vogliamo coinvolgere chi conosce questo lago e queste montagne meglio di tutti: noi lecchesi». In realtà il consulto si limita tra due tonalità dei colori (calda e fredda) e a suggerire la parola che dovrebbe completare lo slogan «Lecco, land of...».

Il sondaggio online è aperto fino a sabato 7 maggio.



In alto a sinistra, la bozza del logo studiato per Lecco, nelle altre immagini i loghi realizzati da Studiowiki per Genova, Lago Maggiore e Golfo Borromeo

«L'area Turismo del Comune di Lecco ha lavorato senza sosta nelle ultime settimane per mettere a punto strumenti e materiali di comunicazione: il brand rappresenta la prima scintilla in grado di far scattare l'interesse del turista. Lo studio Studiowiki, brand&land di Savona ha elaborato le prime proposte, arrivando a una composizione stilizzata che riprende alcuni elementi caratteristici del paesaggio lecchese in forma astratta - ha spiegato l'assessore all'Attrattività **Giovanni Cattaneo** - Sono state fatte comparazioni con altre città e con i dati relativi ai flussi turistici coerenti con lo scenario lecchese: per questo, accanto alla forma grafica sono state approfondite le varianti di slogan in lingua italiana o inglese».

La prima scintilla scaturita dalla novità è stata quella della polemica.

«La lettura di questa notizia sulla stampa locale non solo ci ha stupiti, ma ci ha anche lasciati un po' sconvolti!» hanno comunicato i consiglieri del gruppo di opposizione «Lecco merita di più», lamentando anzitutto che l'assessore abbia saltato la Commissione affidandosi a un comunicato stampa («E' ormai il modus operandi dell'Amministrazione al quale ci siamo abituati da due anni a questa parte»). «Non ci ha sconvolto neppure il mancato coinvolgimento delle realtà turistiche e degli studi di marketing locali per la costruzione del brand: come è risaputo, a Savona (da dove viene il team di esperti) si cresce a Pane, Resegone e Promessi Sposi!» l'affondo.

«Non ci ha sconvolto nemmeno il logo presentato, d'altra parte è semplicemente la scritta LECCO, quindi non ci pare ci sia nulla da dire se non che il "gatto" ha partorito un topolino», proseguono **Emilio Minuzzo**, **Simone Brigatti** e **Gianni Caravia,** ironizzando sul «sondaggio partecipativo, presentato in pompa magna» ancorché limitato a due domande. Ergo? «Per dirla con una frase celebre di un noto politico particolarmente seguito dal nostro sindaco... first reaction? Shock!». C'è poi chi è andato ad approfondire gli skill e i work dell'agenzia ligure. Scoprendo a colpo d'occhio che il concept del logo «Lecco» ricalca decisamente quello di altre «land» turistiche clienti: il Lago Maggiore con il Golfo Borromeo e Genova. A prima vista «la stessa roba».

Claudia Corbetta