

Dichiarazioni dei rappresentanti istituzionali e di AIAP

Matteo Lepore, Sindaco del Comune e della Città Metropolitana di Bologna. “Siamo partiti come dei sognatori alcuni anni fa, perché sembrava quasi impossibile che i nostri due territori si parlassero; in realtà, quando insieme a Gian Carlo Muzzarelli, e lo voglio davvero ringraziare perché è stato da subito disponibile, abbiamo guardato il peso economico e sociale delle nostre due città e anche dei brand del Made in Italy che sono presenti tra Bologna e Modena, ci siamo detti “lo dobbiamo fare” perché il potenziale del racconto che Bologna e Modena assieme racchiudono per l’Emilia-Romagna e per l’Italia è davvero forte – ha commentato il sindaco Matteo Lepore - Il paesaggio metropolitano tra Bologna e Modena è qualcosa di unico, anche poco conosciuto dai nostri stessi cittadini. Per noi quindi farlo conoscere ha anche un valore civico, soprattutto per le nuove generazioni. Bologna e Modena con questo brand potranno promuoversi meglio nel mondo, insieme. In questa fase di crisi permanente i nostri territori possono essere punto di riferimento l’Emilia-Romagna, perché hanno un metodo di lavoro e vogliono lavorare assieme”

Gian Carlo Muzzarelli, Sindaco di Modena e Presidente della Consulta provinciale del Turismo dichiara: “Il nuovo marchio rappresenta un ulteriore elemento del salto di qualità che abbiamo voluto fare unendo nella promozione i nostri territori e le nostre eccellenze: è stata una scelta strategica che sta dando buoni risultati, come dimostra la ripresa dopo la crisi dovuta alla pandemia, e che ora dovrà contribuire ad affrontare le difficoltà causate dai rincari energetici. Ma uniti, sull’asse della via Emilia, si è più forti.”

“Se per caratteri identitari -sottolinea l’**Assessore Regionale al Turismo Andrea Corsini** - il territorio turistico Bologna-Modena ha tutte le carte in regola per farsi strada nel panorama internazionale del turismo, grazie alla Motor Valley, all’offerta di arte, cultura ed intrattenimento, alla vacanza slow e alla cucina unica, passando per la qualità della vita che si respira in questi territori, mancava a rappresentare tutto questo un segno grafico. Un logo che rappresenta anche il dinamismo e la completa maturità della Destinazione, che da oggi sarà immediatamente riconoscibile dai turisti di tutto il mondo”.

Gian Domenico Tomei, Presidente della Provincia di Modena dichiara: “La nuova identità visiva rappresenta l’intenzione condivisa di proseguire con determinazione nel percorso avviato lo scorso anno insieme alla città metropolitana di Bologna di offrire a cittadini e turisti un servizio di altissima qualità che sia volano attrattivo per due territori che hanno molte affinità ed eccellenze.”

“Con il nuovo logo si compie un ulteriore passo di quella che è una piccola rivoluzione: dopo secoli in cui vengono rimarcate le differenze, oggi Modena e Bologna diventano un territorio unico.” – dichiara **Mattia Santori, Presidente di Territorio Turistico Bologna-Modena** – “Una sola identità che racconta la stessa cultura del cibo, della musica, dell’arte e dello sport; la stessa passione imprenditoriale che ha dato i natali alla Motor Valley; la bellezza dei borghi arroccati; un patrimonio naturalistico che va dalla pianura all’appennino. Non era facile trovare una sintesi grafica, ma siamo molto soddisfatti del lavoro che ci ha portato a selezionare la proposta dello studio FM, e per questo fiduciosi che ci accompagnerà per molti anni a venire.”

“Grazie al lavoro sinergico, convinto ed appassionato di tecnici ed amministratori, Il Territorio Turistico Bologna-Modena diventa a tutti gli effetti un’unica grande realtà dal punto di vista turistico -ma non solo - anche grazie ad un nuovo ed efficace logo di identificazione visiva che d’ora in poi sarà il suo segno distintivo.” – dichiara **Barbara Panzacchi, Consigliera delegata al Turismo di Città metropolitana di Bologna** – “Questo è solo l’ultimo step di un percorso che ha preso l’avvio da tempo e che sigla ulteriormente l’unione di Bologna e Modena che, proprio dal 2023, propongono la redazione congiunta di quelli che rappresentano gli strumenti fondamentali e strategici per la programmazione e la promo commercializzazione turistica.

Sarà così possibile promuovere le eccellenze di un’area vasta, sia attraverso azioni trasversali, sia mediante prodotti turistici fortemente identitari dei territori interessati, amplificandone ulteriormente la già indubbia attrattività dal punto di vista storico, culturale, sportivo, enogastronomico, ambientale ed imprenditoriale.”

Marco Tortoioli Ricci e Fabiana Ielacqua, Presidente e Vicepresidente AIAP. “Contemporaneità, sintesi e capitale di sviluppo futuro. Queste le caratteristiche che hanno spinto AIAP a premiare la proposta realizzata da ‘studio FM milano’. La soluzione è stata ritenuta di grande audacia perché capace di conferire una lettura trasversale dei due territori, oltre ad un nuovo posizionamento. Un lavoro realizzato in sinergia con le amministrazioni coinvolte, in affiancamento alla professionalità del nuovo Direttivo AIAP.”