



UNIVERSITÀ
DI CAMERINO

Scuola di Architettura e Design "E. Vittoria"
Sede di Ascoli Piceno

L'IMPORTANZA DELL'IDENTITÀ VISIVA DELLA CITTÀ DI ASCOLI PICENO

Prof. Lucia Pietroni

Scuola di Architettura e Design "E. Vittoria" – Università di Camerino

IDENTITÀ DI UN TERRITORIO

- “Un territorio (sia esso città, regione, nazione) non è un semplice agglomerato di case, uffici, strade, industrie, semafori, automezzi ecc. **È soprattutto un concetto ‘identitario’, uno spazio allo stesso tempo fisico e simbolico, in grado di generare senso di appartenenza nelle persone che ci vivono e attrazione per le altre**” (Antonio Romano).

IDENTITÀ DI UN TERRITORIO

- **“Un territorio, quindi, dovrà imparare a farsi scegliere investendo su di un chiaro connotato identitario, in grado di superare luoghi comuni e stereotipi, per comunicare la propria unicità, i propri valori, le proprie eccellenze e la propria idea di sviluppo”**

COSTRUIRE L'IDENTITÀ DI UNA CITTÀ

- “Costruire l'**identità visiva** di un centro urbano deve essere prima di tutto un'operazione di selezione dei **caratteri distintivi** che **emergono dalle modalità con cui è vissuta, dalla qualità dei servizi offerti, dalle esperienze ambientali, culturali e sociali che potenzialmente potrebbe offrire**”.

IDENTITÀ VISIVA DI UNA CITTÀ

- **“L’identità visiva di una città è sintesi di valori passati, qualità presenti e visioni future; espressione progettuale di una modalità di vita”. (Mario Piazza)**

IDENTITÀ COMPETITIVA

- “Il concetto di *identità competitiva* è il **risultato di una serie di fattori distintivi**, i quali vanno correlati e opportunamente armonizzati pur nella loro complessità, **per mantenere tale, e se possibile incrementare, la competitività del territorio**”

IDENTITÀ COMPETITIVA

- **“Solo una strategia condivisa che coinvolga in modo attivo sistema politico, attori economici e cittadini nella definizione dell’identità competitiva può essere considerata vincente** nella promozione efficace dell'immagine turistica e attrattiva di una destinazione, fosse anche quella di un piccolo comune”. (Simon Anholt)

PROGETTARE L'IDENTITÀ DI UN TERRITORIO

- **“L'identità competitiva di un territorio è una scelta di progetto che va costruita a partire da uno specifico patrimonio di valori che definiscono il suo capitale territoriale.**

Il concetto di visione è strettamente connesso a quello di vocazione nelle azioni di valorizzazione del territorio”. (Francesco Zurlo)

PROGETTARE L'IDENTITÀ DI UN TERRITORIO

- “Il progetto del brand include una **‘visione strategica’** proiettata nel futuro, di come il luogo oggetto di progetto sarà percepito dai suoi abitanti o dai suoi fruitori e per questo deve andare **oltre i tradizionali dispositivi di comunicazione istituzionali**”

COMPETIZIONE E PROCESSI COMUNICATIVI

- Oggi più che mai le nuove **dinamiche competitive che investono i territori** aumentano il peso e l'importanza dei **processi di comunicazione strategica** dell'offerta territoriale e della loro attuazione.

COMPETIZIONE E PROCESSI COMUNICATIVI

- Diventano sempre più importanti politiche e strumenti di comunicazione capaci di:
 - **valorizzare le identità ed le specificità dei diversi territori;**
 - **fare leva sul capitale territoriale**, inteso quale complesso di elementi tangibili ed intangibili che compongono il sistema d'offerta locale;
 - **narrare i caratteri distintivi e identitari attraverso azioni di brand policy unitaria e coordinata.**



STUDIO PER LA DEFINIZIONE DELL'IDENTITÀ VISIVA DELLA CITTÀ DI ASCOLI PICENO

**Un progetto per comunicare l'identità
competitiva di Ascoli e del suo territorio**

OBIETTIVO DEL PROGETTO

- L'obiettivo principale del progetto è **di contribuire alla progettazione dell'identità visiva e della comunicazione strategica della città di Ascoli Piceno**, attraverso lo sviluppo di uno studio finalizzato alla **definizione dell'identità competitiva** della città e del suo territorio e alla sua **trasformazione in brand ed elementi distintivi per l'impostazione del progetto d'immagine coordinata**.

METODOLOGIA DI PROGETTO

- Il percorso di ricerca sarà condotto impiegando differenti metodologie:
 - **organizzazione di focus group con esperti**, rappresentanti di gruppi sociali e personalità in ambito culturale e politico;
 - **interviste ad operatori economici, a categorie di cittadini, a “opinion leaders”** ;
 - **raccolta e analisi di materiale documentario ed iconografico, archivi fotografici, letteratura.**

METODOLOGIA DI PROGETTO

- Il **percorso metodologico** sarà articolato in differenti attività tra loro strettamente collegate:
 - **censimento, organizzazione e definizione logica degli elementi di realtà, reputazione e aspirazione della città di Ascoli Piceno;**
 - **definizione delle direttrici strategiche del progetto (briefing);**
 - **ricognizione sullo stato dell'arte di progetti di identità visiva di altre città italiane ed europee: punti di forza e di debolezza**
 - **definizione del concept strategico su cui impostare le linee guida di progetto;**
 - **definizione delle azioni di design da intraprendere;**
 - **progettazione degli elementi grafici distintivi per l'impostazione dell'immagine coordinata**

FASI DEL PROGETTO

- Il progetto è articolato in **due macro-fasi**:
 1. una **fase preliminare** di analisi, ricerca, documentazione e raccolta dati, finalizzata alla conoscenza della città di Ascoli Piceno e del suo capitale territoriale, per rilevare, comprendere e **definire i fattori rilevanti** per la sua valorizzazione;
 2. una **fase progettuale**, finalizzata alla **costruzione dell'identità visiva vera e propria** della città e del territorio.

FASI DEL PROGETTO

- **L'attività preliminare di ricerca** approfondirà in particolare:
 - **i valori territoriali**, in termini di attrattori territoriali culturali, cioè le caratteristiche storiche, geografiche, monumentali;
 - **l'iconografica del territorio**, in termini di ricognizione di colori, materiali, segni, simboli ed icone esistenti legate al territorio e attraverso le quali un territorio già si identifica e si comunica;
 - **le imprese e gli attori del territorio**, cioè le attività imprenditoriali locali, che rappresentano i potenziali portatori di interesse del progetto di brand del territorio

FASI DEL PROGETTO

- **L'attività di analisi** sarà determinante per la **definizione dell'identità competitiva**, per la selezione e lo sviluppo degli **elementi distintivi che differenziano Ascoli Piceno dalle altre città**

FASI DEL PROGETTO

- La successiva **attività di visione strategica e sviluppo di concept**, attraverso gli strumenti tipici del design (strumenti di rappresentazione quali schizzi, mappe, diagrammi, story-board, scenari) avrà come finalità **la progettazione dell'identità visiva della città di Ascoli**: il progetto del brand e dell'immagine coordinata come espressioni visive dell'identità e degli elementi di differenziazione e posizionamento di Ascoli.

CONCLUSIONI

- Il progetto **“Ascoli, città del futuro”** è **un’importante occasione:**
 - **per riflettere sui valori e le vocazioni** che definiscono **l’unicità/singularità** della nostra città
 - **per condividere le differenti visioni del futuro e le direttrici strategiche di sviluppo** del nostro territorio
 - **per accrescere e valorizzare il potenziale di attrattività e di competitività** della nostra città