



veronafiere
Trade shows & events since 1898

REBRANDING PER VERONAFIERE,

PRESENTATO IL NUOVO MARCHIO CHE CELEBRA I 120 ANNI E GUARDA AL FUTURO

Verona, 3 maggio 2018 – Per il suo 120° anno di attività, Veronafiere cambia marchio. Il rebranding, sviluppato dalla società di comunicazione Facci & Pollini, è stato presentato oggi nella sede di Viale del Lavoro, in occasione della seconda giornata di lavori del congresso Europeo UFI (Associazione mondiale dell'industria fieristica) che si svolge fino a domani in Fiera.

Il cambiamento più evidente riguarda il pittogramma: una “V” che ricalca la planimetria dei padiglioni del quartiere fieristico, formata da cinque bande che dal blu scuro sfumano fino al giallo. La scelta cromatica rimanda al gonfalone del comune di Verona, ma ricorda anche i colori del territorio in cui nasce e si sviluppa Veronafiere come l'azzurro del lago di Garda e del fiume Adige; il verde chiaro dei vigneti e delle colline; le tinte calde dei marmi e delle pietre del centro storico cittadino e dei suoi monumenti, dichiarati dall'Unesco patrimonio dell'Umanità.

Modificato anche il logotipo, con un font più moderno e la centralità di Verona ribadita dall'utilizzo del grassetto.

Il payoff “Trade shows & events since 1898” pone l'accento sulla storia di Veronafiere e sul know-how quale organizzatore diretto di manifestazioni, maturato in 120 anni. La vocazione a strumento per la promozione del business delle imprese è iniziata nel 1898 con le prime fiere semestrali dei cavalli e ha portato Veronafiere, oggi, ad essere fulcro di un sistema di relazioni internazionali che copre i cinque continenti, attraverso una rete di eventi, società controllate, delegati esteri e uffici commerciali.

“Il nuovo marchio celebra la nostra eredità e il legame con il territorio, ma ci proietta già con decisione nei prossimi 120 anni di attività – spiega **Maurizio Danese, presidente di Veronafiere** –. È anche un segno tangibile dell'importante cambio di passo che la Fiera di Verona ha attuato negli ultimi anni, con la trasformazione in società per azioni, gli investimenti nel digitalizzare i processi e i progetti di sviluppo previsti dal Piano industriale”.

“Innovare, distinguersi e comunicare sono requisiti essenziali per competere oggi nel sistema fieristico – commenta **Giovanni Mantovani, direttore generale di Veronafiere** –. Attraverso questa operazione di rebranding abbiamo deciso di raccontare con un linguaggio nuovo e più empatico i valori della nostra corporate identity, simboleggiata oggi da una “V” colorata che, come un'ala, è pronta a spiccare il volo verso un futuro che si giocherà sempre più sui mercati internazionali”.

“La città di Verona è orgogliosa di celebrare quest'anno i 120 anni della sua Fiera, che presenta in tale occasione una nuova immagine – afferma **Federico Sboarina, sindaco di Verona** –. Un logo che rende bene l'idea di quanto Veronafiere sia radicata anche al territorio scaligero, che ha voluto omaggiare con questa nuova veste grafica. Un lavoro di squadra che la Fiera da anni, con grande lungimiranza, ha saputo realizzare con la città e la provincia, favorendo la crescita del tessuto economico locale e il rilancio dell'immagine di Verona nel mondo”.

Servizio Stampa Veronafiere

Tel.: + 39.045.829.82.42 – 82.23

E-mail: pressoffice@veronafiere.it

Twitter: @pressVRfiere