



visioni immersive

format di comunicazione integrata
per la valorizzazione dei territori

**Università degli studi
di Camerino.
Scuola di ateneo Architettura
e Design “Eduardo Vittoria”.**

Corso di laurea in disegno
industriale e ambientale

Anno accademico

2017/2018

Studente:

Riccardo Tarquini

Relatore:

Federico Orfeo Oppedisano



S A A D
Scuola di Ateneo

Architettura e Design
Eduardo Vittoria
Università di Camerino

dossier di ricerca

indice

6 Introduzione

10 Valorizzazione del territorio

definizione

strategia di valorizzazione

18 Fenomeni di spopolamento

fenomenologia dello spopolamento

spopolamento dopo il terremoto

28 Caso studio: Castelluccio di Norcia

identità del territorio

aspetti da valorizzare

54 Video Immersivi

cosa sono

influenza

65 Il progetto

motivazioni e obiettivi di progetto

progetto editoriale

progetto digitale

87 Bibliografia

88 Sitografia

Introduzione

Sempre meno popolato, sempre più vecchio, il bel paese sta attraversando un grave periodo di abbassamento demografico. Secondo le previsioni demografiche dell'Istat, l'Italia invecchia irreversibilmente, ma il Sud ancora di più. E da qui al 2065 è destinato a svuotarsi. Gli italiani si sposteranno sempre più verso il Centro-nord: tra meno di cinquant'anni le regioni settentrionali accoglieranno il 71% dei residenti, mentre nel Mezzogiorno si scenderà al 29 per cento. Con 1,1 milioni di individui che faranno le valigie [...]. Un esempio molto forte è quello della la Sardegna, una delle isole più belle di cui gode il nostro paese, pur essendo una delle coste più ambite in estate e piena di turismo, in pochi sanno che il suo territorio è affetto da spopolamento, tanto che troviamo piccoli paesi in altura abitati da una o due famiglie, si calcola infatti che entro 2030 scompariranno 100 comuni sardi. L'isola si sta spegnendo dall'interno, e mentre i comuni dell'entroterra si spopolano e raggiungono indici di anzianità da record, i giovani emigrano e portano altrove il futuro della regione. Lo spopolamento dei comuni comporta la scomparsa di tante identità distinte: a scomparire saranno le memorie, le tradizioni, le leggende, le storie delle persone che hanno vissuto in quei luoghi. Così come per la Sardegna, anche le regioni del centro Italia negli ultimi anni hanno visto morire molti comuni e borghi, in questo caso però il motivo è stato ben diverso. Le scosse di terremoto che hanno perseguitato queste regioni dal 2016 hanno distrutto molto paesi in montagna e obbligato molta gente a muoversi verso la costa, lasciando così interi paesetti e borghi completamente

abbandonati. Anche se la speranza e la voglia di ripartire è molto forte, i danni sono stati enormi e la burocrazia procede lenta. Così nasce questo progetto di tesi, come supporto e aiuto ad una promozione e rivalorizzazione di questi territori. Visioni Immersive è un format di comunicazione creato ad hoc per un nuovo tipo di valorizzazione dei patrimoni territoriali e culturali. L'obiettivo del progetto è quello di promuovere in chiave contemporanea i territori che, per cause di diversa entità non vengono valorizzati nel modo giusto o addirittura restano sconosciuti. Questo format non è legato a Castelluccio, quest'ultimo diventerà solo un case study, il primo, da cui Visioni Immersive parte. Castelluccio di Norcia, una piccola frazione Umbra famosa in tutta Italia per la fioritura estiva e per gli innumerevoli sport che si possono praticare ha sempre chiamato attirato turisti da ogni dove. Esso come tanti comuni dell'appennino umbro-marchigiano ha subito gravi danni con le scosse di terremoto, a livello architettonico soprattutto, ma anche urbanistico, economico e sociale tanto che non abita più nessuno nel piccolo borgo. Anche i turisti sono drasticamente calati a causa di strade interrotte, poche attività commerciali e soprattutto per paura. Visioni Immersive quindi in questo primo progetto cerca attraverso diversi canali di far tornare alla luce questo territorio, che ha ancora molto da offrire. Il libro infatti, primo step della campagna, racconta e guida il fruitore alla scoperta del territorio, attraverso testi e foto che raccontano e informano su tutto il territorio. Questa guida inoltre diventa protagonista interattiva della campagna, attraverso l'inserimento del QR code nelle foto che ritraggono

il territorio, per permettere al lettore di immergersi, appunto, in quel luogo attraverso video a 360° che coinvolgono l'interessato e lo rendono parte integrante del progetto. Visioni immersive, il cui nome svela anche se non in maniera diretta l'intenzione della campagna, riesce attraverso l'uso di diversi canali di informazione, ad abbracciare un pubblico più ampio e senza distinzioni di età e di genere, puntando ad un unico comune denominatore: la curiosità e la voglia di scoprire.

**Valorizzare il
territorio**

Definizione

L'identità di un territorio e le sue tipicità ambientali, culturali ed enogastronomiche rappresentano il principale fattore di attrazione nei confronti di potenziali visitatori ed investitori. Per marketing territoriale, o valorizzazione del territorio si intende quel complesso di attività che hanno quale specifica finalità la definizione di progetti, programmi e strategie volte a garantire lo sviluppo di un comprensorio territoriale nel lungo periodo. Quello della valorizzazione è un processo teso a divulgare, utilizzare e realizzare i risultati del progetto. L'obiettivo è appunto lo sfruttamento del valore di un progetto e l'ottimizzazione dei risultati in modo tale che siano resi accessibili e utilizzabili al maggior numero possibile di persone. Valorizzare un territorio significa dare valore a tutto ciò che identifica un determinato luogo, in parole povere, accrescere il valore del suo oggetto. Il valore è strettamente correlato dall'incontro tra domanda e offerta. L'offerta di un oggetto (beni o servizi) capace di soddisfare desideri e bisogni della domanda. A questa relazione va aggiunta la facoltà, da parte della singola comunità sociale a riconoscere il valore stesso (percezione del valore) e a misurare e comunicare il valore riconosciuto. Nell'industria turistica, un metodo sempre più utilizzato al fine di valorizzare il territorio è l'integrazione del sistema turistico. L'integrazione mira a completare il modello di sviluppo dell'area turistica attraverso azioni e percorsi specifici, vocazioni e risorse proprie del territorio. Quest'ultima è finalizzata a riscoprire, recuperare e mettere a valore le risorse culturali e ambientali locali. Gli squilibri portati dalla modernizzazione (declino delle antiche tradizioni, sviluppo urbano incontrollato, turismo selvaggio) avanzano

assieme ai guasti del degrado ambientale. La valorizzazione di un territorio, detta anche marketing territoriale non deve interpretarsi semplicemente come un insieme di azioni per la promozione di un territorio, ma uno strumento di studio ed analisi con il quale definire e guidare il rilancio e lo sviluppo dei vari territori in funzione delle loro specifiche caratteristiche ed esigenze, essendo le specificità e le potenzialità locali a veicolare lo sviluppo economico e sociale di un paese.



Strategia di valorizzazione

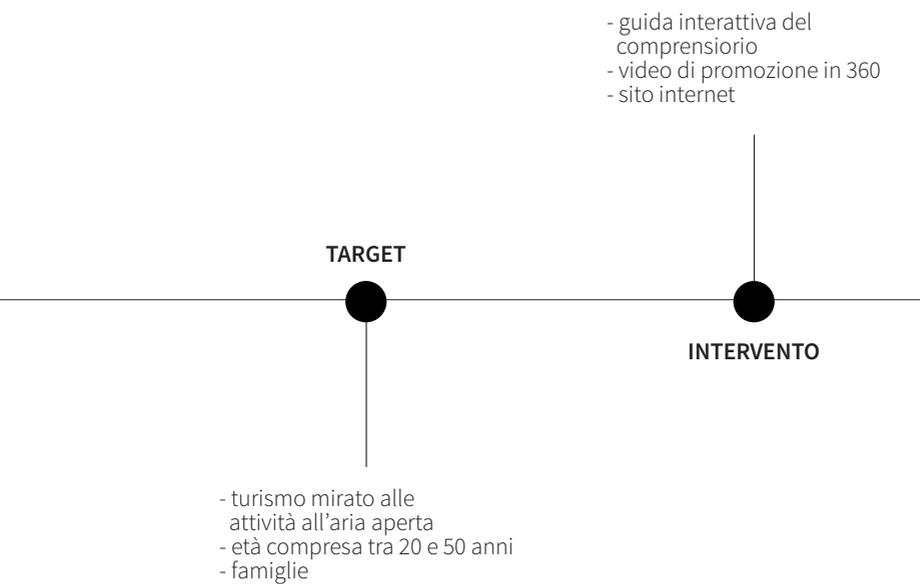
Le fasi che precedono la definizione di un programma strategico di marketing territoriale sono:

- L'analisi del territorio e del suo sistema economico e sociale;
- L'individuazione delle caratteristiche e delle potenzialità espresse ed inesprese;
- La comprensione delle tipicità e delle valenze proprie del comprensorio;
- L'individuazione delle variabili e dei condizionamenti territoriali;
- L'individuazione del collocamento "merceologico" del comprensorio;

Il concetto di marketing territoriale non deve quindi essere frainteso con una semplice attività di natura promozionale che invece dipende dalla definizione di piani strategici definiti e programmati a monte. Altro aspetto fondamentale nella definizione di un progetto di questo genere è quello di mettere nero su bianco una serie di obiettivi da raggiungere. Si parte dai target. I turisti non sono tutti uguali ma è comunque possibile definirne diverse tipologie "disegnando" delle personas anche molto precise attingendo ai dati già presenti e pubblicati da diversi enti locali e specializzati.







fenomeni di spopolamento

Fenomenologia dello spopolamento

Il fenomeno dello spopolamento, «The shrinking of a population in a longterm perspective» secondo la formula adottata da Mai & Bucher non può essere ridotto a un semplice e unidimensionale declino numerico della popolazione. È opportuno invece che le cause e l'impatto dello spopolamento siano analizzati adottando un approccio multidimensionale, che si confronti con la difficoltà di considerare e tenere insieme gli aspetti demografici e socio economici. Lo spopolamento non è un fenomeno nuovo. Nel corso dei secoli si documentano perdite permanenti di popolazione in piccole regioni, o periodi più o meno lunghi di declino demografico in aree più ampie di territorio. Attualmente, se da un lato in vaste aree della terra si verificano situazioni di sovrappopolamento, d'altra parte un numero crescente di regioni e in alcuni casi paesi interi si confrontano, dopo un lungo periodo di crescita demografica (dovuto in particolare agli effetti dell'industrializzazione e della modernizzazione), con lo spopolamento del loro territorio. Si tratta di fenomeni di retroazione o feedback che permettono ad un sistema naturale, come in questo caso, di autoregolarsi, tenendo conto degli effetti scaturiti dalla modificazione delle caratteristiche del sistema stesso. Lo State of World Population 2011 dell'UNFPA (United Nations Population Fund) considera il declino demografico una delle principali dinamiche demografiche in atto in una serie crescente di regioni nel mondo, in gran parte localizzate nei paesi occidentali: numerose regioni dell'Europa, alcune aree del Nord America, della Russia e del Giappone. A causa di queste significative differenze nelle dinamiche demografiche, alcune aree si confrontano con i proble-

mi legati a una eccessiva crescita demografica, mentre altre con quelli legati a un declino significativo della popolazione. I

In Europa un numero crescente di regioni è soggetto a spopolamento, e nelle regioni in cui si è registrata una crescita demografica essa è dovuta principalmente, nell'ultimo decennio, all'immigrazione da paesi extra UE.

Si prevede che lo spopolamento affliggerà nei prossimi vent'anni aree sempre più ampie dei paesi europei. Le regioni maggiormente colpite si trovano in Germania, Romania, Repubblica Ceca, Polonia e Slovenia, oltre che in Italia (Molise, Sardegna, etc), Grecia e Spagna. Lo spopolamento comporta importanti conseguenze di tipo sociale ed economico. A questo riguardo, le dinamiche demografiche mostrano rilevanti differenze tra le varie regioni e subregioni interessate, ma è possibile individuare le principali sfide comuni che i processi di declino demografico comportano. Anzitutto, i territori che si spopolano, e che spesso fronteggiano contestualmente l'invecchiamento della popolazione, vanno incontro alla difficile tenuta del sistema di sicurezza sociale (pensioni, sistema sanitario, servizi sociali) condizionato, da una parte, dall'erosione del sostegno economico della popolazione e allo stesso tempo, dall'altra, da una crescente domanda da parte degli anziani, il cui numero è sempre più consistente. L'altra grande questione che si apre per le cosiddette shrinking regions riguarda il mercato del lavoro e consiste nella drastica riduzione della forza lavoro. In Europa, a meno di variazioni nell'anda-

mento del tasso di attività, si prevede ad esempio che al 2050 la forza lavoro diminuirà di circa il 17% e che solo una regione su quattro registrerà una tendenza positiva. Anche nell'ipotesi di un miglioramento delle condizioni economiche, ci si attende che una quota compresa tra il 35% e il 40% delle regioni europee subirà una diminuzione della forza lavoro, concentrata in prevalenza nell'Europa meridionale e orientale. Le dinamiche demografiche hanno un impatto economico e sociale cruciale e ampiamente riconosciuto. L'emigrazione è in generale causata da condizioni economiche e del mercato del lavoro difficili, oltre che, in particolare a un livello subregionale, dalla ricerca di condizioni di vita migliori. Le implicazioni per le regioni in via di spopolamento sono numerose e coinvolgono più ambiti, spesso con un rafforzamento di disparità regionali già decisive nell'innescare il flusso di persone in uscita. Tra le principali questioni è sicuramente da annoverare la presenza e la qualità delle infrastrutture e dei servizi.

Spopolamento dopo il terremoto

Sono trascorsi due anni dal terremoto del 24 agosto 2016, che ha colpito Amatrice (RI), Accumoli (RI), Arquata del Tronto (AP) ed altri comuni limitrofi. Questi centri vennero gravemente danneggiati dal terremoto, con crolli diffusi. Sotto le macerie rimasero 298 vittime, i cui corpi vennero recuperati nei giorni a seguire grazie all'enorme lavoro di Vigili del Fuoco e volontari della Protezione Civile accorsi da tutta l'Italia. Dalle macerie vennero estratte vive oltre duecento persone. Il terremoto venne avvertito nettamente in tutta l'Italia centrale, dove furono in moltissimi a svegliarsi nel cuore della notte, da Roma a Firenze, da Perugia a Pescara.

«[...]La nostra preoccupazione è anche sulla paura che innescano questi fenomeni e sulle conseguenze legate soprattutto allo spopolamento che non aiuta certo la ricostruzione[...]» dice Paola de Micheli, commissaria straordinario alla ricostruzione.

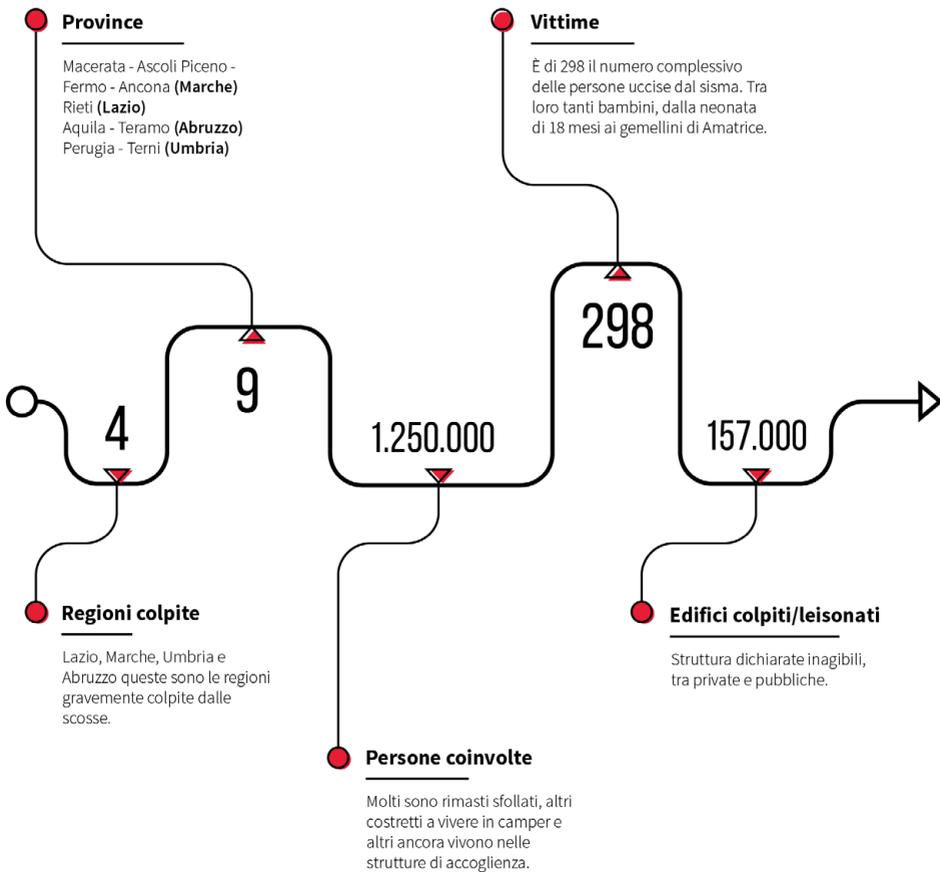
Dei 140 comuni del cratere sismico, 87 si trovano nelle Marche. Lo spopolamento dei territori montani verso la costa è un fenomeno già iniziato 40 anni fa, ma che il sisma ha certamente aggravato. «La ricostruzione deve rappresentare una rinascita, un'occasione di sviluppo e di rilancio di molti territori del "cuore dell'Italia» scrive il premier, Paolo Gentiloni, nella prefazione. E non potrebbe che essere così, visto il quadro che emerge dal Rapporto curato dal Commissario alla ricostruzione

Vasco Errani, che ha appena lasciato l'incarico a Paola De Micheli, pubblicato a un anno dall'avvio del sisma che ha sconvolto il Centro Italia. Un'area che già prima del terremoto presentava grandi «fragilità», non solo indotte dalla difficoltà del territorio, ma anche da un assetto istituzionale «debole», dovuto anche dal gran numero dei Comuni in cui è diviso il territorio, in forte declino economico e soprattutto in fase di spopolamento molto accentuato. I ricorrenti terremoti nell'area dell'appennino centrale hanno ulteriormente svuotato i tanti piccoli centri colpiti, il cui progressivo spopolamento iniziò negli anni 50 del novecento, all'alba della grande trasformazione industriale dell'Italia e dell'abbandono dell'agricoltura.



Report del terremoto

«Oltre 70mila scosse con una media di 240 scosse al giorno. Quattro regioni (Abruzzo, Umbria, Marche e Lazio) e 140 comuni colpiti dal sisma che dal 24 agosto ha fatto tremare a più riprese il Centro Italia, lasciando dietro di sé distruzione, morte, macerie, danni ingenti al patrimonio urbanistico e a quello storico artistico, costringendo le persone ad abbandonare i propri luoghi. Ad oggi sono 299 le vittime del terremoto, 200mila gli immobili lesionati o inagibili e solo nelle Marche si contano ben 87 comuni danneggiati dal terremoto». Sono i principali numeri del sisma del Centro Italia che Legambiente ha raccolto. A due anni dal sisma rimosso meno del 50% delle macerie pubbliche. In forte ritardo la ricostruzione delle scuole. Delle 21 scuole previste dalla prima ordinanza ne sono state ricostruite solo tre.





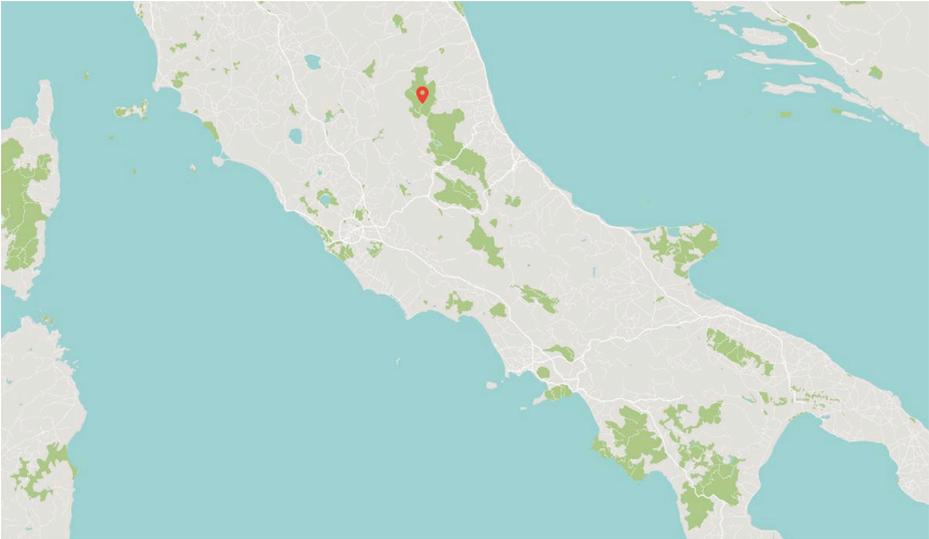
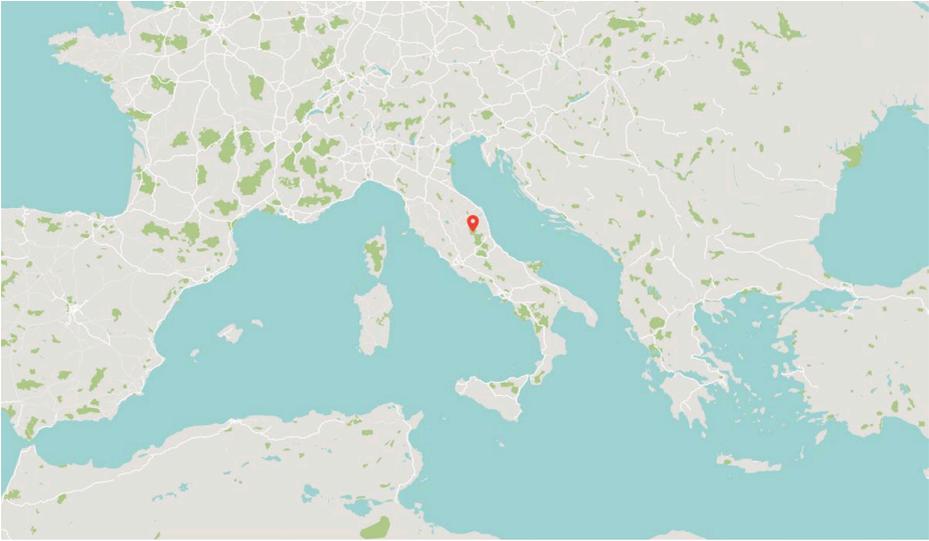


**caso studio:
Castelluccio di Norcia**

Identità di Castelluccio di Norcia

Sono diversi i soprannomi che hanno dato a questo luogo, c'è chi lo chiama il Tibet italiano e chi la vedetta dei Sibillini, una cosa è sicura, Castelluccio di Norcia è più di un semplice piccolo borgo umbro. Castelluccio è un'emozione, un luogo magico dove uomo e natura si fondono e ritrovano la loro armonia. Si trova nel cuore della Valnerina e all'interno del Parco Nazionale dei Monti Sibillini. È situato a quota 1452 metri ed a pochi chilometri (circa 28) dalla celebre e suggestiva Norcia in provincia di Perugia, in cima ad una piccola collina al centro di un vasto altopiano. L'altitudine alla quale si trova il paese, lo rende il più alto dell'Appennino Umbro-Marchigiano. L'altopiano, di origine carsica, è uno dei più vasti dell'Italia centrale e fa parte del Parco Nazionale dei Monti Sibillini, si estende dalle pendici del Monte Vettore, e in alcuni punti è caratterizzato da alcune "depressioni" dette "mergani", generate dallo scioglimento delle acque invernali, assumono una forma allungata e sono formate da alcuni piccolissimi ruscelli in primavera che si trasformano in piccole pozze d'acqua in estate. Le sue origini¹ hanno poco a che fare con la Grande Storia, dal suo passato non emergono importanti eventi o personaggi di rilievo. È piuttosto una storia di ordinaria ruralità, legata all'evoluzione della pastorizia, quando, nel Basso Medioevo, la transumanza decise di fermarsi da queste parti. Ciò impose come primo atto, il disboscamento della fitta faggeta che ricopriva per intero le alture: un passaggio violento, ma necessario, al fine di assicurarsi pascoli estesi e legno abbondante per costruire case, stalle e fienili e riscaldarsi durante il rigido inverno. Il

paese nacque così, come piccolo agglomerato di case di pastori, segno visibile di una nuova economia. Ieri come oggi infatti, la pastorizia costituiva un valore economico da difendere, anche con la forza. Per questo, Castelluccio favorito dalla posizione elevata, era anche un presidio militare a tutela dei pascoli, rientranti nella giurisdizione della città di Norcia. L'economia del paese è strettamente legata all'attività della pastorizia, che ancora costituisce una buona parte degli introiti degli abitanti. Ad essa va aggiunta l'agricoltura, con la produzione di prodotti tipici quali le famose lenticchie di Castelluccio. Il turismo è presente tutto l'anno: nel periodo invernale, la località di Forca Canapine ospita impianti di risalita a volte funzionanti per attività sciistiche, mentre nel periodo estivo l'escursionismo attrae un gran numero di appassionati. Inoltre tutta l'area dei piani di Castelluccio è molto apprezzata per la pratica del volo libero, in particolare del parapendio, per via della particolare conformazione orografica e per la quasi totale assenza di tralicci e antenne. Per questo motivo nel paese si trovano diverse scuole di volo frequentate, soprattutto in estate, da appassionati e principianti provenienti da ogni zona d'Europa.







Elementi del prodotto turistico

Generalmente nel marketing territoriale quando si parla di “aspetti da valorizzare” vengono chiamati “elementi del prodotto turistico”. Il prodotto turistico non è altro che l’insieme di attrattive, strutture e servizi di una determinata destinazione turistica. Questi elementi compongono un’offerta in grado di rispondere alle esigenze di determinati segmenti della domanda turistica. Per quanto riguarda il territorio preso in considerazione, sono diversi gli elementi che compongono il prodotto turistico. A partire dalle attività sportive/ricreative che offre Castelluccio di Norcia, infatti questo territorio è la patria degli sport all’aria aperta, in particolar modo per quanto riguarda il volo libero, deltaplano e parapendio. Per quanto riguarda il patrimonio artistico/architettonico, purtroppo questo borgo non vanta grandi attrazioni, soprattutto dopo il terremoto che ha raso al suolo praticamente la maggior parte degli edifici, ma volendo si può raggiungere in poco tempo Norcia che invece è ricca di storia e opere artistiche. L’eno-gastronomia è uno dei punti forti di questo territorio, la lenticchia è il prodotto per antonomasia di Castelluccio, protetta dall’indicazione I.G.P., ma sono anche altri i prodotti che possono essere gustati all’interno di qualche agriturismo oppure nei diversi stand o camioncini lungo la strada. Infine, l’attrattiva più importante, famosa e spettacolare che possiede Castelluccio è quella della fioritura, uno spettacolo naturale che si presenta ogni anno in estate, che vede protagonisti i Piani, il quale verso gli inizi di giugno comincia a colorarsi di diverse tonalità grazie ai fiori che sbocciano, e ogni giorno regala panorami e scene diverse.



Attività sportive

Castelluccio di Norcia è riconosciuto da tempo a livello internazionale come Patria degli sport outdoor, incredibile è il numero delle attività che si svolgono nel territorio di Castelluccio. Esso è divenuto punto di riferimento, nel Parco dei Monti Sibillini, per escursionisti, sciatori, deltaplanisti, ciclisti da decenni. Negli ultimi anni, con l'affacciarsi delle nuove specialità snowshoeing, surviving, tiro con l'arco, mountain bike, bird-watching, orienteering, trekking con i muli ogni praticante ha trovato il suo posto in questo stupendo paesaggio. La presenza sul territorio di figure professionali specializzate⁵, guide alpine, guide escursionistiche (Regione Umbria), accompagnatori di media montagna (Regione Marche), istruttori di volo, guide equestri, istruttori di survival e outdoor F.I.S.S.S., garantisce anche ai meno esperti di godere al massimo questi luoghi. Il contatto con la natura selvaggia e il mondo magico delle vette, possono essere raggiunti attraverso escursioni più impegnative, che spesso richiedono esperienza, allenamento e attrezzatura idonea. Chi ama la montagna, la natura, la bicicletta e soprattutto chi è alla ricerca di ambienti incontaminati ricchi di arte, storia e cultura dove poter trascorrere il tempo libero non può non amare Castelluccio di Norcia. I percorsi che si snodano come un ragnatela su tutto il territorio, sono fonte infinita per escursioni in bicicletta, la mountain bike a Castelluccio è sicuramente il mezzo più adatto per visitare l'area. È possibile partecipare ad un insolito trekking, uomini e muli in cammino lungo le antiche mulattiere, gli animali da soma trasporteranno il

materiale da campo e i bagagli più pesanti dei viaggiatori, ai quali non resta che camminare e respirare pienamente la magica atmosfera dei paesaggi ancora intatti del Parco Nazionale dei Monti Sibillini. Un'esperienza indimenticabile, infine, può essere vissuta lungo il Grande Anello dei Sibillini, un percorso escursionistico di 124 Km completamente segnalato che, in nove giorni di cammino, permette di scoprire l'intera catena montuosa.

Volo libero: parapendio e deltaplano

Il volo è uno sguardo alternativo sulla realtà che schiude la fantasia. È lasciarsi trasportare dal vento, svuotarsi di ogni pensiero e liberare il proprio corpo a nuovi orizzonti. Per volo libero (o volo libratò) si intende un volo effettuato senza l'ausilio di un motore. Il parapendio è in assoluto il mezzo più leggero che permetta all'uomo di volare ed anche il più semplice mai concepito. Fin dalla sua nascita ha suscitato immediatamente l'interesse e la fantasia di chi ha coltivato da sempre il sogno di volare. Con il parapendio non ci si lancia come nel paracadutismo, ma si decolla come con gli aerei. Il decollo si effettua generalmente da un dolce pendio dopo aver controllato che la vela si sia gonfiata regolarmente; se qualcosa non è a posto, è sempre possibile sospendere la corsa prima del distacco e frenare (stallare) la vela per impedire il decollo. Il ridottissimo ingombro, la praticità di preparazione, la facilità d'apprendimento del pilotaggio

nelle fasi iniziali, lo rendono subito divertente, avvicicabile e praticabile da chiunque, aprendo incredibili possibilità alla diffusione degli sport dell'aria. Lo sport del parapendio a livello turistico non è annoverabile tra gli sport estremi, anzi, si potrebbe definire: lo sport più intenso dopo gli scacchi, perché richiede al pilota capacità di ragionamento e di controllo delle proprie emozioni. Le prestazioni delle moderne ali sono di tutto riguardo. Grazie alla grande evoluzione tecnologica, il pilota di parapendio riesce a sfruttare anche le più deboli correnti ascensionali prolungando il volo per ore ed ore. Il bacino di Castelluccio è la patria del deltaplano e del parapendio; venti unici per esperienze uniche. A Castelluccio di Norcia il volo libero è per tutti, in compagnia di istruttori esperti, è possibile anche per chi non ha la minima conoscenza del deltaplano o del parapendio facendo voli in tandem con gli istruttori. Una volta in volo si possono ammirare dall'alto le bellezze che riserva questo territorio incontaminato.

Trekking nei Sibillini

Il territorio di Castelluccio ha un profondo legame con la montagna, il vagabondare del Guerin Meschino, i negromanti che salivano al Lago di Pilato, Antoine de la Sale alla ricerca della Sibilla sono l'inizio di quel percorso che ci ha condotti all'escursionismo moderno. Castelluccio di Norcia è uno dei maggiori punti di riferimento, in Italia, per gli escursionisti, dove la particolare formazione carsica combina morbide curve con aspre pareti rocciose, permettendo affascinanti passeggiate o ascensioni altamente tecniche. Qui tra i Monti Sibillini per tutti è possibile godere delle bellezze naturali, il



non esperto o il professionista trovano percorsi, trekking e scalate a loro misura. Le guide, altamente preparate, potranno accompagnarvi alla scoperta di questi luoghi ineguagliabili, mostrandovi piccoli segreti altrimenti difficilmente fruibili. I sentieri escursionistici che come una rete attraversano queste montagne, garantiscono, dalla primavera all'autunno, di poter scoprire in maniera vivificante, sia l'ambiente naturale che storico-culturale. L'inverno, quando le cime più elevate sono ricoperte dalle abbondanti nevi, rappresenta invece un'occasione nuova per muoversi sci ai piedi, fra boschi e valli avvolti da un silenzio assoluto. Qui come in molte altre zone montane simili, i muli e gli asini erano parte integrante della vita della popolazione locale. I muli, in special modo, venivano usati come mezzi di trasporto per persone e cose. Da "Muli" nasce il termine "Mulattiera", cioè quei sentieri, percorsi a dorso di animale, che univano le varie località montane, sentieri in alcuni casi trasformate in strade carrozzabili, ma che per la maggior parte oggi sono terra esclusiva degli escursionisti.

Mountainbiking

Esplorare il Parco in sella ad una mountain-bike consente di catturare sensazioni laddove i motori spegnerebbero il canto degli uccelli e il gorgoglio dei ruscelli, coprirebbero l'odore del fieno, della ginestra e dell'elicriso. Consente di viaggiare lungo strade e sentieri in origine costruiti per le tregge dei contadini, i muli dei boscaioli, gli scarponi dei pastori e i sandali dei pellegrini. I Monti Sibillini offrono itinerari con diversi gradi di difficoltà, da quelli più semplici fino a quelli più impegnativi destinati agli amanti dell'All Mountain e



dell'escursionismo in quota. I paesaggi e gli antichi borghi, unitamente alle tradizioni e alle numerose leggende scritte tra questi monti, hanno contribuito a determinare un mondo suggestivo e misterioso, dove il tempo sembra essersi fermato per rendere omaggio a una realtà di così straordinaria bellezza. Il settore Centro-Meridionale include le montagne maggiori del gruppo, culminando nel monte Vettore. È caratterizzato da due dorsali principali, la prima delle quali congiunge il monte Porche con il Monte Sibilla mentre la seconda compie un articolato percorso che va dal monte Palazzo Borghese fino al monte Prata toccando le cime maggiori del gruppo. Il settore Settentrionale include il monte Bove, massiccio calcareo con imponenti pareti, ed è limitato dalla Val d'Ambro e dalle Gole del Fiastrone. Il settore Sud-Occidentale non include montagne degne di particolare nota ma include alcune formazioni geologiche tra le più interessanti dei Sibillini, come i Piani di Castelluccio.



Patrimonio paesaggistico

La magia di Castelluccio e del suo Piano deriva innanzitutto dalla sua posizione: un grande pianoro completamente circondato da montagne, ma montagne dolci, gentili ricoperte di prati. Quando lo si scorge per la prima volta, arrivando da Norcia, dopo una strada fatta di tornanti che sembrano non finire più, si rimane a bocca aperta: perché il piano - con il paese di Castelluccio di Norcia laggiù in fondo, quasi a fargli da guardia - compare all'improvviso, senza alcuna avvisaglia. La visione dall'alto è bellissima, l'aria dei 1500 metri è sempre frizzante, si viene presi da un entusiasmo inconsueto l

I Piani di Castelluccio

Piani di Castelluccio sono un altopiano carsico-alluvionale dell'Appennino Umbro-Marchigiano. Situati a circa 1.350 m s.l.m., i Piani sono tre e coprono una superficie di 15 km²: il Pian Grande (provincia di Perugia), il Pian Piccolo (provincia di Perugia) e il Pian Perduto (provincia di Macerata). Il Pian Grande, che si estende per circa 7 km con una larghezza media di 3 km, è il maggior altipiano carsico in Italia, dopo la Piana del Fucino ed è circondato interamente dalle dorsali dei Monti Sibillini e dominati dall'imponente Monte Vettore, con i suoi 2476 m di altezza. L'origine della conca è dovuta all'abbassamento delle masse rocciose sottostanti, in contrasto con i sollevamenti che hanno dato origine alla dorsale del Monte Vettore. Le principali morfologie carsiche sono rappresentate da varie doline a scodella, con fondo impermeabile e provviste d'acqua per molti mesi all'anno, doline a imbuto con fondo permeabile e, specialmente, dal Fosso dei Mergani, una dolina dalla forma a venatura che



Il lago di pilato

Il Lago di Pilato, anticamente chiamato Lacum Sibillae, è l'unico bacino naturale di origine glaciale nelle Marche situato a 1.941 mt. s.l.m. sotto la cima del Monte Vettore. La sua forma particolare a "occhiale" lo contraddistingue durante il periodo estivo, dopo lo scioglimento delle nevi che provvedono, unitamente alle piogge, ad alimentarlo. Dai rilevamenti effettuati nel 1990, quando a causa delle eccezionali condizioni climatiche si prosciugò, il suo perimetro misurava circa 900 metri, la lunghezza circa 130 metri e l'altezza 8-9 metri. Sul fondale del Lago di Pilato sono presenti inghiottitoi che possono essere relazionati con le sorgenti del fiume Aso attraverso canali carsici sotterranei ma di questo non vi è conferma. Nella tradizione popolare il lago è stato, ed è considerato, un luogo magico e misterioso. La leggenda narra che qui nelle sue acque sarebbe custodito il corpo di Ponzio Pilato condannato a morte da Tiberio (secondo imperatore romano che governò dal 14 al 37 d.C.). Quest'ultimo, dopo aver rinchiuso il corpo di Ponzio Pilato in un sacco, lo affidò ad un carro di bufali che lasciò liberi di vagare senza meta. Gli animali da Roma sarebbero giunti fino ai Monti Sibillini e su fino alla Cima del Redentore dalla cui cresta il corpo cadde nelle sue acque. Altre leggende narrano che, in questo lago, vi era un'entrata verso il mondo degli Inferi attraverso accessi impervi e difficilmente raggiungibili







Monte Vettore

Il Monte Vettore (dal latino Victor, vincitore) è il rilievo montuoso più alto dei Sibillini, con i suoi 2.476 metri di altitudine. Durante il Pleistocene superiore (da 125.000 a 10.000 anni fa) il ghiacciaio ha trascinato in avanti detriti morenici che hanno generato uno sbarramento naturale creando un circo glaciale che oggi ospita il Lago di Pilato. È situato nell'appennino umbro-marchigiano al confine tra Umbria e Marche. La sua vetta, che si trova nel territorio della regione Marche, è la più alta di un arco montuoso che ha una caratteristica forma ad "U" e che comprende, seguendo l'arco da ovest a est, Quarto San Lorenzo, Cima del Redentore (2448 m), Cima del Lago, il Vettore stesso, Monte Vettoretto (2032 m) e Monte Torrione (2102 m). La facciata esterna dell'arco montuoso domina il Pian Grande di Castelluccio di Norcia, una vallata ricca di coltivazioni di lenticchia, legume caratteristico del luogo. Dalla vetta del monte si può ammirare in giornate limpide il Gran Sasso a sud-est e il Terminillo a sud-ovest, il litorale marchigiano e l'Adriatico ad est. Il Monte Vettore presenta una fascia trasversale di ghiaia che è detta la strada delle fate. La leggenda popolare narra che una volta, le fate, si siano fermate più a lungo a danzare con i giovani di Pretare e che per non essere sorprese all'alba, fuggirono con tanta precipitazione da lasciare le loro impronte sulla montagna, creando così la loro strada. Il racconto è noto sia agli studiosi delle tradizioni popolari che ai valligiani. Dalla mitologia apprendiamo che i monti Sibillini furono considerati luoghi abitati da divinità buone e cattive.







video immersivi

Un video immersivo (anche noto come video panoramico o video a 360 gradi) è una videoregistrazione di una scena reale dove si registra nello stesso tempo in qualsiasi direzione. Il video immersivo è quindi un filmato interamente navigabile dall'utente in internet o su un tablet a 360 gradi, il controllo avviene semplicemente muovendo il mouse o il touchscreen mentre è in corso la visione lineare del contenuto. Premesso che non sostituirà mai il semplice filmato, il video immersivo è la scelta migliore (e più innovativa) per chi vuole far conoscere il proprio prodotto/ambiente ad una vasta platea di pubblico o potenziali clienti. Infatti consente un'esperienza completamente immersiva con soggetti o persone in movimento reali e tangibili. I video 360 e la realtà virtuale immersiva stanno diventando il nuovo medium del XXI secolo. Un nuovo linguaggio che permette alle persone di essere dei protagonisti della scena e non semplicemente degli spettatori. Con un contenuto 360 si può coinvolgere maggiormente le persone portandole al centro della scena facendogli vivere un'emozione forte in prima persona, si può sfruttare i 360 gradi per presentare un contesto articolato e complesso con una sola inquadratura. Lo stesso video, come gli oggetti o le persone riprese, possono essere accompagnati da un sottofondo musicale o volendo anche da un commento parlato o scritto. **Le narrazioni immersive**, infatti, sembrano essere un trend esplosivo negli ultimi anni in diversi campi: a teatro, nell'advertising, nei documentari, persino nel giornalismo. Sono narrazioni che usano tecniche come la realtà aumentata e virtuale, gli ologrammi, le video-installazioni per dare al fruitore il senso dell'essere lì, dove lì è

esattamente il luogo della narrazione. Questo tipo di contenuti attraggono la curiosità e, quindi, il livello di coinvolgimento. E con il livello di coinvolgimento sappiamo che aumenta anche l'impatto del messaggio che si vuole comunicare, motivo per cui riscuotono l'interesse dei reparti marketing delle aziende. Un video immersivo si può realizzare con apposite telecamere o webcam in grado di compiere due riprese a 180° ciascuna, nelle direzioni opposte. I dati registrati dalle due camere confluiscono in due tracce dentro un unico file video digitale a 360°. Nel filmato video è registrato uno scenario molto ampio mentre sullo schermo viene visualizzata soltanto una parte. Questo consente all'utente di spostare la visualizzazione sul monitor in qualsiasi direzione tramite il mouse o un'altra periferica, dandogli la sensazione di esplorare l'ambiente dal vivo, a destra o a sinistra, in alto o in basso.



L'influenza dei video immersivi

“Non è un mistero che il video è la comunicazione del futuro, e saper fare video è, e sarà una carta vincente per tutte le aziende.” dice Samuele Beltrame, Research Analyst presso l’università del Piemonte Orientale. Il linguaggio dei video 360 però, è totalmente nuovo, le prime volte che si guarda un video con questa tecnologia fa sempre un grande effetto, è un pò come nel 1896 quando i fratelli Lumière con il loro corto sull’arrivo del treno, creavano il panico nelle sale. Essere immersi nella scena e non davanti è un cambio radicale di prospettiva. Le opportunità che offre questa tecnologia sono legate agli obiettivi infatti dal 2015 la piattaforma di video sharing YouTube ha aggiunto la possibilità di caricare video a 360°. Con un contenuto 360 si può coinvolgere maggiormente il pubblico, portandolo al centro della scena e facendogli vivere un’emozione forte in prima persona. Ci sono diversi esempi che confermano che l’utilizzo di video con questa tecnologia hanno aiutato le aziende ad incrementare il loro business. Il primo è il caso di Nissan, che dopo aver lanciato la sua campagna promozionale Nissan Rogue 360° Experience, afferma che le vendite siano aumentate del 50%. Un altro caso di successo, almeno apparente è dato da Lonely Planet, che con il suo video Exploring Vancouver in 360° ha fatto registrare 41.110 visual, contro le 25.488 visual del video Vancouver city guide non in 360°. Sono sempre di più i brand che scelgono questo tipo di soluzioni per le loro campagne. Da Oreo a Nike, ma anche, tra gli italiani, Esselunga che ha realizzato per i suoi Capolavori su Telo una visita virtuale a un museo immaginario. Allo stesso tempo, le persone apprezzano e prendono sempre più confidenza con l’immersività. Hog Rider 360 di Clash of Clans, con oltre 45 milioni di visualizzazioni, ne è la prova.



Realtà virtuale e realtà aumentata

Realtà Virtuale e Realtà Aumentata sono termini spesso, erroneamente, confusi ma che rappresentano due tipi di tecnologia dall'approccio molto differente e per comprendere le differenze tra le due occorre fare un passo indietro. La realtà virtuale nasce per offrire un'esperienza totalmente immersiva. Si fonda sul principio di portare chi ne fruisce all'interno di uno scenario più o meno realistico e fargli percepire a livello sensoriale un'esperienza, quanto il più simile possibile alla realtà. Anche se tale tecnologia è arrivata al grande pubblico nell'ultimo decennio, i primi esperimenti risalgono già agli anni '60, quando Ivan Sutherland e Bob Sproull misero a punto il primo visore VR; una soluzione abbastanza primitiva, con grafica in wireframe. La caratteristica principale della Realtà Virtuale sta quindi nella creazione di una realtà immersiva totalmente alternativa a quella che viviamo. L'esperienza immersiva ha luogo grazie ad un visore che ci isola totalmente da ciò che ci circonda, portandoci in uno scenario realizzato graficamente. Il visore trasmette all'occhio umano delle immagini che il cervello elabora e converte in percezione spaziale. La Realtà Aumentata, invece, si basa su diverso fine e funzionamento. L'origine coincide grossomodo con quella della realtà virtuale, sarà però negli anni '90 che si affermerà una visione chiara di come dispositivi portatili, Internet e GPS possano integrarsi in un unico sistema volto allo sviluppo di un dispositivo, capace di aumentare ed arricchire di informazioni il mondo che ci circonda. Mentre la prima isola dall'ambiente circostante, la realtà aumentata si integra ad esso. Necessita che chi ne fruisce mantenga un contatto visivo con il mondo reale, al quale aggiunge informazioni e dati preziosi e pertinenti, ritenuti utili, aiutando l'utente ad elaborare

spazio, concetti, azioni complesse. La realtà aumentata è uno strumento, oggi, impiegato in modo trasversale, dalle simulazioni in ambito militare, al mondo motociclistico ed automobilistico, dalla formazione al supporto informativo in aree pubbliche. Basti pensare agli smartphone che vedono alcune funzioni di tale sistema integrate nella fotocamera ad esempio, consentendoci di visualizzare i posti di una certa rilevanza intorno a noi, inquadrando semplicemente strade e palazzi, ad esempio. Vasti campi di intervento, quindi, in cui la realtà aumentata si mette a supporto dell'uomo, fornendogli informazioni preziose che lo connettono allo spazio circostante.

Una vera integrazione uomo-macchina. Ultima introduzione di Google nel campo della realtà aumentata, è stata la tecnologia TANGO, in grado di mappare in tre dimensioni lo spazio inquadrato, sovrapponendo ad esso oggetti virtuali.

VIRTUAL REALITY vs. 360 VIDEO

PHOTOGRAPHY



Digital Environment



Live Action

MOBILITY



Immersive world that you can walk around in (as long as you are not "tethered" or connected to a computer)



360 degree view from camera's perspective, but limited to filmmaker's camera movements

VIDEO TIMELINE



Video can progress through a series of events or experience can be simply an existing world to be explored by the user



Video progresses on a timeline created by the filmmaker's camera movements

PLATFORMS



Full experience requires a VR headset (can be "tethered" or mobile)



Available on 360 compatible players including YouTube (desktop and mobile)

STORY



Filmmaker does not control physical location of viewer in the built environment (as long as you are not tethered) and as such must capture attention and also motivate user to travel in the direction of the events of the story



Filmmaker controls physical location of camera, but must capture attention of viewer to direct the story

CREATED BY SARAH ULLMAN FOR THE JUNGLE

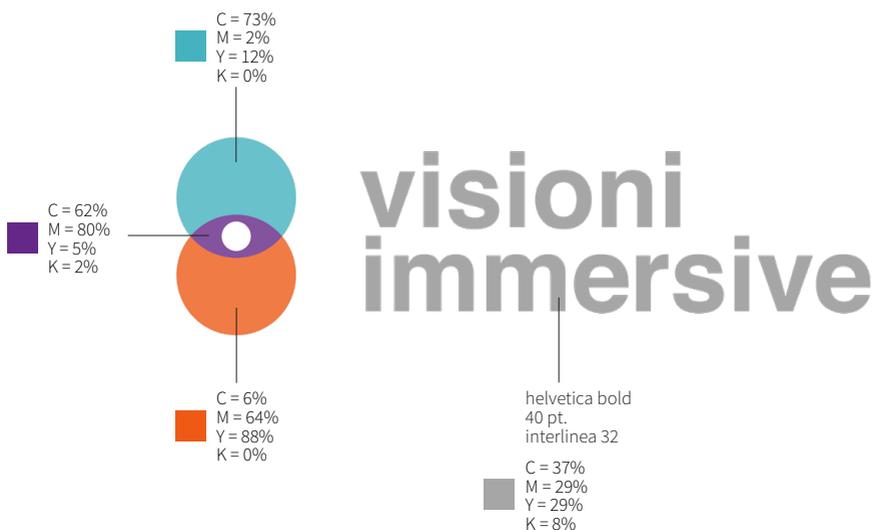
il progetto

Obiettivi di progetto

Comunicare un territorio è un processo complesso proprio perché un territorio è, per sua natura, un insieme complesso di persone, elementi fisici, relazioni e valori che interagiscono tra loro su più livelli. Il problema della comunicazione si sposta dunque sul linguaggio, sul mezzo da usare per analizzarlo e comunicarne i contenuti. Questa tesi nasce principalmente dalla volontà di sfruttare gli strumenti del Design della Comunicazione a favore di una realtà vicina e che sta a cuore al sottoscritto. L'individuazione del caso studio di progetto è stata automatica: raccontare il territorio di Castelluccio di Norcia, a partire da un problema sociale per lavorare in un'ottica di recupero e valorizzazione territoriale. L'obiettivo di questa tesi dunque, è quello di contribuire alla rinascita di questo territorio, che ha voglia di tornare a splendere fino a prima del tragico terremoto. Nonostante a livello architettonico è rimasto poco niente, Castelluccio ha molte altre meraviglie da poter offrire ai suoi visitatori, quindi con questo progetto ho provato ad esaltare le sue peculiarità e cercare di creare esperienze immersive che invogliano il fruitore a visitare questo posto. In ultimo si auspica che il progetto di Visioni Immersive possa costituire, se non una soluzione al problema, uno strumento che abbia un effetto positivo sul problema.

Logo

Nasce ispirandosi alla struttura e ai colori degli occhiali 3D anaglifici, usati negli anni 90 per guardare film. I colori tipici delle lenti di questi occhiali, sono il rosso e il ciano, che ho ripreso nel logo desaturandoli rendendoli pastello, in modo che ricordassero il cielo e la terra dei paesaggi trattati. La fusione dei due cerchi danno vita ad un occhio di colore complementare, che simboleggia l'innovazione e la tipologia di tecnologia che fanno da base a tutto il progetto, quella della realtà aumentata e dei video 360°.



Variante scala di grigi



Progetto editoriale

La guida a Castelluccio è il primo artefatto della campagna, esso ha lo scopo di raccontare e guidare il fruitore alla scoperta del territorio, attraverso testi e foto. Quasi tutte le foto sono state scattate da me, alcune con l'utilizzo del drone. Questa guida inoltre diventa protagonista interattiva della campagna, in quanto all'interno sono presenti dei QR code, in diversi capitoli e argomenti, che nel caso vengono scannerizzati, tramite uno smartphone reindirizzano l'utente alle clip video a 360°, dell'argomento che stava leggendo. Questo in modo da poter creare una maggiore interazione tra l'utente e la guida, e poter offrire piccole esperienze immersive, che creino curiosità e interesse nel fruitore.

Formato volume

18 × 24 cm

Rilegatura

brossura grecata e fresata

Numero di pagine

124

Carte utilizzate

interna Classic demimatt 170 gr.

copertina Classic demimatt 300 gr. (plastificata opaca)

Gabbia di impaginazione

Margine superiore: 18 mm

Margine inferiore: 18 mm

Margine interno: 15 mm

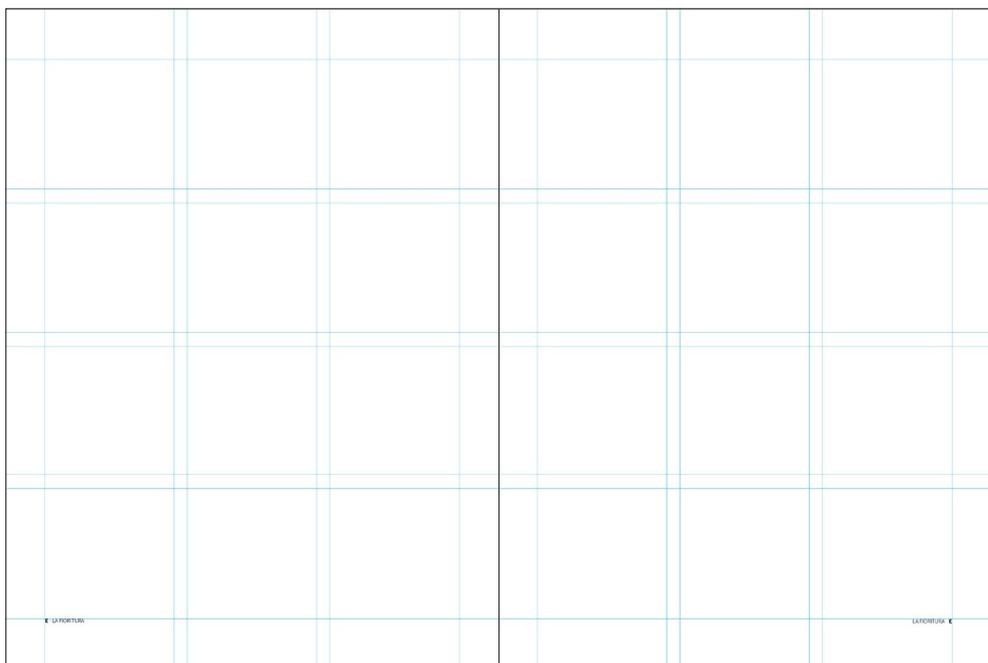
Margine esterno: 15 mm

Griglia

3 colonne, spazio 5mm

4 righe, spazio 5mm

Griglia di impaginazione



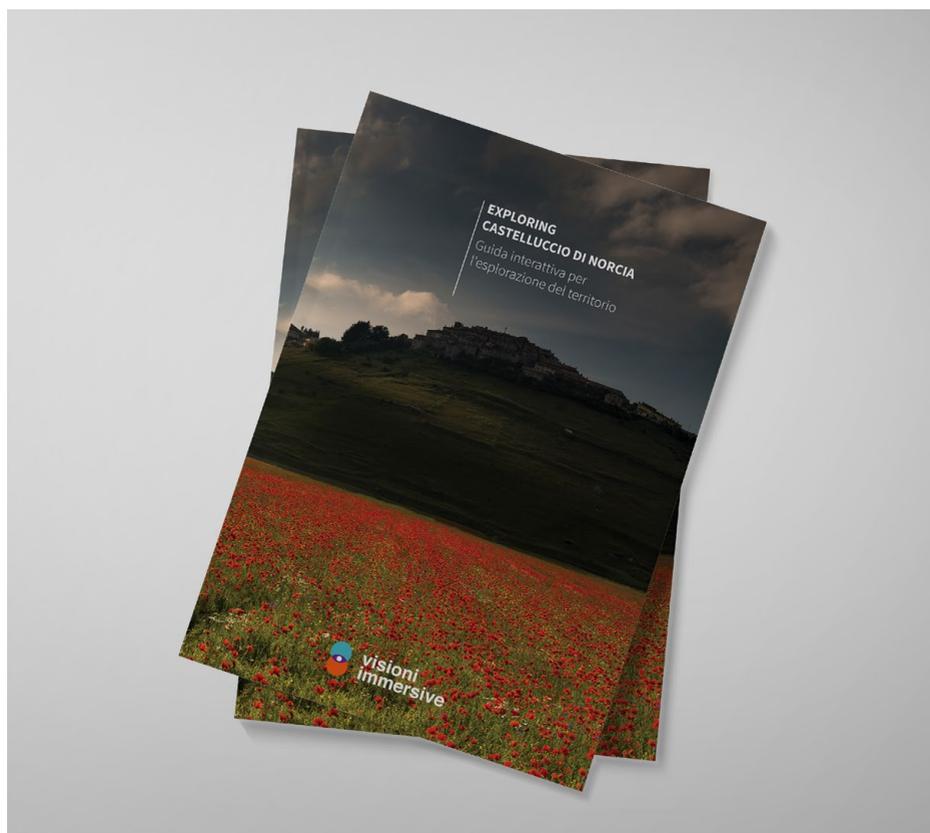
Pagina tipo con griglia di impaginazione

<h1>Lo spettacolo della fioritura</h1>		
<p>Non solo la rinomata Provenza, anche nella verde Umbria la fioritura è uno spettacolo straordinario. Tra fine giugno e inizio di luglio, nella Piana di Castelluccio di Norcia va in scena la fioritura delle lentichie. Uno degli spettacoli della natura più intensi e spettacolari della bella stagione. Una magia in cui l'uomo e la natura si incontrano come in un incantesimo. Castelluccio di Norcia è testimone del mirabile cronotipo che si ripete ogni anno nel Parco Nazionale dei Monti Sibillini. Il paesaggio sembra rappresentare il movimento pittorico Impressionista dove vengono esaltati luce e colore. La Fioritura di Castelluccio, o Fiorita, è lo spettacolo di fioritura che si verifica tra maggio e luglio. I fiori che crescono sul Pian Grande, Pian Piccolo e Pian Perduto si colorano tra la primavera e l'estate e regnano all'altopiano un'esplosione di mille colori. Nonostante la Festa della Fiorita cada ogni anno nella terza e nell'ultima domenica di giugno, non c'è un periodo migliore o peggiore per assistere alla fioritura. E neanche un climax. Tutto dipende dall'andamento climatico della stagione, in base al quale sarà possibile trovare più o meno specie, più o meno colori. Lo sviluppo e l'andamento della fiorita sono afflitti a molti fattori: da quanto ha piovuto nei periodi invernale e primaverile; dal periodo di esposizione al sole; dal periodo della semina, soprattutto della lentichia. Senza dimenticare che ogni specie floreale ha un diverso momento per sbocciare. Sembra inoltre che non tutti gli anni sia possibile ammirare il rosso, il viola, il giallo, il blu, perché può darsi che per un anno un colore - ovvero, una delle tante specie floreali - dia forfait. Convène quindi essere fatalisti per un fenomeno naturale che ogni anno, a essere pazienti, premia l'occhio e l'ingegno. Tanto da essere stati inseriti tra i 103 paradisi naturali d'Italia dalla penna del giornalista Gabriele Salarì, nel suo volume "Guida segreta ai paradisi naturali d'Italia" (edito da Newton & Compton). Ogni anno si moltiplicano i fotografi professionisti o amatori che sui social media fanno competizioni sul migliore scatto. Per diverse settimane, il pascolo del Pian di Pian Grande e il Pian Perduto subisce variazioni cromatiche che si susseguono anche nell'arco di una stessa giornata.</p>	<p>Papaveri, lentichie, narcisi, violetto, genzianelle, trifogli, viola Eugeniae, ranuncoli, indolei, acetosella, margherite caratterizzano la tavolozza cromatica del dicotico chilometro di distesa complessiva vicino al borgo di Norcia, a 1300 metri d'altitudine. Nel sito ufficiale di Castelluccio di Norcia, è possibile rivivere le fioriture degli anni passati attraverso delle magnifiche gallerie fotografiche, che testimoniano il monitoraggio dell'evento anno per anno, con foto per ogni settimana del periodo interessato.</p> 	
<p>LA FIORITURA</p>	<p>Foto di Michele Formadori Una farfalla si posa su un fiore di una lentichia sbocciata nel Pian Grande.</p>	

Copertina



Copertina



Pagine tipo



Pagine tipo



Sulla montagna magica dal Monte Sibilla al Banditella

Il percorso arriva sulla vetta del Monte Sibilla che ha, da sempre, evocato fantasmi e leggende legate alla sua grotta così inaccessibile e avvolta di mistero. La Sibilla è infatti anche la montagna simbolo della Terra Madre, dove giunsero nei Medioevo, da tutta Europa, cavalieri eremiti e dove i giovani andavano a sognare, perché lì i sogni assumevano un significato speciale, forse per il fascino dei suoi paesaggi o forse per la presenza di ammantati fate.

Tempo di percorrenza

4 ore e 20

Lunghezza:

11,8 km

Interessi:



Vita dura, in alta quota! da Fica di Pista a Colle di Montegallo per il Monte Vettore

Il passo, che può isolare sia dal Colle di Pista, sia da Colle di Montegallo, ha come meta la cima più alta del Parco: il Monte Vettore (2426 mt). Le spine agulles che toccano a vivere in questa altitudine si sono soltivate e sopportano i sui forti venti che spazzano le sommità dei monti, sia le fatali temperature geliche di queste quote. Fanno tappa dai vette è la Stella Alpina dell'Iperevino che, come un piccolo gioiello, imprevedibile al cane della cima più elevata del Parco Nazionale del Monte Sibilla.

Tempo di percorrenza

5 ore

Lunghezza:

11,8 km

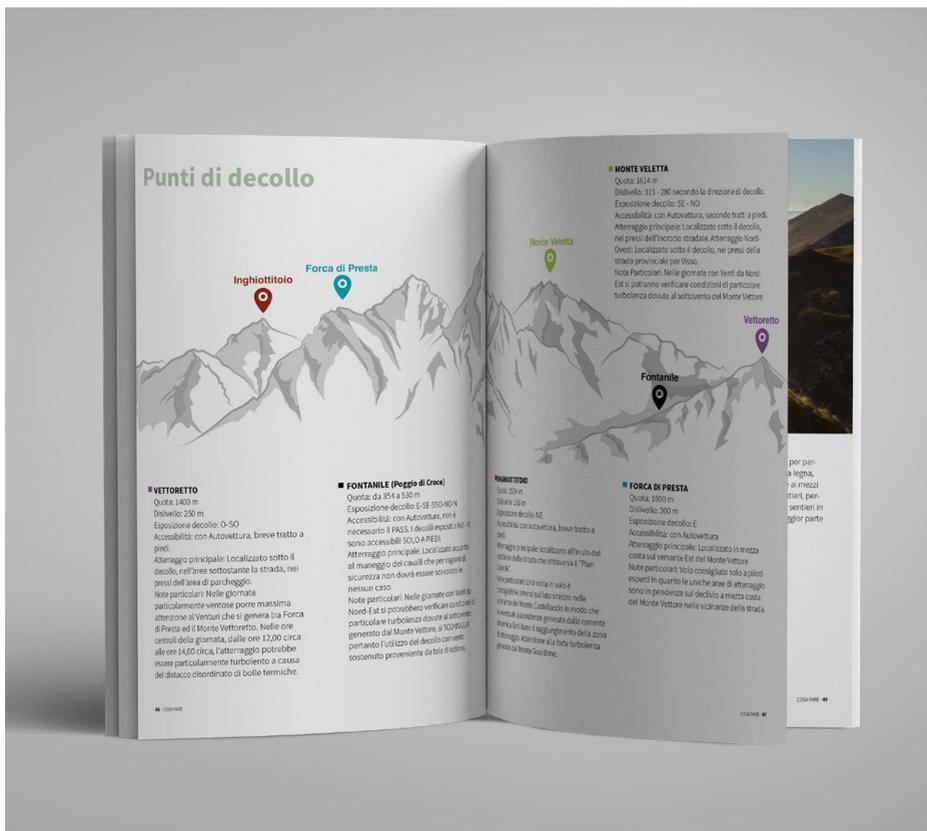
Interessi:



Pagine tipo



Pagine tipo



Punti di decollo

Inghiottoolo

Forca di Presta

■ VETTORETTO

Quota: 1.800 m
Dislivello: 250 m
Esposizione: decollo: O-SO
Accessibilità: con Autovettura, breve tratto a piedi.
Atterraggio principale: Localizzato sotto il decollo, nell'area sottostante la strada, nei pressi dell'area di parcheggio.
Note particolari: Nelle giornate particolarmente ventose porre massima attenzione ai venti che si generano tra Forca di Presta ed il Monte Vettoreto. Nelle ore centrali della giornata, dalle ore 12,00 circa alle ore 14,00 circa, l'atterraggio potrebbe essere particolarmente turbolento a causa del distacco disordinato di bolle termiche.

■ FONTANILE (Poggio di Croce)

Quota: da 354 a 530 m
Esposizione: decollo: E-SE-SO-NO-4
Accessibilità: con Autovettura, non è necessario il PASS, i decolli esposti E-NO-4 sono accessibili SOLO A PIEDI.
Atterraggio principale: Localizzato accanto al maneggio di doti cavalli che per ragioni di sicurezza non dovrà essere sorvolato in nessun caso.
Note particolari: Nelle giornate con venti da Nord-Est si potrebbero verificare condizioni particolare turbolenza dovute al orientamento del Monte Vettoreto, si SCONGIUGARE pertanto l'utilizzo del decollo con vento sostenuto proveniente da tale direzione.

Monte Veletta

■ MONTE VELETTA

Quota: 1614 m
Dislivello: 115 - 280 secondo la direzione di decollo.
Esposizione: decollo: SE - NO
Accessibilità: con Autovettura, secondo tratti a piedi.
Atterraggio principale: Localizzato sotto il decollo, nei pressi dell'incrocio stradale Atterraggio Nord-Ovest. Localizzato sotto il decollo, nei pressi della strada provinciale per Vico.
Note Particolari: Nelle giornate con venti da Nord-Est si potranno verificare condizioni di particolare turbolenza dovute al sottovento del Monte Vettoreto.

Fontanile

Vettoreto

■ INGHIOTTOLO

Quota: 200 m
Dislivello: 20 m
Esposizione: decollo: NE
Accessibilità: con autovettura, breve tratto a piedi.
Atterraggio principale: Localizzato all'inizio del rettilineo della strada che attraversa il "Pian della".
Note particolari: Una volta in volo il pilota deve essere attento sul lato sinistro nella direzione del Monte Castelluccio in modo che eventuali condizioni primarie della corrente siano ben fuori l'aggiungimento della zona di atterraggio. Attenzione alla forte turbolenza generata dal Monte Guadone.

■ FORCA DI PRESTA

Quota: 1000 m
Dislivello: 300 m
Esposizione: decollo: E
Accessibilità: con Autovettura
Atterraggio principale: Localizzato in mezza costa sul versante Est del Monte Vettoreto.
Note particolari: Volo consigliato solo a piloti esperti in quanto le uniche aree di atterraggio sono in pendenza sul declivio a mezza costa del Monte Vettoreto nelle vicinanze della strada.

per piani
a legna,
ai mezzi
stieri, per
sentieri in
agor parte

COLLA FINE

ESADINE

Video 360

Exploring Castelluccio, è il titolo del primo progetto di Visioni Immersive. Si tratta di un video girato a 360° nel cuore dei Monti Sibillini in particolare a Castelluccio di Norcia. Questo video permette di immergersi all'interno di questi luoghi meravigliosi e osservarne le peculiarità, inoltre è possibile conoscere qualche informazione sul territorio grazie a delle motion graphics all'interno del video. Tutte le clip sono state realizzate con una Samsung Gear 360, con risoluzione 4K. Questo video è possibile fruirla in diversi modi, la prima quella che regala un'esperienza più immersive e reale è con l'utilizzo di un visore Oculus, oppure semplicemente sullo schermo di uno smartphone o tablet muovendo lo schermo oppure con il computer trascinando il mouse sul video.



Samsung Gear 360
4K 360° Video recording



Scene



Scene



Sito internet

Il sito internet Visioni Immersive funge da archivio e da portale per esplorare i diversi progetti e comprenderne lo scopo e il significato. L'impostazione del sito risulta molto semplice ed essenziale, la prima pagina ha la funzione principale di introdurre l'utente al sito anticipando il tema e gli argomenti contenuti in esso. Nella homepage troviamo un banner con scritto "scopri Castelluccio", cliccandoci il sito ci porterà direttamente al contenuto video, girato in 360, dove sarà possibile vivere un'esperienza immersiva nel territorio di Castelluccio e ricevere qualche informazione base su di esso. Nella pagina video 360, troviamo tutte clip video sempre girate in 360 delle diverse attrazioni e paesaggi del territorio. Nella pagina about, è possibile avere tutte le informazioni sul progetto di Visioni Immersive e la possibilità di contattare la redazione.



SCOPRI CASTELLUCCIO

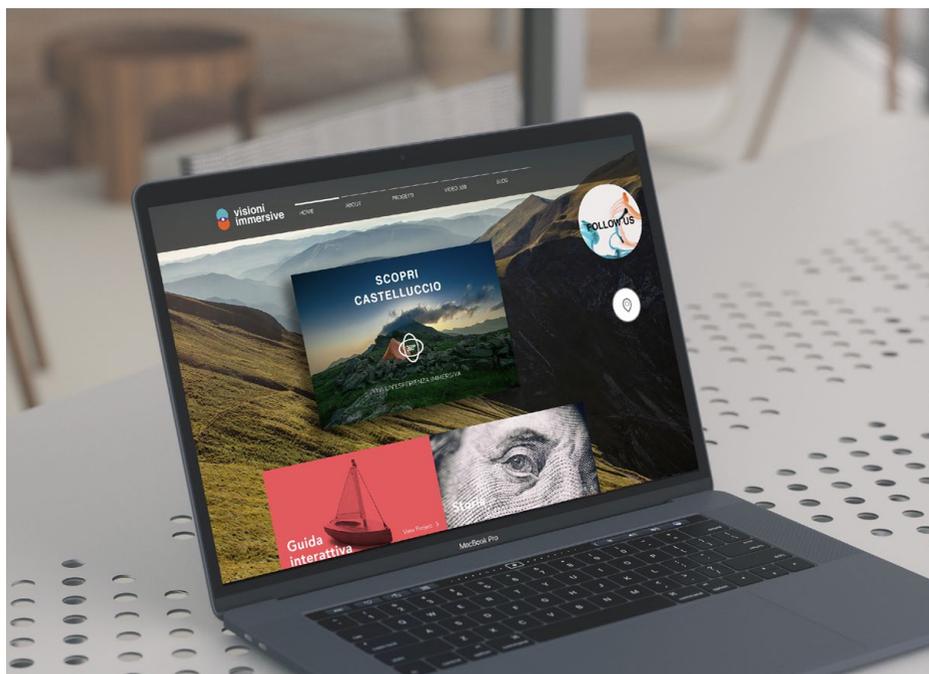


VIVI UN'ESPERIENZA IMMERSIVA

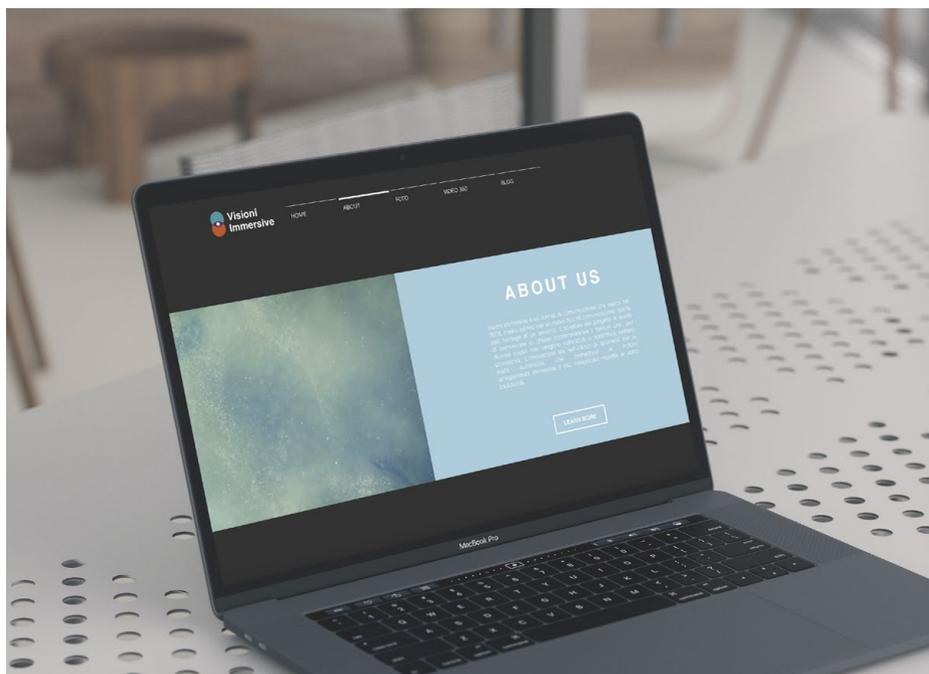
ABOUT US

Visioni Immersive è un format di comunicazione che nasce nel 2018, creato ad hoc per un nuovo tipo di comunicazione, quella dell'heritage di un territorio. L'obiettivo del progetto è quello di comunicare in chiave contemporanea i territori che, per diverse cause non vengono valorizzati o addirittura restano sconosciuti. L'innovazione sta nell'utilizzo di strumenti per la realtà aumentata, che permettano al fruitore un'esperienza immersiva e più emozionale rispetto ai video tradizionali.

Homepage



About us



Bibliografia

Verdarelli, Paolo
Castelluccio di Norcia. Stagioni
Paolo Verdarelli, 2014

Ardito, Stefano
Sentieri nel parco dei Monti Sibillini. 92 escursioni e le 9 tappe del Grande Anello
Iter Edizioni, 2016

Pasini, Piero - Ragonese, Ruggero
Umbria
Edizioni EDT, 2016

Cunningham, Joshua
Viaggiare in bicicletta
Edizioni LSWR, 2018

Montagna, Lorenzo
Realtà virtuale e realtà aumentata. Nuovi media per nuovi scenari di business.
Hoepli, 2018

Sitografia

Santi, Laura

Fioritura a Castelluccio: natura da ammirare

<http://www.umbriatouring.it/>

Crisponi, Nicoletta

Castelluccio di Norcia e la fioritura

<https://www.ilfilodinicky.com/>

Ente Parco Nazionale dei Monti Sibillini

Itinerari

<http://www.parks.it/>

Pecchioli, Roberto

L'altro terremoto, l'abbandono dei paesi: spopolamento, emergenza nazionale

<http://www.quieuropa.it/>

Castelluccio di Norcia

Breve storia

<http://www.castellucciodinorcia.it>

Stroia, Pasquale

Valorizzare un territorio

<https://costruireturismo.com/>

Cooperativa Agricola Castelluccio di Norcia

La lenticchia I.G.P.

<http://www.lenticchiaigpcastelluccio.it/>

Sibillini MTB

Itinerari. Monti Sibillini

<https://www.sibillini-mtb.it>

Umbria Turismo

Il piccolo Tibet in Umbria. Castelluccio di Norcia

<https://it.latuaitalia.ru/>

SCENARIO DI PROGETTO VALORIZZAZIONE E PROMOZIONE DEL TERRITORIO



case study: Castelluccio di Norcia

Si trova nel cuore della Valnerina e all'interno del Parco Nazionale dei Monti Sibillini. E' situato a quota 1452 metri ed a pochi chilometri (circa 28) dalla celebre e suggestiva Norcia, in cima ad una piccola collina al centro di un vasto altopiano. L'economia del paese è strettamente legata all'attività della pastorizia, che ancora costituisce una buona parte degli introiti degli abitanti. nel periodo invernale, la località di Forca Canapine ospita impianti di risalita a volte funzionanti per attività sciistiche, mentre nel periodo estivo l'escursionismo attrae un gran numero di appassionati. Inoltre tutta l'area dei piani di Castelluccio è molto apprezzata per la pratica del volo libero, in particolare del parapendio

VIDEO 360

Il video è stato realizzato per offrire al fruitore un'esperienza più immersiva e coinvolgente rispetto ai video tradizionali.

SITO INTERNET

Il sito è la piattaforma di base del progetto Visioni Immersive. All'interno è possibile trovare ogni informazione ed ogni progetto che è stato realizzato.



GUIDA INTERATTIVA

La guida serve per avere maggiori informazioni riguardo al territorio, essa è ricca di foto suggestive e informa l'utente sulle diverse attività che offre il territorio.

COSA COMUNICARE TERRITORIO, ATTIVITÀ, EVENTI, ENOGASTRONOMIA



Territorio



Attività



Eventi



Enogastronomia



COME COMUNICARE ATTRAVERSO L'IMPIEGO DI NUOVE TECNOLOGIE DIGITALI

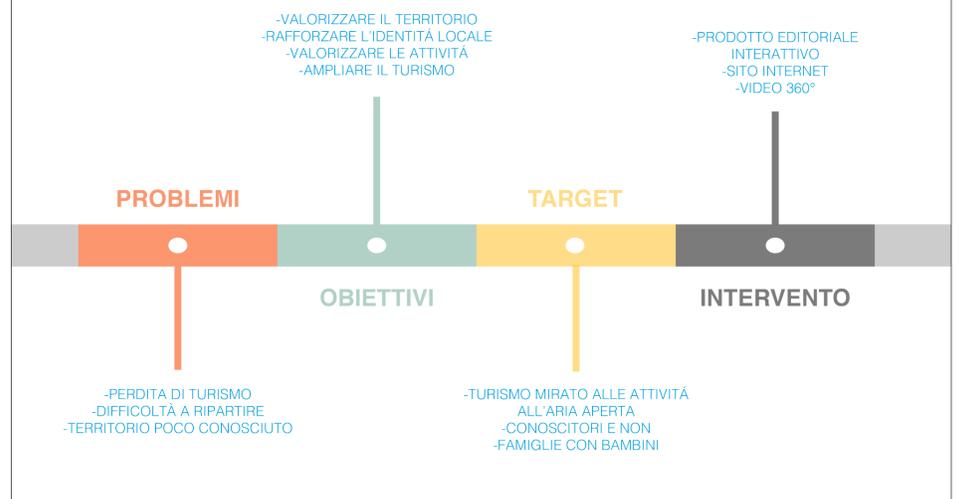


VR

I video in realtà aumentata sono la nuova frontiera della comunicazione. Permettono all'utente di vivere un'esperienza coinvolgente e personale decidendo in prima persona come fruire di un contenuto multimediale. Questa caratteristica rende i video in virtual reality, un ottimo strumento per il settore turistico. Un'altra caratteristica importante dei video 360 è che può essere utilizzato in tutte quelle situazioni in cui è importante coinvolgere lo spettatore facendogli vivere un'esperienza totalizzante ed emozionante. Anche solo dando la possibilità di essere in un luogo difficilmente raggiungibile fisicamente o stimolando la fantasia di chi guarda.

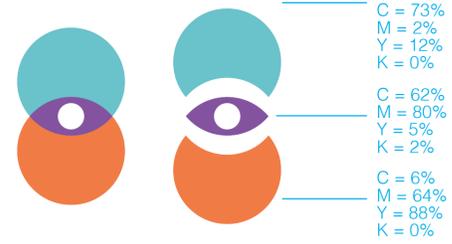


CONCEPT



Il logo

Nasce ispirandosi alla struttura e ai colori degli occhiali 3D anaglifici, usati negli anni 90 per guardare film. I colori tipici delle lenti di questi occhiali, sono il rosso e il ciano, che ho ripreso nel logo desaturandoli rendendoli pastello, in modo che ricordassero il cielo e la terra dei paesaggi trattati. La fusione dei due cerchi danno vita ad un occhio di colore complementare, che simboleggia l'innovazione e la tipologia di tecnologia che fanno da base a tutto il progetto, quella della realtà aumentata e dei video 360°.



LAYOUT GRAFICO GABBIA, FONT E SPIEGAZIONE DELLA GUIDA

Source Sans Pro Bold 30 pt. Interlinea 30

Source Sans Pro Light 10 pt. Interlinea 13

Source Sans Pro Light Italic 7 pt. Interlinea 8

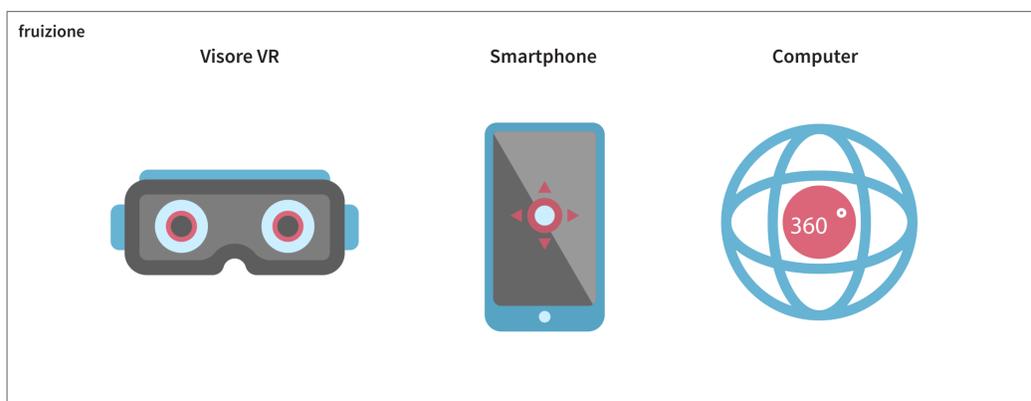
Source Sans Pro Light/Bold, 6 pt.

QR code da scannerizzare per immergersi nella scena

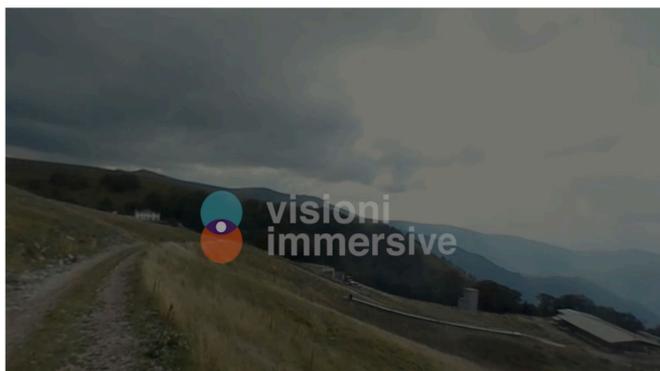
La guida è il primo artefatto della campagna, racconta e guida il fruitore alla scoperta del territorio, attraverso testi e foto. Questa guida inoltre diventa protagonista interattiva della campagna, attraverso l'inserimento del QR code nelle foto che ritraggono il territorio, per permettere al lettore di immergersi, appunto, in quelle scene attraverso clip video a 360° che coinvolgono l'interessato e lo rendono parte integrante del progetto.



I video 360 e la realtà virtuale immersiva stanno diventando il nuovo medium del XXI secolo. Un nuovo linguaggio che permette alle persone di essere dei protagonisti della scena e non semplicemente degli spettatori. Con un contenuto 360 si può coinvolgere maggiormente le persone portandole al centro della scena facendogli vivere un'emozione forte in prima persona. Exploring Castelluccio, è il titolo del primo progetto di Visioni Immersive. Si tratta di un video girato a 360° nel cuore dei Monti Sibillini in particolare a Castelluccio di Norcia. Questo video permette di immergersi all'interno di questi luoghi meravigliosi e osservarne le peculiarità, inoltre è possibile conoscere qualche informazione sul territorio grazie a delle motion graphics all'interno del video.



Timeline



SITO INTERNET

