

1. **MARCHIO/LOGOTIPO E LINEA GRAFICA COORDINATA**

A giudizio della Commissione, il progetto vincitore ha interpretato in maniera più convincente gli obiettivi prefissati dal bando: a) sintetizzare il programma contenuto nel *dossier* di candidatura; b) rappresentare i valori e i temi della candidatura di Pistoia a Capitale Italiana della Cultura 2017, con un riferimento unitario all'immagine della città. Il marchio nel suo complesso (immagine e scritta) è in particolare apparso ispirato a quei criteri di semplicità, leggibilità, chiarezza, sobrietà e concretezza che hanno contraddistinto la predisposizione del programma e, di conseguenza, i contenuti (e la forma) del *dossier* che ha assicurato a Pistoia la vittoria nel concorso; nonché in grado di riassumere l'immagine di Pistoia come quella di una città che, profondamente radicata nella propria storia (rappresentata dal quadrilatero delle mura urbane), intende essere tutt'altro che chiusa e provinciale, nient'affatto ripiegata su se stessa, bensì curiosa del mondo e desiderosa di confrontarsi con gli altri sui valori e le esperienze delle politiche culturali più avvertite. Particolarmente apprezzati sono stati anche i riferimenti alla cultura figurativa pistoiese – da Nigro a Nativi, da Melani a Sol Lewitt – evocati dall'immagine.

Primo classificato è perciò risultato il progetto della ditta KeepUp di Sara Landini e C. di Quarrata (Pistoia), che ha ottenuto un punteggio complessivo di 96/100 così distribuito: a) coerenza con valori e temi della candidatura 29/30; b) originalità, leggibilità, chiarezza 42/42; c) declinabilità nei differenti formati e materiali di comunicazione 17/18; d) distintività e riconoscibilità istituzionale e commerciale 8/10.