



MANIFESTO VALORIALE DELLA CITTÀ DI ANCONA

(approvato con delibera n. ____ del ____)

1

Verso un sistema di identità collettiva e condivisa, per realizzare una strategia di citybranding davvero efficace e rappresentativa, è necessario avviare una raccolta di proposte creative per la costruzione del brand Ancona, coinvolgendo professionisti della comunicazione, studi professionali, designer, artisti, agenzie e stakeholder locali. L'obiettivo non è solo quello di acquisire un logo o un simbolo grafico, ma di dare vita a un sistema narrativo e comunicativo coerente, integrato e riconoscibile, che traduca in immagine e parola i valori, le storie, le visioni e le ricchezze del territorio, che dovrà:

- *intercetti l'identità della città;*
- *dialoghi con i linguaggi contemporanei della comunicazione visiva e digitale;*
- *raccolga racconti, espressioni e suggestioni locali;*
- *rappresenti l'anima storica, culturale, ambientale, economica e sociale della città;*
- *produca un'immagine coordinata e collettiva, in grado di evolversi e connettersi in modo permanente con gli ambienti tematici del territorio, come la cultura, il turismo, il porto, l'università, l'impresa, la sostenibilità.*

L'identità di Ancona non sarà mai un prodotto chiuso, ma un processo di una città che cambia: "Ancona. La città che cresce insieme a chi la vive."

Premesso che Ancona 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 grazie all'eccellenza dell'offerta accademica. Gli scorci di panorami che fanno da sfondo alle produzioni del grande e piccolo schermo che si sono sviluppate negli ultimi anni la mostrano nella elegante compostezza del suo sviluppo urbanistico da Mare a Mare, impreziosita dal verde dei parchi e giardini cittadini e dal blu dei due mari.

Una città che sa coniugare il rispetto delle tradizioni e della propria storia con lo slancio verso l'innovazione, in particolare la Cantieristica Navale

Dove arte e cultura si confermano fattori importanti e riconoscibili partendo dalla Mole Vanvitelliana e chi la visita per la prima volta rimane affascinato dichiarando un gradimento superiore alle aspettative e chi ci torna lo fa con piacere. Una Ancona sempre più internazionale, non solo per le reti economiche e umane, ma anche per la crescita continua del turismo.

L'obiettivo della costruzione di un 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 posizionare Ancona e renderla sempre più all'altezza di collaborare e competere con le grandi città nel nostro paese e dei suoi settori d'eccellenza;

Tutto ciò premesso i valori fondamentali da attenzionare sono:

1. IDENTITÀ AUTENTICA



Ancona è una città che vive tra mare e colline, tra storia e futuro. È unica nella sua forma, nella sua luce, nei suoi silenzi. Non ha bisogno di travestimenti: la sua forza è l'autenticità. È la città dell'accoglienza, del porto aperto, dell'incontro.

2. BELLEZZA NASCOSTA, DA SVELARE

Ancona non si concede subito, ma si rivela a chi la cerca. È un mosaico di quartieri, panorami, sentieri, persone. È la città da esplorare con lentezza, dove ogni scorcio racconta un frammento di storia, ogni piazza un'identità viva.

3. INNOVAZIONE E COMPETITIVITÀ

Una città che guarda al futuro, dove innovazione, creatività e sapere trovano spazio. Un centro dinamico e connesso, che vuole competere con le grandi città italiane ed europee, attrarre talenti, investimenti e nuove opportunità.

4. COMUNITÀ E PARTECIPAZIONE

Ancona è fatta dalle persone che la vivono. Il citybranding non è un logo, è una voce collettiva. Cittadini, imprese, scuole, università, associazioni: tutti sono protagonisti del racconto della città. Il senso di appartenenza è il nostro capitale più prezioso.

5. CULTURA DIFFUSA

Ancona è una città colta, dove la cultura è un diritto, un'opportunità, una ricchezza da condividere. È la città del teatro, dei musei, dei festival, delle tradizioni che si rinnovano. La cultura è il ponte tra passato e futuro.

6. SOSTENIBILITÀ COME STILE DI VITA

Crediamo in un modello di città ecologica, responsabile, attenta all'ambiente e alle persone. Ancona promuove la mobilità dolce, l'economia circolare, l'inclusione sociale. Costruire una città vivibile è il nostro impegno.

7. TERRITORIO CONNESSO

Ancona è centro e crocevia, città che unisce mare, entroterra e Mediterraneo. È nodo logistico e culturale, porta dell'Europa. Il suo racconto coinvolge anche il territorio circostante: città metropolitana, sistema regionale, rete adriatica.

8. MADE IN ANCONA

Valorizzare ciò che nasce qui: artigianato, imprese, prodotti, saperi. Il "*Made in Ancona*" è garanzia di qualità, creatività, cura. È un marchio di identità locale che vogliamo sostenere e promuovere con orgoglio.

9. TURISMO ESPERIENZIALE E DI VALORE

Vogliamo attrarre un turismo rispettoso, curioso, consapevole. Ancona è meta di chi cerca esperienze vere, Ancona è una città che deve essere conosciuta da chi silenziosamente l'attraversa per recarsi in altre mete: natura, storia, arte, sapori, incontri. Offriamo itinerari culturali, ambientali, spirituali. Non solo da visitare, ma da vivere.

10. UN'ANCONA PER TUTTI

Ancona è una città aperta e accessibile. Una città che vuole parlare a studenti, professionisti, nuovi abitanti, famiglie, giovani e anziani. Una città da abitare, amare, raccontare. Una città per chi c'è e per chi arriverà.

11. IDENTITÀ DIGITALE

L'identità di Ancona deve evolvere anche nella dimensione digitale.

12. DIALOGO INTERCULTURALE



Porto storico di incontri e attraversamenti, Ancona riafferma la propria vocazione al dialogo.

13. CITTÀ CREATIVA E SPERIMENTALE

Ancona deve essere anche spazio di sperimentazione artistica, urbana, sociale. Una città laboratorio che accoglie progetti innovativi.

Il nostro impegno:

Costruire insieme una narrazione collettiva, vera, condivisa.

Un citybranding che non è solo immagine, ma infrastruttura culturale.

Un'identità che non chiude, ma connette comunità, tempi e territori.

Un racconto che non inventa, ma cura, interpreta e trasmette ciò che Ancona è e può diventare.