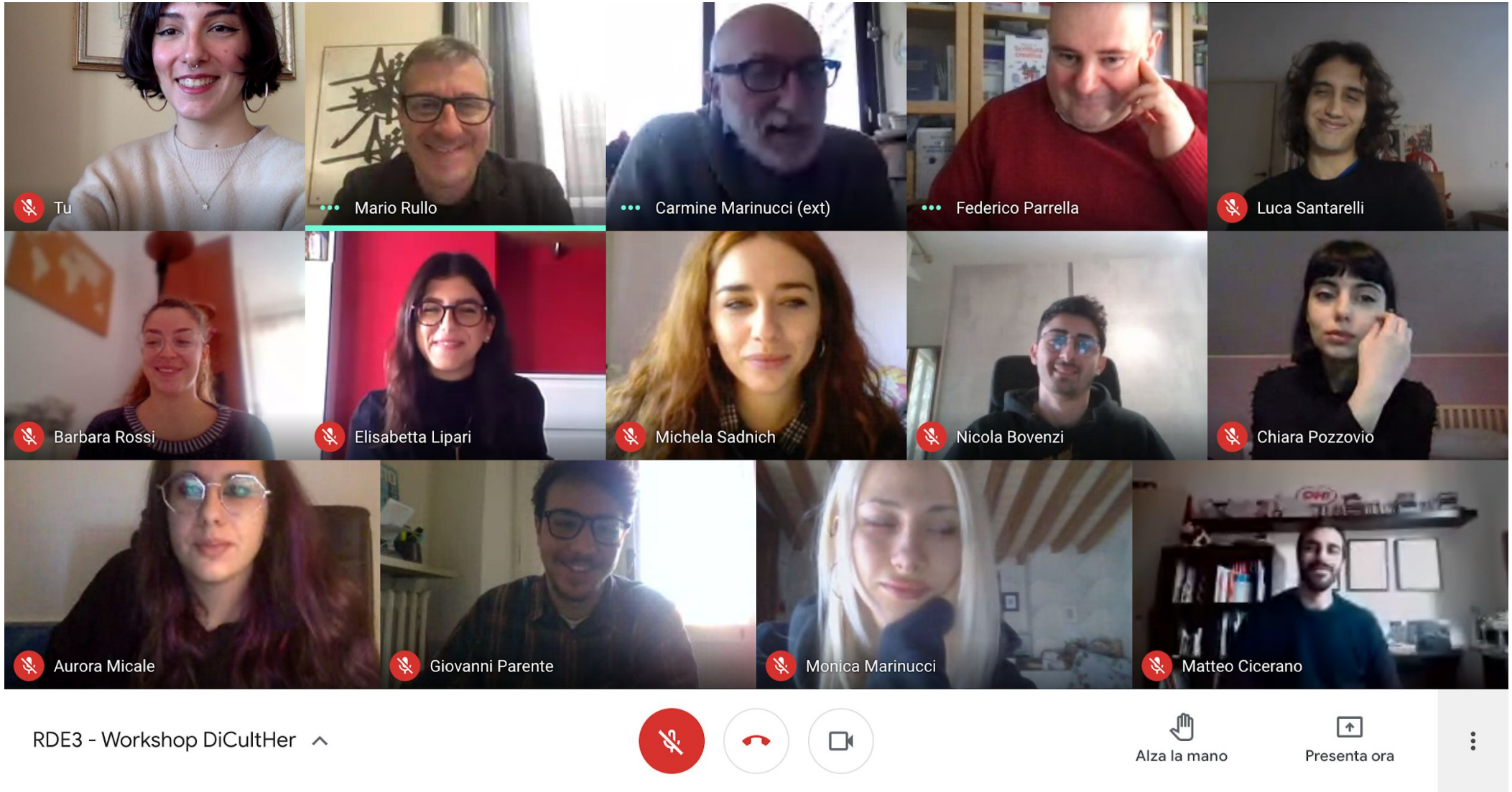
ISIA
Roma Design
Experience

Comunicare
la Convenzione di Faro

ISIA per DiCultHer


Tu
Mario Rullo
Carmine Marinucci (ext)
Federico Parrella
Luca Santarelli
Barbara Rossi
Elisabetta Lipari
Michela Sadnich
Nicola Bovenzi
Chiara Pozzovio
Aurora Micale
Giovanni Parente
Monica Marinucci
Matteo Cicerano
RDE3 - Workshop DiCultHer
Alza la mano
Presenta ora

Teamwork

Barbara Muratori
Tutor
Studente Biennio secondo anno

Mario Rullo
Docente
Sistemi per la Comunicazione

Carmine Marinucci
Presidente Associazione Internazionale DiCulther

Federico Parrella
Docente
Design dei Prodotti per la Comunicazione

Luca Santarelli
Studente Biennio primo anno

Barbara Rossi
Studente Triennio terzo anno

Elisabetta Lipari
Studente Triennio primo anno

Michela Sadnich
Studente Triennio secondo anno

Nicola Bovenzi
Studente Biennio secondo anno

Chiara Pozzovio
Studente Biennio primo anno

Aurora Micale
Studente Biennio secondo anno

Giovanni Parente
Studente Triennio terzo anno

Monica Marinucci
Studente Triennio secondo anno

Matteo Cicerano
Studente Triennio secondo anno

ISIA
Roma Design
Experience

Valori e parole chiave

Identificazione di valori attuali e di scenari futuri

Obiettivi

Ravvivare **interesse** verso le attività culturali

Restituire **creatività** al processo di fruizione del patrimonio culturale

Comunicare e progettare il diritto alla **partecipazione** descritto dalla Convenzione di Faro

Valori

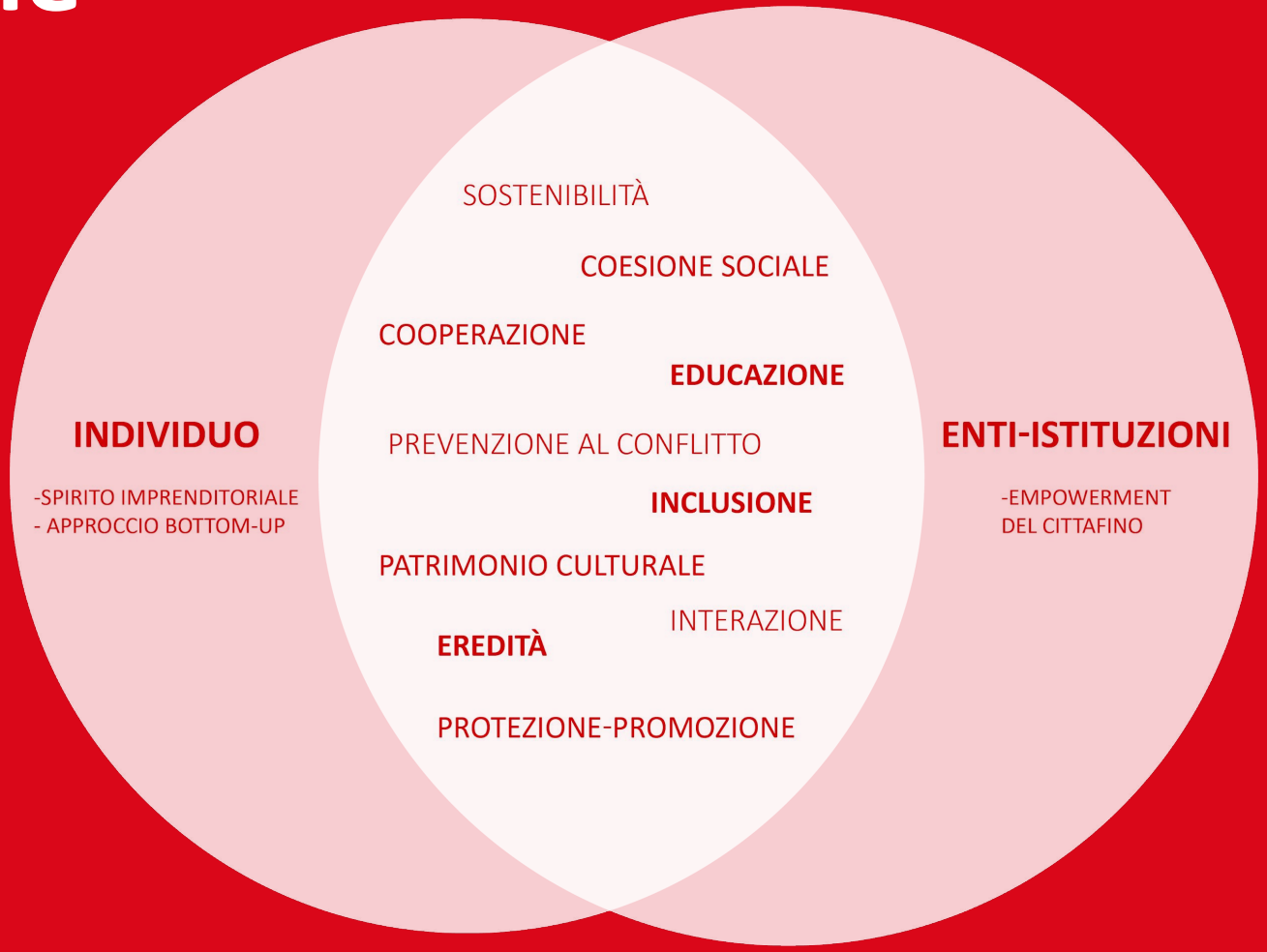
Primari

- Conservazione
- Aggregazione
- Passione

Indotti

- Fiducia
- Orgoglio
- Curiosità
- Interesse
- Appartenenza

Mappa valoriale



Valorizzare il passato e il presente per costruire il futuro.

Il patrimonio culturale illumina un percorso.
Diventa un **faro**.

ISIA
Roma Design
Experience

Strategia di comunicazione

Narrazione e divulgazione

Obiettivi

Promuovere il senso di coinvolgimento
degli individui e delle comunità per la cultura.

Creazione di un linguaggio autonomo, integrato,
coerente e riconoscibile in ogni
sua espressione.

Approccio

Brand design oriented:
utilizzo di un approccio strategico finalizzato alla creazione di un posizionamento forte e differenziante nella mente
della comunità.

Brand oriented

Che cosa è un brand

Il brand non è il logo,
non è il prodotto,
non è l’azienda,
ma l’insieme dei motivi
per cui, tra mille proposte
e offerte, si sceglie
un oggetto o un’idea.

Brand oriented

La forza di un brand

Un brand viene riconosciuto per dei valori distintivi e differenzianti, in modo da presidiare un “territorio mentale” negli individui e nella comunità.

L’insieme dei codici visivi, testuali, verbali, sonori hanno il compito di rendere riconoscibile il brand, per creare memorizzazione, fiducia, emozione.

La brand-identity deve aderire alla strategia di comunicazione e contribuire al posizionamento.

La convenzione di Faro esce dall’ombra
e diventa attore attivo nella comunità.

Acquisisce un linguaggio,
una personalità, un volto,
un tono di voce.

Diventa un brand.

ISIA
Roma Design
Experience

Strumenti di interazione

Come rendere i cittadini partecipi

Piattaforma di catalogazione e conservazione

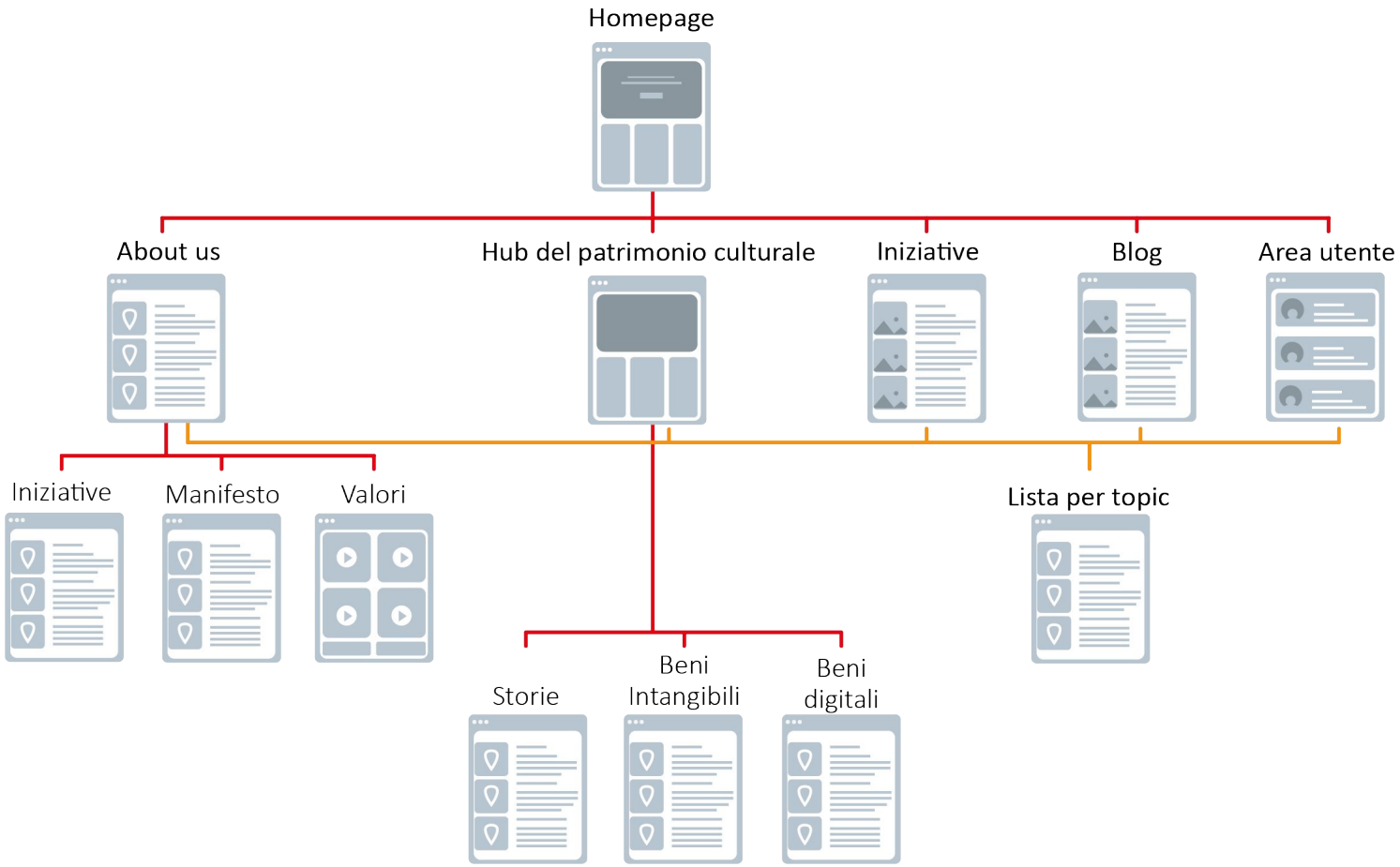
L’archivio digitale della Convenzione di Faro

Basandosi sui valori fondanti la Convenzione di Faro, è stata individuata l’esigenza di realizzare una piattaforma online per l’istituzione.
Il sito presenta un’interfaccia intuitiva tramite la quale vengono scoperti i valori e i principi della Convenzione. L’utente accede ad un’ampia raccolta di esperienze ed iniziative di altre persone e può contribuire all’arricchimento del database inserendo le proprie storie tramite un’area personale dedicata.
I punti cardine dell’esperienza all’interno della piattaforma sono:

- Database qualitativo e non quantitativo aperto agli open data e al contributo attivo della cittadinanza;
- Contenuti inseriti dagli utenti stessi;
- Funzionamento su base “classificazione aperta”.

Piattaforma e mappa di interazione

Struttura e analisi dei collegamenti



La mappa esprime graficamente le dinamiche su cui è strutturata la piattaforma. Nella Homepage sono presenti link, che consentono le connessioni con tutte le pagine secondarie del sito e l'area personale dell'utente.
Il sistema di Tag costituisce la griglia necessaria a connettere tutte le storie, i personaggi, le tradizioni, i beni ed i contenuti degli esperti legati alla Convenzione di Faro. Partecipano ai Tag anche i progetti, le iniziative, gli eventi ed i contenuti del blog.

Esperienze personalizzate

Personas

Carla

Età	47
Professione	Commercialista
Città	Tivoli

Descrizione

Carla si è trasferita da poco a Tivoli e vuole sentirsi parte della comunità, è in cerca di attività culturali

Come aiutare Carla?

Informandola sulle iniziative della zona di suo interesse e coinvolgerla per contribuire allo sviluppo dell'identità del luogo

Una Personas è l'identikit di un utente verosimile, che corrisponde per esigenze e bisogni al profilo sociologico e culturale in linea con l'esperienza di servizio che si vuole raggiungere.

Sono utilizzate dal team di lavoro in tutte le fasi di design per comprendere e definire requisiti e priorità della progettazione.

Esperienze personalizzate

User journey map

User journey

Carla è annoiata e cerca su Google attività culturali vicino Tivoli	Incuriosita dal sito della Convenzione di Faro lo apre e mostra interesse	Coinvolta dall'iniziativa, si registra sul sito e inizia a contribuire al database

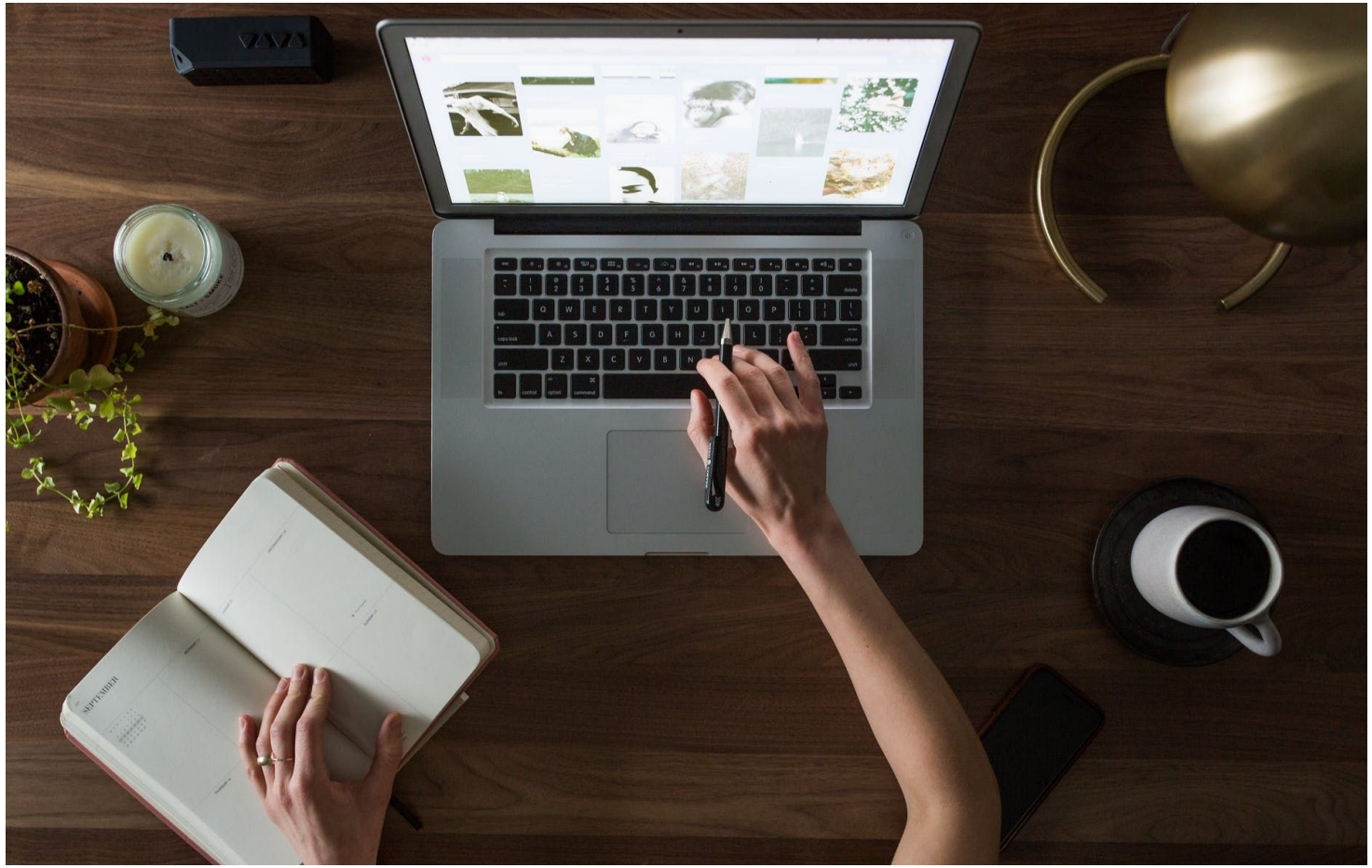
Sistema

Google mostra il sito della Convenzione di Faro tra i primi risultati	Il sito guida Carla nella navigazione fino ad arrivare alla registrazione	L'algoritmo del sito aggiorna i contenuti per Carla in base alle preferenze

La user journey map è uno strumento che traccia i movimenti della Personas, mappando l'intera esperienza (fisica e digitale) con un brand agevolando lo sviluppo di un servizio che soddisfa le esigenze degli utenti desiderati.

Esperienze personalizzate

Area personale

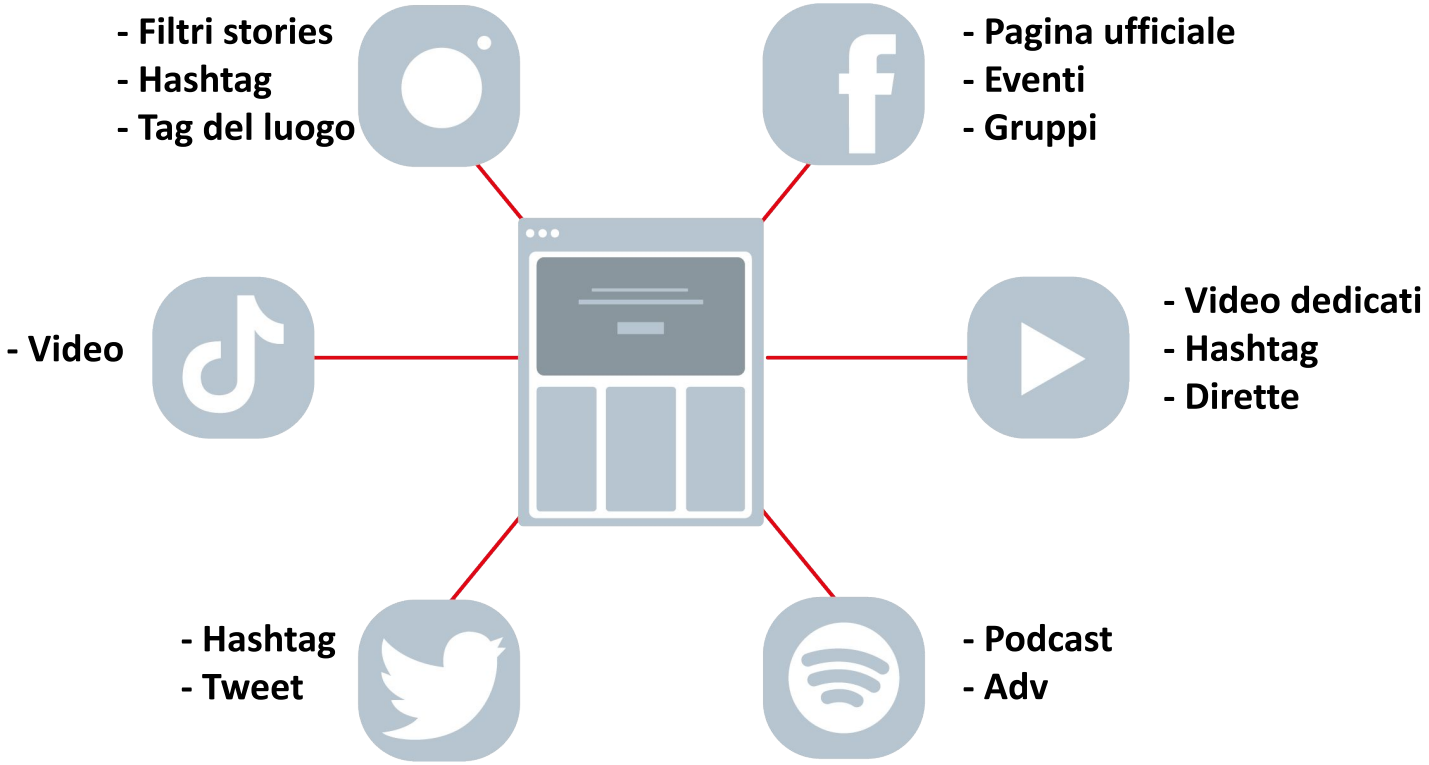


Una volta registrati sul sito, si accede alla propria area. L'algoritmo suggerisce all'utente contenuti affini alle proprie preferenze che potrebbero interessarlo e stimolarlo a cercarne degli altri.

L'utente è invitato ad aggiungere le proprie storie e i propri contributi che possono alimentare il database culturale del sito.

Interazioni Social - Gamification

Struttura e analisi dei collegamenti



La mappa esprime graficamente le possibili connessioni che si possono generare tra social e la piattaforma della Convenzione:

- **Instagram:** con la creazione di un profilo ufficiale è possibile rendere l'esperienza interattiva grazie alla creazione di filtri, hashtag e tag del luogo;
- **TikTok:** Stimolare l'utente a realizzare video sulle proprie esperienze di cultura;
- **Twitter:** Rendere la Convenzione di Faro virale attraverso hashtag e tweet;
- **Facebook:** Organizzare eventi e contenuti collegati direttamente alla pagina ufficiale;
- **YouTube**: Registrazione di eventi e contributi di esperti grazie all'organizzazione di dirette ed il montaggio di video;
- **Spotify:** Condivisione di materiale audio, podcast e possibilità di inserire piccole inserzioni pubblicitarie nella versione gratuita;

Interfaccia conversazionale

Assistente vocale

L'utente può interagire con la piattaforma della Convenzione anche attraverso interfacce conversazionali (es: Google Home, Alexa, etc.) che forniscono risposte prese direttamente dal sito della Convenzione.

L'obiettivo è far interagire l'utente in maniera più colloquiale e più engaging, migliorando l'user experience generale e allargando le possibilità di contatto.

ISIA
Roma Design
Experience

Design exploration

Risultati del workshop

Logos = discorso

Gli elementi dell’identità:

Naming
Logo
Descriptor
Payoff
Gamma cromatica
Type & lettering

ISIA
Roma Design
Experience

Concept 1

Prima ipotesi di identità visiva

Il valore dell’eredità
culturare per la società

Illumina la Cultura

FARO
FARO
FARO
FARO
FARO
FARO
FARO
FARO

FA
RO

-

io sono
quel che RESPIRO

Web e social

Homepage del sito

La Home cattura l'attenzione dell'utente con immagini e testi emozionali. Le funzioni primarie di esplorazione e coinvolgimento garantiscono una navigazione profonda tra le diverse pagine del sito.

.

Manifesto

Nel Manifesto sono indicate le linee guida che la Convenzione di Faro propone per promuovere la formazione di comunità basate sull'identità culturale di un luogo in maniera sostenibile.

Valori

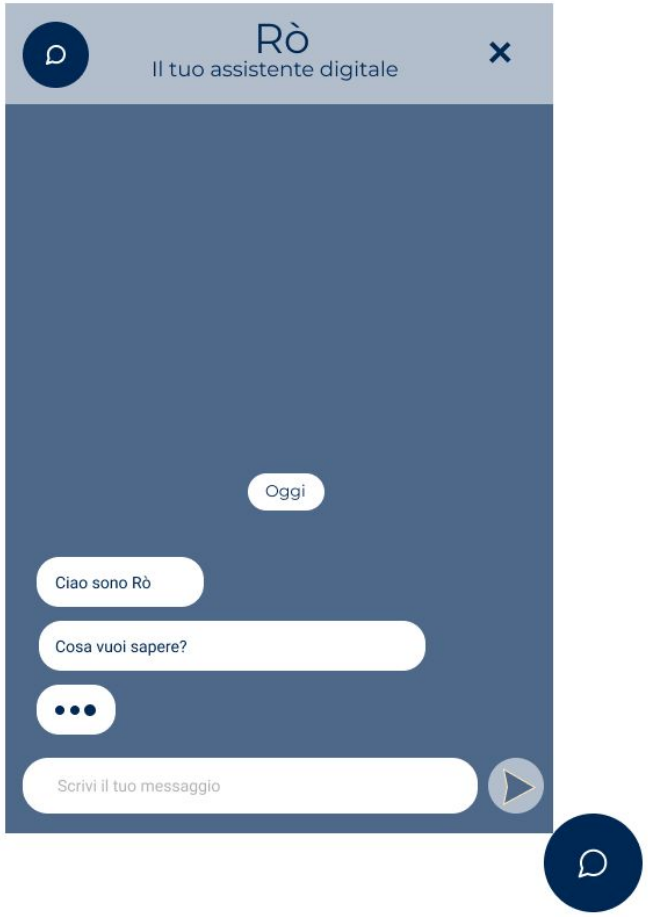
Nella sezione Valori del sito si spiega la storia della Convenzione di Faro e i valori ad essa associati, promuovendo la visione che ha della cultura.

Voci di cultura

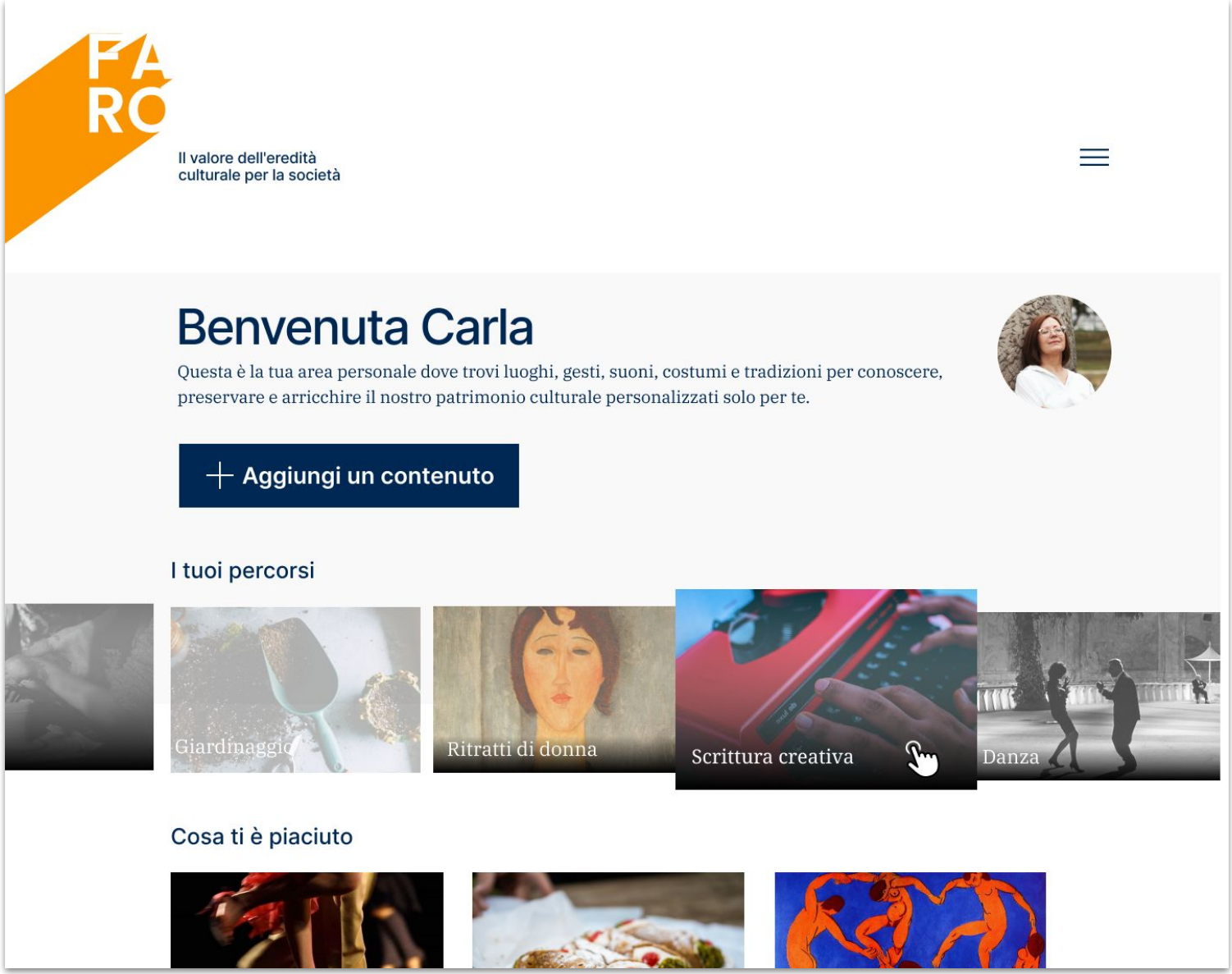
Rappresenta l’archivio digitale ottenuto grazie al contributo dei singoli utenti: è possibile filtrare la ricerca per ottenere una lista di risultati inerenti all’argomento desiderato.

Interfaccia conversazionale

Interfaccia conversazionale



Per muoversi nell'archivio, orientarsi nel sito ed avere accesso a qualsiasi informazione, basta chiedere al chatbot Rò. Le sue risposte sono sempre interessanti e pertinenti, accompagna l'utente durante tutta l'esplorazione del sito.



Area personale

Nell'Area personale l'utente può gestire i propri contenuti, aggiungendo elementi che vanno ad arricchire le Voci di cultura. L'algoritmo evidenzia anche i contenuti che sono piaciuti all'utente e ne suggerisce alcuni affini che personalizzano la sezione I tuoi percorsi.

ISIA
Roma Design
Experience

Concept 2

Seconda ipotesi di identità visiva

faró

Il valore dell'eredità
culturale per la società

faro

Luce sulla Cultura

faro
Luce sulla Cultura

faro
Luce sulla Cultura

faro
Luce sulla Cultura

faro
Luce sulla Cultura

faro
Luce sulla Cultura
faro
Luce sulla Cultura
faro
Luce sulla Cultura
faro
Luce sulla Cultura

faro
Luce sulla Cultura

faro
Luce sulla Cultura

faro
Luce sulla Cultura

faro
Luce sulla Cultura

faro
Luce sulla Cultura
faro
Luce sulla Cultura
faro
Luce sulla Cultura
faro
Luce sulla Cultura
faro
Luce sulla Cultura

faro
Luce sulla Cultura
faro
Luce sulla Cultura
faro
Luce sulla Cultura
faro
Luce sulla Cultura
faro
Luce sulla Cultura

Web e social

Homepage

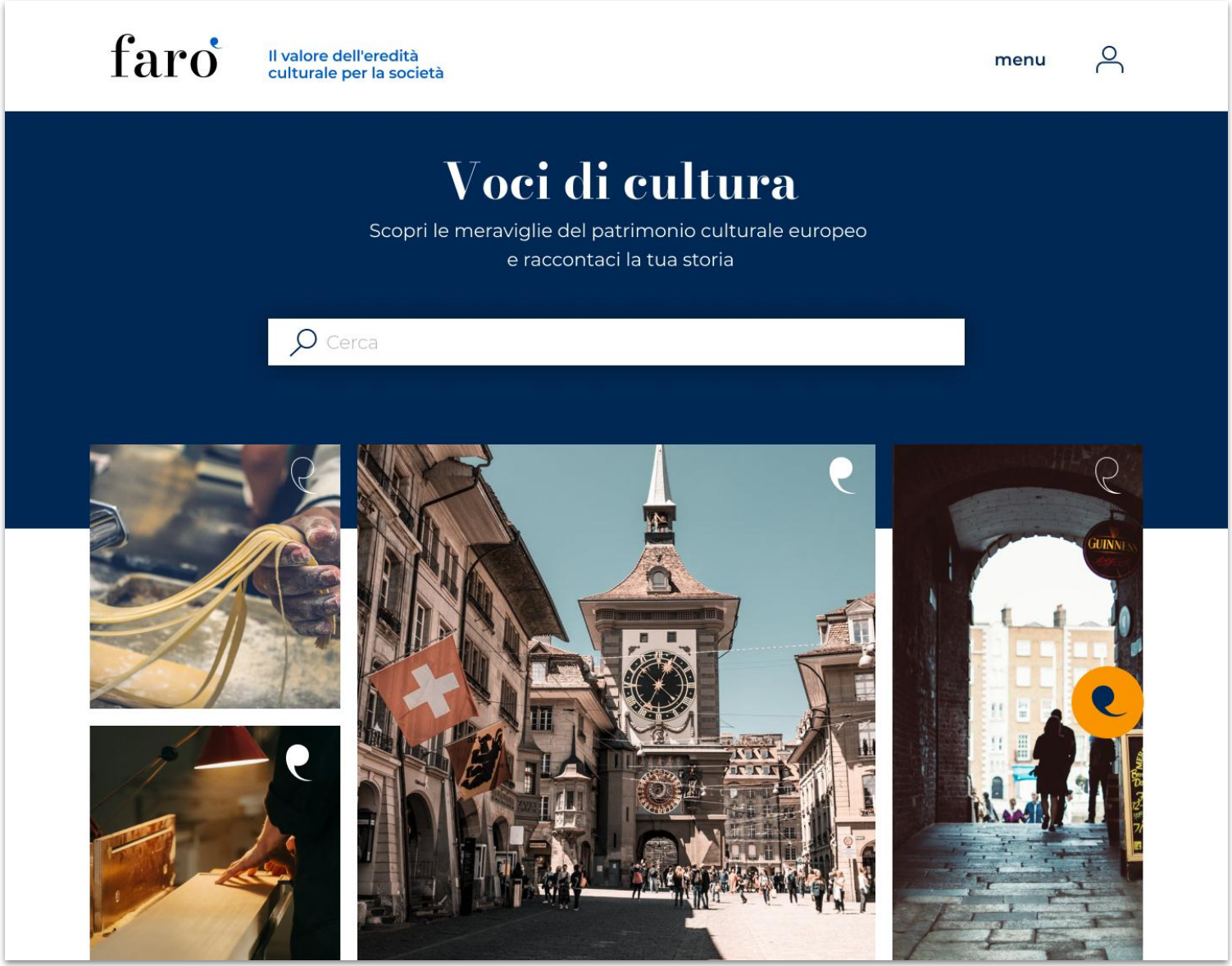
La Homepage è disegnata per valorizzare l'esperienza dell'utente e descrivere chiaramente cosa è la Convenzione di Faro grazie a contenuti sintetici ed esplicativi.

Chi siamo

Nella sezione Chi siamo viene illustrata la storia della Convenzione di Faro, i paesi aderenti ed i valori ad essa associati.

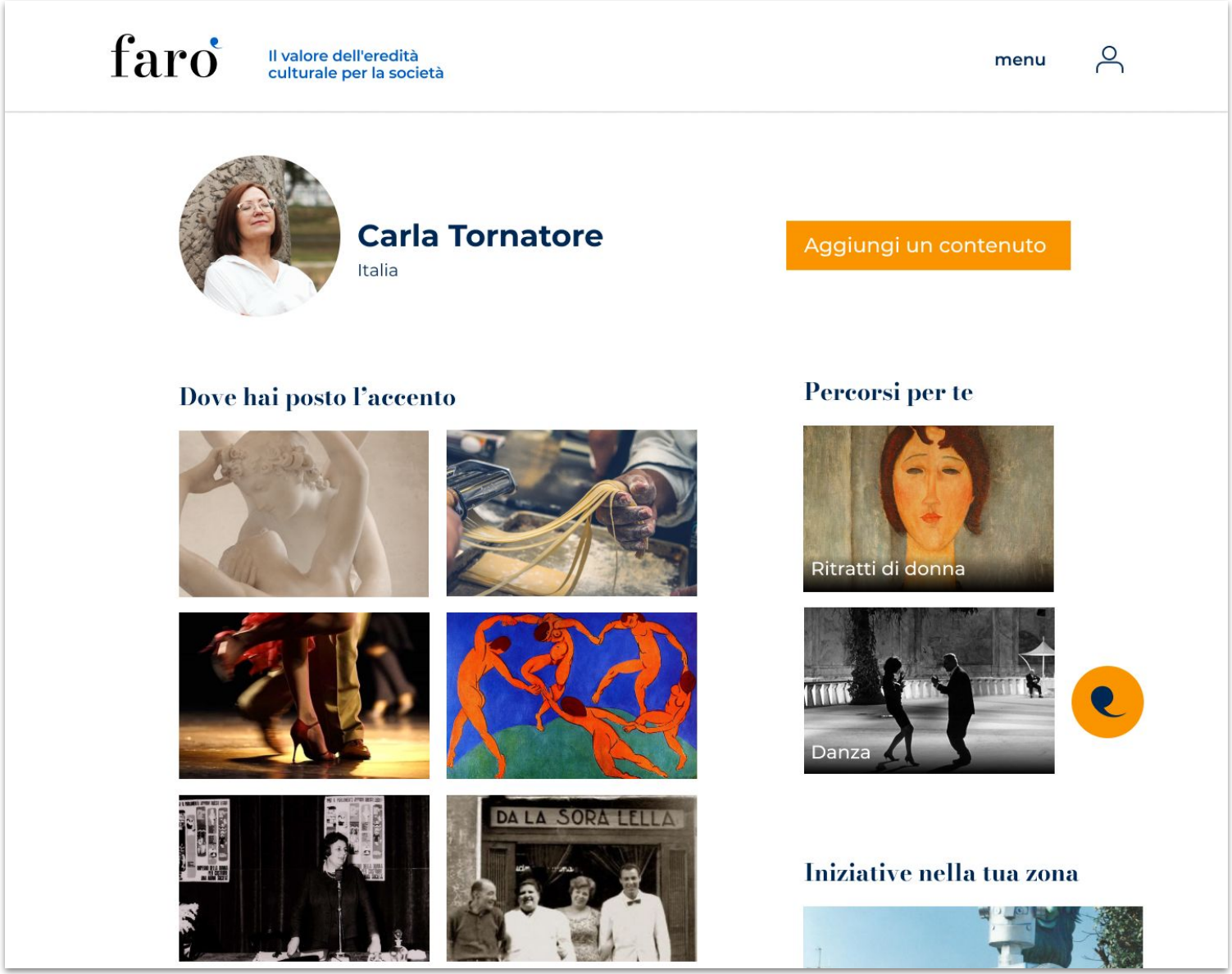
Manifesto

Nel Manifesto sono esposti i princìpi ed i valori della Convenzione di Faro. L'obiettivo è quello di rendere gli utenti dei cittadini attivi e creare una società più matura e responsabile.



Voci di cultura

L'archivio digitale è realizzato con il contributo di tutte e tutti gli utenti. Con una lista di filtri è possibile ottenere risultati inerenti all'argomento desiderato, specifici agli interessi dell'utente e dove "ha posto l'accento".

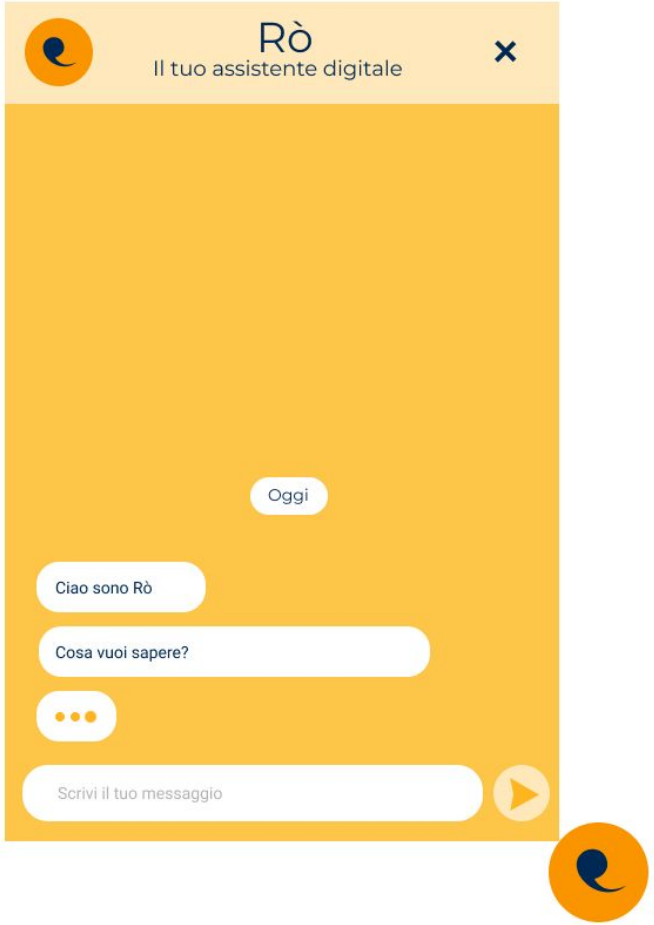


Area Personale

Nell'area personale l'utente può scoprire i percorsi a lui dedicati e rivedere i contenuti,le voci, le storie su cui ha posto l'accento.

Interfaccia conversazionale

Interfaccia conversazionale



Per muoversi nell'archivio, orientarsi nel sito ed avere accesso a qualsiasi informazione, basta chiedere al chatbot Rò. Le sue risposte sono sempre interessanti e pertinenti, accompagna l'utente durante tutta l'esplorazione del sito.

ISIA
Roma Design
Experience

Altre esplorazioni visuali

Convenzione di Faro per la Cultura

FARO

Convenzione di Faro per la Cultura

Accendi la Cultura

FARO
FARO
FARO
FARO
FARO
FARO
FARO
FARO
FARO
FARO

FARO

Convenzione di Faro per la Cultura

FARO

Convenzione di Faro per la Cultura

La Cultura illumina.

isia
Roma Design
Experience

Gruppo di lavoro

Mario Rullo
Federico Parrella
Barbara Muratori

Agnese Prieto
Aurora Micale
Barbara Rossi
Chiara Pozzovio
Elisabetta Lipari
Giovanni Parente

Luca Santarelli
Matteo Cicerano
Michela Sadnich
Monica Marinucci
Nicola Bovenzi