CITTA' DI TORINO

Comunicato stampa

UN NUOVO CITY BRAND PER TORINO

Si chiama city branding ed è il modo in cui una città sceglie di costruire la sua identità e di raccontarla. Un processo per aiutarla a distinguersi nell'era della globalizzazione, a promuoversi meglio all'esterno e ad attrarre risorse umane ed economiche.

Per costruire il suo city brand la Città di Torino ha avviato un percorso che coinvolgerà i principali attori del territorio. È stato siglato questa mattina a Palazzo Civico un protocollo d'intesa tra Città, Città Metropolitana di Torino, Camera di commercio, Università degli Studi, Politecnico, Fondazione CRT e Fondazione Compagnia di San Paolo con l'obiettivo di condividere il percorso verso il city branding. In particolare, i firmatari si impegnano a garantire supporto e collaborazione reciproci per promuovere la propria appartenenza al territorio e l'identità di Torino con l'obiettivo comune di diventare ambasciatori del "brand Torino", valorizzarne il patrimonio storico, artistico, culturale e sociale, collaborare nella definizione del posizionamento strategico della città, dare riconoscibilità ai prodotti "made in Torino", consolidare il senso di appartenenza di cittadini e studenti, attrarre risorse ed investimenti, ampliare il mercato turistico in arrivo, favorire la visibilità della città, veicolare il nuovo city brand – una volta realizzato - nell'ambito di partnership ed eventi.

"L'obiettivo della costruzione di un nuovo city brand – spiega **il sindaco, Stefano Lo Russo** - *è quello di unire le forze con tutti i partner istituzionali pubblici e privati che abbiano a cuore il futuro della città e del territorio metropolitano, per contribuire a riposizionare Torino e renderla sempre più all'altezza di collaborare e competere con le grandi metropoli nel nostro Paese e in tutto il mondo puntando sui suoi tanti settori d'eccellenza. Il capoluogo può e deve fare da traino per l'intero territorio con le sue numerose specificità. Ringrazio tutti i firmatari di questo protocollo; ci unisce il desiderio di raccontare meglio Torino e il territorio al mondo, e di farlo insieme, consapevoli che per 'raccontarsi' bene e in modo efficace occorre riconoscere la propria identità in modo condiviso e guardare tutti nella stessa direzione".*

Secondo **il presidente della Camera di commercio di Torino, Dario Gallina** *"È importante che il percorso verso l'individuazione del nuovo brand di*

Carola Quaglia
Gabinetto del Sindaco
Capo Ufficio Stampa
Piazza Palazzo di Città 1, Torino
+39 3356215287
carola.quaglia@comune.torino.it
www.torinoclick.it

Torino sia plurale e condiviso, sia per avere un risultato più rappresentativo di tutte le anime della città, sia per ampliarne la visibilità e la diffusione a livello nazionale e internazionale, con un lavoro di squadra già consolidato in numerosi eventi. Questo modo di lavorare insieme ci permette di presentarci di fronte ai nostri numerosi interlocutori in modo univoco e coordinato e di rendere così Torino più attrattiva dal punto di vista economico, culturale e turistico".

"Da sempre – dice **il rettore del Politecnico di Torino, Stefano Paolo Corgnati** - *abbiamo creduto nell'idea di Torino come città dell'innovazione nella quale l'università gioca un ruolo cruciale di filiera per l'attrazione sul territorio di giovani talenti che ci scelgono per creare il loro percorso di vita, accademico o professionale. In particolare contribuiremo con la crescita dei campus cittadini, fondamentali per l'attrattività di studenti da tutto il mondo. Siamo orgogliosi e felici di poter aggiungere questo 'nostro fotogramma' al racconto generale della città".*

"L'Università – aggiunge **il rettore dell'Università di Torino Stefano Geuna** *- è da tempo un punto fermo nelle strategie di sviluppo e crescita della città. Ricerca e formazione, con le rispettive fondamentali ricadute in termini di trasferimento di conoscenze e tecnologie, fanno di Torino un luogo privilegiato nel quale investire sul proprio futuro. Con radice salde nella forza del territorio, l'Università rappresenta un'eccezionale occasione per creare opportunità: i campus, sui quali abbiamo fortemente puntato, sono spazi di internazionalizzazione e di acquisizione di elevata professionalità. Anche per questo Torino si è affermata come una ambita finestra sull'Europa e sul mondo".*

"Siamo lieti di avviare, con la firma del protocollo d'intesa per il city branding, un nuovo cammino condiviso con la Città e con i diversi players del territorio con cui Fondazione CRT collabora da anni sinergicamente con l'obiettivo di tutelare e valorizzare il patrimonio culturale e sociale di Torino e di mettere in campo iniziative ed eventi capaci di attivare reti e attrarre risorse – dichiara **Annapaola Venezia, Segretario Generale di Fondazione CRT** –*. Questo sistema virtuoso che abbiamo costruito tutti insieme, e che ha contribuito a definire l'identità della città, parla ora una sola lingua e inaugura uno*

Carola Quaglia
Gabinetto del Sindaco
Capo Ufficio Stampa
Piazza Palazzo di Città 1, Torino
+39 3356215287
carola.quaglia@comune.torino.it
www.torinoclick.it

storytelling che permetterà a Torino di farsi conoscere e riconoscere in Italia e nel mondo".

"Il ruolo di un ente filantropico come la Fondazione Compagnia di San Paolo è quello di agire ogni giorno per contribuire allo sviluppo locale della Città e al benessere della popolazione, in sinergia con tutti gli stakeholder del territorio – afferma **il presidente della Fondazione Compagnia di San Paolo, Marco Gilli** - *Siamo oggi firmatari del protocollo perché riteniamo fondamentale la condivisione di esperienze, competenze e know-how che solo il fare squadra rende possibile, con l'obiettivo di promuovere un'immagine positiva e unica della nostra città, migliorando la qualità urbana e il senso di appartenenza, e attraendo risorse, visitatori e investimenti".*

In preparazione a questo progetto nel 2023 è stato avviato un percorso di indagine per cogliere la percezione della città di Torino e si è affidata all'Istituto Piepoli un'indagine demoscopica per cogliere gli aspetti ritenuti importanti dal territorio e dalla cittadinanza. Sono stati somministrati in città oltre 5mila questionari, composti di domande aperte e chiuse, a cittadini, turisti, portatori di interesse. L'indagine sta proseguendo e si avvia alla conclusione con un sondaggio telematico su scala nazionale per raccogliere le percezioni di Torino anche da parte degli Italiani nel complesso. Le prime impressioni individuate hanno permesso di definire un "manifesto identitario" di racconto di Torino, condiviso tra i firmatari.

I dati sulla percezione di Torino raccolti dall'Istituto Piepoli verranno illustrati il 24 ottobre alle ore 18 alla casa Teatro Ragazzi attraverso un evento pubblico che si proporrà anche di raccogliere l'interesse di ulteriori soggetti che vorranno aderire al progetto di sviluppo del nuovo city brand.
L'amministrazione comunale darà quindi il via ad un avviso pubblico per individuare un'agenzia di comunicazione per lavorare allo sviluppo del progetto e alla definizione delle linee strategiche per la sua promozione nel triennio 2025/2026/2027.

Comunicato n. 280/2024
Torino, 11 settembre 2024

Carola Quaglia
Gabinetto del Sindaco
Capo Ufficio Stampa
Piazza Palazzo di Città 1, Torino
+39 3356215287
carola.quaglia@comune.torino.it
www.torinoclick.it