

## Presentato il percorso che ha portato alla creazione del nuovo brand

**“Giovani e lavoro: siamo all’inizio di un percorso che vuole guardare a questi due temi fondamentali”**

LECCO - “Un oggetto nuovo, che deve sintetizzare una complessità. Il nuovo marchio deve parlare del nostro territorio mettendo insieme, valori, storia e prospettive. Un marchio che deve parlare di quello che Lecco può offrire al mondo, sicuramente è una carta in più da giocare”.

Il sindaco di Lecco **Mauro Gattinoni**, affiancato dall’assessore all’attrattività territoriale **Giovanni Cattaneo**, ha presentato questa mattina, a **Palazzo delle Paure**, il nuovo marchio “Lecco” e un primo catalogo di esperienze che Lecco può offrire ai turisti ma non solo.



## Il sindaco Mauro Gattinoni

“Partendo dalla filosofia che la comunità è più grande del comune, allora anche dal punto di vista visivo occorre che ci sia qualcosa di diverso che possa identificare dal punto di vista comunicativo spazi, eventi, servizi pubblici, luoghi, iniziative, automezzi... e possa essere quell'elemento di identificazione che permette la comunicazione - ha continuato il sindaco -. Abbiamo scelto di dotarci di un marchio e di metterlo a disposizione della città. Insieme al marchio presentiamo un primo catalogo di esperienze, in questo caso è anche una prima declinazione turistica di questo brand. Siamo solo all'inizio di un percorso. Un grazie a chi ha lavorato sodo per arrivare fino a qui”.



## Come è nato il marchio

“Quando abbiamo visto il bando abbiamo subito capito che dietro c'era qualcuno che capiva ciò di cui stava parlando - ha detto **Federico Alberto**, Ceo dello studio Wiki che ha realizzato il marchio -. Non è scontato avere a che fare con qualcuno che considera un marchio come uno strumento vivo, nel caso specifico la partecipazione sia degli uffici che

dell'amministrazione è stata importante perché c'è stata attenzione e consapevolezza verso l'importanza di questo marchio”.

I creativi di Wiki, prima di iniziare qualsiasi ragionamento, sono venuti sul nostro territorio in maniera “anonima” per capire le sensazioni e le energie che poteva suscitare: “Oggi, inevitabilmente, avendo fatto questo percorso mi sento più prossimo a Lecco, e questo è il compito di questo marchio: rendere il mondo più prossimo a Lecco - ha continuato Alberto -. Il marchio è un contenitore che raccoglie l'identità di un territorio, oltre a essere uno strumento di distintività sui mercati”.



Federico Alberto, Ceo dell'azienda Wiki

Un marchio che nasce da una precisa palette di colori che parlano della nostra città: “I colori da subito hanno rappresentato un segno distintivo di Lecco - ha continuato -. Poi ci siamo fermati e, grazie all'intuizione dell'amministrazione, abbiamo sentito cosa i cittadini avevano da dire con la scelta del pay-off e dei colori (circa 800 coloro che hanno partecipato al sondaggio on-line, ndr). Per noi è stato il primo percorso partecipato nella creazione di un

marchio”.

La città tra monti e acque, il marchio ha voluto sintetizzare questo concetto, attraverso questi due elementi che raccontano colore: “Un marchio che evidenzia la verticalità del territorio, una verticalità che si specchia nel lago. E poi un taglio che vuol ricordare il lago e l’Adda. Le lettere “C” e “O” che vogliono richiamare le sinuosità morbide delle sponde, nonché le arcate del Ponte Vecchio e la forma di un moschettone. Questo vuole essere un marchio che parla di Lecco al mondo. Un logo che si presta a moltissime possibilità di utilizzo”.

### **Lavoro e giovani: un marchio che guarda al futuro**

Dopo i doverosi ringraziamenti allo studio Wiki, al personale dell’area turismo del comune e al personale dell’infopoint (“senza di loro nulla di tutto questo sarebbe possibile”), l’assessore **Giovanni Cattaneo** ha voluto sottolineare due aspetti che ruotano intorno al turismo: “Il primo è legato al lavoro, perché vogliamo che il turismo muova le leve economiche del nostro territorio. Non a caso uno dei primi strumenti che declinano il brand è il catalogo delle esperienze, che verrà distribuito nei prossimi giorni, che esalta le professionalità del territorio e riunisce 16 operatori del territorio che hanno avanzato le loro proposte. Questa non è più teoria, è lavoro e senza lavoro non saremmo seri a parlare di turismo. All’interno del catalogo sono racchiusi tutti i ‘colori’ del territorio con esperienze che si possono fare in autonomia, oppure aderendo a proposte che si declinano in lavoro di persone formate”.





L'assessore Giovanni Cattaneo

“**L'altro elemento sono i giovani**, una dimensione che si collega a quella del lavoro. Noi oggi vogliamo parlare ai ragazzi delle scuole medie e superiori che sono coloro che tra qualche anno potranno trovare un'opportunità di lavoro proprio nel turismo - ha continuato Cattaneo -. Ciò che stiamo facendo non serve per il presente, ma serve soprattutto per il futuro, per chi domani dovrà fare una scelta. E noi dobbiamo dir loro che questo può essere un territorio dove si vive di turismo. Sono le persone che fanno il turismo e oggi iniziamo questo percorso”.



Paolo Vallara

### **Il catalogo delle esperienze**

La prima declinazione del nuovo marchio è il catalogo delle esperienze curato da **Paolo Vallara**: “Devo dire che mi sono divertito anche perché il materiale di partenza era già molto valido - ha detto -. Ho dato forma a questa qualità così, rifacendomi ai colori del marchio, ho dato un ordine temporale a tutti i contenuti. Spero di essere riuscito a realizzare uno strumento contemporaneo e fresco, dove si denota l’attualità del marchio. Ogni pagina ha una sua introduzione che si riferisce ai luoghi e la sua interattività. Ogni tanto ci sono piccoli flash con degli argomenti che raccontano il territorio. Ho cercato di essere delicato e leggero anche nell’esposizione perché lo è anche questo marchio che considero di prospettiva”.

Lecco land of colors. Ecco il nuovo marchio: “Uno strumento in più per guardare al turismo” | 7



Tra un mesetto andrà on-line anche la prima versione digitale di promozione del territorio con il sito **leccotourism.it**, una prima vetrina che accompagna la diffusione del catalogo delle esperienze e presenterà anche in formato digitale quella che è l'offerta del territorio.

**[QUI IL CATALOGO DELLE ESPERIENZE](#)**

**[ECCO IL PERCORSO CHE HA PORTATO  
ALLA CREAZIONE DEL MARCHIO](#)**