



CITTÀ DI FERMO
Assessorato al Turismo

fer
mo

PRESENTAZIONE DEL MARCHIO TURISTICO DELLA CITTÀ
TIPICITÀ, 17 MARZO 2014

IL TURISMO DI DOMANI PARTE DA QUI

Questo è il marchio turistico della Città di Fermo, elemento di base della nuova strategia comunicativa sviluppata dall'Assessorato al Turismo del Comune di Fermo che nasce per promuovere l'immagine della città ed è il primo tassello di un sistema di identità visiva coordinata che diventi nel tempo un brand riconosciuto.

Il marchio rappresenta la miriade di valori della città, il cui insieme costituisce la sua bellezza: i tanti piccoli gioielli storico-artistici come Piazza del Popolo, le Cisterne Romane uniche nel loro genere, il Teatro dell'Aquila, il Duomo, la tela del Rubens, le tavole di Jacobello del Fiore, i musei e le attività culturali, le spiagge e le strutture ricettive, i prodotti enogastronomici, gli outlet per lo shopping di marca, i concetti di *Ben Essere* e *Buon Vivere* tipici del territorio.

Esso è costituito dal nome della città fulcro della comunicazione ed elemento cruciale da valorizzare, in cui le cinque lettere, tutte differenti tra loro per forma e dimensione, ma unite in un unico simbolo, rappresentano questi aspetti: arte, cultura, tempo libero, enogastronomia, shopping. Il marchio è arricchito da un simbolo della città: l'aquila. Essa non solo è presente nello stemma comunale ma è spesso associata a Fermo e affonda le radici nell'origine romana della città, fedele colonia dell'impero appunto rappresentato dall'aquila. I colori, caldi e di forte impatto, richiamano quelli dello stemma comunale ma sono declinati in tonalità moderne, in linea con l'immagine giovane e attuale del marchio.

Con la creazione di questo logo, del nuovo materiale turistico e di una serie di prodotti di merchandising, l'Amministrazione Comunale intende dare nuovo slancio all'immagine di una città che sappia rispondere alla sfida di oggi e del prossimo futuro che vede il turismo come una delle risorse principali da valorizzare e da cui trarre benefici.

L'auspicio è che questo processo che inizia oggi e guarda al domani, possa trovare pieno compimento e proseguire sulla strada che abbiamo tracciato.

L'Assessore al Turismo
Matteo Tomassini

Il Sindaco
Nella Brambatti



fermo

SARÒ BREVE!

Il nome "Fermo", è di sole 5 lettere. La sua brevità ben si adatta ad un suo utilizzo come logotipo garantendo ottima visibilità e riconoscibilità.

AQUILA BRICOLAGE

L'aquila stilizzata è realizzata partendo dagli stessi elementi grafici primari che compongono le lettere così da essere perfettamente concorde con esse.



LOGO "VITRUVIANO"

Lo spazio in cui insiste il marchio è delimitabile da un quadrato e inscrivibile in un cerchio. Ciò



rimanda ai canoni classici (vedi l'uomo vitruviano di Leonardo Da Vinci)

VERSIONI PER L'ESTERO, CON SITO ED ESTESA

Negli strumenti di comunicazione rivolti all'estero il logo è accompagnato dalla dicitura "Italia" e dal tricolore.

Il marchio può anche essere affiancato dal sito internet (unica versione sia per l'Italia che per l'estero).

È stata prevista anche una versione estesa del marchio da utilizzare in spazi con sviluppo orizzontale.



VERSIONI AD UN COLORE E IN NEGATIVO

Il logo può essere riprodotto ad un solo colore, in nero o in negativo. Ciò lo rende versatile e adatto ad un utilizzo su ogni tipo di stampato o supporto.



a.



IL PAYOFF

Nasce dalla volontà di porre il turista al centro della comunicazione. L'idea di utilizzare "For me", anagramma di "Fermo", rende perfettamente questo concetto creando senso di appartenenza e coinvolgimento emotivo. Esso si affianca al marchio e si lega ad esso in modo biunivoco ed assoluto. È preceduto da una formula per la versione generica (a) o dagli specifici settori di riferimento (b, c, d, e, f). Nel logo esteso anche il payoff cambia di conseguenza (esempio g).

b.



c.



d.



e.



f.



g.



ESEMPI DI APPLICAZIONE

In queste pagine sono riportati, a titolo puramente esemplificativo, alcuni utilizzi del marchio su stampati o materiale pubblicitario ed applicazioni su prodotti di merchandising.



a. cartellone pubblicitario con marchio standard (sopra) e con marchio esteso per spazi orizzontali (sotto)



b. pagina pubblicitaria con marchio in versione standard con sito web e payoff



c. marchio in negativo



d. marchio realizzato con stampa a caldo argento



e. t-shirt bianca con marchio e payoff



f. felpa rossa con logo negativo



g. mug con marchio per l'estero



h. penna con logo esteso

