

indice	-7	il logo
	-6	il coordinato
	-5	la comunicazione
	-4	le grafiche inaugurali
	-3	la progettazione virtuale
	-2	la metamorfosi
	-1	l'inaugurazione
	0	il centro ottico emmedue

-7

il logo

l'occhio

L'occhio é l'organo di senso principale dell'apparato visivo, che ha il compito di ricavare informazioni sull'ambiente circostante attraverso la luce. L'occhio umano (e degli organismi superiori) raccoglie la luce che gli proviene dall'ambiente, ne regola l'intensità attraverso un diaframma (l'iride), la focalizza attraverso un sistema regolabile di lenti per formarne un'immagine e trasforma questa immagine in una serie di segnali elettrici che attraverso il nervo ottico vengono inviati al cervello per l'elaborazione e l'interpretazione.

idea progetto sviluppo

Attualità nel tempo e freschezza del tratto. Sono state senza dubbio le parole chiave che hanno innescato l'utilizzo di forme e geometrie, pulite e semplici.

Velocità di lettura estrema, contrasti geometrici evidenti. Si é voluto puntare su concetti di geometria derivati dall'oftalmica ed applicarli in modo semantico nel logo. Lo studio effettuato é stato rivolto allo snellimento dell'occhio umano miscelando il nome del CENTRO OTTICO EMMEDUE e proprietà tecniche di ripresa artificiale. Logo e scritta interagiscono tra loro in modo perfettamente complementare potendoli eventualmente separare tra di loro per comunicare successivamente in un unico progetto. La parte iconografica del logo rappresenta la lettera "C" che abbraccia la "O".

La scelta del font (carattere) con le sue dinamiche é derivata dalla precedente composizione del vecchio logo. Fondamentale é stato rinnovarsi senza perdere la storia del centro ottico.

I colori utilizzati sono un "verde acido" e un "grigio petrolio": insoliti nel mondo dell'ottica. Proprio per questi fattori sono stati la scelta piú ovvia: comunicare un nuovo stile, un nuovo concetto colorimetrico.

Colorimetria sostituibile in qualsiasi momento a seconda delle esigenze d'applicazione del marchio o in caso di esigenze costruttive (es. realizzazione di un timbro piuttosto che di stampe a caldo in oro/argento). Costruzioni geometriche idonee e conformi alla adattabilità di eventuali "giochi" effettuabili sul logo stesso in applicazioni grafiche e non.



CENTRO
OTTICO
EMMEDUE

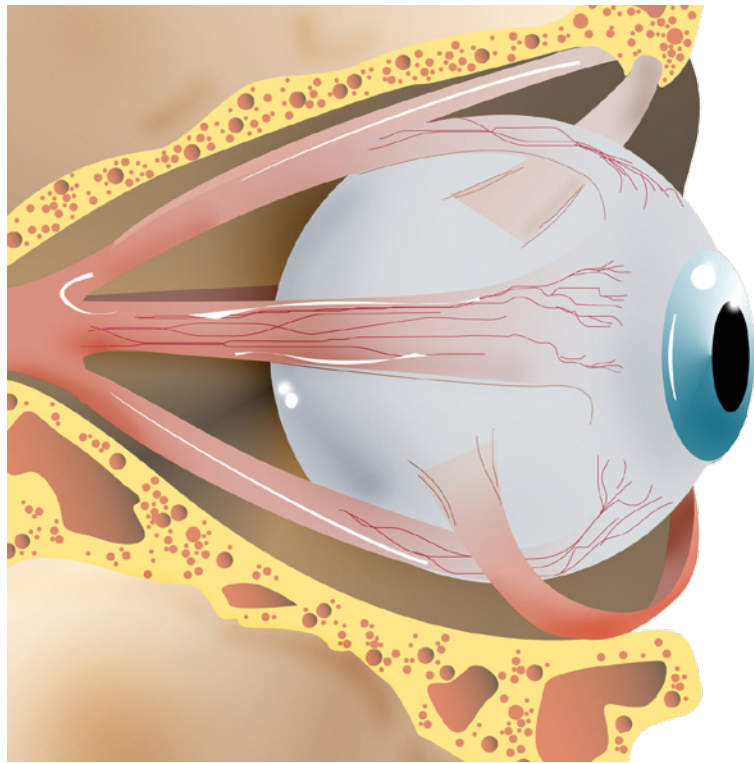


Illustrazione occhio umano.

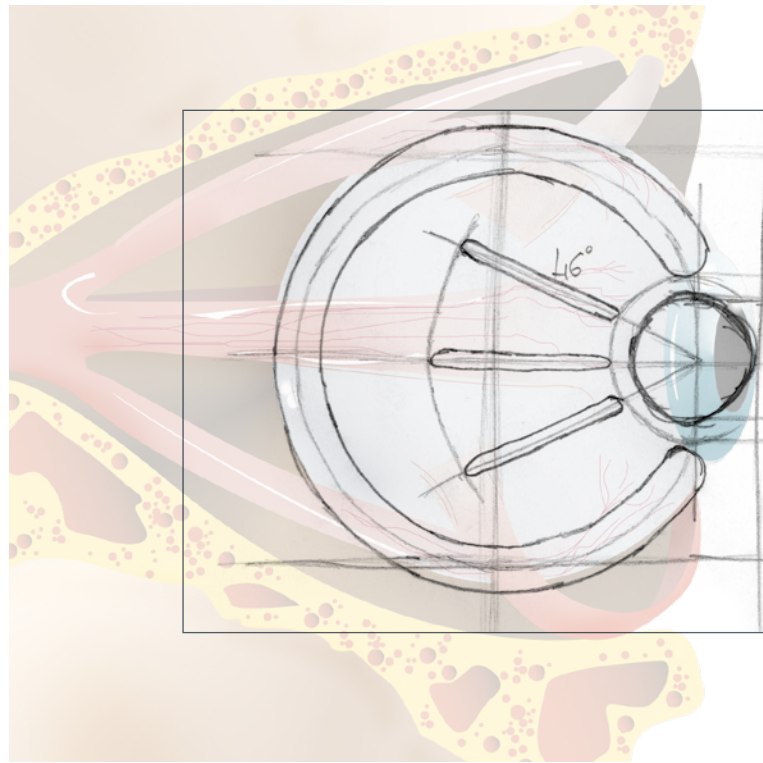


Illustrazione occhio umano con sovrapposizione demo logo.



Foto iride occhio umano.

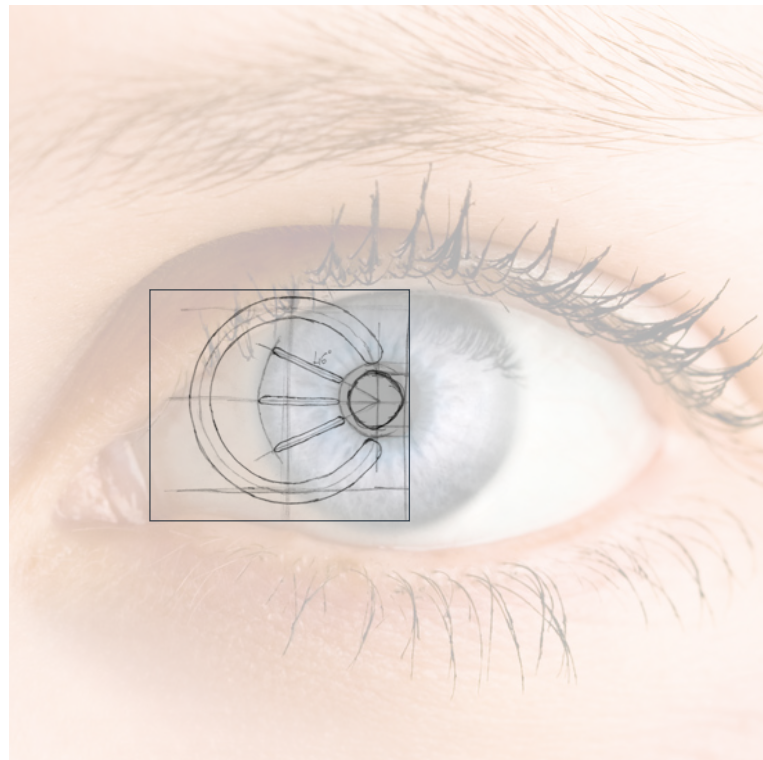
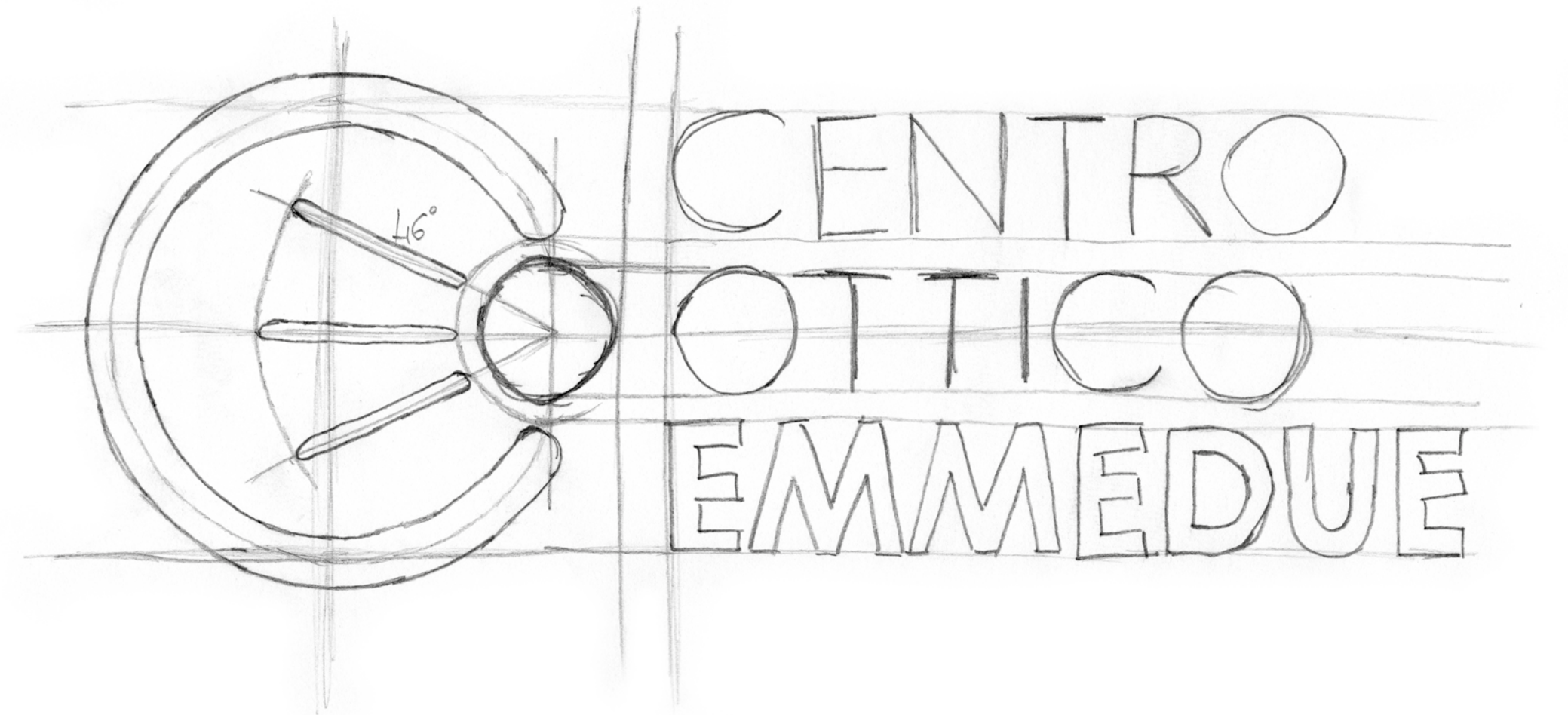


Foto iride occhio umano con sovrapposizione demo logo.



Costruzione geometrica del logo. Matita su carta.

-6

il coordinato

idea
progetto
sviluppo

Per una nuova comunicazione serviva un nuovo coordinato d'immagine. Ci si è concentrati su una sintesi e pulizia anche nel coordinato come da logo dettato. L'idea che si è sposta è armoniosa e pulita: tanto bianco per far respirare gli occhi e porre attenzione solo agli elementi grafici disegnati.

Quello che è illustrato è solo una parte di tutta l'immagine coordinata.



sopra: busta in carta con manici in corda. formato 57x45x17 cm.

a sinistra: busta in carta plastificata opaca con manici in corda e lucidatura uv a rilievo sul logo. formato 23x24x10 cm.

Pezzolina pulisci lenti in tessuto antipolvere, antiallergico e antigraffio con logo e indirizzi stampati in nero.

 **CENTRO
OTTICO
EMMEDUE**
IL NUOVO MODO DI VEDERE

sede: Viale Trento e Trieste, 88 - 06049 SPOLETO (PG) - tel. 0743.222580 - fax 0743.220980
C.C. "Il Duca" - Via dei Filisoli - SPOLETO (PG) - tel./fax 0743.225415
Corso Garibaldi, 21 - SPOLETO (PG) - tel. 0743.222736
C.C. "Agnes" - Via Agromonte - FOLIGNO (PG) - tel. 0742.321194
C.C. "Piazza Umbra" - S.S. Fiammine km 147 - TREVI (PG) - tel. 0742.67433

www.centrotticoemmedue.com - info@centrotticoemmedue.com



Etichetta in raso nero con stampa in argento per applicazione all'interno degli astucci. formato 45x30 mm.



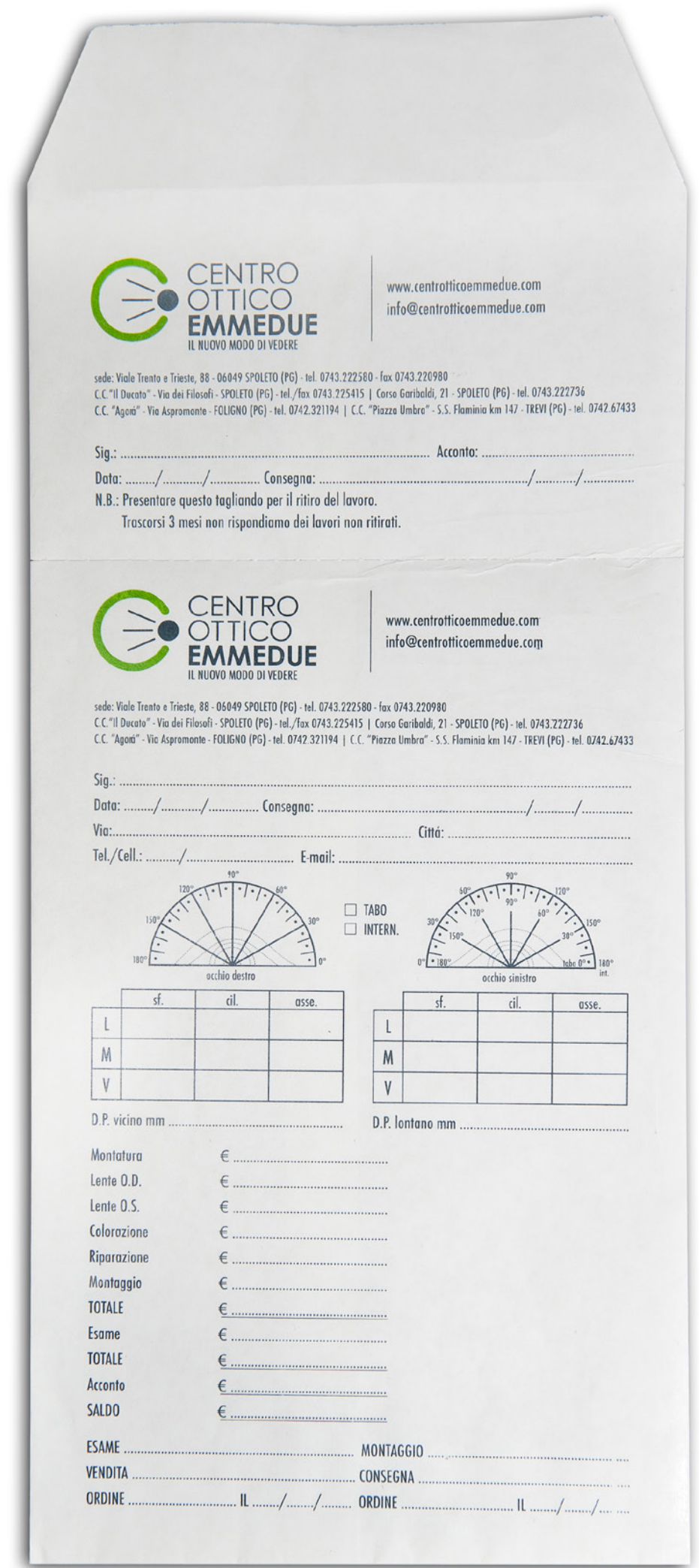
Esempio di pacchetto regalo con carta plastificata semilucida, nastro con il logo del centro ottico e adesivo di chiusura trasparente con stampa in argento della parte iconografica del marchio.



Biglietti da visita stampati a pantone su carta patinata opaca da 300gr. con lucidatura u.v. frontale sul logo a rilievo. Formato 75x55 mm chiuso.



Busta da lettere stampata a pantoni con finestra. sul lembo di chiusura (retro) sono riportati gli indirizzi delle altre sedi. Formato 23x11 cm.



Busta lavoro. Stampata a pantoni su carta da 90gr. la busta presenta informazioni tecniche con relativo cedolino da consegnare al cliente. Formato 12,8x26,5 cm.



Illustrazione grafica
SMART personalizzata.



Fotografia della SMART personalizzata "GreenVision"
& Centro Ottico EMMEDUE.

-5

la comunicazione

idea progetto sviluppo

Sicuramente una campagna di comunicazione insolita.

Gli ingredienti fondamentali sono stati quelli di stimolare curiosità delle persone, di richiamare l'attenzione attraverso immagini che le accumulavano l'uso della vista e le varie modalità ed uso della stessa. Il Centro Ottico EMMEDUE, dopo 20 anni di attività, sente la necessità di cambiare, di fornire nuovi "punti d'osservazione" di trovare spazi differenti e strategicamente funzionali. Nello stesso viale, Viale Trento e Trieste di Spoleto, individuano così una nuova location ad appena 200 metri di distanza. Da qui nasce il primo disegno su carta che dà vita a tutta la comunicazione. Riflettendo sul significato di "punto d'osservazione differente", si è voluto analizzare il tutto dall'alto: si dà vita così alla grafica delle "4 frecce". Il flusso grafico delle "4 frecce" comunica lo spostamento dell'attività.

La nuova sede possiede ben 7 vetrine da poter utilizzare, posizionate in pianta a "V", esattamente a metà del viale e con una gran visibilità. Non si potevano non sfruttare queste caratteristiche logistiche/architettoniche.

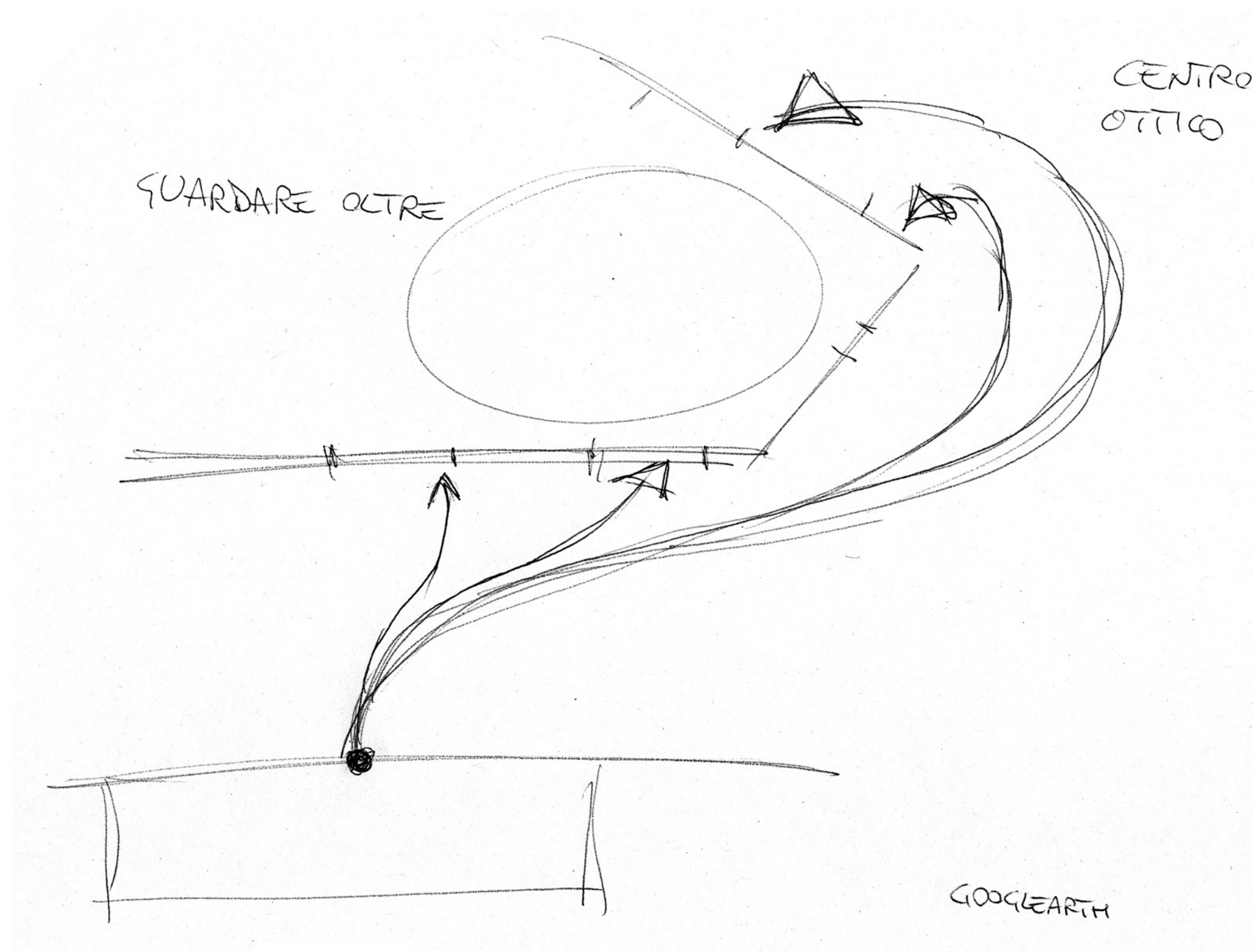
Banale e riduttivo sarebbe stato ricoprirle con un "lavori in corso" anche se accompagnato con delle grafiche dedicate.

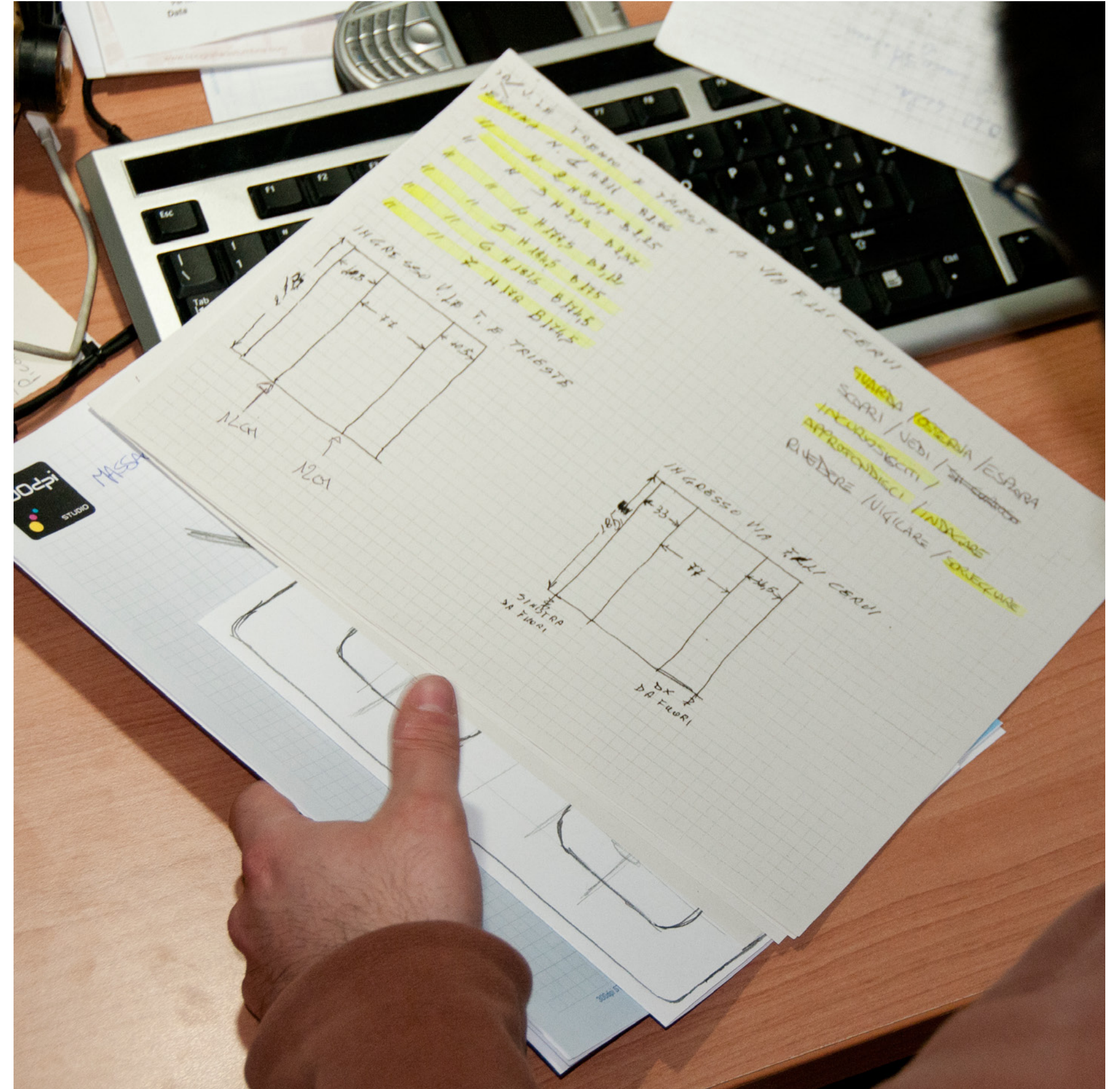
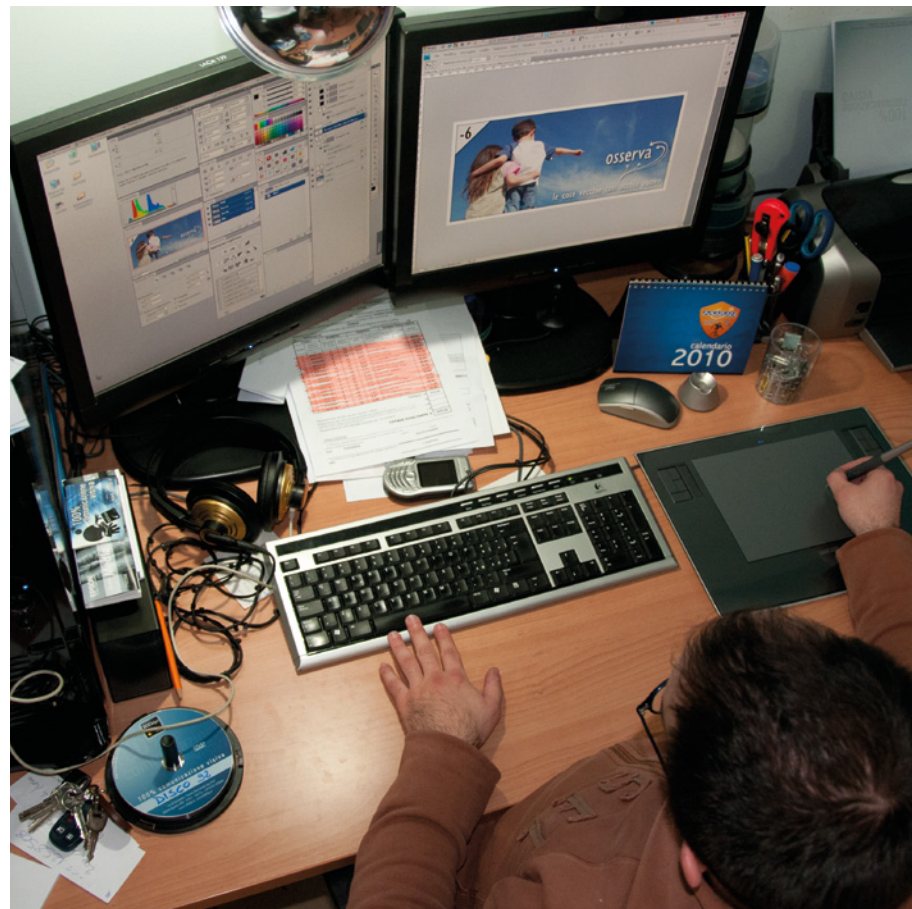
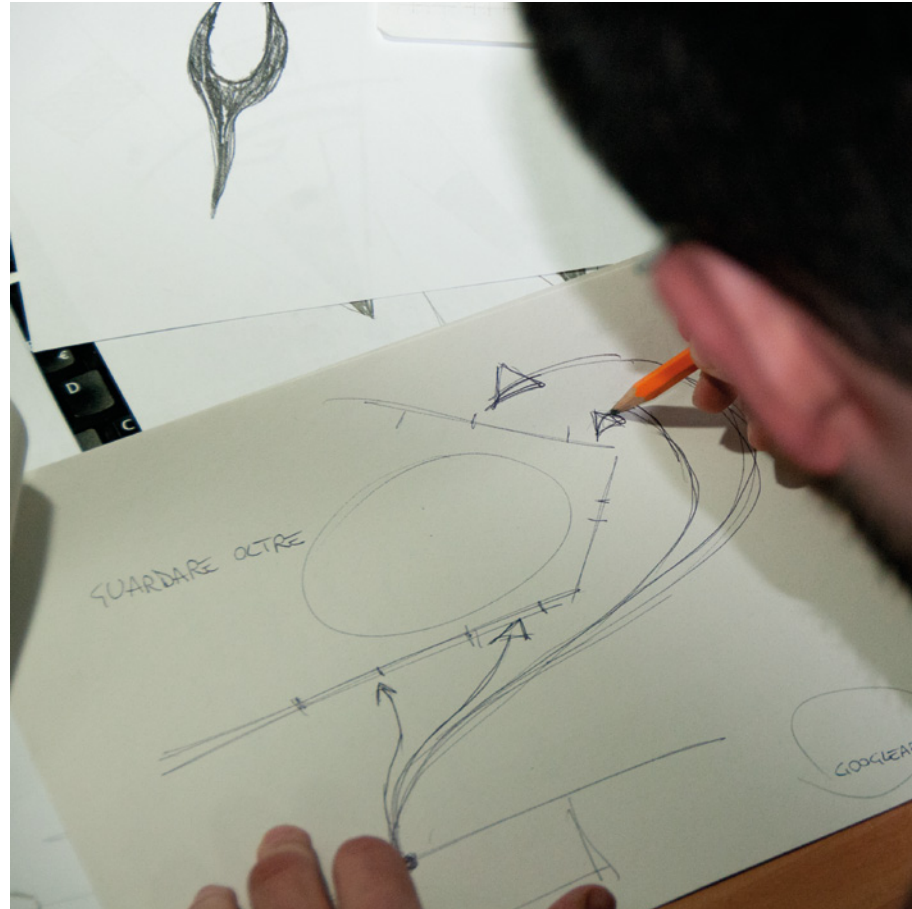
Nasce così l'idea di voler utilizzare queste 7 vetrine in maniera "dinamica" dando un senso ad esse. I lavori sarebbero durati dei mesi e vedere le stesse vetrine con le stesse immagini per molto tempo avrebbe provocato una disattenzione da parte del pubblico: volevamo far capire a chi osservava l'edificio che al suo interno stavano avvenendo cambiamenti significativi.

Il tempo + i numeri = conto alla rovescia.

Dandoci un obiettivo di "fine lavori" abbiamo sfruttato il numero 7 portandolo in mesi: ogni mese 1 vetrina doveva cambiare lasciando intatto il senso di curiosità portando con sé la radice comunicativa. Così, agli inizi di ogni mese, partendo dalla vetrina "-7" e andando in senso antiorario, le vetrine cambiavano. La grafica presente veniva riproposta tramite affissioni pubbliche sull'intera città di Spoleto creando curiosità tra gli abitanti: nella vetrina interessata contemporaneamente lo stesso grafico veniva "alleggerito" in dissolvenza presentando l'inizio di una frase. Questo permetteva non solo di avere il dinamismo voluto dalla campagna di comunicazione ma allo stesso tempo veniva amplificato dai cartelli presenti in tutta la città che creavano curiosità su quanto stava accadendo.

Obiettivo centrato: avevamo catturato l'attenzione dei cittadini.





Nelle foto alcuni dei passaggi progettuali della comunicazione.
Dalla stesura del testo alle grafiche.



Il vecchio negozio viene rivestito con le grafiche della campagna pubblicitaria sulle vetrine esistenti.



Le grafiche della campagna pubblicitaria sulle vetrine esistenti durante la notte vengono retro illuminate creando maggiore attenzione.

-5

le grafiche dei manifesti

Data l'idea portante di giocare con le sensazioni della vista, la ricerca di una immagine idonea era pressoché fondamentale. A disposizione 7 vetrine da rivestire: ognuna di queste con la particolarità di interagire con il pubblico in modo differente e preciso. Importante era comunicare senza svelare il settore o l'attività che avrebbe preso vita in quel sito. Non solo: era fondamentale trasmettere il conto alla rovescia che ci si era prefissati nella fase di studio della campagna. Tre diventano a questo punto le focalità da tener d'occhio senza caricare la comunicazione: dovevamo utilizzare una immagine emozionante, uno slogan veloce con parole chiave ed identificare il conto alla rovescia.

Particolarità dei manifesti delle vetrine:

- immagine piena come sfondo inerente alla vista con colori emozionanti;
- parola chiave evidente contornata dalle "4 frecce".



Particolarità dei manifesti d'affissione:

- immagine piena come sfondo inerente alla vista con colori emozionanti;
- parola chiave evidente contornata dalle "4 frecce" con slogan sottostante;
- conto alla rovescia con "etichetta" triangolare in alto a sinistra.



Particolarità dei manifesti delle vetrine contemporanei all'affissione:

- immagine piena come sfondo inerente alla vista con colori retinati al 40% rispetto l'originale;
- inizio frase contornata dalle "4 frecce";
- conto alla rovescia con "etichetta" triangolare in alto a sinistra.

La finalità era nella composizione delle seguenti frasi sulle vetrine:

**Come sempre, abbiamo un nuovo modo di vedere la realtà.
Tutti gli altri la guardano con i soliti occhi.**

-7



Grafica manifesto prima serie.



-7



la comunicazione

-5



Grafica manifesto seconda serie.



Grafica manifesto terza serie.



la comunicazione

-5



Grafica manifesto quarta serie.



Grafica manifesto quinta serie.



la comunicazione

-5



Grafica manifesto sesta serie.



Grafica manifesto settima serie.



la comunicazione

-4

le grafiche inaugurali

le grafiche dell'inaugurazione

Tanto lavoro di comunicazione non poteva e non doveva essere sminuito. Consolidare il concetto grafico fin'ora adottato è stato fulcro fondamentale. La comunicazione dell'inaugurazione doveva lasciare freschezza e pulizia comunicando sempre un evento importante con una storia dietro. Ci si è trovati a dover continuare questo "ponte comunicativo" sapendo che ancora tutta la nuova immagine coordinata doveva essere presentata: nessuno, a parte gli addetti ai lavori, aveva visto come questa era fortemente e prettamente legata all'identità del nuovo Centro Ottico EMMEDUE. Da qui, pulizia nei manifesti, negli inviti, nei volantini, nei banner web, nelle pagine pubblicitarie dei quotidiani e in tutto il resto.

Aree di comunicazione ben definite.

Nelle soluzioni verticali dei manifesti:

- conto alla rovescia con "etichetta" triangolare in alto a sinistra con il numero 0;
- parte superiore con il logo su fondo bianco con i flussi delle "4 frecce";
- parte inferiore con data dell'evento ben evidente a sinistra e a destra indicazioni sulla nuova posizione della sede con le varie attività inaugurali.

Nelle soluzioni orizzontali manifesti:

- conto alla rovescia con "etichetta" triangolare in alto a sinistra con il numero 0;
- parte sinistra con il logo su fondo bianco con i flussi delle "4 frecce";
- parte a destra con data dell'evento ben evidente nella parte superiore e nella inferiore indicazioni sulla nuova posizione della sede con le varie attività inaugurali.

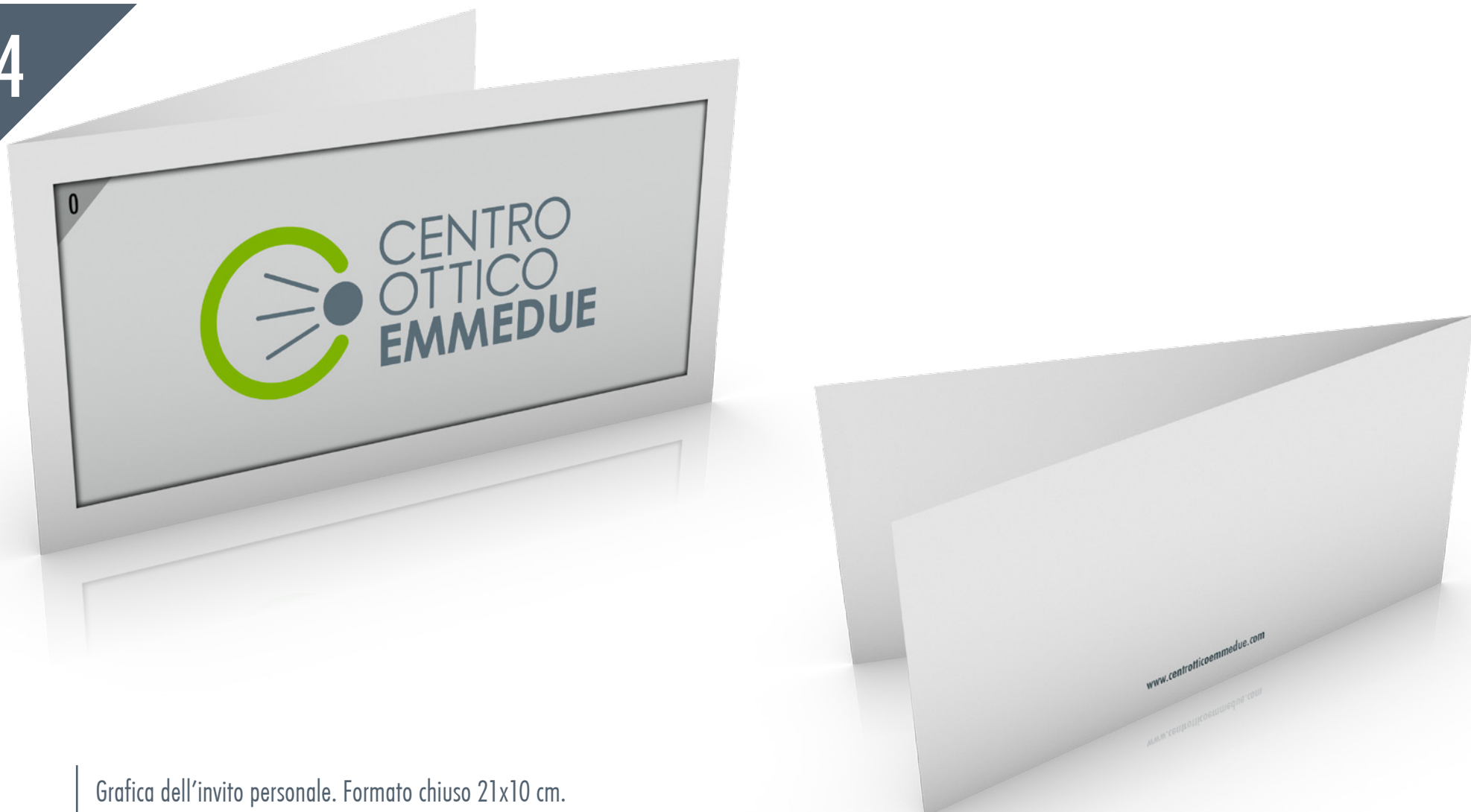
Continuando la lettura scoprirete le altre soluzioni adottate.

Tutte le stampe sono state eseguite con inchiostri ecologici nel pieno rispetto dell'ambiente.



Grafica del libro ZERO. Formato chiuso 30x30 cm.

le grafiche inaugurali



Grafica dell'invito personale. Formato chiuso 21x10 cm.



Grafica dell'invito massivo mezzo postalizzazione. Formato 15x10 cm.



le grafiche inaugurali



Grafica del manifesto verticale 70x100 cm, 100x140 cm e 140x200 cm.



Grafica del manifesto orizzontale 400x200 cm e 600x300 cm.



Grafica del manifesto orizzontale 800x200 cm.

-3

la progettazione virtuale

idea progetto sviluppo

Ancora una volta si pone attenzione sulla vista e sull'organo predisposto nel farlo: l'occhio.

Elemento caratterizzante dell'arredo é sicuramente l'enorme bancone posto al centro del negozio: da una vista in pianta si percepisce che questo elemento d'arredo richiama l'occhio umano. Si rileva così la maestosità di un bulbo oculare con elementi a raggi tipo ciglia incastonate geometricamente con la scala a chiocciola. Non solo: le luci poste nel soffitto presentano un design sintetizzano delle ciglia.

Tutto l'arredo mantiene nelle forme e geometria molta pulizia dando così importanza ai prodotti e al cliente, tutto con estrema funzionalità. Gli spazi sono stati progettati con estrema cura ottimizzandone i volumi offrendo ulteriori alloggi per gli occhiali e i prodotti sia esposti che nelle cassettiere o armadi.

Colori puliti e compatti rendono l'ambiente luminoso e gradevole. Il soffitto ospita dei tagli di luce chiamati "shanghai": questi sono costruiti con all'interno un sistema di illuminazione a LED ad alta luminosità. Un sistema di pilotaggio permette giochi di luce all'interno del locale rendendo così viva l'illuminazione artificiale creata.

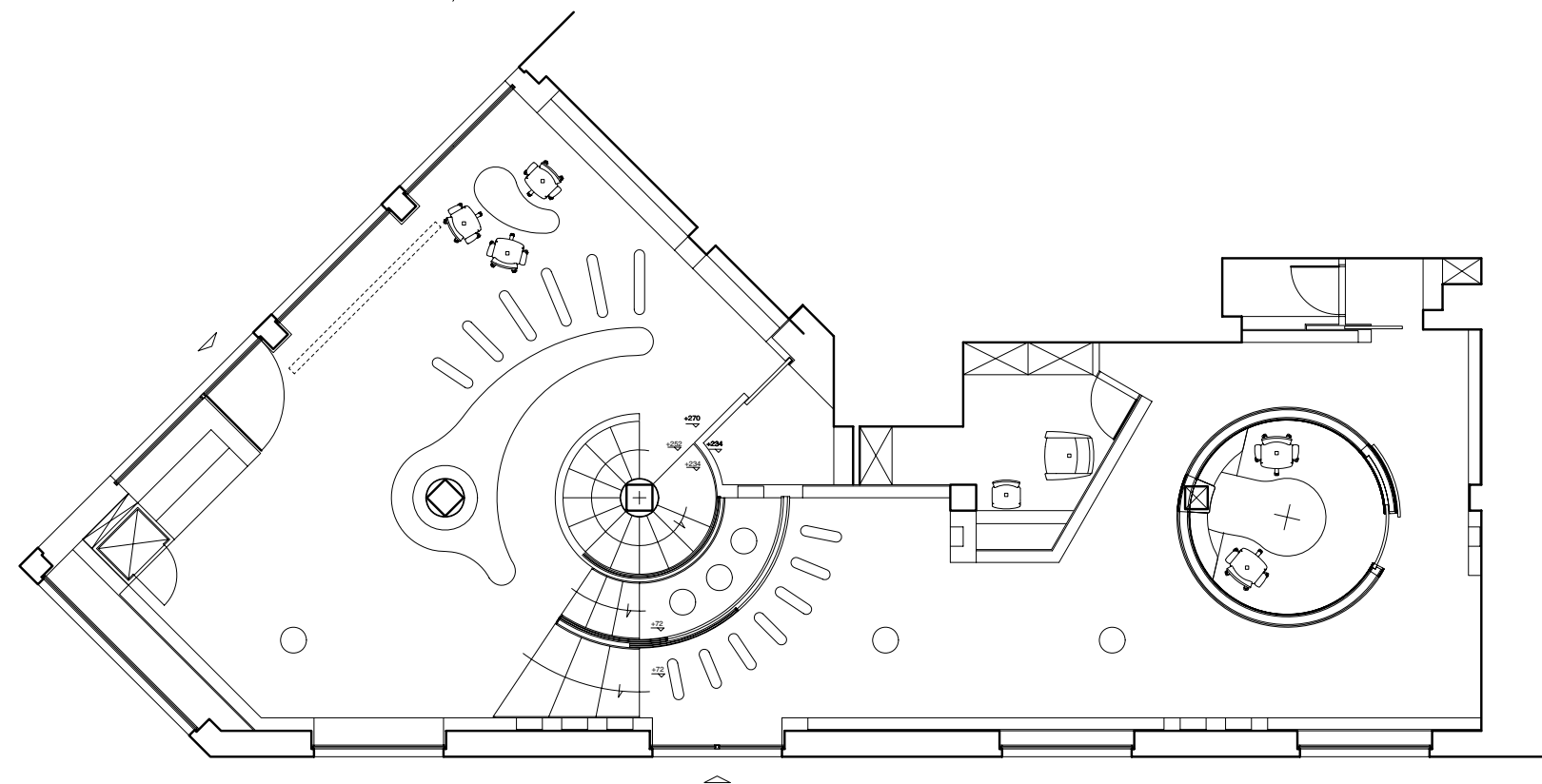
I sapori utilizzati tra i materiali sono di differente natura e caratteristica: legno, vetro, plexiglass, acciaio creano un mix perfetto tra tecnologia ed avanguardia nell'arredo.

Gli ambienti creati sono principalmente 5:

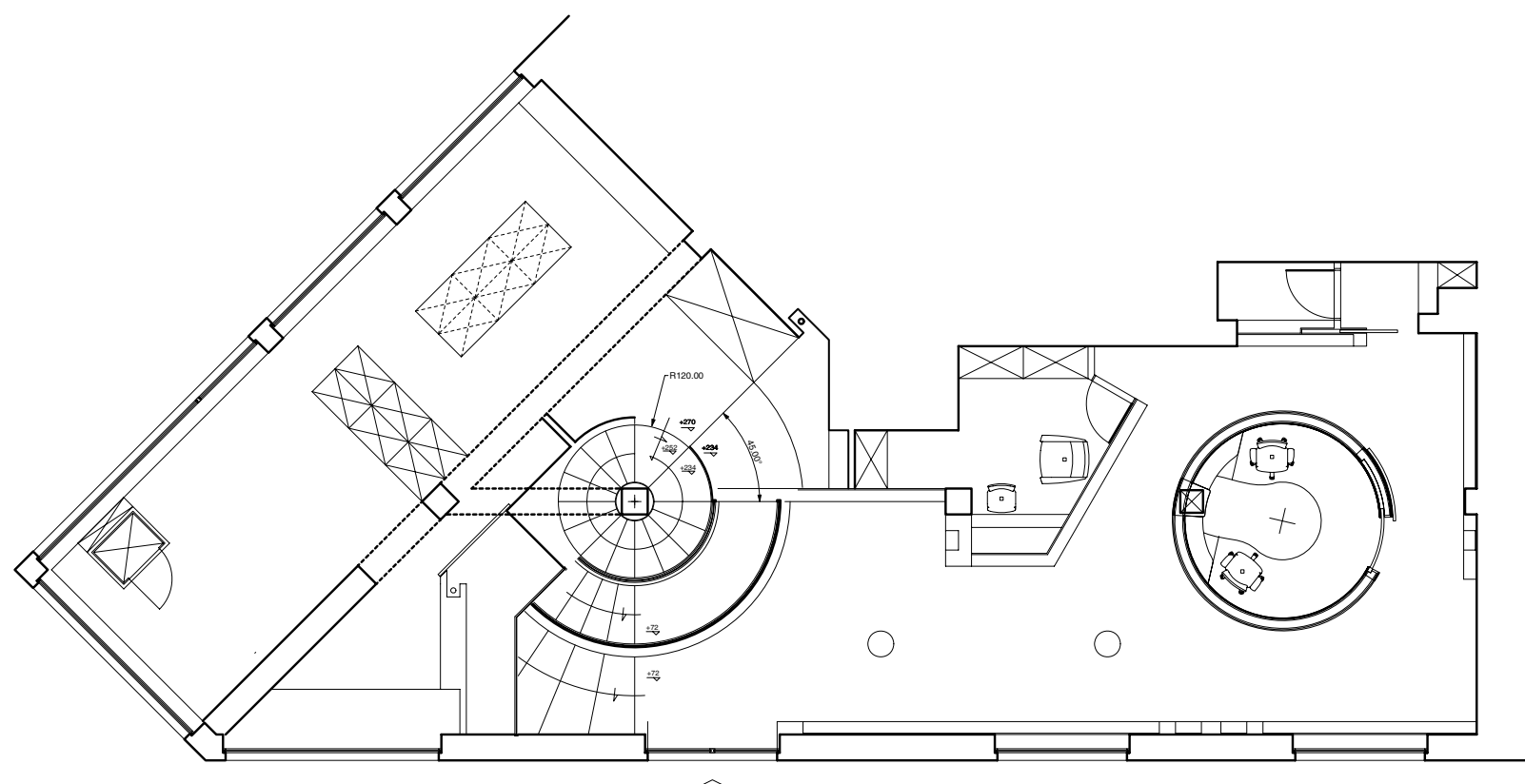
- zona accoglienza
- zona espositiva
- ufficio privato
- studio optometrico e contattologia
- ufficio amministrazione (soppalco)



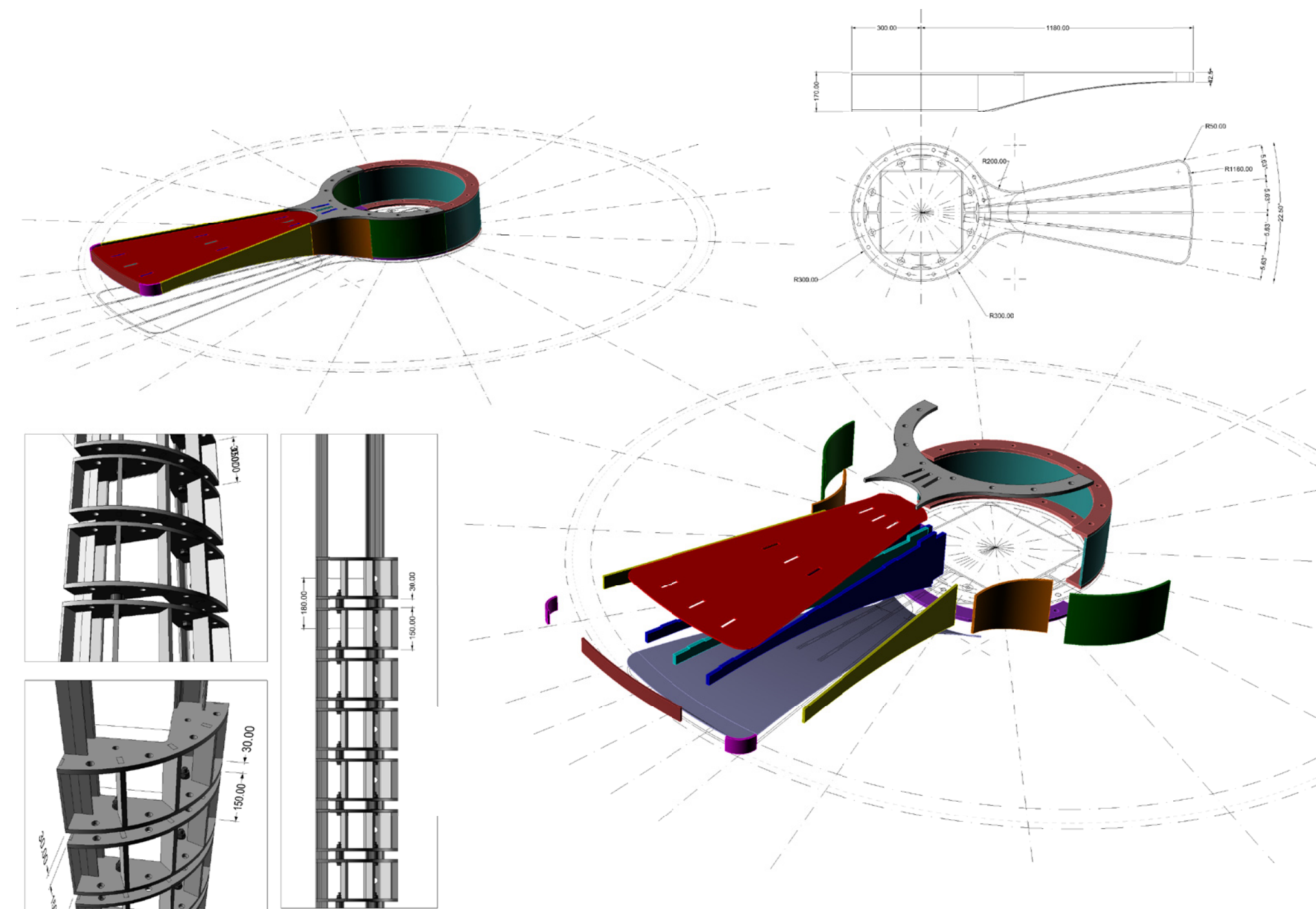
la progettazione virtuale



Pianta piano terra: prima progettazione degli spazi. Si evidenzia a sinistra il bancone con le sue geometrie rivolte all'occhio umano.

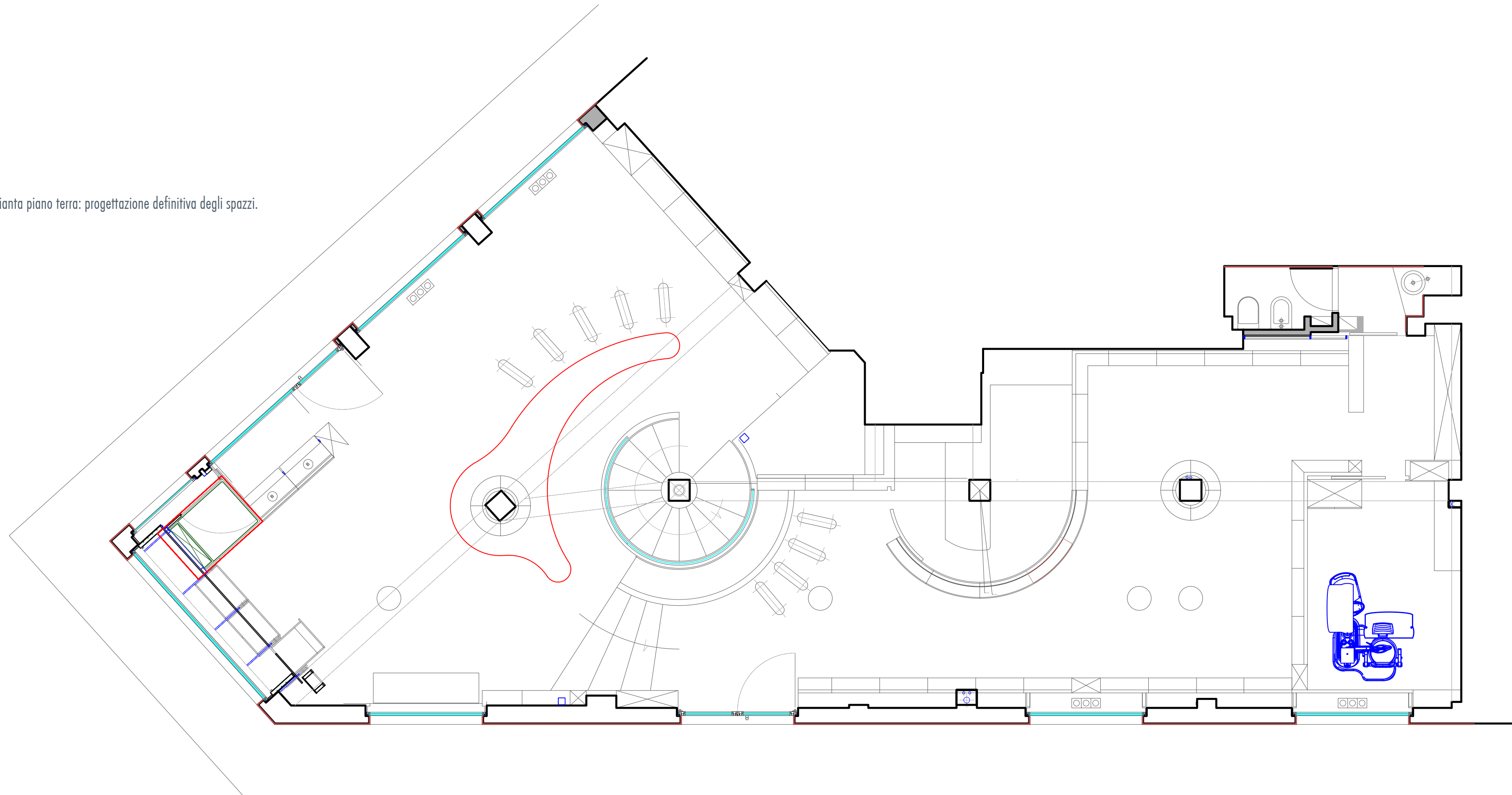


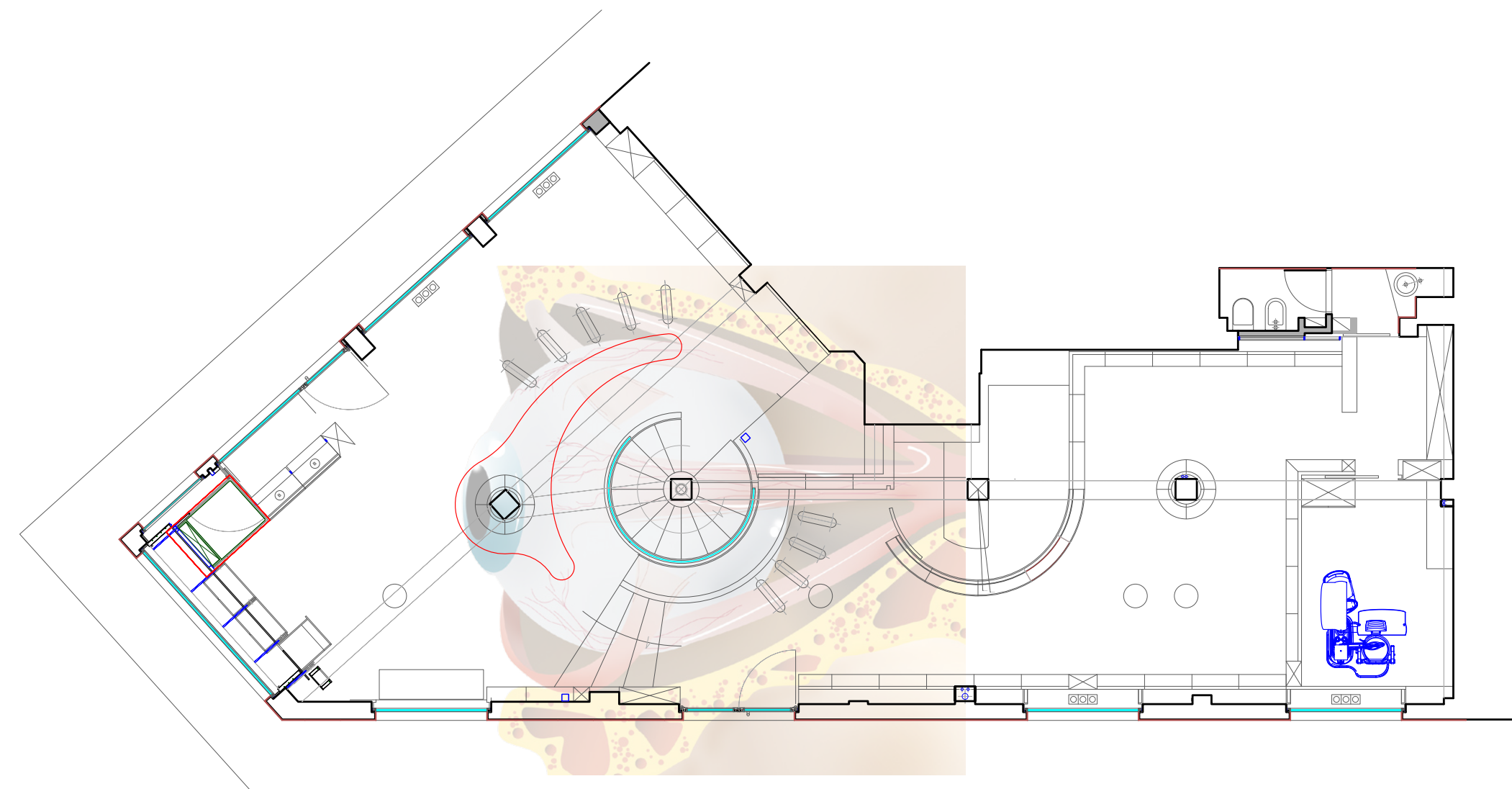
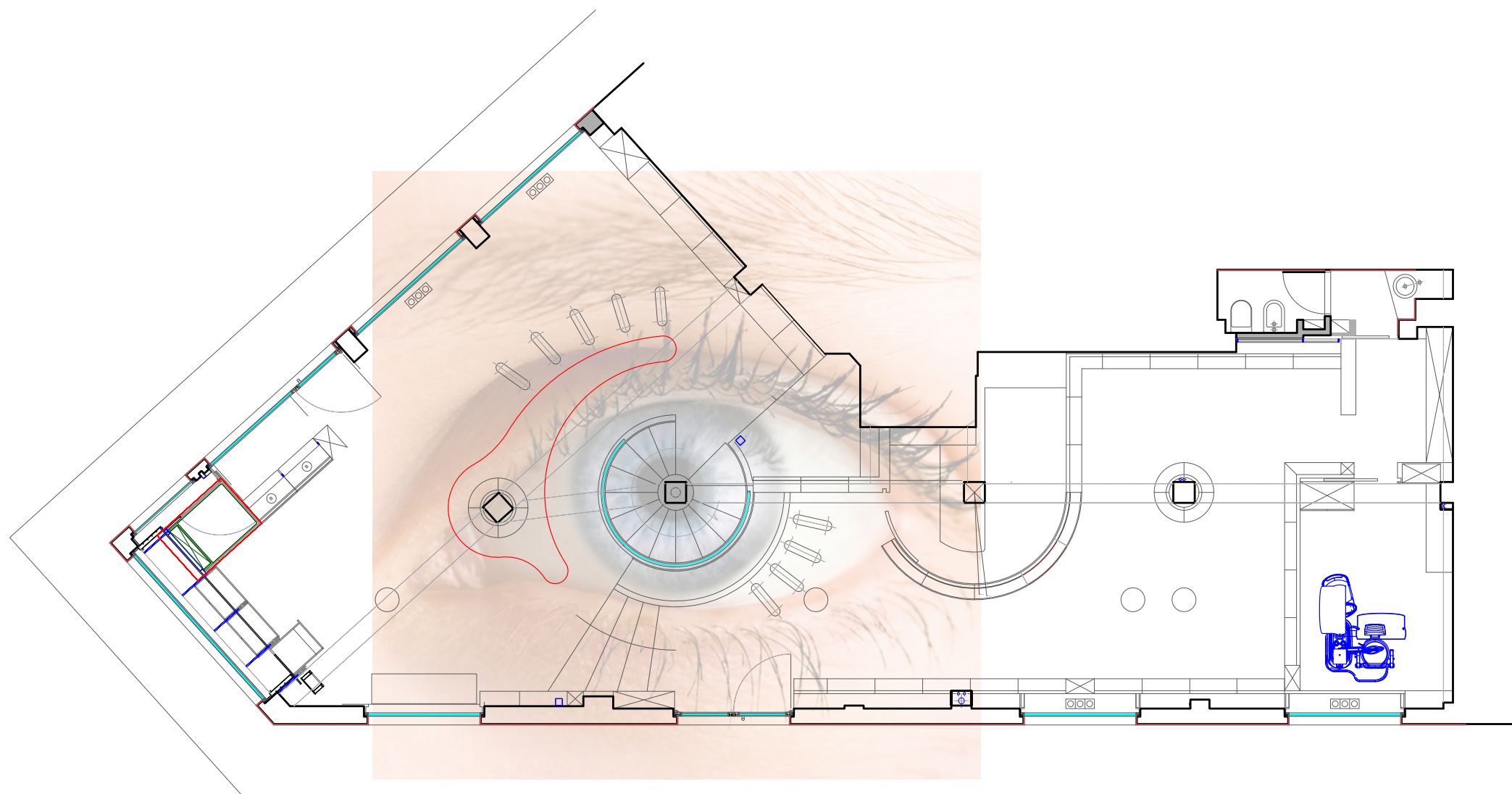
Pianta soppalco: prima progettazione degli spazi.



Progetto esecutivo della scala del negozio.

Pianta piano terra: progettazione definitiva degli spazi.





Pianta piano terra: sovrapposizione occhio vista frontale. Si evince corrispondenza pupilla, iride e ciglia spostate in alto nella geometria del negozio.

Pianta piano terra: sovrapposizione bulbo oculare. Si evince corrispondenza pupilla e bulbo oculare nella geometria del negozio.



Inquadratura grandangolare del modello 3D non renderizzato.



Inquadratura grandangolare del modello 3D renderizzato. Vista generale negozio.



Inquadratura del modello 3D renderizzato. Particolare dell'ingresso al bancone.



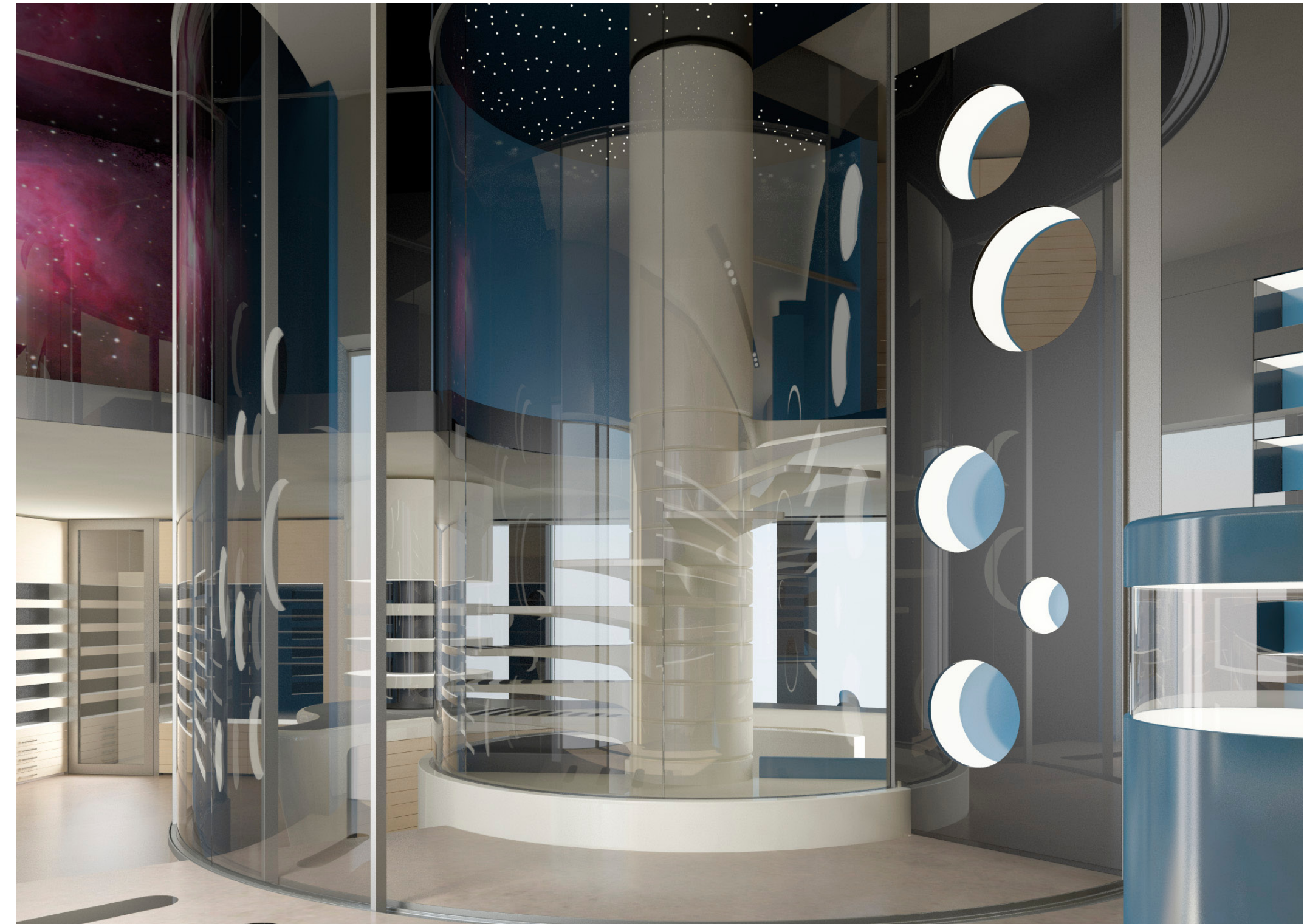
Inquadratura del modello 3D renderizzato. Vista verso uno degli ingressi.



Inquadratura del modello 3D renderizzato. Particolare fine negozio.



Inquadratura del modello 3D renderizzato. Particolare della pedata.



Inquadratura del modello 3D renderizzato. Vista verso la scala a chiocciola.

-2

la metamorfosi

il passaggio da vecchi a nuovo

Ore, giorni e mesi hanno dato vita a questa metamorfosi.

In questo capitolo vogliamo raccontare come é avvenuto il processo di lavorazione della nuova sede.

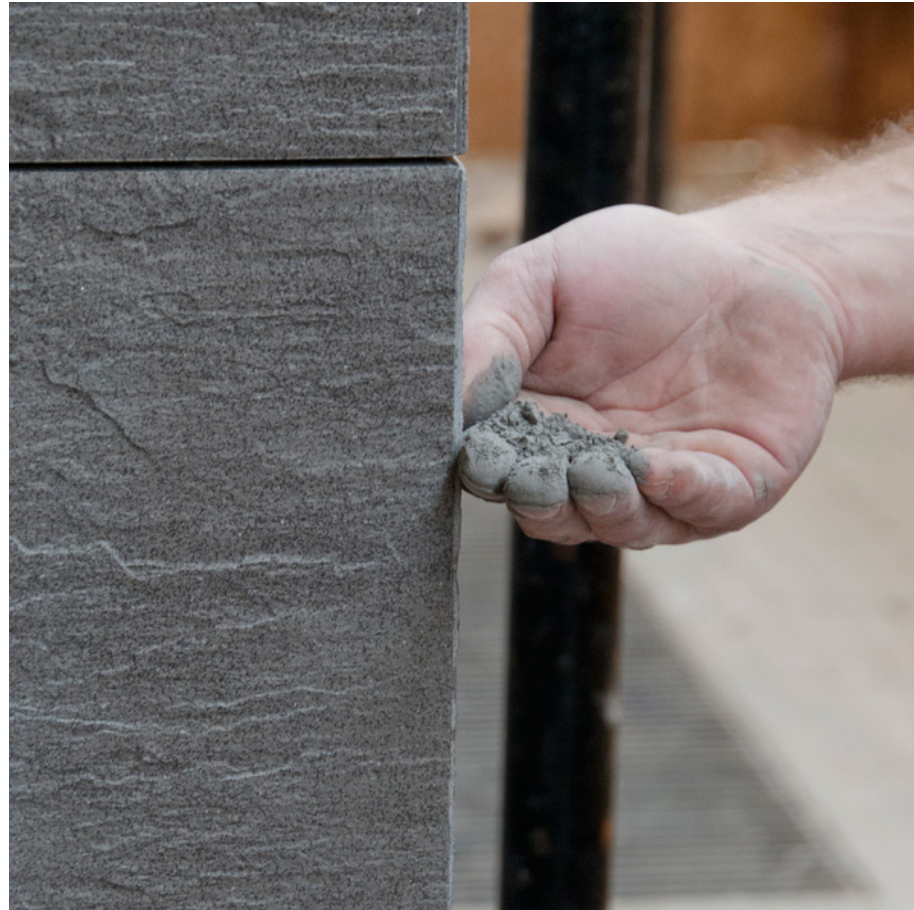
Spesso ci si dimentica di quanto lavoro ed impegno c'è dietro ad ogni singolo pezzo, di come ogni singola "vite" possa raccontare la propria storia in un contesto globale.

Impossibile sarebbe stato poter inserire tutto il reportage fotografico effettuato con tutti i passaggi e i momenti salienti: non basterebbe un'enciclopedia fotografica.

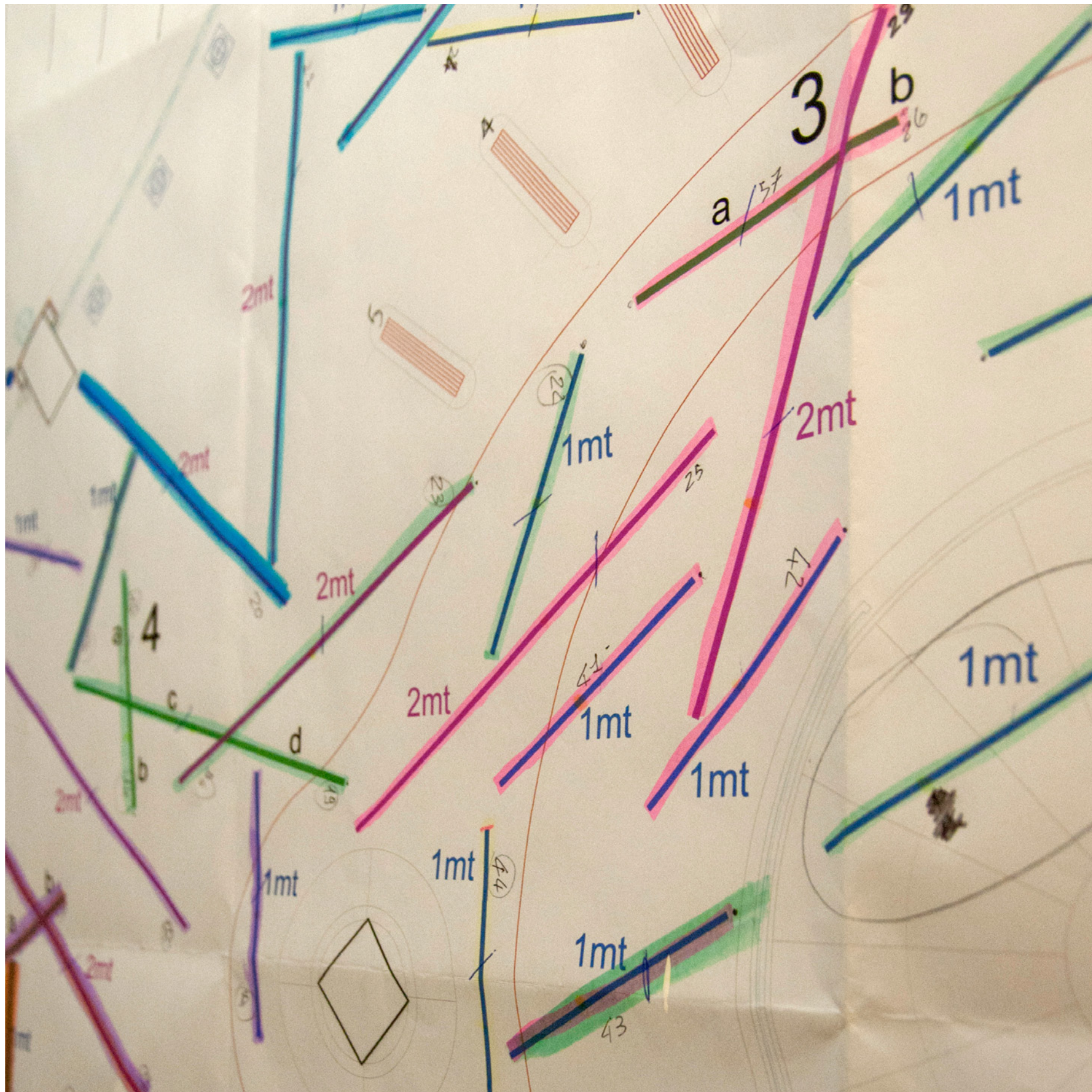
Vi proponiamo così qualche scatto per far capire come la metamorfosi sia avvenuta.







Nelle foto alcuni dei passaggi delle stuccature del rivestimento esterno.



Disegno tecnico del sistema di illuminazione a Led del soffitto.



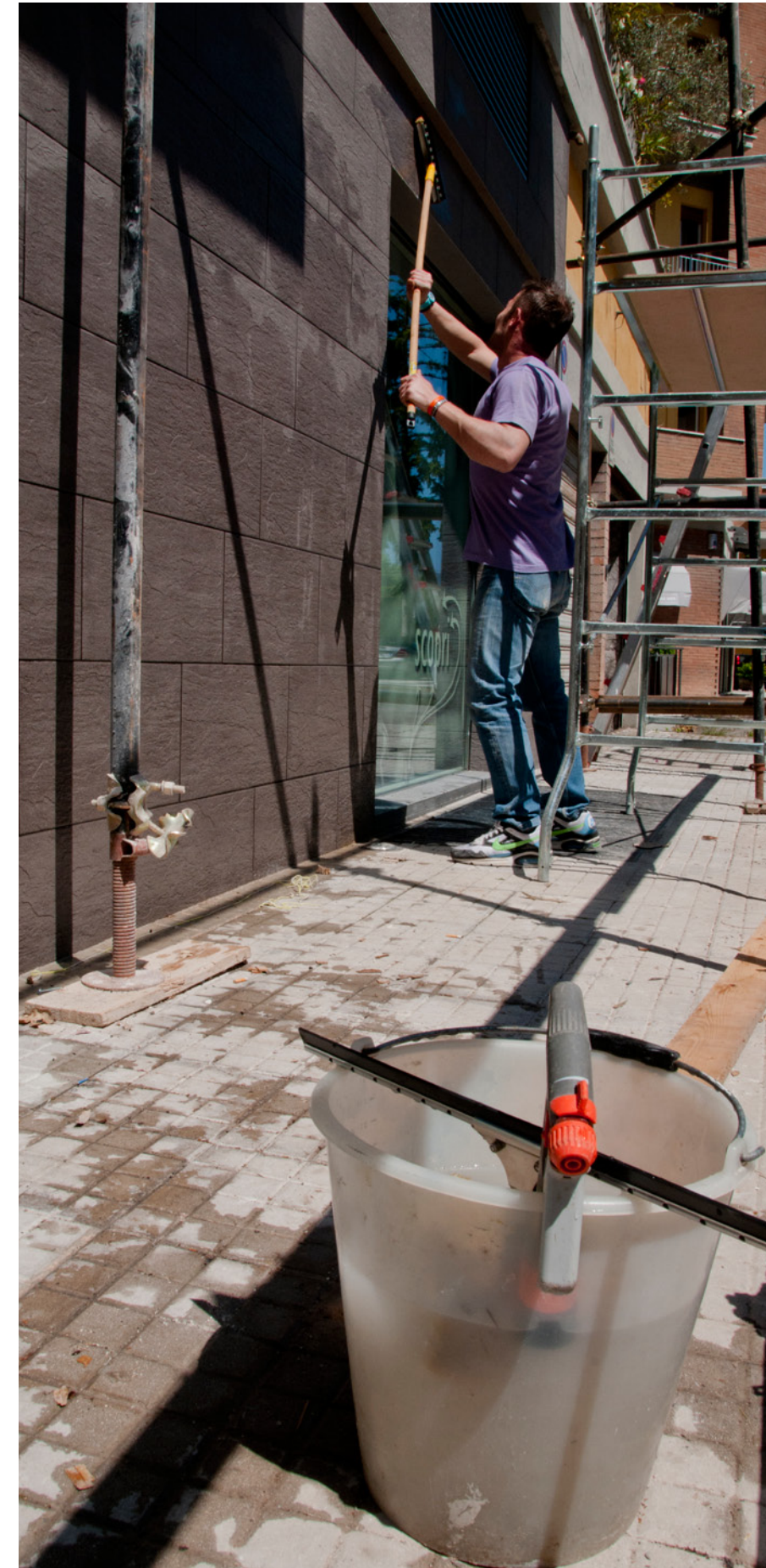
Lavorazione del soffitto per il sistema d'illuminazione.







Nella foto superiore lo smontaggio del cantiere esterno che rivela il nuovo rivestimento e la nuova insegna in acciaio (foto inferiore).



Marco Menichini, titolare del negozio, nella pulizia del rivestimento del negozio.





Il negozio comincia ad arrivare nella fase finale della metamorfosi.
Si nota già parte dell'arredamento pronto ad ospitare l'enorme bancone.



Va smontato il vetro più grande di tutto il negozio per far entrare il
bancone al suo interno.



Necessitano un numero elevato di persone per le manovre d'ingresso e posizionamento del bancone.



Dopo qualche decina di minuti il bancone é all'interno pronto ad essere posizionato correttamente.

la metamorfosi



Sequenza d'immagini del montaggio della copertura del sottoscala.



Eugenio Menichini, titolare del centro ottico, segue una delle fasi di montaggio della copertura della scala.

i numeri

Impossibile non trattare questo argomento in un progetto così ambizioso. Spesso agli occhi delle persone sfugge quanto lavoro c'è in uno spazio abitudinale come un negozio. Mettiamo giù qualche numero e vediamo cosa ne pensate.

SEZIONE ELETTRICA & ILLUMINAZIONE

- 3,2 km di streep LED bianchi ad alta illuminazione (pari a 320.000 Led)
- 280 metri di streep LED RGB ad alta illuminazione (pari a 28.000 Led)
- 190 trasformatori/alimentatori Led
- 25 centraline DMX per la gestione del colore
- 130 interruttori
- 16 telecamere
- 5,7 km di tubi e corrugati
- 7,8 km di cavi elettrici
- 700 metri di rete
- 2000 fascette in nylon
- 2400 ore di lavoro (300 giorni di lavoro)
- 8 persone tra tecnici ed installatori

SEZIONE IDRAULICA

- 80 ore di lavoro
- 5 motori climatici
- 180 metri di tubi
- 6 persone tra tecnici ed operai

SEZIONE VETRERIA

- 30 ore di lavoro
- 55 mq di vetri termici
- 30 mq vetri antirottura
- 4 operai

SEZIONE EDILIZIA

- 1120 ore di lavoro
- 160 mq di pavimentazione
- 110 mq di rivestimento in gress
- 8 operai

SEZIONE METALLICA

- 220 ore di lavoro
- 1450 metri di strutture
- 27 ore di taglio laser computerizzato
- 5 mq di acciaio inossidabile
- 4 operai

SEZIONE FALEGNAMERIA

- 240 ore di lavoro
- 720 ore di montaggio
- 850 mq di legno
- 500 mq di rivestimento
- 60 litri di vernice
- 12 persone tra disegnatori ed operai

SEZIONE INTERIOR DESIGN

- 480 ore di lavoro
- 320 ore di rendering
- 95 tavole di esecutivi
- 3 progettisti

GRAFICA & COMUNICAZIONE

- 620 ore di grafica, progettazione e consulenza
- 23.000 mq di stampa cartellonistica
- 14.000 mq di stampa coordinato immagine
- 65.000 flyer inaugurali
- 3000 iviti
- 20.000 shopping bag
- 18.000 scatti fotografici
- 16 ore di filmati video "lavori in corso"
- 290 ore di rendering

-1

l'inaugurazione



| Allestimento esterno per l'inaugurazione del centro ottico.



| I partecipanti all'evento seduti sotto il gazebo.

l'inaugurazione



Direttamente da "Zelig", programma comico televisivo, i Mancini e Stigma interpretano gli EMO per i più e meno giovani.



l'inaugurazione



In altro la folla che invade tutto il locale.
Nella foto in basso a sinistra Marco Menichini illustra il progetto del negozio.

Un locale dove anche i bambini trovano il loro spazio.



La foto a sinistra mostra un ingegnoso sistema d'arredo: ruotando il pomello dello sportello questo si protrae in avanti per poi far scendere elettromeccanicamente gli scompartimenti. Sopra a destra Giovanna, titolare e moglie di Eugenio Menichini: foto in basso a destra.

Ecco marito e moglie godersi un po' di torta.



| Lo STAFF del Centro Ottico EMMEDUE.



| Ciaoooo ;)

l'inaugurazione

0

il centro ottico emmedue



| Vista esterna notturna: ogni sera un colore differente.



il centro ottico emmedue



| Particolari dell'interno di notte.



il centro ottico emmedue



| L'IRIDE. Mai lo stesso colore per animare l'ambiente.

il centro ottico emmedue



| Veduta interna del negozio: zona vista.



il centro ottico emmedue



Veduta interna del negozio.



il centro ottico emmedue

graphic&design by



ovviamente

grafica | stampa | web

photos by

emanuelenonni.com

fotografo creativo per passione