

# UN NUOVO MARCHIO PER UN'AGENZIA NUOVA

ARPAE È UN NUOVO SOGGETTO NATO DALLA LEGGE DI RIORDINO ISTITUZIONALE DELLA REGIONE EMILIA-ROMAGNA. IL MARCHIO NE SINTETIZZA LE CARATTERISTICHE FONDAMENTALI DI ISTITUZIONE AUTORIZZATRICE, DI ENTE DI CONTROLLO, DI AGENZIA VICINA AL TERRITORIO E AI CITTADINI. L'IMPEGNO DELLE STRUTTURE CHE CONFLUISCONO IN ARPAE È DI REALIZZARE CIÒ CHE LA SUA IMMAGINE SUGGERISCE.

Nessuno può scegliere il proprio nome. Qualcuno ce lo assegna alla nascita e, tranne rari casi, ce lo teniamo per tutta la vita. Soprattutto, nessuno può fare corrispondere la propria faccia al proprio nome. Questo vale per le persone; per gli enti, invece, non è sempre così. Quando nascono hanno a volte dei genitori che “negozano” il nome e l'immagine che si deve associare a esso. È il caso della nuova *Agenzia regionale per la prevenzione, l'ambiente e l'energia dell'Emilia-Romagna*, Arpae, deliberata dalla Regione nel luglio scorso e che prenderà formalmente il via il 1° gennaio 2016. Da quel momento scompariranno (con un'inevitabile, speriamo breve, gradualità) i nomi e le “facce”, cioè i marchi, che ad Arpae danno vita: Arpa, Servizi Ambiente delle nove Province emiliano-romagnole, Servizi tecnici di bacino della Regione.

In tutto, circa 300 persone si aggiungeranno alle 1000 abbondanti di Arpa, che dopo 20 anni dalla sua nascita chiude la propria vicenda e si trasferisce nella nuova Arpae, con tanti colleghi nuovi. Arpae mantiene tutte le sedi di Arpa e ne conferma l'organizzazione e le norme di funzionamento. A esse si aggiungono e si integrano sedi, compiti e funzioni degli altri soggetti confluenti. In casi come questi il nome e il marchio sono “l'immagine” nel senso più forte del termine: non sinonimo di elegante-vestito-nuovo-per-fare-bella-figura, come ancora oggi taluni pensano che sia, ma immagine come simbolo evocativo di una realtà anche molto complessa, come sintesi imitativa, mimetica dell'identità (la radice di *immagine* è la medesima di *mimo*), e anche un po' come il risultato di un'equazione, di un percorso a togliere il superfluo, l'inessenziale. Ed è impresa ardua rendere l'essenziale visibile agli occhi, come è noto. Arpae non è “un'Arpa più grande”, si diceva, ma è un altro soggetto, ampiamente nuovo per compiti istituzionali, posizionamento nella *governance*

ambientale, sedi territoriali. Tuttavia, eredita tutta intera Arpa e solo in parte le funzioni e il personale delle Province e continua a pieno titolo a fare parte del Sistema nazionale delle Agenzie ambientali; un patrimonio di conoscenze e relazioni da potenziare, con l'attuazione – diversa in ogni regione – della legge Delrio. Il dato saliente della nuova Agenzia è l'acquisizione di poteri autorizzativi e concessori, il che rendeva opportuno realizzare un marchio che ne simboleggiasse la storia tecnica, arricchita dall'autorità istituzionale. Perciò si è deciso di evitare ogni elemento iconografico, ogni “abbellimento” figurativo puramente esteriore e genericamente “evocativo dell'ambiente”, pur non rinunciando alla ricerca estetica e al dinamismo della forma, a un insieme che sia anche leggero alla vista, amichevole.

E ora? Ora viene il bello. Targhe sugli edifici (compresi quelli, spesso sottoposti a vincoli di tutela, sede delle Province), pagine web, adesivi per autovetture, carta intestata, stazioni di monitoraggio, timbri, mezzi mobili e strumenti di misura, targhette di inventario, documenti, reportistica, relazioni, fatture e rapporti di prova da laboratorio, modulistica, app e icone sui *social network*: ovunque il marchio Arpae sostituisce (o rimpiazza l'uso) dei marchi Provincia e Arpa.



L'impegno non è solo organizzativo e operativo, è anche culturale. È un po' come traslocare: bisogna avere il coraggio di buttare tanta roba che non si usa più, ma alla quale si è affezionati. O si crede di esserlo, tanto da perdere dinamismo per salvare “i ricordi”: il passato che non passa frena il futuro, il morto trascina a fondo il vivo. Ma da questo punto in poi marchio e nome, benché specchio di una realtà che si vuole nuova e dinamica, possono fare poco: ci sono degli Ercole mingherlini, delle Beatrice per nulla angeliche e anche delle Alba di pelle scura o dei Giovambattista Ildefonso anarchici. Capovolgendo la frase attribuita a Giustiniano: *Res non sunt consequentiae nominum* (le cose non derivano dai nomi che diamo loro); servono soprattutto impegno e volontà creative, e anche fiducia, e ne abbiamo.

**Mauro Bompani**

Responsabile Comunicazione  
Arpa Emilia-Romagna

## IL RIORDINO ISTITUZIONALE DELL'EMILIA-ROMAGNA SU ECOSCIENZA

Il nuovo riparto di funzioni e competenze in materia di ambiente, energia, difesa del suolo e della costa e protezione civile in Emilia-Romagna, varato con la legge regionale n. 13 del 30 luglio 2015 è stato approfondito in un servizio su *Ecoscienza* 4/2015.

La legge regionale riarticola le funzioni e le competenze, con una nuova disciplina e un nuovo riparto delle funzioni amministrative tra Regione, Città metropolitana di Bologna, Province, Comuni e loro unioni.

Il cambiamento è sostanziale anche per Arpa, che viene ridenominata Agenzia regionale per la prevenzione, l'ambiente e l'energia.

Il servizio è disponibile online su <http://bit.ly/riordinoER>



## IL MARCHIO ARPAE SOTTO LA LENTE

Il marchio scelto per Arpae, del quale è stato prodotto uno snello ma rigoroso manuale di applicazione, è stato realizzato dall'Agenzia Lizard Comunicazione visiva di Bologna, e risponde alle caratteristiche definite internamente ad Arpa.

### 1. Continuità e discontinuità

Il nome Arpa è mantenuto nel nuovo logo, che contiene anche un evidente richiamo alla forma del territorio di riferimento, prima presente come immagine pittorica, e ora stilizzata nella modifica del lettering del nome stesso.

### 2. Il lettering come unica fonte di immagine

La novità istituzionale di Arpae e la vastità dei suoi campi di intervento si è tradotta nella scelta di affidare al solo *lettering* la creazione di una immagine memorizzabile, del segno distintivo di un ente scientificamente e istituzionalmente autorevole.

2a. La scelta di adottare lettere minuscole è volta, per converso, a "bilanciare" con un elemento di maggiore familiarità e con un tono di voce non impositivo o autoritario l'immagine, affidata al solo taglio diagonale delle lettere dell'acronimo. Tecnologici e istituzionali sì, ma pur sempre vicini ai cittadini e inseriti nel dialogo diffuso e nel territorio, si potrebbe dire. Per lo stesso motivo, e coerentemente, l'acronimo, all'interno dei testi correnti, avrà l'iniziale maiuscola, come è grammaticalmente corretto trattandosi di nome proprio, ma il resto del nome sarà in lettere minuscole, proponendosi - analogamente al precedente Arpa - come identificazione di un soggetto più che come una sigla. Ovviamente, ciò esclude anche l'inserimento dei punti di abbreviazione tra le lettere.

2b. La decisione di eliminare ogni elemento figurativo risponde anche alla necessità di realizzare un marchio che "tenga" sia

nei grandi formati (manifesto, insegna ecc.) sia nei piccolissimi (smartphone, biglietti da visita ecc.), in monocromia e a colori, sia in positivo sia in negativo, fotocopiato o comunque "strapazzato" come inevitabilmente avviene dall'avvento delle nuove tecnologie.

2c. Anche la scelta di un carattere non graziato (Helvetica) è coerente sia con la scelta di immagine "tecnologica", sia con la migliore riproducibilità nei diversi formati necessari. Al carattere del marchio e delle indicazioni istituzionali si deve abbinare il carattere dei testi di documenti, lettere ecc. prodotti dalla nuova Agenzia. Il font più diffuso, simile a quello del marchio, è Arial.

### 3. Il colore

Si sono mantenuti il verde e il rosso caratteristici di Arpa e della Regione Emilia-Romagna, rafforzandone tono e brillantezza nella scelta dei Pantone e delle percentuali di quadricromia, per equilibrare l'altrimenti percepita "invadenza" del nero delle prime tre lettere, che conferiscono originalità e memorizzabilità al marchio.

### 4 Lo scioglimento di un nome lungo

Il nome per intero è decisamente troppo lungo per potere entrare in un logo. Si è dunque optato per mantenerne gli elementi di contenuto: *prevenzione, ambiente, energia*, dove sia indispensabile per completezza e correttezza formali, o la semplice identificazione territoriale laddove sia immediatamente evidente il contenuto (per esempio, nella home page del sito).

(MB)






FOTO: LOKYAM - WIKICOMMONS