



## CITTA' DI TORINO

### INTERPELLANZA

OGGETTO: DOPO "L'ILLUSIONE DEL NULLA" SOTTO LA MOLE GIUNGE "L'ILLUSIONE DEL NIENITE", NON UN FILM MA REALTA': COME UN CITY BRAND INADEGUATO PUO' DANNEGGIARE LA CITTA'.

#### DOVEROSAMENTE RICORDATO CHE

- con l'interpellanza n. 450 presentata il 13 settembre 2024 lo scrivente interrogava l'Amministrazione Lo Russo in merito al nuovo logo di Luci d'Artista;
- l'interpellanza aveva come titolo "L'ILLUSIONE DEL NULLA: CHI SI E' ACCORTO DEL NUOVO LOGO DI LUCI D'ARTISTA?", se ne riporta un brevissimo stralcio "il nuovo logo, una semplice scritta, al di là di ciascuna personale valutazione circa la qualità tecnica del segno grafico in oggetto, appare oggettivamente incapace di sostenere e pareggiare il valore espresso e rappresentato da Luci D'Artista; pur ricorrendo il lemma "identità" con piacevole frequenza nel testo del comunicato stampa, il logo in oggetto appare caratterizzato da una tale piattezza, evanescenza e vacuità che lo farebbero ritenere il frutto del lavoro di un lento, caldo, appannato, svogliato, timido e sonnolento pomeriggio d'estate in città piuttosto che il risultato di un concorso di idee capace di produrre una realizzazione grafica di impronta efficace e identitaria;
- le domande poste erano le seguenti: "1. quali sforzi di natura finanziaria, organizzativa e tecnica siano stati profusi dall'Amministrazione comunale per la realizzazione del nuovo logo di Luci d'Artista; 2. se la realizzazione del nuovo logo di Luci D'Artista sia da imputare ad una società esterna: in tal caso si desidera conoscere le modalità di assegnazione ed i costi a carico dell'Amministrazione, le tempistiche riconosciute per la sua realizzazione e i nominativi dei professionisti intervenuti; 3. quale tratto identitario, a parere dell'Amministrazione, sia in grado di comunicare il nuovo logo; 4. se siano già stati contattati i Ghostbusters per acchiappare il nuovo logo/fantasma.";
- tralasciamo, per rispetto istituzionale e dei cittadini che potrebbero leggere, le risposte pronunciate dell'Amministrazione Lo Russo;

#### VENENDO AD OGGI, PARE SIGNIFICATIVO SOTTOLINEARE CHE

- in esito a un bando internazionale la Città di Torino - prima Capitale dell'Italia unita, sede del primo Parlamento, cuore del Risorgimento, Città dell'auto, della tv, del Museo Egizio, di sport e sportivi noti nel mondo, di saperi e di sapori e di molto molto molto altro - ha un brand;
- lo volete proprio conoscere?

- eccovelo: " torino : ";
- ogni commento ulteriore darebbe significato a tale insignificanza;

## **INTERPELLA**

il Sindaco e l'Assessore competente per sapere:

1. quali sforzi di natura finanziaria, organizzativa e tecnica siano stati profusi dall'Amministrazione comunale per la realizzazione del nuovo city brand;
2. se la realizzazione del nuovo lcity brand sia da imputare ad una società esterna: in tal caso si desidera conoscere le modalità di assegnazione ed i costi a carico dell'Amministrazione, le tempistiche riconosciute per la sua realizzazione e i nominativi dei professionisti intervenuti;
3. quale tratto identitario, a parere dell'Amministrazione, sia in grado di comunicare il nuovo city brand;
4. se siano già stati contattati i Ghostbusters per acchiappare o Geronimo Stilton per decriptare il nuovo city brand;
5. se l'Amministrazione intenda procedere in sede civile per il risarcimento danni per il danno d'immagine derivante da tale city brand.

Torino, 30/04/2026

**IL CONSIGLIERE**

Firmato digitalmente da Ferrante De Benedictis