

PNRR - M5C2-I2.2. "PIANI URBANI INTEGRATI" art.21 D.L.152/2021 - PROGETTO "COME-IN - SPAZI E SERVIZI DI INCLUSIONE PER LE COMUNITÀ METROPOLITANE" - FINANZIATO DALL'UNIONE EUROPEA - NEXT GENERATION EU - "INTERVENTI DI RIQUALIFICAZIONE DEL COMPLESSO DENOMINATO EX BAGNI PUBBLICI DI PROPRIETÀ DEL COMUNE DI LEGNANO SITO IN VIA PONTIDA" - PROGETTO DI ARREDO E ALLESTIMENTO MUSEALE



PLEIADI SRL

PROGETTO PER MUSEO DEI BAMBINI A LEGNANO

RELAZIONE GRAFICA E STUDIO DELL'IMMAGINE

Progetto redatto da

Dott. Alessio Scaboro

Alessia Catania

Carmela Russo

Arch. Giacomo Bolzonella

Maggio 2023

La seguente relazione ha il fine di illustrare la nuova immagine coordinata del museo, analizzando naming e loghi, lo stile grafico, le famiglie di caratteri selezionate tramite criteri di inclusività e vicinanza al target, i colori rappresentativi, le mascotte del museo, fino all'analisi degli aspetti grafici lega alla comunicazione e al merchandising.

VISUAL

LOGO 1

OLKIDS MUSEUM

Il primo naming individuato è “OlKids Museum” Un nome internazionale, ma comprensibile a tu, che facilita la presenza del Museo tra i network internazionali. La pronuncia della prima parte del nome (OL) rievoca “ALL”, dall’inglese “tu”. Sembra così che il nome assuma l’accezione di: “museo di tu i bambini”.

“OL” in realtà, sta però a significare anche le prime due lettere di OLONA, il fiume che scorre a lato del museo e che ha ispirato il tema cardine dell’intera esposizione: l’acqua. L’acqua che nutre la terra, che muove le macchine dell’industria tessile, e che nella sede degli ex bagni pubblici, permetteva ai Legnanesi di detergersi. Ma OL sta anche per: Olona Legnano’s Kids Museum; che tradotto diventa il Museo dei bambini di Olona Legnano.

Il Visual di OlKids rappresenta simbolicamente il concetto di “tu”, che viene quindi raffigurato attraverso un cerchio coronato da un accento a rievocare una goccia di acqua. La palette colore utilizzata vira sui toni del verde, per ricordare l’allestimento all’interno del percorso espositivo ispirato alla natura.

LOGO 2

FILO’

Il secondo nome proposto è Filò ed è l’acronimo di: Fiume Interavo Legnano Olona.

Un nome che vuole mettere l’accento sulla storia di questo luogo e di questo territorio, un nome che ricorda un filo, lo stesso che corre attraverso la valle, l’Olona.

Il filo intreccia e racchiude molteplici significati. Dal filo del fiume Olona, al filo dell’industria tessile. Dall’assonanza con la parola “fiolin”, che nel dialetto Legnanese sta ad indicare proprio il bambino, al termine “filò”, derivato dalla parola “filare”.

Proprio l'azione del filare, ovvero il lavoro che le donne svolgevano d'inverno nelle stalle, mentre parlavano del più e del meno tra un rosario e l'altro conìò il termine "Far filò" o "Filossà", che racchiudeva proprio questo significato: stare insieme, chiacchierare, custodire e trasmettere le tradizioni: un nome cucito su misura per un museo che vuole educare attraverso lo stare insieme e la sperimentazione.

Ecco quindi, che emerge la volontà di portare a galla un passato ricco di tradizioni e valori che viene inteso all'interno del naming grazie all'accento, che immediatamente riporta indietro nel tempo.

Dal punto di vista grafico Filò, nelle due versioni in cui è rappresentato, racchiude più elementi iconografici. Nel primo vi sono tre elementi distintivi: La "F" ricorda in modo slittato un rubinetto dal quale una goccia cade per andare a comporre la "I" che non è soltanto una lettera, ma simboleggia anche un bambino con le braccia spalancate. Si no poi come è stato deciso di utilizzare una linea (un filo), per creare un legame che attraversa tutta la parola, rievocando un carattere scritto in corsivo, ma ponendo in parcolar modo il focus sui due temi del museo, quello dell'acqua e quello del tessile.

La variante n°2 vuole altresì veicolare i simboli precedentemente illustra, ma lo fa diversamente, trovando nella parte inferiore delle parole un'unione cromatica che riporta chiaramente alla mente l'immagine delle onde del fiume o del mare, andando a sottolineare il forte legame del museo con il mondo dell'acqua.

I colori ulizzato per entrambi i loghi ricordano quelli dell'acqua e del fiume, delle verdi montagne e delle colline presenti nel territorio, ma vi si trova anche il giallo, simbolo della solarità e dell'allegria, che connota questo museo come un luogo di conoscenza, divertimento e apprendimento adatto a tu i bambini.

LOGO 3

KIMU

KiMu è l'acronimo di *Kids Museum* ed è il terzo naming ideato, che riproduce un suono immediato per i bambini, di facile memorizzazione poiché corto e che identifica il museo con un linguaggio internazionale, diventando "remarkable" anche all'estero. Un'internazionalità che facilita la presenza del Museo nei network internazionali e che si avvale di un claim che pone il focus sulla natura dell'acqua ed educava di questo luogo: "a water interactive experience".

Un'analisi grafica ci permette di notare come a partire dal simbolo della goccia sia stato creato un intero alfabeto dalle linee fluide e arrotondate che danno origine al logo, intersecando nell'ultima lettera, la "U" una goccia d'acqua caduta in un contenitore, o in due mani unite in un gesto di raccolta, o ancora in un bicchiere o nel letto del fiume.

Questo logo inoltre, è stato concepito per mantenere un'aurea istituzionale, al fine di discostarsi dai classici loghi dei parchi acquatici, e mantenere così salda l'identità di luogo di luogo del sapere e dell'apprendimento informale e sperimentale, evitando l'effetto "playground".

I colori selezionati per questo naming virano sulle note del blu e dell'azzurro per marcare la tipologia di esperienza legata al mondo dell'acqua.

LOGO 4

MIO

L'ultimo e quarto logo è l'acronimo di: Museo Interavo Olona.

Mio è una parola di sole tre lettere, ma è strettamente legata al mondo dell'infanzia poiché è una delle prime parole che si impara a dire sin da piccoli. Un luogo dove sentirsi a casa, dove sperimentare e apprendere divertendosi. La "I" in particolar modo, che sta ad indicare la natura interava del museo ricorda l'esperienza analogica e quella digitale che avranno luogo nel museo.

Il logo realizzato per MIO è rappresentato da forme geometriche semplici, grandi blocchi colorati e troncato per far spazio all'interno del logo anche alla scritta estesa. Ecco che grazie al taglio orizzontale della M otteniamo due archi che assomigliano ad una struttura architettonica, il Museo appunto, ricco di riferimenti allo stile liberty con i suoi archi presenti nelle finestre e nelle porte interne, mentre la "I" si fonde con la prima lettera e con la "o", simboleggiando l'utente (il bambino).

La palette selezionata è brillante e si basa sulle assonanze, virando dai toni del verde a quelli del blu, ricordando il mondo del gioco dei bambini.

FONT

I font presi in esame per costruire la nuova immagine coordinata del Museo sono il font Easy reading, la famiglia Gilroy ed Exo. A questa potrà aggiungersene uno in stile “Hand wring” ogni qual volta le mascotte presenti all’interno del percorso di visita vorranno interagire con i piccoli visitatori. Sarà destinato quindi ai dialoghi per dire o alle citazioni.

Mentre i Font Gilroy ed Exo sono da applicare per i titoli e i sottotitoli (quindi per frasi con lunghezze limitate), per i testi lunghi è stato previsto l’utilizzo della famiglia Easy Reading, per la sua natura di font adatto alla dislessia, andando incontro alle difficoltà lessicali degli utenti in visita al museo e favorendone l’inclusività.

STILE GRAFICO

Lo stile del Museo unisce elementi grafici “flat” bidimensionali a fotografie, perché anche attraverso la comunicazione nei canali social, sia sempre chiaro il target di fruizione e venga trasmesso il carattere genuino, vivace, sperimentale e ludico di questo luogo.

La linea grafica si basa fortemente su dei kontras, che prendono luogo quasi sempre su fondi scuri. Questa scelta non è solamente estetica ma vuole anche facilitare una semplice comprensione dei testi. Lo scopo di testi e immagini è innescare un rapporto colloquiale ed informale con gli utenti, che troveranno un linguaggio amichevole nelle mascotte presenti qui e lì nel museo, ma anche grazie ad un utilizzo verbale con slang e modi di dire alla mano e divertenti.

INCLUSIVITÀ

Come già descritto in precedenza l’inclusività all’interno del museo sarà presente ovunque, dai colori ai testi, dai font alla descrizione sonora di alcuni exhibit. Un altro fattore imprescindibile in un museo rivolto ad un target così piccolo è la disposizione dei vari banner e cartelli ad altezza di bambino, fattore da considerarsi valido non solo per il mondo del visual ma anche a uno più generale (dai dispositivi DPI alle sedute idonee, a scelte per la fruizione delle macchine interattive).

COMUNICAZIONE

Per l'identità visiva legata agli aspetti comunicativi, (Social, sito web, newsletter, ecc.) è stato deciso di adottare la fotografia come strumento efficace che potrà essere utilizzata applicata a maschere di ritaglio con forme e geometrie che rievocheranno gli elementi del museo (onde, nuvole ecc.). Si consiglia l'apposizione di testi brevi che facciano leva su delle call to action, e altri strumenti che rimandino alla natura interava di questo luogo, adottando quindi uno stile comunicativo basato su domande "Lo sapevi che..?" per stimolare l'apprendimento degli utenti e permettendo loro di "cominciare" la visita prima di arrivare al museo. La fotografia sarà inoltre utilizzata per la promozione dei laboratori didattici al Tube Lab, la promozione di Eventi, la scoperta delle aree del Museo e per la celebrazione di date ed avvenimenti cari al museo, come La Giornata della Terra, la Giornata Internazionale dell'Acqua, l'Overshoot day e così via, rispecchiando anche il Tone of Voice del museo: istituzionale ed attento alla salvaguardia dell'ambiente, per gli aspetti legati in particolare al mondo dell'acqua.

Le comunicazioni legate invece ad aspetti tecnici (orari di apertura e chiusura, festività, lavori di manutenzione), piuttosto che "pills" di curiosità e nozioni scientifiche e altre potranno essere rappresentate con degli "explainer" d'eccezione: le mascotte del museo, che si rivolgeranno agli utenti sempre con un linguaggio colloquiale, utilizzando modi di dire ed espressioni divertenti e suoni onomatopeici legati alla loro natura (ad esempio il fiocco si esprimerà in maniera "freddolosa" con "brrrr" o "arghh").

MERCHANDISING

Il merchandising del museo sarà di vario genere, dal tessile (shopper in tessuto brandizzate, maglie e felpe) alla cancelleria (quaderni, gomme, mate, penne) passando per quello a tema acqua o proprio dell'industria tessile (bicchieri e borracce riutilizzabili per promuovere il consumo di acqua consapevole e limitare gli scarti nell'ambiente, Scooby-doo, bracciale, ecc.). Si potrà prevedere di vendere anche materiale artistico (acquerelli o pigmenti con base ad acqua), libri, giochi in scatola e così via.

VISUAL MUSEO

L'immagine del museo si costituisce di alcuni elementi identificativi che hanno come minimo comune denominatore il filo. Sono ad esempio il tessuto, i rocchetti, la navetta (strumento per la filatura), i tubi colora, l'acqua e il fiume. Questa collezione di "tools" è in parte rappresentata nella tavola "Set di icone" e potrà essere utilizzata nei vari materiali grafici presenti nel museo, eventualmente anche in forma di patern. Le tipologie di banner saranno di grandi, medie e piccole dimensioni, con l'aggiunta di banner verticali stretti per indicare le destinazioni d'uso delle principali aree del museo (Family bar, bookshop, Sala Tra.Me) e piccoli cartelli in forex per gli ambienti accessori (bagni, locali tecnici, uffici, ecc.).

I grandi banner avranno uno scopo divulgativo per spiegare come il ciclo dell'acqua, gli stati dell'acqua (solido, liquido, gassoso) e concetti scientifico-artistici.

I banner di medie dimensioni fungeranno per indicare il passaggio da un'area tematica ad un'altra (Mostra permanente, Mostra temporanea, Bubble Room, Tube Lab ecc.).

Le grafiche di piccole dimensioni potranno anche essere i cartellini dove saranno spiegate tutte le macchine interattive e fornire indicazioni relativamente al loro utilizzo.

Cartelli di dimensioni medie posizionati ad altezza bambino (70/80 cm da terra), con spiegazioni in modo semplice dalle mascotte, saranno presenti lungo tutto il percorso espositivo.

Un elemento di forte richiamo è poi il cerchio, presente nell'edificio degli Ex-Bagni nella sala Tra.Me per spiegare la storia del fiume Olona, ma presente soprattutto nell'ex palestra all'interno degli spogliatoi e nelle pareti della mostra temporanea come grafismo, e nella Bubble Room in forma di pannello in forex sagomato. Altri elementi sagoma saranno presenti nel museo, come ad esempio la grafica a parete con gli spruzzi di acqua dietro al bicchiere, piuttosto che i profili delle onde dell'exhibit "Fisica al tubo" e così via.

MASCOTTE

Come già accennato nel museo saranno presenti alcune mascotte che guideranno i piccoli visitatori spiegando loro in maniera semplificata i concetti più difficili, o mettendoli a loro agio con domande e curiosità. Queste figure saranno quattro. Ad accoglierli all'ingresso vi sarà Navetta, un amico strumento utilizzato per la tessitura, che introdurrà alla storia del luogo e alle sue origini, all'interno dell'edificio Ex Bagni e nella sala Trame meccaniche. Seguiranno poi Goccia, Vapore e Ghiaccio negli ambienti dell'edificio Ex palestra. Ciascuno di essi, incarnando una delle proprietà dell'acqua

avrà un Tone of voice e un carattere differente: Ghiaccio ad esempio sarà più serio e con un carattere più spigoloso degli altri due (anche per la sua struttura molecolare che lo porta ad essere rigido e compatto). Si presterà a spiegare i concetti scientifici più complessi in maniera semplificata. Goccia invece avrà dei modi affabili e divertenti e dispenserà curiosità. Vapore invece sarà un po' dal carattere delicato e soffice, consiglierà e guiderà i piccoli visitatori e suggerirà esperimenti da realizzare anche a casa.

Ciascuna mascotte avrà anche un linguaggio adatto alla propria personalità che sfrutterà il mondo delle onomatopее: Brrr, Drip, drip, Slurp, parole con vocalizzi, parole allungate sono solo alcuni degli espedienti linguistici che si potranno utilizzare.

PALETTE COLORE

La palette colore è incentrata sui toni del verde declinato in tre gradazioni che ricordano la natura e che sono stati scelti poiché, guardando il paesaggio, man mano che ci si allontana dal punto di osservazione, si creano dei livelli di colore che vanno via via schiarendo.

Il rosso mattone rievoca invece le archeologie industriali di Legnano, con le loro imponenti fabbriche abbandonate che negli anni hanno scolpito il paesaggio di questa città.

Il Blu scuro e l'azzurro sono invece a simboleggiare la presenza del fiume Olona che scorre accanto al museo, mentre il giallo è posto ad indicare i bambini, centro nevralgico di questo luogo pensato per la loro crescita e il loro divertimento. Il giallo trasmette gioia, amicizia e spensieratezza.