

## Relazione descrittiva

Il marchio creato fa emergere l'attitudine creativa e innovativa del progetto.

Il marchio creato, naming e logotipo, rimanda ad un luogo in continua trasformazione, incubatore di attività legate all'innovazione e alla creatività, spazio di condivisione e apertura alla cittadinanza.

Il concetto alla base del marchio è quello della tab.

In informatica una tab è un controllo grafico (widget) detto di navigazione che permette all'utente di muoversi da un gruppo di controlli (o documenti) a un altro. Negli ultimi anni questo tipo di interfaccia è diventata molto popolare nei browser web col nome di scheda o pannello. Questo tipo di riferimento rileva il carattere puramente innovativo e creativo applicato al progetto Manifattura, uno spazio multidisciplinare condiviso, dato dai vari ambienti dell'edificio che si comportano come una tab, che ci permette di navigare più pagine web contemporaneamente, mantenendo però il tutto all'interno di un solo ambiente.

Il naming scelto è legato alla dicitura Manifattura Tabacchi, però in chiave innovativa e creativa.

MTAB è il naming creato per questo progetto, dove la "M" sta per Manifattura e "TAB" sta per Tabacchi.

MTAB potrà essere supportato da un payoff EX MANIFATTURA TABACCHI.

Il concetto di TAB è presente sia nel naming sia nel logotipo. Il logo realizzato rappresenta attraverso la struttura del lettering lo spazio che ospiterà il progetto.

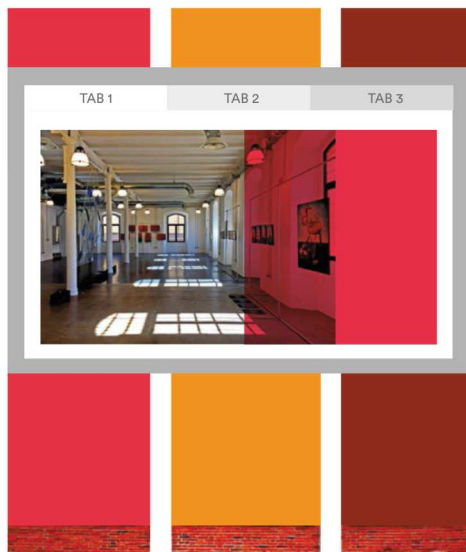
Infatti i vari elementi vengono percepiti come i mattoni che compongono l'edificio, all'interno del quale un'apertura indica uno spazio in continua trasformazione, predisposto ad accogliere le varie discipline innovative, tecnologiche e creative.

La palette colori scelta richiama il mattonato dell'edificio. A livello visivo questo marchio crea una comunicazione d'impatto e dinamica capace di trasmettere il carattere creativo e innovativo del progetto.

Progetto di: Francesco Ciampa

# MTAB

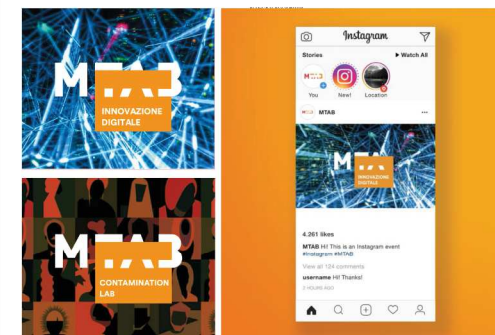
EX MANIFATTURA TABACCHI



MTAB  
EX MANIFATTURA TABACCHI



MTAB  
EX MANIFATTURA TABACCHI



## Relazione descrittiva

L'ex Manifattura di tabacchi di Cagliari ora "Manifattura", al civico 33 di Viale Regina Margherita, si sintetizza nel codice identificativo alfanumerico M33.

La presenza umana nella nuova destinazione d'uso giustifica ancor più la specificità del "fatto a mano", del "fatto umano"; Il nuovo luogo conserva, come nei tempi addietro, la fondamentale caratteristica dell'aggregazione di vite, di pensieri e di attitudini che nelle diverse direzioni variano, si integrano e sfumano in varie gamme di colore.

Il logo si articola nella percezione visiva tra positivo e negativo, la emme è il supporto fisico, il sito, contraddistinto da una serie di colori che scaturiscono dalla miscelazione del blu e del rosso.

La solida base geometrica colorata viene intagliata dalle forme sinuose del numero 33, il civico della ex manifattura, fino a sconfinare oltre la forma, il non visibile.

Il risultato, oltre al chiaro e netto M33, è un segno grafico che può essere interpretato come un motivo decorativo, un fregio quasi astratto che coinvolge l'intera sfera percettivo/emozionale di chi osserva.



Centro Culturale Polivalente  
Ex Manifattura Tabacchi di Cagliari



Progetto di: Marco Quaranta



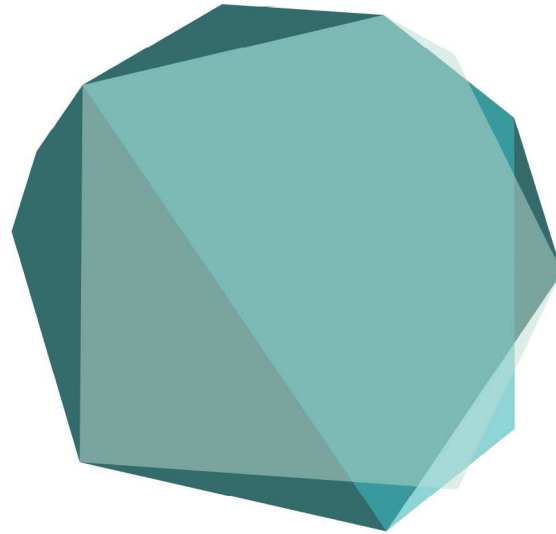
## Relazione descrittiva

La nuova identità proposta per Ex Manifattura Tabacchi di Cagliari è ispirata dalla storia stessa dell'edificio che, nato come convento, è stato per oltre un secolo la sede di una delle principali industrie della provincia cagliaritano. Oggi, Ex Manifattura Tabacchi, si appresta a un nuovo cambiamento e a sovrapporre una nuova identità e una nuova storia a quelle del passato. Gli obiettivi chiave del nuovo progetto sono innovazione, aggregazione, sperimentazione, cambiamento. Il progetto di brand identity vuole rispondere alla domanda: "Cosa sarà l'Ex Manifattura Tabacchi?". Uno spazio eventi? Sì, ma non solo. Un incubatore di start up innovative? Un punto di riferimento sociale per la comunità imprenditoriale? Sì, ma non solo. Dalle molteplici sfaccettature del progetto nasce l'idea alla base della nuova identità. Un marchio? Sì, ma non solo. Un codice visivo, sempre diverso, ma sempre riconoscibile nonostante le diverse composizioni. Modificabile per creare marchi specifici per ogni attività del centro, segnaletica coordinata, un'identità dinamica che muta in base ai concetti espressi in parole che si accostano al naming.

Il nome ECS (Experimental Center of Sardinia) nasce per trasmettere le intenzioni del progetto senza costringerlo in un campo solo: un luogo dove si modifica il futuro innovandolo, integrando discipline e sperimentando. Partendo da "Ex Manifattura Tabacchi" si è deciso di mantenere solo la parola Ex, intesa come "cambiamento". Questa è stata trasformata nell'acronimo di Experimental Center of Sardinia (E.C.S).

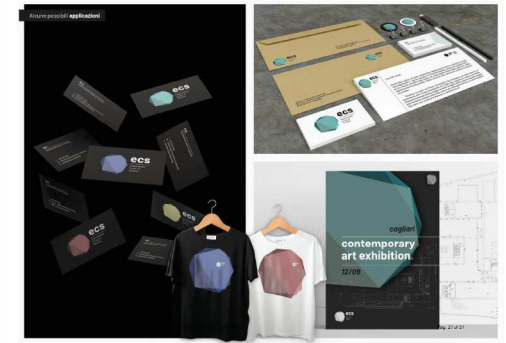
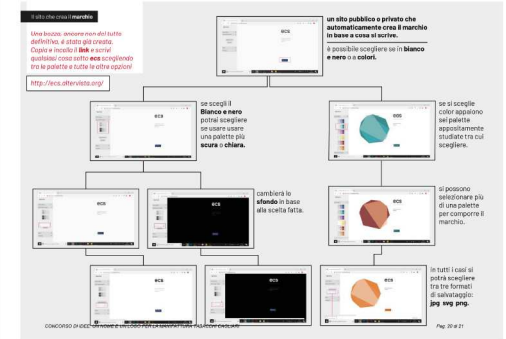
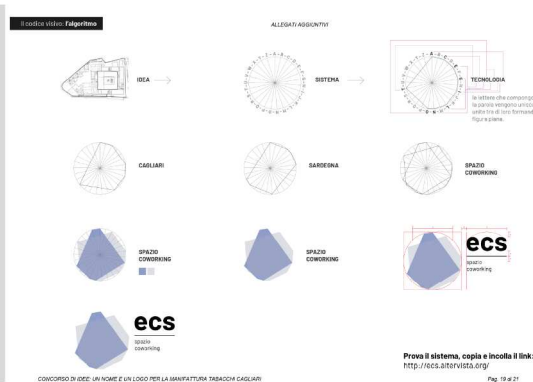
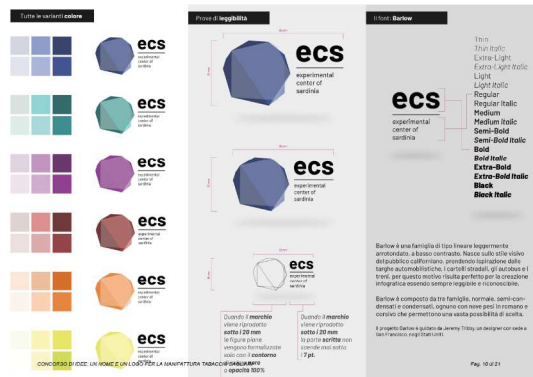
Il codice visivo, che permette la creazione di infiniti marchi, prende ispirazione dall'effetto visivo che si ottiene sovrapponendo le diverse piante storiche della struttura. L'ultima "pianta" che si sovrappone è non tangibile ma composta da concetti, simboli di ciò che sarà. Un algoritmo crea da ogni parola inserita una figura piana e le sovrappone. I colori vengono selezionati da palette studiate con diversi gradi di opacità.

Progetto di: Carlo Pio Guerra e Vittorio De Blasio



# ecs

experimental  
center of  
sardinia



## Relazione descrittiva

La Manifattura Tabacchi non perde la sua identità di luogo semmai la modifica, la storica area di lavoro collettivo di Cagliari si rigenera nel nuovo flusso contemporaneo. MAT, le iniziali di Manifattura Tabacchi, custodisce in sé il nome di origine così come la funzione di laboratorio e di incontro sociale.

MAT guarda il mare antistante e graficamente accoglie l'onda in un segno sinuoso e naturale, si vedono tre umani di tre diversi colori fondersi assieme a formare un unico luogo.

L'impronta decisa e veloce del logo riflette la rapidità dello scambio di idee e delle informazioni in tutta l'evoluzione tecnica ad oggi sviluppata, ma al tempo stesso rimanda ai segni semplici ed antichi della pittura rupestre scavati in negativo sulla materia.

A volte un segno comunica molteplici messaggi, varia a seconda del "colore" di persona che lo legge e non riesce ad essere contenuto, perciò spero di avere illustrato solo una parte del progetto.



Laboratorio di Contaminazione Interdisciplinare  
ex Manifattura Tabacchi Cagliari



Laboratorio di Contaminazione Interdisciplinare  
ex Manifattura Tabacchi Cagliari



Laboratorio di Contaminazione Interdisciplinare  
ex Manifattura Tabacchi Cagliari



Progetto di: Marco Quaranta

## Relazione descrittiva

La mia idea per il nome e il logo della manifattura tabacchi di Cagliari è di tipo conservatore: sono fermamente convinto che la struttura, in quanto patrimonio storico della città e di tutta l'isola, debba continuare a mantenere intatta la propria identità, anche se i propri spazi verranno adibiti ad una diversa destinazione.

Il nome diventa semplicemente Manifattura Cagliari: Manifattura è il nome proprio della struttura, che indica comunque un logo di trasformazione, un logo di lavorazione di una qualunque materia prima, sia questa tabacco, creatività, ricerca o sperimentazione; Cagliari perché distingue immediatamente questa manifattura dalle altre: in tutta Italia esistono innumerevoli altre ex manifatture tabacchi e il modo più semplice per distinguerle è aggiungerci un cognome che ne denoti dunque la provenienza grafica.

Volendo, come già detto, conservare l'identità del complesso, per il pittogramma non potevo che rifarmi alla sua architettura industriale, un'Architettura squadrata ed essenziale, fatta di capannoni dalle strutture a vista e illuminati da grandi vetrate.

La mia proposta è l'insieme essenziale e ragionato dei pieni e dei vuoti disegnati sulla facciata del fabbricato dell'officina dal sole trasversale. Una forma immediatamente riconoscibile come quella di un complesso industriale degli inizi del XX secolo ma riletta in chiave attuale da uno stile essenziale e pulito, dall'aspetto elegante e prezioso.

Con il colore e il font utilizzati ho voluto poi bilanciare l'oggetto di design d'avanguardia con una forte connotazione retrò perché questo logo deve essere una continuazione e non un punto di rottura.



**MANIFATTURA**  
CAGLIARI



Progetto di: Andrea Pes

## Relazione descrittiva

Per il nuovo logo della Manifattura Tabacchi abbiamo scelto la X, il segno grafico che indica i punti importanti sulle mappe, come mefatora dell'incontro. Poi abbiamo pensato al cambiamento, rendendo questa X un logo dinamico in cui linee e lettere mutano la propria posizione nello spazio.

Si, lettere. Perché X si scrive ICS. Abbiamo tradotto il segno grafico in un acronimo multiplo che cambia proprio come il logo: come in un gioco, ICS ha tante interpretazioni quante può suggerirne la creatività (Innovation Center Sardegna, Incontri Casuali Sorprendenti, Improvisare Concerti Sognanti, Inventare Certe Storie).

Un logo flessibile dal punto di vista visivo e testuale, con un significato in continua evoluzione.

Nella sua realizzazione grafica, inoltre, le tre lettere si dispongono sulle estremità della X lasciandone una libera: un ulteriore gesto di apertura al futuro e alle nuove possibilità.

Con il suo suono tech e immediato, ICS corre veloce come le trasformazioni: nasce dalla volontà di creare un'identità dal respiro internazionale, capace di valicare il confine regionale e definire al meglio un nuovo destination point, catalizzatore di conoscenze e rapporti umani.

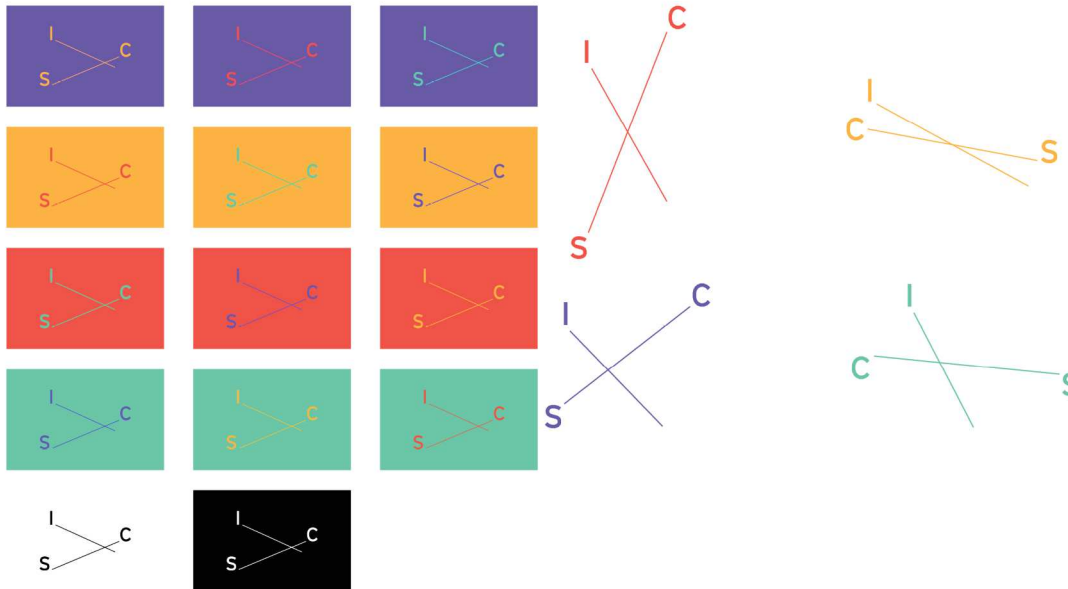
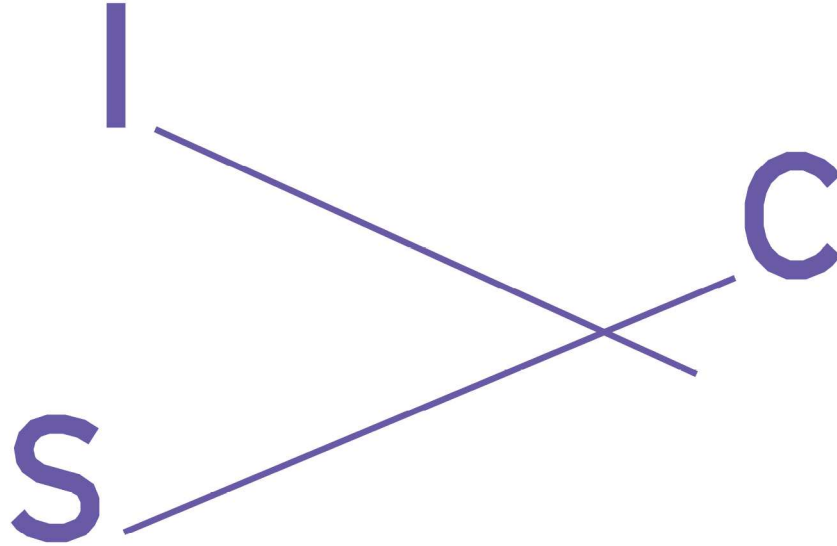
ICS è il suono capace di risvegliare il cuore industriale e operativo della manifattura, ridandole vita. IC è la radice primitiva di Ichnusa, nome antico della Sardegna, che crea un legame tra la Manifattura e il suo territorio.

Nel visual, infine, la X diventa l'elemento che segmenta il materiale fotografico, aggiungendo ritmo e dinamismo alle immagini.

In assenza di foto, le linee definiscono porzioni di spazio, creando un collage vivace che rende i supporti di comunicazione strumenti di forte impatto cromatico e ad immediata riconoscibilità.

Quello di ICS, tra geometrie e colori, è un immaginario tecnico e sognante insieme, un incontro tra creatività e innovazione.

Progetto di: Marco Ruffino



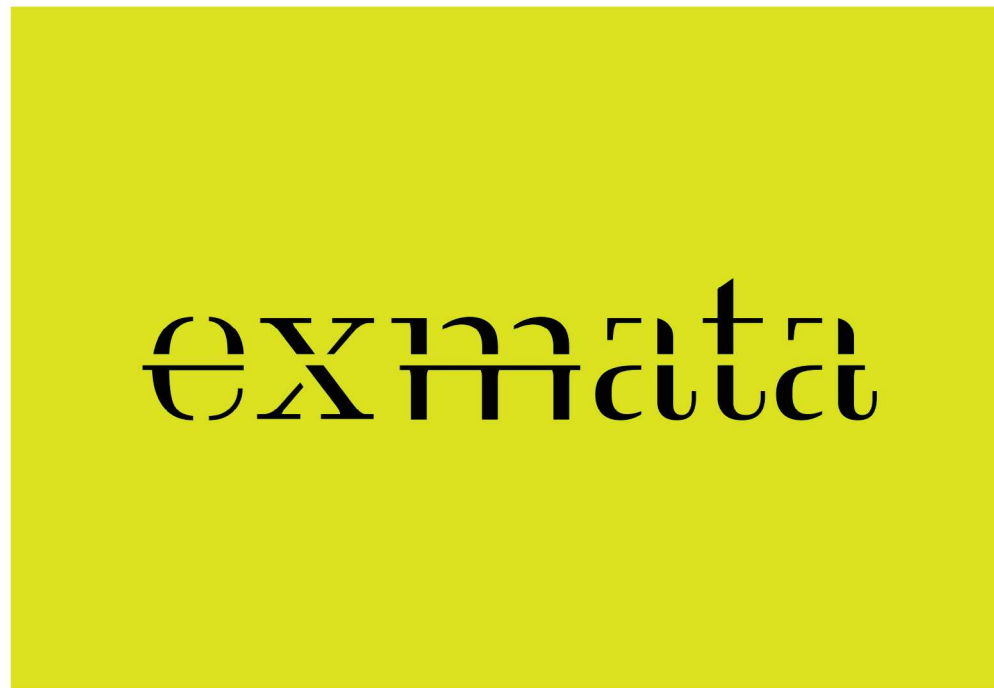
## Relazione descrittiva

«Diceva Bernardo di Chartres che noi siamo come nani sulle spalle di giganti, così che possiamo vedere più cose di loro e più lontane, non certo per l'acume della vista o l'altezza del nostro corpo, ma perché siamo sollevati e portati in alto dalla statura dei giganti.»

Giovanni di Salisbury

Nella ricerca di un nuovo nome e di una nuova identità per un luogo condiviso si può scegliere di cancellare e ricominciare; oppure di mantenere una continuità con il passato, conservare le tracce e la memoria dei "giganti". L'ex Manifattura Tabacchi è un luogo con una storia e un patrimonio di esperienze che non deve pesare sulla nuova identità, fossilizzandola o invecchiandola, ma che può e deve essere integrata nella rinascita dello spazio. La nuova proposta di nome prende le mosse dal nome esteso e lo riduce a una sigla onomatopeica che integra quello storico dando allo stesso tempo un'idea di agilità e innovazione: Ex Manifattura Tabacchi > Ex.Ma.Ta. > Exmata. Dal Maxxi di Roma al Madre di Napoli, sono molte oggi le istituzioni che hanno scelto di ridurre il proprio nome esteso a una sigla eufonica e evocativa: questa è la strada che proponiamo di seguire con il nuovo Exmata.

Il nuovo logo è basato sulla peculiare architettura della Ex Manifattura; e in particolare sulla sua facciata. Così come l'architettura definisce un nuovo spazio polifunzionale e aperto all'innovazione, così il logo definisce uno spazio visivo aperto e permeabile, che coniuga i concetti di solidità e apertura. Le forme delle lettere sono libere e allo stesso tempo definiscono un'identità coerente, come tutte le attività e i progetti che avranno luogo all'interno della Manifattura. Nella versione a colori, alle forme del logo si aggiunge il 'Giallo Exmata', un giallo squillante che evoca innovazione, attività, fermento.



Progetto di: Giacomo Boffo e Arianna Smaron



## Relazione descrittiva

### MANIFATTURA CONTAMINA!

Manifattura Tabacchi è un'identità forte. Nel nome c'è la storia di questo luogo e non solo.

In un contesto nazionale di rigenerazione di simili strutture, Manifattura Tabacchi diventa sempre più un brand che rimanda a innovazione e sperimentazione, spogliandosi dei vecchi significati.

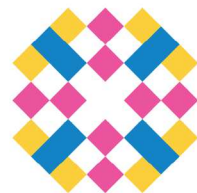
In Manifattura Tabacchi Cagliari coesistono quindi passato e futuro. Un luogo per la contaminazione di pensieri. Un incubatore di idee che mette in connessione persone e situazioni, dove le occasioni possono moltiplicarsi.

Da ciò parte l'idea di mettere in risalto il bisogno di viralità che le attività di questo posto devono avere, affinché siano efficaci per la città e per tutta l'isola.

Allo storico nome si affianca un logo generato da una griglia di "pixel" e attorno ad una X, simbolo di moltiplicazione, si configura l'immagine stilizzata di un virus. Metafora di proliferazione, nella sua accezione positiva. Un ribaltamento di senso già ampiamente strutturato a livello verbale, ma inedito nella controparte figurativa.

La stessa griglia può essere usata per generare una moltitudine di esseri viventi, che invadono lo spazio, le mani, le menti.

I colori scelti sono campionati da elaborazioni a falsi colori di microrganismi scansionati al microscopio elettronico.



# MANIFATTURA TABACCHI CAGLIARI



  
CONNETTI

  
MULTIPLICA

  
CONTAMINA

#### DOSIS EXTRALIGHT

ABCĈĊDDEFGHIJKL MNOPQRSŤUVWXYZZ  
abcĉċdđefghijklmnopqrŝtuvwxyz1234567890  
?\*"!%&#[]@|/;&\<-+>=>@#567890...\*

#### DOSIS SEMIBOLD

ABCĈĊDDEFGHIJKL MNOPQRSŤUVWXYZZ  
abcĉċdđefghijklmnopqrŝtuvwxyz1234567890  
?\*"!%&#[]@|/;&\<-+>=>@#567890...\*

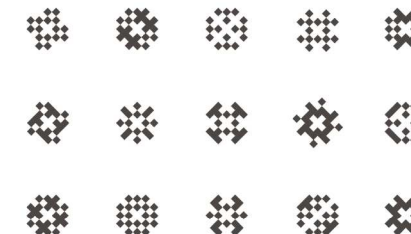


  
MANIFATTURA  
TABACCHI  
CAGLIARI



INFECT  
YOUR  
HANDS

  
MANIFATTURA  
TABACCHI  
CAGLIARI



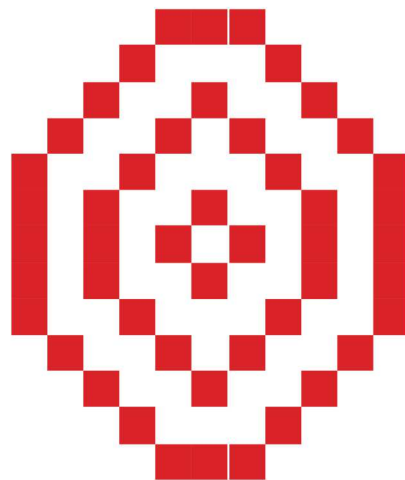
Progetto di: Giuseppe La Corte,  
Jacopo Bellucci ed Emanuela Sciarretta

## Relazione descrittiva

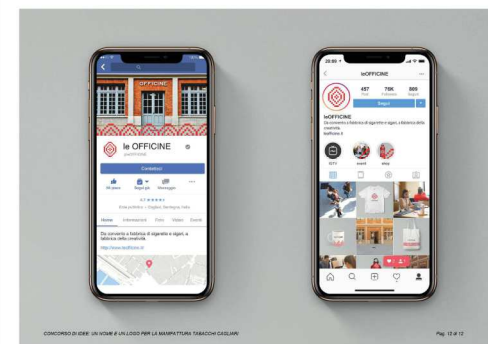
### IL NOME

Il nome che abbiamo scelto per la Manifattura Tabacchi di Cagliari è: le Officine, termine che riassume il passato e il futuro del luogo. Da un lato è un rimando alla memoria storica e al mondo della produzione industriale e artigianale, che oggi ne caratterizza gli spazi. Dall'altro ne riflette la nuova vocazione culturale e intellettuale: come nelle antiche botteghe d'arte, le officine sono il luogo dell'incontro tra i diversi saperi, spazi vitali in cui sperimentazione e innovazione si aprono alla cittadinanza e diventano patrimonio comune.

IL LOGO Immaginando le Officine come luogo di aggregazione, convivenza e contaminazione, abbiamo pensato ad un logo che fosse rappresentazione della sua nuova natura collettiva e sociale. La riflessione progettuale si è concentrata sul tema dell'intreccio, che in Sardegna trova riferimenti nella lavorazione tradizionale dei tessuti e dei cesti. L'intreccio è inteso come l'insieme delle relazioni materiali e immateriali: dalla contaminazione delle conoscenze, alla rete dei legami personali, fino all'incontro tra le istituzioni e la comunità. Il logo è una rilettura moderna di un tipico decoro sardo in cui i punti della trama diventano dei pixel. Un disegno semplice e riconoscibile che rimanda a forme antiche ripensate in chiave contemporanea. Il logo può essere usato singolarmente o composto fino a diventare un pattern, altamente flessibile per le diverse scale ed esigenze comunicative.



le OFFICINE



## Relazione descrittiva

Immediatezza e semplicità sono le caratteristiche principali del nuovo logo per l'ex Manifattura Tabacchi di Cagliari.

Il logo nasce infatti dall'intento di mettere a sistema l'immagine originale del luogo e la sua nuova denominazione, ovvero MATA.

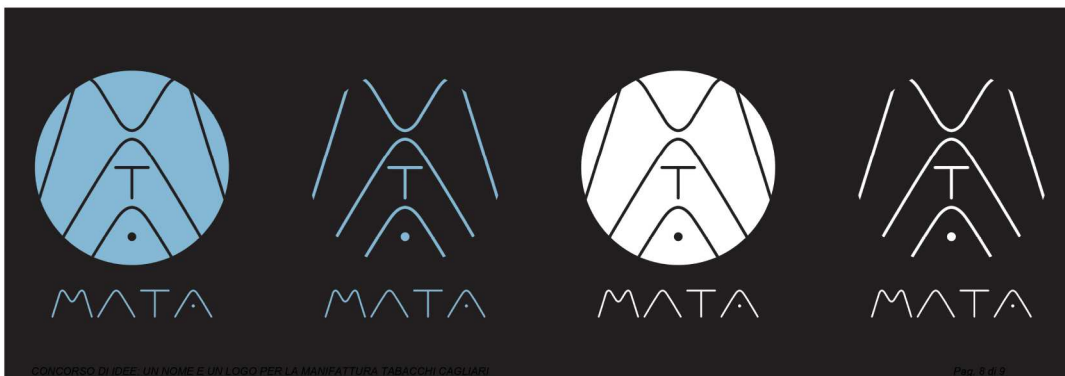
MATA è l'unione delle prime sillabe di Manifattura Tabacchi; attraverso una sola parola viene descritta la storia dell'edificio e la rinnovata funzione di polo culturale.

Dal punto di vista grafico ha una doppia natura: sviluppato in orizzontale o iscritto in un cerchio, che simboleggia la condivisione e l'aggregazione dei cittadini. L'uso di forme sinuose per quanto riguarda le lettere e l'uso del colore azzurro, sono inevitabilmente collegati alla presenza del mare a Cagliari.

Considerando la chiarezza e l'elementarità delle forme, il logo è scalabile a qualsiasi dimensione senza perdere mai la sua efficacia e potrà avere molteplici applicazioni: sito internet, materiale pubblicitario, locandine, merchandising, come è possibile scorgere dalle tavole di presentazione del logo.



MATA



Progetto di: Giada M ari



## Relazione descrittiva

### NOME

MANY FACTORY: in due parole molti plus.

- Il suono che riprende e ricorda Manifattura, aspetto importante, poiché che è un luogo sedimentato con questo nome.

- Il significato: molte imprese (licenza poetica di utilizzare il singolare per mantenere maggiormente l'assonanza con la parola Manifattura) che è la vocazione del nuovo progetto degli spazi della Ex Manifattura Tabacchi.

“Nella nuova concezione Manifattura ospiterà imprese dei settori innovativi e imprese culturali, perché si creino forti interazioni, in uno spazio pensato per ibridare e far convivere la sperimentazione e la formazione con la produzione, l'incubazione con l'imprenditoria, la creatività con la tecnologia, la promozione degli eventi con la valorizzazione degli spazi.”

- L'internazionalità data dall'uso di termini inglesi ma, allo stesso tempo, molto conosciuti.

“... un luogo di contaminazione interdisciplinare, un unicum nel suo genere, a vocazione internazionale...”.

- Nome di rottura e contemporaneamente di continuità rispetto all'attuale denominazione.

### MARCHIO

Il marchio è incisivo, ben presente e lineare.

Deriva dal mondo delle icone e rappresenta la “classica” industria/impresa/factory ma modificata a creare uno spazio e la sua proiezione/ombra: la factory è una M (Many) e la sua proiezione è una F (Factory).

Insieme formano uno spazio architettonico e un'area.

Contemporaneamente il segno è immediatamente riconoscibile come un'impresa/officina/factory.

### COLORE

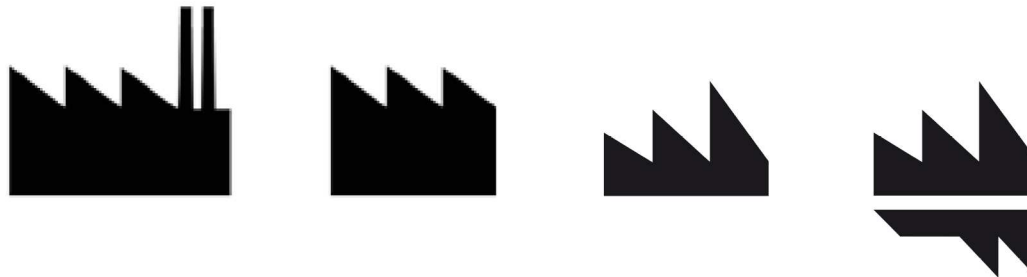
Un arancio rossastro: energetico, brillante, creativo; che richiama il colore dei mattoni di una parte degli edifici del complesso (PANTONE 1665 U). Il testo è nero.

### FONT

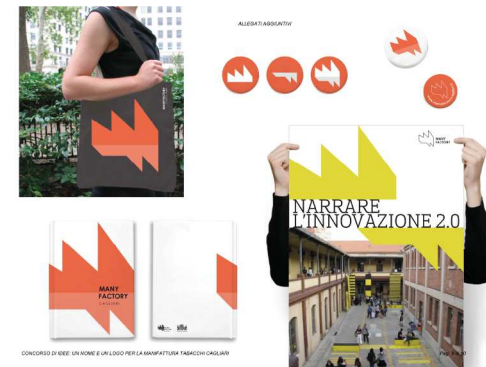
Century Gothic: un classico dei caratteri “bastone”. Contemporaneo e gentile al tempo stesso. Chiaro ed incisivo anche in piccolo.



# MANY FACTORY CAGLIARI



Progetto di: Silvia Riccò



CONCORSO DI IDEE UN NOME E UN LOGO PER LA MANIFATTURA TABACCHI CAGLIARI



CONCORSO DI IDEE UN NOME E UN LOGO PER LA MANIFATTURA TABACCHI CAGLIARI

## Relazione descrittiva

### LA SCELTA DEL NOME

Il nome che si propone è MANU.

Parola sarda per "mano", essa può essere anche letta come acronimo di "MANifattura NUova", una definizione che sembra appropriata, considerando che uno degli obiettivi del progetto di rinnovamento della Manifattura Tabacchi è proprio quello di creare un luogo di produzione di servizi e di attività connesse con l'innovazione, la ricerca e la creatività, una nuova manifattura, appunto.

### LA SCELTA DEL MARCHIO

Manifattura condivide con manufatto la derivazione dal latino MANU-FACERE, fare con la mano. Dire che qualcosa è opera della mano dell'uomo è in realtà una sineddoche per indicare che è frutto delle capacità dell'uomo nella sua totalità: intelligenza, creatività, operosità. L'impronta di una mano è una delle rappresentazioni più antiche che l'uomo ha lasciato, non sappiamo se il significato sia artistico o religioso o propiziatorio, ma è comunque indice del grande valore simbolico che esso riveste.

Proprio per la forza di questo simbolo la rappresentazione delle mani è ampiamente utilizzata nella creazione di marchi, soprattutto in ambito sociale. Per proporre questo segno per un'attività innovativa serviva una differente rappresentazione:

una mano aperta, sollevata nel segno di saluto, tradizione non ancora persa nelle nostre campagne, un disegno ridotto alle linee geometriche essenziali, semplice e pulito, quasi uno stencil; un palmo, misura primaria dello spazio, visivamente scomposto in quattro elementi, a rappresentare le quattro attività programmatiche che il progetto della Manifattura si propone, che si organizzano in un'unità coerente intorno alla M, lettera capitale del nome, che gli elementi stessi concorrono a delineare per completamento amodale.

La tavolozza dei colori è ispirata ai quattro elementi naturali ed è adattata alle caratteristiche del sito: il mattone dell'edificio delle Officine, il turchese del mare, il colore del cielo e l'arancio, colore del sole e dell'energia.



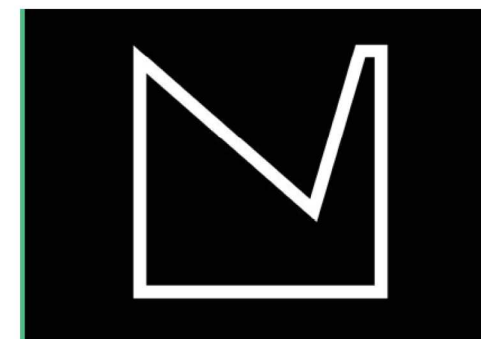
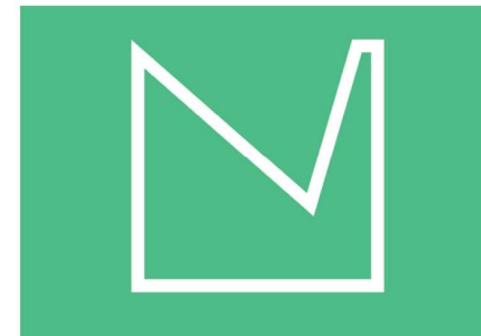
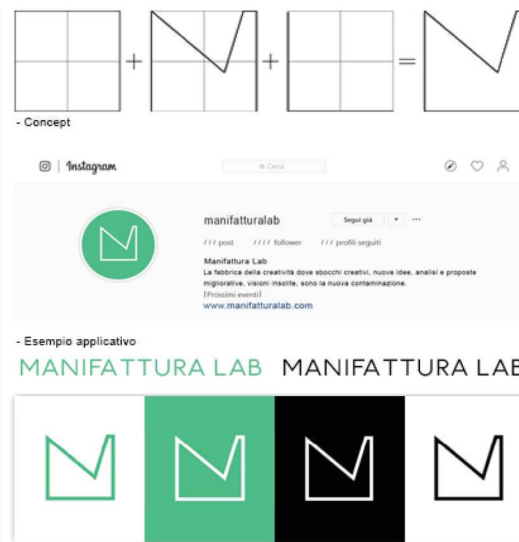
Progetto di: Lucia Grazia Franca Sulis



## Relazione descrittiva

Il concetto di “fabbrica” è il tema per la realizzazione del logo di “MANIFATTURA LAB” in quanto gli spazi restano, ma cambia la produzione. Infatti si può riconoscere una figura industriale, quella del capannone che simboleggia la produttività e quella della ciminiera che simboleggia la contaminazione. Inoltre la realizzazione del suddetto logo è data dalla fusione della lettera “M” e della lettera “L” Manifattura Lab.

La scelta del colore verde è in virtù della “teoria dei sei cappelli” di Edward De Bono, in quanto il cappello verde indica sbocchi creativi, nuove idee, analisi e proposte migliorative, visioni insolite, per quella che sarà la “fabbrica della creatività”.



## Relazione descrittiva

Il logo Manifattura punta a voltare pagina e guardare al futuro della struttura ma senza dimenticare le proprie origini.

Attraverso una ricerca quantitativa che puntava a raccogliere più dati possibili sulla realtà locale, in relazione alla Manifattura, abbiamo chiesto alla gente come identificava l'attuale struttura a livello di nome. La maggioranza ha indicato "Manifattura Tabacchi" come nome per riferirsi alla struttura che oggi si trova in Viale Regina Margherita 33 a Cagliari. Allo stesso tempo, abbiamo anche chiesto se per loro la parola "tabacchi" aveva un significato positivo o negativo.

La larga maggioranza si è espressa in maniera negativa a riguardo.

L'intento dietro la realizzazione del naming è quello di portare freschezza al logo da un lato e dall'altro non dimenticarsi delle radici che la manifattura ha.

Tenendo conto delle intenzioni e della mission che la struttura ha a lungo termine, sulla base delle ricerche da noi svolte e anche dalle idee che i cagliaritari stessi hanno, abbiamo deciso di proporre come unico nome "Manifattura".

Manifattura preserva una parte del vecchio nome, quasi a onorarne il suo passato, ma punta a proporsi a un'ambiente internazionale. Semplice, di facile comprensione e facilmente declinabile. Questi sono i criteri dietro la nostra decisione.

Il logo ha due elementi principali, a sinistra il pittogramma e a destra il logotipo.

Il pittogramma è stato disegnato pensando all'isola, una forma che si estende in verticale proprio come la Sardegna. Costruito utilizzando la forma perfetta, il cerchio, che si dimezza oppure fraziona per raggiungere la silhouette della Sardegna. L'obiettivo è indicare gli svariati modi in cui la struttura vuole proporsi in futuro.

Che tu sia un "cerchio piccolo" oppure un "cerchio grande", ci sarà sempre spazio per le tue idee.

Un'altro livello di lettura a cui abbiamo pensato è la goccia in mezzo al mare.

Come una goccia che cade in acqua e crea molteplici cerchi concentrici, così anche il pittogramma riporta questi cerchi che partendo dal centro si propagano verso l'esterno, come un'idea che trova spazio per "propagarsi" grazie alla Manifattura.



## Relazione descrittiva

Essendo la Manifattura un luogo in evoluzione, si è scelto di creare un logo dinamico, in grado di rispecchiare l'identità del progetto.

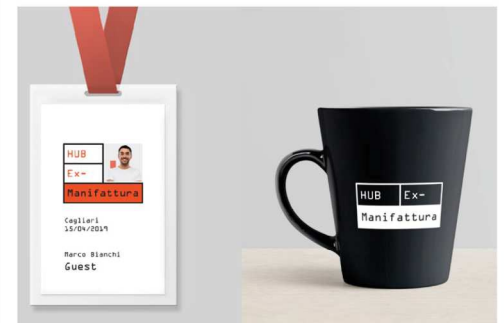
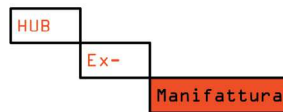
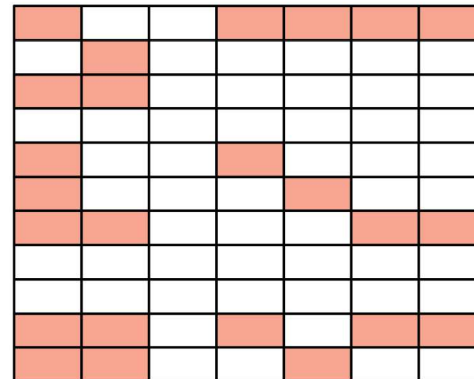
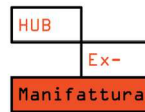
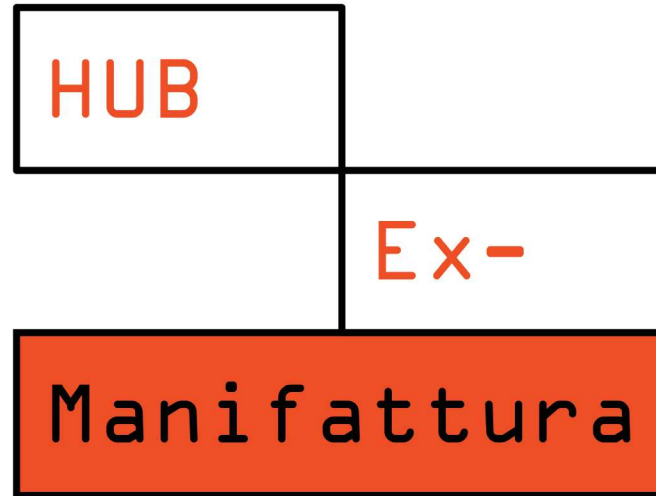
Nello specifico, prendendo come ispirazione alcuni dettagli architettonici della struttura, come la presenza dei mattoni o alcuni tipi di pavimentazione, è stata individuata la forma rettangolare, elementare ma in grado di rappresentare il concetto di "contenitore", "incubatore". Una volta definita la forma base si è scelto di farla "vivere" all'interno di una matrice.

In questo modo la versione primaria del logo, utilizzabile per tutte le attività che ne prevedano un utilizzo costante (es: carta intestata, eventi istituzionali, ecc.), è affiancata dalla presenza di versioni secondarie tutte riconducibili alla prima e fra loro intercambiabili (e utilizzabili per prodotti di merchandising, eventi temporanei, progetti, comunicazione digitale).

Il modo migliore per rappresentare un luogo di contaminazione e sperimentazione è proprio quello di costruire per esso un'immagine fortemente identitaria ma non per questo statica, ma che anzi sia riconoscibile proprio perché in continua trasformazione.

In questo modo, facendo muovere gli elementi modulari attorno a un perno centrale si materializzano anche i concetti di ricerca, aggregazione e convivenza. Il logo pur disponendosi variamente nello spazio occupa sempre la stessa area e per mantenere fede a questa caratteristica si è scelto di utilizzare il font Ocr A, font monospaziato, ossia font i cui caratteri occupano tutti lo stesso spazio orizzontale.

Poiché gli elementi utilizzati sono riconducibili a una costruzione geometrica, il logo è facilmente riconoscibile e perfettamente leggibile a tutte le scale e nelle diverse versioni del logo, a colori, in bianco e nero e in negativo.



## Relazione descrittiva

Il progetto parte dalla storia relativa all'edificio.

Da ex convento diventa una prestigiosa Manifattura di Tabacchi che negli anni '90 subisce una profonda crisi produttiva. Oggi lo stesso edificio prende nuovamente vita sotto un'altra veste (polo culturale, innovativo e tecnologico).

### NAMING

Semplice e diretto, non lascia alcun dubbio, si tratta dell'Ex Manifattura Tabacchi, orgoglio dei cagliaritani, che sulla facciata dell'edificio presenta la scritta "Officine".

Il termine ancora attuale, richiama alla memoria il lavoro industriale, quello artigiano e l'aggregazione del dopolavoro ma non tutti sanno che, anticamente, la parola ebbe uso più ampio indicando qualsiasi luogo dove si lavorasse e si producesse, anche a scopo culturale (es., le officine scrittore).

Con il fine di connotare e localizzare il nuovo edificio, che si chiamerà "Officine" in Viale Regina Margherita 33, ho deciso di associarlo al numero civico "33".

Pensando ad un sito web dedicato, oggi è possibile acquistare il dominio [www.officine33.it](http://www.officine33.it).

### LOGO

Il logotipo creato è formato da un font semplice e lineare, senza grazie, con pance tonde. Il numero "33" è posizionato in alto, come apice (tipicamente utilizzato in ambito scientifico e matematico).

Il logo, realizzato in vettoriale, anche se ridotto non perde la propria unicità e leggibilità.

Il pittogramma rappresenta in modo sintetico la modularità della facciata dell'edificio. Racchiusi in un unico rettangolo ci sono 10 quadrati dove risaltano l'ingresso centrale ed una finestra che sono evidenziati dal colore turchese.

Il logo presenta solo due colori piatti: il nero ricco (deciso ed attuale) per far spiccare il rigore delle linee; il turchese (fresco e limpido) che lo caratterizza portando l'attenzione sull'apice "33" e sui due quadrati per bilanciarne i pesi.

Progetto di: Lucia Valeria Caccia



## Relazione descrittiva

### Naming

“L'unica sigla che si ricordi è IBM”, diceva David Ogilvy ma, nonostante l'autorevole raccomandazione, si continua a usare le sigle e (naturalmente) a confonderle tra loro. Se quella che è stata la Manifattura Tabacchi (nome austero e dignitoso, ce ne fossero ancora!) sarà chiamata MANTA o EXMAN o similia, l'ambito culturale cagliaritano avrà perso una buona occasione. Ci sono già in Italia e Sardegna una pletera di istituzioni il cui nome è una sigla che inizia con un “MA” o con un “EX” seguito da qualcosa. Meglio non aggiungerne altre.

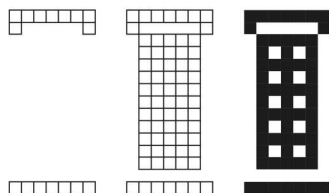
La proposta che qui viene portata è quindi di chiamarla semplicemente MANIFATTURA. Sarà un nome che verrà facilmente riconosciuto da chi è cagliaritano, non esponendo il destro a fastidiose critiche, e che si presterà duttilmente alle eclettiche iniziative che vi verranno ospitate.

### Logo

L'ecletticità della vocazione della Manifattura non sarebbe sufficientemente risolta con un marchio di scuola tradizionale e se in passato ci si sarebbe dovuti accontentare, ora non è più necessario. La proposta che qui viene portata è quella di utilizzare un marchio generativo, ovvero un marchio che, pur mantenendo una costante e perfetta riconoscibilità, muta a seconda del momento in cui viene generato, delle condizioni di utilizzo e dell'occasione d'uso.

La proposta che qui viene portata è quella di utilizzare un elemento architettonico caratteristico e interessante della Manifattura, la finestra bordata, e di utilizzarlo come elemento grafico fondante. L'arco quadro superiore e il davanzale formano come delle parentesi all'interno delle quali, allo stesso modo di una porzione di codice software, “si svolge”, “viene narrato”, un racconto. Un racconto grafico nello specifico caso. I mattoni, quadrati perfetti, diventano pixel e si trasformano in segnale. In una modalità generativa a casualità controllata, assumono colorazioni differenti, differenti saturazioni e opacità, perché il segnale è tale solo in rapporto al silenzio (il bianco) e al rumore (la mutazione casuale).

All'interno di questo sistema comunicativo, presto o tardi – ovvero più in alto o più in basso – arriva anche il segnale “firma”, il segno conativo, per usare le categorie linguistiche di Jakobson, cioè la “M” stilizzata della Manifattura.



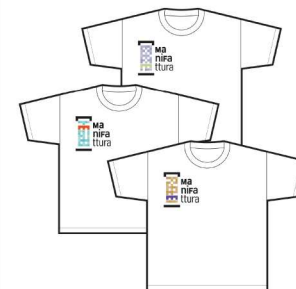
Su questo elemento si è pensato di costruire una forma.



La forma contiene l'iniziale, la “M” di Manifattura. Bisogna solo renderla visibile.

Progetto di: Attilio Baghino

[ Manifattura. Studio per un logo // Applicazioni ]



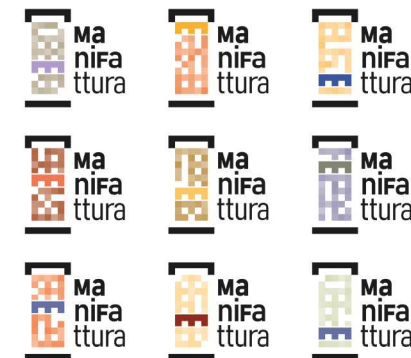
Le applicazioni di merchandising dei marchi generativi sono molto interessanti. Usualmente si producono 3 versioni di marchio per ogni applicazione. Per esempio: 3 versioni di t-shirt, 3 versioni di shopper in tela, 3 versioni di taccuini etc.

Il maggiore costo in fase di stampa viene ampiamente compensato dal fenomeno del collezionismo: facilmente gli acquirenti vogliono possedere tutte le versioni dei marchi disponibili.

[ Manifattura. Studio per un logo // Applicazioni ]



Per quanto riguarda le applicazioni su dispositivi mobili e web, il codice Javascript vi può essere implementato facilmente, in modo da permettere il caricamento di una nuova occorrenza del marchio a ogni refresh di pagina.



## Relazione descrittiva

Oggi chi lavora nel campo delle arti e delle discipline della scienza e della tecnica fa un grande uso della tecnologia.

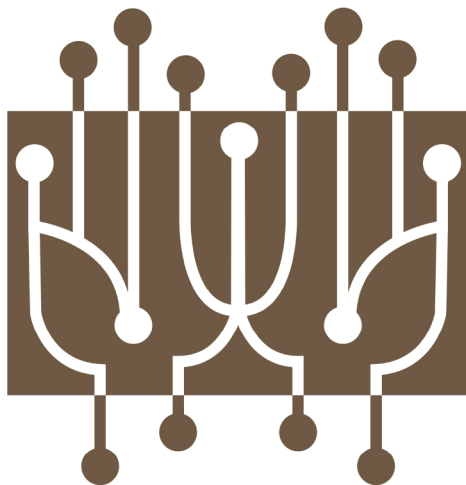
Le opere manifatturiere sono sempre più spesso il risultato di idee elaborate al computer. Si stampano i prototipi in 3D; gli algoritmi di Intelligenza Artificiale ci aiutano a progettare, a risolvere problemi, a capire meglio il mercato del nostro prodotto.

Sono però sempre le mani che ci consentono di realizzare le nostre opere, per questo il risultato del nostro ingegno si può ancora oggi chiamare manufatto, anche se realizzato con il supporto di piccoli chip.

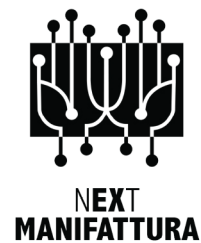
La mia proposta parte quindi da una visione moderna e tecnologica della manifattura: le mani prendono un manufatto e si trasformano in un circuito elettronico.

Il nome richiama il passato ma fa riferimento al futuro: la EX Manifattura diventa la NEXT Manifattura.

Il colore, invece, richiama il tabacco, la materia prima utilizzata dalla vecchia Manifattura Tabacchi.



# NEXT MANIFATTURA



Progetto di: Giambattista Mameli

