



Gli **Uffizi**

Palazzo **Pitti**

Giardino di **Boboli**

***"Perchè creare un branding design per le Gallerie degli Uffizi? Per rispettare, valorizzare e attualizzare la nostra lunga storia, per comunicare in modo innovativo, coerente ed efficace le attività quotidiane delle Gallerie, per essere sempre più riconoscibili e distintivi, per stimolare il desiderio di tornare, per l'orgoglio, la passione e i tesori che il passato ci ha consegnato, per confermare il patto con Firenze, il Territorio, l'Italia e il Mondo: per non fermarsi. "***

Con queste parole il direttore Eike Schmidt ci ha spiegato il perchè del nuovo brand e del nuovo sito web delle Gallerie degli Uffizi.

Come sono stati realizzati è spettato spiegarlo ai loro creatori, consulenti esterni che hanno lavorato a stretto contatto con il Dipartimento di comunicazione digitale nato nel 2016.

Il **nuovo brand** è stato concepito da Carmi e Ubertis, uno studio milanese specializzato nella creazione, valorizzazione e gestione della identità di marca. Dopo un grande lavoro di ascolto ed osservazione di tutti gli aspetti del complesso delle Gallerie e l'analisi di tutti i valori che la

## Nuovo brand e sito web per le Gallerie degli Uffizi

Scritto da Cosimo Biliotti

Mercoledì 27 Settembre 2017 16:53 - Ultimo aggiornamento Mercoledì 29 Ottobre 2025 09:54

---

caratterizzano Carmi e Ubertis sostiene di aver estratto il genius loci degli Uffizi e dato un senso razionale all'essenza del museo creando una nuova identità visiva.

Da adesso le Gallerie degli Uffizi hanno un logo, protetto da copyright, che richiama l'arco del rinascimento e la sezione aurea formando un monogramma con le lettere G ed U. Un simbolo semplice e riconoscibile che potrà essere utilizzato anche per realizzare eleganti pattern e che diventerà il nuovo tratto distintivo delle Gallerie. La nuova architettura del brand, tutta con lo stesso nuovo carattere tipografico, è composta dal marchio globale "Gallerie degli Uffizi" con il suo logo sotto la quale stanno i tre luoghi costitutivi "Gli Uffizi", "Palazzo Pitti" e "Giardino di Boboli" ognuno identificato da un colore, rispettivamente oro, rosso corallo e verde menta piperita.

Il **nuovo sito** [www.uffizi.it](http://www.uffizi.it) è stato invece curato dall'agenzia fiorentina Cantiere Creativo. Moderno, chiaro e pulito il nuovo spazio web è finalmente all'altezza del museo. Incentrato sulla facilità di fruizione per l'utente il sito faciliterà l'acquisto online dei biglietti per combattere il fenomeno del bagarinaggio. All'interno del sito, oltre alle sezioni per famiglie, gruppi, scuole e studiosi ci sarà anche un magazine dove verranno pubblicati articoli di esperti del settore compreso il direttore Schmidt che ha presenziato settimanalmente a tutti gli incontri del team di Cantiere Creativo durante la progettazione. L'obiettivo per il prossimo anno è avere disponibili in formato digitale tutte le opere delle Gallerie.

Il direttore Eike Schmidt, ha concluso la presentazione affermando di aver piantato un albero. Il 27 settembre 2017 è nato qualcosa di nuovo che va ad aggiungersi a ciò che è iniziato nel 1500, è potuto continuare oltre il 1700 grazie ad Anna Maria Luisa de Medici, è arrivato fino ai giorni nostri e dovrà proseguire nei secoli a venire. Un bel lascito per un direttore tedesco che tra qualche anno partirà per Vienna dopo essere stato sgambettato dai boiardi di stato e maltrattato dalla burocrazia italiana, mai così lontana dalla mentalità dinamica e innovativa dei Medici che oggi sarebbero stati i primi sostenitori di un'operazione di marketing e communication design. [яндекс](#)

Cosimo Biliotti