

EDIZIONE **2019**

3W WebWebinarWork

Un concorso di idee per fare comunicare meglio
Consorzi di Imprese e Parchi Scientifico-Tecnologici



DA UN'IDEA DI



CON LA PARTECIPAZIONE DI

BALLUFF



newtarget
IDEAS FOR BREAKFAST

E IL PATROCINIO DI



IL PROGETTO

Rivolto ad Accademie d'Arte e scuole di comunicazione visiva, il Concorso di Idee 3W ha sollecitato la creatività dei giovani sul tema di progettare soluzioni e strumenti per favorire e ottimizzare il dialogo all'interno di Consorzi di imprese e Parchi scientifico-tecnologici. Queste realtà, infatti, vivono prima di tutto di relazioni, di dialoghi e "contaminazioni". La comunicazione è parte integrante della loro mission e fondamentale per la loro attività.

Il Concorso 3W ha coinvolto una selezionata rosa di Accademie d'Arte e scuole di comunicazione visiva invitate a realizzare progetti originali elaborati dai loro studenti: Scuola d'Arte Andrea Fantoni di Bergamo, Accademia SantaGiulia di Brescia, Nuova Accademia Belle Arti - NABA di Milano, Accademia di Belle Arti di Verona. Complessivamente ha coinvolto oltre 100 studenti con i loro docenti.



SANTAGIULIA
HDEMA
DI BELLE ARTI



Il Concorso è nato da un'idea di Phoenix Informatica srl (Brescia), con la partecipazione di Balluff Automation srl (Torino) e Valtellina SpA (Bergamo). Tutti i soggetti promotori fanno parte del Consorzio Intellimech, che ha sede presso Kilometro Rosso Innovation District. Anche Kilometro Rosso  patrocinatore del Concorso.

Completa la compagine dei promotori l'Agenzia di comunicazione NewTarget di Bergamo, che ha svolto anche la funzione di coordinamento delle dinamiche operative, fra cui il dialogo con le istituzioni universitarie e scolastiche coinvolte, nel ruolo appunto di realtà professionale che si occupa di comunicazione.



Il Concorso 3W ha chiesto ai partecipanti di realizzare progetti finalizzati a due obiettivi: sviluppare la notorietà (istituzionale) di parchi tecnologici-scientifici e di consorzi di Imprese; favorire, implementare e ottimizzare la comunicazione interna. Gli ambiti della creatività potevano spaziare dall'off line all'on line. Per quanto riguarda la comunicazione off line era facoltà dei partecipanti realizzare sia una campagna di comunicazione (dal messaggio base alla sua declinazione in pagina pubblicitaria e manifesto per affissioni), sia progetti per creare house organ, o anche soluzioni archigrafiche per spazi uffici e ambienti di riunione.

Per quanto riguarda invece la comunicazione on line, il Concorso ha chiesto ai partecipanti di presentare proposte argomentate riguardanti la progettazione di siti Internet, App e gestione dei social; molto interessante anche la sollecitazione a lavorare su innovativi progetti di web TV. Per scegliere i lavori da premiare è stata istituita un'apposita Commissione di verifica, composta sia dai soggetti promotori e patrocinatori, sia da un rappresentante di ogni realtà formativa (Accademia e Scuola) che ha partecipato al Concorso.



30 anni di lavoro con un entusiasmo sempre giovane



Alessandro Ferrari
Co-fondatore e Amministratore Unico
di Phoenix Informatica

Nel 2019 Phoenix informatica taglia un importante traguardo, riconfermando l'attenzione per progetti educativi e culturali.

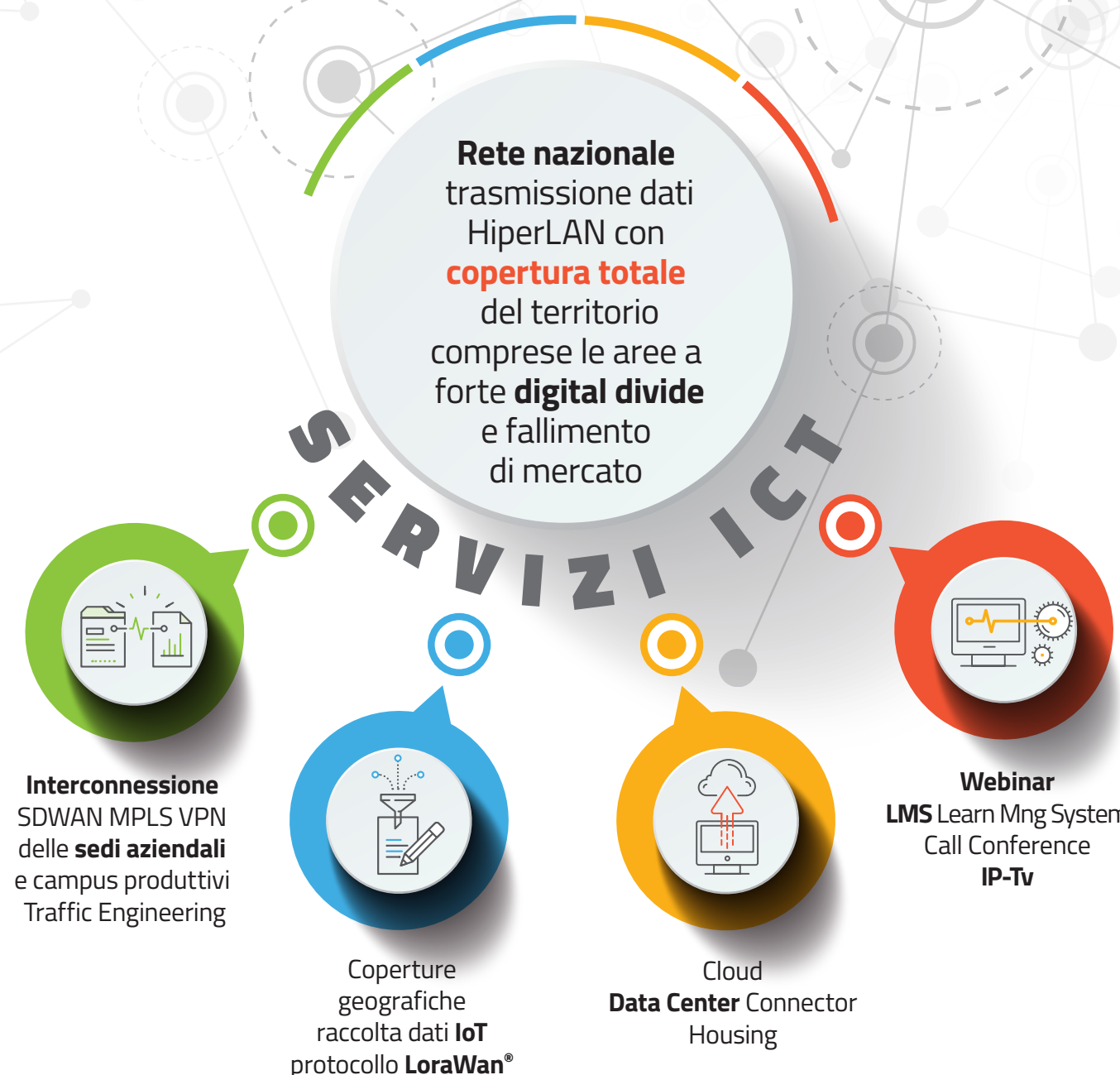
Phoenix Informatica, nata nel 1989, nel corso del tempo ha fatto evolvere la propria missione diventando una società di progettazione ed implementazione di soluzioni open source nel campo ICT per medie/grandi aziende industriali. Da ricordare come è stata fra le prime realtà in Italia ad offrire connettività e servizi Internet, vivendo quindi la fase di grande espansione del settore, restando capace di crescere anche nei momenti più difficili per l'economia e lo specifico mercato. L'azienda è attualmente strutturata su tre linee di business: implementazione di servizi di connettività internet in zone ad alto digital divide con capacità e qualità di trasporto carrier-grade; implementazione del servizio data center/ cloud con progettazione, installazione, manutenzione di servizi server avanzati per gestione BigData e Application Cloud; implementazione servizi internet service Provider a supporto del Cloud aziendale.

Phoenix non agisce infatti secondo una logica di box moving ma esclusivamente come società produttrice di servizi ICT, attingendo e implementando soluzioni software e tecnologiche provenienti dal mondo open source della ricerca universitaria. Proprio su queste basi ha deciso nel 2018 di aderire al Consorzio Intellimech. La scelta si pone soprattutto finalità di interscambio di esperienze, in particolare come possibile condivisione di know-how tecnologico bidirezionale con specifico focus verso tecnologie ICT open source.

Oltre a sostenere in modo adeguato il proprio business, una particolare attenzione di Phoenix Informatica è rivolta al dialogo con la società e la cultura d'impresa. *"Proprio su queste basi - afferma Alessandro Ferrari, co-fondatore e Amministratore Unico di Phoenix Informatica - riteniamo fondamentale sollecitare la creatività dei giovani, la loro freschezza progettuale, liberi da condizionamenti di mercato e particolari vincoli. Ecco perché da alcuni anni siamo tutor e sponsor di iniziative di questo tipo, che coinvolgono Accademie d'arte e scuole di comunicazione. Con il Concorso 3W, che nasce direttamente da una nostra idea, intendiamo focalizzare ulteriormente l'attenzione degli studenti di prestigiose Accademie sull'importanza della comunicazione nell'ambito dei Consorzi di imprese e Parchi tecnologici-scientifici. I progetti che ci provengono dai giovani rappresentano una forte sollecitazione al confronto e alla verifica di percorsi innovativi, alcuni dei quali si mostrano da subito praticabili".*



www.phoenix.it



La creatività guida l'innovazione



La creatività guida l'innovazione



Sergio Paganelli
CEO Balluff Automation

Fondata nel 1921 a Neuhausen (Germania), il Gruppo multinazionale Balluff dà lavoro ad oltre 4000 persone nel mondo e rappresenta tecnologia innovativa, qualità ed esperienza trasversale nell'ambito dell'automazione industriale, in particolare come specialista leader nel campo dei sensori. Oltre alla sede centrale, Balluff ha sedi in tutto il mondo e può vantare 38 filiali di proprietà ed altre rappresentanze in 68 paesi. Oggi l'automazione industriale attraverso soluzioni sensoristiche, di identificazione e di network rappresenta una componente essenziale dell'innovazione e della evoluzione 4.0.

Per Balluff l'innovazione è un fattore centrale, in un contesto nel quale gli scenari, dalla ricerca alle applicazioni, mutano rapidamente. Innovazione significa prima di tutto ritenere strategica la creatività, la voglia di mettersi in gioco, l'entusiasmo di sperimentare percorsi originali. Gli stessi principi e valori che guidano una iniziativa come il Concorso 3W.

Scambiare diversi punti di vista e sforzarsi di crescere come squadra sono un ulteriore elemento strategico della filosofia Balluff. Che si tratti di un manager, di un tecnico esperto o di un operaio, ogni dipendente può contribuire con le proprie idee, a prescindere dalla propria posizione. Questo favorisce il coinvolgimento di ogni singolo dipendente e consente di creare soluzioni eccellenti. Anche questo scenario rientra perfettamente nello spirito di un concorso come 3W.

Sulla stessa lunghezza d'onda si muove anche il nostro Concorso Welcome to Automation, giunto alla terza edizione. Welcome to Automation si rivolge agli allievi delle scuole secondarie di secondo grado frequentanti gli Istituti tecnici, gli Istituti professionali e i Licei scientifici, di qualsiasi indirizzo. Il Concorso ha lo scopo di promuovere e favorire la conoscenza e l'utilizzo delle tecnologie e delle tematiche proprie dell'Educazione Tecnica e Professionale, valorizzando l'integrazione tra le tecnologie e la loro applicazione a progetti concreti, favorendo l'applicazione pratica dei concetti orientati all'Industria 4.0 anche attraverso il collegamento tra le scuole e le aziende e fornendo un connubio tra la tecnologia e le discipline umanistiche, attraverso un modello educativo che consideri il recupero/riciclo dei materiali. Crediamo che i giovani abbiano molto da dire, dalle Accademie d'arte agli istituti di informatica. E diamo loro opportunità per farlo.

BALLUFF

www.balluff.com



Valtellina

Comunicare: "il cuore" dell'attività Valtellina



Cesare Valtellina
Amministratore e Responsabile Progetti
Innovativi di Valtellina SpA

Rivolto ad Accademie d'Arte e scuole di comunicazioni visive, il Concorso di Idee 3W sollecita gli studenti a progettare soluzioni e strumenti per favorire e ottimizzare il dialogo all'interno di consorzi di imprese e distretti tecnologici. Valtellina è nuovamente fra i tutor dell'iniziativa.

Valtellina SpA opera da oltre 80 anni nel settore delle infrastrutture per le telecomunicazioni e si posiziona in questo mercato come un riferimento consolidato. L'esperienza e le risorse professionali Valtellina sono sempre più apprezzate dai più importanti player delle telecomunicazioni per lo sviluppo delle reti in banda ultralarga, all'interno di uno scenario in forte crescita anche a livello infrastrutturale. Proprio la vasta esperienza nel settore TLC ha consentito di espandere il proprio ramo d'azione al mondo 4.0, smart manufacturing e Internet of Things, sinergici al suo know-how e offerta di servizi. L'impegno primario è fare comunicare al meglio gli impianti industriali e la logistica integrata.

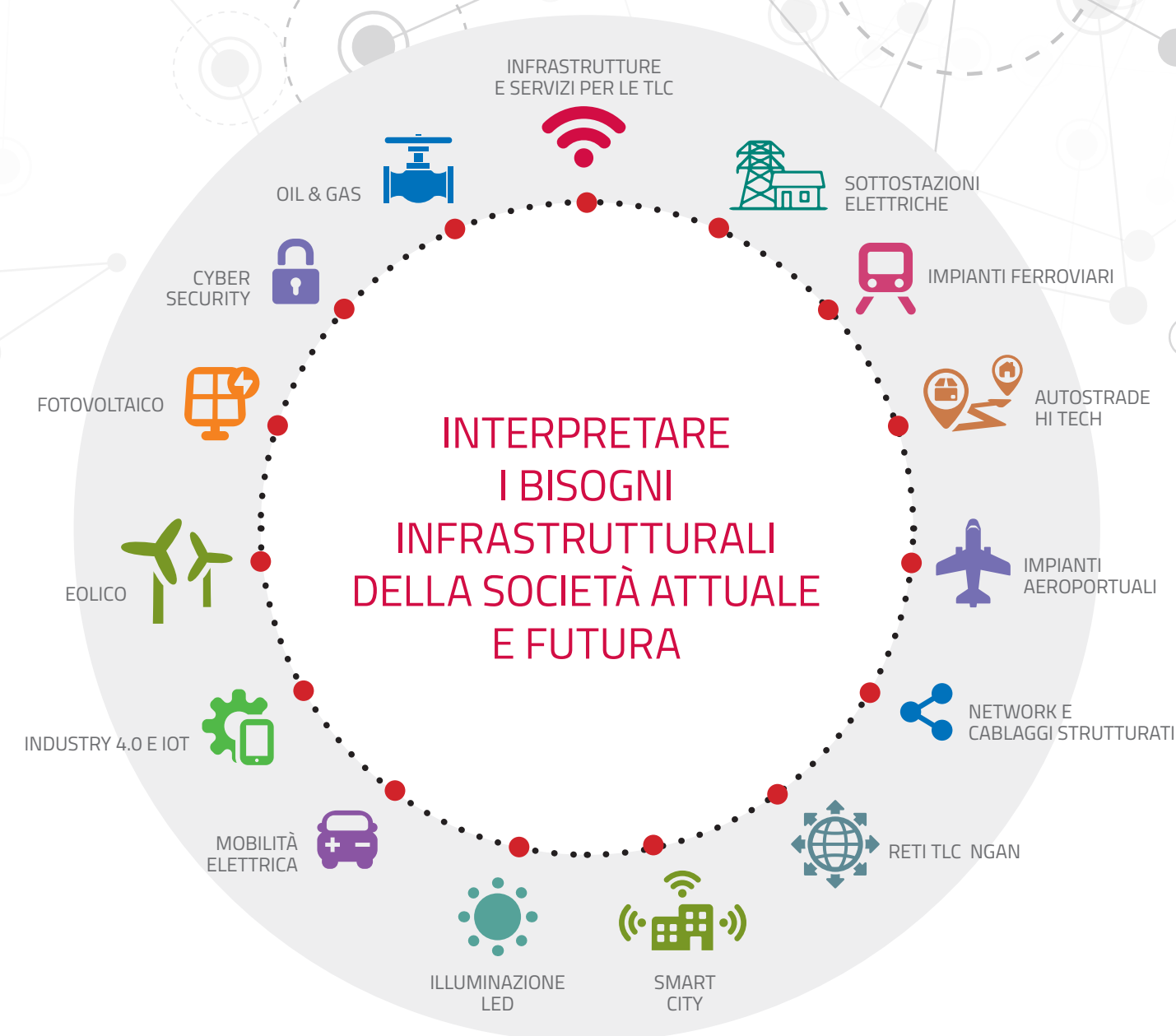
L'attività comprende anche il revamping di centrali telefoniche e di trasmissione dei dati in ambito industriale, con interventi evolutivi verso il digitale (servizi voip-dati in cloud).

La sempre maggiore centralità del settore TLC coinvolge direttamente anche il concetto di "città intelligenti". Per questo Valtellina pone massima attenzione a tutto ciò che avviene nell'ambito delle smart cities, potendo contare su capacità di intervento multidisciplinari: dalle infrastrutture per reti in fibra ottica, al monitoraggio e gestione dell'energia, ai sistemi di automatizzazione e controllo di reti stradali e ferroviarie, alle stazioni di ricarica per veicoli elettrici. Sempre maggiore è l'impegno anche per quanto riguarda la Cyber Security.

Valtellina risponde a questo impegno anche grazie all'ausilio di partnership di alto profilo ingegneristico e applicativo fra cui, dal 2013, fare parte del Consorzio Intellimech. All'interno di questi campi di interesse nasce anche il sostegno al Concorso 3W, che ha lanciato una vera e propria sfida creativa agli studenti di una selezionata rosa di Accademie d'Arte e scuole di comunicazione visiva. L'obiettivo finale del lavoro Valtellina è sempre la soddisfazione da parte del cliente, ottenuta sviluppando i progetti in un'ottica di efficacia, innovazione e integrazione fra gli strumenti per favorire i dialoghi di network. A ben vedere sono esattamente i principi sui quali verte anche la qualità degli elaborati presentati nel Concorso 3W.



www.valtellina.com



New Target

Rinnovarsi nella continuità



Luca Andreis
Partner New Target srl

Il segreto per mantenersi competitivi nel mercato delle idee dopo vari passaggi generazionali.

Parlando di New Target, si potrebbe dire a ragion veduta: "C'era una volta..." E c'è tuttora, più di trent'anni dopo. Prima come studio Réclame, poi Target, infine New Target, nome adottato nel 1985. Il fondatore è stato Pic Cortesi, pioniere della pubblicità, animo vulcanico ed eclettico, vero amante dell'arte nonché sperimentatore di forme di comunicazione originali. New Target ama ancora definirsi, come in passato, un'agenzia pubblicitaria, sottolineando la sua struttura a servizio completo che rimane la sua peculiarità, in un mondo della comunicazione sempre più frammentato che ha moltiplicato all'infinito negli ultimi anni le sue specializzazioni, perdendo però di vista la capacità di offrire davvero consulenze complete, che solo una visione d'insieme è in grado di garantire.

E così, ai servizi tradizionali, oggi racchiusi nella definizione off line, New Target ha saputo affiancare tutta la gamma dei servizi on line, dal web ai video, dai social al marketing on line.

Questo processo è avvenuto attraverso l'inserimento calibrato di nuovi professionisti, scelti con le caratteristiche di essere instancabili ricercatori delle soluzioni più ardite ed insolite, fieri innovatori, ma soprattutto affamati cronici di idee. Grazie a questo posizionamento New Target ha maggiori strumenti per essere consapevole del contesto in cui opera, caratterizzato da un affollamento crescente che ha, come conseguenza, una difficoltà oggettiva ad uscire dal coro e, come necessità, un coinvolgimento tanto razionale quanto emotivo del consumatore. New Target è in grado di garantire il massimo eclettismo rifuggendo da soluzioni pre-confezionate e da uno stile "rigido" d'agenzia, usando al contrario una pluralità di linguaggi, ciascuno mirato sulle reali necessità del Cliente e tarato sulle peculiarità dei suoi prodotti o servizi. Conseguenza naturale di questo approccio la lista attuale dei Clienti di New Target dove trovano spazio eccellenze locali accanto a grandi aziende, provenienti da una miriade di settori diversi: dalla grande distribuzione all'alimentare, dal turismo all'arredamento, dall'abbigliamento agli enti pubblici, spaziando tra B2B e B2C.

Consapevole del meritorio ruolo assunto dalle Accademie d'Arte e dalle Scuole di comunicazione visiva nel formare le nuove generazioni di creativi, New Target ha aderito con entusiasmo al Concorso di idee 3W; in particolare è piaciuta l'indicazione delle realtà dei Parchi tecnologici-scientifici assunte come riferimento per rendere i progetti degli studenti il più concreti possibili.

newtarget
IDEAS FOR BREAKFAST

www.newtargetagency.it



Kilometro Rosso Innovation District



Salvatore Majorana
Direttore di Kilometro Rosso
Innovation District

Kilometro Rosso è uno dei principali distretti europei dell'innovazione, un luogo di incontro tra ricerca e impresa che già oggi è sede di 60 Resident Partner – aziende, laboratori e centri di ricerca – per un totale di 1.700 persone tra addetti e ricercatori.

Inaugurato nel 2009, Kilometro Rosso con i suoi Resident Partner rappresenta una realtà di riferimento nel panorama internazionale della ricerca e del trasferimento tecnologico: 28 laboratori, 23 progetti di R&D finanziati per oltre 105 milioni di euro, 58 brevetti depositati nel 2018, 70.000 delegati ufficiali provenienti da tutto il mondo, 120 eventi all'anno per promuovere l'innovazione tecnologica con oltre 10.000 partecipanti e più di 450.000 ingressi registrati all'anno.

Il campus Kilometro Rosso aggrega iniziative multisettoriali, articolate nei seguenti cluster tecnologici: Energia e sostenibilità; Formazione specializzata; ICT; Materiali compositi; Meccanica e mecatronica; Ingegneria, prototipazione e design; Scienze della vita, Servizi per l'innovazione.

Per favorire l'Open Innovation e la contaminazione tra pensieri, competenze ed esperienze diverse, Kilometro Rosso supporta e promuove iniziative realizzate in collaborazione con Università e Accademie d'Arte, qual è ad esempio il Concorso di Idee 3W - Web Webinar Work.



www.kilometrorosso.com





Gianluigi Viscardi
Presidente Consorzio Intellimech

Sosteniamo le idee dei giovani

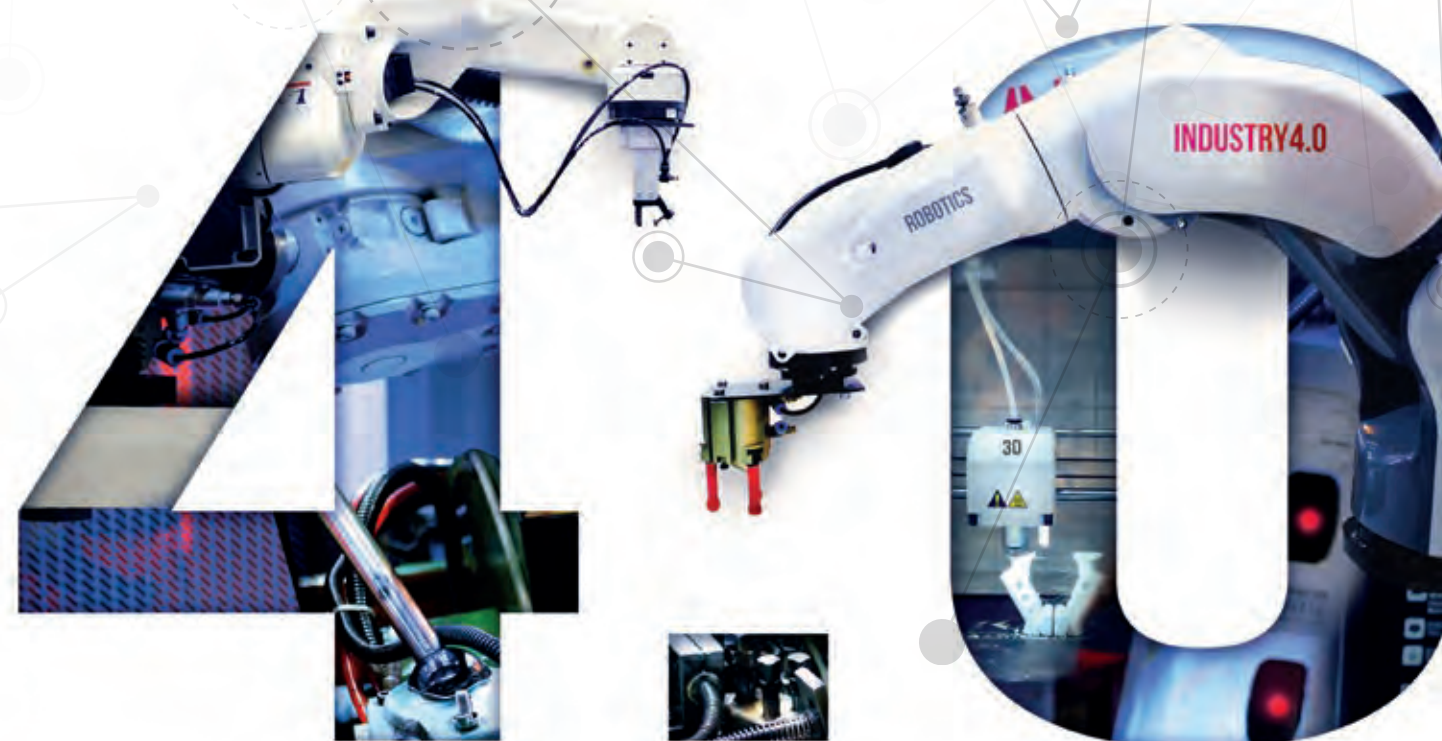
Nel corso del 2019 il Consorzio Intellimech ha deciso di patrocinare importanti iniziative che incentivano la creatività dei giovani in ambito scolastico, tecnico-scientifico e culturale. Sostenere concorsi di idee, anche in ambiti non direttamente inerenti la tecnologia industriale, è una scelta coerente al DNA di Intellimech, alla sua filosofia e identità.

Intellimech è un Consorzio di aziende finalizzato alla ricerca interdisciplinare nell'ambito della Meccatronica. Rappresenta una tra le più importanti iniziative private italiane nel settore, contando sulla partecipazione di un importante numero di imprese di settori diversi e di tutta Italia. Promuove progetti di R&S e sperimentazione interdisciplinare, gestisce progetti di ricerca su commessa ed eroga formazione avanzata. Oggi, grazie alla dimensione che ha saputo raggiungere, Intellimech conta sulla partecipazione di 34 imprese di varia dimensione provenienti da settori industriali diversi e operanti su un'ampia area che si estende su tutta Italia, pur mantenendo nella provincia di Bergamo il suo riferimento territoriale principale.

Intellimech è un consorzio intelligente, riconosciuto nel territorio, che riunisce le imprese in un network di conoscenza di cooperazione, di confronto costruttivo, di scambio di idee e strategie, e costruisce per i suoi soci una filiera di innovazione. Il lavoro svolto fino ad oggi è un patrimonio prezioso che parte dal principio base di condivisione, passando dall'innovazione tecnologica concretamente praticabile fino allo sviluppo della competitività. Intellimech svolge un ruolo strategico per incentivare il dialogo tra aziende, istituzioni e università. Proprio l'esperienza nel dialogo con team universitari si è rivelata preziosa anche nel sostenere il Concorso 3W, in particolare su un tema che è profondamente calzante all'identità stessa di Intellimech: indicare nuovi percorsi creativi per sviluppare il dialogo all'interno di Consorzi di imprese.



www.intellimech.it



INNOVAZIONE >



RICERCA >



SINERGIE >



APPLICAZIONI

Roberto Marelli

Mirko Rossi

Massimiliano Franceschini

Sergio Paganelli

Alessandro Ferrari

Marco Sorelli

Laura Casa

Oscar Mazzola

Luca Andreis

Antonio Anacleto

Sara Valtellina



La giuria

Il gruppo dei giurati ha valutato ogni singolo lavoro secondo i seguenti parametri:

- ✓ Creatività/originalità del progetto
- ✓ Rispondenza agli obiettivi del bando
- ✓ Efficacia nella esposizione delle idee
- ✓ Fattibilità delle proposte

Sommario

3W WebWebinarWork

Accademia Belle Arti Verona
NABA Milano
Accademia SantaGiulia Brescia
Scuola d'Arte Fantoni Bergamo

pag. 20
pag. 44
pag. 70
pag. 88



**ACCADEMIA DI BELLE ARTI
DI VERONA**

ACCADEMIA DI BELLE ARTI - VERONA

Fin dal 1764 Verona ha potuto contare su una famosa Accademia di Pittura. In tempi moderni, da questa prestigiosa esperienza è nata l'attuale Accademia. Nel 2012, dalla sinergia fra l'Accademia di Belle Arti, il Comune di Verona e la Provincia di Verona si è costituita la Fondazione Accademia di Belle Arti di Verona. La Fondazione prosegue senza soluzione di continuità l'opera svolta relativamente all'attività didattica utile a far conseguire dei titoli di studio equiparati alla Laurea di 1° e 2° livello, nell'ambito del sistema dell'Alta formazione artistica e musicale afferente al Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca.

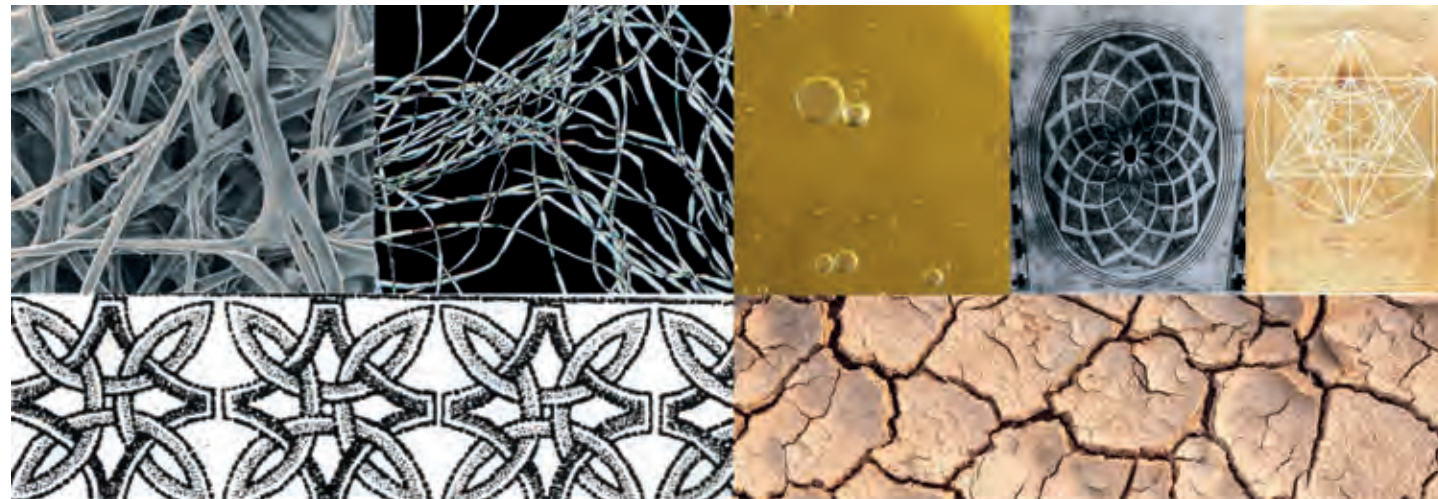
1° classificato

IDEATO DA:
Irene Fontana
Carlo Frapporti
Emanuela Teaca

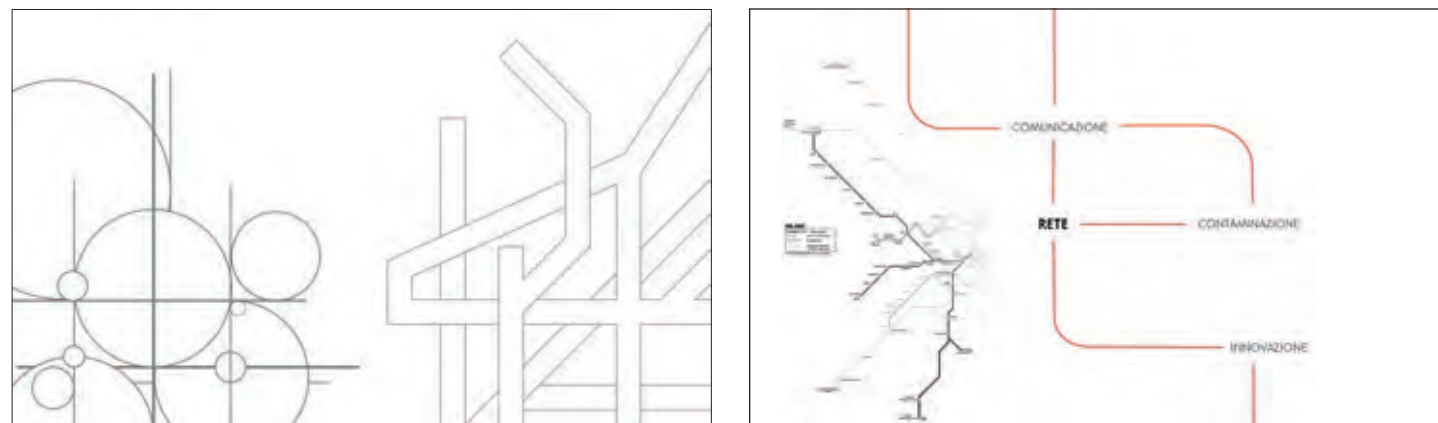
Natura e schemi matematici

È stato ricercato nella iconografia naturale prima e nei disegni matematici dei grandi artisti e scienziati della storia italiana poi, il concetto “di rete” che è alla base della nascita e dello sviluppo di Kilometro Rosso.

Concept



Mappatura



Manifesto 100x140



IDEATO DA:
Irene Fontana
Carlo Frapporti
Emanuela Teaca

È stata applicata l'idea della mappa all'ambito metropolitano milanese, da qui si è sviluppato uno schema diviso per ambiti e settori che esprime la contaminazione, la comunicazione e l'insieme di collegamenti possibili tra settori e aziende all'interno dell'Innovation District. Una rete che ha un punto di partenza e infinite combinazioni.

Parole Chiave

- RICERCA
- SERVIZI
- NETWORKING
- INNOVAZIONE
- TECNOLOGIA
- FUTURO

Comunicazione Esterna





2°
classificato

IDEATO DA:
Paolo Girotto
Karolina Goraj
Simay Sevinçli

Una chiave per l'innovazione

Prima di tutto è stato proposto un aggiornamento del logo originale del Kilometro Rosso, dove la parte finale del simbolo grafico crea la forma di una chiave, simbolo di apertura e di un pensiero chiaro e ben definito.

Le icone sono state progettate per poter essere usate in tutte le aree tematiche. La loro semplicità fa in modo che possano essere utilizzate per il web, per un magazine oppure per documenti ufficiali. Ogni icona è stata studiata in modo tale da potersi adattare alla parte principale del logo di Kilometro Rosso.

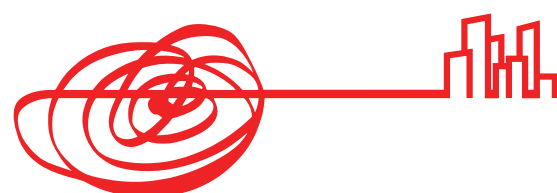


Corpo del logo principale

Icone



Concetto Generale



Distretto Innovativo

	cmyk 80/52/3/0 rgb 59/112/171		cmyk 67/36/0/0 rgb 71/153/252		cmyk 0/69/55/0 rgb 254/111/97V
			cmyk 2/0/24/0 rgb 254/249/209		cmyk 20/7/7/0 rgb 212/225/233

Immagine Coordinata



Magazine Aziendale



Pannelli esterni



3° classificato

IDEATO DA:

Francesco Barollo
Riccardo Fedrigo
Luciano Lettieri
Eugenio Zanotto

Rosso dominante

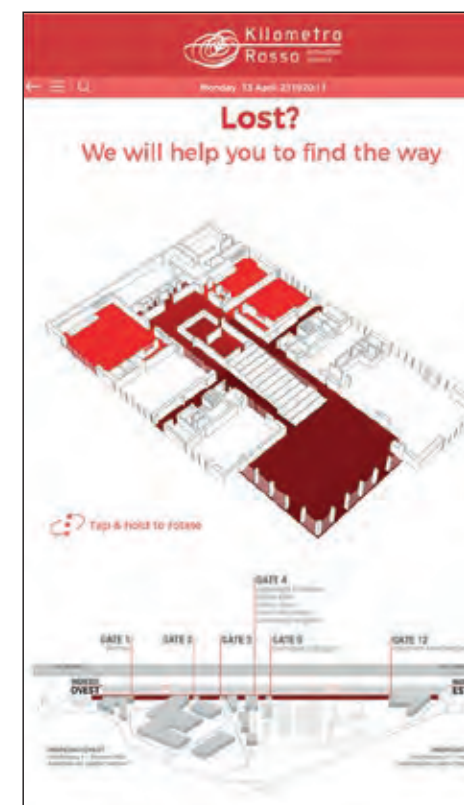
Uno dei principali focus di attenzione è stato quello di rinnovare il brand, e da qui lo scenario comunicativo all'interno del District. Attraverso il lavoro svolto è stata data un'immagine originale al polo, rendendola più riconoscibile e ottimizzandola.

È stato dato il giusto valore al colore rosso, utilizzando una tonalità base per tutti i comparti comunicativi. Attraverso quest'ultimo hanno lavorato all'immagine coordinata, caratterizzata dal colore rosso e da elementi quali frecce e da testi in caratteri maiuscoli e squadrati. L'intero iter progettuale si basa sul concetto di donare una nuova forma all'ormai datata figura del totem interattivo, l'intento è quello di rendere più accattivante e invitante l'uso di questo strumento.

Immagine Coordinata



Totem Design



Innovazione e contaminazione

IDEATO DA:

Alessia Carella
Sabrina Cavatton
Cinzia Corradi
Vania Gaved
Giada Zaetta

Riprendendo i canoni iconici della struttura, si è voluto sviluppare alcune soluzioni di aggiornamento e migliorative per agevolare in tutti i parametri l'individuazione dei luoghi.

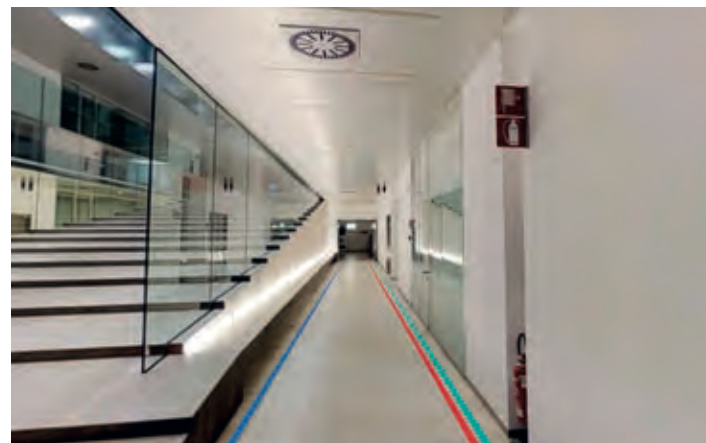
Sono stati progettati dei totem da terra rivolti ai visitatori/ospiti della struttura, dei manifesti posti all'esterno che comunichino al pubblico generale ciò che il Kilometro Rosso offre.

Le 7 finestre sono diversificate per colore ed in ognuna è inserita un'illustrazione con una parola chiave che rappresenta le diverse potenzialità offerte alle aziende all'interno del distretto.

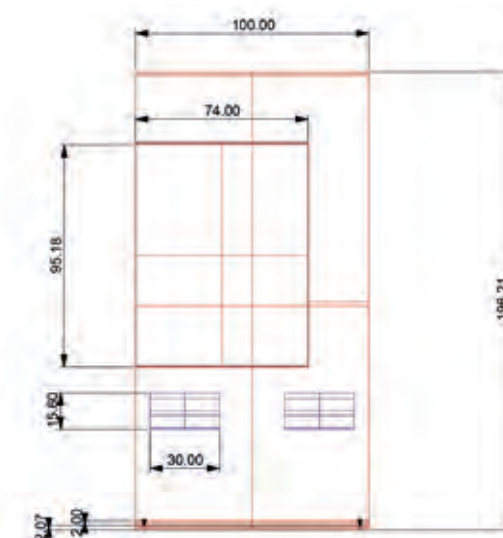
Brainstorming



Cartelli Identificativi



Totem Espositivi da terra



Cartelli Identificativi



Affissioni Esterne



Emozioni, persone, relazioni

IDEATO DA:

Francesca Camera
Giovanni Fongaro
Riccardo Ghiotto
Elena Massignan
Fabio Zanni

La figura umana è una forma facilmente riconoscibile, familiare a tutti, scelta come mezzo per arrivare a più persone possibili. La figura umana vuole sottolineare in modo esplicito che alla base di tutte le aziende e gli enti ci sono le persone, che si realizzano, che provano emozioni, che ogni giorno lavorano con il corpo, il cuore e la mente.

Sono state proposte cinque possibili esempi di opere per cinque possibili aziende, operanti in diversi settori. Ogni opera è stata pensata per essere realizzata con dei componenti o dei materiali che andassero a richiamare lo specifico ambito di lavoro di quella azienda o ente.



Area
di interesse



Interattività archigrafica

IDEATO DA:

GRUPPO FAMA
Francesco Carvisiglia
Maddalena Costerman
Arianna De Sanctis
Anthony Raimondi

All'entrata della struttura Kilometro Rosso si propone il posizionamento di un originale totem dotato di schermo led touch, nel quale è possibile trovare informazioni che aiutano ad orientarsi.

Tutte le elaborazioni messe a punto per le componenti informatiche costituiscono le basi anche per realizzare una nuova veste e nuovi contenuti per gli abiti web.

Segnaletica



Ogni colore, un percorso

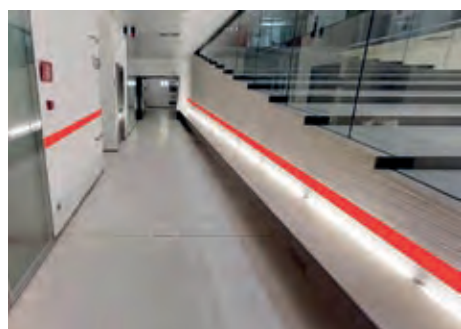
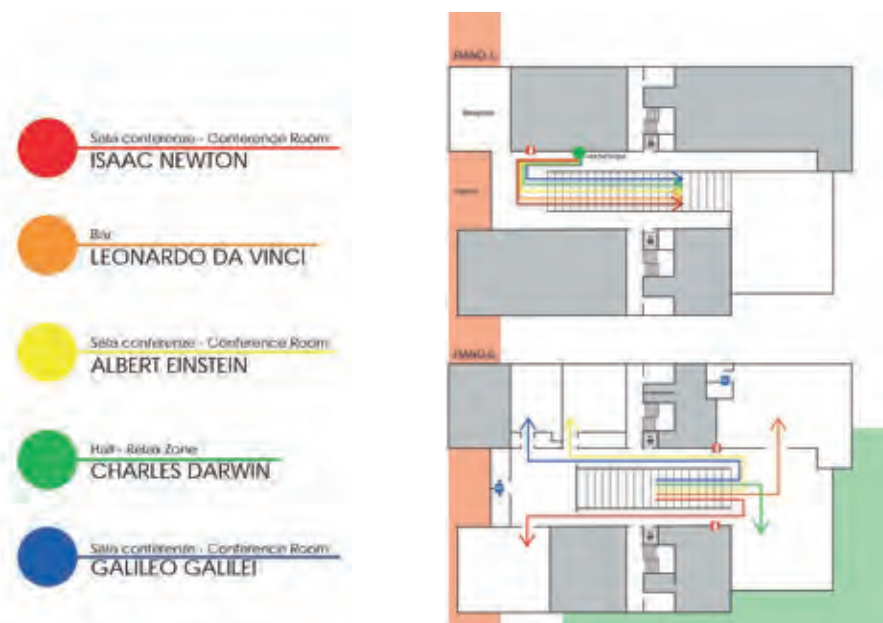
IDEATO DA:

Alice Calvo
Elena Carollo
Elisa D'amico
Joelle Fernandez
Anna Manea
Valentina Turcato

Il Gruppo di lavoro ha cercato di capire quale fosse il modo più semplice, veloce e immediato per "descrivere" al meglio ciò che accade dentro la struttura". In tal senso sono state individuate parole che più facilmente vengono alla mente pensando al Kilometro Rosso: dalla più generica, alla più particolare, ottenendo così un "brain storming" di termini inerenti a ciò che di più particolare caratterizza l'unicità dell'Innovation District.

L'idea dei percorsi a colore è nata dalla volontà di facilitare l'orientamento e la comunicazione all'interno dell'edificio. Così si è deciso di creare dei veri e propri percorsi, di colore diversi in base a dove essi portino. Questi percorsi sono stati pensati come delle strisce colorate collocate alle pareti tramite adesivi.

Segnaletica



Relazioni 4.0

IDEATO DA:

Luca Ferrandi
Silvia Marcolin

Il progetto si basa prima di tutto su una struttura destinata a rivoluzionare l'architettura della Piazza delle Idee.

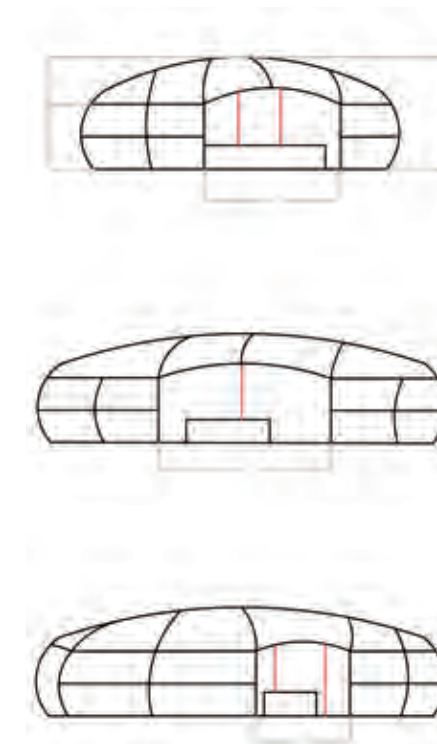
La forma della installazione trae spunto da elementi naturali come gusci e conchiglie che vanno ad ospitare quattro aree di relazione. L'idea base è quella di creare un'area accogliente e riservata in uno spazio ampio e dispersivo.

Natura Artificiale è invece un'installazione che trova radici in esperienze di comunicazione rivolte al settore meccanico. A questo proposito il concetto di cactus in vaso è stato rivisitato trasformando la pianta in un componente meccanico, sostenendo quindi l'idea di una natura nata e trasformata attraverso la mano dell'uomo.

Natura Artificiale



Organicum



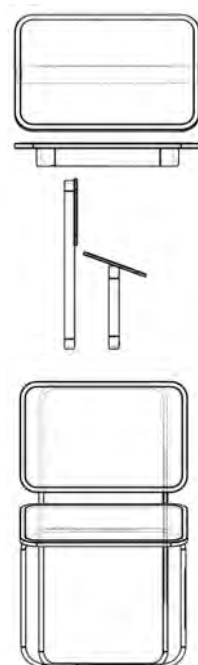
Pagine di reputation

IDEATO DA:

Vincenzo Cavallaro
Francesco Ceccato
Liboria Cirilli

La copertina del magazine presenta una fotografia che varia in ogni pubblicazione. Sono stati ripresi gli elementi inclinati verso l'alto per rendere più omogeneo lo stile grafico proposto.

La gabbia di impaginazione scelta è molto lineare e può essere adattata per vari articoli. Una linea rossa che parte dalla copertina percorre tutte le pagine della rivista riprendendo il logo del Kilometro Rosso.



Info point
Interattivo



Comunicazione
esterna



Armonia esterno - interno

IDEATO DA:

Valentina Pirrone
Claudia Pollet
Chiara Sartori
Camilla Tomè

Per questo progetto si è posta l'attenzione su specifiche parti dell'edificio da ottimizzare, prime fra tutte le sette grandi finestrate poste nel parcheggio. Altri focus di attenzione la zona bar, la sala delle idee e la parete al suo interno.

Per le grandi finestrate esterne si è utilizzata una linea unica che va a creare un'onda che funge da collegamento ideale; per la sala delle idee si sono posti dei divani circolari per poter avere più privacy nel dialogo. Nella zona ristoro si è posto il bancone al centro dall'ambiente, in modo tale che i tavoli si sviluppino tutt'intorno.



Arredo Interno
e Pianta Bar

Arredo Esterno



Un percorso strutturato

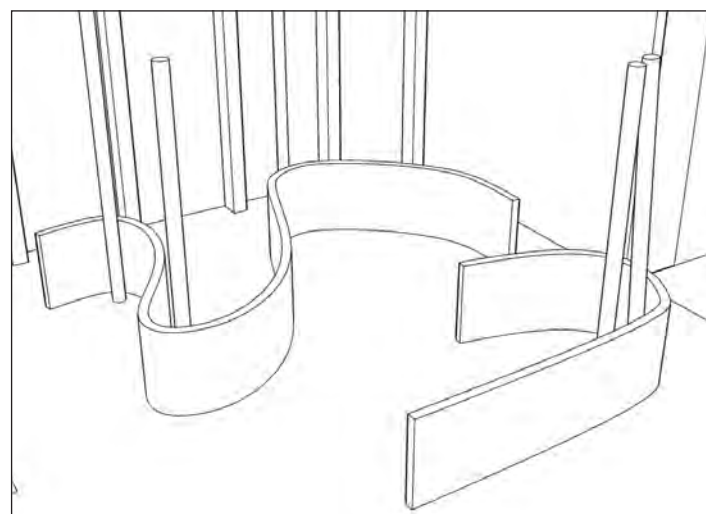
IDEATO DA:

Bianca Adina Demeter
Nathalie Polo

Questo progetto per il nuovo allestimento degli spazi per il Kilometro Rosso è strutturato per moduli. Questi moduli sono stati progettati seguendo le linee del logo della struttura in seguito a uno studio e semplificazione di esso.

Il colore invece riprende il colore principale che caratterizza il Kilometro Rosso. Gli spazi strutturati all'interno configurano quattro percorsi fra loro sinergici.

Arredo Interno



Una nuova piazza per le idee

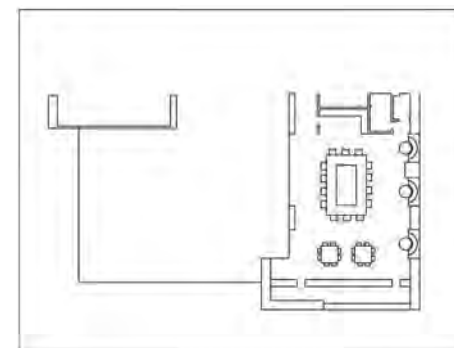
IDEATO DA:

Ahmed Taissir

L'obiettivo di questo progetto è quello di rendere gli spazi più funzionali, applicare un'estetica migliore in modo da rendere gli spazi più piacevoli e accoglienti. Introdurre una maggior privacy servendosi dell'arredamento.

In particolare sono stati sviluppati due spazi differenti nella piazza delle idee: una zona relax e una zona studio.

Arredo Interno



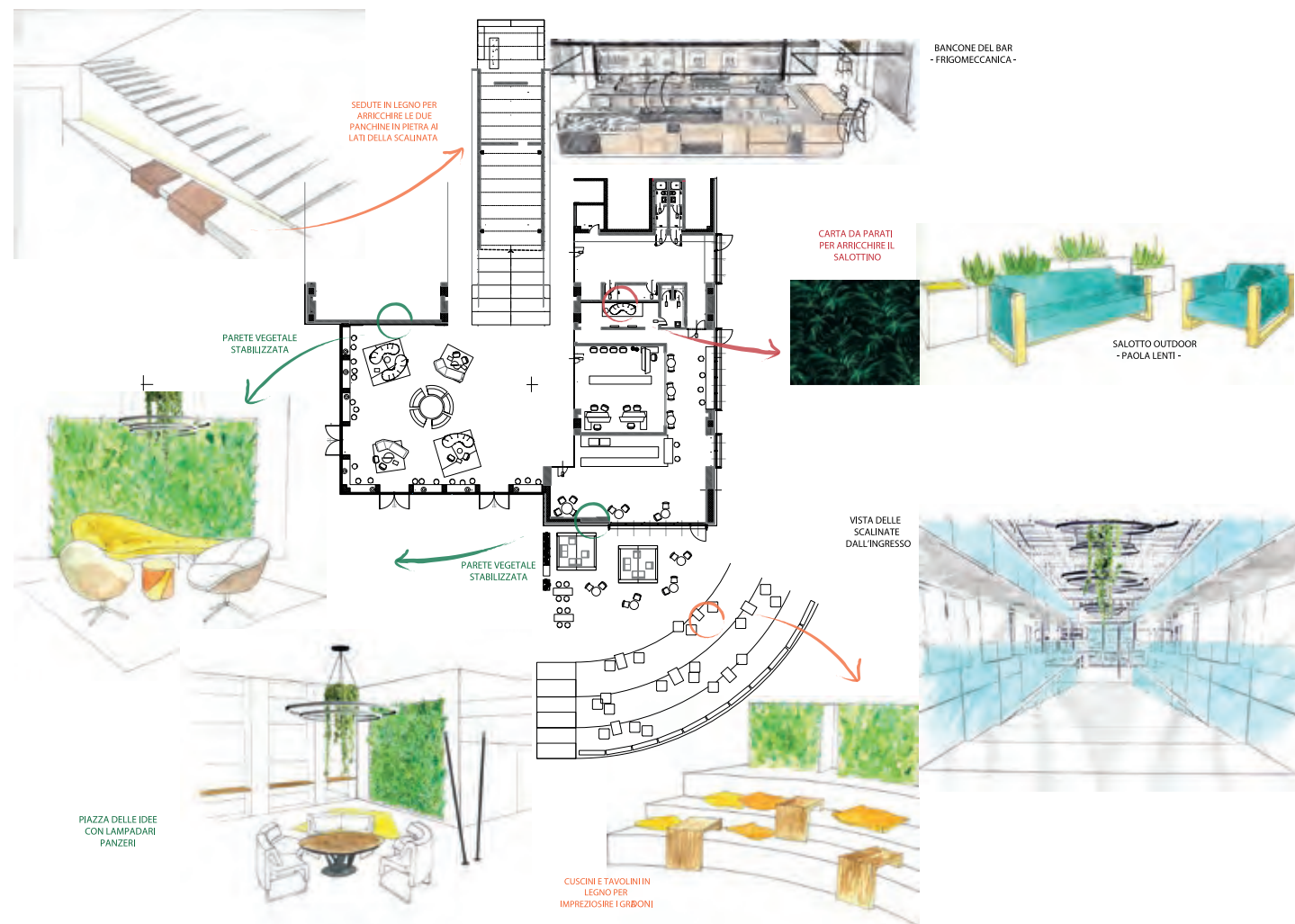
Al lavoro come a casa

IDEATO DA:
Annamaria Battistello
Giorgia De Toni
Chiara Sturaro

Il concept guida appare quello di rendere più friendly il rapporto fra struttura e utenza.
Due esempi significativi il bar e la piazza esterna.
All'interno del bar viene creato un mood in cui le persone possano rilassarsi e sentirsi quasi "a casa".

Il materiale predominante è il legno, il quale, insieme alla parete vegetale, richiama la natura e il senso di libertà che essa sa dare.

Arredo Interno



Ecosistema innovativo

IDEATO DA:
Thomas Bolcato

L'aggiornamento della corporate image punta decisamente verso un'immagine che unisce una percezione aperta alle relazioni senza mai dimenticare funzionalità ed esigenze del target business.

Lo si nota in modo significativo, ad esempio, nell'apposito Totem Touch Screen che permette di visualizzare gli eventi, le news, e tutto ciò che è relativo al parco scientifico, in tempo reale, perché collegato al computer generale.

Brochure



Totem Touch Screen



Segnaletica



Prima di tutto "concept"

IDEATO DA:

Isabella Marinoni
Monica Nanni Bravo

La proposta presenta una serie coordinata di messaggi di forte impatto emozionale, capaci di ingaggiare i fruitori e creare un nuovo, originale "tono" all'intera struttura.

I visual concept costituiscono le vere e proprie matrici di comunicazione per tutti gli altri sviluppi applicativi, interni agli ambienti e sul web.



Forme e contenuti

IDEATO DA:

Erica Andrich
Alessia Migaldi
Elena Visentin Venturi

Il progetto comprende proposte sia a livello editoriale, sia archigrafie e soluzioni totemiche, coordinate nello stile e nell'obiettivo di rendere più facile e gradevole la fruizione dei contenuti.

Lo si nota in modo evidente nel magazine, che presenta una gabbia grafica essenziale, dati i suoi margini equivalenti, ma rispetta gli aspetti funzionali ed estetici dei canoni d'impaginazione. I margini sono funzionali al lettore, il quale ha una lettera facilitata con zone bianche e di riposo, utili ad equilibrare gli elementi.

Totem Informativo



Magazine



NABA
NUOVA ACCADEMIA DI BELLE ARTI

NABA - MILANO

Con oltre 3000 studenti provenienti da più di 70 paesi del mondo, in NABA si genera una straordinaria esperienza di vita multiculturale. Inoltre grazie alla partnership con un network internazionale di università in tutto il mondo, gli studenti NABA possono beneficiare di autorevoli esperienze di studio, corsi e programmi di scambio. Grazie all'approccio didattico che coniuga formazione teorica e laboratori progettuali, gli studenti hanno l'opportunità di mettersi alla prova su progetti reali per aziende nazionali ed internazionali. Oltre alla storica sede di Milano, capitale mondiale del design e della moda, oggi NABA è presente con una nuova sede a Roma, con il suo patrimonio artistico e architettonico inestimabile e i grandi eventi dedicati all'alta moda e al cinema.

1° classificato

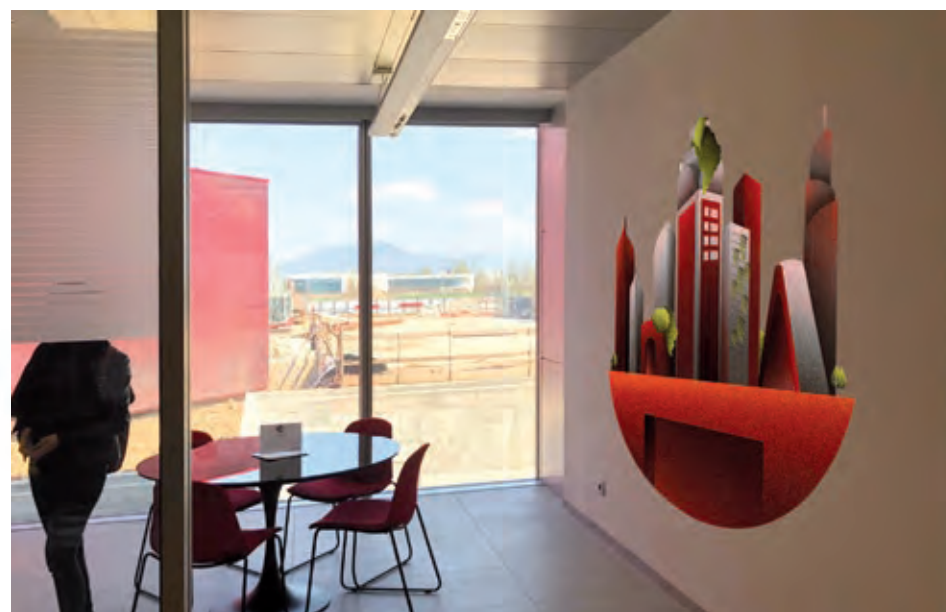
IDEATO DA:
Martina Ghezzi
Rebecca Mantoanello
Alessandro Pellegrino

Città del futuro

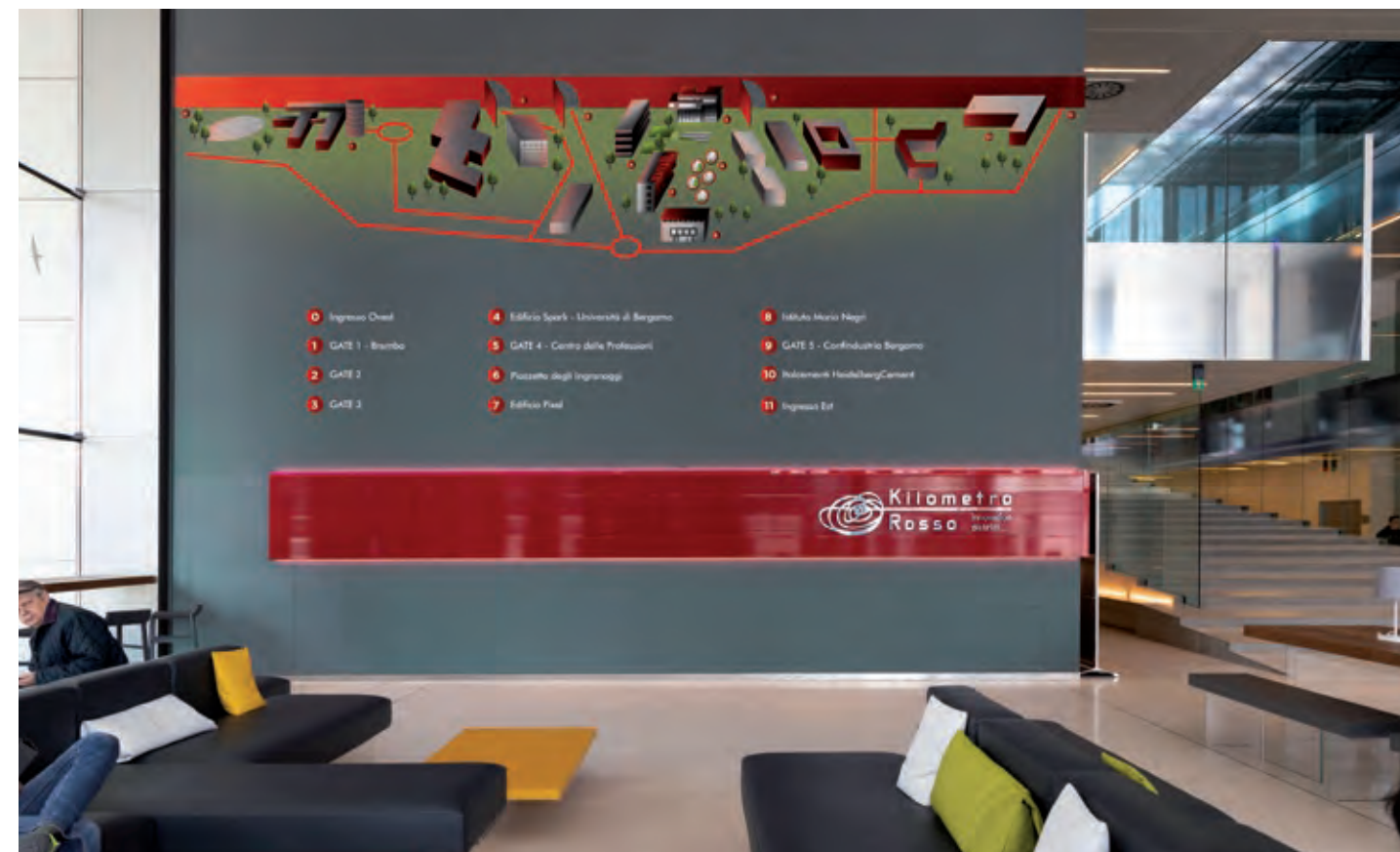
Cosa è Kilometro Rosso? Questa la domanda che si è posto il gruppo di lavoro iniziando il suo progetto. L'obiettivo è stato quello di dare una nuova immagine, un'identità forte a Kilometro Rosso e, per farlo, occorre prima capire nel profondo cosa questo distretto per l'innovazione rappresenta.

È stata immaginata una città. Una città circondata da un muro che non divide, ma unisce una molteplicità di realtà. Realtà connesse tra loro, realtà che operano in ambiti diversi, ma collaborando per raggiungere un unico obiettivo comune: il futuro. Questa città rappresenta una vera e propria realtà, un ecosistema vivente, con i suoi spazi privati e quelli di incontro. Questa città non è fantascienza: è già realtà. È la città del futuro. Kilometro Rosso.
Il key visual che proponiamo, prende spunto dall'opera dell'artista René Magritte, "Le château des Pyrénées", ritenuto perfettamente calzante e adatto all'ideale di città costruita su una storia forte.

Key visual



Mappa



Magazine





IDEATO DA:
Martina Ghezzi
Rebecca Mantoanello
Alessandro Pellegrino

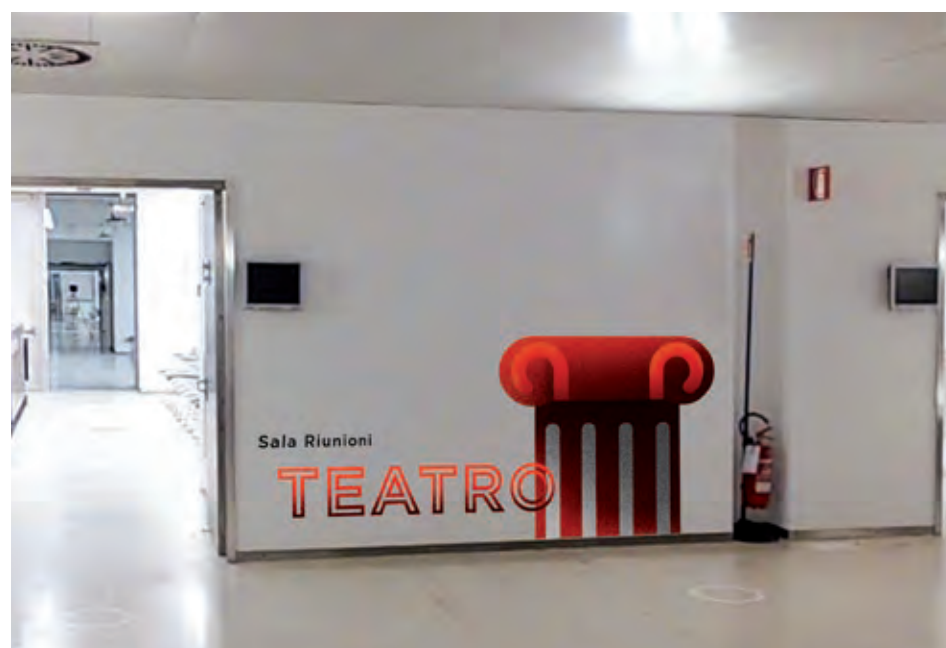
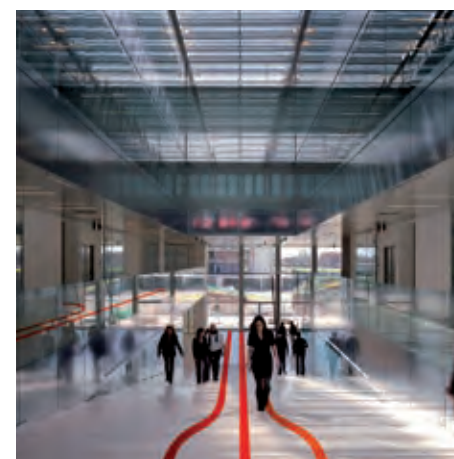
Il principale obiettivo stato quello di migliorare la comunicazione interna di questa grande città, così che chi vi lavora possa sentirsi parte integrante di una popolazione unita per un mondo migliore e, al tempo stesso, incrementare la brand awarness e la comunicazione esterna, così da permettere a tutti di conoscere questa importante realtà.

Come ogni città che si rispetti, anche quella di Kilometro Rosso ha i suoi spazi ben delineati. Si è perciò provveduto ad una suddivisione degli ambienti e degli spazi all'interno del distretto, da quelli comuni a quelli privati.

Icone quartieri e applicazione



Segnaletica orizzontale



**2°
classificato**

IDEATO DA:
Laura Serafin
Sofia Varsos

Open circle

Oltre che all'esterno il gruppo di lavoro ha pensato di inserire sul pavimento all'entrata, subito dopo le porte, un "Benvenuti" in più lingue, così da far sentire "a casa" proprio tutti.

Per i totem è stato riorganizzato il layout, suddividendo per "piani" e per "spazi e servizi". Le due proposte si differenziano per il fatto che il primo totem è componibile attraverso i cerchi mentre il secondo è girevole. Per alcuni dei vetri presenti nella piazza delle idee si è pensato di mettere a disposizione dei pennarelli (cancellabili) per poter scrivere sui vetri i propri pensieri e, quindi, condividere le proprie idee. Questa circolazione di idee vuole coinvolgere anche il web, grazie ad una serie di originali soluzioni che il gruppo di lavoro pone in coordinamento con la nuova corporate image.



Totem



Muro "animato"



Web site e App



Timeline per vetrare





3°
classificato

IDEATO DA:
Enxhi Rexhepi
Pierangelo Rinallo
Rosivana Sileo
Crina Talamba

Editoria a 360 gradi

Prima di tutto un magazine che rappresenti Kilometro Rosso a 360 gradi. Ricco di contenuti che esplorano sul fil rouge dell'innovazione esempi di collaborazioni e sinergie in ambiti e discipline diverse.

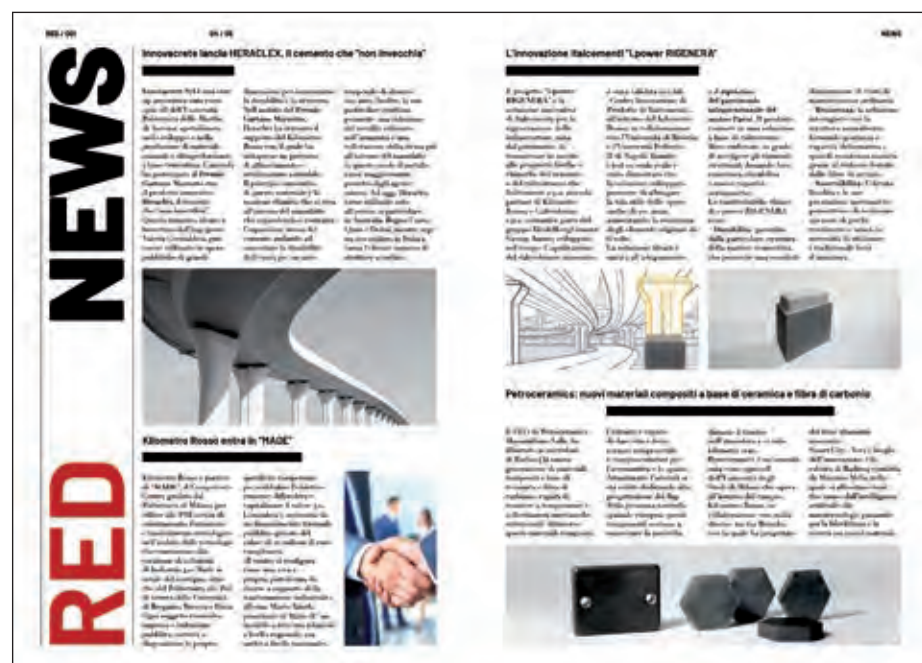
Inoltre, a supporto, una newsletter differenziata per partner e soggetti esterni che anticipi alcuni argomenti successivamente approfonditi nella rivista: uno strumento di aggiornamento più frequente ed immediato, nonché veloce ed intuitivo.

Studio logo della testata

Red come rosso ma anche come RE-volution; RE-search; RE-action; RE-design D-istrict.
Con un rimando al muro rosso che contraddistingue la struttura architettonica del distretto.

ReD

Magazine



Instagram



Newsletter



Cosa succede là dietro?

IDEATO DA:

Ilaria Cendamo
Emma De Sio
Michela Ferraresi
Serena Giannangelo
Federica Tavecchia

Il Kilometro Rosso parla di futuro e tutti dovremmo sapere cosa succede al suo interno.

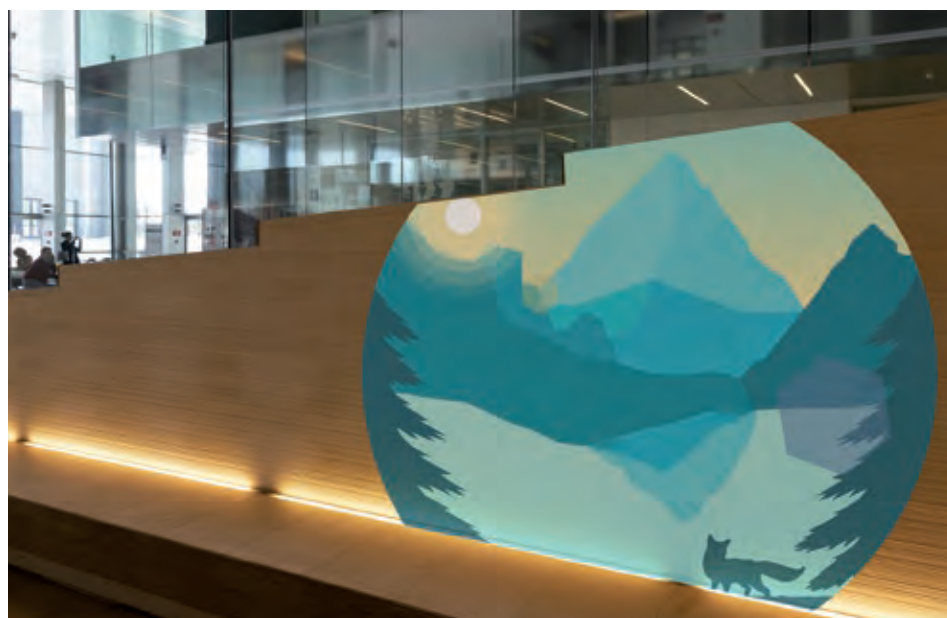
Le illustrazioni presentate sono ambienti paesaggistici dove la consapevolezza creativa si unisce all'abilità grafica per creare immagini che trasmettono l'idea di conoscenza, di continua ricerca e innovazione. Le forme sono squarci, l'occhio spia, indaga, mosso dalla curiosità.

Ogni settimana si inviteranno i follower a partecipare ad un contest su Instagram. Ognuno potrà dare spinta creativa alla sua immaginazione.

Illustrazioni



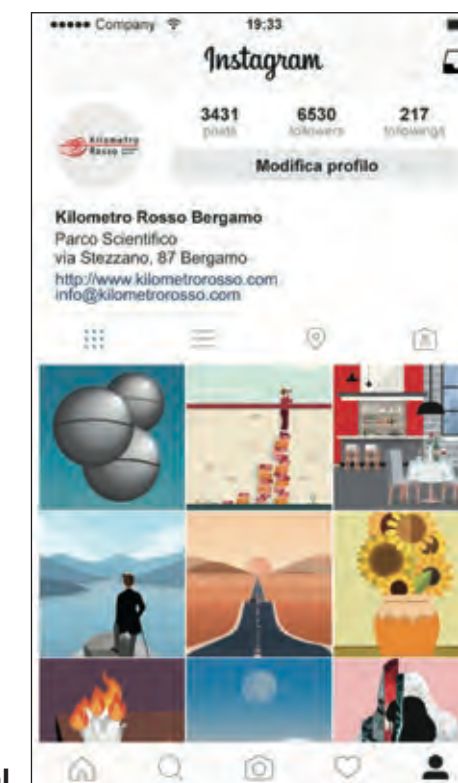
Space design



Editoria



Through the future



Web e social



Innovation means

IDEATO DA:

Elisabetta Riva
Lorenzo Rogante
Davide Trevisan
Matteo Varisco
Chiara Versaico

“L’Innovazione” è concetto ampio e poco definito quindi, a livello emotivo, crea distanza dall’argomento perché visto come “lontano” dalla propria quotidianità. La proposta intende raccontare il concetto di “innovazione” (e in particolare, la ricerca sull’innovazione) rendendolo: semplice - umano - emozionale.

È stato creato un gioco di parole inglesi, in cui la matrice “Innovation means”, usato con o senza complemento oggetto, assume due sfumature di significato diverse ma, per il loro messaggio, complementari. I claim e K-visual sono stati declinati in un circuito di comunicazione integrata e circolare caratterizzato da 8 punti di azione. Nella campagna ADV ogni K-visual ritrae differenti situazioni in cui dei bambini raggiungono risultati straordinari mentre si cimentano in giochi scientifici.

Web site



Ambient



Campagna adv stampa

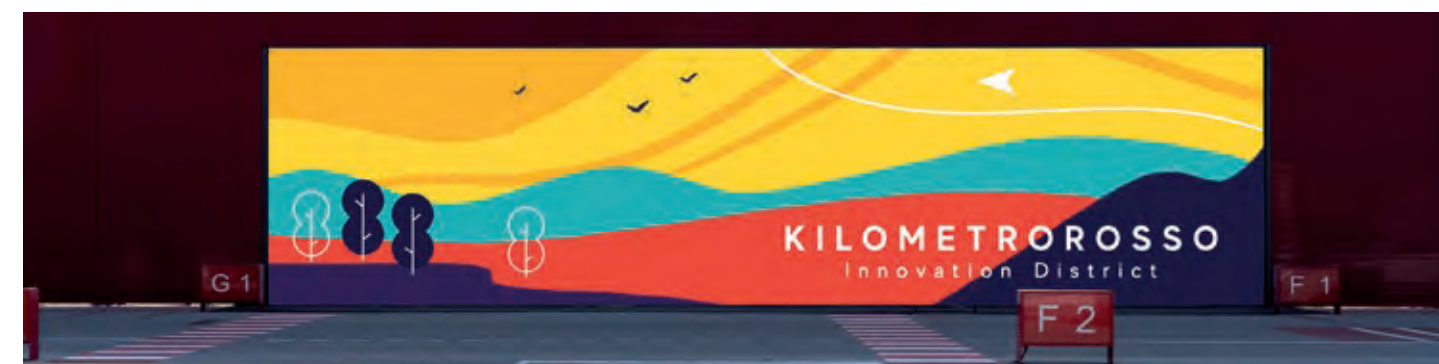
ECOSYSTEM

IDEATO DA:

Lorenzo Mercanti
Elisabetta Vedovato
Lorenzo Vivaldini

Kilometro Rosso deve diventare la casa dell’innovazione, un terreno fertile in cui crescere come imprese e come singoli protagonisti, aziende e persone.

L’innovazione si sposa con la natura, ispirando alcuni elementi iconici e rappresentativi, che conducono a questi obiettivi: rafforzare la brand reputation, stimolare il dialogo nelle aree comuni, creare ambienti di lavoro e condivisione stimolanti.



Affissione esterna

Segnaletica interna



Depliant mappa

Oasi delle idee



Parliamo la stessa lingua

IDEATO DA:

Paola Sau
Edelweiss Torres
Denise Villacis
Rebecca Villi

Il progetto prende avvio proponendo un codice visivamente riconoscibile che permetta di capire il linguaggio tecnologico che ora è lontano da chi non fa parte del settore.

Per l'area relax è stato pensato uno spazio componibile che riprende le forme geometriche della proposta. La praticità e versatilità degli elementi favorisce il cambiamento permettendo a chiunque di posizionare le sedute a proprio piacere per crearsi il proprio angolo rilassante. Idee per l'interno, ma anche per l'esterno; ad esempio la cura botanica potrebbe giovare molto all'aspetto estetico di tutto l'edificio. Le attuali aiuole, che contengono delle piantine disidratate e "spente", sarebbero più facili da gestire se contenessero piccoli cactus.

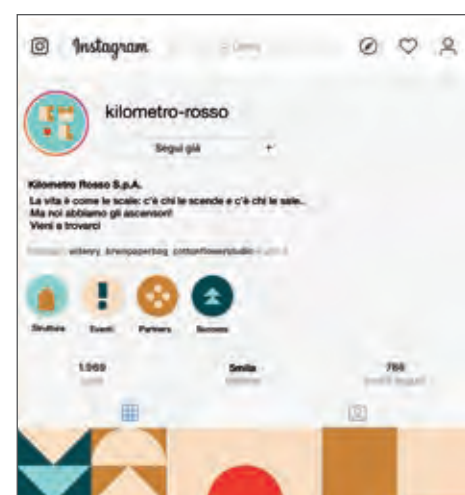
Simboli delle categorie composte



Simboli delle categorie composte



Allestimento area relax



Potere della condivisione

IDEATO DA:

Rosa Ametrano
Giulia Castiglioni
Marianna Censi Morini

Nell'idea del gruppo di lavoro si è deciso di accostare due concetti distanti tra di loro ma che insieme possono creare un risultato originale: fotografie e illustrazione.

L'idea quindi è basata sul visual, e l'accostamento di queste due tecniche creative di comunicazione visiva rappresentano il presente e il futuro. Un futuro che, metaforicamente, rimanda alla continua collaborazione tra i vari settori di Kilometro Rosso.

Post Facebook



Comunicazione esterna



Comunicazione interna



Il prisma

IDEATO DA:

Elisa Alfieri
Luca Bottino
Camilla Colombi

La scienza, l'applicazione scientifica e tecnologica, viene spesso descritta, immaginata e vissuta come un qualcosa di asettico, troppo tecnico ed impostato. Una materia emozionalmente "grigia". L'obiettivo della proposta è altresì quello di far capire che la scienza è una materia, prima di tutto creativa, sperimentale e con un vasto ventaglio di applicazioni, così vasto che è molto difficile da immaginare.

Da questa riflessione si è passati ad immaginare Kilometro Rosso come un prisma che, attraversato dalla luce, genera un ampio spettro cromatico. Lo spettro cromatico generato dal prisma permette di creare una più chiara ed efficace comunicazione.

Ambiti di riferimento



Applicazione del design



Carattere istituzionale



Sito web



Ricerca, innovazione, unicità

IDEATO DA:

Winston Adom Osei
Adriana D'Agostino
Angelica De Martino
Matteo Di Bella

E' stato scelto di concentrarsi sulla comunicazione interna, per individuare con attenzione ciò che il complesso vuole rappresentare. Il concept generale è quello di realizzare una nuova immagine di Kilometro Rosso, proponendo un'esperienza nuova e stimolante.

Si è pensato alla realizzazione di una nuova segnaletica (totem e schermi) e camminamenti con giochi d'acqua che collegano le strutture, una zona relax e meeting, cercando di accomunare modernità, razionalità, comfort ed accoglienza. Il tutto inserito poi all'interno di un'applicazione scaricabile sui dispositivi mobili da App Store e Google Play, per facilitare e rendere a portata di mano l'orientamento, il calendario degli eventi, i contatti e vari altri contenuti multimediali.

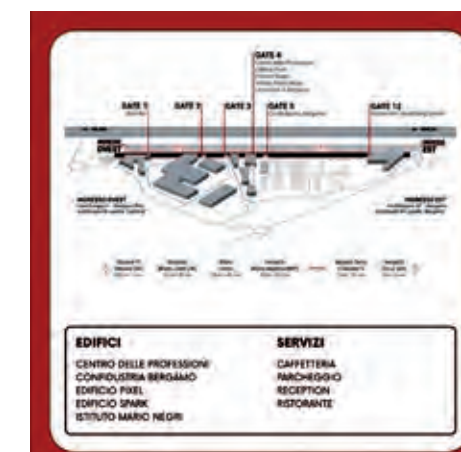
App



Area esterna



Segnaletica



Welcome Project

IDEATO DA:

Filippo Benzoni
Antonio Buonafede
Giacomo Giovannini
Alessandro Notarpietro

Il progetto immagina un ecosistema di comunicazione forte e coerente che accomuni l'ambiente interno con l'esterno.

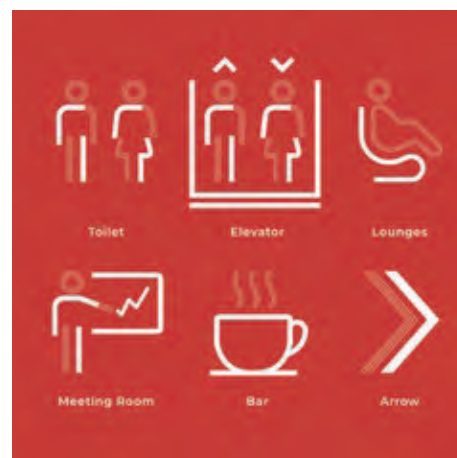
Keywords creative: tecnologia, utenti, team working, relazioni, contaminazione, comunicazione, sviluppo, condivisione, forza, sensibilità, futuro, serietà, dialogo, innovazione.

Lo sviluppo prevede un "Filo di Arianna" che gioca attraverso tipografia, illustrazioni, installazioni, nate dall'elemento madre: una linea verso il futuro.

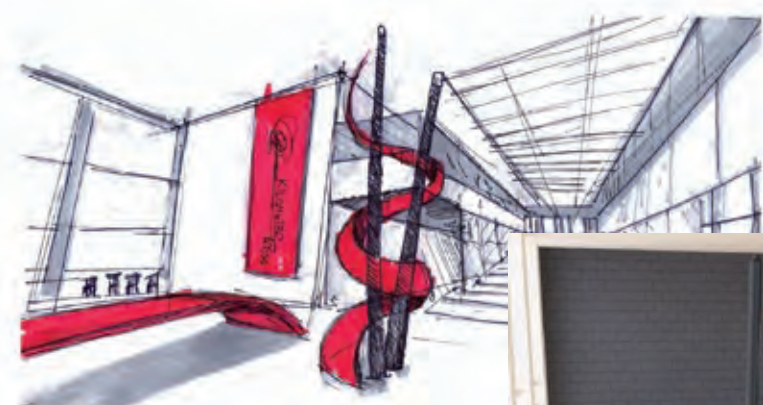
Cartelli segnaletici



Icone



Typography



Allestimento



Connessi all'evoluzione

IDEATO DA:

Gianluca Tamantini
Marco Valentino
Silvia Vavassori

Le Archigrafie rappresentano il primo strumento per favorire un approccio informativo dinamico, emozionante e coinvolgente. Dare la possibilità alla struttura di acquisire una propria personalità senza risultare visivamente pesante. Riquilibrare le zone esterne risulta essere una scelta intelligente per dare un pizzico di ironia alle aree che socialmente svolgono una funzione importante.

Come le idee per diventare forti hanno bisogno di libertà, le archigrafie ugualmente devono attraversare lo spazio senza ostacoli.

Dare la possibilità alle informazioni di contaminare superfici in un diverso rapporto spaziale, per incoraggiare le persone a scambiarsi idee e riflessioni su argomenti differenti al fine di arricchire l'esperienza lavorativa.



Totem



Esterno - Il Grande muro rosso

Simbologia



NABA

NUOVA ACCADEMIA DI BELLE ARTI

?

titolo uguale
al precedente

Connessi all'evoluzione

IDEATO DA:

Stefano Tresoldi

Erica Viotto

Davide Volpi

Kilometro Rosso è l'ecosistema dell'innovazione che basa la sua forza sulla sinergia tra competenze diverse per progredire tecnologicamente. Il distretto si fonda sull'elasticità fisica, (affittare degli spazi comporta dinamicità della struttura) e mentale (grazie al continuo scambio tra le aziende presenti all'interno della realtà distrettuale).

Il fine di quest'operazione di restyling è far sì che gli ambienti vengano percepiti non come scatole rigide, bensì come luoghi fluidi, in cui le informazioni scorrono come flussi canalizzati, però, da una rete elastica. Il motivo è ripreso anche nella segnaletica; la linea rossa esprime vivacità e dinamismo anche nelle semplici indicazioni, creando una coerenza visiva d'insieme.



Cartellonistica esterna



Stand



NABA

NUOVA ACCADEMIA DI BELLE ARTI

Presente/futuro

IDEATO DA:

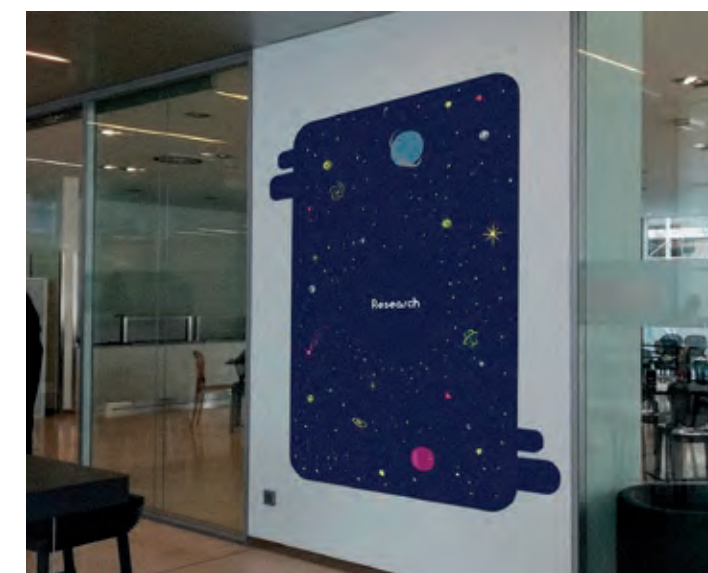
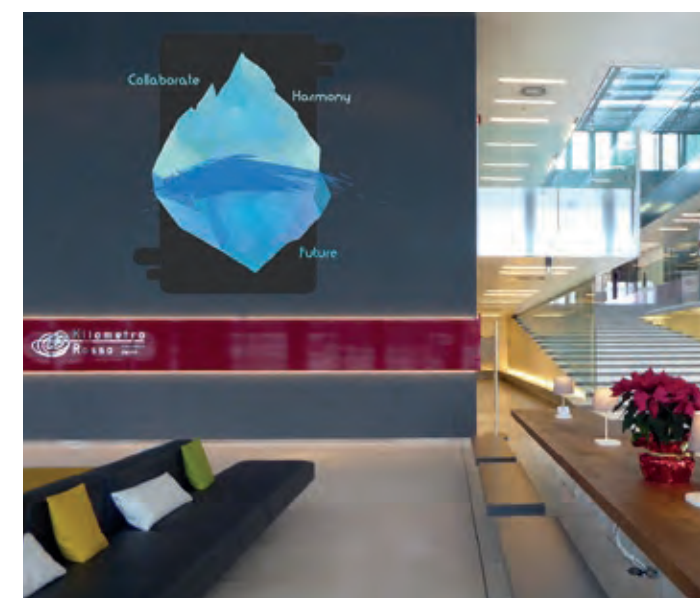
Jana Omandap

Andrea Verga

Grafiche che portano colore e trasmettono emozioni nelle aree dedicate. L'utilizzo di metafore, l'idea di un futuro... presente, da scoprire, ma non irraggiungibile.

Un elemento imponente non del tutto rivelato, rappresenta il percorso svolto per la conquista del futuro. Nulla è inarrivabile.

Illustrazioni per vestizione pareti



Video mapping

IDEATO DA:

Giulia Ienco
Annalisa Lunardi
Enrico Martinotti
Alberto Quistini

"Nulla si crea, nulla si distrugge, tutto si trasforma".

Questo il concept. Kilometro Rosso è il luogo dove avvengono cambiamenti significativi per la vita umana.

La conoscenza, che è alla base di tutto, va scoperta e resa unica in ogni suo aspetto. La tecnica per comunicare questa sensibilità evolutiva è il video mapping. Il video mapping è una tecnologia multimediale che permette di proiettare dei video su superfici reali, in modo da ottenere un effetto artistico e movimenti inusuali sulle superfici interessate. Il mapping è una particolare forma di realtà aumentata che gioca sulla illusione ottica tra la superficie reale e la sua seconda "pelle" virtuale, alterando la percezione visiva ed arricchendo la percezione sensoriale.



Video Mapping

Propagare positività

IDEATO DA:

Alessandro Gherzi
Lorenzo Mandozzi
Federico Santus

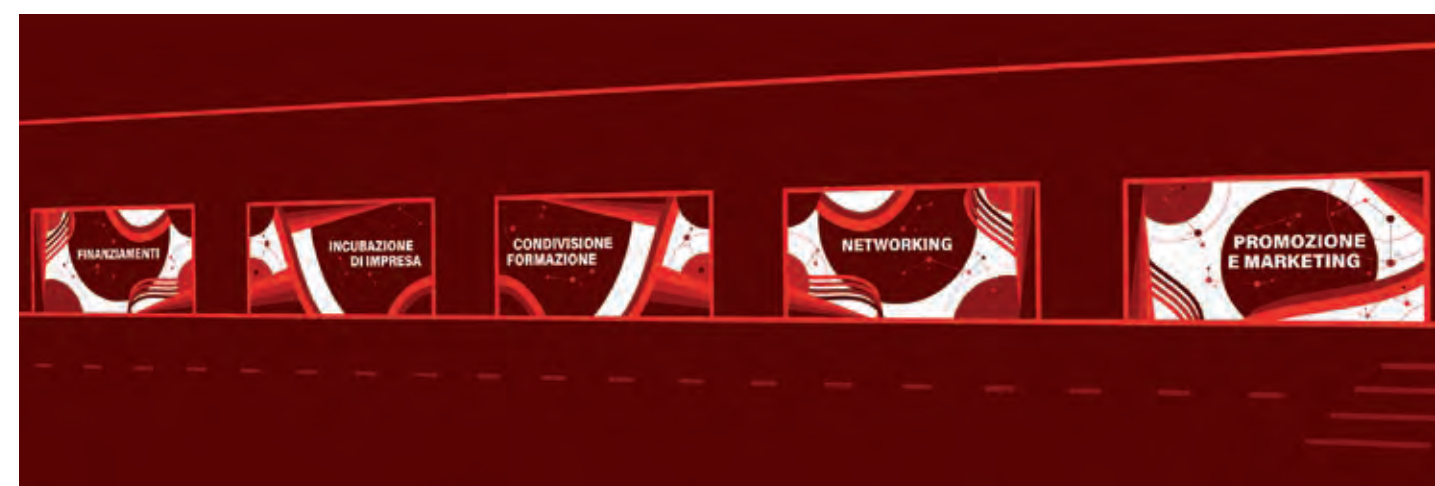
Delle linee dinamiche e continue rappresentano la costante crescita e ricerca per l'innovazione. I cerchi e i semicerchi si sovrappongono l'uno sull'altro come la propagazione di un'onda simboleggiando la condivisione.

Delle ramificazioni uniscono i segni di innovazione e condivisione per creare il nuovo ecosistema Kilometro Rosso. Si è deciso anche di intervenire su porte e ascensori perché l'immagine di Kilometro Rosso rimanga coerente in ogni ambiente della struttura, anche dove eventualmente non fosse possibile applicare le grafiche.

Totem



Affissione esterna



Open Innovation

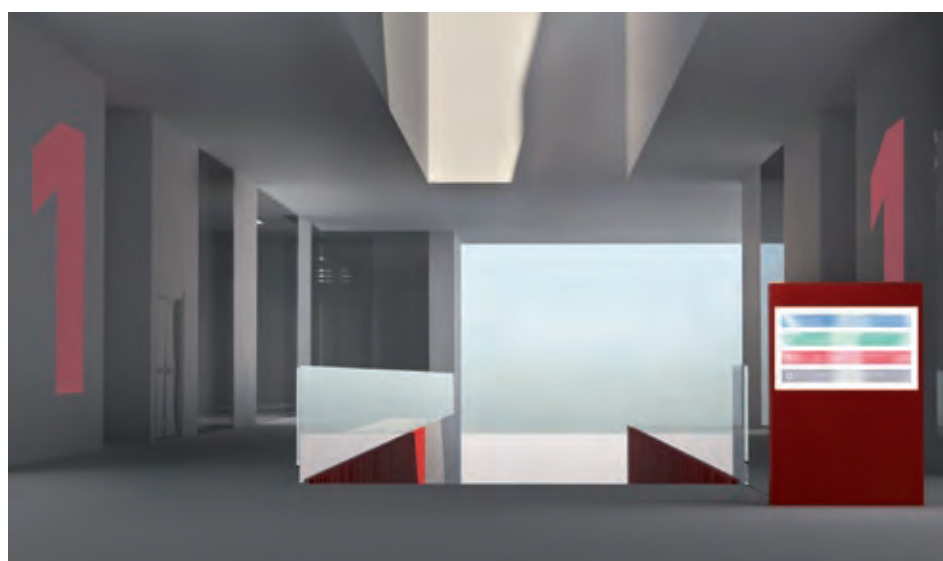
IDEATO DA:

Virginia Bianucci
Leonardo Pinto
Benedetta Spandri
Federico Tremulda

Il concept dello spazio aperto si unisce a soluzioni innovative dove la tecnologia è palesemente protagonista. Libera di pensiero all'interno di regole ben codificate.

Ecco quindi, ad esempio, strumenti che si attivano al passaggio del potenziale fruitore. Il percorso visivo si muove lungo le pareti, unisce le sedute, crea un giardino cromatico e aromatico...

Percorsi visivi



Endless line of progression

IDEATO DA:

Gaia Beilis
Marcin Delowicz
Nicola Fidel Genini
Adam Losio
Alessandro Marini
Nicholas Vico

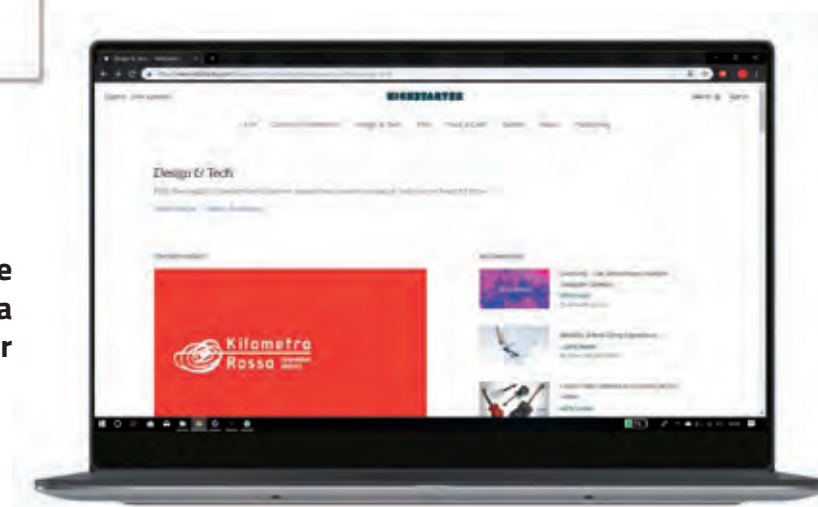
Considerando il concetto di avanzamento e progresso, quali sono due fondamentali per definire l'immagine di Kilometro Rosso, è stato scelto di rappresentarli, come in una linea del tempo, con una linea rossa che scorre da sinistra verso destra.

Utilizzare la linea del progresso per mettere in collegamento sia le persone interne al Kilometro Rosso, che quelle esterne. Per enfatizzare il concetto di collegamento tramite la linea rossa, sono stati creati degli applicativi, in cui visualizzare la linea sulle pareti degli ambienti interni ed esterni di Kilometro Rosso. Questa idea grafica potrebbe essere in futuro rappresentata anche attraverso supporti video che evidenzino i temi di movimento e dinamicità.

Segnalibro



Archigrafia esterna/interna



Comunicazione esterna Kickstarter

SANTAGIULIA
HDEMA
DI BELLE ARTI

HDEMA SANTAGIULIA

L'Accademia SantaGiulia di Brescia mette al primo posto lo sbocco professionale degli studenti e punta a saldare le competenze artistiche tradizionali con lo sviluppo delle nuove tecnologie digitali. È animata da un'intensa interazione col mondo delle professioni e punta a valorizzare la voglia di fare di studenti capaci e intraprendenti, affinché possano essere avviati a compiti di responsabilità legati ai profili delle nuove professioni della comunicazione visiva. Sono attivi oltre 260 insegnamenti che spaziano in tutti gli ambiti dell'arte e della progettazione.

1° classificato

IDEATO DA:
Virna Antichi
Alessandro Masoudi

Alla scoperta di un mondo innovativo

La realtà del parco tecnologico è un fulcro di ricerca molto importante a livello internazionale. Necessita di una comunicazione in grado di rendere più accessibile la natura del lavoro svolto al suo interno. Per questo motivo il gruppo di lavoro ha pensato ad una strategia comunicativa dai toni frizzanti, capace di unire dati tecnici ad un linguaggio grafico molto attuale come quello dell'illustrazione.

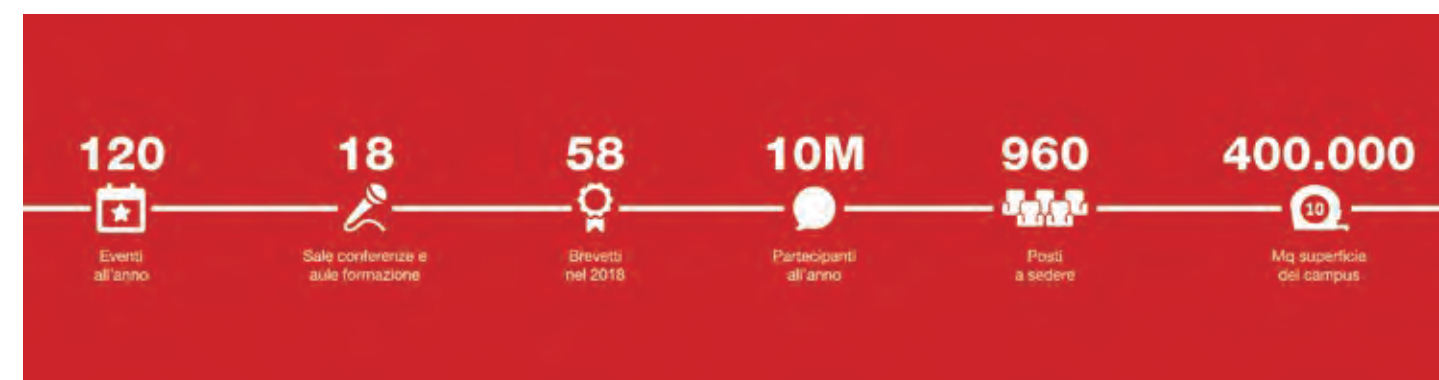
Il cuore del progetto è la curiosità che ogni giorno accompagna centinaia di persone lungo il via vai sull'autostrada A4. Questa emozione spinge le persone a formulare diverse teorie su cosa si "nasconde" dietro il vistoso "muro rosso", tanto famoso quanto misterioso.



Planning



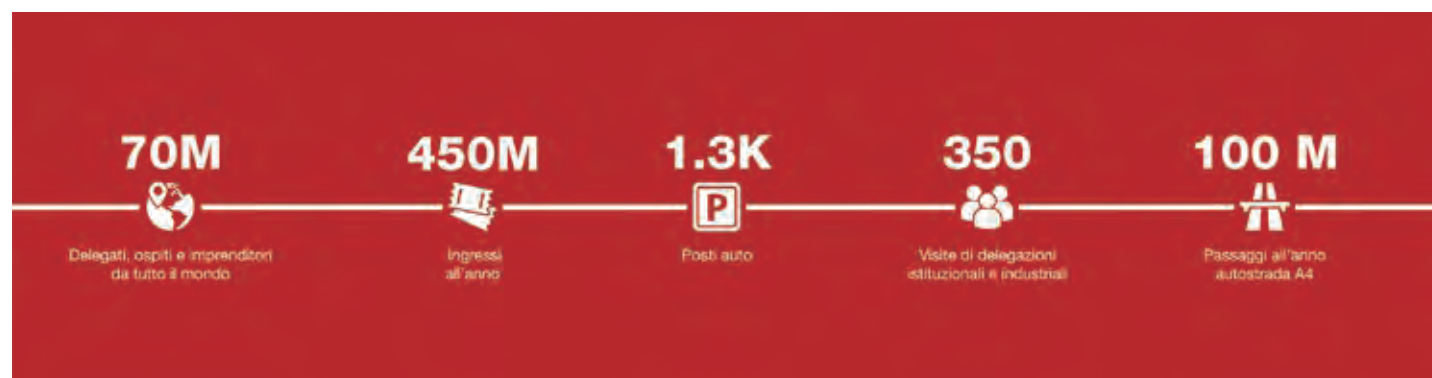
Comunicazione esterna



IDEATO DA:
Virna Antichi
Alessandro Masoudi

Dal virtuale al reale con una vera e propria azione di Guerilla Marketing in cui gli omini bidimensionali dell'illustrazione diventano un'installazione gonfiabile temporanea tridimensionale, che si staglia lungo tutto il perimetro del muro scarlatto. Questa operazione ha lo scopo di generare una reazione social a catena.

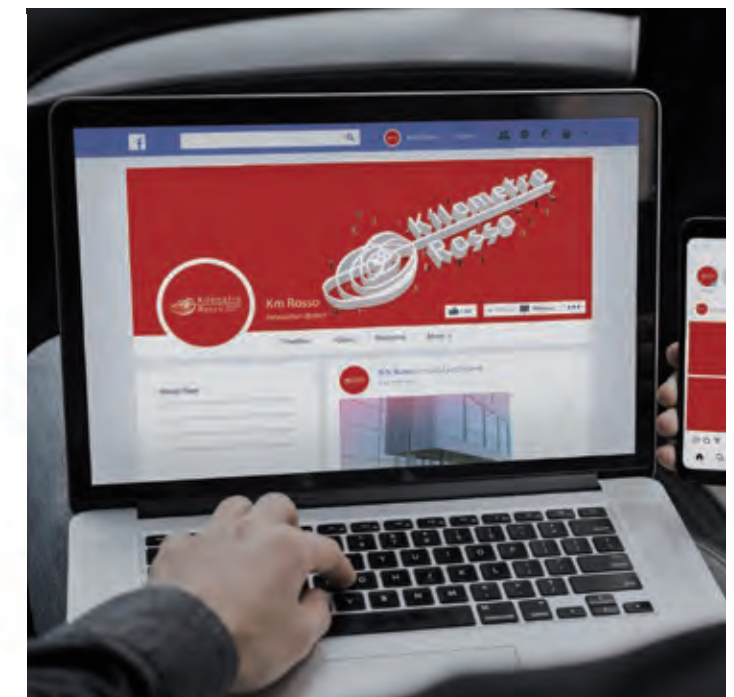
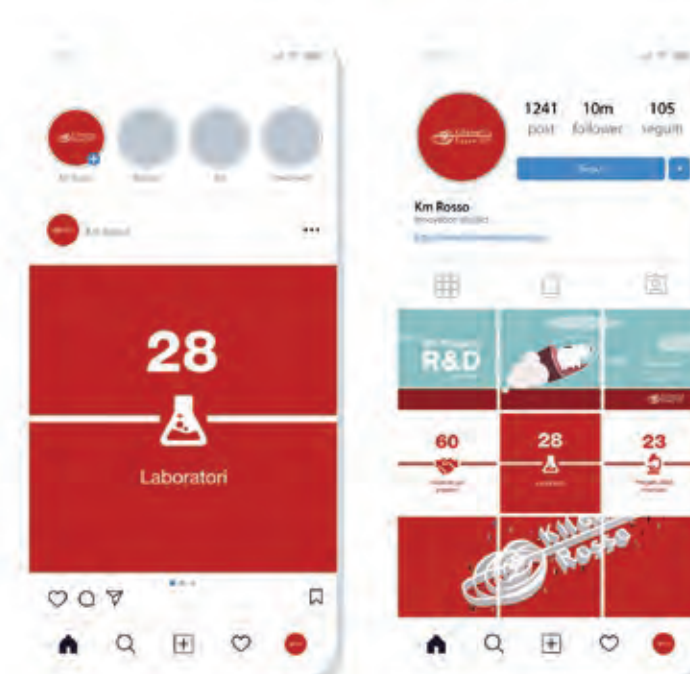
Comunicazione esterna



Guerrilla marketing



Social: Instagram e Facebook



2° classificato

IDEATO DA:
Lorenzo De Bon
Borja Signes

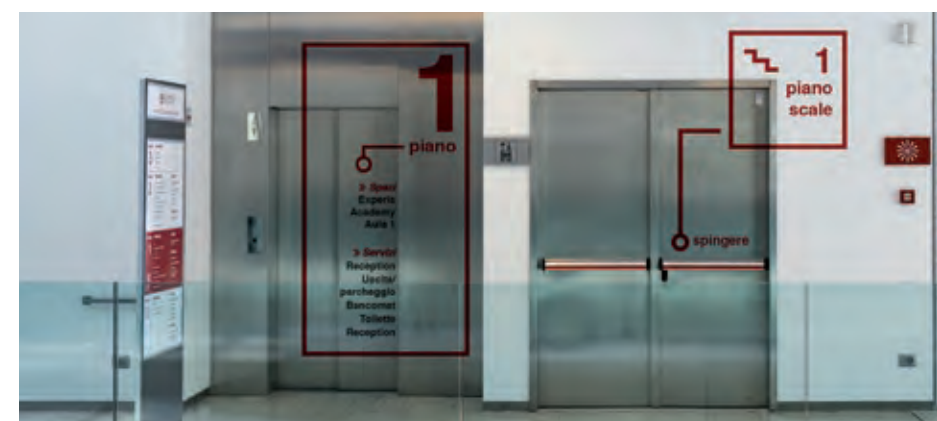
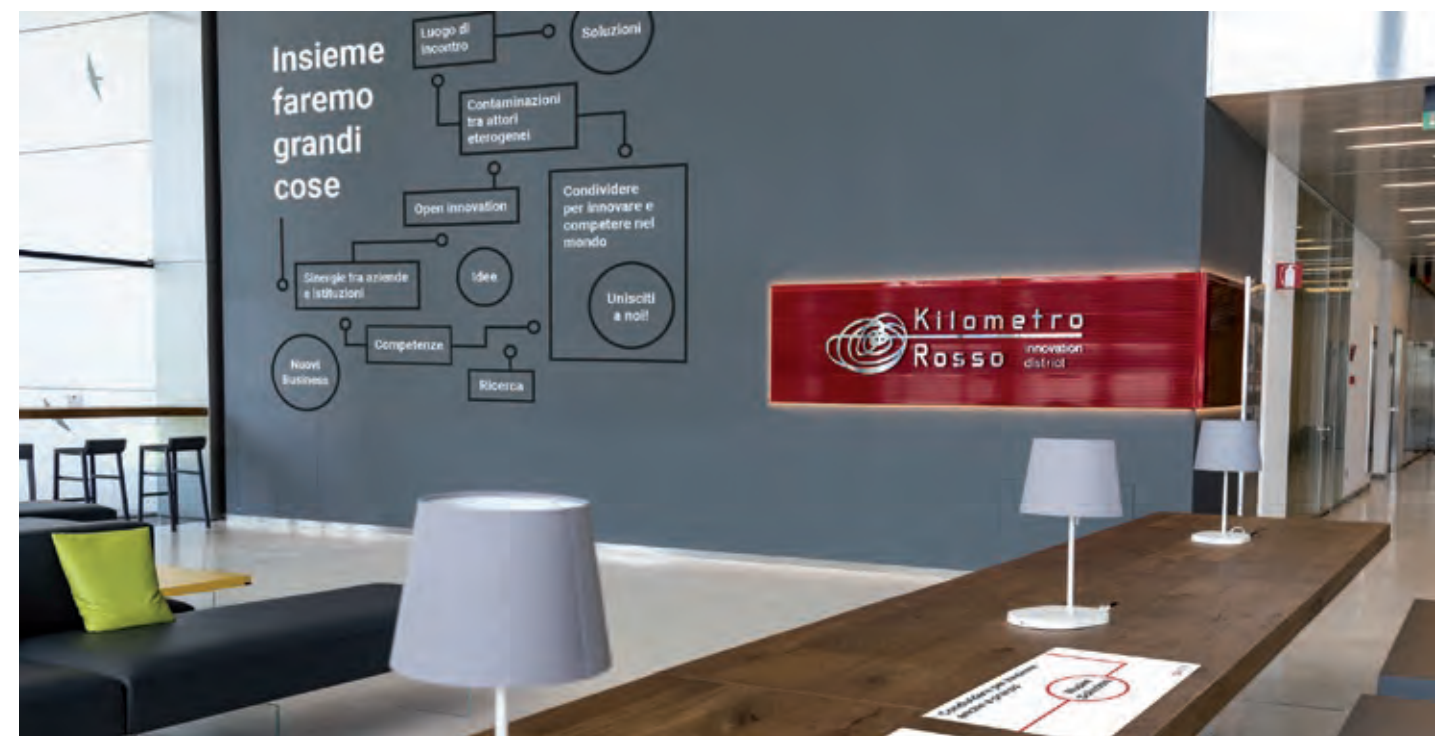
Spazi Rivalutati

La nuova grafica crea un punto visivo d'arrivo per il visitatore che entra, ingaggiandolo nella comunicazione. Fin dall'area d'ingresso la comunicazione punta ad essere più chiara ed interattiva. L'ambiente inoltre, appare più caldo e dinamico grazie alla texture che ricopre alcune parti in acciaio.

Si è pensato di sostituire un pannello informativo con un totem multimediale per favorire la comunicazione delle indicazioni e degli eventi in programma. Inoltre sono stati resi i corridoi di attesa per le sale convegno più confortevoli, trasformandoli in nuovi luoghi di aggregazione, valorizzati da un'infografica dedicata.



Segnaletica orizzontale
e verticale



Totem multimediale



3° classificato

IDEATO DA:
Guglielmo Albesano

Un libro molto speciale

In questo progetto è stata prima di tutto realizzata l'idea (creatività) di una ipotetica campagna di comunicazione esterna, finalizzata ad accrescere la notorietà di Kilometro Rosso. La campagna prevede un visual concept, declinabile in diversi ambiti comunicativi.

Per il concept si è deciso di associare il muro di Kilometro Rosso alla copertina di un buon libro, il quale non si giudica dalla copertina ma dal suo contenuto.

Visual + copy



Manifesti e affissioni



Comunicazione on-line



Resident Partner



Eventi



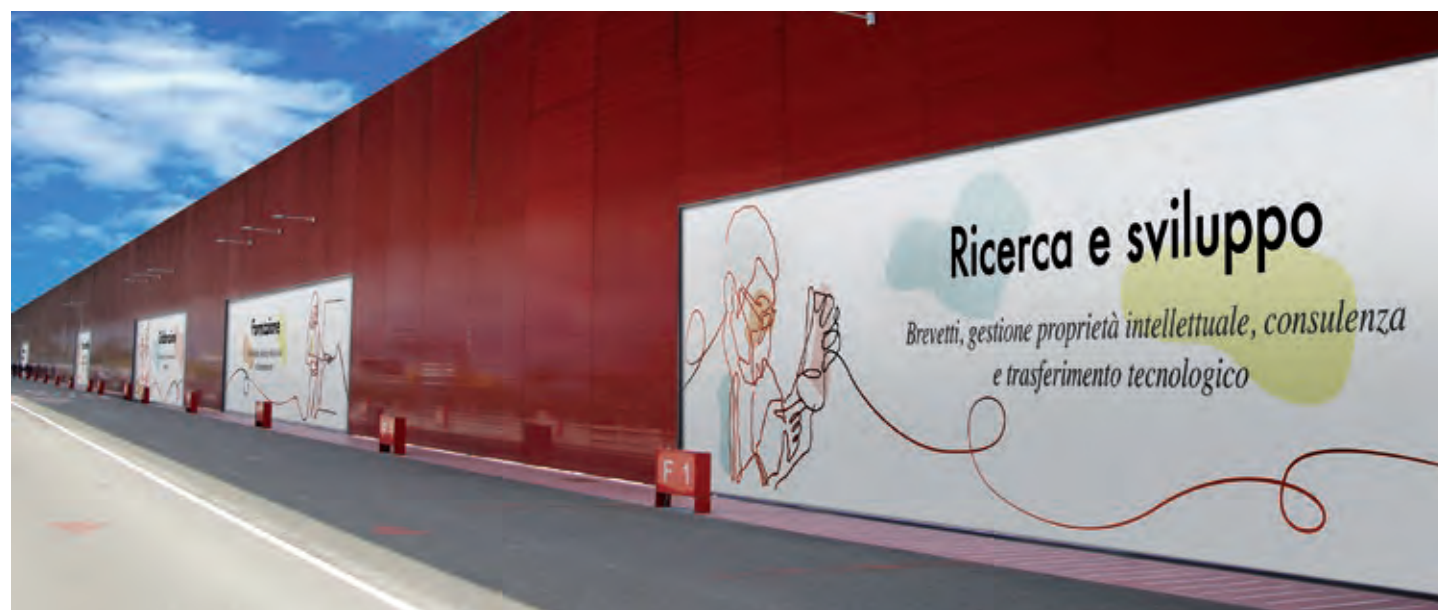
Il filo del discorso

IDEATO DA:
Debora Giacomini
Alessia Negri

Il filo rosso è anticamente simbolo di legame, lo era il filo che Arianna, figlia del crudele re di Creta Minosse, consegnò a Teseo perché portasse a termine la sua impresa. Il filo rosso quindi ha origini simboliche antiche che trasmettono la passione nei legami. La linea rossa che ritroviamo nel logo del Kilometro Rosso è il filo conduttore del progetto di questo team di lavoro.

"Collegiamoci" è un progetto nel progetto e nasce dall'esigenza di contaminazione fra le varie aziende. Con questa installazione chiunque può accedere alle informazioni principali di chi lavora all'interno di Kilometro Rosso, così da poter proporre collaborazioni o lavori di gruppo fra diverse realtà.

ADV esterno



App

Collegiamoci



Gli interni

Esagono: la forma del progresso

IDEATO DA:

Ester Brivio
Lucrezia Gaggia
Alessia Gardumi
Roberta Marzuillo
Diletta Salvalai

Kilometro Rosso è una collaborazione continua tra ricerca e impresa, è sinergia tra più realtà,  uno spazio in cui le idee si intrecciano e prendono forma. Ecco perché il gruppo di lavoro ha immaginato Kilometro Rosso come un alveare, scegliendo quindi l'utilizzo di esagoni come forma base del progetto. Per le api le celle di un alveare servono da "dispensa" in cui conservare miele e polline o come "culla" per le nuove generazioni. Esattamente come all'interno di Kilometro Rosso, dove le idee vengono cresciute e cullate.

Un'ulteriore idea è quella di creare uno spazio espositivo all'interno del Kilometro Rosso in cui possano essere presentate le ultime invenzioni. Lo spazio espositivo prende il nome di #futuroggi.



Segnaletica

Affissione



App



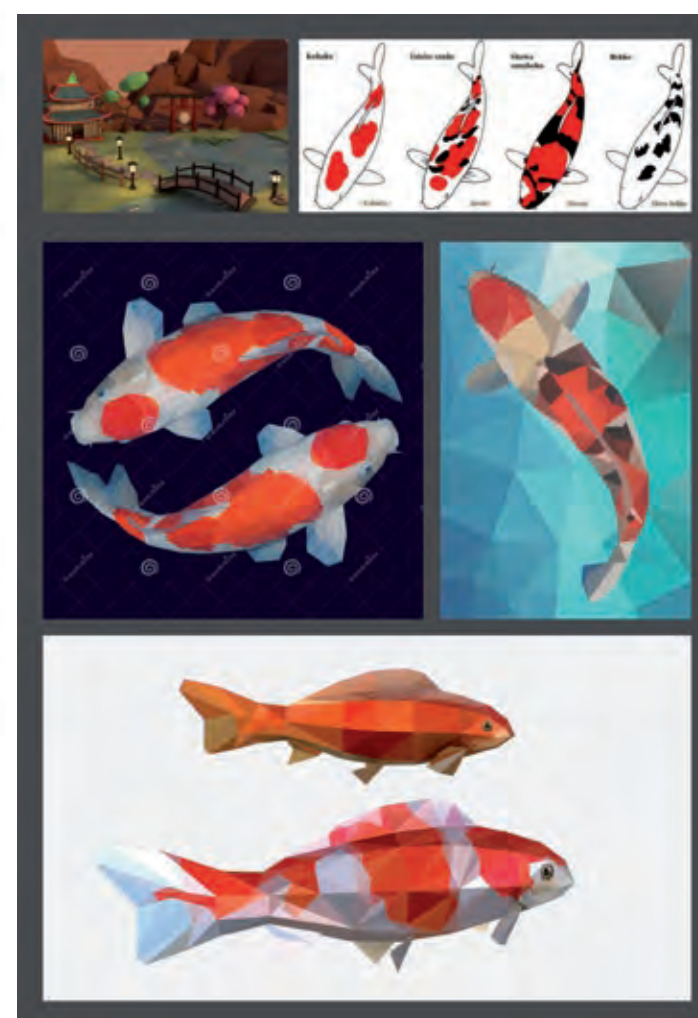
Tutto in una app

IDEATO DA:

Matteo Foddai
Sanzio Pedersoli

Lo scopo dell'applicazione "Fish Talk" è quello di favorire la comunicazione dal vivo tra i membri facenti parte delle diverse realtà del Kilometro Rosso. L'app premierà, tramite le meccaniche di gamification, gli utenti che cercheranno di mettersi in contatto incontrandosi di persona.

L'applicazione sarà strutturata in modo da invogliare l'utente a cercare tra i colleghi sconosciuti, persone che l'abbiano installata a loro volta così da mettere in comunicazione gli smartphone. La comunicazione tra questi dispositivi funzionerà solo ad una distanza di pochi metri: per tutto il tempo in cui i telefoni saranno in comunicazione i punti aumenteranno.



Attenzione ai valori

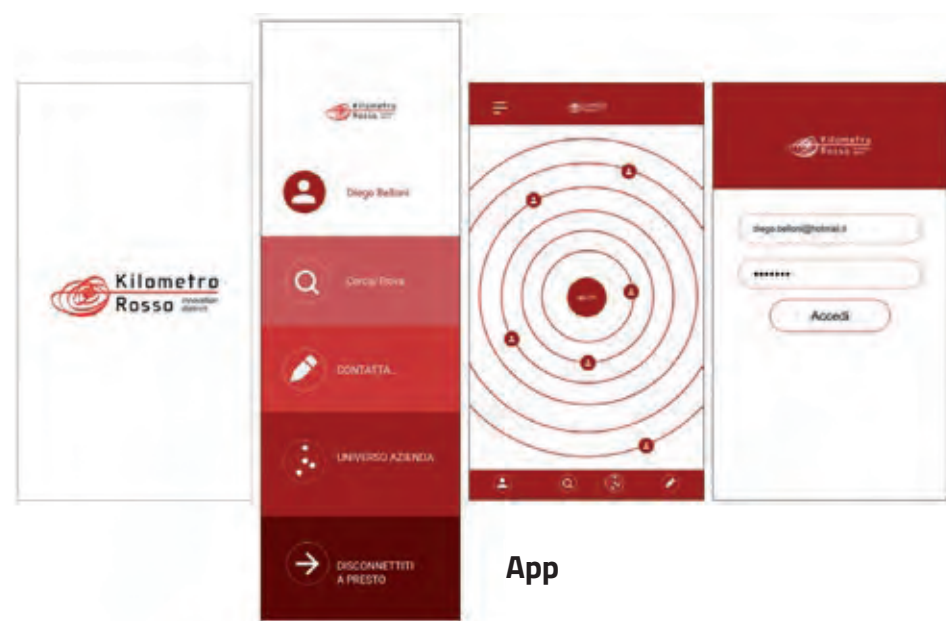
IDEATO DA:
Diego Belloni

Questo progetto propone prima di tutto di dare valore al logo già esistente di Kilometro Rosso, valorizzando un visual che associa le linee grafiche a quelle di un elettrocardiogramma (la passione per il lavoro prima di tutto).

Per rafforzare la comunicazione tra i dipendenti si è inoltre pensato di realizzare una apposita App, in cui le funzioni principali servano per gli scambi di idee e per tenersi sempre aggiornati sugli eventi presenti al Kilometro Rosso.



Segnaletica e Affissioni



App

Aggiornare senza rivoluzionare

IDEATO DA:
Anna Signori

La proposta è basata su una serie di interventi coordinati all'interno della struttura per realizzare un restyling stilistico funzionale, senza stravolgere canoni consolidati. Ad esempio per la reception, oggi poco visibile, può essere utilizzato un faretto per proiettare la scritta "Reception" nella pavimentazione dell'entrata.

Un secondo esempio le porte: quelle che conducono alle due sale riunioni verranno rivestite di un adesivo nero e con il corrispettivo nome della sala in colore rosso. Sulle pareti verrà inserito il nome in rilievo rosso della corrispettiva sala. I due spazi verranno caratterizzati poi da diversi tipi di piante: per la sala fuoco piante succulente, mentre per la sala aria piante tropicali.

Proiezione luminosa



Segnaletica



SCUOLA FANTONI - BERGAMO

La Scuola Fantoni di Bergamo ha una lunga storia, cominciata nel 1898. La sua peculiarità è da sempre quella di puntare a insegnare il 'saper fare', anzi il saper fare bene. In questo senso la 'mission' della Scuola Fantoni è quella di favorire, attraverso la formazione di alto livello e la crescita culturale e professionale, in particolare nel settore artistico e dei beni culturali artigianali, il positivo inserimento della persona nel mondo del lavoro e nella società. Questa mission viene perseguita attraverso l'attività del Liceo Artistico e del Centro di Formazione Professionale.

SCUOLA D'ARTE
'ANDREA FANTONI'

1°
classificato

IDEATO DA:

Jessica Bonanomi
Elisa Corna
Marianna Cornolti
Sarah Rusmiputro
Chiara Salvi

Il filo delle parole chiave

Le parole chiave che si è deciso di utilizzare per questo progetto sono: **idee, ricerca, conoscenza, condivisione ed opportunità**. Oltre a valorizzare questi concetti che sono il fulcro dell'attività del Kilometro Rosso, si è deciso di sfruttare anche la struttura del logo, che ricorda un filo avvolto, cercando di rappresentare un' "estensione" della struttura. Su questa idea si sviluppa il progetto: un filo rosso che si srotola idealmente per un chilometro (il Kilometro), un filo di idee, conoscenze, opportunità, ricerche e condivisioni e che danno vita a questo polo di ricerca, uno dei più importanti d'Europa.

Sulla base delle ricerche effettuate è stato deciso di usufruire delle parole chiave, unendole graficamente al payoff "Un filo di ..." utilizzando come apertura e chiusura della frase. Al payoff si unisce parte del logo che si trasforma in un "filo conduttore" rosso.



Allestimento esterno

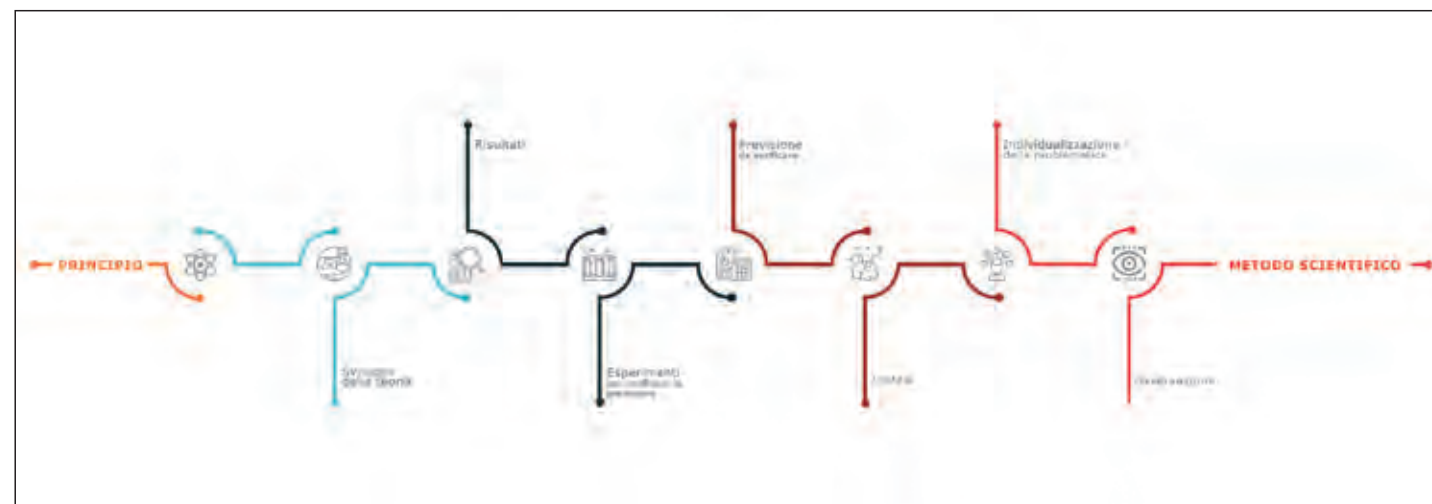


IDEATO DA:

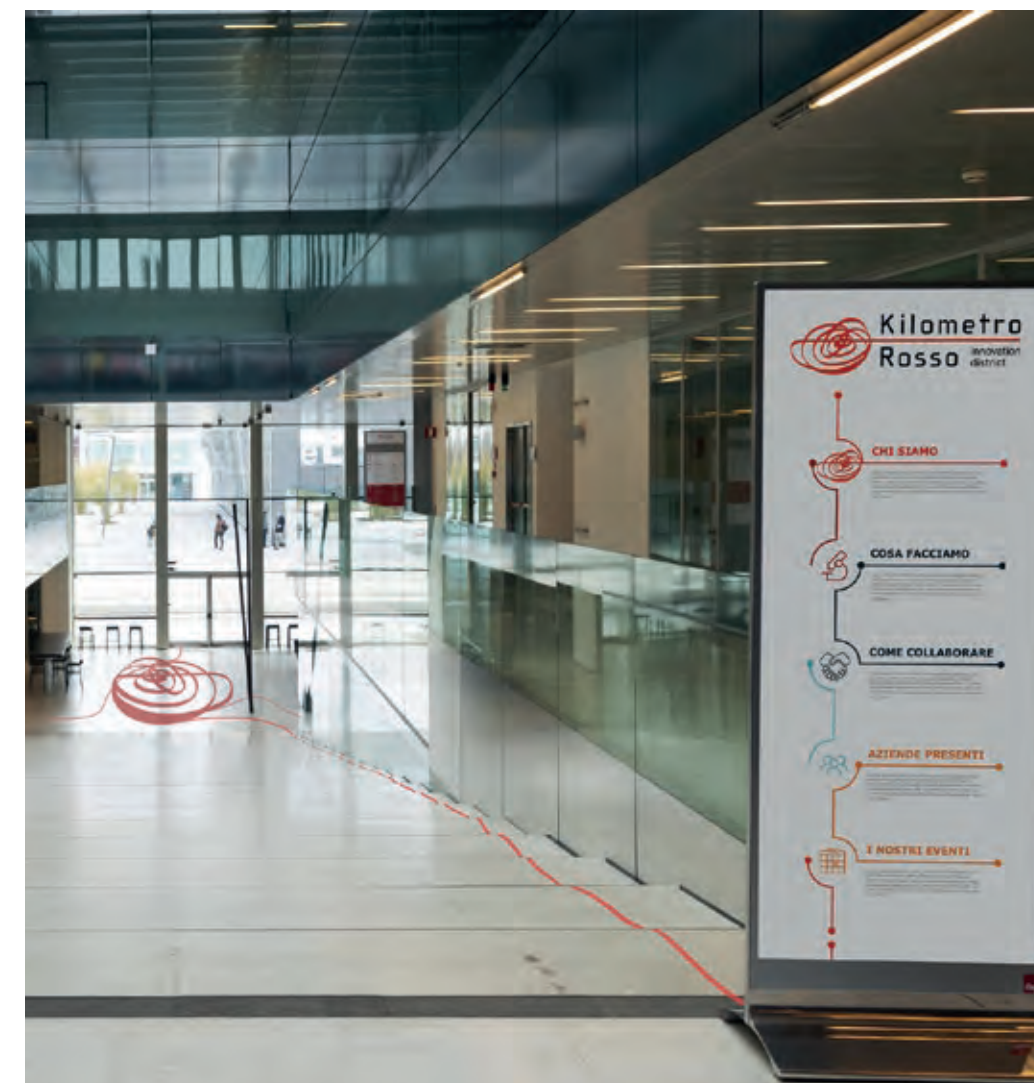
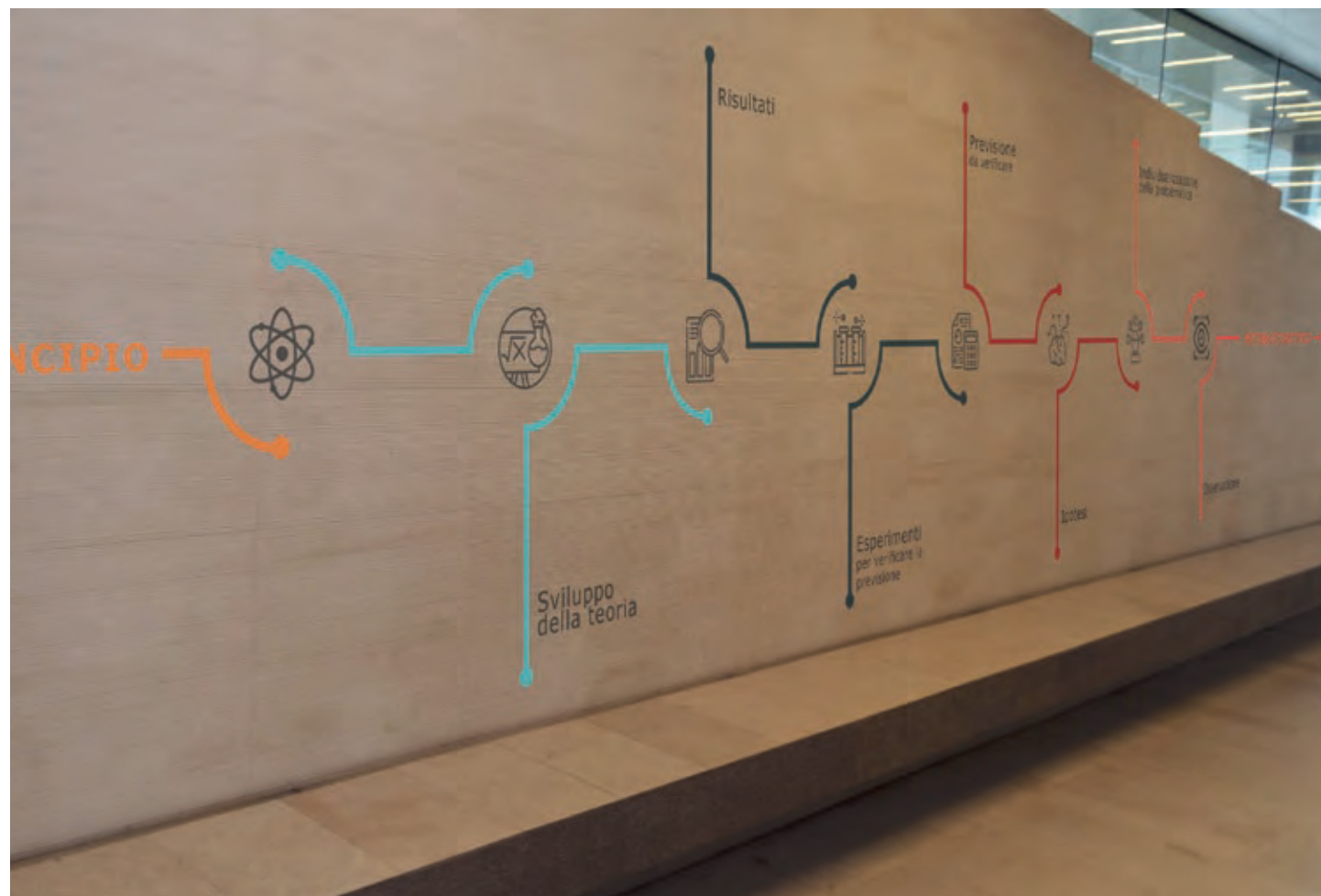
Jessica Bonanomi
Elisa Corna
Marianna Cornolti
Sarah Rusmiputro
Chiara Salvi

Nell'atrio dell'edificio principale il filo accompagnerà i visitatori, gli imprenditori, gli studenti ... alla scoperta delle realtà contenute nell'intera struttura.

Il filo inizia a "srotolarsi" dal totem di accoglienza, contenente le informazioni principali che presentano il Kilometro Rosso, continua sulle scale e si unisce al logo posto al centro dell'area "relax". Da qui il filo si dirama in altre tre direzioni, quelle principali: verso l'edificio esterno Pixel e verso le sale conferenza. Il percorso del filo che porta alle sale si sviluppa sulle pareti, dove un'infografica accompagna i visitatori attraverso la scoperta del metodo scientifico e delle sue fasi.



Infografica posta sulle pareti interne e sul totem all'ingresso



2° classificato

La centralità del logo

IDEATO DA:

Elena Facchinetti
Marco Gabanelli
Massimiliano Maino
Mattia Marcassoli
Francesca Quintini

L'idea nasce con l'obiettivo di innovare e aggiornare il marchio mantenendone vivi i valori odierni. Attraverso un processo di semplificazione è stato pensato di sintetizzare il nome da "Kilometro Rosso" a "kmR". La linea aggrovigliata del logo del Kilometro Rosso si semplifica fino a diventare un punto. Questo rappresenta il punto di partenza della ricerca.

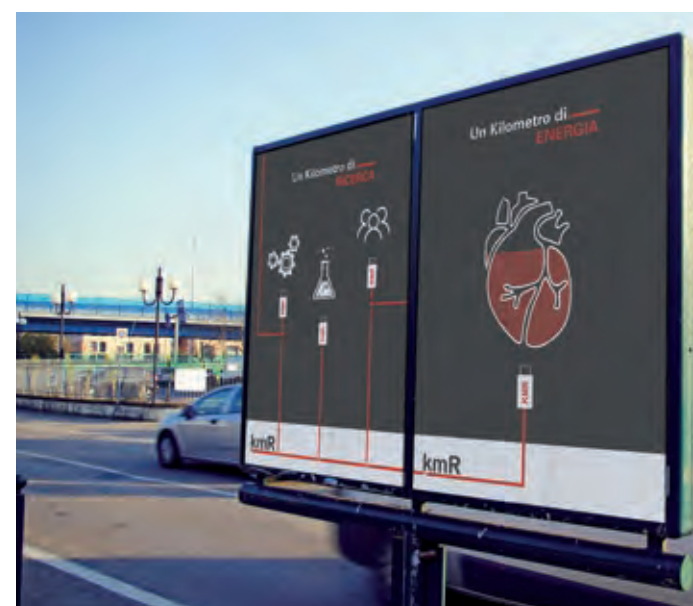
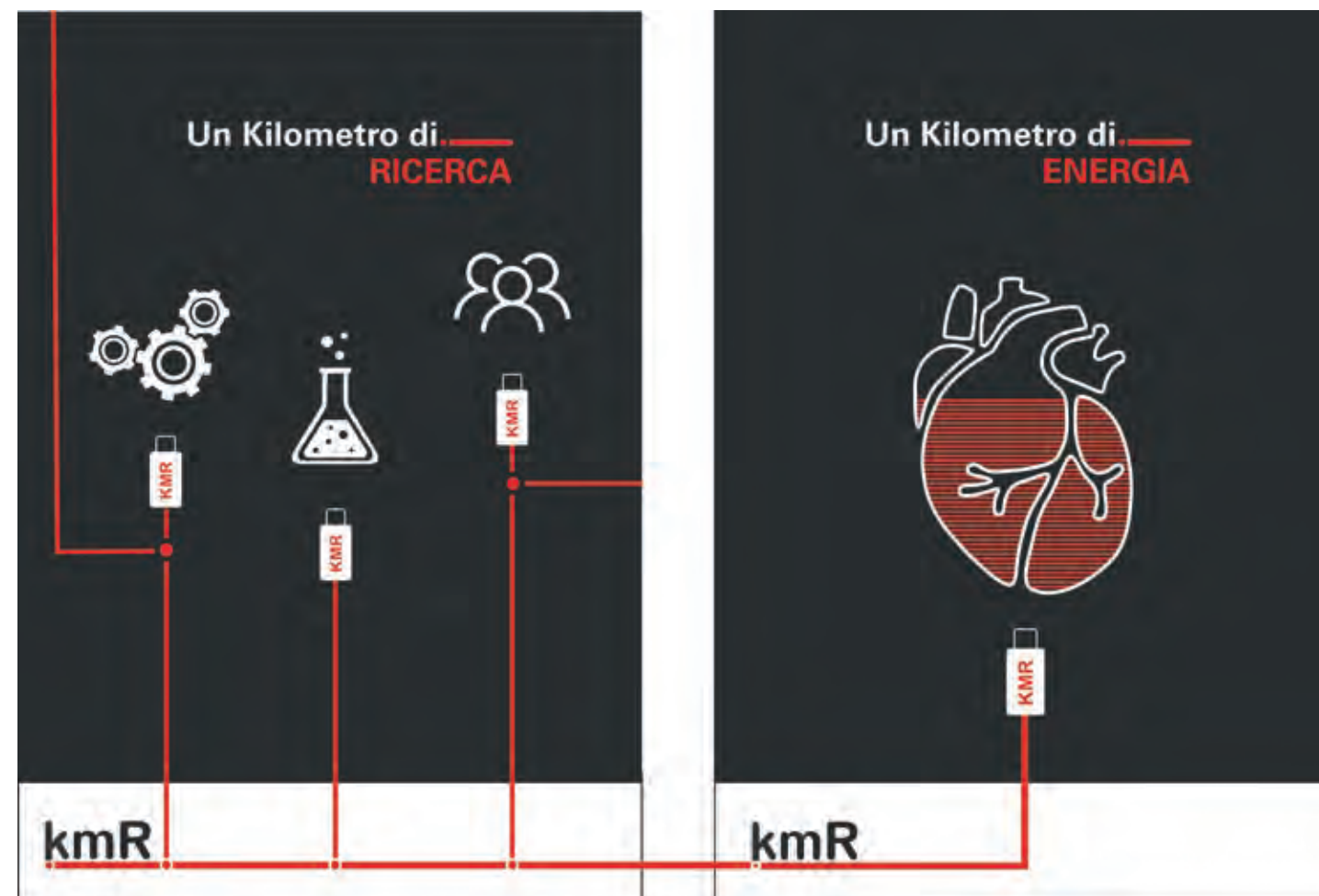
Il segno della linea rossa accanto al punto sta a simboleggiare la continua innovazione che non si ferma, ma prosegue anche dopo la "R" di kmR. Da questa evoluzione prende corpo anche il visual concept delle archigrafie interne e la declinazione in campagna di comunicazione.



kmR

kmR

Variante logo



Affissioni



3° classificato

IDEATO DA:

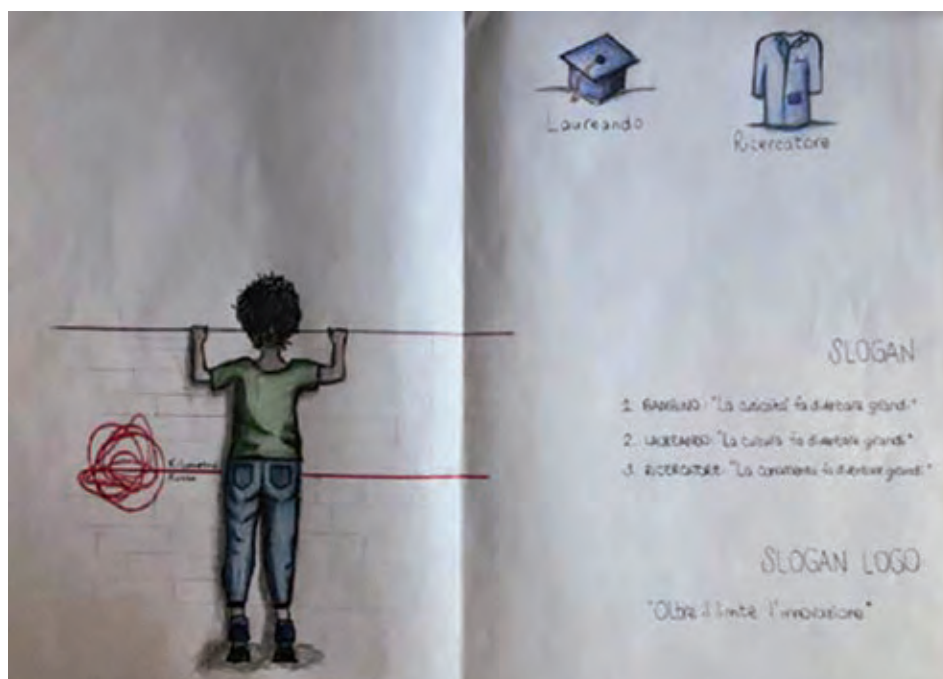
Alessia Albamonte
Mattia Calcaterra
Giulia Ciccarelli
Allegra Di Gregorio

La curiosità fa diventare grandi

La curiosità come requisito per poter valicare il "muro rosso". Metafora del desiderio di crescita che porta a valicare il "muro rosso" al di là del quale si generano opportunità di sviluppo. Il concept ha portato a realizzare sia un visual legato alla prima parte della campagna (engagement) sia un adattamento legato allo sviluppo dell'attività del Kilometro Rosso.

Le varianti di messaggio si sviluppano sulla base degli elementi interni al Kilometro Rosso. Il bambino, protagonista della campagna, diventa icona delle attività che si sviluppano all'interno del polo tecnologico (laureando e ricercatore) rappresentandone le attività.

Bozza concept



Affissioni





Tutela delle opere creative

Si ricorda che tutti gli elaborati partecipanti al concorso 3W sono tutelati delle normative inerenti la produzione di "Creazioni intellettuali" e "Opere di ingegno" (cc2575). Il diritto di utilizzo dell'opera in applicazione alle sue funzioni (cioè per gli scopi per la quale è stata creata) è riconosciuto integralmente all'autore (o autori se si tratta di elaborato di gruppo). In tal senso la traduzione dell'idea intellettuale in fattibilità non potrà essere sviluppata senza il consenso dell'autore/i.

FINITO DI STAMPARE A GIUGNO 2019