

COMUNICATO STAMPA

26.02.2019

La dolce vita alpina: Merano presenta il nuovo marchio turistico

Nell'ambito dell'opera di sviluppo della propria immagine e del posizionamento turistico, Merano ha elaborato un nuovo marchio di destinazione.

Il risultato dell'operazione non si limita esclusivamente al logo, bensì a un messaggio complessivo – espresso anche attraverso colori, grafiche, dimensioni degli elementi – con cui viene veicolato il marchio Merano. Questo, adeguatamente integrato ai diversi format di comunicazione, esprime una serie di valori che contraddistinguono la città: eleganza, bellezza, capacità di coniugare tradizione e sguardo al futuro, autenticità, creatività.

L'Azienda di Soggiorno di Merano presenta per la prima volta a un ampio pubblico il nuovo marchio in occasione della sua assemblea generale nella cantina Merano Burggräfler il 26 febbraio 2019. Il prodotto, frutto di un processo lungo un anno, dà un profilo univoco all'offerta culturale e alle attività di Merano.

“L'obiettivo – spiega Daniela Zadra, direttrice dell'Azienda di Soggiorno - era di sviluppare un marchio capace di esprimere la qualità della nostra offerta. Capace di parlare tanto a un pubblico tradizionale quanto a nuovi gruppi, così da posizionarci in maniera vincente nel concorrenziale contesto turistico”.

Processo di sviluppo: undici mesi di lavoro congiunto

Lo sviluppo del marchio è un progetto dell'Azienda di Soggiorno e del consorzio Turismo Merano della HGV/Unione albergatori, sostenuto con convinzione dal Comune di Merano. Nell'arco di poco meno di un anno il gruppo di lavoro si è incontrato ripetutamente. Ne hanno fatto parte – oltre all'Azienda di Soggiorno e alla HGV/Unione albergatori – rappresentanti della politica, del mondo della cultura e dell'economia, nonché di IDM Alto Adige. Le basi del marchio sono state poste in un importante workshop il 26 marzo 2018, quando più di venti stakeholder e utilizzatori del marchio hanno stabilito le coordinate in termini di strategia e contenuti del prodotto.

“Per noi è stato molto importante sviluppare il marchio confrontandoci con chi lo dovrà usare” afferma Ingrid Hofer, presidente dell'ente turistico e vicepresidente del consorzio HGV. “Per questo abbiamo voluto coinvolgere il più possibile i diretti interessati”. La progettazione del marchio è stata affidata all'agenzia di Amburgo OAKS. Il suo amministratore delegato, Marcus Oltmanns, da 15 anni segue lo sviluppo del marchio ombrello Alto Adige e ha realizzato per il territorio altoatesino vari progetti strategici e di design nei settori del turismo, dell'agricoltura e del marketing.

merano

Espressione di bellezza, eleganza e una “nuova accezione di lusso”

“Città di cura ricca di tradizione - afferma Rudi Defranceschi del consorzio Turismo Merano della HGV/Unione albergatori - Merano è un luogo di incredibile bellezza ed eleganza, che concentra in sé un numero notevole di possibili esperienze diverse. È questa l'immagine che desideriamo esprimere. Rimaniamo custodi della nostra storia, ma non stiamo fermi. Il nuovo marchio evidenzia quanto Merano sappia combinare a proprio modo tradizione e modernità”.

Daniela Zadra delinea i valori incarnati dal nuovo marchio: “Nei nostri giorni, frenetici e digitali, sempre più persone hanno bisogno di rallentare e di trovare autenticità. Cercano esperienze “vere” e danno molto valore al consumo sostenibile. In questa cornice Merano ha molto da offrire. Prendersi del tempo, rilassarsi, lasciarsi trasportare, scoprire cose belle e goderne con consapevolezza. Questo è la nuova accezione di lusso che intendiamo. Il lusso dei nostri tempi, che il nostro marchio vuole esprimere”.

Anche Martin Bertagnolli, responsabile del brand management di IDM, sottolinea “l'eleganza e la raffinatezza comunicate dal nuovo marchio” apprezzando le sinergie con il marchio ombrello Alto Adige. Il carattere tipografico utilizzato è il “Südtirol Next”, moderno sviluppo del “Südtirol Pro” utilizzato per il marchio ombrello Alto Adige. Il claim “La dolce vita alpina” si rifà alla strategia dando voce alla “simbiosi ricca di contrasti fra elementi alpini e mediterranei”.

Colori e forme ispirati alla natura e alla cultura della città di Merano

La nuova immagine del marchio trasmette forza e calma - riflette lo spirito del tempo e allo stesso tempo vive fuori da esso - e si realizza attraverso un nuovo logo, una palette di cinque colori pastello ed elementi di design grafico che possono essere applicati in diverse combinazioni.

La scritta in nero comunica autorevolezza e valore, elementi richiamati anche dalla “O” elegantemente sottolineata che dà al logo carattere bilingue distinguendosi chiaramente in un contesto fortemente concorrenziale.

I colori richiamano tanto la freschezza alpina quanto il calore mediterraneo in un'armoniosa combinazione: si ispirano, alla pari degli elementi grafici, all'architettura e alla natura di Merano.