

ROMA



Roma Capitale Dipartimento Patrimonio
06 MAR. 2015
Prot. N° QC 5529

Al Segretario Generale

Agli Assessori

Al Capo dell' Avvocatura

Al Capo del Gabinetto del Sindaco

Ai Presidenti dei Municipi

Ai Direttori dei Dipartimenti

Al Direttore dell' Istituzione Biblioteche di Roma

Genertissimi,

Il 10 febbraio 2015 il Sindaco ha presentato un nuovo programma per la comunicazione e una nuova identità visiva della città di Roma.

Si rende per questo necessario modificare tutti i supporti di comunicazione che contengano il logo "Roma Capitale" adeguandoli alla nuova denominazione.

La nuova identità visiva è formata dalla parola "Roma" (in gergo tecnico, logotipo), accompagnato all'emblema che, come descritto nello Statuto, è "costituito da uno scudo di forma appuntata, di colore porpora con croce greca d'oro, collocata in capo a destra, seguita dalle lettere maiuscole d'oro S.P.Q.R. poste in banda e scalinate, cimato di corona di otto fioroni d'oro, cinque dei quali visibili".

Il simbolo della Città, quindi, continuerà ad essere lo scudo coronato, con all'interno la sigla "SPQR", preceduto dalla parola ROMA.

L'intervento si è limitato all'eliminazione dell'attributo "Capitale" pleonastico rispetto alla forza che la sola parola Roma evoca in tutto il mondo. Il marchio istituzionale è pertanto tornato a essere ROMA e scudo SPQR e accompagnerà gli atti e le pratiche, le comunicazione con gli utenti di servizi e con le altre Istituzioni.

Andrà utilizzato quindi su :

- carta intestata, biglietti da visita, firma delle email;
- comunicazioni interne (circolari, comunicazioni e pratiche protocollate);
- comunicazioni ufficiali tra istituzioni (lettere e altra documentazione formale verso istituzioni nazionali e locali, società partecipate);
- avvisi ufficiali;
- comunicazioni con i singoli cittadini nella funzione di utente di servizi (modulistica, documenti ufficiali)
- concessione di patrocinii
- comunicazione dei Municipi.

Nella carta intestata, nella modulistica ufficiale, nelle lettere, a piè di pagina si inserisce la dizione "Roma Capitale" con indirizzo e contatti (alla stregua di una ragione sociale).

È possibile, ovviamente, inserire la specifica dell'assessorato o dipartimento di riferimento.

Vi ricordiamo che:

- in caso di spostamenti di sedi o di uffici va applicato il nuovo format per la segnaletica esterna e interna;
- gli uffici che indicano gare d'appalto per cantieri o lavori stradali debbono introdurre nei contratti di affidamento la condizione di adeguare tutta la cartellonistica al nuovo format;
- ogni variazione del nominativo del referente per il format va tempestivamente comunicato all'ufficio Identità Visiva;
- il solo font ammesso nelle comunicazioni istituzionali è ARIAL;
- l'allineamento della corrispondenza, previsto dalle linee guida, è a bandiera sinistra.

Oltre al logo istituzionale, l'Amministrazione ha poi deciso di sostituire il marchio turistico/culturale commerciale (la Lupa con la scritta Roma che disegna una colonna) con una versione del logo definita logo relazionale, che conserva comunque un legame con l'immagine istituzionale, in modo da valorizzare la comunicazione complessiva di Roma e arricchire la nuova identità visiva con cui Roma si propone nelle sue relazioni con tutti i suoi pubblici.

Il logo relazionale è accompagnato dal claim *ROME&YOU*, inserito all'interno dello scudetto. L'area superiore dello scudetto viene invece occupata da "bolle cromatiche", espressione di un dinamismo che esplora tutte le possibilità che Roma offre. Quello spazio, in una seconda fase, si aprirà a ulteriori declinazioni tematiche o progettuali - con le bolle che esplodono e cambiano forma, perché intorno ad essa si costruiscano storie personali, in un racconto aperto e partecipato.

In definitiva, Roma continuerà a proporsi con il suo nome e con i segni identificativi che caratterizzano l'istituzione capitolina. Dovendo dialogare con pubblici molto diversi tra loro per cultura, geografia e lingua, impiegherà nei messaggi promozionali il logo relazionale, con il claim *ROME&YOU*, sempre comunque in associazione con la parola "Roma", che è a tutti gli effetti il brand.

Il logo relazionali andrà usato per:

- promozione turistica;
- alcune tipologie di materiali (manifesti, pieghevoli, cartoline, prodotti editoriali, materiali per web, video, campagne di sensibilizzazione o partecipative) rivolte a un target cittadino, nazionale e internazionale;
- gadget e merchandising;

Per l'uso anche in questo caso valgono le stesse regole del logo istituzionale.

In particolare si sottolinea che :

- il logo va usato sempre nella sua interezza, usando ROMA + scudetto (non solo lo scudetto);
- ugualmente il claim *ROME&YOU* va usato sempre accompagnato a ROMA (mai da solo);
- le bolle diventano elemento di linguaggio e di impaginazione.

Per il logo relazionale le indicazioni di assessorato sono da evitare.

Vi informiamo inoltre che per garantire gli impieghi più urgenti sono immediatamente disponibili presso l'Ufficio Identità Visiva, Dipartimento Comunicazione e l'Ufficio Comunicazione strategica - gli elementi visivi in formato elettronico e le prime indicazioni tecniche per gli ambiti di applicazione che vi abbiamo indicato.

Nel frattempo vi preghiamo di nominare/confermare, all'interno del vostro assessorato o vostro municipio un referente per il sistema d'identità visiva e di comunicarlo al Dipartimento comunicazione al fine di poter illustrare nel dettaglio le caratteristiche del progetto di aggiornamento e i suoi sviluppi tecnici in prossimi incontri il cui calendario è in via di definizione e che vi sarà reso noto prossimamente.

Ciascun referente sarà portatore delle necessità specifiche della struttura di appartenenza, anche in relazione a tutti gli organismi, interni ed esterni, coinvolti nei processi comunicativi e rappresenterà, per la propria struttura, il soggetto titolare della gestione e del corretto utilizzo degli elementi di identità visiva dell'Amministrazione .

Vale la pena ricordare che è da escludere ogni iniziativa che preveda usi del logo diversi da quelli codificati e che non è possibile effettuare alcun tipo di alterazione del logo istituzionale e relazionale (tranne casi di declinazione tematica del logo relazionale, che vanno espressamente autorizzati dal Dipartimento comunicazione o dall'Ufficio strategie della comunicazione), nonché realizzare forme di comunicazione visiva diverse da quelle autorizzate, creare nuovi stili o marchi per iniziative comunque riferibili all'Amministrazione capitolina.

Vi preghiamo di dare assicurazione del ricevimento delle presenti disposizioni.

Grazie per la collaborazione.

Alessandra Cattoi
Assessora alla Comunicazione



Paolo Guarino
Direttore Strategie della Comunicazione

