



Manifesto per il nuovo City Brand della Città di Torino

Unica. Poliedrica. Inaspettata. Capace di sorprendere, con il suo fascino discreto. Custode della storia dell'industria dell'auto, del cinema, di preziosi reperti dell'antico Egitto. Culla della manifattura e dell'innovazione. Città del "saper fare", della laboriosità, della solidarietà operosa, dell'eleganza.

Torino è tutto questo ma anche molto di più.

Così la descrivono la studentessa fuori sede incontrata mentre fa la spesa tra i banchi del mercato di Porta Palazzo, la famiglia di turisti a passeggio per le vie del centro, il pensionato fermo ad osservare il fermento di uno dei tanti cantieri che la renderanno più bella e moderna, la recensione ammirata ed entusiasta di una rivista straniera.

Sono alcune delle tante voci che emergono dal questionario che l'amministrazione comunale ha rivolto a cittadini, turisti, studenti, dipendenti e stakeholder per raccogliere un racconto della città (Indagini Istituto Piepoli, svoltesi nell'arco temporale da novembre 2023 a settembre 2024).

Torino viene percepita come una città vivibile, inclusiva e accogliente nella cura e nella ricerca del benessere per i cittadini di ogni età e provenienza, dove solidarietà e integrazione trovano spazio grazie all'impegno sociale pubblico e privato. Una città universitaria, attrattiva per giovani da tutto il mondo grazie all'eccellenza dell'offerta accademica dei suoi atenei universitari. Gli scorci di panorami che fanno da sfondo alle tante produzioni del grande e piccolo schermo girate qui la mostrano nella elegante compostezza della sua pianta quadrata, impreziosita dal verde dei parchi e dal blu dei fiumi.

Una città che sa coniugare il rispetto delle tradizioni e della propria storia con lo slancio verso l'innovazione, di cui è da sempre antesignana in molti campi e che oggi la vede all'avanguardia per ricerca e trasferimento tecnologico in settori che vanno dall'aerospazio all'energia pulita, dalle biotecnologie alla sicurezza digitale e all'intelligenza artificiale, la mobilità e l'automotive.

Dove arte e cultura si confermano fattori importanti e riconoscibili: chi la conosce per la prima volta dichiara un gradimento superiore alle aspettative e chi ci torna lo fa con piacere per l'offerta dei musei, per la ricchezza di manifestazioni e attività outdoor, per la qualità dell'offerta enogastronomica, senza dimenticare i grandi eventi di rilievo internazionale di musica, fotografia, arte contemporanea e sport. Una Torino sempre più internazionale, non solo per le reti economiche e umane, ma anche per la crescita continua del turismo.

Le sue tante vocazioni la rendono contemporaneamente, un potenziale punto di partenza e di arrivo ideale. Una città accogliente e attrattiva, da scoprire per una vacanza o come luogo in cui costruire un percorso di vita e di lavoro.

Torino negli ultimi trent'anni ha attraversato una profonda trasformazione che è tutt'ora in corso e che ha consentito, pur con evidenti difficoltà e contraddizioni, di passare da città con una esclusiva vocazione industriale a metropoli plurale, anche grazie all'attuazione sinergica di politiche urbanistiche, sociali e culturali e agli investimenti nella formazione di risorse umane e accademiche. Gli investimenti economici e commerciali del settore privato, focalizzati su innovazione e sostenibilità, hanno rafforzato questo cambiamento. Non solo le Olimpiadi del 2006 ma anche i grandi eventi culturali e sportivi degli ultimi anni, l'Eurovision Song Contest, le ATP Finals e il Tour de France soltanto per citare qualche esempio più recente, hanno dimostrato il



valore aggiunto delle partnership istituzionali per promuovere l'immagine della città all'esterno, rafforzare il senso di identità e l'orgoglio della comunità cittadina e accrescere l'impatto economico delle manifestazioni sul territorio.

Torino cambia e lo fa in vista della costruzione di una diversa modalità di fruizione degli spazi e della volontà di aver cura dei luoghi e delle persone che li abitano.

L'obiettivo della costruzione di un nuovo City Brand è quello di unire le forze con tutti i partner istituzionali pubblici e privati che abbiano a cuore il futuro della città e che decidono di aderire volontariamente all'iniziativa per contribuire a riposizionare Torino e renderla sempre più all'altezza di collaborare e competere con le grandi metropoli nel nostro paese e in tutto il mondo nei suoi tanti settori d'eccellenza.

Torino vuole raccontarsi attraverso le sue tante anime e prospettive che la rappresentano come una città aperta, capace di accogliere culture e creare cultura, di essere culla di progetti, luogo in cui le idee nascono con la consapevolezza di aver spazio per crescere. Una città rigorosa, orgogliosa del suo passato ma protesa al futuro, capace di essere contemporaneamente casa a misura di persona e palcoscenico per grandi eventi. Una città europea, internazionale, in trasformazione, che vuole essere riconosciuta per ogni aspetto del suo patrimonio storico, artistico, culturale, sociale e per la sua capacità di essere luogo del "fare bene", della qualità del "Made in Torino".

Il contributo di tutti, insieme al risultato dell'indagine, sarà cruciale per arrivare a definire un nuovo City Brand che accompagnerà Torino nel futuro. Vogliamo raccontare meglio la nostra città al mondo, e vogliamo farlo insieme, consapevoli che per "raccontarsi" bene e in modo efficace occorre riconoscere la propria identità in modo condiviso e guardare tutti nella stessa direzione.