

ALLEGATO 12

Disciplina in materia di brand

Il posizionamento del MUSE verrà attuato anche grazie all'applicazione del brand, prestando attenzione a una corretta applicazione dell'identità visiva da adottare nelle diverse occasioni.

L'esigenza di definire un brand per il MUSE è nata dalla consapevolezza della portata storica del cambiamento in corso. L'identità visiva riflette inequivocabilmente il processo di cambiamento nella metafora di rinascita, una nuova fase di vita, saldamente radicata nella lunga storia precedente. Anche la definizione dei valori veicolati dal nuovo brand è stata frutto di una riflessione sulla natura di questo cambiamento. La riflessione, che ha coinvolto tutto il personale del museo, è partita dal considerare l'acronimo MUSE, la sua pertinenza e il suo significato. Ricavato dal nome "MUseo delle Scienze", tale acronimo si riferisce intenzionalmente alle origini etimologiche della parola museo, quale segno di riconoscimento del valore di un'istituzione preposta alla conservazione, e al contempo identifica una struttura culturale che combina caratteristiche tipiche di un museo di scienze naturali con elementi provenienti dall'ambito dei Centri della Scienza e che ambisce a proporsi come luogo di incontro e dialogo con i visitatori e di valorizzazione del territorio locale.

Immediato è il richiamo alle finalità del MUSE, tanto caratterizzanti quanto specifiche, che ne indirizzano l'azione:

- presentare la natura attraverso la lente della conoscenza scientifica per poi evidenziare le sue connessioni con la società, favorendo la partecipazione del visitatore al dibattito sulle questioni controverse;
- esplorare le scelte, i metodi e le tecnologie attraverso i quali la società può farsi promotrice di una sostenibilità dello sviluppo;
- mettere il visitatore nelle condizioni di confrontarsi con le relazioni tra natura, scienza e società in un percorso personalizzato tra apprendimento, gioco e riflessione.

Vision, Mission, Valori e Qualità del MUSE

La Vision, ossia il sistema di valori-guida adottato dall'istituzione, è stata riassunta con le seguenti parole: "Il MUSE è un invito a partecipare al dialogo tra natura, scienza e società".

La Mission, ossia la sua dichiarazione d'intenti, è invece la seguente: "Il Museo delle Scienze MUSE è un ente strumentale della Provincia autonoma di Trento che ha il compito interpretare la natura, a partire dal paesaggio montano con gli occhi, gli strumenti e le domande della ricerca scientifica, cogliendo le sfide della contemporaneità, invitando alla curiosità scientifica e al piacere della conoscenza per dare valore alla scienza, all'innovazione, alla sostenibilità".

I Valori identificati, ovvero i principi fondanti imprescindibili dell'agire del museo, sono:

- **responsabilità**
- **diversità**
- **collaborazione**
- **dialogo**
- **passione**
- **creatività**

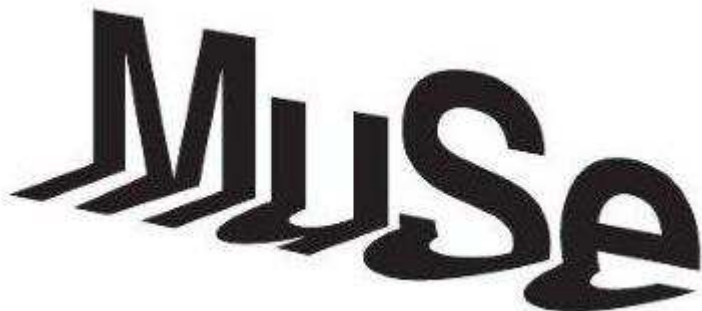
Le Qualità, cioè le modalità di declinazione dei Valori, sono esprimibili nelle 3 parole:

- *fascinazione*
- *gradevolezza*
- *curiosità*

E' possibile tradurre in modo sintetico i valori e le qualità che distinguono il MUSE:

Vogliamo operare con RESPONSABILITÀ nella costruzione di un DIALOGO con la società nel quale la nostra PASSIONE per l'agire culturale sia apprezzata nelle sue espressioni di DIVERSITÀ, CREATIVITA' e di disponibilità alla COLLABORAZIONE. Desideriamo mettere in gioco questi valori con GRADEVOLEZZA, cercando di suscitare FASCINAZIONE e di accendere la fiamma della CURIOSITA'.

Graficamente i principi caratteristici del MUSE sopra esposti sono stati oggetto di studio da parte dei designer di Pentagram (UK) che hanno elaborato un logo trasferendo i valori e le qualità in un'identità visiva e nelle linee guida per il coordinamento dell'immagine istituzionale. Il logo, espressione grafica del nome del museo (MUSE), nella sua forma geometrica richiama da un lato la struttura architettonica dell'edificio e dall'altro il paesaggio di fondovalle circondato da montagne.



MUSE