



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI CAMERINO

SCUOLA DI ARCHITETTURA E DESIGN "E. VITTORIA"

Dipartimento Di Architettura e Design
Corso di Laurea in Disegno Industriale e Ambientale

Discovery Fano

Progetto di un SISTEMA APERTO DI WAYFINDING
Che risponda a nuove necessità di applicazioni tecnologiche
di visibilità, inclusività e di relazioni con sistemi virtuali per la
gestione intelligente degli spazi pubblici.

Laureando

Alberto Savian

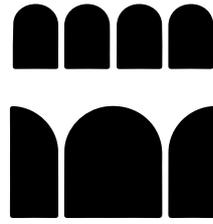
Relatore

Carlo Vannicola

Firma

Firma

ANNO ACCADEMICO 2022/2023



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI CAMERINO

SCUOLA DI ARCHITETTURA E DESIGN "E. VITTORIA"

Dipartimento Di Architettura e Design
Corso di Laurea in Disegno Industriale e Ambientale

Discovery
fano

**Progetto di un SISTEMA APERTO DI WAYFINDING
Che risponda a nuove necessità di applicazioni tecnologiche
di visibilità, inclusività e di relazioni con sistemi virtuali per la
gestione intelligente degli spazi pubblici.**

Relatore: Carlo Vannicola
Tutor: Manuel Scortichini
Co-relatore: Piero Sabatini

Dossier di ricerca:
Alberto Savian
Mat | 109841

Indice

Abstract	5
Introduzione	7
Cos'è il Wayfinding?	8
Wayfinding per il Contesto Urbano	9
Storia delle Guide Turistiche	10
L'avvento di Internet	11
Definizione del Contesto	12
Rilievo Storico	12
Rilievo Culturale	13
Casi Studio	14
Comune di Bologna	16
Comune di Macchiagodena	18
Comune di Vico Equense	20
Progetto Discovery Fano	23
Totem Interattivo	23
Rilievo Formale	24
Rilievo Tecnico/Produttivo	27
Interfaccia Applicazione	30
City Brand Identity	30
App "Discovery Fano"	32
Esperienza Utente	36
Strumenti di Analisi	36

Abstract

-L'identità collettiva italiana è il risultato di un sistema di vita e di una cultura così particolari, che si sono diffusi sul suo modus che possiamo definire "tutto italiano" di abitare lo spazio. Nel nostro Paese, accanto alle grandi città d'arte che rappresentano il fulcro e il centro del patrimonio culturale, sono presenti diversi centri urbani di piccole e medie dimensioni. Hanno contribuito alla "coerenza" e alla coesione dell'identità del nostro territorio.

Tuttavia molti piccoli centri italiani, a fronte del loro prezioso passato e sempre legati ad un contesto ampio, sono isolati, e rischiano di essere assimilati al più grande. Inoltre, la salvaguardia di un centro storico non consiste nella mera conservazione del centro architettonico: è essenziale anche avere un equilibrio tra spazi pubblici, posti di lavoro e cittadini- (Heidegger, 1976).

La ricerca presentata riguarda la valorizzazione del centro storico di Fano, comune di medie dimensioni in provincia di Pesaro e Urbino, attraverso lo sviluppo di un Sistema Aperto di Wayfinding che risponda a nuove necessità di applicazioni tecnologiche di visibilità, inclusività e di relazione con sistemi virtuali per la gestione intelligente degli spazi pubblici. Questo progetto è volto, non solo, alla salvaguardia dei beni culturali della Città ma anche a promuovere le attività degli esercenti locali, in modo tale da creare un'esperienza positiva sia per chi la visita sia per chi la vive.

Introduzione

Tutto ha inizio con i tabelloni, su cui era riprodotta la mappa del luogo e il pallino rosso “voi siete qui”. Un'immagine statica, stampata su carta o PVC, magari un po' scolorita dal tempo e dalla luce del sole, difficile da aggiornare, impossibile da portare via con sé lungo un percorso. Era un servizio utile, ma, nell'era della comunicazione digitale, decisamente migliorabile. Oggi abbiamo sempre meno tempo e l'interazione passa dagli schermi dei digital device più diffusi, smartphone e tablet. È proprio questo modo di cercare informazioni, semplice e veloce, sfiorando una superficie touch con le dita, che ha trasformato il Wayfinding in un sistema evoluto.

Questo progetto è pensato per semplificare la vita dei visitatori (e non), aiutandoli a gestire al meglio la loro permanenza in città.

Come tutti i sistemi digitali, oltre a fornire un gradito servizio, consente di raccogliere informazioni sulle abitudini degli utenti, le loro preferenze e comportamenti, così da migliorare costantemente la qualità della loro esperienza.

Wayfinding Design per il contesto urbano

Gli elementi di Wayfinding sono misurati da come gli utenti sperimentano un ambiente, attraverso il proprio sistema sensoriale di elementi visivi, uditivi, tattili e olfattivi e da come vengono coinvolti emotivamente.

Questo non è sufficiente in un contesto di Wayfinding.

All'interno di luoghi pubblici come un aeroporto, una stazione ferroviaria o un porto dove gli artefatti strumentali sono permanenti e immutabili nel tempo, entra in gioco la "comunicazione efficace". Essa fa affidamento a dei sistemi architettonici e grafici che facilitano il passaggio da un punto ad un altro, rassicurando gli utenti e creando ambienti confortevoli e piacevoli, che siano capaci di fornire risposte a potenziali domande, prima ancora che l'utente si trovi a dover chiedere assistenza.

Un altro esempio pratico è riferito a luoghi pubblici come l'ospedale: qui le cose si complicano!

L'utente che arriva in ospedale, non ha una cognizione dello spazio ben precisa perché il coinvolgimento emotivo fa sì che ci sia più tensione e dunque crolla il livello di attenzione. Ci troviamo in un ospedale per curarci, per visitare un parente ammalato, pertanto il controllo delle emozioni risulta di gran lunga più difficile. L'organizzazione degli spazi di un ospedale non è "standard" ciò significa che un reparto può trovarsi vicino ad un altro, solo ed esclusivamente perché l'azienda ospedaliera ritiene più opportuno gestire meglio in quel modo le relazioni interne.

L'utente che si trova all'entrata di un ospedale, sta pensando a tutt'altro che a "trovare la strada" per questo motivo, ogni elemento di Wayfinding diventa essenziale. Perfino la scelta dei colori da utilizzare per il pavimento potrebbe essere fondamentale. Ogni elemento costituisce "una guida" affinché l'utente possa riscontrare familiarità e accoglienza in un luogo che, per definizione, non lo è.

Il ruolo decisivo è svolto allora proprio dagli artefatti comunicativi quali: cartelli di orientamento, segnaletica da interni, targhe identificative che permettono di distinguere ed individuare in maniera immediata la suddivisione degli ambienti e i diversi reparti.

Ecco perché entra in gioco il compito dei progettisti ed esperti del design, al fine di ideare e realizzare elementi di Wayfinding capaci di stimolare l'emotività degli utenti. Rendere la segnaletica degli ambienti più familiare, d'effetto, esplicativa e diretta, evitando quegli elementi visivi e comunicativi che risultano solo BELLI ma poco FUNZIONALI è lo scopo del Wayfinding.

Nel contesto dello sviluppo delle città intelligenti, le persone hanno urgentemente bisogno di un sistema completo di servizio di informazioni di wayfinding che può gestire efficacemente la complessità delle città, al fine di migliorare il comfort dell'esperienza.

Prendiamo il sistema di orientamento della città intelligente come obiettivo della ricerca e ci concentriamo su come farlo fornendo soluzioni per l'effetto positivo del servizio, incoraggiando le persone a partecipare alla progettazione, all'aggiornamento urbano e fornire servizi intelligenti per la progettazione di sistemi di orientamento adatti allo sviluppo urbano.

Storia delle Guide Turistiche

Il concetto di guida turistica può essere fatto risalire alle antiche civiltà, in cui gli individui guidavano gruppi di persone a visitare siti e punti di riferimento significativi. In Grecia e nell'Impero Romano, ad esempio, c'erano individui conosciuti come "cicerones" che fornivano informazioni e guida ai turisti che visitavano le numerose attrazioni storiche e culturali delle città.

Durante il Medioevo, i pellegrini religiosi si recavano spesso in luoghi sacri ed erano guidati da guide che conoscevano il significato dei luoghi e le usanze della popolazione locale.

Nell'Ottocento, con l'ascesa dei viaggi di piacere e la crescita della classe media, il ruolo della guida turistica iniziò ad evolversi. Le guide erano ora professionisti formati che non solo fornivano informazioni sui siti visitati, ma fungevano anche da intermediari tra i turisti e la popolazione locale.

Il riconoscimento ufficiale della professione di guida turistica è iniziato nel XX secolo, quando paesi e governi hanno iniziato a stabilire regolamenti e certificazioni per le guide turistiche. Al giorno d'oggi, le guide turistiche sono professionisti preparati che hanno superato gli esami e hanno una profonda conoscenza della storia, della cultura e dei costumi dei luoghi che guidano. Sono inoltre addestrati in materia di sicurezza, pronto soccorso, servizio clienti e molte altre competenze essenziali per un'esperienza di guida turistica di successo.

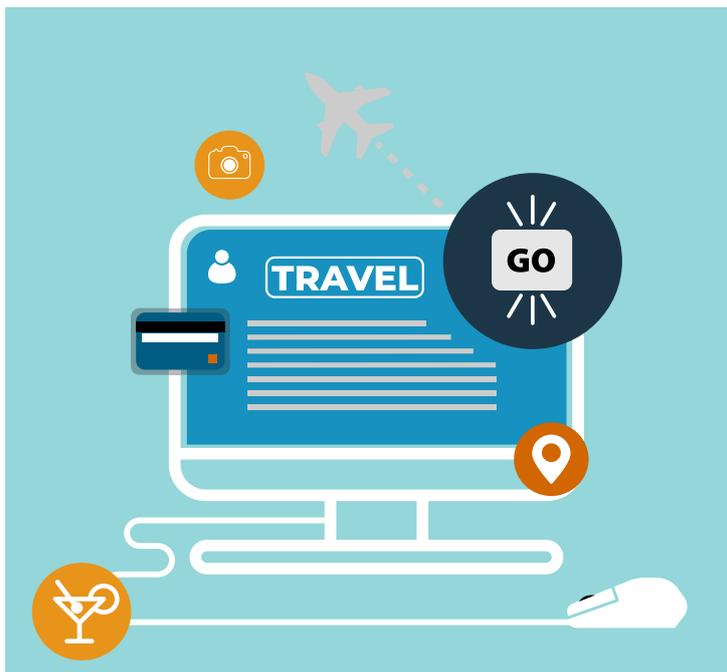
Thomas Cook era un uomo d'affari inglese considerato il fondatore della moderna industria dei pacchetti turistici. Nel 1841 organizzò un viaggio da Leicester a Loughborough, considerato il primo tour organizzato. Ha quindi iniziato a organizzare tour verso destinazioni in Europa e infine in tutto il mondo. Aprì agenzie di viaggio in tutto il Regno Unito e creò la prima "banconota circolare", un precursore del moderno traveller's cheque. Ha anche pubblicato la prima guida di viaggio.

L'agenzia di viaggi di Thomas Cook, Thomas Cook & Son, è cresciuta fino a diventare una delle più grandi agenzie di viaggio del mondo. L'azienda offriva una vasta gamma di servizi di viaggio, inclusi pacchetti turistici, crociere e organizzazione di viaggi individuali. Le guide di viaggio di Cook erano note per la loro attenzione ai dettagli e alle informazioni pratiche, ed erano ampiamente utilizzate dai viaggiatori.

L'eredità di Cook continua ancora oggi sotto forma di Thomas Cook Group, che è una delle principali società di viaggi di piacere al mondo, offrendo un'ampia gamma di servizi di viaggio, tra cui pacchetti vacanze, voli e hotel.



L'Avvento di Internet



Internet ha avuto un impatto significativo sull'industria del turismo in diversi modi. Alcuni dei modi principali includono:

Prenotazione online: Internet ha reso molto più facile per i viaggiatori prenotare i propri viaggi, inclusi voli, hotel e auto a noleggio. Le agenzie di viaggio online (OTA) come Expedia, Booking.com e altre hanno consentito ai viaggiatori di confrontare prezzi e servizi, leggere recensioni ed effettuare prenotazioni comodamente da casa.

Maggiore disponibilità delle informazioni: Internet ha reso molto più facile per i viaggiatori accedere alle informazioni sulle destinazioni, comprese mappe, foto e recensioni. Ciò ha reso più facile per i viaggiatori pianificare i propri viaggi e prendere decisioni informate su dove andare e cosa fare.

Social media e contenuti generati dagli utenti: piattaforme di social media come Facebook, Instagram e YouTube, nonché siti di recensioni come TripAdvisor, hanno consentito ai viaggiatori di accedere a una grande quantità di informazioni su destinazioni e alloggi di altri viaggiatori che ci sono già stati.

L'ascesa dell'economia della condivisione: Internet ha anche facilitato l'ascesa dell'economia della condivisione, che include piattaforme come Airbnb e Uber che consentono alle persone di affittare le proprie case o auto ai viaggiatori.

Maggiore connettività: Internet ha reso più facile per i viaggiatori rimanere connessi mentre sono in viaggio, il che ha reso più facile per loro condividere le proprie esperienze con amici e familiari a casa.

Nel complesso, Internet ha reso i viaggi più convenienti, più convenienti e più accessibili per molte persone.

Definizione del Contesto

Rilievo Storico

Fano (62.400 abitanti, in provincia di Pesaro e Urbino), sorge sull'Adriatico lungo importanti vie di comunicazione ed è il terzo comune delle Marche per popolazione dopo Ancona e Pesaro. L'importanza di questa cittadina è legata sin dall'epoca romana alle vie di comunicazione essendo stata il luogo di sbocco sul Mare Adriatico della consolare Via Flaminia, aperta nel 222 a.C., che piegando verso nord giungeva poi fino a Rimini. (Fig 1.1)



L'antico nome della città, **Fanum Fortunae**, viene menzionato per la prima volta da Giulio Cesare accanto a quelli di Pesaro e Ancona, tutti centri che egli occupò immediatamente dopo aver oltrepassato il Rubicone, presso Rimini, nel 49 a.C. Il nome della città era probabilmente legato a un tempio eretto alla dea Fortuna, intorno al quale si era sviluppato il centro abitato. Al tempo di Augusto Fano assunse il nome di Colonia Julia Fanestris ed è noto che, costruita su un reticolato di vie, si estendeva su buona parte dell'attuale centro storico. Fu lo stesso imperatore che fece edificare le mura cittadine (di cui si conservano notevoli resti), dotate di torrioni e di una porta a tre fornicati, oggi nota come Arco di Augusto e che costituisce uno dei più importanti edifici di età romana delle Marche.

▲ **La via Flaminia** era fondamentale per i collegamenti tra Roma, la Gallia Cisalpina e tutta l'Europa settentrionale.



Durante il Medioevo furono soprattutto le terribili distruzioni della guerra tra Goti e Bizantini a far cessare del tutto la vita a Fano. Tuttavia, allorché l'Italia si trovò divisa tra i Bizantini dell'Esarcato di Ravenna e i Longobardi, la città rinacque grazie al fatto di trovarsi sulla via di collegamento tra Roma e Ravenna, lungo quello che è stato chiamato "il corridoio bizantino", insieme alle altre città della Pentapoli Marittima (Rimini, Pesaro, Senigallia e Ancona). Dopo essere stata occupata per un breve periodo dai Longobardi, Fano fu compresa nel territorio dei Franchi di Carlo Magno governato dal Papato.

A partire dall'VIII secolo acquistò sempre più importanza, anche dal punto di vista economico.

◀ Statua dell'Imperatore Cesare Ottaviano Augusto, situata nel giardino del **Pincio** di Fano

Rilievo Culturale

Fanum Fortunae era sicuramente, in epoca romana, un importante centro sacro, infatti la città mostra nel suo nome un chiaro riferimento a un'area sacra o tempio (Fanum) dedicato al culto della dea Fortuna.

Sin dall'80-70 a.C. è da considerarsi certa la presenza romana in Fano. Il culmine della presenza romana si ha nel periodo imperiale augusteo ed infatti risalgono a quell'epoca un gran numero di monumenti.



Arco d'Augusto.

Da sempre simbolo della città di Fano, fu in epoca romana la principale porta d'accesso alla Colonia Julia Fanestrus, dedotta dall'imperatore Augusto nella località di Fanum Fortunae (dal tempio dedicato alla dea Fortuna). Costruito sul punto in cui la via Flaminia s'innesta nel decumano massimo della città, il monumento si data, tramite l'iscrizione del fregio, al 9 d.C..



Le Mura.

La cinta muraria difensiva cittadina, ancora ben conservata, venne dapprima costruita dai Romani nel IX secolo d.C., poi ampliata dai Malatesta nel quattrocento e infine rinforzate dai sovrani pontifici nel '500. Volute dall'imperatore Augusto, le mura romane si conservano ancora oggi per circa i due terzi del circuito originario. La cinta si dirige a nord-ovest dalla porta di Augusto fino a raggiungere la quattrocentesca Rocca Malatestiana.



Corte Malatestiana.

Venne eretto a partire dal XV secolo e presenta due ali, una in stile gotico e l'altra dominata dalla cosiddetta Loggia del Sansovino, rinascimentale. Dal 1463, quando cadde la signoria malatestiana e la città passò allo Stato Pontificio, divenne sede del Comune.



I Musei.

Museo Archeologico e Pinacoteca del Palazzo Malatestiano che comprende quattro aree tematiche: archeologia, ceramiche, numismatica e pinacoteca. Il Museo della Via Flaminia situato all'interno della Chiesa di San Michele. Museo delle scienze naturali presso Palazzo Bracci Pagani. Museo Diocesano. Museo Etnico Bagnaresi presso il Palazzo Malatestiano.



Biblioteche.

Biblioteca Comunale Federiciana.
"MEMO" Mediateca Montanari.
Archivio-Biblioteca "Enrico Travaglini".

Eventi

Fano Jazz by the Sea

Iniziativa sostenuta dall'Assessorato alla Cultura e Turismo del Comune di Fano e da altre Istituzioni, è stato fondato nel 1993 ed ha luogo generalmente alla fine di luglio con concerti di musicisti italiani ed internazionali.

Passaggi Festival

Evento culturale dedicato alla saggistica, si svolge in genere nell'ultima settimana di giugno con presentazioni, mostre, attività e spettacoli nel centro storico e sul lungomare.

Il Festival Internazionale del Brodetto e delle Zuppe di Pesce si svolge sul lungomare di Fano.

Fano dei Cesari,

rievocazione storica degli usi e costumi degli antichi romani, ha luogo nel mese di luglio con sfilate, spettacoli ed attività nei luoghi storici della città.

Carnevale

Il Carnevale di Fano è uno dei più antichi carnevali d'Italia insieme a quello di Venezia. Si svolge con cadenza annuale tra febbraio e marzo.



Turismo

La città di Fano viene visitata annualmente in media da più di 500 000 turisti all'anno, le strutture ricettive raggiungono il picco di occupazione durante la stagione estiva grazie ai numerosi stabilimenti balneari situati lungo la costa ma anche grazie agli eventi e al suo grande patrimonio culturale.

Qui osserviamo quante attività turistiche si trovano sul territorio:

Strutture ricettive : **130**

Stabilimenti Balneari: **27**

Ristoranti: **285**



◀ **Marina dei Cesari** è la risposta su misura per i diportisti che cercano un ormeggio sicuro e piacevole, a pochi passi da un centro storico curato con intelligenti azioni di restauro e conservazione dove è bello passeggiare per cogliere il connubio affascinante tra passato e presente che avvolge l'intera città.

▼ **Il Lido** di Fano è una spiaggia storica nata come stabilimento balneare nel IX secolo, motivo per cui nelle vicinanze nacquero ville e pensioni. Oggi il nuovo lido di Fano si estende come un ventaglio tra il molo di ponente del porto turistico e quello del torrente Arzilla e si caratterizza per un ampio arenile tutto di sabbia dorata.



Casi Studio

In questo capitolo analizziamo quali siano i Sistemi di Wayfinding realizzati dalle iniziative di altri Comuni Italiani, in modo tale da individuare quali siano le criticità e stabilire i punti di forza da poter prendere come riferimento. I casi studio saranno diversificati in base alle dimensioni urbane e alle problematiche che risolvono.

Comune di Bologna

Comune di Bologna e Cnr hanno presentato i servizi dello Smart City Living Lab: un laboratorio diffuso sul territorio per la sperimentazione di un nuovo modello di Smart City.

Al via i cinque totem multimediali interattivi (tre da esterno e due da interno) installati in punti nevralgici della città. I totem forniscono: una mappa interattiva dei punti d'interesse artistico (chiese, monumenti, musei, edifici storici, piazze, ecc.) e di servizio (ad es. consolati, ristoranti, mezzi di trasporto, alberghi), un calendario degli eventi cittadini, consultabile sia in base a temi specifici sia in base alla distanza dalla propria posizione una applicazione per generare caroline elettroniche sfruttando la webcam a bordo del totem ed inviarla via mail una sezione di informazioni utili (meteo, numeri di emergenza locali, degli uffici comunali e di enti turistici e ricerca degli uffici comunali per il totem posizionato presso la sede del Comune).

I totem da esterno sono situati lungo la direttrice che collega la stazione ferroviaria centrale e il centro della città, in particolare: Piazza delle Medaglie d'Oro, via Indipendenza (incrocio con via Augusto Righi) e Piazza Re Enzo; i totem da interno sono posizionati uno all'ingresso del nuovo Palazzo Comunale (Piazza Liber Paradisus), l'altro in pieno Centro Storico, all'interno della ex Sala Borsa, fulcro della vita culturale bolognese.

E' stato inoltre presentato un sistema unico a livello europeo, che combina diverse tecnologie per analizzare il traffico veicolare in maniera automatica. Il sistema utilizza sia sensori installati nel manto stradale sia videocamere per il monitoraggio del traffico, i cui flussi video sono analizzati sia dalle videocamere stesse sia da un sistema remoto di videoanalisi. Le prestazioni delle diverse tecnologie sono comparate tra loro e confrontate con il sistema precedentemente utilizzato, basato su spire magnetiche inserite nel manto stradale, allo scopo di trovare la tecnologia con il migliore rapporto costo/prestazioni. Attualmente, le zone controllate si trovano in via Fioravanti (davanti la sede del Comune), presa come esempio di strada cittadina, e in via Marco Polo, una delle maggiori arterie di traffico, anche pesante, in entrata e in uscita dalla tangenziale di Bologna.

Caso Studio: Comune di Bologna



Contesto

Bologna - Emilia Romagna

Abitanti: 387 855

Superficie Km²: 140,9

Media Turisti l'anno: 1 100 000

Sistema di Wayfinding

Totem Interattivi: 5

Applicazione per smartphone: NO

Segnaletica coordinata: NO

Analisi del Traffico: SI



Comune di Macchiagodena

Macchiagodena è un piccolo borgo montano di circa 1700 abitanti in provincia di Isernia, sede nazionale del network “I borghi della lettura”. Si tratta di un antico gioiello arroccato sull'appennino molisano. Un comune che sta intraprendendo un percorso particolare di rivitalizzazione e di sviluppo turistico rurale. Diverse sono le iniziative, pratiche, azioni innovative/originali dell'Amministrazione per incentivare il turismo locale, in un'ottica anche di sviluppo turistico strategico dell'area Matese-Sannio. Tra le iniziative di sviluppo turistico si cita “Genius Loci” un progetto turistico letterario che rappresenta una buona pratica per tutti i piccoli borghi italiani. Nelle prossime righe andremo un pò più a fondo per comprendere gli obiettivi del Comune di Macchiagodena attraverso il progetto di wayfinding.

Il Comune di Macchiagodena aveva l'obiettivo di:

- migliorare la visibilità e reperibilità delle attrazioni turistiche
- di avere un sistema integrato/visibile di segnaletica
- di migliorare l'accessibilità del centro
- consentire al turista di vivere il borgo e pensare a una segnaletica per un borgo a “misura d'uomo”.

L'idea è che con un qr code il turista può aprire la mappa interattiva caricata sul sito dell'Ente.

Città Sotto Scacco Srl, si è occupata della redazione del progetto grafico della nuova segnaletica. Ha coordinato attraverso diversi incontri gli Uffici, l'Amministrazione e fornitori. Alcuni incontri sono stati significativi per comprendere le principali necessità relative all'integrazione e miglioramento della segnaletica esistente.

Il progetto di Way-Finding per il Comune di Macchiagodena fa parte di un processo integrato che è partito dalla redazione del nuovo Piano della Toponomastica e conseguente aggiornamento dei toponimi e della numerazione civica.

Sono stati individuati 6 punti strategici di interesse in cui apportare delle modifiche alla segnaletica turistica per: inserire infopoint turistici (nei punti di interesse), aggiornare la segnaletica turistica esistente (segnali di indicazione previsti da N.C.d.S.), inserire nuovi pannelli informativi di “benvenuto” al centro urbano. Il tutto coordinato all'interno di un progetto grafico che ha previsto un sistema di pittogrammi e colori che rappresentano l'identità del Borgo. Il materiale prodotto è parte di un documento di sintesi in cui è descritto il sistema della segnaletica turistica e Way-Finding del Centro storico. In particolare sono stati prodotti: mappa interattiva, localizzazione interventi, schema tecnico dei cartelli di info point turistici, schema tecnico di segnali di “Benvenuto”, Schema dei pittogrammi.

Caso Studio: Comune di Macchiagodena



Contesto

Macchiagodena - Molise

Abitanti: 1 626

Superficie Km²: 34

Media Turisti l'anno: 2 100



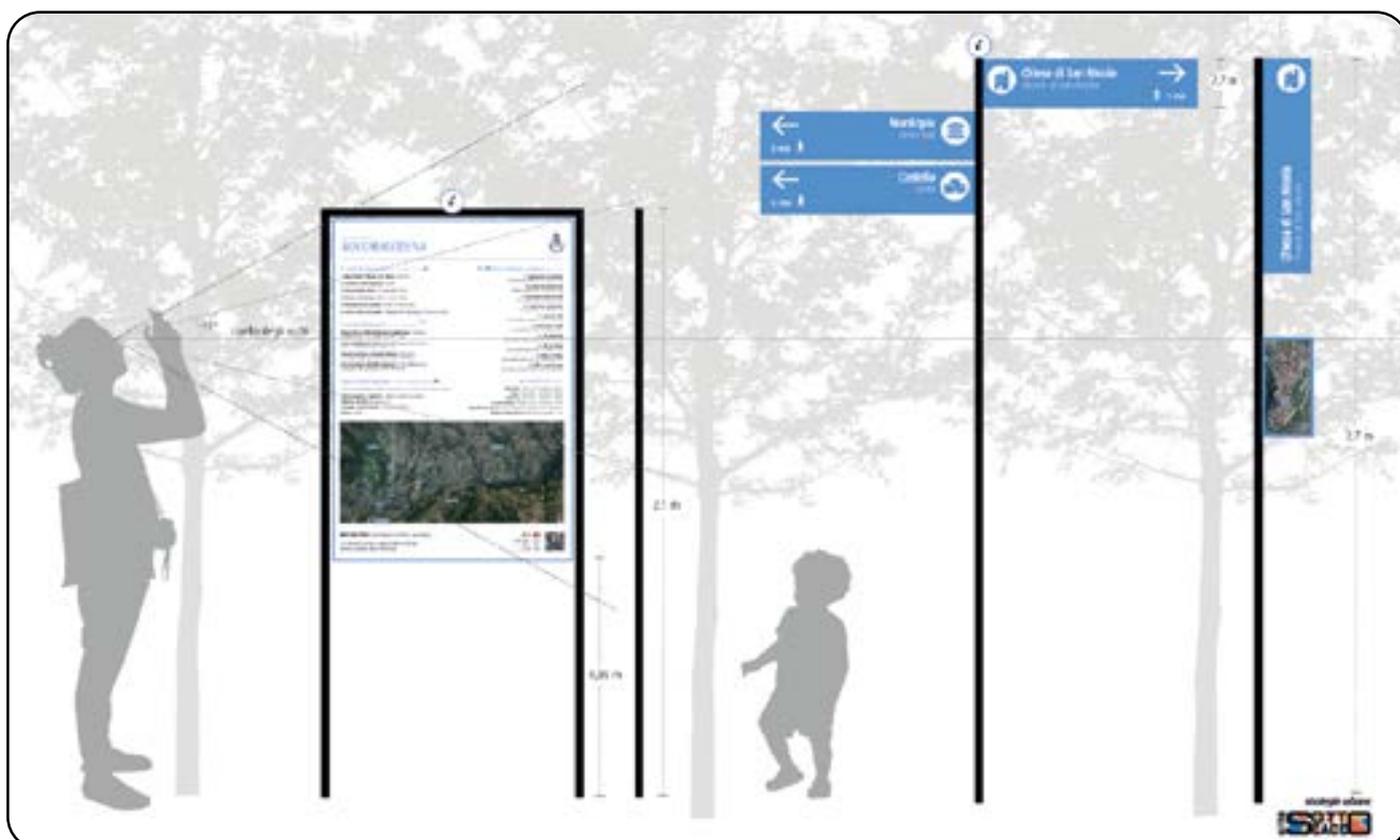
Sistema di Wayfinding

Totem NON Interattivi: 6

Applicazione per smartphone: NO

Segnaletica coordinata: SI

Analisi del Traffico: NO



Comune di Vico Equense

Vico Equense è un comune italiano di 20 222 abitanti della città metropolitana di Napoli in Campania: città della penisola sorrentina, è posta tra il golfo di Napoli, i monti Lattari e il golfo di Salerno.

Sono stati installati i totem touch screen alla marina d'Aequa e in piazza Circumvesuviana, un terzo è stato installato a Massaquano.

Veri e propri punti informativi tecnologici che nascono dall'esigenza di fornire indicazioni ai turisti. Il progetto portato avanti dall'Amministrazione comunale, in accordo con l'associazione Pizza a Vico, risponde all'esigenza di colmare un gap informativo: ora i turisti hanno la possibilità di accedere a tutte le notizie, messe a sistema per essere visualizzate nella modalità più idonea per questo tipo di supporto.

Le informazioni veicolate, riguardano, per esempio, gli eventi, i musei, e tante info utili. Annesso alle installazioni dei totem è stato pensato il nuovo brand turistico della Città di Vico Equense: govicoequense.it, il canale di promozione turistica, nuovo logo e canali social. Sviluppata, altresì, un'app turistica che fornisce le informazioni prima e durante il soggiorno e un video promozionale del territorio.

Si parla di un rinnovamento dei sistemi informativi completo per la promozione della città, in questa piccola smart city, la "rivoluzione digitale" a Vico Equense è stata resa possibile attraverso una scelta strategica di gestione del territorio e di tutte le attività di intervento per i servizi in sottosuolo che ha reso possibile attività capillari di posa dei cavidotti per la fibra ottica, senza dover ricorrere a continui e dispendiosi scavi lungo le strade, ma concentrando in un'unica attività la posa di più linee di sottoservizi.

Caso Studio: Comune di Vico Equense



Contesto

Vico Equense - Campania

Abitanti: 20 222

Superficie Km²: 29

Media Turisti l'anno: 57 000

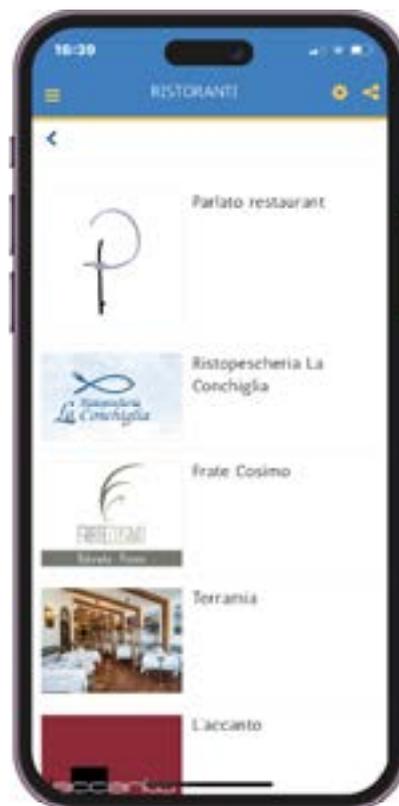
Sistema di Wayfinding

Totem Interattivi: 3

Applicazione per smartphone: SI

Segnaletica coordinata: NO

Analisi del Traffico: NO



Riepilogo

	Bologna	Macchiagodena	Vico Equense
Turisti l'anno + 500 000	✓	✗	✗
Totem Interattivi	✓	✗	✓
Applicazione per Smartphone	✗	✗	✓
Segnaletica coordinata	✗	✓	✗
Analisi del Traffico	✓	✗	✗

Progetto Discovery Fano

Totem Interattivo

In base alla ricerche dei casi studio precedenti, capiamo che i totem presenti nelle città prese in esame sono il punto chiave del contatto tra utente e servizio.

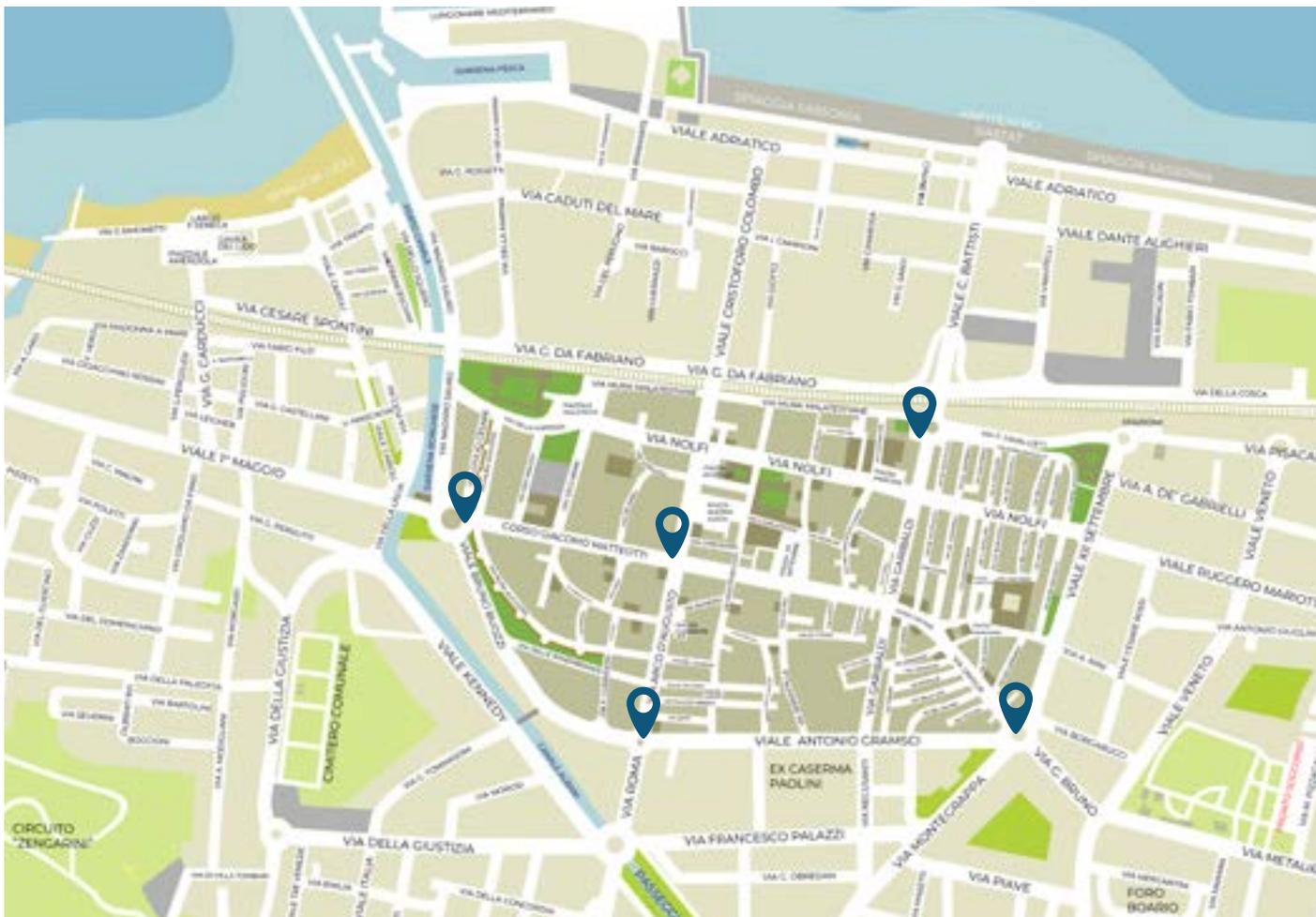
Il totem rimane quindi un punto di riferimento per il funzionamento del sistema, per questo progetto scegliamo quindi di installare le strutture multimediali poichè creano un rapporto più interattivo tra gli stakeholder.

L'interfaccia avrà la stessa composizione grafica dell'applicazione in modo da instradare l'utente all'utilizzo di entrambi efficacemente.

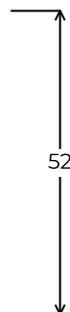
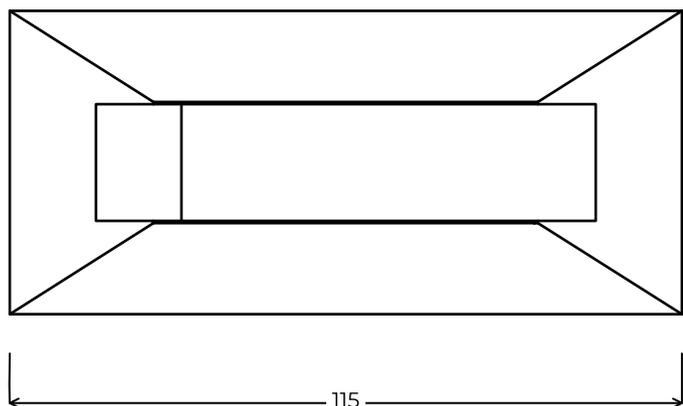
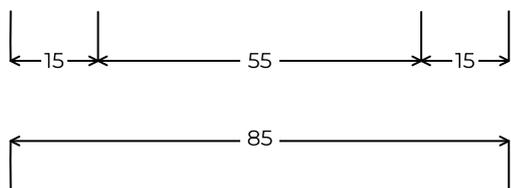
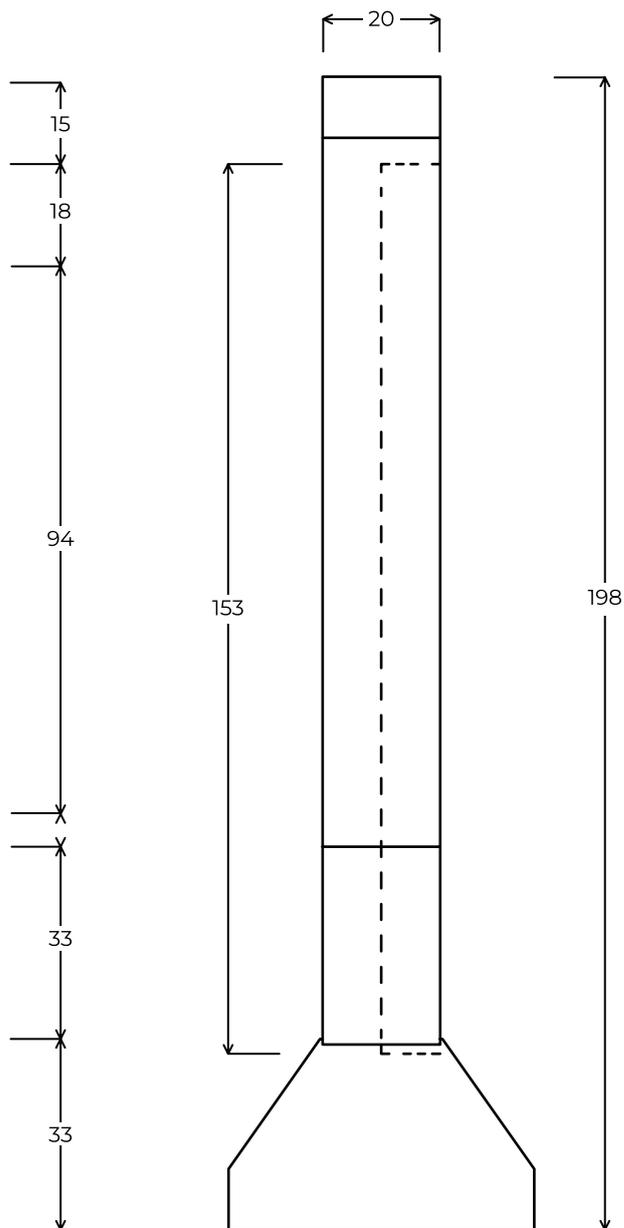
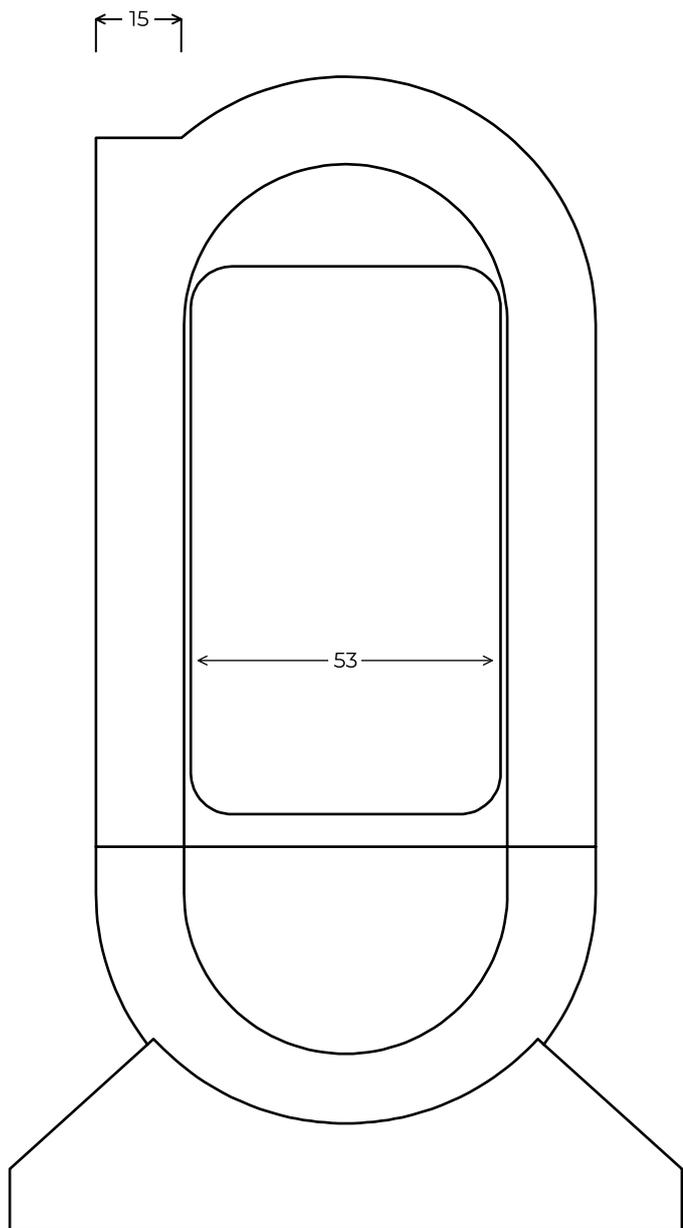
I totem interattivi quindi verranno installati nei punti di maggiore affluenza pedonale situati in modo da essere visibili anche in lontananza.

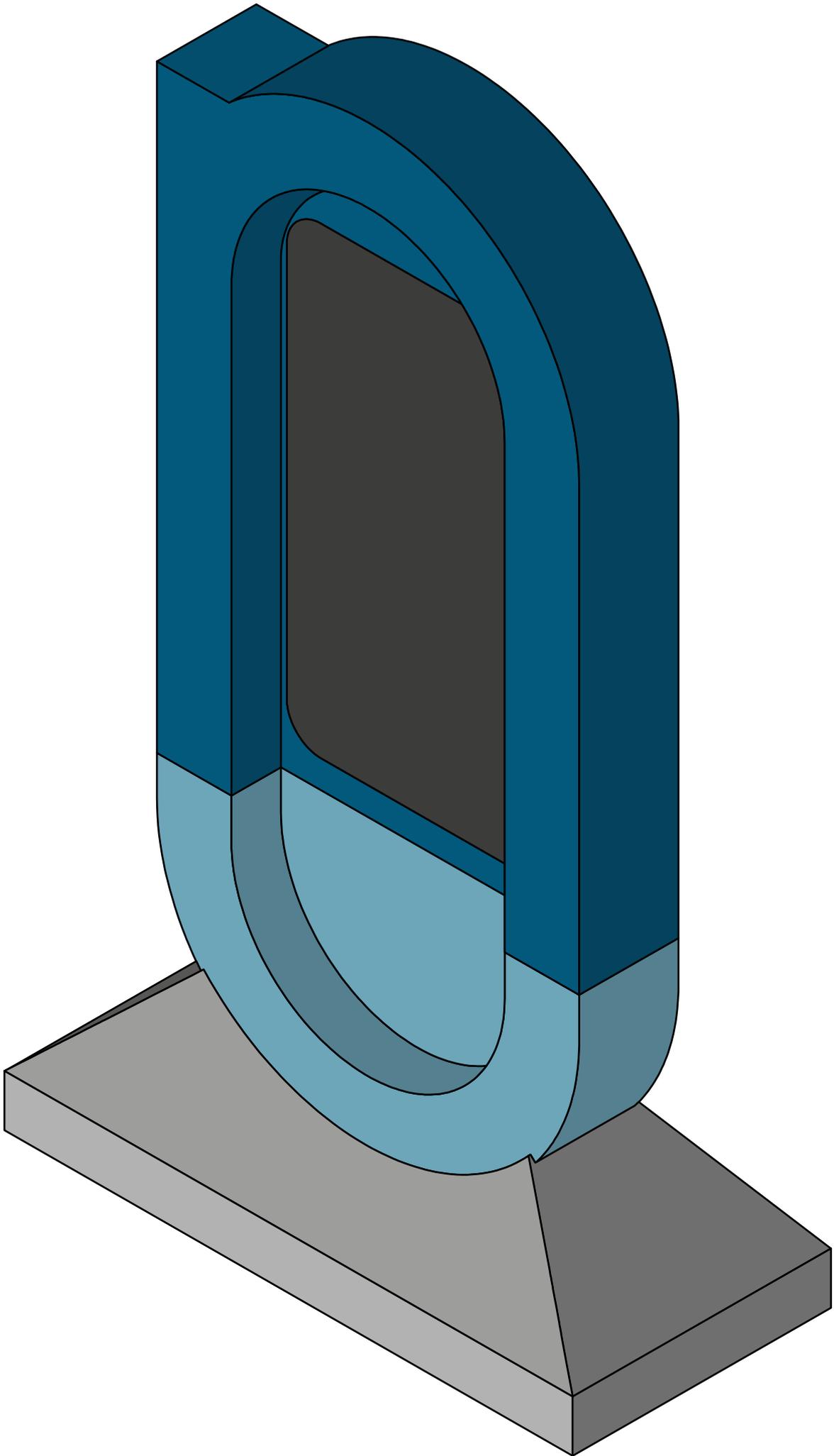
La forma del totem viene disegnata per richiamare l'identity brand della città di Fano quindi vengono utilizzati materiali per la scocca esterna con le seguenti colorazioni: Pantone 308 e 549.

La struttura viene progettata per essere il più accessibile possibile, ad una altezza che permette l'utilizzo anche ai più piccoli.



Rilievo Formale





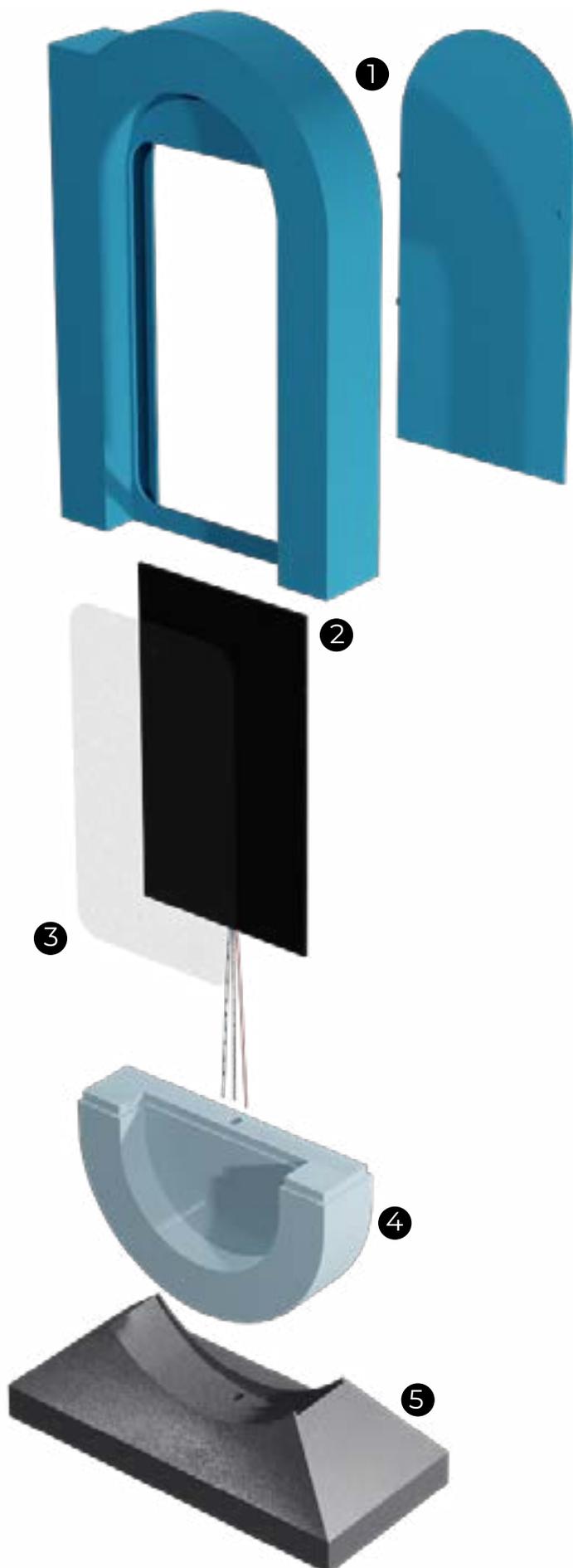


I colori e la forma che richiamano l'Identity Brand della città hanno il ruolo di mantenere coerente l'identità visiva di Fano, infatti la scocca superiore è fatta in modo tale da ricordare l'arcata principale dell' Arco d'Augusto (monumento simbolo del centro storico). Il Totem ha un'altezza di quasi due metri ed una profondità di cinquanta centimetri.

Questo dispositivo è dotato di una porta di servizio, accessibile solamente al personale autorizzato, che sarà utile per un eventuale fase di manutenzione o di aggiornamento del software.



Rilievo Tecnico-Produttivo



- 1.** La scocca superiore viene realizzata in alluminio attraverso una serie di lavorazioni che comprendono: estrusione, laminazione, taglio CNC e piegatura.
- 2.** Monitor LCD a LED 43" – Ultra luminoso per esterno 1500 nit con
Porte: HDMI , VGA
- 3.** Vetro antivandalo per sicurezza
- 4.** Scocca inferiore sempre in alluminio realizzata con le stesse tecniche di produzione della parte superiore.
- 5.** Basamento in cemento che garantisce stabilità all'intera struttura multimediale.





Interfaccia Applicazione

Fano City Brand Identity



A Maggio 2019 la Città di Fano ha presentato e lanciato il suo City Brand. Questa nuova immagine coniuga la sua identità più profonda, i suoi valori, la sua vocazione e il suo essere città antica e moderna attraverso una nuova comunicazione e strategia di sviluppo che trasmetterà e consoliderà l'identità e la riconoscibilità della Città di Fano. Il nuovo City Brand è il frutto di un lungo percorso di formazione, ricerca, condivisione e progettazione e si pone come punto di riferimento per la comunità locale e come punto strategico di posizionamento nel mercato.

Fano ha così voluto dotarsi di un segno funzionale, nel quale riconoscersi e per il quale farsi riconoscere: un segno di appartenenza che riuscisse ad indicare tutti gli elementi che identificano il buon vivere del territorio, la corretta governance di tutti i suoi assetti urbani e l'efficiente fruizione dell'area cittadina da parte di abitanti e turisti. Fano ha perciò sentito il dovere di rispondere alle esigenze dei cittadini, dei visitatori, dei turisti, delle imprese e al tessuto sociale e produttivo di cui sono composte.

Con queste premesse la Città di Fano ha avviato anche un progetto di rafforzamento e riposizionamento della propria identità: passato, presente e futuro! Tutto questo è racchiuso nella vision e nella nuova strategia di sviluppo



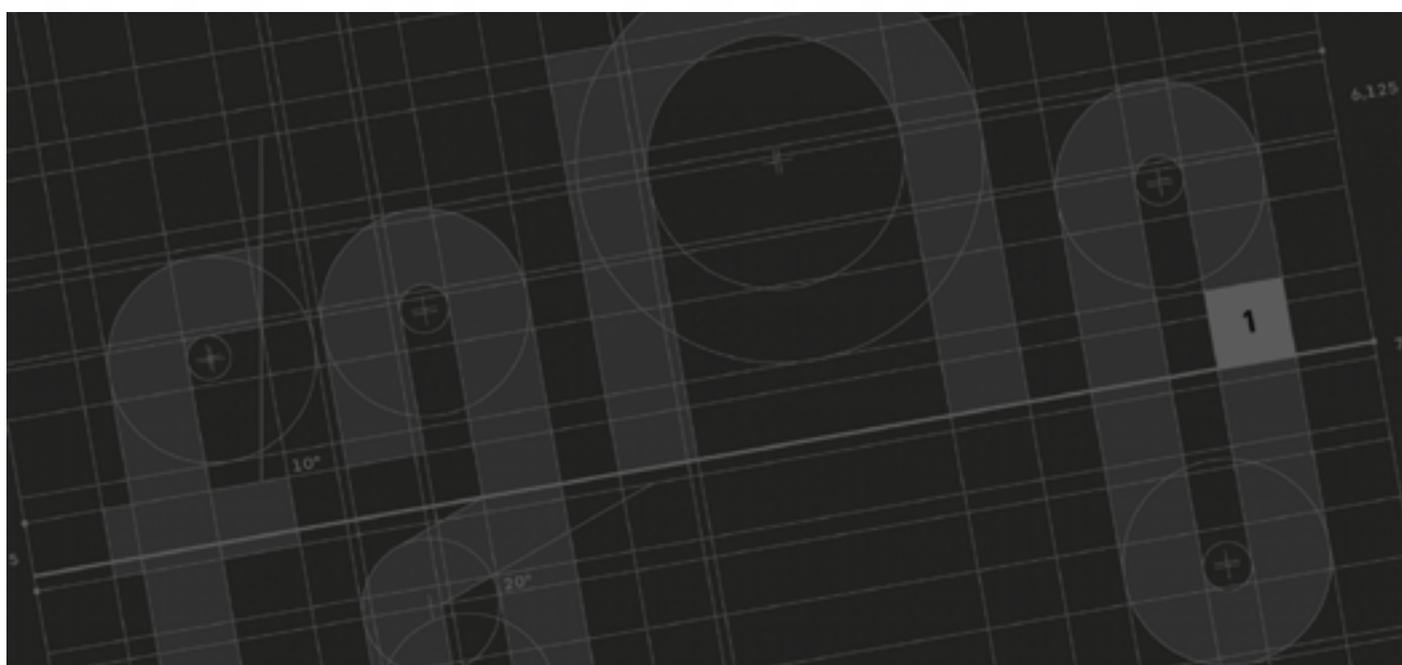
Pantone 308



Pantone 549

rappresentata dalle declinazioni del City Brand e dalla strategia e posizionamento del marchio nel mercato turistico, fortemente competitivo. Proprio in questo asset strategico Fano ha voluto farsi riconoscere, ricordare ed essere competitivo con un Brand che sia fortemente identificabile.

Il City Brand di Fano è stato realizzato dai designer Andrea Zaccone e Luca Guerra che hanno ideato un lettering esclusivo. Le lettere che compongono il nome Fano sono rappresentate in modo diverso, sia per il colore che per la forma. La "F" è rappresentata con un colore unico, mentre la "A", la "N" e la "O" sono divise in due orizzontalmente e sono sempre bicolori. Nello specifico la "N" rispecchia in maniera riconoscibile la forma dell'Arco d'Augusto, la principale porta d'accesso dell'antica città di Fano, situata nel punto in cui la Via Flaminia si incontrava con il decumano massimo della città. L'Arco d'Augusto, risalente al 9 d. C. presenta un fornice centrale e due minori; questa forma architettonica si ripete con eleganza nel segno grafico che abbina l'apertura della "N" centrale di Fano con l'apice della "A" e della "O" finale, così il City Brand è un'immagine grafica del tutto nuova del monumento per eccellenza della storia della città.



App "Discovery Fano"



Seguendo le linee guida del Fano City Brand Identity dello studio Zaccone | Guerra, si è pensato di realizzare una serie di pittogrammi riconducibili all'immagine coordinata in questione, una per ogni pulsante presente nella Home dell' applicazione "Discovery Fano".



"Percorsi in città"

Cliccando sul primo tasto l'utente ha la possibilità di scegliere tra cinque percorsi da seguire all'interno del centro storico: "Fano Romana", "Fano Barocca", "Fano Medioevale", "Fano Rinascimentale" e "Musei".

Avviando il percorso scelto l'applicazione mostrerà sullo schermo del device utilizzato un tracciato da seguire lungo la mappa del centro storico di Fano.



"Ristorazione"

In questa sezione all'utente viene messo a disposizione un elenco di attività di ristorazione all'interno del centro storico che si diversificano in base alle proprie esigenze. Una volta selezionato il locale desiderato l'interfaccia metterà a disposizione il percorso da seguire, gli eventuali recapiti telefonici e anche il link di collegamento con le recensioni delle attività.



"Il Mare"

Qui l'utente viene posto di fronte a tutto ciò che riguarda il litorale fanese adiacente al centro storico.

Vengono mostrati infatti i maggiori punti di interesse presenti sul lungomare.

Toccando le voci "Lungomare Sassonia" e "Il Lido" appare l'elenco degli stabilimenti balneari con relativi numeri di telefono e relativo percorso da seguire.

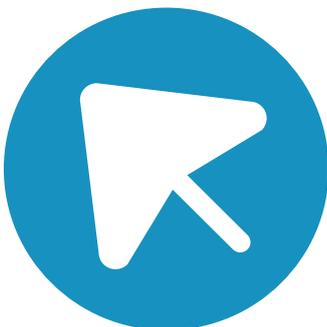


"Eventi"

In questa sezione, continuamente aggiornabile, l'utente viene a conoscenza degli eventi organizzati in città, cliccando su un evento si apre la pagina dedicata ad esso che contiene gli eventuali link di riferimento per biglietti o altre informazioni.

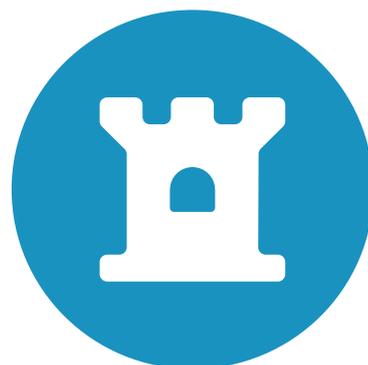
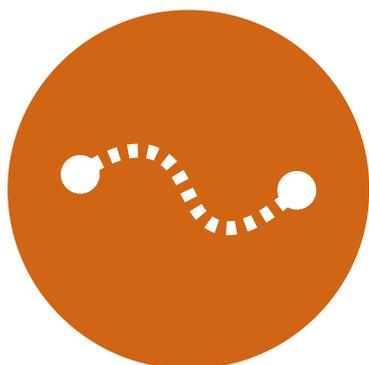
"Itinerari"

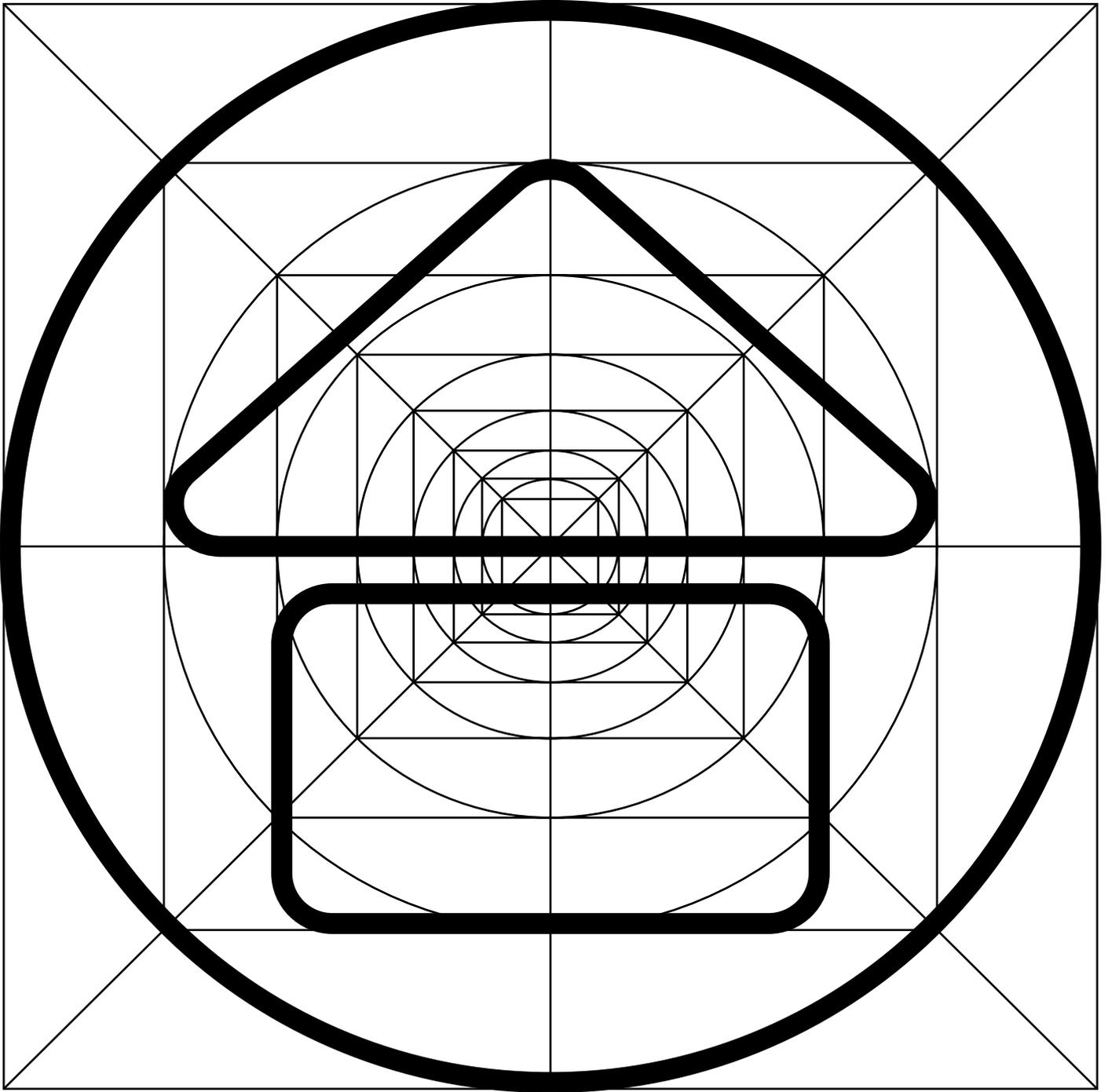
Nell'ultimo tasto sono presenti una serie di itinerari da percorrere non più a piedi, poichè viene data importanza anche alle attività da svolgere in tutta la provincia di Pesaro e Urbino: "Flaminia" è un itinerario alla scoperta di reperti della grande strada che collegava Roma all'Adriatico; "Rocche e Castelli" si tratta di strutture storiche sparse per la provincia; "Teatri" dove vengono mostrati appunto i teatri ed infine la voce "Natura" dove è presente l'elenco delle attrazioni naturali dalla "Gola del Furlo" alle "Grotte di Frasassi".



I pittogrammi realizzati hanno la funzione di richiamare le voci presenti nell'interfaccia per rendere ancora più comprensibile quali siano le sezioni da cliccare in base alle proprie esigenze.

Essi vengono disegnati secondo una griglia formata da cerchi e quadrati concentrici che vanno a delineare le dimensioni delle varie icone, creando così un'armonia tra loro. Lo scopo è quello di rendere più immediato e semplice possibile il significato che vogliamo trasmettere.









Analisi Esperienza Utente

Strumenti di Analisi

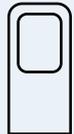
User Journey Map

Attività dell'utente

1. Conoscenza

- ▶ Visione di un post sponsorizzato sui social media 
- ▶ Ricerca di servizi tramite Internet 
- ▶ Passaparola 

2. Contatto

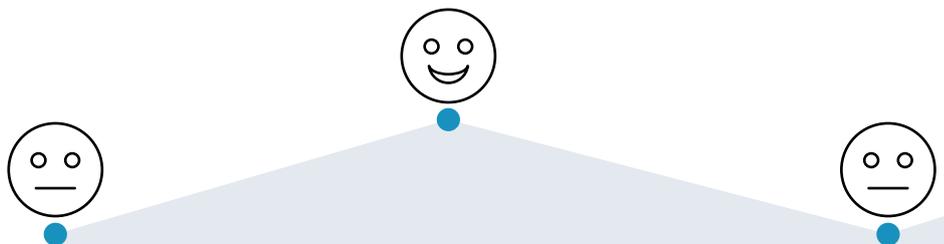
- ▶ Incontro con il Totem 
- ▶ Download dell'app 

Canali

- ▶ Motori di ricerca
- ▶ Social Media
- ▶ Amici/Famiglia

- ▶ Infopoint
- ▶ Tour Operator
- ▶ Play/App-Store

Stato d'animo



3. Interazione

- ▶ Scelta Attività
- ▶ Avvio Percorso
- ▶ Connessione con attività locali



4. Conclusione

- ▶ Raggiungimento delle mete
- ▶ Verifica delle informazioni



5. Post-utilizzo

- ▶ Recensione ★★☆☆
- ▶ Disinstallazione



- ▶ Totem interattivo
- ▶ Smartphone

- ▶ Contesto di utilizzo
- ▶ Smartphone

- ▶ Siti di Recensioni
- ▶ Smartphone



Strumenti di Analisi (Personas)

Andiamo quindi a realizzare dei Personas ovvero dei personaggi immaginari creati sulla base della ricerca condotta su utenti reali allo scopo di identificare gli utenti-tipo che andranno ad usufruire del servizio.

In questo caso vengono disegnati tre possibili utenti, vengono diversificati per età, provenienza e professione, i loro bisogni sono differenti ma il servizio in questione è in grado di risolvere le problematiche dei soggetti in analisi nonostante le loro capacità nell'utilizzare gli strumenti digitali a loro disposizione.

Personas



Linda Tombari

Professione: Archeologa

Città: Fano (Italia)

Anni: 26

Personalità: Estroversa, sensibile

Interessi: Arte, aperitivi

Strumenti Digitali:



Abilità di Utilizzo



Citazione: "L'archeologia è l'arte di dare un volto ad uno scheletro, un luogo ad un oggetto e l'eternità alla polvere"
(Fabrizio Caramagna)

Necessità: "Abito in centro, adoro la mia città, mi piacerebbe approfondire la storia."

Personas



Federico Fuligni

Professione: Fotografo

Città: Bologna (Italia)

Anni: 35

Personalità: Dinamico, curioso

Interessi: Sport, cinema

Strumenti Digitali:



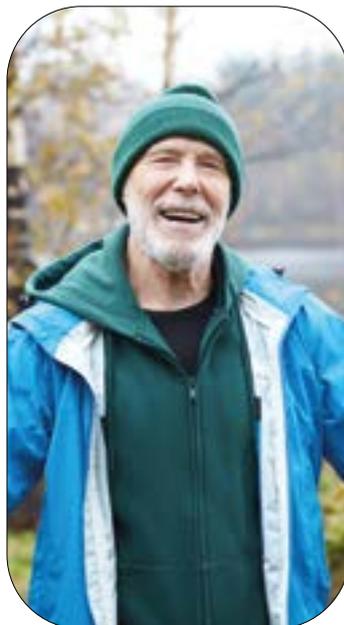
Abilità di Utilizzo



Citazione: “Ai posteri l’ardua sentenza”
(Alessandro Manzoni)

Necessità: “Lavoro per un grande Tour Operator, sono in cerca di nuovi posti da fotografare.”

Personas



Peter Hermann

Professione: Architetto

Città: Francoforte su Meno
(Germania)

Anni: 65

Personalità: Pragmatico, silenzioso

Interessi: Viaggi, Cucina

Strumenti Digitali:



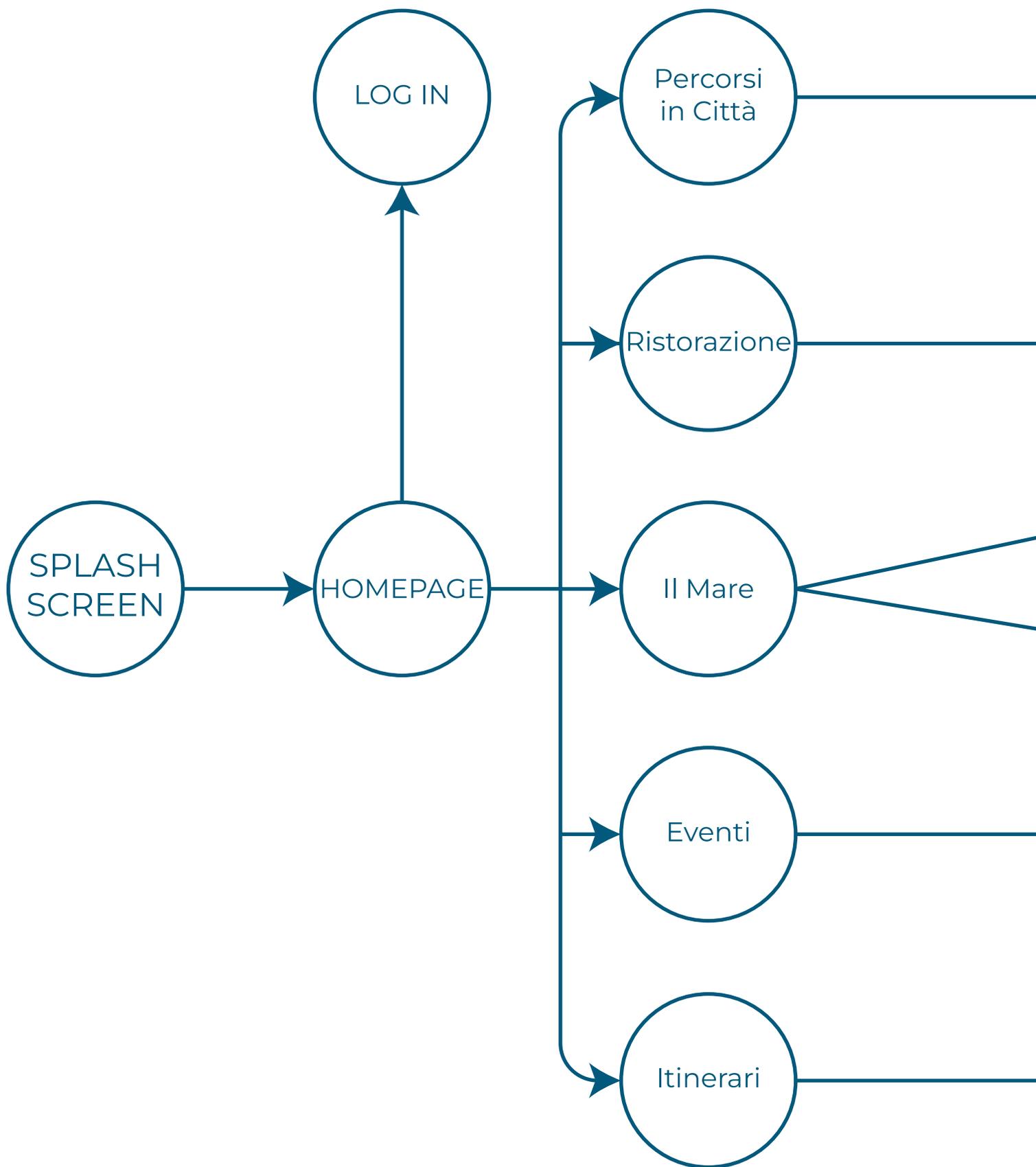
Abilità di Utilizzo

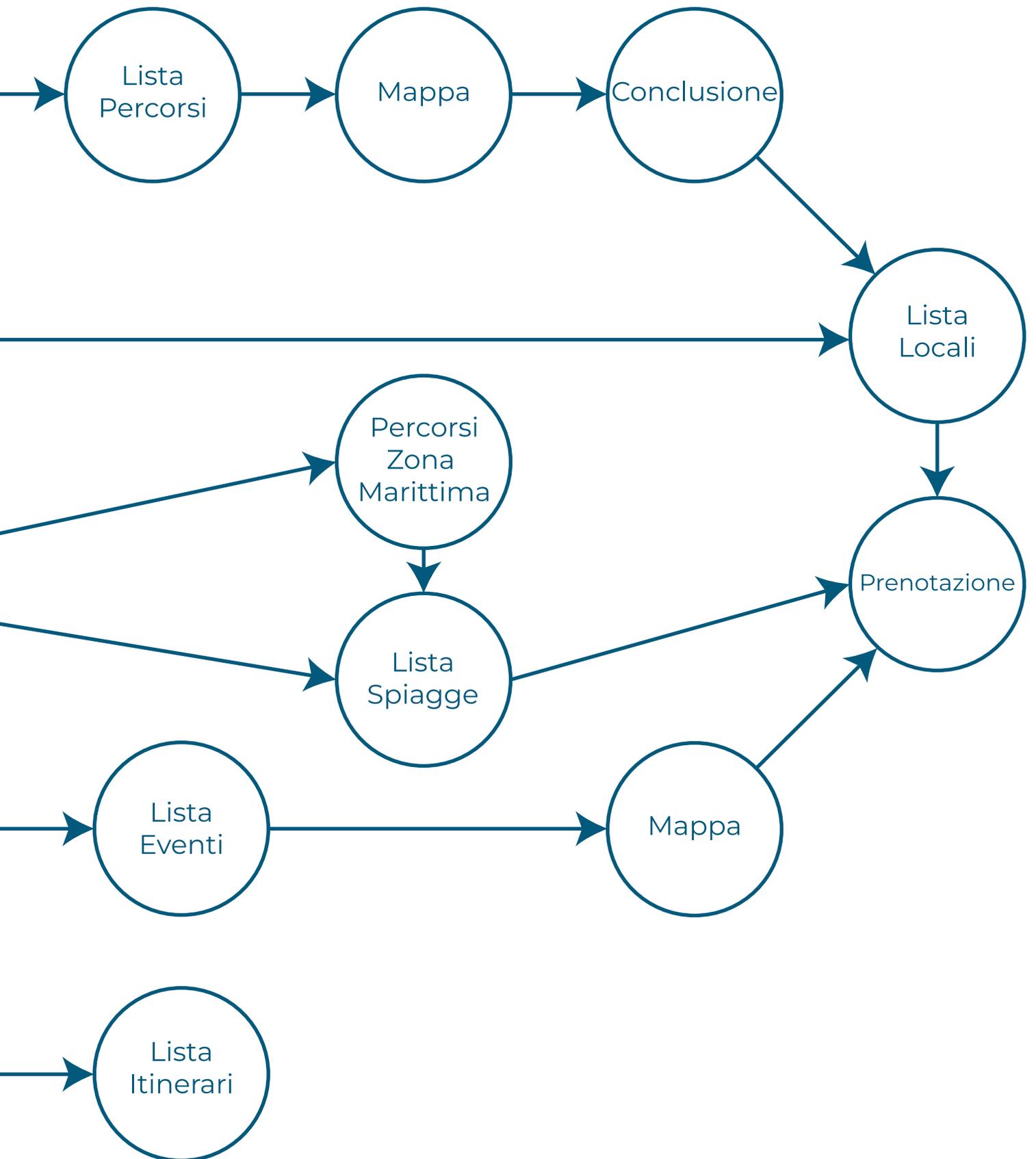


Citazione: “Less is more”
(Ludwig Mies van Der Rohe)

Necessità: “Finalmente visito l’Italia, sono affascinato dalla storia e dal cibo, non vedo l’ora di godermi il Bel Paese”

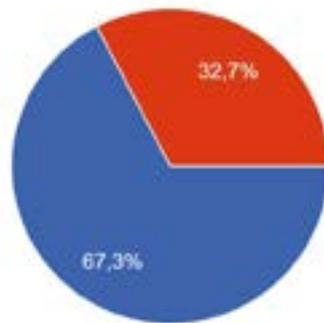
Interface Map





Qual è il tuo sesso?

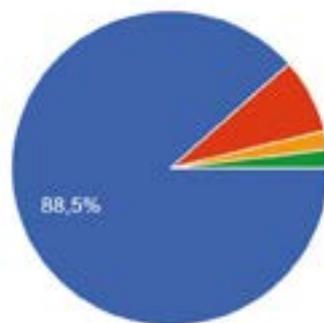
52 risposte



- Uomo
- Donna

Quanti anni hai?

52 risposte



- 14-29
- 30-39
- 40-49
- 50-59
- più di 60

Da dove vieni?

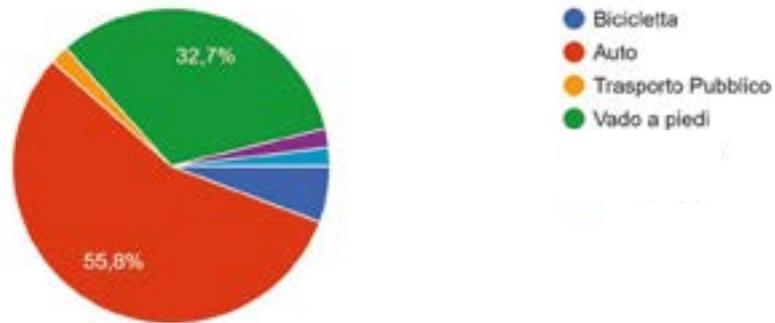
52 risposte



- Italia

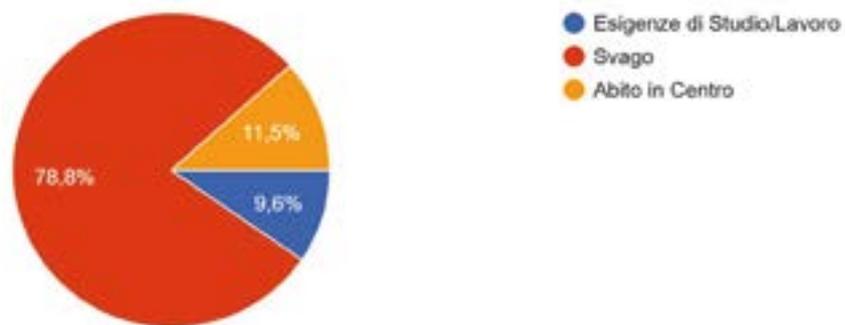
Che mezzo di trasporto utilizzi per raggiungere il Centro Storico della tua Città?

52 risposte



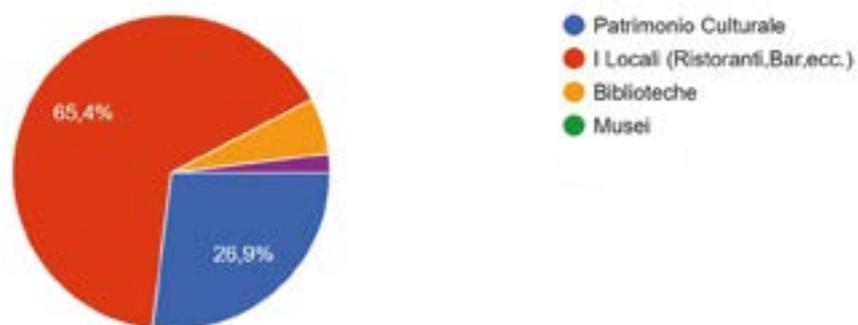
Perchè frequenti il Centro Storico?

52 risposte



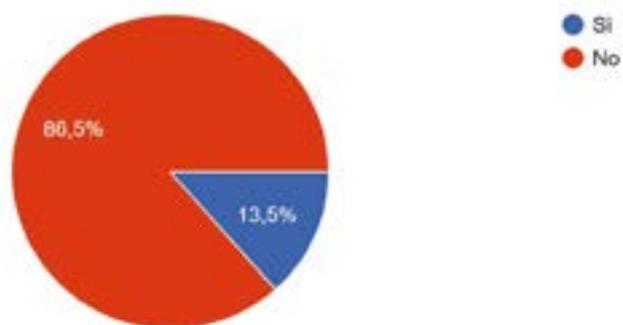
Cosa preferisci del Centro Storico?

52 risposte



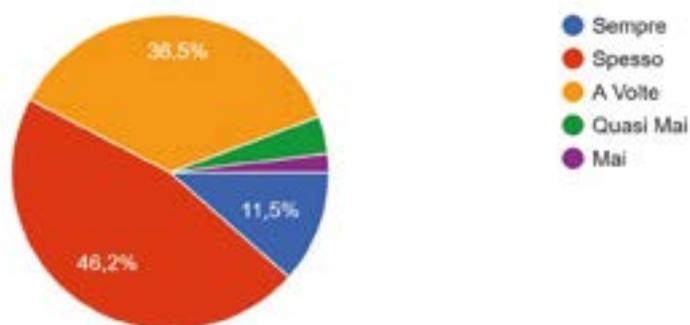
Hai già sentito parlare di un Sistema di Wayfinding?

52 risposte



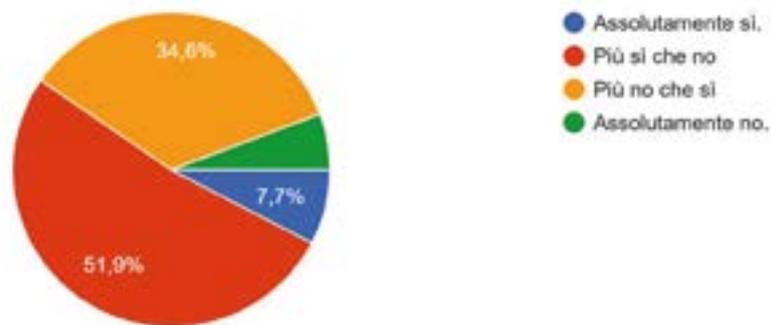
Quanto spesso utilizzi i Sistemi Di Orientamento (Google Maps, Cartine, ecc.)?

52 risposte



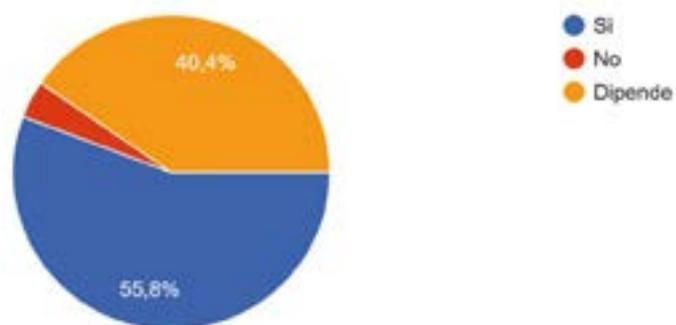
Sei soddisfatto dei Sistemi di Orientamento presenti nella tua città?

52 risposte



Ti piacerebbe utilizzare un sistema interattivo per orientarti?

52 risposte



BIBLIOGRAFIA E SITOGRAFIA

Bibliografia

Silvano Clappis - Tomas Lunghi - Sergio Maggioli, 2006, *Fano*
Fondazione Cassa di Risparmio di Fano

Battistelli - Deli, 1984, *Immagine di Fano Romana*
Fondazione Cassa di Risparmio di Fano

Club Bazzani, 2008, *Fano Ieri e Oggi*
Giorgio Fiacconi Editore

Luciano De Sanctis, 1998, *Quando Fano era Romana*
Minardi Editore

Carlo Vannicola, 2017, *La Prosev Strategy, Il Design del Prodotto Servizio Evento*
Forma Edizioni

Sitografia

<https://www.diadromi.it/wayfinding-che-cosa-significa-e-perche-e-importante/>

<https://ideare.eu/cos-e-l-immagine-coordinata/>

<https://www.flowsmag.com/it/2018/06/14/wayfinding-design-contesto-urbano/>

<https://aaamuseumhub.wordpress.com/2017/01/11/limportanza-di-unimmagine-coordinata/>

<http://www.rende5stelle.eu/smart-city-miceli-m5s-manna-parla-della-citta-del-futuro-ma-non-sa-gestire-la-rende-del-presente/>

<https://didacommunicationlab.it/wayfinding>

<https://www.pixartprinting.it/blog/wayfinding-design/>

<https://www.milanotoday.it/green/mobilita/progetto-orientamento-pedonale.html>

<https://www.corriereproposte.it/cosa-sapere/fano-la-storia.html>

<https://www.evolutha.com/news/installazione-di-nr-3-totem-outdoor-46-interattivi-comune-vico-equense>

<https://www.positanonews.it/2017/06/vico-equense-installazione-totem-trifacciali-pubblicitari-con-panchine-intelligenti-sparse-per-il-territorio-comunale/3192632/>

<https://www.bolognatoday.it/cronaca/informazioni-turisti-totem-bologna.html>

<http://www.comune.bologna.it/archivio-notizie/inaugurati-i-totem-interattivi-piazza-re-enzo-indipendenza-angolo-righi-stazione-salaborsa-e-palazzo>

<https://www.touchwindow.it/it/insight/il-wayfinding-cambia-la-mobilita>

<https://www.cittasottoscacco.it/index.php/2022/04/04/macchiagodena-il-progetto-di-wayfinding/>

Ringraziamenti

Innanzitutto, un grande ringraziamento al mio relatore Prof. Carlo Vannicola e al mio correlatore Prof. Piero Sabatini, sempre pronti a guidarmi in ogni fase della realizzazione della tesi. Grazie a voi ho accresciuto le mie conoscenze e le mie competenze.

Non posso non ringraziare le due persone che hanno avuto più influenza nel mio percorso educativo: i miei genitori.

Mamma e Babbo: grazie per avermi aiutato a superare i momenti più difficili, senza di voi non avrei mai potuto arrivare a questo importante traguardo!

Un grazie ai miei amici, che hanno alleggerito i miei momenti più pesanti e mi hanno spronato a dare sempre di più.

Infine voglio ringraziare me stesso, il brindisi che farò in questo giorno lo dedico a me e alla persona che sono, ai miei sogni, alle idee e ai sacrifici, che hanno fatto in modo che arrivassi fino a qui felice e fiero di me.

Discovery Fano

Progetto di un SISTEMA APERTO DI WAYFINDING che risponda a nuove necessità di applicazioni tecnologiche di visibilità, inclusività e di relazioni con sistemi virtuali per la gestione intelligente degli spazi pubblici.

Definizione del Contesto

Fano (62.400 abitanti, in provincia di Pesaro e Urbino), sorge sull'Adriatico lungo importanti vie di comunicazione ed è il terzo comune delle Marche per popolazione dopo Ancona e Pesaro. L'importanza di questa cittadina è legata sin dall'epoca romana alle vie di comunicazione essendo stata il luogo di sbocco sul Mare Adriatico della consolare Via Flaminia, aperta nel 222 a.C., che piegando verso nord giungeva poi fino a Rimini.

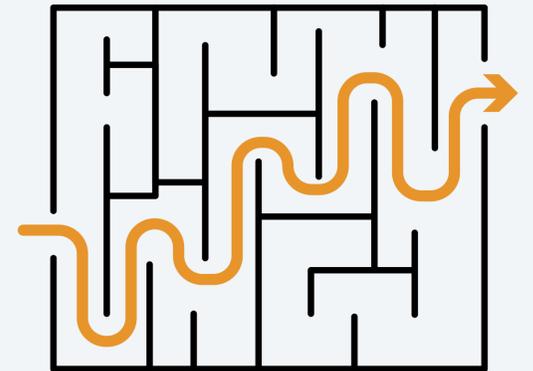


Che cosa è il Wayfinding?

Letteralmente il suo significato è "trovare la strada". Noi concettualmente lo definiremo, da qui in poi, come "orientamento nello spazio" o "cognizione dello spazio".

Col termine in questione, infatti, non facciamo riferimento solo ad artefatti comunicativi, come segnaletica e cartelli informativi, ma ci riferiamo a tutti quegli artefatti in senso generale, artefatti strumentali progettati e ideati per spazi in cui abbiamo bisogno di orientarci, muoverci e abitare.

Per Wayfinding intendiamo dunque il modo in cui siamo in grado di organizzare lo spazio costruito intorno a noi, il modo in cui lo "sistemiamo" per sostenere e indirizzare il nostro orientamento.



Nel contesto dello sviluppo delle città intelligenti, le persone hanno urgentemente bisogno di un sistema completo di servizio di informazioni di wayfinding che può gestire efficacemente la complessità delle città, al fine di migliorare il comfort dell'esperienza.

Prendiamo il sistema di orientamento della città intelligente come obiettivo della ricerca e ci concentriamo su come farlo fornendo soluzioni per l'effetto positivo del servizio, incoraggiando le persone a partecipare alla progettazione, all'aggiornamento urbano e fornire servizi intelligenti per la progettazione di sistemi di orientamento adatti allo sviluppo urbano.

Fano Smart City Brand

A Maggio 2019 la Città di Fano ha presentato e lanciato il suo City Brand. Questa nuova immagine coniuga la sua identità più profonda, i suoi valori, la sua vocazione e il suo essere città antica e moderna attraverso una nuova comunicazione e strategia di sviluppo che trasmetterà e consoliderà l'identità e la riconoscibilità della Città di Fano. Il nuovo City Brand è il frutto di un lungo percorso di formazione, ricerca, condivisione e progettazione e si pone come punto di riferimento per la comunità locale e come punto strategico di posizionamento nel mercato.

Pantone 308

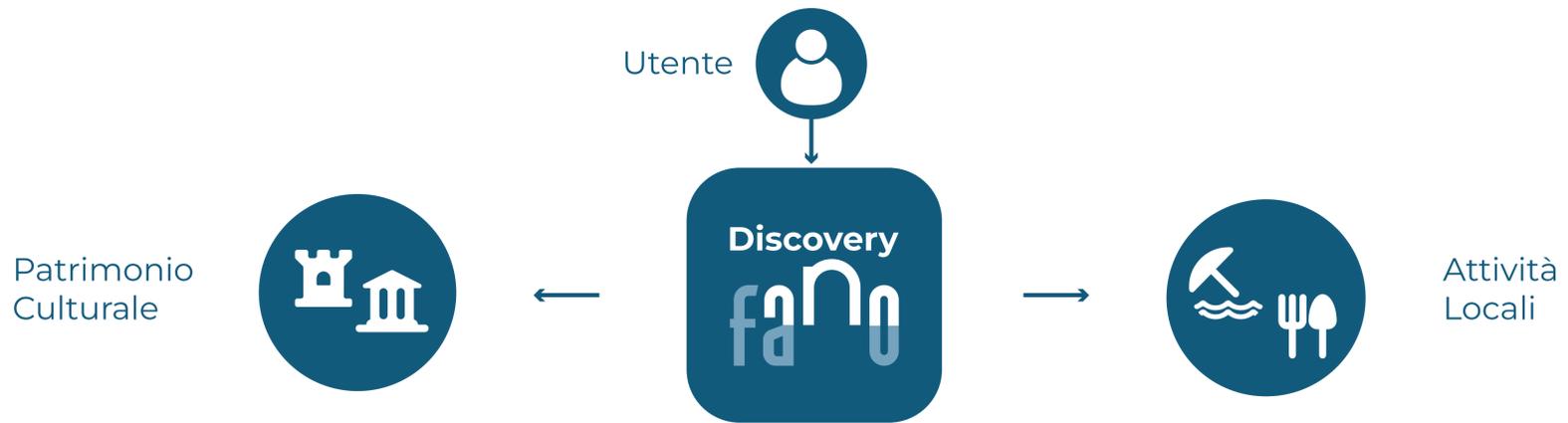


Pantone 549

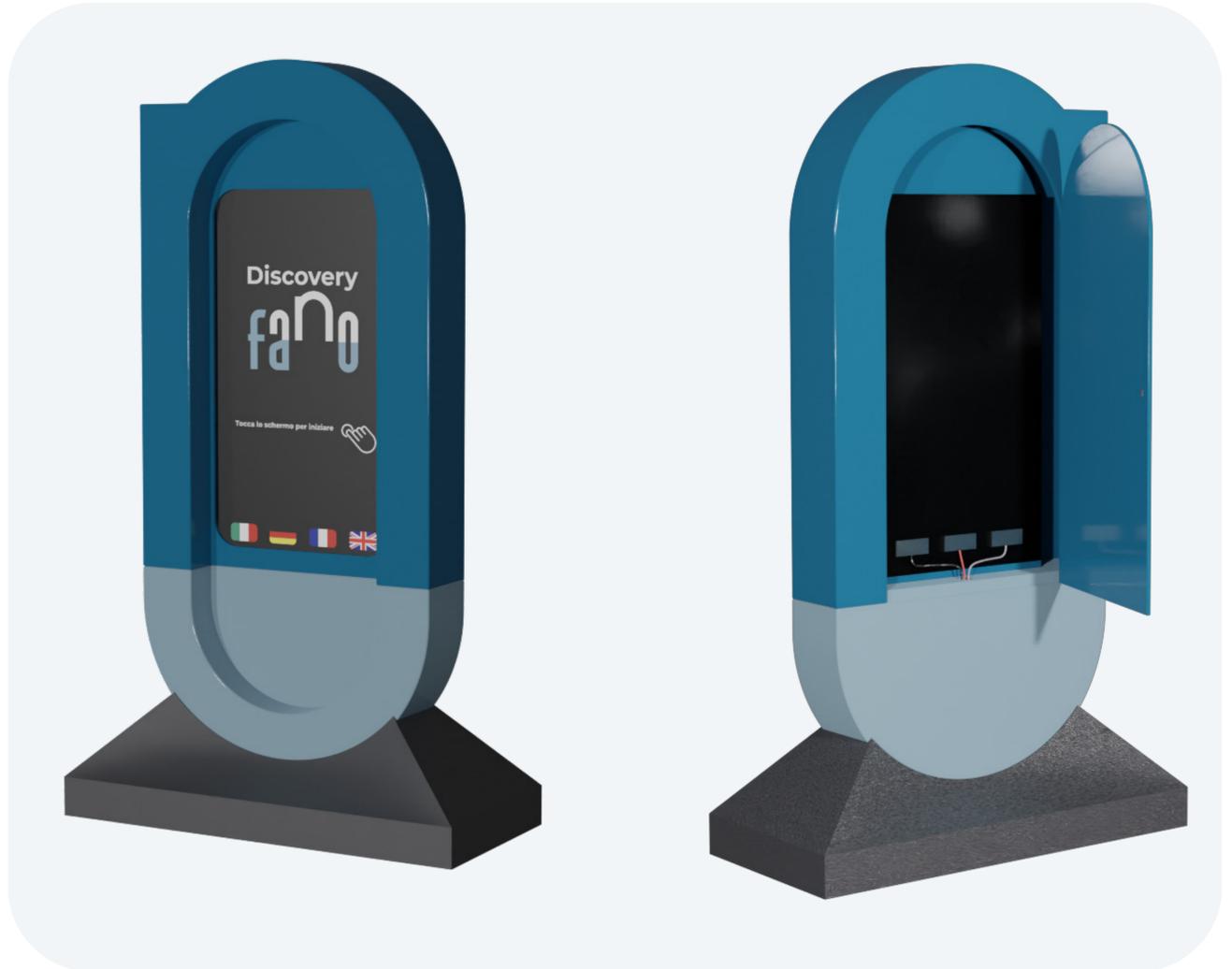


Discovery Fano

L'obiettivo della ricerca è quello di creare un sistema di servizi che diano la possibilità all'utente la possibilità di esplorare a pieno la città, in modo tale da promuovere non solo il patrimonio culturale ma anche le attività degli esercenti locali.



Totem Discovery Fano

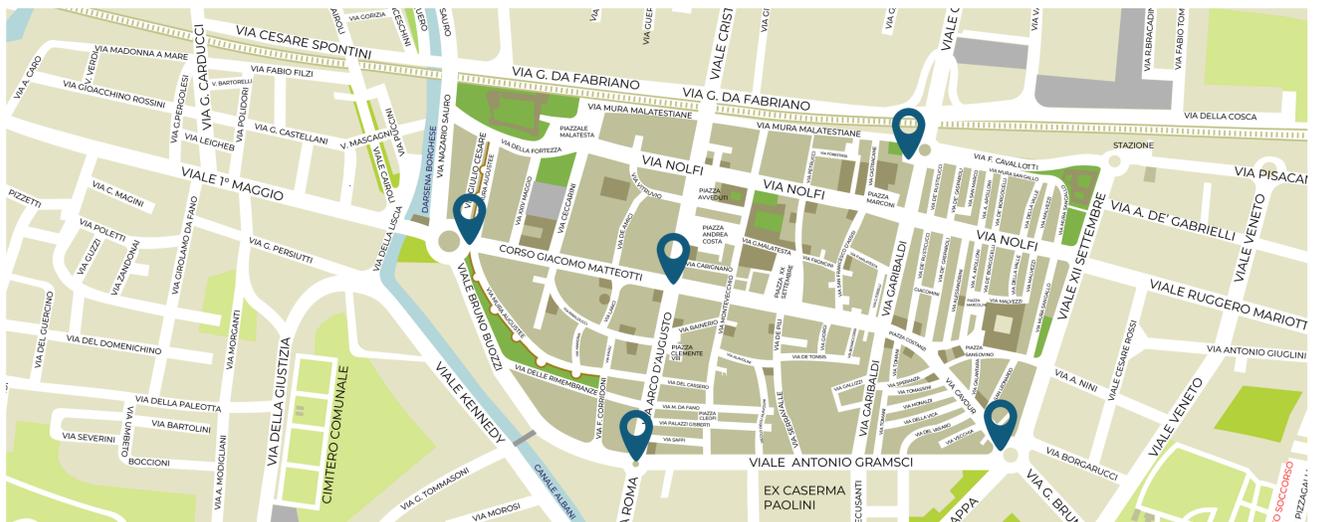


Componenti

- Pannello di Servizio
- Scocca Superiore
- Display TouchScreen 43"
- Vetro di Protezione
- Scocca inferiore
- Basamento

I Totem Interattivi sono dotati di un'interfaccia in grado di trasmettere informazioni storiche sul patrimonio culturale della Città.

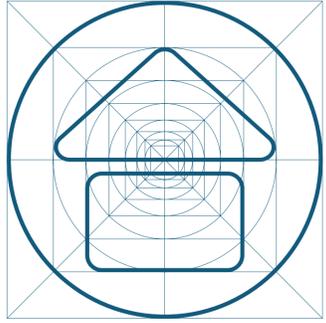
Quando l'utente sceglie il percorso desiderato verrà mostrata una schermata con un QR Code collegata all'applicazione per smartphone.



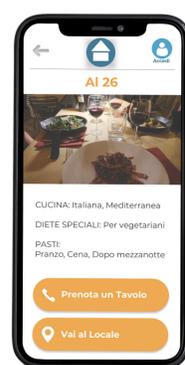
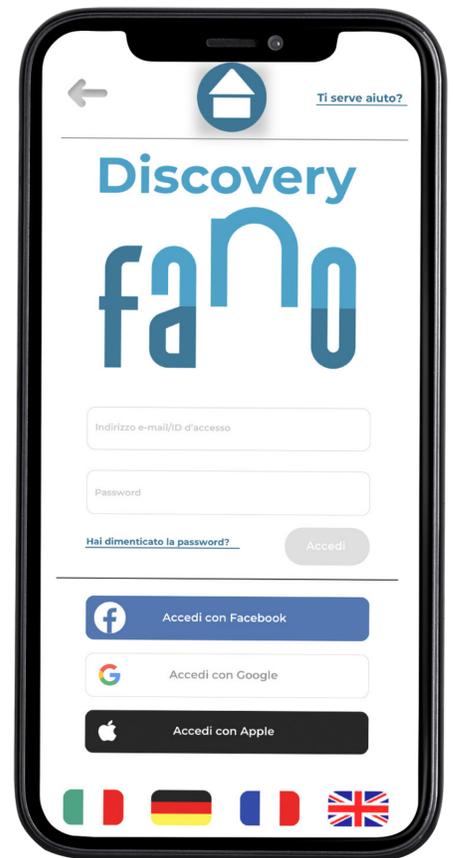
Discovery Fano

I **Pittogrammi** realizzati hanno la funzione di richiamare le voci presenti nell'interfaccia per rendere ancora più comprensibile quali siano le sezioni da cliccare in base alle proprie esigenze.

Essi vengono disegnati secondo una griglia formata da cerchi e quadrati concentrici che vanno a delineare le dimensioni delle varie icone, creando così un'armonia tra loro. Lo scopo è quello di rendere più immediato e semplice possibile il significato che si vuole trasmettere.



App Discovery Fano



User Journey Map

