



## **Atene, Bologna, Eindhoven, Lione, Liverpool e Vilnius si confrontano a Torino. Brand New City: una mostra e un convegno su come le città europee comunicano la loro identità**

**Urban Center Metropolitano – martedì 23 ottobre**

Come comunicano le città europee la propria identità? Urban Center Metropolitano organizza, nell'ambito del progetto europeo ROCK, **una mostra dedicata al city branding in Europa**. L'obiettivo è documentare approcci, strategie ed esiti di alcune tra le esperienze più interessanti di ridefinizione e comunicazione dell'identità urbana.

In un mondo di competizione a scala internazionale, il city branding è un elemento cruciale del governo delle città, nel come queste si presentano e posizionano sul mercato globale: le città devono attirare persone, risorse e business. Molte città oggi sono coinvolte in processi di *branding* o *re-branding*, per guadagnare visibilità e accrescere la propria competitività. Queste iniziative spesso vengono affrontate riducendole a un logo e un claim, sotto l'influenza dalla retorica della brandizzazione commerciale e dalla necessità di essere sintetici e incisivi, ma ciò ha poco a che fare con la città reale, con l'effettiva percezione dei suoi "utilizzatori". Questo approccio spesso comporta risultati carenti in termini di consistenza, un basso impatto a lungo termine e poco coinvolgimento ed empatia da parte dei cittadini e degli stakeholder.

D'altro canto, un numero crescente di strategie di city branding si stanno sviluppando in Europa per aggiornare e consolidare il racconto delle città, e creare un ambito di competenze condiviso da diversi settori della città che si rivolgono a pubblici differenti (turisti, investitori, residenti). In questo senso il city branding consiste nel costruire strategie di comunicazione integrate quali strumenti per rafforzare e dare coerenza al lavoro di indirizzo verso pubblici specifici e per irrobustire, allo stesso tempo, l'identità urbana. Perché le città cambiano, evolvono e di conseguenza le loro identità devono essere ripensate.

“Comunicare una città significa raccontare storie, mettendo le persone in prima fila – riflette Valentina Campana, direttrice Urban Center Metropolitano – Diventa quindi fondamentale alimentare la narrazione della città con il vissuto locale e il suo patrimonio culturale, descrivendo chi sono i cittadini che la abitano e chi vogliono essere”.

Questa mostra documenta una serie di esperienze europee che attraverso metodologie diverse affrontano il tema del city branding, non solo dalla prospettiva di mero city marketing, ma come approccio integrato di sviluppo urbano.

All'interno di Urban Center l'attenzione si concentra sui progetti portati avanti da alcune delle città partner di ROCK – **Atene, Bologna, Eindhoven, Lione, Liverpool e Vilnius** – mentre i teli appesi sotto i portici di piazza Palazzo di Città affiancano alle città di ROCK altre esperienze italiane e internazionali (**Amsterdam, Berlino, Genova, Napoli, Oslo e Porto**) utili per comporre **un inventario di buone pratiche per l'avvio di processi di valorizzazione dell'identità urbana**.

La mostra è realizzata in collaborazione con Citta di Torino e Grupo Taso di Siviglia.

L'ingresso alla mostra è libero.

Urban Center Metropolitan, piazza Palazzo di Città 8f  
dal martedì al sabato dalle ore 11.00 alle 18.00

In occasione dell'inaugurazione della mostra, Urban Center ospiterà **martedì 23 alle ore 17.30** presso la sede di piazza Palazzo di Città, **il convegno internazionale City Branding: comunicare l'identità urbana in Europa**.

Interverranno, per raccontare le loro esperienze: **Suzanne Jameson** (Liverpool City Council), **Inga Romanovskiene** (direttrice Go Vilnius), **Alfredo Capuano e Lorenzo Nigro** (#CUOREDINAPOLI), **Miguel Rivas** (Grupo Taso), **Michele Pastore** (Fondazione per l'Innovazione Urbana Bologna). Introdurrà la tavola rotonda **Valentina Campana** (direttrice Urban Center Metropolitan).

ROCK – Regeneration and Optimization of Cultural heritage in creative and Knowledge cities è *un progetto innovativo finanziato dal programma Horizon2020 dell'Unione Europea. ROCK propone un approccio nuovo, collaborativo e circolare per la rigenerazione e il riuso dei centri storici delle città. Applicando un repertorio di iniziative riuscite per la rivalorizzazione del patrimonio, ROCK testa la replicabilità di approcci spaziali e di modelli di successo che rispondono alle necessità specifiche dei centri storici.*

Per info sul programma:

[www.urbancenter.to.it](http://www.urbancenter.to.it) – tel 011 5537950

[www.rockproject.eu](http://www.rockproject.eu)

Ufficio Stampa Urban Center Metropolitan

Antonella Massia – cel 347 0855233

[a\\_massia@hotmail.com](mailto:a_massia@hotmail.com) – [comunicazione@urbancenter.to.it](mailto:comunicazione@urbancenter.to.it)