

archipelago

Polo per l'architettura Torino

ETIMOLOGIA E DEFINIZIONE DEL TERMINE PROPOSTO

arcipèlago /ar-ci-pè-la-go/
letteralmente significa “mare principale”,
dal greco *arkh-(i)-* (principale) e *pelagos* (mare).

Sta ad indicare un aggruppamento di isole sparse ma abbastanza vicine tra loro e spesso con caratteristiche morfologiche affini.

In usi figurati il termine ha assunto il significato generico, che di volta in volta si precisa nei diversi contesti, di unione di «isole», cioè di gruppi, comunità o anche persone singole, separate l'una dall'altra ma affini per condizioni o per orientamento ideologico. Tali sistemi possono mantenere un rapporto di reciproco scambio sia tra loro sia anche, spesso, con gli elementi che costituiscono altri «arcipelaghi».

A partire dall'uso figurato del termine, il nome proposto diventa **archipelago**, parola che dichiara, attraverso la radice *archi*, lo stretto legame con il mondo dell'architettura. Lo stesso vocabolo coincide con il termine “arcipelago” in lingua inglese, esprimendo un rimando a livello internazionale del luogo che rappresenta.

IL MANIFESTO

archipelago delinea un sistema di elementi differenti connessi in un “tutto” organico e funzionalmente unitario.

archipelago descrive un'unica sede per diverse funzioni, correlate e non, in grado di generare nuovi legami fra “isole” indipendenti ma affini, proprio come il termine stesso sta a indicare.

archipelago identifica una nuova realtà urbana torinese, capace di raggruppare soggetti, tematiche ed entità differenti all'interno di un unico polo, generando connessioni e iniziative per la progettazione, la creatività e l'innovazione.

archipelago impiega la radice *archi* (dal gr. ἀρχι- principio, primato, principale), presente anche nella parola “architettura” e “architetto”, fungendo da richiamo astratto ma immediato con l'ambito architettonico. L'intento del nome è inoltre quello di mettere in primo piano la figura professionale dell'architetto potenziandone la visibilità anche tra i non addetti ai lavori.

archipelago offre un chiaro rimando al termine in lingua inglese, rafforzando la riconoscibilità internazionale del nuovo polo.

archipelago si distingue in quanto parola unica, semplice, di uso comune, riconoscibile ed esplicativa della funzione del luogo che rappresenta, in modo poetico e non convenzionale.

archipelago raffigura il contenitore di due Enti differenti ma con intenti comuni.

archipelago esprime nel vocabolo stesso il suo legame con l'ambiente, rappresentando la sede per diversi professionisti tra i quali pianificatori e paesaggisti, che hanno il compito di preservare un equilibrio con la natura e di valorizzarlo.

archipelago rappresenta un insieme di organismi tra cui il “sistema edificio” che interagisce a sua volta con altri, naturali e artificiali; ogni costruzione è un frammento di paesaggio e contribuisce a modificarlo.

archipelago comunica attraverso un termine riconoscibile, accessibile e accogliente per i professionisti e i singoli cittadini, un luogo d'incontro, dialogo e confronto.

archipelago genera un racconto capace di evocare molteplici richiami al luogo che rappresenta.

archipelago rispetta e valorizza l'equilibrio tra passato e presente, tradizione e innovazione.

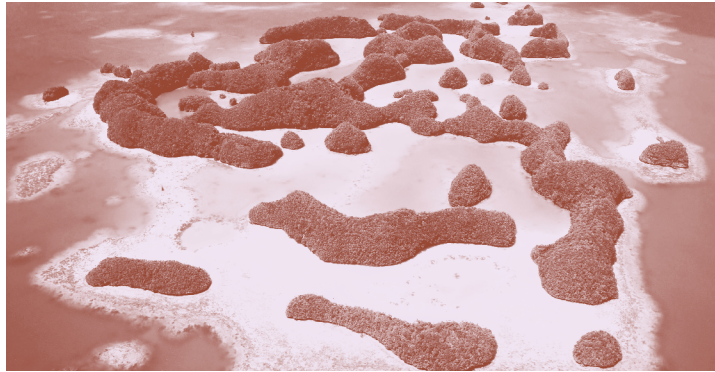
IL LOGO IDENTIFICATIVO DEL NOME

Il marchio

Il logo è composto da 3 elementi:

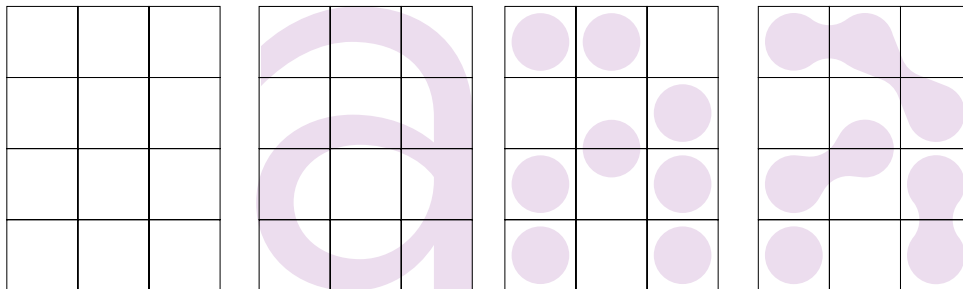
- . marchio
- . logotipo
- . payoff

Il marchio nasce dalla volontà di riprodurre in forma schematica e regolare un arcipelago, partendo dalla figura del cerchio come forma geometrica prima e pura, capace di rappresentare in modo astratto ma diretto la struttura di un'isola.



I cerchi sono stati disposti su una griglia di 3x4 con l'intenzione di definire la lettera "a" di **archipelago** e di architettura, creando un rimando immediato a questi due termini. Per esaltare la leggibilità della lettera "a", e riprodurre al meglio la morfologia naturale tipica degli arcipelaghi, la maggior parte delle singole "isole" sono state connesse tramite delle legature.

Il marchio nella sua forma definitiva esprime il concetto essenziale della connessione e contaminazione tra persone, quali architetti e singoli cittadini, e tra tematiche, funzioni e "isole" indipendenti ma sempre affini.



COSTRUZIONE DEL MARCHIO

Il logotipo

Il logotipo utilizza il font *sans-serif Wallop*, ideato dalla Displaay Type Foundry e selezionato per le sue forme morbide ma allo stesso tempo nette e definite.

Le isole presenti nel marchio riprendono le stesse dimensioni della circonferenza della lettera "o" di **archipelago**, definendo di conseguenza l'altezza delle minuscole che compongono il logotipo.

Il logotipo si sviluppa interamente in minuscolo per avvicinare la nuova proposta ai loghi dell'Ordine e della Fondazione, accentuandone il profilo fluido e continuo.

Il payoff

Il payoff *Polo dell'Architettura Torino* chiarisce la funzione della nuova sede attraverso i termini *polo* e *architettura*, collocandola geograficamente sul territorio nazionale. Il payoff inoltre esprime coerenza grafica e comunicativa in rapporto ai loghi dei due Enti preesistenti.

Il logo e il suo rapporto con i loghi esistenti

Il logo nella sua struttura si lega a quelli già esistenti in quanto riprende il profilo ad arco del logo della Fondazione, e l'impostazione più lineare del logo dell'Ordine. La nuova proposta si rapporta in armonia visiva e in equilibrio grafico ai loghi esistenti anche attraverso una gerarchia basata su un rapporto dimensionale, utile a individuare **archipelago** come principale, in quanto contenitore delle attività degli altri due Enti.

Vengono riportati di seguito i rapporti di proporzione e le eventuali associazioni triple tra il logo proposto e i loghi dell'Ordine e della Fondazione.



CONFIGURAZIONE ORIZZONTALE



CONFIGURAZIONE VERTICALE

A seconda dell'Ente che effettua la comunicazione sono state previste delle associazioni doppie tra il logo **archipelago** e uno dei due loghi esistenti.



ASSOCIAZIONI DOPPIE CON CONFIGURAZIONE ORIZZONTALE



ASSOCIAZIONI DOPPIE CON CONFIGURAZIONE VERTICALE

LA PALETTE CROMATICA

La palette cromatica principale prevede l'utilizzo di due cromie impiegate insieme o singolarmente. Il primo colore proposto nasce dall'intento di rispettare la palette originaria dei loghi dell'Ordine e della Fondazione seppur distaccandosi. Da qui l'idea di definire una cromia complementare del blu, quale il mattone, in quanto colore naturale, terreo ma allo stesso tempo raffinato e delicato. Il secondo colore proposto è il violetto che viene affiancato al mattone con l'intento di generare un contrasto armonioso, tra cromia calda e fredda, capace di vivacizzare la palette nel suo insieme.

Il logo può essere applicato in mattone su sfondo violetto nella versione positiva o violetto su sfondo mattone nella versione negativa.



La palette cromatica secondaria

La palette cromatica secondaria sfrutta le *nuance* dei due colori principali per generare altre tonalità impiegate per caratterizzare le diverse funzioni che coesistono all'interno del nuovo polo.

Qualora non fosse possibile avere un colore di fondo uniforme appartenente alla palette cromatica stabilita dalle linee guida, è preferibile utilizzare la variante del logo in bianco o in nero, in versione positiva oppure negativa.

Su fondi fotografici, qualora il logo non risultasse leggibile, è possibile prevedere una campitura pari alla dimensione dell'area di rispetto in uno dei due colori della palette principale, sempre in contrasto con il colore scelto per il logo.

Quando i loghi dell'Ordine e della Fondazione vengono affiancati nella comunicazione di **archipelago**, assumono uno dei due colori previsti nella palette primaria descritta. Qualora tutti e tre debbano rientrare in una comunicazione esterna alla sede, e/o coesistere con altri loghi, possono essere virati in bianco o in nero.

L'IMMAGINE COORDINATA

L'immagine coordinata si basa su due elementi principali che vedono diverse possibilità di applicazione: il gradiente e la curva.

Il gradiente genera una scala cromatica che, partendo dal colore violetto, arriva al mattone e viceversa, quasi a evocare il rincorrersi e il coesistere della tradizione con l'innovazione, creando un fondo riconoscibile e caratterizzante per elementi grafici differenti.



Le curve, nate dall'ingrandimento del marchio stesso, evocano in astratto la morfologia degli arcipelaghi, diventando un elemento identitario ricorrente utilizzabile anche come pattern per i diversi canali coinvolti nella comunicazione.



Le applicazioni sul territorio

L'immagine coordinata proposta mira a promuovere la presenza della nuova sede e a riverberarne il fermento creativo su tutta la città, permettendo così al nuovo polo di rappresentare un punto di riferimento per i professionisti e per i cittadini. Questo intento prende vita attraverso la molteplicità degli elementi che arricchiscono l'immagine coordinata, risultando comprensibili, immediati e coerenti pur sviluppandosi in modo vario sui diversi supporti utili alla comunicazione.

Le applicazioni in sede

La stessa identità grafica è stata applicata agli spazi interni della sede per caratterizzarne alcune parti, rafforzando l'immagine e la riconoscibilità del luogo. Gli ambienti proposti sono contraddistinti da un trattamento murario composto da una *boiserie* in colore mattone con un fondo superiore in violetto, intervallato da una banda orizzontale a contrasto in colore rosso. Questa proposta creativa è applicabile anche su altri elementi che definiscono il polo o su eventuali allestimenti esterni alla struttura.

Il font secondario associato

I testi a correre inseriti nell'identità visiva sono in *Spectral* un font graziato e versatile, disegnato da Production Type per Google Fonts, proposto proprio per la sua leggibilità.

Alfabeto archipelago

Le icone per la segnaletica nascono dal disegno di un sistema di lettere sulla base della stessa matrice 3x4, generando l'**alfabeto archipelago**, capace di qualificare i diversi spazi e le differenti attività che coesistono all'interno del luogo.

