



**Politecnico  
di Torino**

**COMUNICATO STAMPA**

## **UN NUOVO LOGO PER IL POLITECNICO DI TORINO**

*È il primo passo di un grande progetto di revisione dell'immagine dell'Ateneo e della sua presenza online, per rappresentare un'Università che guarda al futuro e ai bisogni della società rimanendo ben connessa con le sue radici*

**Torino, 25 marzo 2021**

*“Il Politecnico di Torino ha un'identità forte, con radici ben salde nella storia accademica, economica e sociale del nostro territorio e del nostro Paese. Tuttavia tutte le identità evolvono e noi non facciamo eccezione, tanto più in un periodo di grandi cambiamenti come quello che stiamo vivendo e con un Politecnico che da tre anni si è aperto a dimensioni in parte nuove nel modo di intendere le sue missioni istituzionali e il suo rapporto con la società. Abbiamo così sentito l'esigenza di avviare un grande progetto non solo di revisione dell'immagine dell'Ateneo, ma anche della sua ampia e articolata presenza online, oggi più importante che mai. Il primo risultato di questo progetto che - con grande piacere - condividiamo col pubblico è la presentazione del nuovo logo dell'Ateneo. Per la nostra comunità accademica, intesa in senso lato, quindi per esempio anche tutti i nostri laureati e laureate in giro per l'Italia e per il mondo, il logo è una componente importante della nostra identità collettiva, un'immagine che in maniera compatta rappresenta le nostre radici, i nostri valori, le nostre missioni. Crediamo che questo nuovo logo rappresenti molto bene tutto questo, ma - rispetto al precedente - con una sensibilità molto più contemporanea, molto più aperta al futuro”.* Il professor **Juan Carlos De Martin**, Vice Rettore per la Cultura e la Comunicazione, spiega così le ragioni che hanno portato il Politecnico di Torino a intraprendere un **percorso di revisione della sua immagine**, che parte dal logo, ma riguarderà il complesso delle modalità con cui l'Ateneo si presenta ai propri interlocutori e che riguarderà anche **tutta la presenza online dell'Ateneo**, con un nuovo sito che verrà presentato nei prossimi mesi. Per questo progetto, l'Ateneo si è affidato al lavoro di due società esperte di comunicazione e digitale: la digital agency milanese **Wellnet** e l'agenzia di comunicazione torinese **Sixeleven**.

**Un nuovo logo**, quindi, che mira a valorizzare la **tradizione**, valore fondante dell'Ateneo, recuperando gli elementi più importanti del sigillo storico, rivisti però **in chiave più moderna**, con un tratto più chiaro e leggibile e adatto agli attuali utilizzi di comunicazione.

Il logo è il primo risultato di un percorso che ha visto un'articolata **fase di analisi preliminare**, i cui risultati sono diventati il riferimento per un **più complessivo intervento sulla “brand identity”**. Attraverso **quasi 5.000 questionari**, la comunità del Politecnico è stata interpellata per capire quali valori avrebbe dovuto rappresentare: docenti, studenti, alumni, aziende, ricercatori hanno avuto l'opportunità di esprimere la loro opinione. **Decine di interviste one to one** con le figure cardine dell'Ateneo, **9 focus group**, l'analisi di

circa **400 recensioni** raccolte online hanno completato una raccolta ampia di dati e suggestioni utili a impostare il lavoro.

Si è deciso di operare un **“restyle”**, per confermare quel **patrimonio di conoscenze e tradizione** che il precedente “sigillo” di stile pittorico rappresentava. Allo stesso tempo, nella creazione di un vero e proprio “logo”, le scelte compiute a livello estetico e di linguaggio grafico hanno voluto **raccontare la direzione del Politecnico** di oggi e di domani: **un’istituzione rivolta al futuro, all’innovazione, all’apertura verso nuove prospettive, alla costruzione di un nuovo umanesimo tecnico-scientifico.**

Alcune scelte sono state all’insegna della razionalizzazione: su tutte, il mantenimento di una sola scritta **“Politecnico di Torino”**, come **logotipo**, e di un’**unica data**, il **1859**, l’inizio della storia dell’Ateneo. Altre decisioni hanno guidato la ricerca di razionalizzazione e sintesi del logo stesso, con l’eliminazione di alcuni elementi giudicati non così centrali.

Le scelte più rilevanti sono state compiute nella valorizzazione dei tasselli fondamentali. Il **Castello del Valentino**, sede fin dalle origini della Scuola di Applicazione degli Ingegneri, ha ora una maggiore centralità ed è stata completamente ridisegnata. La **testa di Minerva Galeata**, dea della saggezza, dell’ingegno e delle arti utili, riacquista rispetto alla versione precedente anche l’elemento della lancia. Il **ramo di alloro baccato e di quercia**, elementi tradizionali dell’araldica, simbolo rispettivamente di gloria e forza morale e del titolo di laurea conferito agli studenti dell’Ateneo, chiudono in un cerchio perfetto gli altri elementi, in sostituzione del precedente doppio cerchio.

Anche il **colore** ha subito un restyle: è rimasto il blu, ma in una tonalità differente, che sostenesse l’idea di **contemporaneità nella continuità**. Il blu di Prussia rende il logo più attuale; noto anche come **Blu degli ingegneri**, era usato in una speciale miscela per verificare la regolarità di una superficie. Il colore secondario è l’arancione, complementare del blu.

Il **lettering** della scritta “Politecnico di Torino” ha smussato alcune rigidità precedenti, mettendosi maggiormente in dialogo con il logo, come ad esempio nella **scelta del cerchio perfetto** che simboleggia unità e inclusione, presente nella figura geometrica - che idealmente racchiude gli elementi grafici - e anche nelle “o” e nei puntini delle “i” del logotipo. I **font** hanno un aspetto **più tecnico** ma anche **di apertura, di proposizione verso il futuro**, grazie ai tagli di alcune lettere che puntano verso l’alto e in avanti, a simboleggiare la direzione intrapresa dal Politecnico.

*“Si è trattato di mettere maggiormente in evidenza elementi fondanti e tuttora centrali per il Politecnico di Torino - racconta **Gabriele Pinzin**, Direttore creativo dell’agenzia Sixeleven che si è occupata del restyle - dandogli un maggiore respiro, valorizzandoli e trasmettendo un senso complessivo di progresso, di avanzamento, di potenzialità future”.*

*“Viviamo una stagione in cui alle Università si chiede di rispondere a sfide nuove, che ci vengono poste dalla società, dai nostri studenti, dall’economia”, conclude il Rettore **Guido Saracco**: “Anche il nostro Ateneo si sta trasformando e l’avvio del processo di rinnovamento della nostra immagine è stato un’occasione per la nostra comunità politecnica di interrogarsi su questi cambiamenti e sulla direzione che vogliamo intraprendere: ringrazio tutti i colleghi, gli studenti e tutti gli altri nostri interlocutori che hanno portato il loro contributo in termini di idee e di suggerimenti. Con questo progetto di ridefinizione della nostra immagine e della sempre più importante presenza online dell’Ateneo vogliamo comunicare a tutti la direzione in cui si sta muovendo il Politecnico. Sono certo che tutta la nostra grande comunità si riconoscerà in questo nuovo logo, e*

*sarà orgogliosa di portarlo nel mondo come simbolo della nostra capacità di rinnovarci, al passo coi tempi ma rimanendo sempre ben connessi con le nostre radici”.*

[Il video di presentazione del nuovo logo](#)