

Gruppo di lavoro F. Cesi Roma
Progetto Minerva

Al Preside dell'I.P.S.
E. Manfredi
Bologna

051 / 6011006

Oggetto: Progetto Minerva

Al fine di procedere alla effettiva dislocazione degli spazi e delle attrezzature dello stand, inviamo alle scuole interessate alla fase di allestimento, la seguente richiesta di informazioni :

- Attività che si intendono svolgere in Fiera (stages, imprese simulate, semplice esposizione di lavori, progetti, pacchetti formativi.
- Numero di Docenti e/o alunni interessati.
- Modalità di svolgimento di queste attività (necessità di isolamento, integrazione. rapporti con altri stand ...)
- Arredi, attrezzature, lavori, che intendete portare in fiera, con elenco descrizione e possibilmente misure.
- Arredi considerati necessari all'interno dello stand tra quelli forniti dall'ente fiera.
- Per il "piccolo museo" itinerante all'interno dello stand, indicare gli oggetti o i macchinari da esporre, mandando possibilmente descrizione e misure (magari una foto).
- Tutte le informazioni che ritenete utili in questa fase di progetto.



Descrizione progetto di massima:

Viste le considerazioni fatte nei vari incontri in D. G., le ipotesi di lavoro proposte nella strategia, le caratteristiche dello spazio a noi riservato dall'Ente Fiera, abbiamo deciso di portare avanti l'idea della piazza, della piccola corte, uno spazio centrale aperto con possibilità di scelta di percorsi. sulla piazza affacciano una serie di "botteghe" (gli stands), vi si svolgono una serie di attività, vi sono esposti lavori e oggetti simbolici di un museo itinerante. Il visitatore è accolto all'ingresso della piazza da una forte comunicazione, e dal verde, trova all'interno dello spazio centrale quattro portali simbolici, posti di fronte ai lati corrispondenti ai vari indirizzi. Al centro, l'elemento scultura in legno con l'ala dell'istruzione professionale. Lo spazio interno è un luogo accogliente e particolare, nuovo, perchè caratterizzato da una comunicazione giovane e immediata con la presenza delle nuove tecnologie; tradizionale, per il forte legame con il passato, segnato ancor più dagli oggetti esposti e dall'uso del legno.

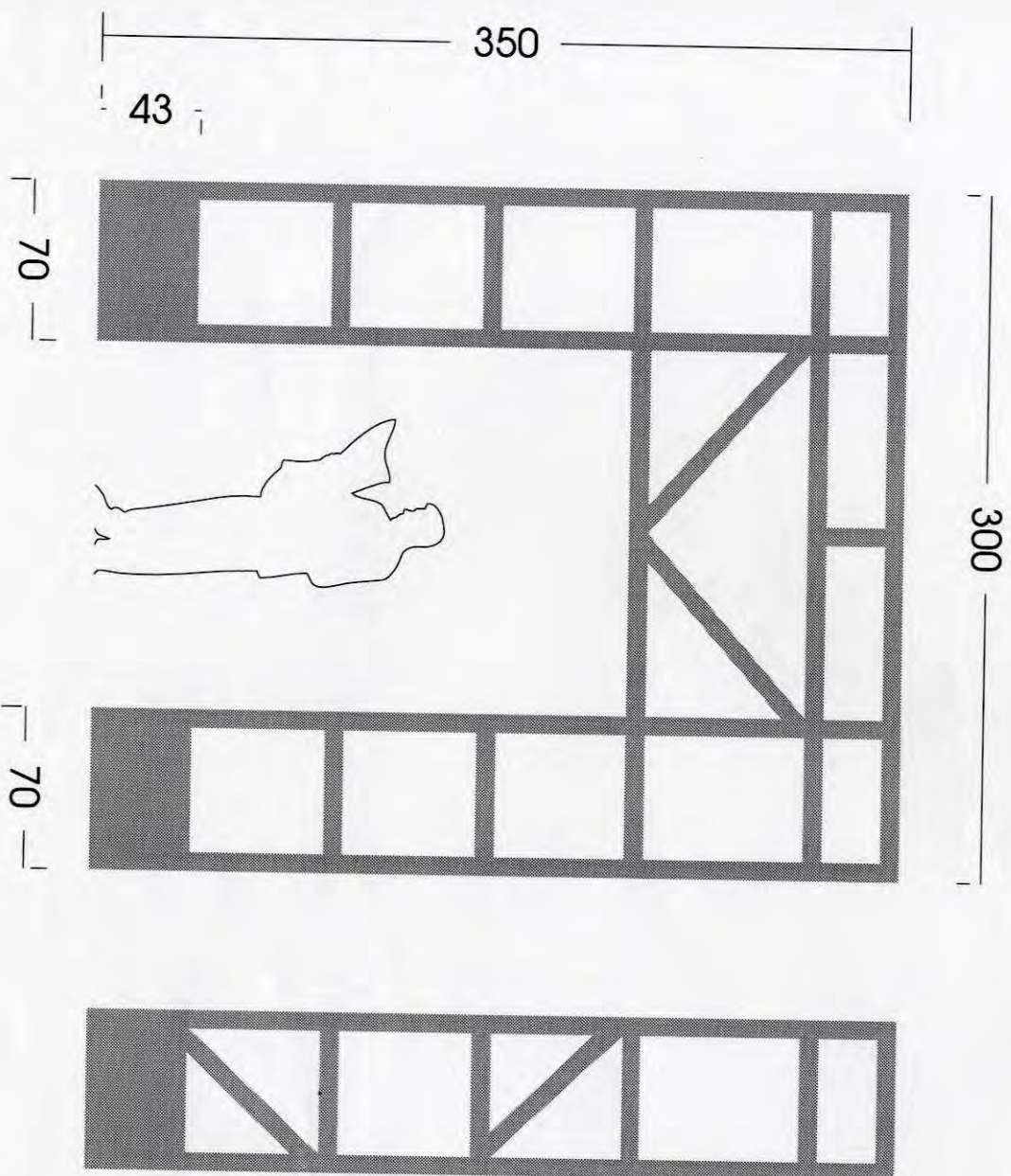
Dati di progetto:

Superficie totale di progetto esclusi gli spazi di percorrenza = mq 768

Superficie utile Stands= mq 416 (check in e multilab, occupano una parte della piazza interna)

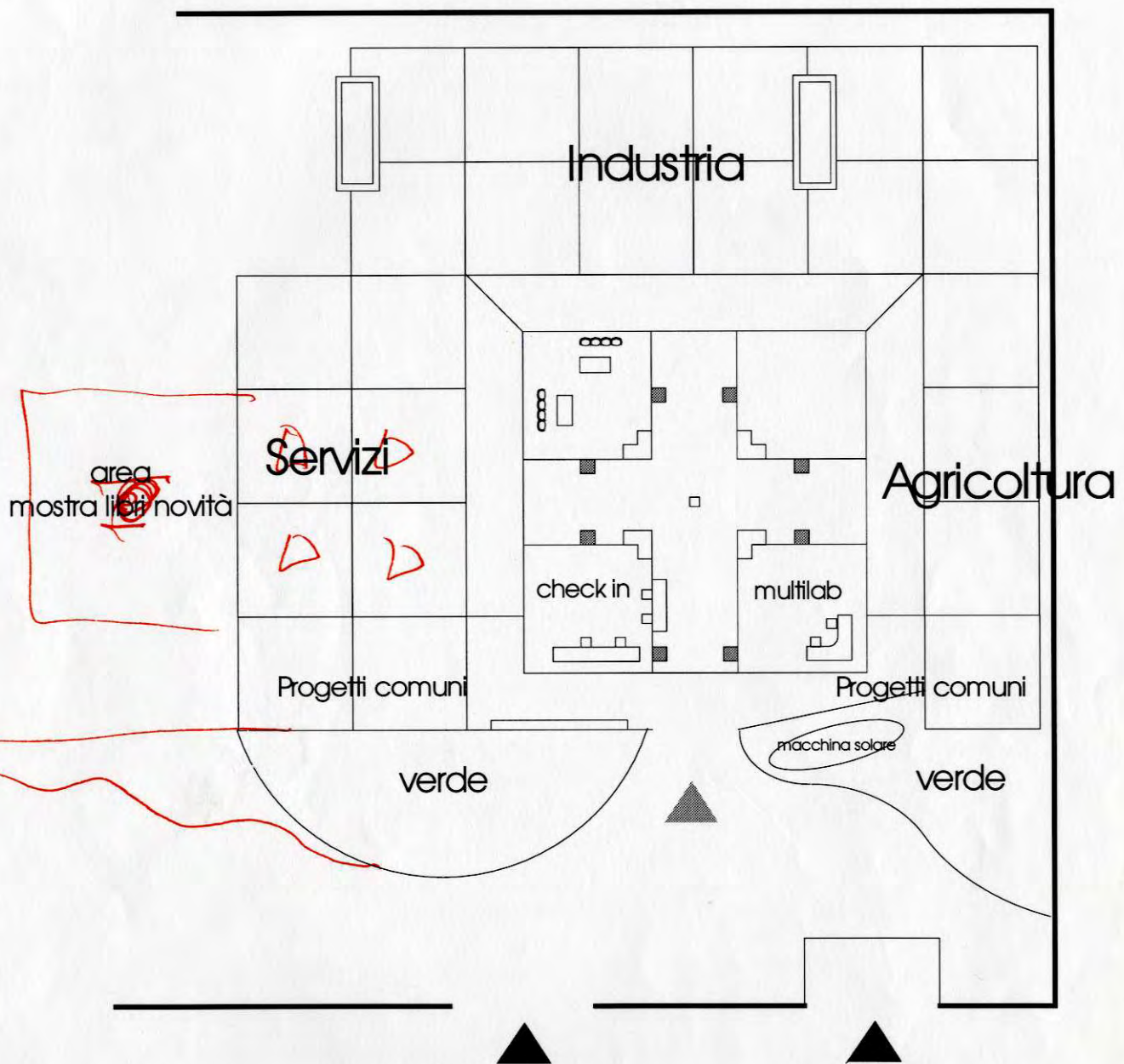
Superficie piazza utile = 144 mq

Il portale in legno di abete, deve essere rivestito di tessuto trasparente nei colori dei vari indirizzi, la struttura sarà quindi visibile, cercate di realizzare tralicci finiti per accorciare i tempi di montaggio e smontaggio



elemento totem a base quadrata da posizionare al centro della piazza, con l'ala dell'istruzione Professionale, traforata sui quattro lati,

Progetto di massima planimetria



Un saluto affettuoso alla Preside Fabiani, con l'impegno di tutti noi di aggiornarti continuamente sulla progettazione.

Maria Privitera
Pietro Caponecchia

APPUNTI PROGETTO GRAFICO

MOVIMENTO E TRASPARENZA, MOVIMENTO COME CAPACITA' DI RINNOVARSI.
L'IDEA DI PARTENZA E' QUELLA DEL GIOCO DEL RITAGLIO (PERCORSO LOGICO
SULLA CARTA
PIEGATA, (EFFETTI IMPREVEDIBILI !!). DAL FONDO SCURO EMERGE COME UNA
FILIGRANA LA TRAMA DI OMINI
E SIMBOLI, CHE CREANO UNA INFINITA' DI COMBINAZIONI E ROTAZIONI.
(METAFORA DEL MONDO DEL LAVORO, UNA MOLTTUDINE DI PERSONE CHE SI
INCONTRANO, LAVORANO,
CON MEZZI E IN SITUAZIONI DIVERSE.

GLI ELEMENTI COLORATI CHE EMERGONO DAL FONDO DELLA TRAMA, POSSONO
RAPPRESENTARE:

DIVERSITA' NELLA MOLTTUDINE (MONDO DELLA SCUOLA)

LA SCUOLA VOLTA PAGINA, NOI SIAMO DIVERSI, SIAMO IL SEGNO

L'INVITO, L'INGRESSO ALLA RASSEGNA (IMMERSIONE NEI COLORI)

INVITO AD ENTRARE PER VEDERE CHE COSA C'E' DI NUOVO

EVIDENZIA UNA PARTE DELLA STRUTTURA CHE SI MUOVE DIVERSAMENTE

SCOPRIRE IL NUOVO PERCORSO, ELEMENTO DI CAMBIAMENTO E DI PROGRESSO

LOGO:

LA PAROLA VOLTA E' IL PRETESTO, L'ELEMENTO CENTRALE DEL LOGO
CON LA SUA ROTAZIONE ENFATIZZIAMO IL SIGNIFICATO E LA STRUTTURIAMO COME
ELEMENTO GRAFICO

AL QUALE SI APPOGGIANO GLI ALTRI ELEMENTI DEL LOGO. LA LEGGEREZZA DELLA
TRAMA LA STRUTTURA

DEL LOGO E DEGLI ALTRI ELEMENTI GRAFICI CHE LO COMPONGONO CONFERISCONO
AL MANIFESTO

TRIDIMENSIONALITA' , VERTICALITA' , GRAVITA'

**FIERA DEL LIBRO PER RAGAZZI BOLOGNA 10/13 APRILE
1997**

RASSEGNA DELLA ISTRUZIONE PROFESSIONALE
committente Direzione Generale

**CONVEGNO sul tema SCUOLA MONDO del LAVORO 11
APRILE serie di tavole rotonde**

titolo (provvisorio) Una formazione per il futuro
 Tra scuola e lavoro:
 i percorsi dell'Istruzione Professionale

il titolo è corretto ma non abbastanza attraente, manca d'appeal, poco memorizzabile è un po' scontato, forme simili sono già state utilizzate. bene "i percorsi" (anche legato al mondo del lavoro) dà l'idea del divenire, delle alternative, è dinamico ed indica qualcosa di strutturale ed operativo.

logo attuale: l'ala di Leonardo

va personalizzata, caratterizzata alla manifestazione, enfatizzata

**MOTIVAZIONI DELLA PRESENZA IN FIERA DELLA
ISTRUZIONE PROFESSIONALE**

1. presentare "il libro", ovvero qualsiasi medium tra la persona da formare (giovane, adulto, docente) e l'obiettivo formativo
2. aprire un dialogo con gli operatori (editori, software house, agenzie) su come noi intendiamo il prodotto "libro"
3. far conoscere i nostri progetti educativi nel loro complesso ed in interazione dando risonanza ai progetti più interessanti e riusciti in relazione al mondo del lavoro (nostra forte specificità)
4. rinforzare l'immagine della Istruzione Professionale e della Direzione generale
5. far conoscere o ricordare "la storia antica" della I.P. che ha anticipato la riforma ed è leader del settore in Europa
6. confrontarsi (a distanza) con il resto dell'Istruzione Superiore

IMMAGINE

che cosa è l'I.P.

- forma la persona (cultura) e la prepara all'inserimento nel mondo del lavoro (formazione ed addestramento)

essere per fare

- è flessibile nei tempi e nei luoghi *programmazione*
modulare

collegamento

reale con il territorio

- estroversa, proiettata verso l'esterno conosce la realtà economica del paese, è al passo con il rinnovamento tecnologico

è supportata da una D.G.

- efficiente ed operativa *le idee diventano fatti*

- organizzata ed in grado di organizzare

- creativa *promuove la*

progettazione e

l'innovazione in tutti

i campi

come dimostrare quanto affermato?

strategia

TARGET

formatori		fornitori editori
	operatori del settore	personale docenti presidi
	politici	
	mondo del lavoro	
	consumatori	utenti famiglie

OBIETTIVI DA RAGGIUNGERE

1. creare un'immagine nuova e forte
2. impressionare favorevolmente il Ministro che forse non ci conosce abbastanza
3. rimotivare gli operatori interni
4. aumentare le relazioni e la forza contrattuale con gli operatori esterni
5. *non basta fare le cose bene bisogna farle sapere* quindi dare risonanza attraverso ai media all'evento
6. rimuovere il vissuto negativo dell'istruzione professionale che a tuttora ha un'immagine di *scelta di seconda mano*, creare un'immagine nuova d'istruzione alternativa con una sua specifica identità competitiva
7. rimotivare con un'operazione di ritorno gli studenti
8. gratificare quella parte del mondo del lavoro che ha ben collaborato
9. gratificare tutti coloro che hanno partecipato ai progetti, anche creando competizione interna sulla qualità del prodotto
10. acquisire nuova e più motivata utenza creando fiducia nella scelta ai genitori

Proposta per l'immagine coordinata

- E' possibile mantenere il motivo grafico dell'ala di Leonardo come elemento ripetitivo all'interno della depliantistica e delle locandine oltre che sugli stand. Ma prima è opportuno "ricostituire" l'insieme del disegno leonardesco come immagine principale per poi poterne utilizzare una parte o parti diverse evidenziando di volta in volta un aspetto differente del progetto.

STRATEGIA

premessa:

*una buona azienda è in grado di ottimizzare tutti i suoi settori,
ma i risultati effettivi si valutano dalla **qualità del prodotto***

*il nostro prodotto finale è l'**alunno**, ovvero colui che ha professionalità*

Nel processo di formazione dell'alunno (obiettivo), la strategia è il progetto, gli strumenti sono i media utilizzati, tra i quali il libro.

Facciamo presentare il progetto ed il libro dall'alunno, attraverso la sua professionalità ed i suoi prodotti.

Presentiamo, esponiamo:

l'alunno professionalizzato al lavoro, supportato dai docenti e dai professionisti della terza area che hanno realizzato il prodotto

- gli alunni saranno presenti in tutte le aree possibili dello stand, si occuperanno dell'accoglienza, dell'informazione, della realizzazione di una parte del materiale espositivo, presenteranno i loro prodotti, saranno impegnati in laboratori aperti (stage, work shop, video...)

il nostro cliente in fiera è un ospite gradito, deve sentire la nostra attenzione e la nostra efficienza organizzativa ed informativa, deve essere messo in grado di muoversi autonomamente, di lavorare se vuole, deve sentirsi importante e coccolato (vedi poi concetto di oasi)

- grande battage di comunicazione: campagna d'informazione tramite i media
- comunicazione all'esterno del padiglione: manifesti e volantini distribuiti da ragazze e ragazzi in divisa

PERCORSO

- 1. accoglienza/benvenuto, check-in iniziale:** distribuzione di materiale informativo, blocchi e penna, eventuale guida, questionario da riconsegnare compilato alla fine della visita
- 2. saluto uscita consegna del questionario, offerta di gadget**
ologramma dell'ala, berretto, serigrafia d'arte
- 3. edicole informative lungo il percorso**
- 4. workshop per i visitatori:** tavolo computer, sedie, ma anche divanetto per conversazione secondo lo spazio ed i mezzi a disposizione uno o due lungo il percorso, oppure interni ai singoli spazi espositivi
- 5. area ordinamento, progetti, attività comuni,** creare gruppi di lavoro, non dare la sensazione dell'attesa passiva, dare la possibilità all'utente di visionare anche autonomamente il materiale espositivo, eventuale questionario per la validazione del prodotto
- 6. area degli indirizzi suddivisi in tre aree:** presenza per prodotti ed immagini di più istituti per far capire che sono tanti gli istituti che funzionano; laboratori in funzione ove possibile, stage, presenza della terza area, ragazzi al lavoro, video delle attività, presenza dei prodotti
- 7. workshop per 50 persone in zona protetta riservata**
- 8. comunicazione degli eventi, del programma con voce fuori campo,**
con distribuzione di volantini

CARATTERIZZAZIONE DELLO STAND

lo stand deve staccarsi dal resto, deve essere un'oasi
(gli altri vendono prodotti noi vendiamo un prodotto-servizio,
ma con attenzione alla qualità della vita in tutti i suoi aspetti,
ambiente compreso, *essere per fare*)

lo stand deve essere riposante e stimolante al tempo stesso
un organismo in cui ogni parte ha funziona autonoma ma è
collegata al tutto, deve ricordare che presentiamo un unico
grande progetto con un unico obiettivo finale
deve dare la sensazione di rispettare la persona e la sua relazione
con lo spazio
deve essere bello, curato nella forma e nel particolare
gradevole ai sensi oltre che all'intelletto *differenziazione rispetto
all'istruzione classica e tecnica*

ipotesi di soluzione:

1. il villaggio giardino, il college: quindi presenza di verde, strade, piazze, percorsi
2. la piazza, l'agorà, la corte medievale: ovvero spazio centrale aperto, con possibilità di scelta di percorsi

elementi di collegamento

1. i percorsi guidati
2. la presenza delle hostess, dei ragazzi in divisa: divisa Jeans e maglietta con marchio, berretto tutto nei colori del marchio (giallo rosso blu verde)
3. **sagome** ad altezza naturale (fotografie su compensato) di ragazzi (e docenti?)
4. standardizzazione **dei pannelli espositivi**
5. **riferimenti** al passato inteso come tradizione culturale da cui proveniamo, accostato all'odierno, all'attuale, alla proiezione verso il futuro. (aprire eventuale dibattito)

ELEMENTI DI COMUNICAZIONE VISIVA

MARCHIO: ala sì, ma più enfatizzata e vivace

segno caratterizzato e deciso, più giovane ed
attuale (la tradizione rivissuta al tempo reale)
colori primari decisi a forte contrasto: giallo rosso
blu verde
(i colori dello strutturalismo, i colori attivi)

LOGO: da creare con operazione di naming, acronimo o breve headline

- la presenza iterata del marchio collegherà i vari eventi, i vari momenti espositivi
- i colori differenzieranno le aree: ordinamento, progetti comuni, indirizzi (industria agricoltura servizi)

ELEMENTO DI FORTE ATTRAZIONE *da trovare*

lo stand è grande, si trova all'interno di un padiglione grande, abbiamo una forte concorrenza visiva degli altri espositori (grande editoria)

possiamo puntare su:

enfaticizzazione: dimensione, iterazione, movimento, multimedialità

ipotesi di soluzione:

- marchio-simbolo (es.: ali in movimento, grande ologramma)
- elemento strutturale informativo: display, multiscreen
- totem multimediale

ORGANICITÀ la compattezza, l'appeal, la cura dell'intero impianto

RIFERIMENTI CULTURALI RICORRENTI accanto ad immagini attuali porre sempre quando possibile riferimenti al passato

Le luci vanno poste in modo da valorizzare gli oggetti. o per
element. signif. col vi e non devono mai essere fastidiose.

- PERCORSO -
- ORDINAMENTO
- IMMAGINE NUOVA (CATA) (elevato profilo)
- TRASPARENZA
- GIOCO - ~~PER~~ BAMBINO - GIOVANE - ADULTO

Ve Moulens 126 Porto

Dove essere un luogo dove stare con piacere, anche per incantatori.
 Il ricordo di quell'ora comune porta agli "medi-un" non deve essere
 troppo scontato ma anche eccessivamente artistico.

PROPOSTA

RECINTO → CITTA DELLA

Il percorso seguito come in un gioco, si snoda dall'usignolo
e dell'area comune, verso i tre le tre stazioni simbolo, una
sorta di elemento portale, una struttura leggera in legno o metallo
rivestita di tessuto leggero (traspirante) una per ogni modo - industriale,
agricoltura - foresta, con appropriate simbologie. Il percorso
può avere un pretesto per "Gardens delle cose" ispirati figurativi
~~alla~~ o puri e moderni. Giudicare, Onedo minimale, ~~invece~~
~~dei~~ uno dei colori ~~forte~~ forte geometrico, notorio.

Progetto Minerva

elementi con cui lavorare nell'all'est.mento

- 1) gli oggetti concreti; il medium culturale - Libro - CD ROM ecc.
oppure le loro immagini o metafore
- 2) i contenitori o i supporti degli oggetti da mostrare
- 3) Il percorso dell'all'est.mento - (chiuso, aperto, con collegamenti)
- 4) Le scelte, i criteri, le informazioni
- 5) La percezione dello spazio fisico anche in relazione alle luci

- L'all'est.mento è di tipo culturale. —
- Il prodotto da mostrare è un prodotto culturale, libro, pacchetto CD ROM
- Non necessariamente la qualità del prodotto deve corrispondere a quella dell'all'est.mento
- È necessario che il progetto dell'all'est.mento parli di più con quello dell'ordinamento e dell'immagine
- Lettere



BIBLIOTECA DI
DOCUMENTAZIONE
PEDAGOGICA

LA SCUOLA VOLTA PAGINA

Tra cultura e lavoro i percorsi dell'Istruzione Professionale

Fiera di Bologna, padiglione 24, in uno spazio di circa 1200 mq è nato in tre giorni un villaggio-giardino che per altri quattro giorni, dal 9 al 13 aprile, ha ospitato la rassegna dei prodotti multimediali dell'Istruzione professionale.

Accolti dai ragazzi dell'alberghiero, guidati da percorsi colorati, i visitatori hanno potuto visionare - coadiuvati da docenti, ispettori e tecnici - materiali multimediali provenienti da esperienze di progettazione a sostegno dell'insegnamento di discipline rinnovate negli obiettivi e nei contenuti. I materiali sono stati realizzati nel quadro delle iniziative di aggiornamento promosse dalla Direzione Generale dell'Istruzione Professionale, che nell'ultimo decennio, raccogliendo le istanze del mondo del lavoro e della scuola, ha promosso una riforma sostanziale, in grado di ammodernare profondamente e di rivalutare l'offerta formativa.

I visitatori del padiglione hanno anche avuto la possibilità di accedere a diverse banche dati, ricavare materiale informativo, avere esempi di Imprese Formative Simulate e di didattica sperimentale con mezzi interattivi. Ampi spazi sono stati dedicati a progetti di collaborazione con aziende, nati da intese nell'ambito dei corsi dell'area di approfondimento (terza fascia).

La rassegna a partire dal logo, dai marchi, dai colori istituzionali, dalla presenza in fiera di schede informative su ogni singolo pacchetto ed evento, è stata organizzata con intenti di efficacia comunicativa e ha seguito una specifica strategia: definizione di obiettivi, organizzazione della comunicazione, rilevazione dei dati di afflusso e degli indici di gradimento, valorizzazione dell'immagine dell'Istruzione Professionale.

HA COORDINATO LA RASSEGNA
L'ISPETTRICE STEFANIA M. TERNENZI

HANNO COLLABORATO:
DOTT. UGO PANETTA
PRESIDE SERGIO BAILETTI
PRESIDE MARIA FABIANI
SIG.RA GIUSEPPA NADILE
PROF. ANDREA BORDONI

UN PARTICOLARE RINGRAZIAMENTO
ALLA PROF.SSA MARIA PRIVITERA PER LA REALIZZAZIONE DELLA LINEA ESPOSITIVA.



LA MANIFESTAZIONE E GLI STAND SONO STATI PROGETTATI E REALIZZATI CON LE RISORSE UMANE E TECNOLOGICHE DEGLI ISTITUTI PROFESSIONALI.

PROGETTAZIONE GRAFICA DELL'IMMAGINE COORDINATA E ALLESTIMENTO A CURA DEL GRUPPO OPERATIVO "IPS FEDERICO CESI" (ROMA).

PRODUZIONE E STAMPA MATERIALE PUBBLICITARIO A CURA DEGLI ISTITUTI:

IPSIA P. CASTALDI (ROMA),
IPSIA L. GALVANI (REGGIO EMILIA),
IPSIA CITTÀ DI CASTELLO (PERUGIA),
IPSIA CORNI (MODENA).