



## IL MARCHIO DEL NUOVO MUSEO NAZIONALE DELL'AUTOMOBILE DI TORINO: UN PONTE TRA IL PASSATO E IL PRESENTE, TRA LA STORIA DEL MUSEO E IL SUO FUTURO

Con la nascita del nuovo Museo Nazionale dell'Automobile di Torino nasce anche una **nuova brand identity**. Il marchio e l'immagine coordinata sono stati affidati all'agenzia **In Testa**, studio di graphic design del Gruppo Armando Testa, una scelta dettata dal desiderio di ricordare la figura di Armando Testa, il pubblicitario torinese creatore del marchio storico del Museo negli anni '90. **Il nuovo marchio è un omaggio al segno originario, un omaggio alla tradizione e alla storia del Museo, ma è anche portavoce di una rinascita all'insegna della modernità.**

Il primo elemento di novità del progetto di restyling è il nome, **MAUTO**, un acronimo dallo spirito contemporaneo che ha lo scopo di modernizzare la percezione del concetto di "museo". L'attualità dell'acronimo si affianca al segno tradizionale, rivisto nelle proporzioni ma fedele alla sintesi grafica e all'estro creativo e visionario del suo ideatore, Armando Testa. Il nuovo marchio, infatti si compone dell'acronimo MAUTO e del simbolo della ruota stilizzata che per oltre 20 anni ha accompagnato il nome del Museo dell'Automobile di Torino. Seguendo l'andamento e l'orientamento verticale del segno, l'acronimo MAUTO viene costruito in verticale, con la cadenza M, AU e TO che ne sottolinea la natura di acronimo. I tre livelli di cui si compone il logotipo si riferiscono ai tre piani dell'edificio, che conterrà oltre 200 anni di storia dell'automobile. Il dittongo AU, che rappresenta l'automobile, simboleggia il cuore del Museo, la parte più viva e in evoluzione di tutta la struttura. Per questo, posto centralmente, si inclina e conferisce movimento ed energia all'insieme. In contrasto con il colore nero dominante, AU si tinge di rosso: il colore simbolo del linguaggio dei motori. È il rosso che tradizionalmente rappresenta l'Italia nell'ambito degli sport motoristici. Infine, la sillaba TO di Torino si completa idealmente nel segno storico. La O diviene l'anello di congiunzione che lega la città al suo storico Museo dell'Automobile, in un cerchio che indica completezza, perfezione e sintesi grafica.



In Testa, agenzia di corporate identity appartenente al Gruppo Armando Testa, è stata creata nel 1989 da Antonella Testa come naturale proseguimento della tradizione grafica e del pensiero di Armando Testa, visualizzatore globale della comunicazione. Sotto la guida di Antonella Testa (Presidente), l'agenzia affronta ogni aspetto della corporate identity partendo dal concetto di identità aziendale come personalità di marca e cuore della comunicazione. In Testa comprende uno staff di professionisti operanti nelle tre sedi di Milano, Torino e Roma. Il servizio creativo si occupa dello sviluppo e della realizzazione di progetti di corporate identity, marchi, logotipi e naming; ATL e BTL; packaging, promotion e P.O.P.; environmental design e stand fieristici; company profile, monografie, bilanci e pubblicazioni finanziarie. In Testa offre la possibilità di utilizzare i servizi del Gruppo Armando Testa, il più grande gruppo di comunicazione italiano: pianificazione e acquisto media, advertising on-line, promozioni e telepromozioni, reparto audiovisivi, ufficio documentazione stampa, ufficio studi internazionale.