



A2A PRESENTA IL NUOVO “LIVE LOGO”

Il simbolo grafico prende vita per raccontare la Life Company anche grazie alla partecipazione delle future generazioni di designer

Milano, 11 aprile 2024 – Una rappresentazione grafica dinamica, capace di trasformarsi e di raccontare le tante anime del Gruppo: **il logo A2A diventa vivo** e si evolve in uno strumento identitario flessibile in grado di rappresentare tutti i modi in cui la Life Company si prende cura dell'ambiente, dell'acqua e dell'energia attraverso l'uso circolare delle risorse.

Come A2A attraverso i suoi business entra ogni giorno nella vita delle persone, così la vita entra nel simbolo più iconico del Gruppo: **lo storico numero 2 lascia spazio a elementi diversi**, capaci di mostrarne le numerose attività, i valori, la strategia. Dalle due pale eoliche sinonimo dell'energia rinnovabile, alle bottiglie di plastica che ricordano come i rifiuti possano diventare risorse, fino alle gocce d'acqua, le tante declinazioni del **Live Logo** consentono di portare la Life Company, già forte della sua identità, in nuovi territori di comunicazione.

“Abbiamo voluto rendere il logo A2A vivace e contemporaneo senza snaturare la nostra identità. Grazie alla dinamicità propria di internet il simbolo più iconico del Gruppo diventa un Live Logo, un ‘doodle’ capace di trasformarsi e di raccontare tutti i modi in cui siamo una Life Company che si prende cura dell’ambiente, dell’acqua e dell’energia” - commenta **Carlotta Ventura**, Chief Communications, Sustainability and Regional Affairs Officer di A2A - *“Abbiamo inoltre deciso di coinvolgere per la Design Week i giovani studenti di POLI.design e di NABA per raccontare come vedono il Gruppo partendo dai due pilastri della nostra strategia, l’economia circolare e la transizione energetica. Le loro reinterpretazioni del logo A2A hanno aggiornato i nostri valori di sempre con le forme espressive di oggi. Questa iniziativa rappresenta un’ulteriore opportunità per dar voce alle nuove generazioni: una visione del presente condivisa con chi sarà protagonista nel futuro”*.

Gli studenti del Master MAC Laboratoriominiere di **POLI.design, Politecnico di Milano** e del Triennio in Graphic Design e Art Direction di **NABA, Nuova Accademia di Belle Arti** sono infatti stati invitati a partecipare a un **contest** per reinterpretare in maniera creativa il logo di A2A. I giovani designer del domani sono stati guidati dalla fumettista e illustratrice italiana **Bianca Bagnarelli** che a sua volta ha presentato una versione originale.

Fra tutti i partecipanti sono state selezionate dieci rielaborazioni, che assieme a quella «d'autore» di Bagnarelli verranno svelate in occasione dell'edizione 2024 della **Milano Design Week**. Visibili al pubblico dal 15 al 21 aprile presso **“Solferino 28”**, l'appuntamento con il design organizzato da Corriere della Sera, Living e Abitare a Milano, i Live Logo di A2A prenderanno vita all'interno dell'installazione **“La città è una miniera: Design, Dismantle, Disseminate”** firmata dallo studio **Mario Cucinella Architects**, in un contesto in cui l'opera immersiva e il concept del progetto dialogano intorno alla stessa tematica: la circolarità come atto creativo.



L'approccio circolare alle risorse è uno dei tratti distintivi del Gruppo, che si riflette nella sua strategia di business e nelle attività, come indicato nel nuovo Piano Strategico 2024-2035, recentemente presentato, dal titolo "Life is a Circle". Anche il nuovo Live Logo rientra in questa visione e fa parte di un piano di evoluzione e digitalizzazione che abbraccia diversi aspetti e strumenti dell'identità del brand A2A. La Società è infatti fra le prime aziende italiane ad aver deciso di realizzare in chiave digitale e interattiva il proprio Brand Manual. L'evoluzione ha riguardato anche altri asset di comunicazione, come ad esempio il recente font identitario (Life Sans) che è stato ideato per rendere più contemporaneo lo stile del Gruppo, per migliorare ulteriormente la leggibilità e per minimizzare l'utilizzo di inchiostro ed essere più sostenibile.

Queste iniziative rappresentano le tappe di un cammino di crescita e trasformazione del brand che il Gruppo ha cominciato nel 2021 con il passaggio da "multiutility" a "Life Company", un riposizionamento che definiva un purpose distintivo capace di riflettere i valori tangibili e intangibili dell'azienda: la cura della vita. La stessa vita che ora entra nel Live Logo A2A, il nuovo orizzonte di questo percorso.

Contatti:

A2A

Giuseppe Mariano

Responsabile Media Relations, Social Networking and Web

Silvia Merlo – Silvia Onni

Ufficio stampa

ufficiostampa@a2a.it

Tel. [+39] 02 77204535