



Firenze, 27 settembre 2017

Branding design per le Gallerie degli Uffizi

Comunicare è fondamentale per tutti e sappiamo che non si può non comunicare; non è certo una novità. Comunicare per le Gallerie degli Uffizi significa esprimere e raccontare un progetto in continuo divenire iniziato circa 450 anni fa, un work in progress radicato nel territorio e nel passato ma sempre più aperto al mondo e alla cultura, che guarda al futuro. Per questo, per le Gallerie degli Uffizi comunicare è indispensabile! Questa sì è una novità.

Come consulenti da dove partire? Da un lato definendo in quale macro area di progetto di Branding Design rientra questo tipo d'identità di marca e individuare un metodo adatto al soddisfacimento dei bisogni e dei desideri a cui si deve tendere; dall'altro lato rispondendo a una domanda principe: *"perché farlo?"*

Partiamo dalla prima questione. Il Giardino di Boboli, Palazzo Pitti e gli Uffizi sono cose straordinarie e altre lo diventeranno attraverso le attività già avviate delle Gallerie degli Uffizi. Queste realtà rappresenteranno sempre di più un polo museale governato con modernità, attivando luoghi sempre più aperti, con nuove tecnologie e funzioni, innescando ricerca e innovazione. Tutto ciò all'interno di un territorio ricco di attrattive.

Si delinea quindi la potenzialità di un progetto di *Destination Brand* nel contesto di una *City Brand*. Il rischio è che un territorio, già fortemente attrattivo, entri in competizione con l'ente che deve attivare una propria distintività: competitiva ma non antagonista.

La risposta alla seconda domanda *"perché farlo?"*, la si deve cercare sia sul versante della storia che sul versante della contemporaneità. Il vissuto è ciò che ha stratificato i valori dei siti, dei loro contenuti e la loro conservazione. L'oggi è legato ai consumi culturali, all'educazione, all'esperienzialità, alla velocità; la visione del domani è dove tutto diventa immediata condivisione e piacere di vivere. I valori da comunicare sono la sintesi di queste due necessità.

LE GALLERIE DEGLI UFFIZI

Piazzale degli Uffizi, 6
50122 Firenze
T +39 055 2388 831
www.uffizi.it/areastampa
uffizimedia@beniculturali.it



Per affrontare queste problematiche abbiamo costituito un laboratorio di *design thinking*, che evidenziasse il senso dei valori, dei singoli luoghi e delle preesistenze, ricercando le aree comuni su cui articolare un progetto contemporaneo, idoneo alle nuove dinamiche della comunicazione, flessibile negli utilizzi. L'analisi è stata verificata con focus group mirati e con sondaggi interni, oltre che con dati social e ricerca di best practice.

Una volta definiti i valori, la mission e la vision, si è potuto iniziare il progetto di *communication design*. Che a sua volta si è dovuto confrontare con gli stereotipi di segni consolidati e inflazionati, che sebbene avessero un valore storico, non erano più portatori di valori distintivi e quindi non utilizzabili per costruire immagini difendibili e solide per il futuro delle Gallerie degli Uffizi. Uno fra tutti è l'abuso della parola *Uffizi*, poco difesa negli anni in cui non si aveva consapevolezza del valore delle parole. Il Brand Naming non era stato mai considerato come un patrimonio da difendere, in questo caso un bene comune di peso globale.

Il processo di *Branding Design Oriented* così attivato, ha prodotto i segni fondamentali: il Logo e la sua architettura di Marca, un'identità coerente con la *Brand Strategy* alla base di tutte le prossime azioni di comunicazione da sviluppare nel tempo. Ciò che ne è scaturito è un progetto aperto, adatto e adattabile per costruire nuove emozioni e narrazioni, orientato al desiderio di far entrare e tornare le Persone nei luoghi delle Gallerie degli Uffizi, alla scoperta di tesori straordinari e di racconti sorprendenti.

Una nuova firma per consolidare il patto con i visitatori e con la città.

Carmi e Ubertis

LE GALLERIE DEGLI UFFIZI

Piazzale degli Uffizi, 6
50122 Firenze
T +39 055 2388 831
www.uffizi.it/areastampa
uffizimedia@beniculturali.it