

Urban 2: c'è la nuova campagna pubblicitaria

Nuovi manifesti murali da oggi a Caserta

CASERTA- Inizia la nuova campagna di comunicazione con una nuova linea grafica del progetto Urban 2 Caserta. Da domani (16 febbraio) la Città di Caserta potrà notare attraverso i manifesti 6x3 le novità comunicative.

I nuovi messaggi visivi sono stati realizzati all'insegna dell'allegria attraverso colori luminosi e giallo aranciati, non più blu/nero, linee tonde e non drittte/spezzate, secondo modalità relazionali di tipo empatico che tendono a non mettere in soggezione ma deproblematicizzano anziché suggerire sensazioni di complessità e severità. Si è cercato di parlare attraverso la voce del cittadino e non dell'istituzione o dell'autorità, suggerendo un senso di vicinanza. Per questo motivo sono usate espressioni brevi e sono prese in considerazione più le parole che i numeri (Urban2 diventa Urbandue). L'esigenza di modificare la campagna pubblicitaria nasce dal fatto che, essendo terminata la

fase della pianificazione, dopo un'attenta analisi delle nuove priorità, si è sentita l'esigenza forte di rendere un concetto in immagini capaci di esprimere il passaggio dalla progettazione alla realizzazione che spingesse di più all'idea della compartecipazione in prima persona. È stato quindi fondamentale, a questo punto del P.L.C. Urbandue Caserta, realizzare dei manifesti monotematici che informino la cittadinanza sugli interventi ad oggi già realizzati.

Con questa nuova linea grafica si punta solo su parole e non immagini, esprimendo un concetto di immediata lettura e al tempo stesso di forte impatto "dalle parole ai fatti", giocando con i colori giallo-arancio-rosso, allegri e sgargianti, esprimendo materialità ma senza severità. Il simbolo chiave è "l'asterisco" di facile interpretazione e diffusione, e che esprime immediatamente il richiamo a qualcosa di concreto ossia si pone l'atten-

zione sul budget investito dando così un segno di concretezza e trasparenza, scritto a lettere e non a numero perché graficamente più d'impatto ma concettualmente più discreto. È stato utilizzato un lettering con linee tonde, non spezzate sia per il testo che per il logo "urbanduecaserta/ceniro", eliminando il numero arabo e inserendo a lettere, unendo le 4 parole come se fosse un tutt'uno, reso in questo modo chiuso e non aperto com'era Urban2 terminando per vocale e non per consonante.

Rimane l'apostrofo della prima versione, ormai entrato nell'immaginario collettivo, smussandone però le linee. Sempre seguendo le indicazioni emerse dall'indagine psicolinguistica, è stata creata una sorta di cornice dagli angoli arrotondati, sulla scia di un lettering senza linee spezzate.