

ENPAM

PREVIDENZA · ASSISTENZA · SICUREZZA

La Fondazione ha un nuovo logo. L'Ente previdenziale dei medici e degli odontoiatri rafforza la propria immagine puntando su un'identità visiva che richiama la tradizione e punta alla modernità

di **Gabriele Discepoli**

Direttore della Comunicazione della Fondazione Enpam

E da ultima arriva l'immagine. Dopo aver riformato la previdenza, il patrimonio e lo Statuto, l'Enpam adatta all'attualità anche la propria identità visiva. Il nuovo marchio è una sintesi del logo esistente e ne riprende il bastone di Asclepio. Il simbolo del dio greco della Salute è rappresentato dal serpente attorcigliato all'asta della lettera P.

Il cambiamento grafico servirà a rendere la comunicazione dell'Enpam più coerente e più chiara. Un'occasione attesa da tempo per dare il via a un coordinamento complessivo: dalle carte intestate alle buste, dalle brochure al sito internet, tutto verrà uniformato per offrire agli iscritti messaggi più semplici da fruire.

Il nuovo logo vuole unire tradizione e voglia di futuro: "Il bastone di Asclepio veicola dei valori fondamentali nell'immaginario collettivo legato alla professione dei medici

e degli odontoiatri, rivolti alla ricerca della salute – spiega Daniele Marrone, direttore creativo dell'agenzia Leo Burnett Roma che ha curato il progetto –. Ne è venuto fuori un logo autorevole e allo stesso tempo essenziale e dinamico. Lo stile è professionale e i colori istituzionali, in modo che il segno diventi quasi un emblema, un marchio di qualità". Per la prima volta al logo verrà associato un messaggio (pay-off): Previdenza, assistenza, sicurezza. I livelli di lettura possibili sono molteplici, da quello più descrittivo (sicurezza come somma di previdenza e assistenza, che sono gli scopi principali della Fondazione Enpam) a quello più evocativo (che richiama la riforma della previdenza che ha messo in sicurezza le pensioni e la riforma del modello di gestione degli investimenti, che ha messo in sicurezza il patrimonio). Marrone, che ha coordinato il lavoro creativo e la redazione del

manuale guida che disciplinerà l'uso del logo, sottolinea l'importanza di una comunicazione armonica e coordinata: "A volte un logo ha la capacità di rafforzare l'identità di una marca o di un'istituzione e di tutte le persone che ci ruotano attorno. L'immagine coordinata, se fatta bene, genera un senso di appartenenza, di ritrovata vitalità, di attenzione ai cambiamenti del quotidiano". In altre parole: siamo quelli di prima però siamo con voi giorno dopo giorno. "Siamo attenti ai cambiamenti e li interpretiamo in questo nuovo logo". ■



Anche Enpam Real Estate, la società controllata dalla Fondazione Enpam attiva nel settore immobiliare, adatterà una nuova identità visiva coerente con il nuovo logo