POLITECNICO DI TORINO
Repository ISTITUZIONALE

Merchandising in miniera. Design per l’identita e promozione dell’Ecomuseo delle Miniere e della Val Germanasca

Original
Merchandising in miniera. Design per l’identita e promozione dell’Ecomuseo delle Miniere e della Val Germanasca / Bozzola, M., DAL PALU', D.. - In: ARCHALP. - ISSN 2039-1730. - ELETTRONICO. - 14:(2017), pp. 62-65.

Availability:
This version is available at: 11583/2694968 since: 2017-12-17T14:21:06Z

Publisher:
IAM Istituto di Architettura Montana

Published
DOI:

Terms of use:

This article is made available under terms and conditions as specified in the corresponding bibliographic description in the repository

Publisher copyright

(Article begins on next page)

11 November 2026

FOGLIO SEMESTRALE DELL'ISTITUTO DI ARCHITETTURA MONTANA | ISSN 2039-1730

ARCHALP 14

N.14 - DICEMBRE 2017

ARCHITETTURE DEL WELFARE ALPINO

PROCESSI E TERRITORIO
ARCHITETTURE

Centro di Ricerca
Istituto di Architettura Montana

ARCHALP

Foglio semestrale del Centro di ricerca Istituto di Architettura Montana
Dipartimento di Architettura e Design - Politecnico di Torino
ISSN 2039-1730
Registrato con il numero 19/2011 presso il Tribunale di Torino in data 17/02/2011

Direttore responsabile: Enrico Camanni

Comitato redazionale:
Marco Bozzola, Antonietta Cerrato, Antonio De Rossi, Roberto Dini

Curatori del numero: Roberto Dini, Stefano Girodo
Progetto grafico: Gabriele Falletto con la supervisione di Marco Bozzola

ISTITUTO DI ARCHITETTURA MONTANA
Centro di ricerca del Dipartimento di Architettura e Design
Politecnico di Torino

Direttore: Antonio De Rossi

Comitato scientifico: Daniela Bosia, Marco Bozzola, Enrico Camanni, Massimo Crotti, Antonio De Rossi, Roberto Dini, Claudio Germak, Lorenzo Mamino, Paolo Mellano, Enrico Moncalvo, Daniele Regis.

Membri: Maria Luisa Barelli, Luca Barello, Carla Bartolozzi, Clara Bertolini, Daniela Bosia, Marco Bozzola, Guido Callegari, Enrico Camanni, Simona Canepa, Antonietta Cerrato, Massimo Crotti, Antonio De Rossi, Roberto Dini, Claudio Germak, Stefano Girodo, Lorenzo Mamino, Rossella Maspoli, Alessandro Mazzotta, Paolo Mellano, Enrico Moncalvo, Sergio Pace, Daniele Regis, Lorenzo Savio, Margherita Valcanover, Marco Vaudetti, Daniel Zwangsleitner.

IAM-Politecnico di Torino Dipartimento di Architettura e Design, Viale Mattioli 39 10125 Torino
www.polito.it/iam iam@polito.it
tel. 011. 0905806

In copertina: la caserma di Campo Tures (BZ). ©Pedevilla Architects.

FOGLIO SEMESTRALE DELL'ISTITUTO DI ARCHITETTURA MONTANA | ISSN 2039-1730

ARCHALP 14

N.14 - DICEMBRE 2017

ARCHITETTURE DEL WELFARE ALPINO

PROCESSI E TERRITORIO

ARCHITETTURE

Centro di Ricerca
Istituto di Architettura Montana

SOMM

7 EDITORIALE
A. De Rossi

10 Una montagna da abitare
R. Dini

PROCESSI E TERRITORIO

12 Aree interne
M. Bussone

16 I servizi nelle valli
G. Dematteis, A. Di Gioia

20 Il welfare in Val Pellice
M.F. Barale

26 Il problema della salute
F. Barbera, G. Carrosio

32 Nuove frontiere per il welfare
D. Regis

ARCHITETTURE

30 Architetture per i servizi nelle Alpi
M. Valcanover

42 Le caserme dei vigili del fuoco
M. Negrello

48 Paesaggi costruiti con l'aria
A. Mazzotta

56 Diritto di qualità dell'attesa
A. Mazzotta

MARIO

MISCELLANEA

62 **Merchandising in miniera**
M. Bozzola, D. Dal Palù

66 **Welfare = open space design**
A. Mazzotta

72 **Portiamo in alto la nuova economia**
F. Di Meglio

76 **Costruzioni per la cultura**
M. Valcanover

78 **La mostra A.L.P.S.**
D. Regis

DIDATTICA

82 **Nuovi scenari d'alta quota in Valtellina**
V. Quadroni

84 **Architettura alpina moderna in abbandono**
E. Gabbarini, S.S. Testa

86 **Il contemporaneo nella valle del moderno**
A. Mazzotta, G. Roccasalva

98 **Improving accessibility for all**
D. Bosia, G. Cocina, L. Savio, R. Pennacchio

102 **Campiglio Dolomiti architecture workshop**
R. Paoli

EVENTI

RECENSIONI

MERCHANDISING IN MINIERA

Design per l'identità e promozione dell'Ecomuseo delle Miniere e della Val Germanasca

Marco Bozzola, Doriana Dal Palù
IAM - Politecnico di Torino

Nell'ambito del progetto per la valorizzazione dei beni ambientali territoriali, l'azione del design si sviluppa a diverse scale e livelli: dal design del prodotto a quello della comunicazione, fino a quello del servizio e strategico, si adopera per favorire processi di comprensione di luoghi e identità locali, miglioramento della fruizione, rafforzamento dell'identità fisica e simbolica del contesto e sua comunicazione.
In tale ambito si inserisce la collaborazione tra il Laboratorio di Concept Design del Corso di Laurea in Design e Comunicazione Visiva, Politecnico di Torino e l'Ecomuseo delle Miniere e della Val Germanasca, dedicata allo sviluppo di un'attività di ricerca e didattica nell'a.a. 2016/17 con l'obiettivo di dare vita a una linea di proposte di merchandising dedicata all'Ecomuseo in occasione del prossimo ventennale del complesso (autunno 2018).
Il progetto, sviluppato tra aprile e luglio 2017, ha coinvolto circa 230 studenti iscritti al primo anno, organizzati in gruppi di 3-4 persone e costantemente tutorati dai docenti titolari e collaboratori del laboratorio, tra cui gli scriventi.

Obiettivi

Secondo il "brief" dell'esercitazione progettuale, l'obiettivo dell'attività era la definizione di un sistema di prodotti di merchandising leggeri ed economici, in grado di comunicare in modi nuovi le caratteristiche dei due percorsi di visita:

- per ScopriMiniera, il talco e le sue caratteristiche, la miniera, la vita dei minatori della Val Germanasca;
- per ScopriAlpi, la genesi delle Alpi, la dimensione scientifica della visita, le caratteristiche geologiche del territorio alpino.

I prodotti, pensati per essere proposti al pubblico dei visitatori presso il complesso di Prali,

Ingresso al percorso di visita ScopriMiniera, Prali (TO) (fotografia di Bruno Allaix per Ecomuseo delle Miniere e della Val Germanasca).

Alcuni riferimenti, suggestioni e significati richiamati nello Scenario della miniera.

dovevano tenere conto delle esigenze di gestione espresse dalla Committenza, dal mercato, dal target di riferimento (attuale e potenziale), dall'identità dell'Ecomuseo delle Miniere, dalle tecnologie a disposizione sul territorio.
Sono stati adottati un approccio "leggero" al progetto e materiali e tecniche in grado di valorizzare il materiale talco quale protagonista della narrazione e della visita, e quindi un linguaggio "allusivo" o "metaforico" al fine di sfruttare riferimenti e memorie per proporre prodotti nuovi ma rispettosi del passato e filologicamente coerenti con il messaggio e la mission dell'Ecomuseo. Prodotti concepiti a partire da una lettura dei tratti identitari dell'Ecomuseo o di quelli emblematici della collezione, lontani dagli stereotipi del merchandising tradizionale, spesso mera applicazione di un logo su prodotti globalizzati.
La sfida è stata quella di ricercare l'innovazione di prodotto sotto il profilo della funzionalità, della sostenibilità, dei linguaggi formali, del coinvolgimento attivo dell'utente e dell'economicità (il prezzo di vendita dei prodotti di riferimento si attesta tra i 5 e i 15 euro).
Da un punto di vista metodologico, una prima fase ha riguardato la ricerca di Scenario, consistente in una documentazione iconografica e testuale che è stata prodotta dal gruppo di docenti in accordo con la Committenza. La costruzione dello Scenario, propedeutica alla successiva fase di sviluppo delle proposte, ha permesso una lettura del contesto storico, sociale e culturale oltre che tecnologico, di mercato e di consumo, restituendo in maniera critica l'insieme delle caratteristiche di ambito (l'identità della committenza, la realtà ecomuseale e della visita didattica, il target di riferimento, lo stato del mercato, gli scenari socio-culturali della fruizione dell'esperienza museale, i nuovi modi di visita e le nuove esigenze del consumatore ecc.).
Tale documentazione informativa ha costituito il riferimento per il successivo lavoro pro-

Distribuzione dei concept per ambiti d'uso e tipologie merceologiche.

Panoramica di alcuni dei progetti di merchandising sviluppati dagli studenti del Laboratorio di Concept Design, a.a. 2016/17.

gettuale, ed è stata fondamentale per delineare atteggiamenti, soluzioni, opportunità in grado di portare ad una evoluzione meta-progettuale consapevole.

I progetti

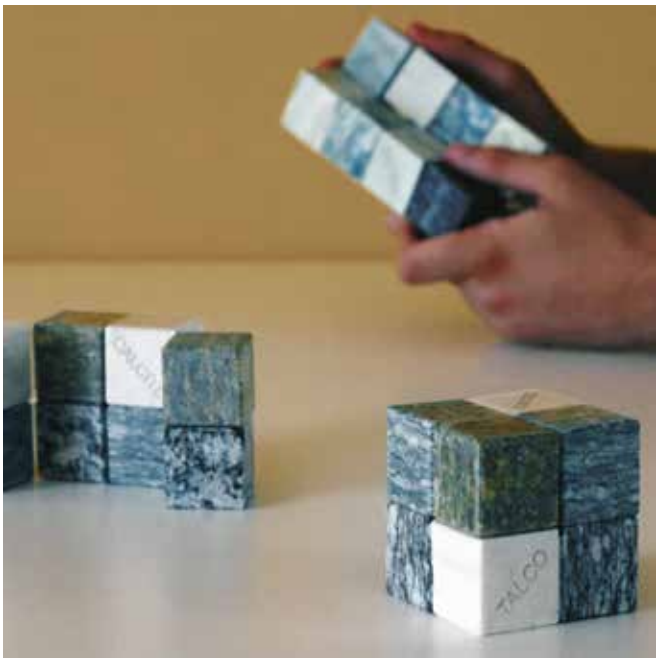
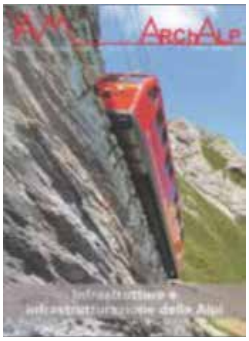
Le risposte progettuali che ne sono derivate propongono nuovi modi per regalare/esporre/collezionare campioni di talco e/o altri minerali con forme e modi più evoluti degli attuali presenti nell'Ecomuseo: "packaging" poetici in fogli di carta/materiale plastico/lamierino metallico piegati secondo le tecniche dell'origami, per regalarsi o regalare una pietra, per raccogliere e collezionare minerali; accessori per "indossare" il talco o per giocarci, o per giocare con gli strumenti più identitari della miniera, con le sue memorie e con i suoi simboli (il car-

"Sfoglia il Bianco delle Alpi": il talco si racconta in un "libricino illeggibile" di fogli traslucidi (A. Spangaro, B. Urriola).

"Fiore della miniera": un packaging-origami per valorizzare il protagonista della miniera (D. Barone, M. Cavaglià, S. Crepaldi, M. Corte).

rello, la mantella impermeabile, lo stencil per la scrittura e il disegno ecc.).
Oppure il talco in polvere e le sue possibili declinazioni, anche profumate, nonché le tracce che il materiale può lasciare (il talco per scrivere a terra, per fare giochi antichi), ricordo di un passato evanescente ma ancora attuale. E quindi prodotti in cartotecnica in grado di raccontare il luogo attraverso linguaggi grafici e costruttivi contemporanei e poetici (libri a strati, pop-up, flip-book, intagli, finiture superficiali che mimano e raccontano minerali e stratigrafie rocciose ecc).
L'operazione rappresenta un ideale prosieguo della prima collaborazione tra il Politecnico di Torino e la Comunità Montana delle Valli Chisone e Germanasca che aveva dato vita a ScopriMiniera nel 1997 e quindi allo sviluppo dell'attuale sistema espositivo che ha visto negli anni un sempre maggiore successo di pubblico (si veda anche "ArchAlp" n. 12, pp. 91-95).
Un tassello, quello del merchandising, che intende completare un'offerta culturale attraverso la definizione di un sistema di promozione del sito e comunicazione di valori in grado di arricchire e prolungare l'esperienza oltre il tempo della visita.
Oggi le proposte del Laboratorio di Concept Design 2016-17 sono in fase di verifica e selezione insieme all'Ecomuseo nell'ottica di avviare le successive fasi di ottimizzazione per la prototipazione e produzione.

"ScopriMinerali": un rompicapo di cubi di rocce della Val Germanasca fra loro incernierati (E. Duca, S. Fasanaro, D. Garino, A. Iacomuzio).



SCOPRI TUTTI I NUMERI DI ARCHALP,
GLI ARTICOLI E GLI APPROFONDIMENTI SU
http://areeweb.polito.it/ricerca/IAM