

L'Amministrazione comunale, valutata l'opportunità di promuovere ed aumentare la visibilità e l'attrattività della città di Firenze, con delibera di Giunta n. 239/2012 aveva indetto un concorso di idee per l'individuazione di un "brand", destinato alla promozione di Firenze a livello nazionale ed internazionale, anche attraverso attività di merchandising e licensing di prodotti commerciali.

Ritenuto che il brand avrebbe dovuto evocare la straordinaria sintesi di bellezza, unicità ed universalità di Firenze, mantenendo comunque una struttura semplice, chiara e riconoscibile, l'Amministrazione con DD 5347/2014 aveva aggiudicato la vittoria ad un progetto grafico, sostanziantesi in un logo composto dalla declinazione del nome della città nelle principali lingue straniere.

La scelta della Commissione giudicatrice si era orientata su di una proposta che non tentava di introdurre un simbolo nuovo rispetto al Giglio, elemento essenziale della fiorentinità, logo istituzionale dell'Ente e oggetto di un Sistema di Identità visiva approvato dall'Amministrazione, ma anzi si presentava come perfetta per affidarlo e restituirgli modernità.

Firenze è infatti da sempre rappresentata da due simboli universalmente evocativi: il giglio e il suo nome. Se il primo è la bandiera sotto la quale si unifica un'intera comunità, il nome Firenze è declinato nelle lingue straniere principali, risuona ovunque evocando storia, bellezza e creatività.

Proprio per questo si ritiene che la strada preferibile per declinare il brand Firenze sia quella di comporre l'immagine storica e istituzionale di Firenze con l'immagine del nome risultante dalla veste grafica indicata dal progetto vincitore del contest.

Così assieme ad uno STEMA – il giglio nello scudo d'argento accompagnato dalla dicitura *Città di Firenze* (il cui utilizzo si associa all'espressione più alta delle Istituzioni comunali) – assieme ad un MARCHIO – il giglio senza scudo composto con la scrittura *Comune di Firenze* (da utilizzare per le normali attività amministrative) – si delinea un BRAND – il giglio composto con la declinazione del nome Firenze nelle varie lingue straniere

**Oggetto: Relazione brand Firenze**

Firenze, 24 settembre 2015

Prot. N 260530  
del 24/09/2015

Sindaco di Firenze  
Dario Nardella  
E p.c. Direttore Generale  
Ing. Giacomo Parenti  
Direttore Ufficio del Sindaco  
Avv. Francesca Santoro

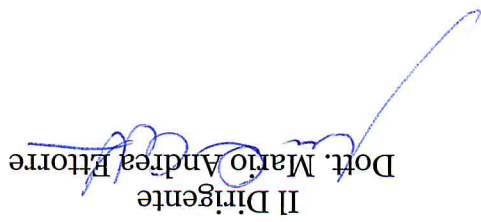
Servizio  
Canali di comunicazione e sportelli al cittadino

UFFICIO DEL SINDACO



1865-2015  
FIRENZE  
CANTIERE

Il Dirigente  
Dott. Mario Andrea Ettore



Un brand che renda salva la tradizione, andando a servire la comunità in un ambito diverso come quello della promozione internazionale.



– adatto a rappresentare una comunità fiera delle proprie origini e conscia di avere da offrire al mondo unicità e bellezza.