MONTECATINI TERME

Fondazione Turismo

Un nuovo modo
di vivere il territorio,
insieme



IL VALORE STRATEGICO DELL'ACRONIMO

WE

WELLBEING

Richiama il benessere come valore esteso: qualità della vita, equilibrio, natura, accoglienza e stile di vita.

EXPERIENCES

Apre il brand a un racconto più ampio: cultura, ospitalità, sport, eventi, enogastronomia e attività outdoor.

WE COME "NOI"

L'acronimo sottolinea il coinvolgimento di tutti i soggetti del territorio, pubblici e privati, per il rilancio e la promozione della destinazione.

LETTURA DEL LOGO

WE: monogramma centrale, semplice e forte, pensato per funzionare ovunque.

Onda nella E: benessere, acqua e fluidità dell'esperienza.

"O" verde di Fondazione: richiama l'attività outdoor

T e M : In rappresentanza di arte, cultura e tasting experience

Fondazione Turismo: la dicitura istituzionale chiarisce la natura del soggetto.



PRESENTAZIONE DEI LOGHI

Dai quattro elementi chiave
della destinazione:



Fondazione Turismo

Logo istituzionle della
Fondazione Turismo

Montecatini Terme
The art of being well

Marchio di promozione
della destinazione

INSIEME,
PER IL FUTURO

WE - Fondazione Turismo
è il punto di partenza per costruire
un territorio più forte, attrattivo
e sostenibile.

MONTECATINI TERME.
STORIA, BENESSERE,
BELLEZZA

Fondazione
Turismo



COMUNICAZIONE SOCIAL





