

PROMOZIONE TERRITORIALE

Tazze, magliette, penne: il marchio "Pisa is" vuole girare il mondo

PISA. Tazze, magliette, ma anche penne, borse e agendine con il marchio "Pisa is". Sono stati presentati ieri mattina all'interno dell'Infopoint di piazza Duomo i primi prodotti brandizzati destinati al mercato turistico. "Pisa is" è il city branding di Pisa, adottato dal Comune e realizzato con lo scopo di valorizzare la città e accrescerne l'appeal.

Nel 2021, in seguito a gara pubblica, era stato individuato il licenziatario ufficiale nella società Rainbow spa di Loreto (Ancona), che opera in tutto il mondo, tra l'altro, nel settore dell'intrattenimento per bambini e teenagers.

«In questi anni abbiamo lavorato per non farci trovare impreparati al momento della ripartenza – ha detto **Paolo Pesciatini**, assessore al turismo –. Lo dimostrano le azioni che nel tempo abbiamo messo in atto, le campagne di promozione, la presenza alle fiere di settore come l'ultima in Francia, a Nizza, la redazione del piano di promozione turistica che abbiamo elaborato e condiviso con gli imprenditori del settore e tutti gli attori istituzionali interessati. Oggi si aggiunge un altro tassello importante: la presentazione dei prodotti a marchio "Pisa is", ulteriore strumento di amplificazione di tutto quello che è il nostro "genius loci" che va oltre la nostra bellissima piazza del Duomo, sito riconosciuto dall'Unesco patrimonio dell'umanità. Un altro modo per offrire ai nostri ospiti l'occasione di fermarsi più del tempo di permanenza di prima della pandemia».

«Per godere della città infatti – aggiunge l'assessore – non è sufficiente fermarsi poche ore, ma occorre prendersi tutto il tempo per scoprirla e conoscerla. Per questo vogliamo offrire una visione unitaria an-

che con fatti concreti come quello che presentiamo, capaci di dare un carattere di internazionalità, riconducendo a una immagine grafica e a un linguaggio visivo coerente e unitario tutte le iniziative e attività che caratterizzano questa nostra realtà in modo unico e peculiare nel mondo. È questo un ulteriore elemento qualificante da esportare nei Paesi europei e non solo grazie al marchio distintivo "Pisa is", riprodotto su oggetti destinati al mercato turistico nonché di pregio e belli dal punto di vista estetico».

Il gruppo Rainbow, licenziatario generale del marchio "Pisa is" fino al 2026, è una delle principali realtà internazionali per la produzione di contenuti televisivi e cinematografici sia animati che live action.

Nel suo progetto di valorizzazione del marchio prevede la produzione e vendita controllata di prodotti e la gestione di iniziative di marketing, su scala nazionale e internazionale. Per lo sfruttamento commerciale, la Rainbow spa verserà delle royalties al **Comune di Pisa** per l'uso del marchio. «Vogliamo progressivamente portare il brand Pisa is nei Paesi in cui siamo presenti (circa 150 nel mondo) con l'obiettivo di far conoscere la città e il territorio pisano nel mondo e attrarre turisti e persone a Pisa facendo loro capire cosa possono fare e vedere oltre Piazza dei Miracoli – spiega **Roberto Grassi** di Rainbow spa –. Oltre ai prodotti già presenti, con il brand Pisa is prossimamente svilupperemo linee di abbigliamento, magneti, caschi da bici e da moto e quelle food, e per farlo stiamo stringendo accordi con produttori locali di vino, olio, tartufi e legumi».

Danilo Renzullo

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Alcuni prodotti con il marchio all'info-point del Duomo



ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 2361

