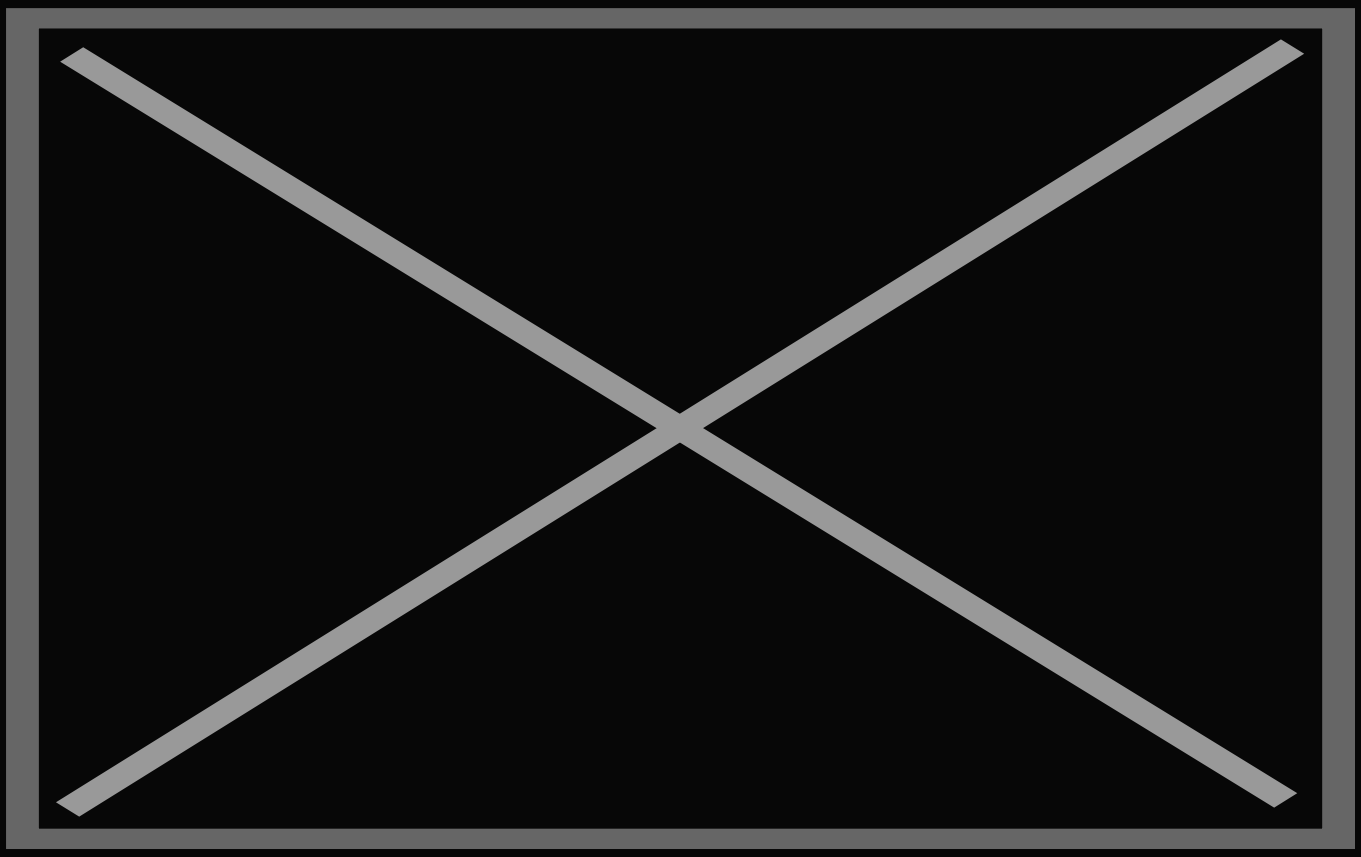
Tokyo: in arrivo nuovo marchio di promozione turistica della città

Al centro della strategia turistica del governo giapponese c'è la capitale, **Tokyo**, che sta mostrando impegno per il miglioramento e il potenziamento di servizi ai turisti stranieri con l’installazione di apparecchiature per la connessione wi-fi gratuita che aumenteranno fino a circa 700 entro il 2020; l’aumento della cartellonistica con informazioni turistiche, che arriveranno fino ad un totale di 600 cartelli e con l’obiettivo di portare gli schermi di digital signage interattivi con informazioni locali e turistiche fino ad un centinaio.
Anche nel settore del **business travel** non manca spinta alla crescita, attraverso la promozione di eventi di scala internazionale come, per dare un esempio, la 25° edizione dello APASL2016 che ha visto la partecipazione di oltre 4.500 professionisti a Tokyo.
Con l'obiettivo di portare 40 milioni di turisti in Giappone entro il 2020, anno delle Olimpadi, il Governo Metropolitano di Tokyo ha presenta il nuovo logo e slogan **“Tokyo Tokyo Old meets New”** per promuovere la città all’estero come destinazione turistica primaria.



Il nuovo brand richiama il fatto che Tokyo è fatta di **tradizione e innovazione**, un connubio inscindibile, due poli culturali che rendono unica la capitale nipponica. Così il nuovo logo e il nuovo slogan raccontano con semplicità, efficacia e immediatezza l’essenza e l’identità di una delle metropoli più amate al mondo. Nel nuovo logo due caratteri tipografici, i due font scelti, mostrano la Tokyo antica tramite il tocco del pennello che rimanda alla scrittura del periodo Edo (1603-1868) e, a dialogare, invece, con la contemporaneità un carattere lineare azzurro quasi a voler ricordare il colore del cielo della città, limpido anche d’inverno. Come ulteriore elemento, quasi ludico, è stato aggiunto un timbro tradizionale (in rosso) come quelli delle stampe xilografiche storiche che raffigura, non tanto la firma dell’artista come impone la tradizione, ma la stilizzazione del celeberrimo e iconico incrocio, detto “scramble crossing”, di Shibuya.