

Concept e identità visiva

Il Centro Informazione Disabili è un complesso di beni e servizi volti a migliorare la qualità di vita del cittadino. Occorre ragionare sulla definizione delle parole e valori - chiave da veicolare quali: l'immediatezza, la riconoscibilità, l'innovazione, il superamento delle barriere, la semplicità e la chiarezza, la condivisione e l'interazione. Da ciò nasce un primo concept comunicativo di progetto, con l'obiettivo, di raccogliere sotto un unico punto di riferimento concettuale e visivo una rete di servizi e attività proposte ai cittadini - utenti, declinato in diversi strumenti e mezzi di comunicazione. È essenziale comunicare che il servizio ha l'obiettivo di essere realmente funzionale ai bisogni del territorio; che è progettato in maniera partecipata e condivisa da parte di tutti i soggetti interessati; che offre un supporto e strumenti nuovi al terzo settore in grado di migliorare la qualità di vita dei disabili; che costituisce un collegamento diretto ed interattivo fra PA, operatori del settore e cittadini. Il logo dovrà rispettare alcuni principi essenziali quali la riconoscibilità, la forza espressiva, la capacità di veicolare i valori individuati. Si tratta di una forma di comunicazione non verbale, che attraverso immagini, colori e forme, veicola i propri valori e la propria identità. La comunicazione potrà essere poi completata con l'utilizzo di un payoff, una breve frase posizionata sotto al logo, con l'obiettivo di esplicitare la sua identità aggiungendo importanti elementi per il posizionamento e la riconoscibilità dei valori veicolati. Tutta la comunicazione visiva e dunque l'immagine coordinata sarà sviluppata seguendo le linee guida dettate dalla linearità e cromaticità del concept visivo espresso, prima che in ogni altra cosa, nel logo. Per favorire semplificazione e immediatezza potranno essere utilizzate infografiche, mappe, immagini esemplificative nella realizzazione di materiale grafico e web.

Per quanto riguarda i contenuti, realizzati anche grazie alle informazioni acquisite dalle attività di ricerca, analisi e sistematizzazione, saranno in linea con il concept comunicativo pianificato e dunque con i valori e le parole - chiave da veicolare. In particolare si punterà sull'idea di supporto e abbattimento delle barriere; di rete; di fornitura di beni e servizi; sull'idea di accoglienza e inclusione. Il tutto utilizzando metafore visive che possano esprimere al meglio le sensazioni di "facilitazione" e di servizio pubblico, inteso come strumento migliorativo della condizione di vita dei cittadini disabili.