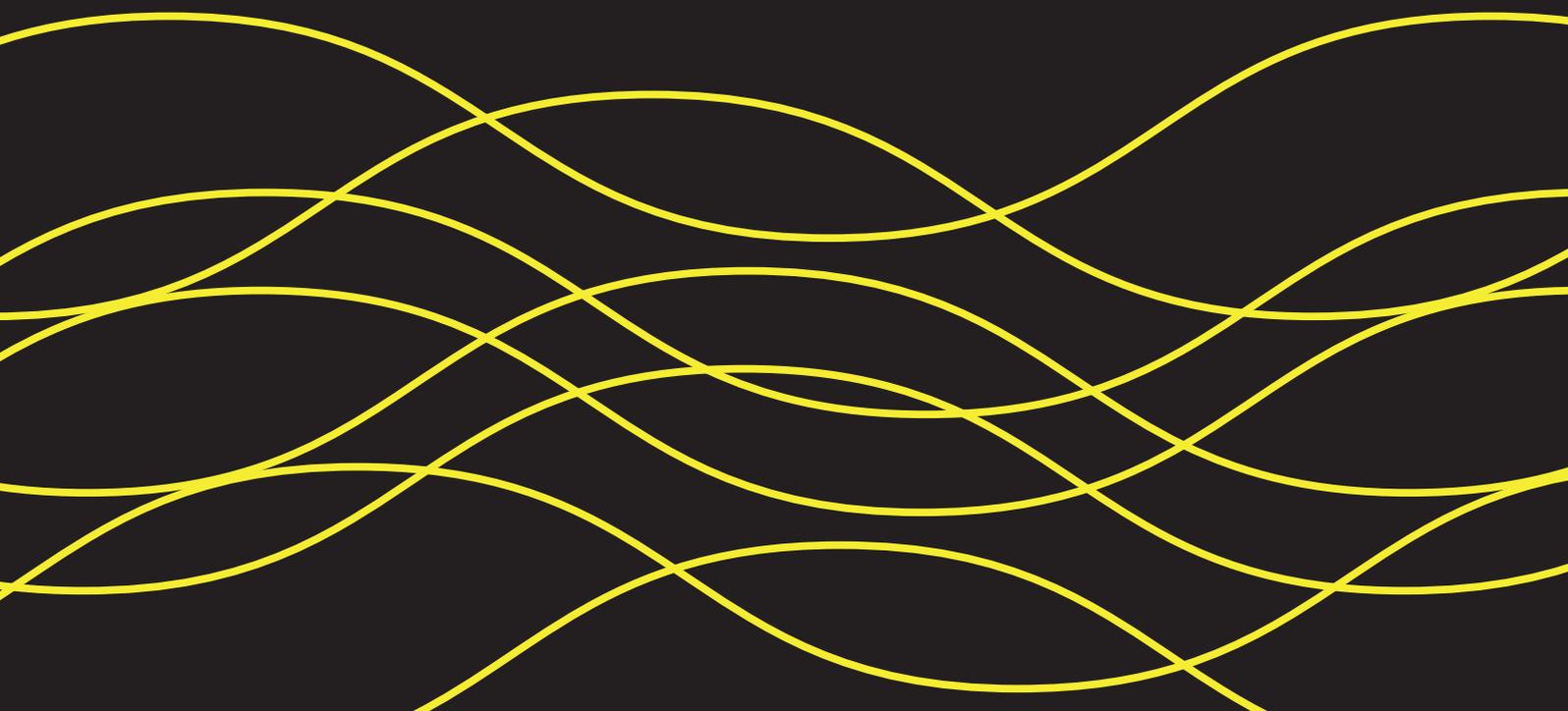


Un progetto di Martina Alciato Botta e Daniele Parlamento

Relatore Prof. Luca Cattaneo

# upstream

ALDILÀ DELLA CORRENTE



# upstream

ALDILÀ DELLA CORRENTE

Un progetto di Martina Alciato  
Botta e Daniele Parlamento  
per la tesi di laurea in *Design  
e comunicazione* al Dipartimento  
di Architettura e Design  
del Politecnico di Torino.

Relatore  
*Prof. Luca Cattaneo*

Studenti  
*Alciato Botta Martina  
Parlamento Daniele*



Corso di laurea  
*Design e comunicazione*

Anno accademico  
*2021/2022*

# Indice

1	<b>Abstract</b>	
3	<b>Introduzione</b>	
5	<b>Benvenuti a Biella</b>	
7	Scenario geografico	
13	Scenario demografico	
15	Scenario storico	
25	Scenario storico e professionale	
33	La birra	
41	Casi studio biellesi	
	<i>Telebiella</i>	
53	<i>Biella. The art of Excellence</i>	
55	<i>Ferragosto Andornese</i>	
59	<b>I Biellesi</b>	
61	Stakeholder	
63	User research	
64	<i>Le domande</i>	
65	<i>Daniele Basso</i>	
67	<i>Silvano Esposito</i>	
69	<i>Nicole Lucia</i>	
71	<i>Stefano Mosca</i>	
73	<i>Josif Vezzoli</i>	
75	<i>Mikelle Standbridge</i>	
77	<i>Matteo Zoccolo</i>	
79	<i>Samuele Serra &amp; Douglas Tricarico</i>	
81	<i>Edward Romano</i>	
83	Ratio gain/pain points	
85	Gain points	
86	Pain points	
87	Definizioni di creatività emerse nella user research	
89	User personas	
90	<i>Lucia Colozzo</i>	
91	<i>Piero Seggio</i>	
92	<i>Michela Toscani</i>	
93	<i>Marco Nicola</i>	
94	<i>Sandro Zanzara</i>	
95	<i>Gavino Bravi</i>	
96	<i>Maria Gnezza</i>	
97	<b>I casi studio</b>	
99	Gli indicatori	
101	Torino Creativa	
103	torinodesign.info	
105	District	
107	Graphic Days	
109	ZERO.EU	
111	<b>Il concept</b>	
113	How might we	
115	Linee guida	
117	Idea progettuale	
121	<b>Il progetto</b>	
123	Naming	
125	Manifesto	
127	Narrazione e tone of voice	
129	Target	
130	I protagonisti identitari	
131	<i>Orso Bieleis</i>	
132	<i>Sal Moon</i>	
133	Tipografia	
135	Colore	
137	Flusso progettuale	
139	Fase I e fase II	
147	Fase III	
163	Fase IV	
165	Fase V	
167	<b>Conclusioni</b>	
169	Bibliografia	
	Sitografia	
171	Fonti immagini	
174	Vogliamo ringraziare	

# Abstract

Il progetto di tesi ha l'obiettivo di valorizzare il territorio Biellese, facendo leva sui fasti del passato, ma allontanandosi dalla narrativa locale, che ha solo contribuito alla creazione della mentalità negativa dei biellesi verso il Biellese. Il fine è definire una strategia di comunicazione che possa reinterpretare questo passato in un linguaggio contemporaneo, dando fiducia alle realtà creative nel Biellese e le opportunità che questo può offrire. Ricordare il patrimonio umano ed il know-how può infatti rappresentare un punto di partenza per un futuro migliore, un futuro fatto di persone che vogliono costruire e progettare tornando ad un concetto di comunità che, seppur per limiti geografici ancora isolata, interconnessa al mondo grazie alla tecnologia. Nella prima parte saranno analizzati lo scenario e la storia territoriale/industriale, artistica e sociale del territorio, elencando inoltre una serie di avvenimenti e casi studio, che hanno segnato il percorso di Biella. In questa fase, saranno messe in analisi anche le interviste fatte a creativi del territorio, che hanno dato modo di comprendere le unicità, non solo in campo industriale, che hanno animato il Biellese nell'ultimo secolo. Nella seconda parte, si parlerà della strategia di comunicazione di "upstream", progetto che si attuerà sui social, attraverso una pagina Instagram, che farà da piattaforma di divulgazione di cultura territoriale, di competenze per e con i professionisti, ed un canale Youtube, su cui si svilupperà una docuseries, che valorizzerà gli abitanti e le loro attività.

The thesis project aims to promote Biella's territory, beginning with its past, while distancing itself from the local storytelling, which has only contributed to create a negative mindset in people towards the city. The final goal is to design a communication strategy that can redesign the past in a contemporary language, while having trust in creative entities in the area and the opportunities that Biella can offer. In fact, remembering the human heritage and know-how could represent a starting point for a better future, which could be made of people who want to build and design, beginning with the concept of community, which is a bit isolated, yet interconnected to the rest of the world thanks to technology. In the first part of the thesis, topics such as the historical and territorial/industrial scenario, plus the artistic and social history of Biella will be tackled. Furthermore, a series of events and case studies, which have marked Biella's evolution, will be listed. In this phase, there will also be an analysis of interviews made with creative talents of the area, which made us better understand the uniqueness that animated Biella in the last century, not only in the industrial field. The second part will be about "upstream" communication strategy, which is a project that will be carried out on social medias through an Instagram account, which will be a divulgation channel of territorial culture, expertise for and with professionals, and a Youtube channel, on which a docuseries will be developed, whose aim is to promote the citizens and their activities.

# Introduzione

Per questo progetto di ricerca si è scelto indagare la realtà Biellese al fine di trovare nuova linfa vitale in ambito culturale, ponendosi però, con un punto di vista differente. Come autori nati e cresciuti a Biella, da generazioni e luoghi diversi, ci siamo infatti resi conto di quanto la reputazione e la percezione del territorio fosse molto negativa, soprattutto dalla parte di chi lo vive e lo abita, in totale contrapposizione con chi, invece, è arrivato nel Biellese da esperienze di vita totalmente diverse e ha scelto di insediarsi per viverci e magari creare e costruire. La nostra estrazione generazionale così diversa, così come la località di residenza, ha trovato però un denominatore comune nell'avvalorare la tesi, per cui nel Biellese vi siano oggettive problematiche di comunicazione e proiezione futura. Per meglio definire i contorni di noi autori forniamo al lettore una breve bio che possa far meglio comprendere la dinamica di partenza.

Martina ventenne, studentessa residente in Valsessera, si affaccia ora attivamente al mondo del lavoro e della società, mentre Daniele, quarantenne, lavoratore di lungo corso, residente a Mongrando, ha vissuto in prima persona il declino territoriale, industriale e sociale. Quest'area è stata segnata indiscutibilmente dal suo passato industriale (l'industria tessile e laniera in particolar modo), lo stesso passato però, che ha spinto gli imprenditori locali ad un isolamento volontario, per far sì che le competenze non venissero rubate o trasferite. La delocalizzazione poi avvenuta a partire dalla fine degli anni '90, culminata nei primi anni del 2000, ha svuotato questo segmento industriale lasciandosi alle spalle un vuoto difficile da colmare. Questa eredità di chiusura verso il mondo esterno ha creato una barriera non solo fisica, per la carenza di

arterie di collegamento, ma anche mentale, segnando indiscutibilmente la mentalità di quella generazione e di quelle a venire. Ciò che resta di questo passaggio è una ricchezza economica, dominio di pochi, che pone Biella tuttora tra le province più ricche d'Italia. In questo contesto, sono state molte le iniziative che hanno cercato di rilanciare il Biellese in ambito culturale e professionale, ma, trattandosi spesso di iniziative autoreferenziali e inserendosi in un ambiente dal mindset negativo, non hanno sortito gli effetti desiderati.

Come designer, ma soprattutto come cittadini, ci siamo interrogati sui motivi dei fallimenti pregressi, ma, credendo fortemente nelle potenzialità che il Biellese può offrire, abbiamo intrapreso un lungo percorso di ricerca e di interviste che potesse darci le risposte che stavamo cercando. Prende così forma *upstream - aldilà della corrente*, un progetto di comunicazione, che ha lo scopo di riferirsi a coloro che possono ancora rappresentare il cambiamento, ossia i giovani, raccontando loro il passato con una nuova contemporaneità, donando loro un seme per la crescita di una nuova linfa. Così come il salmone ritorna al luogo di nascita per riprodursi, riconoscendo in quelle acque un ambiente adatto alla vita, così *upstream* vuole essere un vivaio per i giovani creativi, professionisti di domani, affinché possano affrontare la corrente e gli orsi predatori, che incontreranno sul loro percorso, con una mentalità positiva. Il progetto consiste in un piano di comunicazione con touchpoint digitali e analogici, mirati a nutrire interesse sulle possibilità parlando al positivo: uno storytelling visuale che comprende un canale Instagram ed una docuseries generativa, che vada a raccontare il buono per poter generare futuro. Gli altri touchpoint fisici, cartoline, segnalibri e stickers, hanno il ruolo di catturare l'attenzione parlando ai giovani. Un altro aspetto importante è dedicato alla condivisione delle skills che possono essere messe a disposizione e che hanno lo scopo di formare, farsi conoscere e creare aggregazione, riconoscendo in quest'ultima un valore fondamentale per la crescita. *upstream* vuole sensibilizzare a non avere paura degli orsi (che rappresentano la staticità e gli ostacoli biellesi) ed a vivere la corrente come un'opportunità e non come un ostacolo.

# Benvenuti a Biella



“ Biella tra ‘I monte e il verdeggiar de’  
piani lieta guardante l’ubere convalle,  
ch’armi ed aratri e a l’opera fumanti  
camini ostenta.

Giosuè Carducci, *Piemonte* (1890)

# Scenario geografico

## Un gioiello prealpino

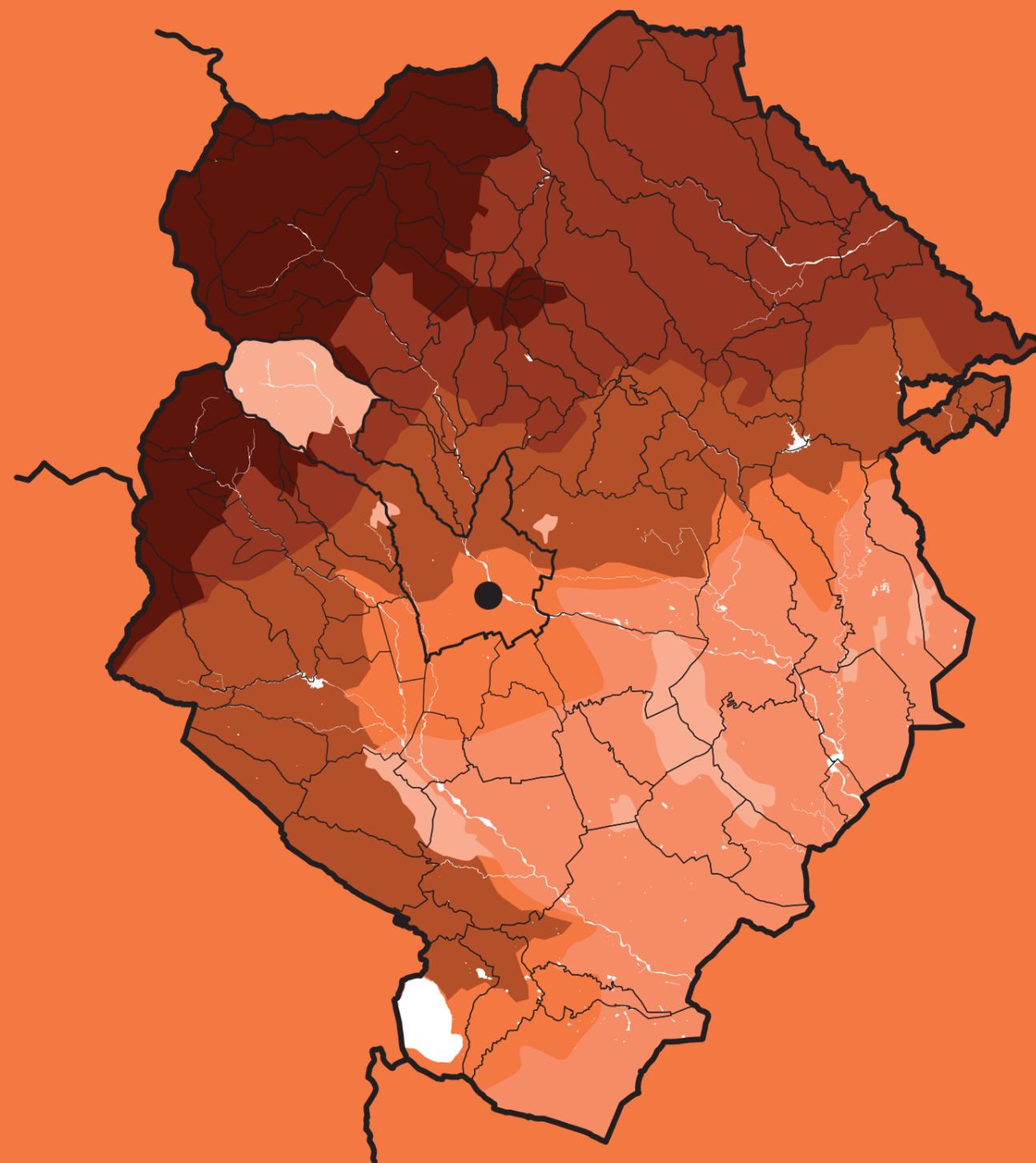
### Ai piedi dei monti

Il Biellese è un'area racchiusa dalla catena montuosa delle Alpi Biellesi a nord e dalle pianure coltivate prevalentemente a riso e granturco, che conducono alla vicina Vercelli verso sud. Si affaccia sul vicino Monte Rosa a est, mentre a sud-ovest la collina di origine morenica della Serra di Ivrea lo separa dal Canavese. La sua natura montuosa e la presenza di numerose fonti sorgive ne garantisce notevoli risorse idriche. Biella, situata ai piedi delle Alpi Biellesi, è capoluogo dell'omonima provincia e conta 42.761 abitanti nel 2021. Nasce vicino alle rive del fiume Cervo, ed è al centro di un importante distretto tessile. Importanti l'industria laniera (ottime per la produzione della lana le pecore della razza biellese, affine alla razza bergamasca), e cotoniera; sono presenti anche concerie e officine meccaniche. Dista 72 km da Torino, 86 km d'Aosta, 100 km da Milano e 129 km da Lugano.

### La Provincia

La Provincia di Biella (913 km<sup>2</sup> con 169.560 abitanti nel 2021). Istituita nel 1992, include 74 comuni. Il territorio, compreso nella fascia prealpina, fra le pendici meridionali del Monte Rosa, la Valle Sessera, la Valsesia e l'alta pianura, allo sbocco di numerose

Fig. 1 (a destra): Mappa della Provincia di Biella. (Immagine d'autore, 2022)



Legenda:



valli fluviali, presenta una distribuzione demografica fortemente disomogenea. La popolazione è concentrata per oltre il 70% nel comune capoluogo e per la parte rimanente si distribuisce in centri di minima dimensione, i maggiori dei quali sono situati lungo i principali assi di collegamento interregionale. L'artista Pistoletto definirà infatti Biella come una città arcipelago.

### Economia locale

L'economia locale è incentrata sull'attività del distretto tessile, un'area-sistema fondata sulla diffusione di una cultura manifatturiera di antica tradizione. Il sistema tessile, caratterizzato da un'elevata concentrazione, si è sviluppato parallelamente ad un'industria meccanica altamente specializzata che, con il relativo indotto, costituisce un segmento essenziale dell'intera produzione meccanico-tessile nazionale. Il rapporto di interazione fra il sistema produttivo e il mercato del lavoro locale, insieme al livello di avanzamento delle esperienze di internazionalizzazione poste in atto dai più importanti gruppi imprenditoriali dell'area, costituiscono i principali fattori di sviluppo del territorio. Il funzionamento delle imprese distrettuali risente tuttavia di carenze dell'apparato dei servizi e delle infrastrutture di collegamento con la rete autostradale nazionale, oltre che dei limiti del locale scalo aeroportuale.

### Le valli

L'altitudine massima del territorio provinciale è il Monte Mars (2600 m); l'altitudine minima, invece, è rappresentata dal comune di Giffenga (187 m s.l.m.). I principali torrenti sono l'Oropa, il Cervo, l'Elvo, lo Strona di Mosso e il Sessera, che disegnano le relative valli. Il Biellese è stato al centro di diversi fenomeni alluvionali (1968, Valle Mosso; 2002, Valle Cervo). Ricco di corsi d'acqua, un tempo indispensabili alle numerose fabbriche della zona (alcune di esse, ormai dismesse, costituiscono una vera e propria memoria archeologico-industriale), condivide con la città metropolitana di Torino il lago di Viverone. Una parte del territorio provinciale è tutelata da tre aree protette regionali:

- Parco della Burcina;
- Riserva naturale speciale del Sacro Monte di Oropa;
- Riserva naturale regionale Baragge - Bessa - Area attrezzata Brich Zumaglia - Mont Prève.



Fig. 2: La baraggia di Candelo. (Immagine d'autore, 2021)

### L'acqua, oro del Biellese

Gli svincoli autostradali prossimi al capoluogo sono, sulla Autostrada A26, quello di Romagnano Sesia, quelli di Santhià, Albiano d'Ivrea sull'autostrada A5 e quelli di Carisio e Balocco sull'Autostrada A4.

L'acqua biellese ha proprietà intrinseche particolari. Scorrendo lungo terreni privi di gesso e di calcare, le acque sono povere di durezza e concentrazione di sali minerali; sono acque usate al loro stato naturale, senza necessità di essere corrette con sostanze neutralizzanti. Serviva meno sapone per il lavaggio e la rifinitura delle stoffe, era ideale per lavare e trattare il vello ovino, trasformare la lana in filati pregiati, ed essendo buona e purissima, anche per produrre una birra storica, come la Menabrea. In questo territorio la vita e l'industria, del tessile in particolare, devono tutto a questa risorsa.

### Biella Turismo

I corsi d'acqua hanno modellato l'orografia del territorio biellese, è infatti suddiviso in cinque valli (Elvo, Oropa, Cervo, Mosso, Sessera), cinque come le dita della mano. Non a caso la mano è il simbolo del marchio *BiellaTurismo*, ideato da Ugo Nespolo nel 2006 ed utilizzato per la campagna *Innamorati del Biellese*, con cui il territorio si promosse per le Olimpiadi Invernali di Torino 2006.



Fig. 3: Logo "BiellaTurismo".  
(facebook.com/biellaturismo- post, 2014)

### La visione di Nespolo

Una mano pronta, che conduce alla scoperta di una natura a misura d'uomo e che rappresenta in qualche modo, il passaggio di un passato industriale, che proprio su queste valli si è sviluppato, sfruttando l'acqua come forza lavoro.

“ Come le dita di una mano, le cinque valli biellesi fanno da splendida cornice al territorio pianeggiante e al capoluogo. Assumendo questa similitudine, la “mano” può essere quindi accolta come “simbolo” del territorio biellese.

Ugo Nespolo, descrivendo il concept del logo di *BiellaTurismo* (2006 ca)



Fig. 4 (a destra): Mappa delle valli del Biellese.  
(Immagine d'autore, 2022)



Legenda:

- Valle Elvo
- Valle Oropa
- Valle Cervo
- Valle Mosso
- Val Sessera

# Scenario demografico

In ordine di lettura

Fig. 5: Infografica sulla qualità della vita in provincia di Biella 2021.  
Fonte: Lab24, Il Sole 24 ORE.  
(Immagine d'autore, 2022)

Fig. 6: Infografica sull'età media.  
Fonte: Osserva Biella.  
(Immagine d'autore, 2022)

Fig. 7: Infografica sugli iscritti del secondo ciclo, per filiera e ordine di scuola.  
Fonte: Osserva Biella.  
(Immagine d'autore, 2022)

Fig. 8: Infografica sulla struttura demografica della popolazione per fascia d'età.  
Fonte: Osserva Biella.  
(Immagine d'autore, 2022)

Fig. 9: Infografica sull'andamento demografico della popolazione residente in provincia di Biella dal 2001 al 2020.  
Fonte: Osserva Biella.  
(Immagine d'autore, 2022)

## Qualità della vita in provincia di Biella 2021

(Classifica su 107 province italiane)



**169.560**  
abitanti

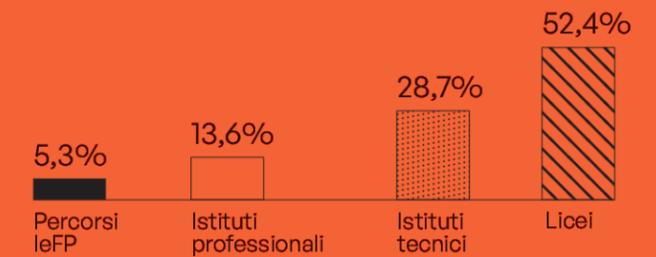
81.730  
uomini  
87.830  
donne

**49,8**  
età media

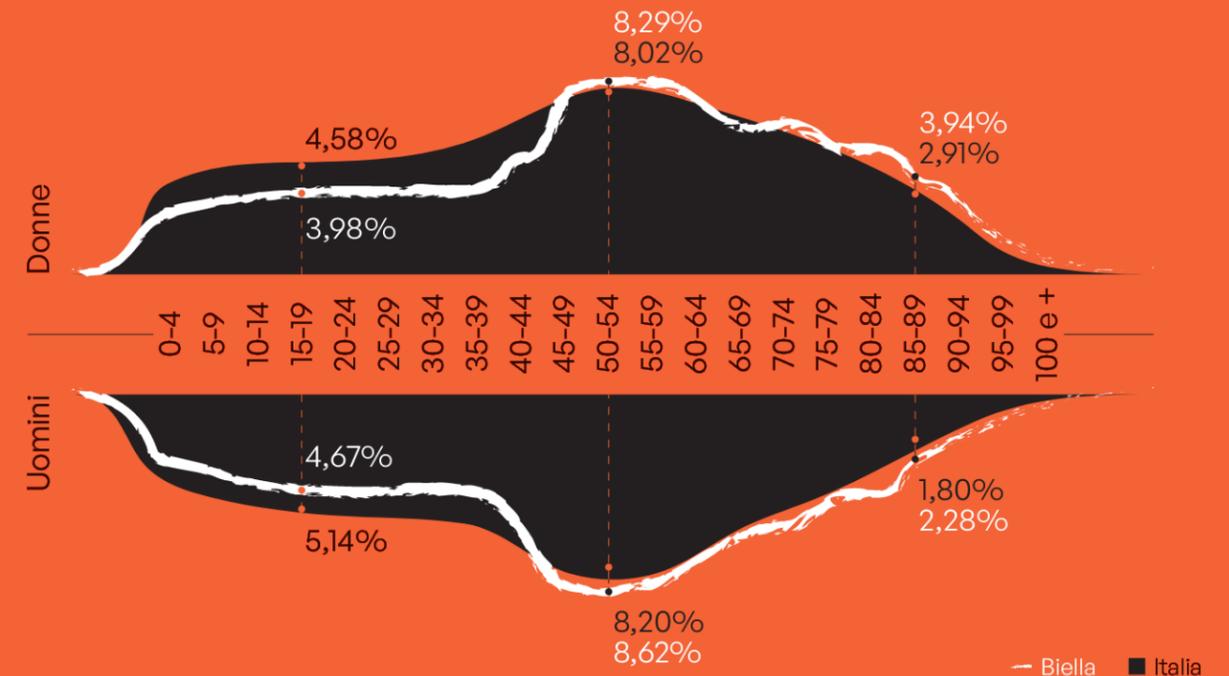
+3,6  
rispetto alla media  
nazionale

### Iscritti del secondo ciclo, per filiera e ordine di scuola

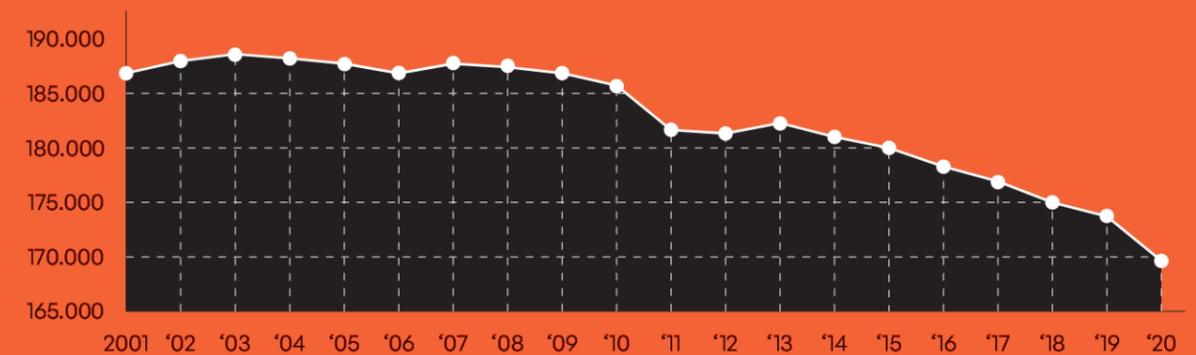
(7.043 studenti iscritti all'A.S. 2020/2021)



### Struttura demografica della popolazione per fascia d'età



### Andamento demografico della popolazione residente in provincia di Biella dal 2001 al 2020



# Scenario storico

## La genesi del distretto

### Neolitico

I ritrovamenti archeologici testimoniano che il Biellese è stato abitato fin dai tempi più remoti. Dei cacciatori e raccoglitori neandertaliani, vissuti nel biellese tra 120.000 e 35.000 anni fa, sono stati ritrovati strumenti in selce utilizzati per lavorare legno e pelle. I siti di provenienza dei reperti indicano le aree occupate da questi gruppi umani nel comune di Masserano, presso le rive dei torrenti Ossola ed Osterla. I progressi compiuti nella lavorazione della pietra in età Neolitica (6.000-3.500 a.C.) e nell'evoluzione dell'homo sapiens, che da cacciatore diventa allevatore e agricoltore, sono documentati dagli strumenti in pietra levigata denotando la volontà da parte dell'Homo sapiens di crearsi spazio tra le foreste a querceto al fine di potersi insediare.

### Età del bronzo

Questo passaggio è documentato dai reperti dell'insediamento palafitticolo di Viverone, che nel 2011, è stato eletto sito Unesco e patrimonio dell'umanità. Questo villaggio fu il centro da cui, a partire dal XV secolo a.C., si diffusero a largo raggio stilemi decorativi peculiari, testimoniati nelle produzioni ceramiche. Tale fenomeno risulta strettamente connesso all'attività metallurgiche che gradualmente soppiantarono in loco

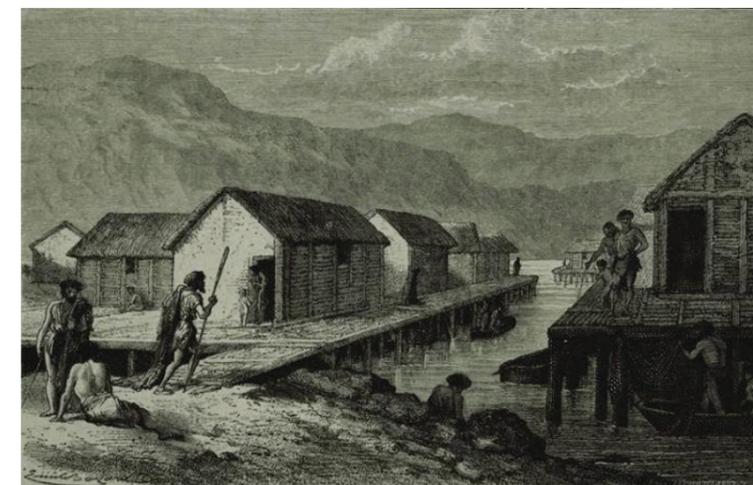


Fig. 10: Illustrazione palafitte lago di Viverone. (ATL Biella, n.d.)

### Bugella

l'uso di utensili e armi in pietra e diffusero ad ampio raggio tecniche e stili grazie a spostamenti e contatti di artigiani metallurghi. Seguirono popolazioni liguri e celtiche, dedite alla caccia e alla pesca e poi alla pastorizia, che si stanziarono soprattutto nelle regioni subalpine e collinose, vicino ai corsi d'acqua. Un altro gruppo di popolazioni liguri, i Vittimuli, occupò soprattutto i territori della Bessa, dove si sviluppò l'attività di sfruttamento dei giacimenti di metalli ed auriferi, continuata in epoca romana.

L'odierno nome di Biella deriva da *Bugella*. Esso apparve la prima volta nell'atto di donazione fatta dagli Imperatori del Sacro Romano Impero Ludovico il Pio (figlio di Carlo Magno) e Lotario, il 10 luglio 826, al Conte Bosone. *Bugella* sarebbe di origine latina ma deriverebbe dalla crasi celto-latino di *bu-cellae*, dove *cellae* significa luogo di dimora, mentre il prefisso *bu-* è particella intensiva per indicarne la minore importanza; Mullatera, all'inizio delle sue *Memorie*, suggerisce *Bruticella*, per la dimora che vi avrebbe fatto il cospiratore contro Cesare, Decimo Bruto. Altre teorie vogliono legare l'origine al nome dalla pianta *betulla*, volgarmente detta *biolla*, mentre Gustavo Avogadro I da *Biel*, dio celtico e scandinavo della vegetazione. La radice *bug* del nome *Budella* si può anche ricondurre alla radice indoeuropea *bhag* o *bag*, che indica l'albero del *faggio*. Ad eccezione della Grecia, dunque in tutte le altre regioni del nord, del centro e del sud dell'Europa, dalla più remota antichità fino ad oggi, questa radice ha sempre indicato l'albero del faggio.

Secondo questa interpretazione, *Bugella* sarebbe quindi il nome di una località, ricca di boschi di questo albero.

### Il periodo Romano

Al tempo dell'espansione Romana, Biella era già un fiorente centro abitato, ma per vedere i primi nuclei cristiani bisognerà attendere il IV-V secolo. I ricordi delle invasioni barbariche furono in gran parte distrutti e per conoscere le condizioni di Biella in tale travagliato tempo bisogna giungere fino alla caduta del dominio Longobardo.

### Santo Stefano

Nel X secolo, sotto il dominio di Alemanni, Longobardi e Franchi, incominciò ad esercitare la sua influenza sui Biellesi il capitolo di S. Stefano, che volle imporre la propria autorità alla signoria Vescovile, favorendo lo sviluppo del senso autonomo della Chiesa di S. Stefano, che si stava formando, creando così quel nucleo che doveva dare origine al Comune.



Fig. 11: Il battistero di Biella.  
(Archivio Besso / Fondazione CRB, n.d.)

Di questo periodo restano soltanto il Battistero e il campanile di una chiesa dedicata a Santo Stefano (l'attuale duomo) attorno ai quali crebbe la città. Stante le condizioni nel 1160, il Vescovo Uguccione fondò un nuovo abitato nella località detta *Piazza*, in posizione più alta del Comune.

### Il Piazza

Il *Piazza* è considerato il cuore della città e, fino al XIX secolo, fu sede del municipio. All'interno del borgo si possono ammirare spunti architettonici tipicamente medioevali, come piazza Cisterna e la chiesa di San Giacomo. Il borgo è collegato al resto della città da numerose salite medioevali (le coste), e, ora, tramite un servizio di funicolare gratuito.



Fig. 12: Biella Piazza.  
(Archivio Comune di Biella /  
Collezione Catuzzo/Stefani, n.d.)

### I Savoia

Tra il XIV secolo e il XV secolo vi furono numerosi scontri tra i Visconti e i Savoia per conquistare il possesso del Biellese. Nel 1357 comparvero regolarmente i Podestà, che rappresentavano l'autorità centrale, a fianco dei Chiavari e Consoli. Durante le competizioni fra Guelfi e Ghibellini vercellesi, Biella seguì costantemente la parte del Vescovo; ma l'elezione di Giovanni Fieschi alla sede vescovile (1348) ruppe per sempre i buoni rapporti fra episcopato e Comune. Nel 1377 una rivolta cittadina capeggiata dal canonico Ardizzone Codecapra pose fine al dominio dei Vescovi di Vercelli, con la dedizione ai Savoia. La città infatti, nel 1379, si fece accogliere sotto la tutela del Conte Verde per una durata di trent'anni, passando così sotto la signoria di Casa Savoia.

### La peste

Il XV secolo fu un secolo di perfetta tranquillità, tranne quando venne occupata stabilmente dalle truppe

del Brissac. Solo la vittoria di S. Quintino riportò Biella sotto la dominazione sabauda. La peste fece numerose vittime a Biella come in tutto il Biellese. Quelle del 1522 e del 1599 sono tra le più famose pestilenze ricordate dalla storia; in quella del 1630, Biella rimase illesa per “intercessione” della Madonna d’Oropa.

### La nascita della provincia

Il 18 febbraio 1622 nacque la provincia di Biella, grazie al duca Carlo Emanuele I di Savoia che divise i propri possedimenti ad est della catena alpina in 12 province. Tale suddivisione amministrativa fu di natura principalmente fiscale, funzionale alla necessità legate alla riscossione delle imposte. Il territorio che dipendeva amministrativamente dalla provincia di Biella fu però piuttosto diverso da quello che viene oggi considerato il Biellese: rientravano nell’antica provincia comuni del Canavese e del Vercellese, mentre altri comuni oggi afferenti alla provincia di Biella ne risultavano esclusi, come ad esempio Occhieppo Inferiore, che apparteneva alla Provincia di Vercelli.

### L’occupazione francese e Pietro Micca

Nel 1706, il soldato biellese Pietro Micca salvò, a prezzo della propria vita, la città di Torino, e di conseguenza Biella, dall’invasione francese. Il 1 giugno 1772 fu eretta la diocesi di Biella per interessamento di Carlo Emanuele III. Nel 1798, Biella fu però nuovamente occupata dai francesi con l’approvazione dei liberali biellesi, che speravano in un futuro prospero e privo di conflitti. Poi vennero gli Austro-Russi e, dopo, Marengo fu incorporata alla Francia, fino a quando il congresso di Vienna non riunì Biella alla corona dei Savoia.

### La genesi del distretto laniero

Nel 1849, lungo le rive del torrente Cervo, Massimo Sella acquistò un edificio presso il ponte di Chiavazza, che dal 1796 ospitava la cartiera *Robiolio*, e vi trasferì il lanificio da Mosso, dove Pietro Sella nel 1816 aveva introdotto l’innovazione della *ruota idraulica* per azionare i telai. Verso il 1836, i lanifici che sfruttavano la forza idraulica furono già una decina nella zona di Biella: nella stessa città sorsero i due lanifici degli Amosso e quello dei Bossù. Verso il 1840, l’antica industria dei lanaioli scomparve e gli artigiani divennero tutti operai dei nuovi lanifici; tuttavia, rimasero ancora i telai domestici, a cui gli industriali fecero ricorso nei periodi di incremento della produzione e soprattutto

durante i frequenti scioperi. L’8 maggio del 1859, Biella venne liberata dall’assedio delle truppe austriache da Garibaldi; nello stesso anno, in seguito al Decreto Rattazzi, la provincia di Biella fu abolita e venne sostituita da un capoluogo dell’omonimo circondario della provincia di Novara. Con l’introduzione dei nuovi telai meccanici (il primo introdotto a Biella fu lo *Smith*, seguito dal *Crompton*, poi nel 1870 dall’*Hartman* e nel 1880 dallo *Schöner*) nacque così il primo lanificio moderno, con una lavorazione della lana che continuava una tradizione risalente a più di cinquecento anni prima, se si considera che già nel 1245 erano inseriti negli statuti di Biella il *Collegio dei Lanaioli* e quello dei *Tessitori*. Il processo di industrializzazione si compì lentamente nel corso dell’Ottocento, gli operai impiegati nell’industria laniera passarono da 6.500 a 7.339 dal 1864 al 1891, crescita che avvenne in un periodo in cui l’introduzione dei telai meccanici creò una minore esigenza di manodopera a parità di prodotto. A cavallo dei due secoli, Biella registrò un boom e nel 1907 gli operai furono 15.068. Nell’Ottocento fu comune nelle fabbriche il lavoro infantile, talvolta preferito a quello degli operai adulti, perché pagati tre/quattro volte meno e più deboli nel rapporto con i proprietari. Biella entrò poi a far parte della provincia di Vercelli nel 1927, per diventare infine provincia autonoma nel 1992.

### La seconda guerra mondiale e la Vespa

Nel 1943 la città venne occupata dai tedeschi. Il comando delle truppe nazifasciste si insediò all’*Albergo Principe* e le SS presero possesso della *Villa Schneider* a capo del maggiore Karl Schultzer. Nella seconda guerra mondiale fu una delle città fulcro della Resistenza in Piemonte, grazie alle sue colline e alle sue montagne,

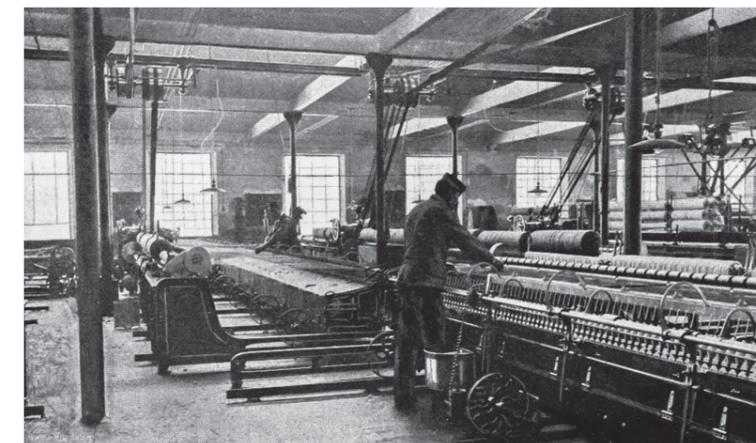


Fig. 13: Filatura della lana.  
(CAI / Archivio Comune di Biella, n.d.)

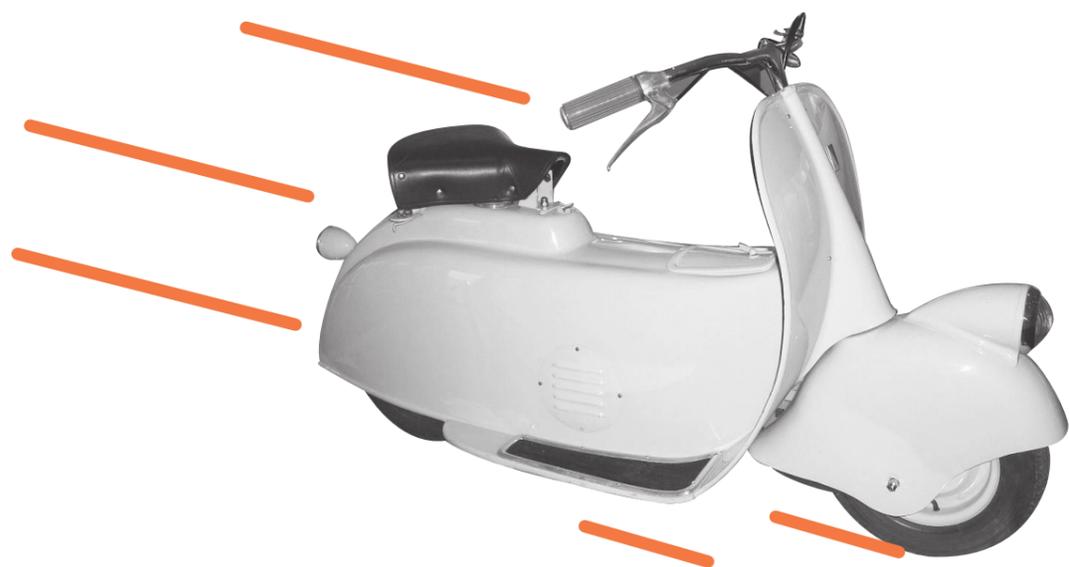


Fig. 14: Biella, Palazzo Boglietti Mostra "BiellaVespa - Il ritorno del mito" - Modello originale di MP5 Piaggio Paperino (1944). (Twice25 - Opera propria, 2010)

che furono teatro di intense lotte partigiane. Nel periodo di occupazione nazifascista a Biella, dal 1943 al 1945, vennero requisiti ingenti quantità di materiale e manufatti tessili. Il 24 aprile 1945 la città venne liberata dai Partigiani. Biella fu, negli anni finali della seconda guerra mondiale, un centro vitale per la realizzazione dei macchinari della *Piaggio*, che trasferì da Pontedera nella città piemontese i propri stabilimenti, a causa dei bombardamenti verso le truppe della Germania nazista in fuga verso il nord. Fu qui che nel 1944 venne progettato il prototipo progenitore della *Vespa*, il *Paperino*, da cui, negli anni seguenti, sarebbe derivato uno dei modelli più diffusi di motoscooter.

### L'alluvione del '68

Il 2 novembre del 1968 il Biellese orientale fu colpito da forti piogge, che provocarono una grave alluvione ed estese frane. Si contarono 58 persone morte, molte decedute mentre dormivano, più di 100 feriti, distruzione di case (coinvolgendo circa 34.000 Biellesi), strade e infrastrutture alla circolazione e distruzione di 130 aziende tessili; i Comuni maggiormente colpiti furono Valle Mosso, Veglio, Strona e Mosso Santa Maria.

### Telebiella

Come approfondito in questa tesi, grazie all'opera dell'imprenditore Giuseppe "Peppo" Sacchi, nel 1971 nacque *Telebiella*, la prima TV libera italiana e la prima emittente privata a rompere il monopolio della Rai (l'emittente di Sacchi fallì poi negli anni '80, ma rinacque

in seguito, sotto altra proprietà). Poi, anche il mobilificio biellese *Aiazzone* sarà un altro importante protagonista dello sviluppo delle televisioni locali.

### La nuova provincia

L'attuale provincia di Biella venne istituita nel 1992, con il dlgs 248 del 6 marzo 1992, per scorporo dalla provincia di Vercelli; le prime elezioni amministrative si svolsero nel maggio 1995. Il territorio provinciale corrisponde quasi esattamente a quello dell'antico circondario di Biella: è costituita da 74 Comuni tra i quali, dopo quello di Biella, il secondo della provincia per numero di abitanti è Cossato. In seguito alle riforme volute dalla *spending review* del Governo Monti, nel 2012 il CAL (Consiglio Autonomie Locali) del Piemonte aveva inizialmente approvato l'aggregazione della provincia di Biella alla provincia di Novara (strategicamente fatta passare sotto il nome di *Quadrante*), che avrebbe assorbito i territori di Biella, Vercelli e VCO, definendo come capoluogo la città di Novara. La Regione Piemonte nella seduta del 23 ottobre formalizzò invece un nuovo assetto biellese-vercellese, inviando questa proposta di riordino ufficiale al Governo. Il decreto, approvato il 31 ottobre 2012 dal Consiglio dei Ministri, non fu però convertito in legge, senza quindi comportare alcuna modifica all'assetto provinciale.

**Neolitico**

Primi insediamenti  
*Homo Sapiens*

**Età del bronzo**

Palafitte al lago  
di Viverone

**IV-V secolo**

Primi nuclei cristiani  
nel Biellese

**X secolo**

Dominio di *Alemanni*,  
*Longobardi* e *Franchi*

Fig. 15: Timeline scenario storico.  
(Immagine d'autore, 2022)

**1599**  
Peste

**1522**  
Peste

**1379**  
Biella passa  
sotto la signoria  
di *Casa Savoia*

**XIV secolo**  
Scontri tra i *Visconti*  
ed i *Savoia*  
per conquistare  
il possesso del Biellese

**1160**  
Fondazione  
*Il Piazza*

**18 febbraio 1622**  
Nascita della prima  
*provincia di Biella*

**1 giugno 1772**  
Costruzione  
diocesi di Biella  
per *Carlo Emanuele III*

**1840**  
Artigiani diventano  
operai dei nuovi lanifici

**1859**  
Abolizione  
della *provincia di Biella*  
ed annessione  
alla *provincia di Novara*

**8 maggio 1859**  
*Garibaldi* libera Biella  
dall'assedio delle  
truppe *austriache*

**24 aprile 1945**  
La città di Biella  
venne liberata  
dai *Partigiani*

**1944**  
Progettazione  
del *Paperino*

**1943**  
Occupazione *tedesca*  
della città di Biella

**1927**  
Annessione di Biella  
alla *provincia di Vercelli*

**2 novembre 1968**  
Alluvione  
sul *Biellese orientale*

**1971**  
Nascita *Telebiella*

**6 marzo 1992**  
Nascita della nuova  
*provincia di Biella*

**1995**  
Prime elezioni  
amministrative

# Scenario storico e professionale

“ I telai di Biella mi ispirano.

Filippo Tommaso Martinetti, in occasione di una sua visita a Biella (1937)



## I prodromi

Le lavorazioni laniere nel Biellese vantano origini antichissime, si risale fino all'epoca pre-romana. La caratteristica principale che rende unico questo territorio sta nella longevità del comparto: i primi Statuti risalgono al 1245, fino ad arrivare al 1582, data in cui viene redatto, a scopo di censimento delle attività dal Duca di Savoia Carlo Emanuele I, il Consegnaimento di Mosso. Risulta evidente come l'intera comunità di Mosso fosse impegnata nelle lavorazioni laniere, nella quasi totalità dei casi si trattava del capofamiglia o di un figlio che esercitava l'arte della lana.

## Crescono le competenze

L'affinazione delle lavorazioni tessili e la formazione di una manodopera specializzata fu la principale risorsa utilizzata dal proto-imprenditore. Questa figura era sostenuta da una gerarchia parentale che tramandava di generazione in generazione le competenze, aumentando sempre la qualità ed i processi. L'arrivo di comande reali e dell'esercito trasformerà queste figure nel protagonista dell'epoca manifatturiera e della successiva trasformazione in un sistema imprenditoriale sempre più strutturato.

Fig. 16 (a destra): Biella Riva, Stabilimento Gualino. (Archivio Comune di Biella, n.d.)



### Pietro Sella

Se dapprima le lavorazioni avvenivano prevalentemente su telai manuali, efficaci ma lontani da produzioni massive, la trasformazione avvenne grazie all'introduzione del filatoi automatici, detti mule, grazie a Pietro Sella (1784-1827). Sella, dopo un viaggio perlustrativo in Inghilterra, dove andò a fare l'operaio per capire come funzionavano le macchine per la lavorazione, acquistò dall'inventore e imprenditore William Cockerill otto esemplari diversi di macchine per la filatura. Sella fu presto imitato dalla maggior parte dei principali imprenditori lanieri che in un primo tempo avevano dimostrato scetticismo.

Sella è l'antesignano del moderno imprenditore, teso alla ricerca della conoscenza e del sapere, fu anche uomo di vasta cultura che spaziava dall'economia politica all'entomologia. Grazie a lui si deve inoltre la ripresa, che arrivò con la produzione dei panni fini, che gli permisero di penetrare il mercato europeo, data la qualità del prodotto e grazie anche alla politica liberale di Cavour. Il controllo necessario per mantenere alti gli standard di qualità fu di trasferire la tessitura all'interno del lanificio.

### I telai meccanici

Maurizio Sella e sua moglie Rosa Sella si trasferirono sul torrente Cervo a Biella alla ricerca di salti d'acqua adatti a fare girare le macchine. Nello stabilimento lungo il torrente Cervo (oggi sede di *SellaLab*) negli anni Settanta dell'Ottocento si arrivò all'introduzione dei telai meccanici. Il telaio in questa fase di razionalizzazione, da sempre di proprietà del tessitore, passò all'imprenditore e il lavoratore venne inglobato nel sistema di fabbrica. L'affermarsi della "fabbrica" fu un grande cambio di paradigma nella prima metà dell'Ottocento, a livello economico, territoriale e sociale. Mano a mano, le piccole attività di manifattura presenti nei borghi dislocati lungo le vallate furono abbandonate, favorendo invece impianti produttivi più grandi situati a fondo valle. Il comune denominatore resta il corso d'acqua, dal quale si trae la forza lavoro. Gli operai furono costretti perciò ad iniziare a percorrere tratti più lunghi per giungere sul luogo di lavoro. Le nuove tecnologie, inoltre, favorirono una suddivisione e specializzazione del lavoro sempre più specifica, determinando la formazione di nuovi profili professionali.

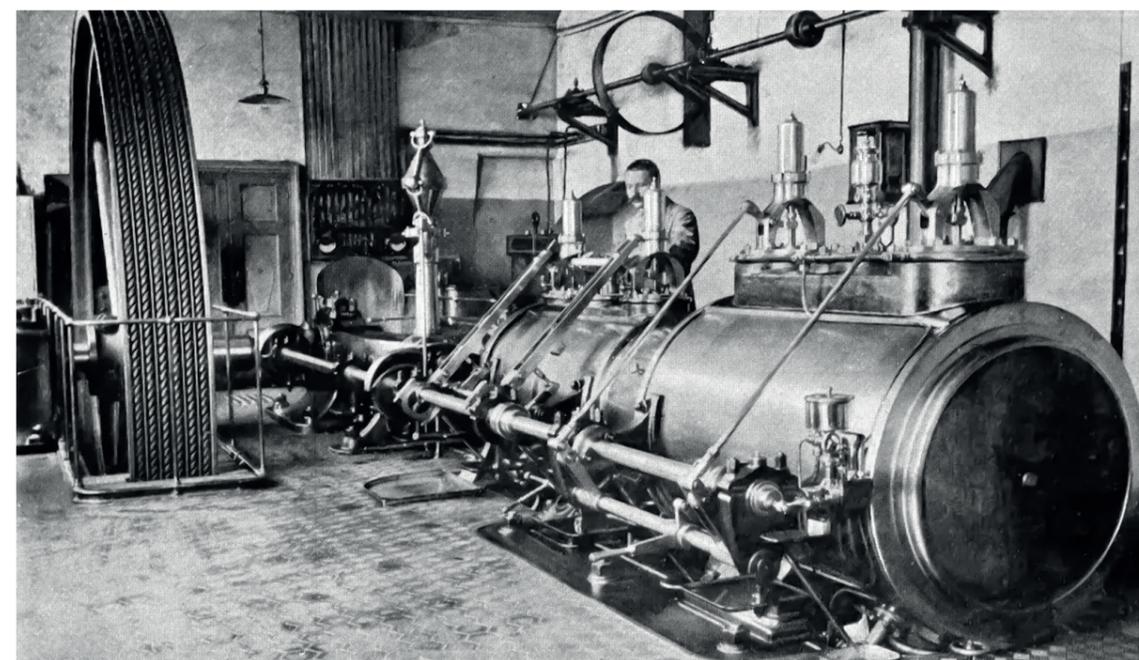
### Le prime esposizioni

Le esposizioni furono occasioni di confronto e partecipazione, momenti fondamentali per decretare la leadership del biellese a livello nazionale. Nel 1827, a Torino furono vinti i primi premi a cui ne seguiranno molti altri. Negli anni successivi alle storiche dinastie tessili di origine manifatturiera, che proseguivano una tradizione già avviata nel Settecento, (gli Ambrosetti, i Piacenza, i Sella, i Vercellone e altri), si affiancarono imprenditori di origine operaia che diedero nuovo slancio alla produzione e fondarono, come nel caso dei Rivetti, imperi estesi ben oltre i confini del Biellese. Il netto incremento produttivo di metà Ottocento, aiutato dal miglioramento della qualità dei tessuti, è testimoniato anche dal numero dei telai installati nei lanifici, che nel periodo compreso tra il 1848 e il 1861 passò da 800 a circa 2.200.

### Serve nuova energia

Il freno al cambiamento verso i telai meccanici fu determinato anche dalla ridotta capacità produttiva dei torrenti biellesi: quest'ultima era ormai completamente sfruttata e pertanto serviva una soluzione alternativa. L'energia elettrica utilizzata come forza motrice fu la soluzione, proveniente dalla Valle d'Aosta, attraverso le prime linee elettriche finanziate dagli imprenditori lanieri, consentì di incrementare la diffusione dei telai meccanici. Le donne iniziarono ad entrare in tessitura essendo in grado di controllare i telai meccanizzati.

Fig. 17: Motore a vapore.  
(CAI/Archivio Comune di Biella, n.d.)



### Lo sviluppo del '900

Il completamento della meccanizzazione del ciclo produttivo del lanificio, con l'introduzione del telaio meccanico, avvenne negli anni Novanta dell'800 anche a seguito dell'inasprimento protezionistico dei tassi di importazione che favorì il mercato interno. La conseguenza fu l'incremento dei prezzi di vendita dei manufatti e l'ampliamento dei mercati, che necessitava di un supporto produttivo più efficiente. È proprio in questi anni che si rafforza la centralità in ambito nazionale delle imprese tessili biellesi, che viene confermata anche a Biella nel 1877 dalla fondazione dell'*Associazione dell'Industria Laniera italiana*. Negli anni a seguire, i Biellesi non si limitarono a sviluppare le attività laniere in ambito locale, ma esportarono la tessitura in un primo tempo attraverso l'opera dei tessitori migranti, successivamente in modo più esteso. Il continuo miglioramento qualitativo è la chiave dello sviluppo durante il '900. Attraverso periodi altalenanti, nell'arco di mezzo secolo, la capacità produttiva dei telai passa infatti dai 3.000 censiti nel 1900 ai 6.700 del 1952, ossia al 72,4% di quelli attivi in Piemonte ed al 30,4% di quelli esistenti in Italia. La grande peculiarità del distretto biellese sta nell'essere l'unico in Europa a trattare l'intera filiera produttiva, dalle fibre sude al prodotto finito, solo in qualche caso anche la confezione.

### L'alluvione del 1968

La disastrosa alluvione che il 2 novembre 1968 colpì la Vallestrona, fu una pagina cupa della storia Biellese, portando con sé morte e distruzione. Il comparto laniero ne uscì totalmente distrutto, tanto da interrogarsi sulle possibilità di ricostruzione dei lanifici spazzati via dalla piena del torrente Strona. Dopo lo scoraggiamento iniziale, a prevalere fu la grande determinazione che contraddistingue il carattere biellese, in questo caso, infatti, la ricostruzione rappresentò un'occasione di rilancio delle lavorazioni laniere, reso possibile dalla modernizzazione degli impianti a seguito della ricostruzione. Vari stabilimenti industriali dimessi – *il Biellese* conserva un ricco patrimonio industriale costituito dai lanifici ottocenteschi a più piani – sono stati trasformati in centri d'arte e di creatività, sedi di Fondazioni, centri di documentazione, residenze o centri commerciali, contribuendo in tal modo alla crescita culturale ed economica del distretto.



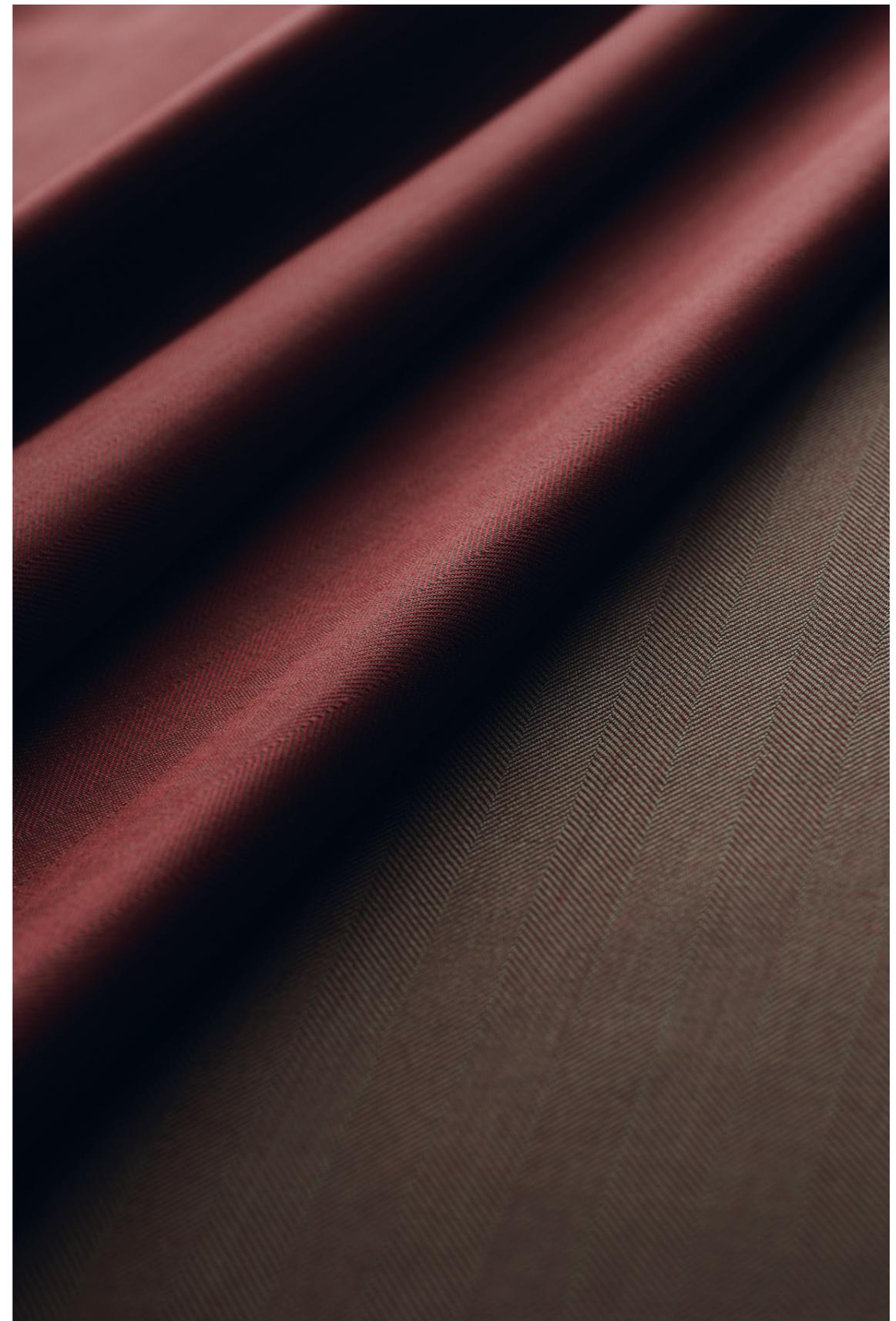
Fig. 18 (a destra): Biella, Maglificio Boglietti. (Archivio Comune di Biella / Collezione Catuzzo/Stefani, n.d.)

### Il tessile oggi

Il Biellese ha vissuto, dal dopoguerra fino al termine del secolo scorso, un lungo periodo di crescita economica, ponendosi sempre al top per l'industria e per la qualità della vita. Bisogna sottolineare come però gli indicatori socio-economici registrino in modo chiaro l'impovertimento del territorio a seguito delle emergenti economie: le stesse economie che si sono mano a mano affermate grazie alla delocalizzazione che gli stessi imprenditori nel tempo hanno perseguito al fine di aumentare i guadagni, risparmiando sul costo. Il segmento che ha resistito a questa scossa è quello delle produzioni di elevata qualità di filati e tessuti, rivolti ad una fascia di mercato che fa del lusso il suo target, a fronte di una riduzione delle quantità prodotte.

### I collegamenti

Se l'isolamento fu perseguito nel primo '900 con lo scopo di non vedere il know-how locale copiato e da imprenditori esterni, questo stesso isolamento trasformò in maniera drammatica la mobilità, distaccando di fatto questo comparto dalle principali arterie di collegamento. L'orografia quindi, non ha fatto altro che aiutare questo processo di chiusura mentale che di fatto molti oggi lamentano.



# La birra

## Storia e futuro

### Menabrea

*Birra Menabrea* è parte della storia della birra a Biella e in Italia. Non solo il comparto tessile, ma anche il settore alimentare trova qui terreno fertile, partendo, come abbiamo visto, da una materia prima di qualità: l'acqua. Fondata nel 1846 dal sig. Welf di Gressoney e dai fratelli Antonio e Gian Battista Caraccio, nativi di Bioglio, nel 1854 la birreria viene affittata a Giuseppe Menabrea e Antonio Zimmermann, che la acquisteranno nel 1864. A seguito dell'uscita di Zimmermann dalla società, sarà proprio Giuseppe Menabrea a costituire, il 6 luglio 1872, la *G. Menabrea e figli*. Con la morte di Giuseppe Menabrea nel 1881, gli eredi contribuiscono alla diffusione del marchio in Italia e ottengono importanti onorificenze da parte dei regnanti. L'applicazione della tecnica a bassa fermentazione, all'epoca poco diffusa, e l'utilizzo di materie prime qualitativamente eccellenti, prima su tutte l'acqua delle fonti biellesi, caratterizzano fin da subito *Birra Menabrea* e ne decretano il successo.

Il 1882 si rivelò un anno più che positivo per la *Menabrea*, la cui produzione era concentrata su due birre, una bionda tipo pilsner e una scura tipo münchner. Soprattutto la seconda riscuoteva consensi sul mercato, apprezzata



Fig. 20: Foto storica dello stabilimento e dei suoi lavoratori (Biella, 1897). (biellaclub.com, n.d.)

anche dall'allora ministro delle finanze Quintino Sella, vero esempio di ambasciatore gastronomico, che amava offrire ai suoi commensali prodotti locali, il quale la definì "birra squisita".

Nello stesso anno, Carlo Menabrea ricevette da Umberto I la nomina a Cavaliere dell'Ordine della *Corona d'Italia*. A capo del birrificio c'è Carlo Menabrea, fino a quando, nel 1896, la società passerà in mano a Emilio Thedy e Augusto Antoniotti, mariti delle sorelle Menabrea. Da quel momento in poi, la famiglia Thedy guiderà l'azienda. Nel 1991, l'azienda entra a far parte del *Gruppo Birra Forst*, realtà birraria dell'Alto Adige, nota per la qualità dei suoi prodotti ed il rispetto della natura. L'accordo, siglato da Paolo Thedy, è finalizzato a riaffermare l'orgoglio di una birra tutta italiana ed a rafforzare ulteriormente la presenza commerciale sul territorio. *Birra Menabrea* conserva comunque intatte la sua forte identità e la sua indipendenza.

### Il riconoscimento internazionale

La consacrazione per il birrificio biellese avviene dal 1997, quando sale sui gradini più alti del podio al *World Beer Championships* di Chicago. Dal 2005 passa sotto la direzione di Franco Thedy, quinto discendente

della famiglia ed è proprio con la sua amministrazione che viene sviluppata tutta la gamma di referenze, dalla 150° alle *Top Restaurant*. La visione di Thedy è volta alla realizzazione di importanti investimenti per assicurare un processo industriale efficiente, rispettoso dei più severi standard qualitativi e di compatibilità ambientale, tra cui spicca l'innovativo impianto di imbottigliamento. L'implementazione delle risorse, della tecnologia e le sempre maggiori richieste dei mercati italiano ed estero, hanno portato a chiudere il 2017 con un incremento considerevole della produzione e del relativo fatturato. La sede e lo stabilimento del Birrificio, con i cambiamenti migliorativi nel tempo, restano sempre quelli della fondazione, ubicati nel centro storico della città di Biella. Così, Birra Menabrea può restare sempre fedele a se stessa: nel suo territorio circondato dalle Alpi, con acque pure e leggerissime, e la cultura birraria che si tramanda ad ogni generazione.



Fig. 21: Una vecchia etichetta che mostra lo stabilimento. (birramenabrea.com, n.d.)

### Non solo Menabrea

L'acqua come filo conduttore, ma anche tanta passione: è forse questo il motore che accomuna e dona nuova linfa per la nascita di molti piccoli birrifici, che oggi sono delle realtà consolidate sul territorio e non solo. Il *microbirrificio Birra Elvo* nasce a Vagliumina, una piccola frazione del Comune di Graglia (lo stesso luogo della fonte dell'acqua *Lauretana*) e si è affermato a livello internazionale per la qualità dei suoi prodotti fino dai primi anni. Il fondatore Josif Vezzoli è un giovane imprenditore lombardo, che qui ha trovato terreno fertile per i suoi prodotti. Sempre a Biella, il *Birrificio Un Terzo* incontra il favore di una vasta

fetta d'utenza. Nella Valsessera invece troviamo il *Birrificio Beer In*, che ha in Biella un suo punto vendita e di ristorazione, ed il *Microbirrificio Jeb*, tra i primi produttori locali, che si colloca nei pressi della località sciistica di Biemonte. Ogni anno in città si svolge *Bolle di Malto*, una manifestazione che riunisce con grande successo nel capoluogo birrifici provenienti da tutta Italia.

Fig. 22: Le principali birre locali riunite. (Marco Canova ph, n.d.)





### La Biella enogastronomica

Fig. 23: Ingresso del MeBo a Biella.  
(mebomuseum.it/experience, n.d.)

Abbiamo discusso di come l'acqua sia il filo conduttore di molte attività, il Biellese però è anche terra di eccellenze agro-alimentari che si sono sempre più affermate, anche grazie al *GAL montagne Biellesi*, con politiche atte a valorizzare le piccole realtà. Esistono però molte aziende che si sono affermate da tempo come *Il biscottificio Massera*, *Cervo*, *Jeantet* ed i suoi canestrelli in ambito dolciario. In ambito caserario, data la natura alpina, vi sono molte attività, ma vogliamo qui citarne una su tutti: *Botalla Formaggi*. Lo stabilimento è situato di fronte allo storica fabbrica *Menabrea* e questo ha dato vita a preziose collaborazioni come il formaggio *Sbirro* (prodotto con birra *Menabrea* appunto), ma anche il *Museo esperienziale MeBo*, che, come cita il sito è «un progetto nato da un'amicizia per lavorare insieme, per trasmettere la passione per il territorio, per il lavoro e per la storia delle proprie aziende.»

### Lauretana

L'acqua *Lauretana* rappresenta per il Biellese e per i Biellesi motivo di vanto, trattandosi di un marchio che ha trovato grande riscontro sul mercato mondiale per le sue qualità uniche, come cita anche il claim aziendale: «l'acqua più leggera d'Europa». La sorgente

fu scoperta da Teresio Rossello mentre camminava in montagna, intorno agli anni '50. Si trovava in una località alpina del comune di Graglia, a 1.050 metri di altitudine, in un luogo incontaminato, lontano da insediamenti industriali e civili. Rinfrescandosi a questa fonte, Rossello provò una sensazione di un'appagante leggerezza. Si decise quindi di portare un campione dell'acqua ad analizzare: «Quest'acqua è semplicemente eccezionale», fu la risposta. Seguirono esami più approfonditi all'*Istituto di Chimica dell'Università di Torino* ed il risultato confermò quanto precedentemente affermato. Il primo stabilimento fu costruito a circa 850 metri di altitudine nei pressi della fonte, dalla quale l'acqua veniva convogliata direttamente per caduta spontanea attraverso tubazioni in acciaio inox. L'attività di imbottigliamento iniziò nel 1965 e l'acqua commercializzata fu denominata *Lauretana*. Ad oggi l'oro blu biellese è riuscito a sedurre il mondo intero: Europa, Stati Uniti, Australia, Cina, Giappone, Russia, dove *Lauretana* si può trovare nei migliori ristoranti. Oltre a *Lauretana* è bene ricordare anche la fonte *Alpe Guizza*, sita nel comune di Donato.



Fig. 24: Bottiglia di Acqua Lauretana  
"Design by Pininfarina".  
(acquedilusso.com, n.d.)

# IERI

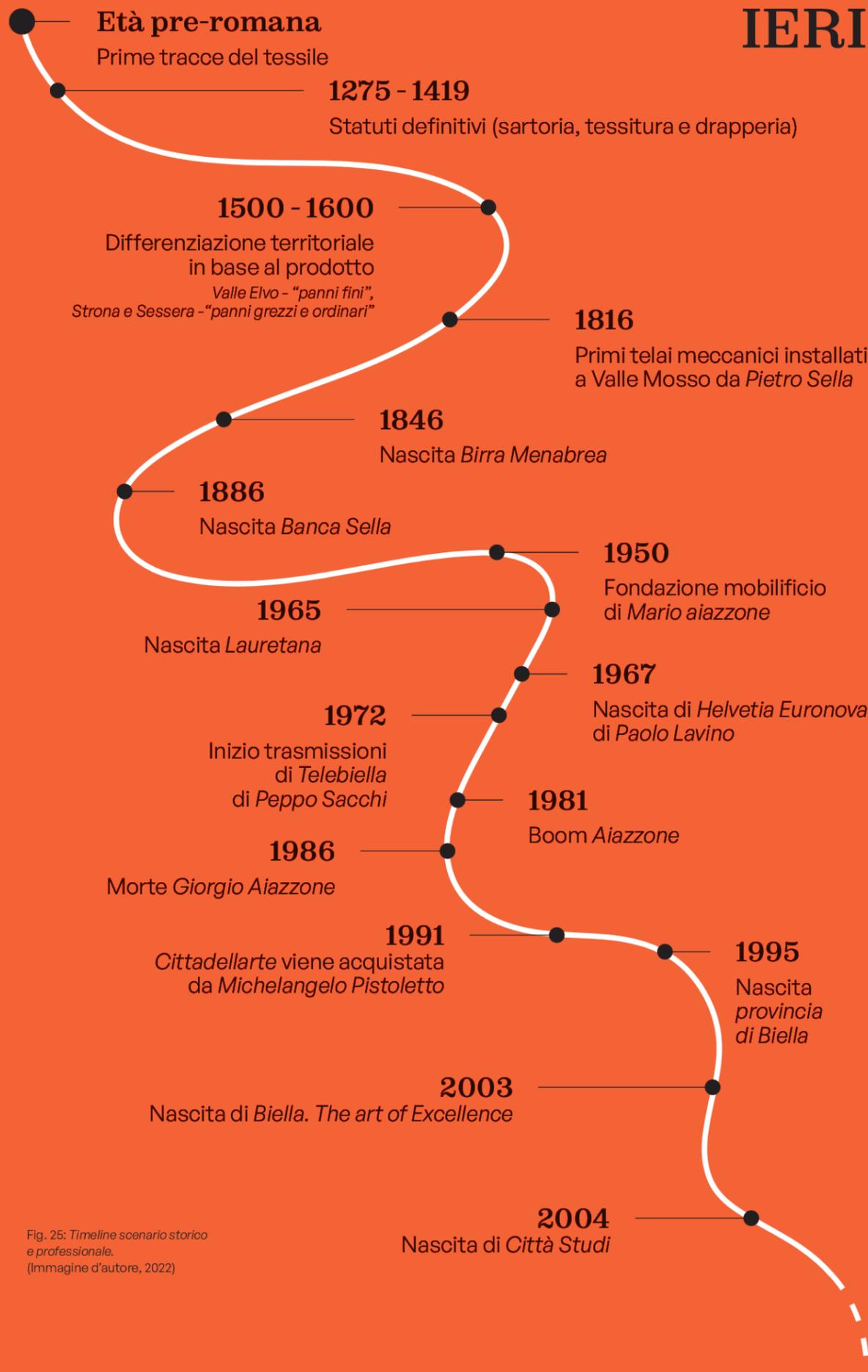


Fig. 25: Timeline scenario storico e professionale.  
(Immagine d'autore, 2022)

# OGGI

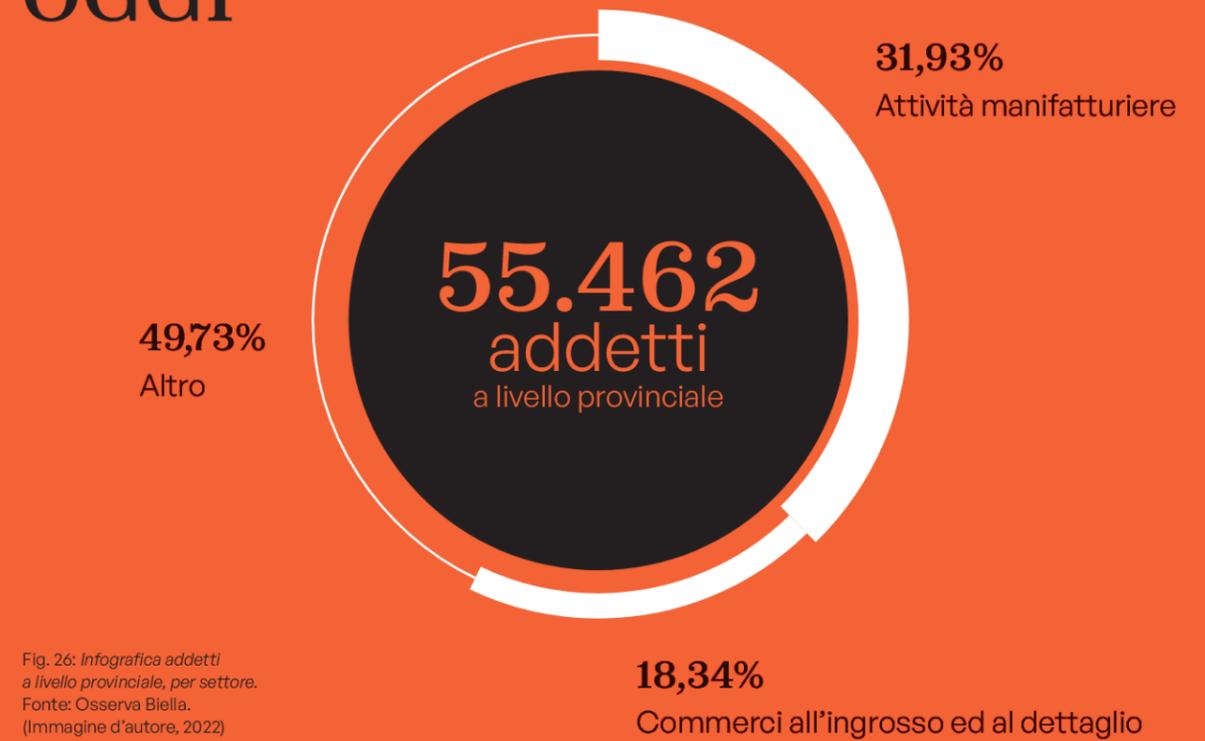


Fig. 26: Infografica addetti a livello provinciale, per settore.  
Fonte: Osserva Biella.  
(Immagine d'autore, 2022)

Fig. 27: Infografica startup registrate nella provincia 2022.  
Fonte: Osserva Biella.  
(Immagine d'autore, 2022)



**Legenda:**

- Servizi (19)
- ▨ Industria / Artigianato (6)
- Commercio (1)
- Turismo (2)

## Indice trasformazione digitale

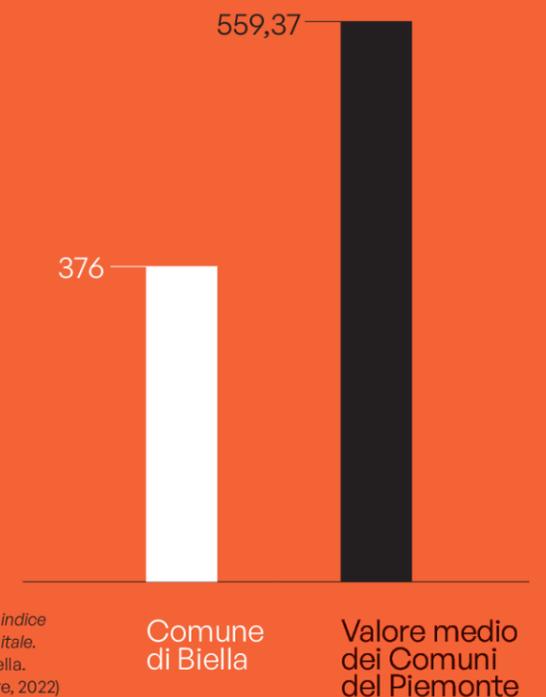


Fig. 28: Infografica indice trasformazione digitale.  
Fonte: Osserva Biella.  
(Immagine d'autore, 2022)

# Casi studio biellesi

## Telebiella

La scintilla,  
un convegno,  
un albergo e un cavo

Sacchi, arrivato a Biella da Como solo da pochi mesi, aveva iniziato a collaborare per un giornale locale, *il Biellese*, occupandosi delle informazioni di servizio e degli *Echi di cronaca*, per le pagine interne, quando sabato 28 luglio 1951, fu inviato a occuparsi di un convegno politico. Le sue idee politiche di spiccata tendenza liberale fecero sì che quell'esperienza segnò un punto cruciale del suo percorso. Quell'esperienza lo formò, più che politicamente, dal punto di vista professionale: fu, come la definì egli stesso, «la scintilla che fece nascere il mio amore per la comunicazione in senso lato: un concetto che comprendeva, oltre all'immagine anche la parola scritta, come cronista e come autore». Questo interesse si manifestò, negli anni seguenti, più per la comunicazione televisiva intesa come medium, cosa che lo spinse ad iscriversi al *Centro Sperimentale di Cinematografia di Roma*. Approdato in Rai nel 1957 come cameraman e cineoperatore, provò a proporsi come regista o curatore di programmi, ricevendo sempre un rifiuto. Nonostante questa frustrazione professionale, Sacchi iniziò a lavorare per il telegiornale, a stretto contatto con la redazione e, soprattutto, con le notizie.

Fig. 28 (a destra): Un giovane Peppo Sacchi.  
Timeline di Telebiella e Giuseppe Sacchi.  
(Archivio Mello - TeleBiella, n.d.)  
(Immagine d'autore, 2022)

## Giuseppe Sacchi



12 dicembre  
1936

Nasce a *Como* da un insegnante di tessitura

1951

Trasferimento a *Biella*, dove il padre inizia ad insegnare all'*Istituto tecnico industriale Quintino Sella*

Fonda il *Cine Club* di Biella

Negli anni successivi si diploma a *Roma* come regista

1957

Inizia a collaborare con la *Rai* come cameraman e cineoperatore, nella sede torinese di via Verdi.

1959

Primo incontro con i fratelli *Judica Cordiglia*, due giovani studenti torinesi che abitano poco distante dalla sede Rai, e sono promotori della prima esperienza di tv via cavo, a livello condominiale, in Italia

1964

Inizia a collaborare con la *televisione Svizzera Italiana* come regista di programmi giornalistici e poi come giornalista inviato in Europa

1967

Prime rudimentali trasmissioni via cavo di *Telebiella*  
Ritorno in Rai: l'amico *Beppe Recchia* fa il suo nome ai dirigenti Rai, che cercano un regista in grado di realizzare servizi di carattere giornalistico per la trasmissione *Questa estate*

30 aprile  
1971

Registra al *Tribunale di Biella* la testata giornalistica *Telebiella A21 Tv*

6 aprile  
1972

Iniziano le trasmissioni via cavo di *Telebiella*

1 giugno  
1973

Il governo oscura l'emittente e tutte le trasmissioni via cavo: ricorso alla *Corte Costituzionale*

1974

La *Corte Costituzionale* legittima le trasmissioni via cavo, fine del monopolio Rai

1977

Conclude la carriera in Rai, quando viene licenziato con altri personaggi, come *Enzo Tortora*

Gli erano state affidate le riprese per i pezzi di un giovane Emilio Fede, che a quel tempo era un redattore alla *Gazzetta del Popolo* e collaborava con la Rai. In questa fase Sacchi era addetto alle riprese, montaggio e alla scrittura del testo che poi veniva letto da uno speaker. Delle sue capacità se ne accorsero presto anche i dirigenti della sede Rai, che gli diedero sempre più compiti. Sacchi restava però comunque “solo” un cineoperatore, e questo gli stava sempre più stretto. Voleva realizzare il suo lavoro a 360 gradi: ideare e progettare i servizi, scriverli, dirigere le riprese, montarle e preparare un prodotto completo. Per questa ragione, colse al volo l’offerta che gli arrivò dalla televisione svizzera, che gli offrì l’opportunità di produrre servizi radiofonici in giro per l’Europa, grazie ai quali trovò finalmente la possibilità di esprimere tutta la sua creatività comunicativa. In Svizzera, Sacchi scoprì definitivamente il cavo. Scoperto nel 1959 a Torino, a casa dei fratelli Judica Cordiglia, conoscenti di Peppo, la TV elvetica riuscì a valutare a pieno le potenzialità. Era un mezzo tecnico che, al di là del suo utilizzo più diffuso per il servizio telefonico, in Europa, dal punto di vista delle tele-radio trasmissioni era quasi sconosciuto. In Italia, il cavo per fini televisivi si usava in qualche occasione, ma solo per ragioni di servizio tecnico, come il trasferimento di segnali da una sede all’altra. In America, invece, era un canale pay TV, alternativo alla diffusione via etere. Il cavo, per Sacchi, era lo strumento ideale per legare profondamente la TV e i suoi telespettatori, un cordone ombelicale vero e proprio, che avrebbe potuto costituire una rete di interazione mai realizzata dalla televisione “calata dall’alto” quei tempi. L’epifania avvenne durante una notte in un albergo di Locarno mentre, guardando la TV tedesca via cavo, si chiese perché non potesse esistere una televisione in cui tutti avrebbero potuto avere la loro chance di esibirsi o di esprimere un proprio messaggio e capi che ciò poteva avvenire solo in una dimensione locale. All’interno di una piccola comunità, infatti, è sempre possibile trovare qualcuno che ascolti chi ha qualcosa da dire, anche se si tratta di un’espressione in forma amatoriale. Cavo (per quanto riguarda l’aspetto tecnico), localismo e libero accesso erano gli ingredienti del progetto che Sacchi cominciava ad accarezzare: qualcosa che in Rai non esisteva. Il modello era mutuato



Fig. 29: Backstage di un programma in onda su Telebiella. (Archivio Mello - TeleBiella, n.d.)

dalla carta stampata: unico medium disponibile con la radio e la TV di stato. Perché ciò non poteva accadere anche in campo televisivo, utilizzando il più moderno mezzo di comunicazione disponibile? Il cavo avrebbe reso possibile questa opportunità, approfittando di un vuoto normativo che, apparentemente, aveva lasciato uno spazio libero di utilizzo di questa tecnologia nella rigorosa applicazione del monopolio pubblico radiotelevisivo via etere della Rai.

### Biella come cornice

L’area di Biella, al tempo di *Telebiella*, è un forte distretto industriale tessile. Lo sviluppo del centro urbano di Biella si realizzò soprattutto tra gli anni Sessanta e Settanta, fino al 1971, quando Biella raggiunse i 54 mila abitanti, prima di iniziare un lento e inesorabile calo demografico, che oggi conta una popolazione attuale di circa 42 mila residenti. In quegli anni, la società biellese era piuttosto chiusa, sia culturalmente che socialmente; tutte le risorse, umane e finanziarie, venivano destinate allo sviluppo dell’attività industriale tessile. Inoltre il territorio, molto attrattivo dal punto di vista paesaggistico, soffriva (e soffre ancora oggi) di gravi carenze infrastrutturali,

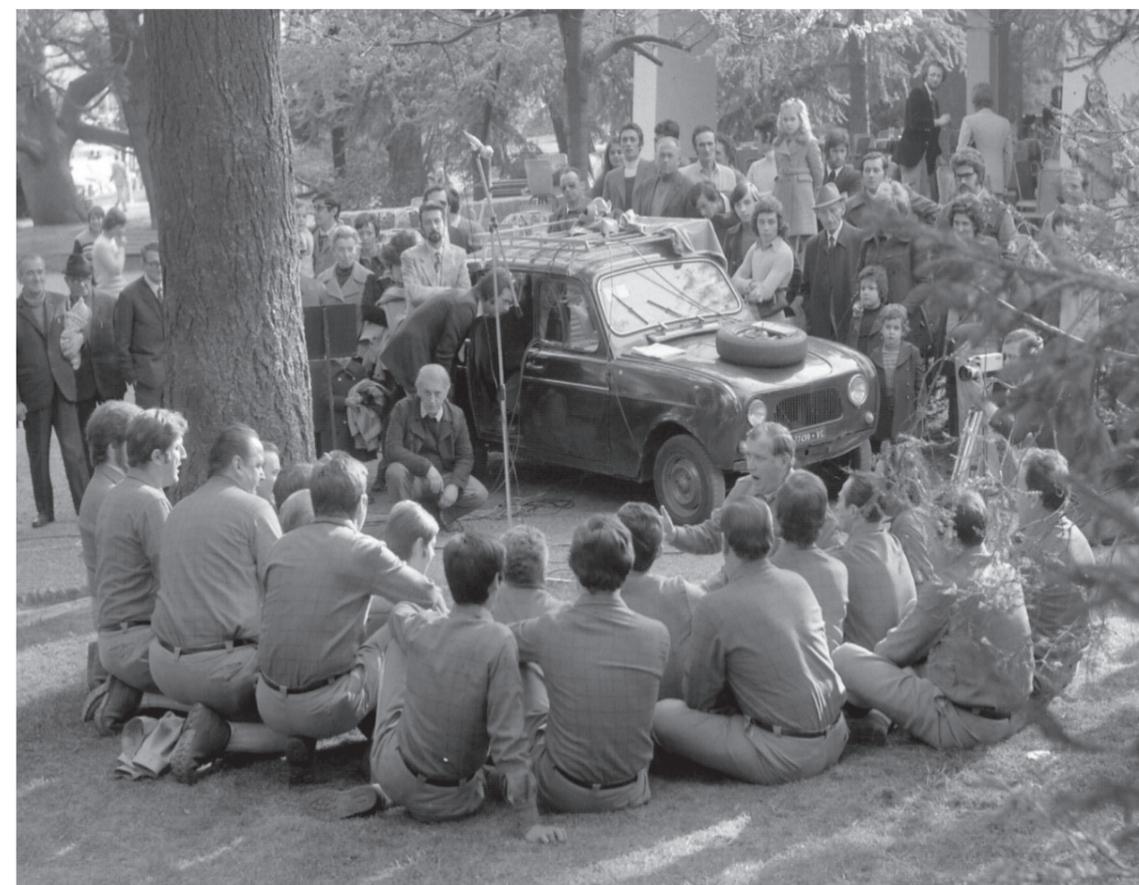
che ne hanno reso storicamente difficile il collegamento verso l'esterno: mano a mano si fanno più carenti i collegamenti ferroviari e l'autostrada non verrà mai realizzata ed è, ad oggi, ancora argomento di dibattito. Tale condizione, in passato vissuta come favorevole, con l'avvento dei primi fenomeni di internazionalizzazione della produzione industriale diventò un freno allo sviluppo, più che economico, culturale dell'area biellese, ponendo le basi per il successivo declino a partire dagli anni 2000. A livello di comunicazione, a quel tempo, Biella disponeva di un giornale di due bisettimanali: *il Biellese*, il più diffuso, ed *Eco di Biella*, più attento ai fatti della città rispetto al comprensorio. Fu in questo contesto che nacque la prima TV privata locale italiana. In condizioni socialmente poco favorevoli, se non fosse stato per l'iniziale appoggio offerto all'iniziativa dagli imprenditori locali e per la diffusa ideologia liberale, tendenzialmente anti-monopolistica, che caratterizzava il Biellese. Condizioni che, se da un lato favorirono la nascita di *Telebiella*, non ne consentirono il consolidamento negli anni della liberalizzazione, proprio per la chiusura culturale che trasformò l'entusiasmo iniziale in una sostanziale diffidenza verso questo mezzo così potente e così libero, conducendo ad un suo inevitabile declino.

### Alla ricerca dell'audience

Sacchi, già all'inizio degli anni Sessanta, con un gruppo di amici ed appassionati, che avevano collaborato con lui ai tempi giovanili del *Cine Club*, iniziò a coltivare il progetto di una televisione locale privata. I primi esperimenti furono condotti nello scantinato del negozio della moglie, Ivana Ramella. In qualche occasione, i programmi rudimentali venivano addirittura trasmessi in diretta, in forma clandestina, grazie ad un piccolo trasmettitore di scarsa potenza, che riusciva a diffondere il segnale nelle case vicine. Per raggiungere le persone, Sacchi inventò un sistema empirico, ma allo stesso tempo geniale: acquistò una vecchia R4 su cui installò le attrezzature necessarie. All'interno, al posto dei sedili posteriori, un videoregistratore Jvc, che utilizzava bobine con nastri da mezzo pollice. Il tutto veniva alimentato dalla batteria dell'autovettura ed era collegato a due apparecchi televisivi. Questi due schermi TV erano stati montati all'interno di un cassone di legno, che era stato fissato al tettuccio

dell'autovettura. Questa "tele mobile", divenne ben presto un'attrazione delle sagre e feste di paese. Piazzata nella piazza principale, accanto al tendone sotto il quale si svolgevano le feste da ballo e vicino alle cucine, veniva allestito il doppio televisore che, dal videoregistratore all'interno dell'auto, riproduceva i programmi registrati in precedenza, in qualche scantinato o in locali pubblici o saloni di alberghi della città. La gente si assiepava intorno e seguiva per un quarto d'ora, o al massimo per una mezz'ora, lo spettacolo; dopodiché i televisori venivano spenti, il cassone richiuso e l'auto ripartiva per il paese vicino per un'altra trasmissione.

Fig. 30: La Renault R4, primo studio mobile. (Archivio Mello - TeleBiella, n.d.)



## I primi programmi via cavo

Le prime notizie sull'utilizzo del cavo per trasmettere i programmi di *Telebiella*, risalgono al 1967. Sacchi e altri suoi amici appassionati, in una sala dell'hotel *Colibri*, appena fuori dal centro storico della città, avevano organizzato uno spettacolo natalizio riprendendolo con alcune telecamere semi-professionali, che si era procurato grazie alle sue conoscenze in Rai. Nei sotterranei di un locale del centro storico, *Il Piatto d'argento*, all'interno della centralissima galleria *Leonardo Da Vinci*, era stata allestita una stazione di trasmissione, una specie di "super regia", da cui il programma registrato sui soliti Jvc era stato diffuso via cavo su alcuni televisori piazzati nei bar vicini e lungo la vicina *via Italia*, la strada dello "struscio" dei Biellesi. Lo spettacolo era stato presentato dalla moglie Ivana e da Sandro Sandri, un dirigente d'azienda con l'hobby della recitazione e dello spettacolo; sul palco del *Colibri* si erano esibiti anche gli *Uh!*, un complesso biellese che riscosse, al tempo, successo anche a livello nazionale, ed i musicisti del *Jazz Club* cittadino; il filodrammatico e fondatore del *Teatro Stabile di Biella*, Gianni Franzoi (assicuratore con la passione del teatro, che aveva avuto anche ruoli importanti in alcuni sceneggiati della Rai) aveva letto alcune poesie di Roberto Mondello, giornalista e poeta locale, e dato lettura di alcune notizie di cronaca riferite al territorio biellese, in un breve telegiornale. Nel programma era stata anche inserita la *Girandola*, una serie di spot pubblicitari di aziende locali che ricalcava il modello di *Carosello*. In regia, accanto a Sacchi, c'era l'assistente Ugo Moschi, mentre i tecnici di ripresa erano Luciano Buffa e Claudio Larise. Questa fu la prima vera trasmissione di *Telebiella*, che non era ancora nata come testata giornalistica registrata in tribunale, ma che cominciava a concretizzare il progetto di Sacchi di creare un'alternativa alla TV di Stato, che però fondasse le radici della sua linea editoriale nel localismo più autentico della piccola provincia italiana. Questo primo tentativo di realizzare una TV via cavo, va letto e analizzato attentamente per valutare gli elementi di differenza e quelli di omologazione rispetto al modello, monopolistico Rai. Innanzitutto, tutti i protagonisti di questo piccolo evento televisivo (da chi si esibiva ai tecnici) erano Biellesi. Emergeva quindi con grande evidenza il concetto di località, che contestualmente

riproduceva spaccati di vita vissuta in cui i telespettatori si riconoscevano, al di là della ovviamente minore qualità professionale del programma rispetto a quelli della Rai. Poi ci fu la grande novità del mezzo utilizzato: il cavo, un "cordone ombelicale", che univa saldamente chi trasmetteva a chi riceveva. Sarà, come vedremo, l'elemento fondamentale che lo caratterizza l'avventura di *Telebiella* negli anni successivi. Infine si realizzò per la prima volta questa nuova forma di fruizione collettiva del programma televisivo, a metà strada tra TV e cinema, ma, rispetto a quest'ultimo, con una maggiore interazione tra le persone che sostavano a guardare i televisori in strada, che, invece di seguire in silenzio la trasmissione, discutevano e commentavano tra loro ciò che appariva sul teleschermo. Sarà questo un carattere distintivo che contribuirà ad unire in modo molto stretto l'emittente che nascerà di lì a pochi anni alla sua comunità di riferimento, citando Silvano Esposito nel suo libro *Telebiella e niente fu come prima*.



Fig. 31: Un giovane Enzo Tortora.  
(Archivio Mello - TeleBiella, n.d.)

## Iniziano le trasmissioni

Il 30 aprile del 1971 avvenne presso il Tribunale di Biella la registrazione della testata giornalistica *Telebiella A21 Tv*, come “giornale periodico a mezzo video”. La sigla A21 voleva rappresentare simbolicamente la prima TV privata (indicata dalla lettera A, prima dell’alfabeto) che si ispira alla libertà espressione, sancita dalla nostra Costituzione con l’articolo 21. Si dovrà attendere l’aprile del 1971 per fruire del primo notiziario della nuova emittente venne diffuso mediante un sistema di videocassette; le notizie furono lette da Ivana Ramella, moglie di Sacchi, e la consacrarono a tutti gli effetti la prima annunciatrice della TV libera italiana. Le prime trasmissioni furono del tutto rudimentali: i programmi registrati in studio, erano materialmente trasmessi nei luoghi pubblici attraverso dei televisori con videoregistratori, che riproducevano il programma. Solamente nel 1972 iniziò la posa del cavo che avrebbe portato il segnale in tutto il centro della città, trasmissione che avvenne anche in alcuni televisori, piazzati agli angoli delle vie maggiormente frequentate e in alcuni locali pubblici collegati, anche in presa diretta dagli studi. Come rilevato in precedenza, l’aspetto più rilevante fu relativo al carattere “prettamente” locale delle proposte, ossia i temi discussi nelle trasmissioni furono scelti per suscitare dibattito nella comunità locale, quindi per instaurare una forte relazione con il pubblico e colmare i vuoti lasciati dalla TV di stato.

## Da tv locale a fenomeno nazionale

*Telebiella* fu dunque un’emittente squisitamente e volutamente locale. Nel 1972, in occasione delle elezioni politiche di maggio, collaborò addirittura con l’amministrazione comunale per diffondere i dati elettorali in fase di scrutinio. Il servizio, innovativo per l’epoca, propose, forse per la prima volta in Italia, un’informazione di interesse pubblico realizzata a livello locale per mezzo del media televisivo. Il cavo trasmise i dati derivanti da un sistema cartaceo e telefonico dalla sala stampa del Comune fino allo studio, da cui poi i tecnici dove tecnici e cameraman si affrettavano in un’opera di trascrizione su lavagna e successiva ripresa video. Questa operazione fu un vero successo e contribuì alla crescita della rete via cavo, sia nei luoghi pubblici che nelle abitazioni private. La svolta avvenne all’inizio del 1973, quando una denuncia presentata l’anno precedente, da parte di un privato cittadino nei

confronti dell’emittente, lamentava la mancanza autorizzazione ministeriale al fine di esercitare l’opera di telecomunicazione, come previsto dal codice postale. Venne ipotizzato che la denuncia provenisse da un amico dallo stesso Sacchi, nell’intento di sollevare interesse nazionale intorno al caso *Telebiella* e quindi iniziare una battaglia contro il monopolio. Il 24 gennaio 1973 però il pretore di Biella Giuliano Grizi emise una sentenza di assoluzione riconoscendo che, in base al codice postale del 1936, l’autorizzazione non era necessaria per le trasmissioni via cavo, assolvendo così di fatto l’emittente. Successivamente, lo stesso Grizi emise una sentenza a titolo più generale in cui si sanciva la legalità delle trasmissioni in territorio italiano dei programmi della televisione svizzera. Le ipotesi intorno alla denuncia furono avvalorate dopo questi risultati, *Telebiella* aveva così creato un precedente che di fatto sconfisse il monopolio di Stato. *Telebiella* fu quindi al centro dell’attenzione di tutta la stampa italiana

e straniera ed in questa fase gli studi dell’emittente biellese divennero meta di numerosi volti noti della TV di Stato, che in quel periodo avevano avuto dei contrasti con la dirigenza della Rai. Parteciparono e collaborarono personaggi come Enzo Tortora, Bruno Lauzi, Cino Tortorella, Memo Remigi, Ugo Zatterin, Daniele Piombi, Anna Maria Rizzoli, Febo Conti, Mario Soldati; anche il noto visagista Diego Della Palma propose all’emittente di Sacchi un programma per insegnare alle donne a truccarsi, ideato insieme a Fatma Ruffini, che in seguito sarebbe diventata una delle dirigenti più potenti di Mediaset. La notorietà di *Telebiella* fu tale che *TV Sorrisi e Canzoni* iniziò la pubblicazione dei programmi di *Telebiella* accanto a quelli della Rai. Sacchi mantenne i programmi e locali: ma sfruttò la notorietà dei personaggi che arrivano da tutta Italia per partecipare alla battaglia

Fig. 32: Ivana Ramella, la prima annunciatrice di una TV privata in Italia. (Archivio Mello - TeleBiella, n.d.)



di libertà di *Telebiella*, per creare situazioni che si ispirarono spesso al suo concetto di località. La sentenza del pretore Grizi fu distribuita in copia in tutto il Paese, diede vita a nuove emittenti locali via cavo. La nascita di queste emittenti originò la crescita di un network informale, con stazioni in varie realtà di provincia, che collaboravano tra loro e si scambiavano i programmi.

**“ Abbiamo girato le telecamere. Prima erano puntate sulle scrivanie dei mezzibusti, sui piani americani delle annunciatrici, sulle scenografie degli studi e sui palcoscenici. Noi le abbiamo rivolte verso la città, la gente, la vita quotidiana: abbiamo fatto Tele Cortile. La gente è diventata protagonista, le nostre telecamere sono scese in strada e hanno registrato quello che ogni giorno avveniva, anche prima che venissero effettuate le riprese.**

#### I motivi del successo

Così Peppo Sacchi racconta la sua esperienza. Molti dei programmi trasmessi rielaborazioni dei famosi programmi della TV di Stato ma, essendo la gente comune protagonista, questi divenivano poi i primi spettatori e sostenitori dell'emittente. L'eccezionalità del pubblico che diventava protagonista a *Telebiella* consisteva nella verità e nel contatto diretto che in Rai venne sperimentato solo più tardi con *L'altra Domenica* di Arbore.

#### Le persone sono importanti

Sentire parlare di community oggi è piuttosto comune, non lo era di certo all'inizio degli anni '70. Sacchi diede molta attenzione affinché questo tipo di televisione restasse a livello locale per dare voce a tutti, una TV di comunità, della gente per la gente, un concetto davvero rivoluzionario per i media del tempo. Un passaggio importante del caso *Telebiella* è infatti la comunicazione tra individui nelle piccole comunità periferiche. Questo diventa un fattore essenziale per non ricadere in quella condizione di stagnazione

entropica delle dinamiche sociali che porta alla morte dei sistemi comunitari. Resta quindi per noi esploratori di questo progetto un esempio di grande avanguardia di pensiero incentrato a costruire in totale contrapposizione con l'isolamento che venne ricercato dall'imprenditoria. Per Sacchi i rapporti umani sono un immenso patrimonio sociale, a cui attingere per sperimentare nuove forme di comunicazione di cui la televisione era il mezzo e non il fine.

#### La fine del sogno

La mattina di venerdì 1 giugno 1973, una delegazione di funzionari dell'Escopost inviati dal ministero si presentarono presso la sede dell'emittente per sancirne la chiusura definitiva, sorta da un decreto pubblicato in *Gazzetta ufficiale* il 3 maggio dello stesso anno ed entrato in vigore già dal giorno successivo. Dopo questo episodio l'emittente continuò a trasmettere per qualche tempo grazie all'indulgenza dei funzionari con un sistema simile a quello usato per la prima diffusione nelle sagre di Paese. Solamente nel 1974 una sentenza a favore delle TV private pose fine al monopolio aprendo, così una nuova era di comunicazione.



Fig. 32: Un funzionario Escopost controlla il "cavo".  
(Archivio Mello - TeleBiella, n.d.)

# Casi studio biellesi

*Biella. The art of Excellence*

“ **Un marchio nuovo. Un marchio di origine per distinguere in tutto il mondo l'eccellenza del prodotto delle aziende biellesi che soddisfano rigorosi criteri etici e qualitativi. Una garanzia assoluta per il consumatore e per l'ambiente. È più di un marchio di qualità. È la capacità di interpretare gusti e tendenze. È l'arte di emozionare.**

Manifesto di Biella the art of Excellence

## Il manifesto

Il nuovo marchio che in Italia e in tutto il mondo identifica filati, tessuti e capi d'abbigliamento di altissimo livello, è gestito da una apposita Fondazione, costituita dall'*Unione Industriale Biellese* – in capitale dedicato senza fini di lucro – con l'obiettivo della valorizzazione del lavoro biellese, dell'esperienza e del “saper fare” del primo distretto industriale italiano. Così citava il comunicato ufficiale alla nascita del progetto nel 2003.

## Il progetto

Il progetto fu un punto importante per il distretto locale, in quanto, per la prima volta, le aziende si unirono per perseguire un obiettivo comune. È importante ricordare che, salvo rari casi, il prodotto tessile locale è un semilavorato, quindi la stoffa viene affidata ai sarti o ai confezionisti, che poi realizzano collezioni, le quali, infine, arrivano ai consumatori. Quello che molti non sanno è che tantissimi brand tra i più blasonati utilizzano stoffe locali per creare le loro collezioni. Diventa necessaria una precisazione contestuale: in ottica commerciale, è fondamentale arrivare ai consumatori come brand, scongiurando cioè di sembrare solamente una suggestione di qualità senza un touchpoint reale. Trattando solo un semilavorato, al consumatore veniva a mancare la percezione fisica e reale, proprio per la carenza di questo segmento fondamentale, cioè una confezione che fosse identitaria del brand. Per questo motivo, e per altri, il progetto naufragò, lasciando alle spalle il sapore di un'occasione perduta. Questo tema segna un episodio esemplare che delinea purtroppo i fallimenti locali nel tentativo di fare massa critica, commercialmente verso l'esterno.



Fig. 33: Etichetta del brand.  
(APPENDICE - BIELLA  
The Art of Excellence, 2002)

# Casi studio biellesi

## Ferragosto Andornese

### 39 giorni di festa

Se è vero che oggi le attività culturali biellesi faticano un po' ad affermarsi, lo stesso non si può dire per la Biella degli anni '60. In quel periodo, infatti, il fermento socio-culturale fece conoscere il Comune di Andorno in tutta Italia. Il merito di questa condizione lo si deve ad un carrozziere-sognatore, un personaggio che ha ridisegnato la vita sociale di una generazione: Efrem Galliera. Egli seppe trasformare una festa patronale, come il *ferragosto Andornese*, in un evento capace di coinvolgere milioni di persone. Fu una festa di 39 giorni tra luglio e agosto in grado di attirare un pubblico eterogeneo, attratto dalle esibizioni musicali e dai momenti di spettacolo e divertimento. Tra il 1958 e il 1973, accolse le esibizioni dei più grandi artisti della musica italiana (Adriano Celentano, Rita Pavone, Mina, Lucio Dalla, Raffaella Carrà, per citarne alcuni), immersi nel parco *La salute* di Andorno; tutto ciò è testimoniato nelle foto in bianco e nero di Sergio Fighera, fotografo ufficiale dal '61 al '73. L'archivio di Fighera e Cremona riporta i fasti di un passato che vedeva un'Italia rinascere dopo la guerra, sulle ali di uno sviluppo economico sostenuto dal piano Marshall, che faceva sperare per il futuro di una generazione. La *Fondazione*

Fig. 34 (a destra): Adriano celentano.  
(Archivio Sergio Fighera, 1964 ca)





Fig. 35 (sopra): Efre Galliera con Gianni Morandi. (Archivio Sergio Figuera, 1964 ca)

Fig. 36 (a destra): Mina al Ferragosto. (Archivio Sergio Figuera, 1964 ca)

Cassa di Risparmio di Biella custodisce la collezione di questi scatti, che ha messo in mostra nel settembre del 2021 presso il Museo del Territorio Cittadino.

“

Le squadre di giovani hanno salvato il bilancio perché riempivano. Per Celentano ad esempio ci saranno là 500 giovani che lo guardano impalati, per loro era un idolo, è un dio.



Efre Galliera, *Era qui la festa*. Efre Galliera: il Biellese al centro del MI-TO, Fondazione CR Biella



# I Biellesi

# Stakeholder



## Aziende

- Ermenegildo Zegna
- Bonprix
- Mondoffice
- Vitale Barberis Canonico
- Banca Sella
- Menabrea
- Bottega Verde
- Cappellificio Cervo
- Successori Reda
- Jeb
- Birra Elvo



## Organizzazioni e fondazioni

- Fondazione Blellezza
- Informagiovani Biella (e provincia)
- BI Young
- niente da fare biella
- Biella in festa
- Better Places APS
- Fondazione Cassa di Risparmio di Biella
- Spazio Hydro
- Città Studi
- Comuni di Biella e provincia
- Marajà Biella



## Turismo

- ATL Biella
- Fondazione Pistoletto
- Oasi Zegna
- Parco della Burcina
- Rete Museale Biellese



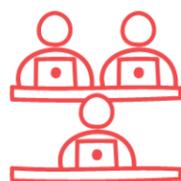
## Utenti specifici

- Professionisti freelance locali
- Studi locali
- Studenti interessati
- Aziende locali
- Creativi emergenti locali
- Giovani lavoratori



## Utenti generali

- Abitanti di Biella e provincia
- Scuole superiori locali
- Persone interessate allo sviluppo del territorio



## Spazi coworking

- Cittadellarte
- Sella Lab
- FabLab Biella



## Giornali

- La Provincia di Biella
- il Biellese
- Eco di Biella



## Musica e teatro

- Opificio dell'arte
- Scuola sonora
- Teatrando
- La Carovana
- Biella Jazz Club

## Ruoli e aspettative



Fig. 37: Infografica sui ruoli e le aspettative degli stakeholder. (Immagine d'autore, 2022)

## Mapa degli stakeholder



Fig. 38: Mapa degli stakeholder. (Immagine d'autore, 2022)

# User research

La fase di user research è stata fondamentale al fine di raggiungere uno spunto progettuale che potesse rappresentare un punto di partenza solido. Le interviste della user research sono state rivelatrici in quanto si è affrotato un livello di analisi non analitico, ma bensì emotivo. È così risultato chiaro, di come le persone fossero davvero legate alla tematica, esternando la loro emozione, che è risultata essere il filo conduttore di questo passaggio. In alcuni casi, a camera spenta, alcuni freni si sono allentati, lasciando traccia da seguire. L'emozione, quando positiva, è molte volte il carburante che spinge ad intraprendere nuovi percorsi, oppure, in caso contrario, porta a nascondersi quasi in uno stato di torpore. Qui è nato upstream, navigando tra le parole e gli sguardi di una comunicazione che guarda oltre.

# Le domande

Chi sei e di cosa ti occupi?

Da quant'è che fai questo mestiere/te ne occupi?

Cosa ti piace di quello che fai?

Come descriveresti Biella?

Data la tua occupazione, come consideri Biella come ambiente lavorativo?

Come definiresti il rapporto tra i professionisti Biellesi?

[Considerando le professioni nate grazie al tessile, perse per la crisi nel settore, che tipo di reimpiego vedresti?]

Nel 2021, molte testate giornalistiche, tra cui la Provincia di Biella, hanno intitolato Biella come la provincia più vecchia d'Italia. A parer tuo, da che cosa deriva questa percezione e quali sono le loro conseguenze?

Dopo l'elezione di Biella come la città creativa UNESCO 2019, cos'è per te la creatività?

Come si traduce la creatività nel Biellese?

Quali zone sono più influenzate dalla creatività?

Come trovi che sia comunicata la creatività Biellese?

Secondo te, che effetto ha/ha avuto o potrebbe avere la tradizione biellese sull'inserimento di nuove realtà creative nel territorio?

Secondo te, come si potrebbe trasformare la creatività in una futura Biella?



# Daniele Basso

Artista

## Breve bio e motivazione

Daniele è, ad oggi, uno degli artisti più affermato nel Biellese. Qui ha trovato un luogo di vita e lavoro, nel quale si è affermato divenendo una figura di punta dell'arte nazionale e mondiale. Diventa fondamentale la sua visione locale, data l'internazionalità del suo lavoro e della sua rete di contatti.

Fig. 39: Daniele Basso. (Daniele Basso, 2022)

Come descriveresti Biella?

Come si traduce la creatività nel Biellese?

Secondo te, come si potrebbe trasformare la creatività in una futura Biella?

Gain Point - 72%

*Come un territorio nella ricerca di se stesso [...] questa continua ricerca in realtà genera progetti molto interessanti e generano un sistema che in continuo evoluzione.*

Daniele Basso

*Nel biellese ci sono parecchie realtà che esprimono un posizionamento particolare che esprime una capacità particolare di leggere il mercato di fare prodotto di fare eccellenza [...].*

Daniele Basso

Pain point - 28%

*[...] lo idee ne ho viste veramente veramente tante manca Forse un po' la propensione da parte del territorio Ad ascoltarle a fare le proprie a cercare di remare in una sola direzione.*

Daniele Basso



# Silvano Esposito

Giornalista de *il Biellese*

## Breve bio e motivazione

Silvano è la memoria storica, colui che ha scritto e raccontando del territorio con la sua penna attraverso le pagine de *il Biellese*. Una figura di riferimento per la sua visione storico professionale. È autore del libro che racconta la storia di Telebiella: *Telebiella e niente fu come prima*.

Fig. 40: Silvano Esposito. (Silvano Esposito, 2022)

Come consideri Biella come ambiente lavorativo?

Come trovi che sia comunicata la creatività Biellese?

Secondo te, che effetto ha/ha avuto o potrebbe avere la tradizione biellese sull'inserimento di nuove realtà creative nel territorio?

In generale è un ambiente lavorativo stimolante per i valori del lavoro che rappresenta un po' meno per la capacità di innovare e di sperimentare [...].

Silvano Esposito

Malissimo... [...]. Se non riesci a fare atterrare i progetti nell'immaginario collettivo della gente poi è difficile anche portarli a compimento.

Silvano Esposito

Allora la tradizione biellese potrebbe avere un effetto importante perché il biellese è portatore di una tradizione di una storia che non è solo di produzione industriale ma anche di creazione e di progettazione [...].

Silvano Esposito





# Nicole Lucia

**Studentessa  
Fotografa**

## Breve bio e motivazione

Nicole è una studentessa che sta per affacciarsi al mondo del lavoro. Appassionata di fotografia sin da piccola, vorrebbe sviluppare sempre di più le sue competenze. Rappresenta il futuro di una generazione che vuole costruire qualcosa di concreto a Biella, in più, con l'energia dei suoi vent'anni, rappresenta perfettamente il target di riferimento.

Fig. 41: Nicole Lucia.  
(Nicole Lucia, 2022)

*Come descriveresti Biella?*

*Data la tua occupazione, come consideri Biella come ambiente lavorativo?*

*Secondo te, che effetto ha/ha avuto o potrebbe avere la tradizione biellese sull'inserimento di nuove realtà creative nel territorio?*

○ Pain point - 77%

*La sento come casa [...], un posto dove mi vedo nel futuro.*

Nicole Lucia

*[...] Occasioni per fare strada sono veramente poche.*

Nicole Lucia

○ Gain Point - 23%

*[...] Non riescono a comunicarlo, non so magari non hanno gli strumenti adatti per comunicare, magari le aziende, essendo molto vecchie, non sono ancora proiettate, pronte per un futuro.*

Nicole Lucia



# Stefano Mosca

Ex Direttore ATL Biella

## Breve bio e motivazione

Ora Direttore generale · Ente Fiera Del Tartufo Bianco d'Alba, è stato una figura chiave del Biellese negli ultimi anni, essendo a capo dell'ATL e avendo sempre trattato tematiche di sviluppo territoriale, dal turismo alla promozione. Rappresenta uno sguardo fondamentale per la genesi del progetto.

Fig. 42: Stefano Mosca.  
(Stefano Mosca, 2022)

Come descriveresti Biella?

Come definiresti il rapporto tra i professionisti Biellesi?

Secondo te, come si potrebbe trasformare la creatività in una futura Biella?

O Pain point - 81%

[...] È una città che non ha saputo molto differenziare le attività economiche, non ha avuto il coraggio di svilupparne altre.

Stefano Mosca

[...] Secondo me è un punto debole quello di non riuscire a creare delle reti solide.

Stefano Mosca

O Gain Point - 19%

[...] Se oggi noi pensiamo che la creatività possa salvare il biellese allo stato dell'arte facciamo un errore di nuovo.

Stefano Mosca



# Josif Vezzoli

**Mastro Birraio  
Birrificio Elvo**

## Breve bio e motivazione

Bresciano di Sirmione, si stabilisce nel Biellese all'inizio del 2000 per viverci. Nel 2013 fonda, con il fratello Raoul, il *Microbirrificio Birra Elvo*, credendo fortemente nel valore della materia prima: l'acqua. La sua capacità di fare impresa e credere in un territorio, per molti desolante, è stata una grande occasione di crescita.

Come descriveresti Biella?

Come definiresti il rapporto tra i professionisti Biellesi?

Considerando le professioni nate grazie al tessile, perse per la crisi nel settore, che tipo di reimpiego vedresti?

*Mi sono innamorato di questo territorio per la naturalezza [...]. È un territorio ancora sottosviluppato e quindi proprio per questo è un posto dove si possono creare cose da niente e probabilmente anche se ben fatte avere un discreto successo.*

Josif Vezzoli

*[...] Quando sono arrivato qua devo essere sincero, ho visto un territorio dove la gente era molto chiusa, molto poco propensa a collaborazioni.*

Josif Vezzoli

*[...] L'acqua di Biella può essere fatta quindi per fare birra, oltre che essere usata per il tessile, ma non solo, potrebbero esserci tanti sviluppi da qua.*

Josif Vezzoli

○ Gain Point - 44%  
○ Pain point - 56%



# Mikelle Standbridge

**Fotografa**  
**Curatrice Centro Culturale**

## Breve bio e motivazione

Americana, artista e fotografa, dopo aver vissuto nelle più grandi città del mondo, decide di stabilirsi nella Valle di Mosso per ritrovare uno stile di vita autentico. Decide poi di recuperare un luogo lasciato in abbandono, *Casa Regis*. Questo spazio è messo a disposizione per artisti di tutto il mondo: un luogo in cui creare, condividere e mostrare la propria arte. La visione di Mikelle, non biellese, è fondamentale per comprendere un nuovo punto di vista.

Fig. 44: Mikelle Standbridge.  
(Mikelle Standbridge, 2022)

*Come descriveresti Biella?*

*Come definiresti il rapporto tra i professionisti Biellesi?*

*Secondo te, come si potrebbe trasformare la creatività in una futura Biella?*

Gain Point - 78%

*For me it's the ideal city [...]. For that size it has so much to offer one [...]. Your presence as a person makes the difference in someone else's life.*

Mikelle Standbridge

*[...] Every single person I've ever interfaced with in Biella has personalized time for you, they dedicate personalized tours for you and everyone is willing to collaborate, to cooperate, to share what they have.*

Mikelle Standbridge

Pain point - 22%

*[...] If the the city or the state could do something I think it would be in making sure that bureaucracy doesn't limit personal initiative.*

Mikelle Standbridge



# Matteo Zoccolo

**Organizzatore  
Social Designer**

## Breve bio e motivazione

Dopo un periodo di formazione all'estero, decide di tornare a Biella e creare qualcosa che possa ridisegnare il suo futuro. Fonda il movimento *@nientedafare.biella* con l'intento di sensibilizzare le persone e le istituzioni a fare qualcosa per le nuove generazioni che hanno necessità di spazi di condivisione e lavoro.

Fig. 45: Matteo Zoccolo.  
(@nientedafare.biella, 2022)

*Come descriveresti Biella?*

*Biella per me è un terreno fertile, perché secondo me ci sono delle energie latenti che sono lì che ribollono, e basta relativamente poco per tirarle fuori [...].*

*Come definiresti il rapporto tra i professionisti Biellesi?*

*[...] Nell'ambiente imprenditoriale, si pensa tanto al singolo e poco alla comunità, cioè si pensa anche molto a un guadagno diretto.*

*Come trovi che sia comunicata la creatività Biellese?*

*[...] Le cose ci sono, ma la gente non sa che ci sono, non sa dove, non sa quando, non se lo immagina neanche, no?*

**Gain Point - 51%**

**Pain point - 49%**

Matteo Zoccolo

Matteo Zoccolo



# Samuele Serra & Douglas Tricarico

**Producer musicali**

## Breve bio e motivazione

Giovanissimi produttori musicali che hanno i piedi a Biella, ma le mani in giro per la Penisola. Collaborano infatti con artisti italiani e stanno iniziando ad essere un punto di riferimento per l'industria musicale a Biella. Preziosa la loro visione sul mondo culturale e musicale locale.

Fig. 46: Samuele Serra & Douglas Tricarico. (Samuele Serra & Douglas Tricarico, 2022)

*Data la tua occupazione, come consideri Biella come ambiente lavorativo? Come definiresti il rapporto tra i professionisti Biellesi?*

*Come trovi che sia comunicata la creatività Biellese?*

*Secondo te, come si potrebbe trasformare la creatività in una futura Biella?*

**Pain point - 92%**

*Biella è una città secondo me un po' mentalmente chiusa, dove non ti apre molte possibilità, di fatti molti con cui lavoro si parla sempre di uscire da Biella andare fuori perché è un po' opprimente Secondo me come ambiente [...].*

Samuele Serra

*[...] In modo piatto, una piallatrice che va su tutto non si riesce a dare importanza una cosa più che un'altra.*

Douglas Tricarico

*[...] (Ci vorrebbero) spazi magari per trovarsi e ragionare.*

Samuele Serra

**Gain Point - 8%**



# Edward Romano

**Organizzatore  
Producer musicale**

## Breve bio e motivazione

Si occupa di musica da moltissimi anni, prima come musicista e poi gestendo una scuola di musica. È il creatore del festival musicale *Reload* che si tiene ogni anno a luglio e raccoglie artisti di fama nazionale. La sua posizione di mediatore in ambito culturale e musicale è stata di assoluto interesse progettuale.

Fig. 47: Edward Romano.  
(Edward Romano, 2022)

*Data la tua occupazione, come consideri Biella come ambiente lavorativo?*

*Nel 2021, molte testate giornalistiche, tra cui la Provincia di Biella, hanno intitolato Biella come la provincia più vecchia d'Italia. A parer tuo, da che cosa deriva questa percezione e quali sono le loro conseguenze?*

*Secondo te, che effetto ha/ha avuto o potrebbe avere la tradizione biellese sull'inserimento di nuove realtà creative nel territorio?*

*[...] Dal punto di vista creativo invece la trovo particolarmente vivace.*

Edward Romano

*[...] Trovo assurdo che nel provincia di Biella ci siano qualcosa come 10-12 scuole di musica e non si suoni dal vivo da nessuna parte è paradossale.*

Edward Romano

*[...] Un live club come si deve potrebbe influenzare positivamente su tantissime cose.*

Edward Romano

○ Gain Point - 41%  
○ Pain point - 59%

# Ratio gain/pain points

## Definizione

Successivamente alla fase di intervista, sono state prese in analisi tutte le risposte date dagli utenti, in modo da dividerle in gain o pain points: questi esprimono, infatti, il pensiero positivo o negativo della persona riguardo la tematica della domanda di intervista. Come si è visto nelle pagine precedenti, in ogni singola intervista sono state calcolate le percentuali di gain/pain points, rispetto a tutto quello che è stato detto.

97

Gain points



128

Pain points

# Gain Points



Fig. 49: Wordcloud dei gain points emersi nella user research. (Immagine d'autore, 2022)

# Pain Points



Fig. 50: Wordcloud dei pain points emersi nella user research. (Immagine d'autore, 2022)

## Definizioni di creatività emerse nella user research

Fig. 51: Wordcloud delle definizioni di creatività emerse nella user research.  
(Immagine d'autore, 2022)

# Reinter preta zione



evoluzione  
visione  
concretezza  
problem solving

sentimento  
contemporaneità  
espressione di sé  
illimitata  
controcorrente  
innovazione  
persone  
know-how

Fig. 52 (a destra): A vintage swimmer.  
(pinterest.it/pin/914862417966908/, n.d.)

# User personas

Le user personas sono state scelte analizzando i risultati delle interviste, gli stakeholder e la demografia del territorio e sono state suddivise in 3 categorie.

## I partecipanti

Potrebbero essere interessati a partecipare attivamente, sia internamente che esternamente, al progetto. Sono i protagonisti del progetto.

## I passanti

Online e offline, sono gli spettatori esterni al progetto. Tuttavia, spesso le loro azioni li rendono collaboratori della resa di esso.

## Gli antagonisti

Persone non interessate al progetto, anzi, tendono ad andare contro i suoi valori. Sono gli antagonisti del progetto.

## I partecipanti

# Lucia Colozzo

La creativa

*Età:*  
25 anni

*Interessi:*  
Conoscere  
nuove persone  
Ricerca del diverso  
Arte



## Vita

Lucia è una giovane donna laureata in Design e Arti di unibz, che ha intrapreso da poco la strada da freelancer in campo grafico. Grazie allo studio, ha avuto l'occasione di girare l'Europa, ma ora, in post-laurea, si è trovata costretta a tornare alla sua città natale: Biella.

## Biella

Tornare a Biella è stato inizialmente uno shock per Lucia, tuttavia, con il passare del tempo si è resa conto che forse questo territorio potrebbe offrirle le opportunità giuste per lavorare... se solo anche i biellesi avessero il tempo di ascoltarla.

## Creatività

Sperimentazione e libertà sono le parole chiave per definire ciò che secondo lei è la creatività: si sente creativa quando può muoversi liberamente tra varie discipline e sperimentare, provando anche a relazionarle.

## Cosa potrebbe volere dal progetto?

Essendo un nuovo volto nel campo lavorativo, una buona rete di contatti potrebbe aiutarla. In più, potrebbe voler sviluppare le sue skill.

## I partecipanti

# Piero Seggio

L'imprenditore

Età:  
56 anni

Interessi:  
Conoscere nuove persone  
Innovazione  
Investire sul territorio



## Vita

Come di consuetudine in Italia, Piero, insieme ai fratelli, gestisce l'antica azienda di famiglia, la quale è conosciuta nel territorio non solo per la sua fama, ma anche per gli interventi attuati per il benessere dei cittadini.

## Biella

Piero, per lavoro, si è trovato spesso a girare il mondo, tuttavia la sua attenzione e quella della sua famiglia rimane sulla città e sulla provincia di Biella: capita spesso che investa su di essa, mettendo mano su cultura e formazione.

## Creatività

Secondo lui, la creatività sta nel risolvere problemi, in particolare, cerca di trovare soluzioni a quelli della sua azienda e a quelli dei biellesi.

## Cosa potrebbe volere dal progetto?

Se il progetto risultasse interessante, vorrebbe trovare un modo per dare una mano, in quanto ci tiene ad investire sul territorio.

Fig. 54: Illustrazione di Piero Seggio.  
(Immagine d'autore, 2022)

## I partecipanti

# Michela Toscani

L'alternativa

Età:  
35 anni

Interessi:  
Musica  
Ricerca del diverso  
Arte



## Vita

Michela è presidente di un'associazione culturale che si trova a Biella. In uno spazio rigenerato, organizza talk, workshop, concerti e mostre dal 2016, nonostante il Comune sia sempre un po' lento nell'approvare le sue iniziative.

## Biella

Invece di lavorare in grosse città, Michela ha deciso di fare un investimento e di portare qualcosa di diverso sul territorio biellese. Da una parte, quest'azione ha fatto storcere il naso ad alcuni boomer biellesi, dall'altra, molti millennials hanno trovato un luogo di ritrovo. Ma la gen z che ne pensa?

## Creatività

Per lei, la creatività è difficile da spiegare e sarebbe riduttivo cercare di definirla: può spaziare dal problem solving al provare ad esprimere se stessi.

## Cosa potrebbe volere dal progetto?

Potrebbe voler farsi notare di più dalla gen z, che per ora sembrerebbe non essere a conoscenza del suo progetto, forse a causa di una comunicazione debole.

Fig. 55: Illustrazione di Michela Toscani.  
(Immagine d'autore, 2022)

## I passanti

# Marco Nicola

Il chilloso

Età:  
17 anniInteressi:  
Videogiochi  
Concerti  
Uscire con gli amici

## Vita

Il giovane Marco è uno studente del Liceo Scientifico A. Avogadro. Ha appena iniziato il quinto anno e, a causa della pressione per la scelta dell'università, è ancora più confuso sul suo futuro: allo scientifico si è sempre sentito un po' fuori luogo.

## Biella

In città, ha tutto ciò di cui ha bisogno per il doposcuola, tuttavia sia lui che i suoi amici hanno sempre preferito il Reload Sound Festival oppure le uscite stile nientedafare alla serata in discoteca. Peccato che queste si svolgono perlopiù d'estate.

## Creatività

Il liceo gli ha sempre insegnato che la creatività sta dietro le opere di Michelangelo o Leonardo, eppure Marco sente che anche nel fare un videogioco ci possa essere qualcosa di creativo.

## Cosa potrebbe volere dal progetto?

Potrebbe creare passaparola online e offline nella sua cerchia di amici, andando poi a colpire un target più ampio di gen z.

Fig. 56: Illustrazione di Marco Nicola.  
(Immagine d'autore, 2022)

## I passanti

# Sandro Zanzara

Il tuttofare

Età:  
72 anniInteressi:  
Provare cose nuove  
Costruire modellini  
Frequentare fiere  
di paese

## Vita

Nonostante si trovi in uno stato di calma dovuta al pensionamento, Sandro non riesce mai a star fermo e deve sempre avere le mani impegnate in qualche modellino oppure servendo alle pro loco del suo paesino di provincia.

## Biella

Lui ha visto Biella crescere e morire, o almeno così dice, nonostante ciò la vita qui è perfetta per Sandro, in quanto dispone di tutte le infrastrutture di cui ha bisogno: la panetteria, l'ortofrutta, la farmacia ed il bar.

## Creatività

Sandro fa coincidere l'arte con la creatività, perché quando pensa a questa, l'associa subito a Pistoletto. Però, lui sa che, nel suo piccolo, anche lui fa qualcosa di creativo.

## Cosa potrebbe volere dal progetto?

La sua voglia di fare e le sue skill lo renderebbero un ottimo partecipante, come un ottimo collaboratore esterno per dei workshop, fornendo il suo know-how. In più, garantirebbe altro passaparola.

Fig. 57: Illustrazione di Sandro Zanzara.  
(Immagine d'autore, 2022)

## Gli antagonisti

# Gavino Bravi

Il cinico

Età:  
23 anni

Interessi:  
Clubbing  
Viaggiare  
Videomaking



## Vita

Dopo le superiori, Gavino ha iniziato subito a lavorare, trasformando la sua passione nella sua professione. Ha lavorato qualche anno a Biella, con trapper e discoteche della zona, poi ha provato a farlo pure all'estero. Vorrebbe lavorare al di fuori dell'Italia, tuttavia, al momento abita a Biella.

## Biella

Nato e cresciuto a Biella, ha perso tutte le speranze sul territorio, o forse non ne ha mai avute; a dire il vero, lui non sente nessun tipo di appartenenza alla città o provincia ed è convinto che all'estero si stia meglio, sia considerando i suoi interessi, che il suo mestiere.

## Creatività

Per lui, la creatività sta in quello che fa: le angolazioni, i tagli, le luci, il sound giusto. Non nega che esistano diversi tipi di creatività, ma non ha intenzione di esplorarli.

## Cosa potrebbe volere dal progetto?

Con i suoi pregiudizi sul territorio e sulle persone che vi abitano; in più, con il non voler mettersi in gioco su quest'area, perché secondo lui sarebbe rischioso e faticoso.

Fig. 58: Illustrazione di Gavino Bravi. (Immagine d'autore, 2022)

## Gli antagonisti

# Maria Gnezza

La bussinesswoman

Età:  
52 anni

Interessi:  
Yoga  
Famiglia  
Lavoro



## Vita

Maria Gnezza, insieme ai suoi fratelli, gestisce una fabbrica tessile del biellese e tutto il brand che si è creato intorno. In particolare, lei si dedica alla promozione della zona in cui si trova la sede centrale come polo turistico.

## Biella

Data la sua professione, Maria ha sempre cercato di concentrarsi solo sul territorio su cui lavora, ignorando il resto della provincia e la città di Biella, anzi, nel momento in cui lei viene messa sullo stesso piano di altre realtà nella zona, trova sempre un modo per ricordare agli altri che la sua famiglia è un competitor.

## Creatività

Management, comunicazione e progettualità sono tutti elementi che raccoglie nella sfera della sua creatività. Questa deve però portare sempre ad un guadagno concreto.

## Cosa potrebbe volere dal progetto?

Ponendosi subito come competitor invece che come contributor: se parteciperà, dovrà di sicuro esserne l'unica protagonista.

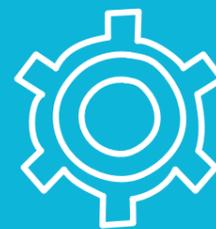
Fig. 59: Illustrazione di Maria Gnezza. (Immagine d'autore, 2022)

# I casi studio

# Gli indicatori

## Funzione

Gli indicatori sono parametri in grado di valutare qualitativamente i casi studio presi in considerazione per questo progetto di tesi. Sono stati scelti analizzando i risultati delle interviste, gli stakeholder e le user personas. Questa scelta è stata presa affinché il progetto possa poi avere spunti reali per il suo giusto funzionamento. Gli indicatori sono 4: difficoltà di gestione, attenzione al territorio, coinvolgimento e comunicazione.



### Difficoltà di gestione

Valuta il lavoro necessario che si cela dietro il progetto, mettendo in relazione gestore, attività e social da gestire.



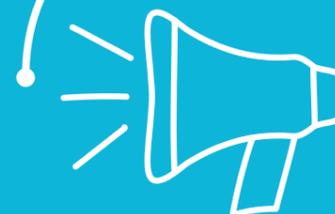
### Attenzione al territorio

Esamina la relazione che il progetto ha con il territorio in cui si trova.



### Coinvolgimento

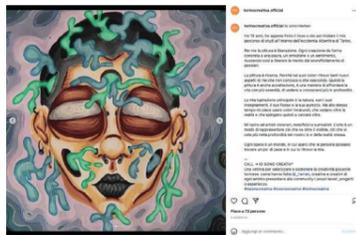
Considera come il progetto coinvolge il suo target attraverso le attività offerte e le azioni compiute online e offline.



### Comunicazione

Analizza l'efficacia della comunicazione del progetto tramite il quantitativo di social, la community e il tone of voice.

# Torino Creativa



**Luogo**  
Torino

**Nascita**  
2019

## Descrizione

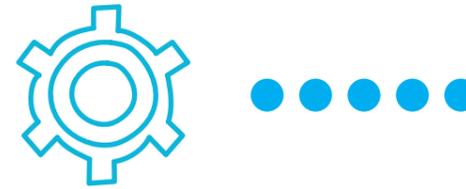
Progetto di comunicazione ed empowerment delle giovani professioni creative della realtà torinese, con focus su creatività come sviluppo e crescita per i territori.

Da sinistra a destra:

Fig. 60: Logo Torino Creativa. (Torino Creativa | Facebook, 2022)

Fig. 61: Screen feed Instagram Torino Creativa. (@torinocreativa.official, 2022)

Fig.62: Post Instagram IO SONO CREATIV\*. (@torinocreativa.official, 2022)



La mole di lavoro richiede che più di un piccolo gruppo di persone segua il progetto.

Gestione: Città di Torino

Attività da gestire: Social, eventi, talk, workshop

Canali di comunicazione da gestire: 5

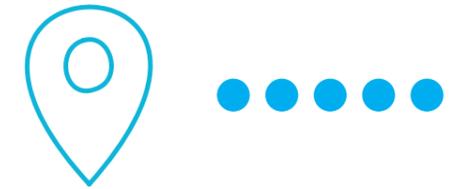


Il target è al centro dell'attenzione sia offline che online.

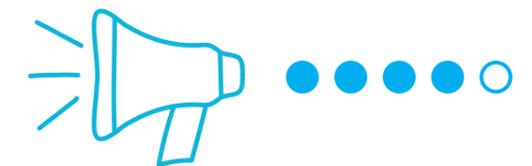
Target: Giovani creativi

Offline: Eventi, talk e workshop presentati dal e al target

Online: Rubriche social dedicate ai membri singoli del target



Come riportato dal naming, il progetto si concentra sui torinesi e le realtà presenti nella città.



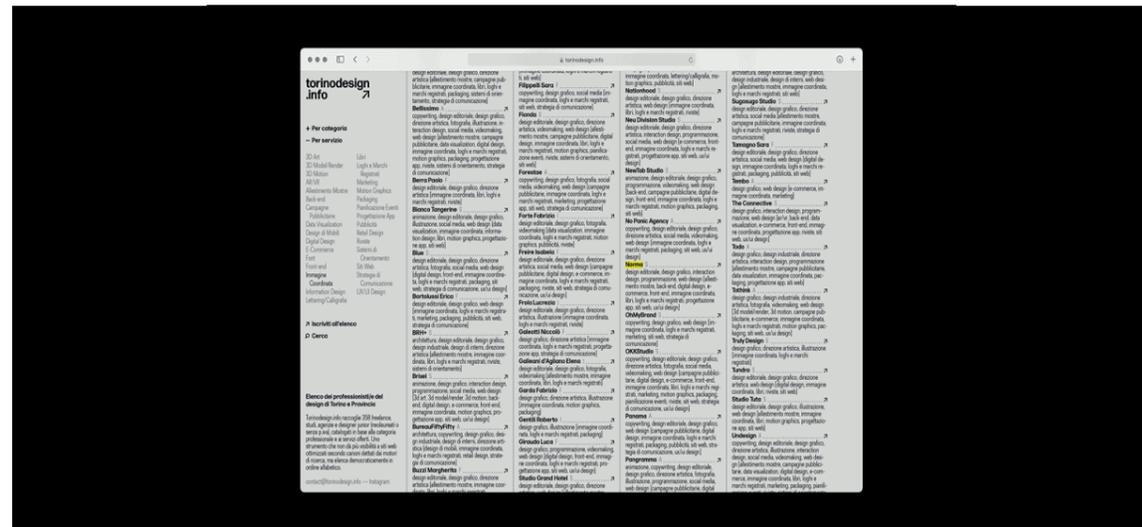
Copertura multiplatforma e pagine social attive nelle pubblicazioni, tuttavia ci sono poche rubriche.

Canali di comunicazione: Instagram, Facebook, Telegram, Youtube, Spotify

KPI Instagram: 4.810 followers

Tone of voice: Serioso, informale, rispettoso, pratico

# torinodesign.info



**Luogo**  
Torino

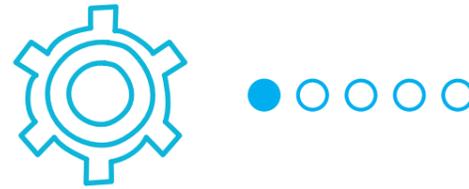
### Descrizione

È un elenco imparziale di agenzie, studi e professionisti\* del design, del web, dell'immagine e dell'architettura che operano a Torino e provincia.

Fig. 63 (sopra): Logo torinodesign.info. (torinodesign.info, 2020)

Fig. 64 (sotto): Sito web torinodesign.info. (Font in use, 2020)

**Nascita**  
2020



Il sito intuitivo necessita una bassa manutenzione, il piano editoriale è flessibile.

**Gestione:** Cinzia Bongino e studio Norma

**Attività da gestire:** Sito web, social

**Canali di comunicazione da gestire:** 2

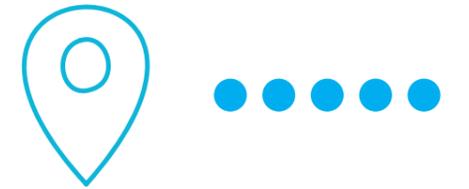


Il target è al centro dell'attenzione.

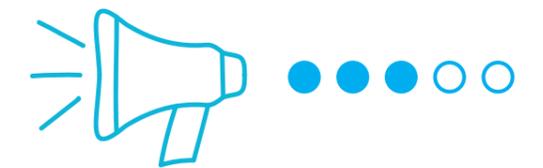
**Target:** Professionisti del settore

**Offline:** Nulla

**Online:** Sito con link al contatto singolo, IG con repost a lavori degli iscritti all'elenco



Come riportato dal naming, il progetto si concentra sui professionisti principalmente di Torino, ma con un respiro più ampio alle province.



Copertura biplatforma e piano editoriale flessibile.

**Canali di comunicazione:** Instagram, sito web

**KPI Instagram:** 1.648 followers

**Tone of voice:** Serioso, formale, rispettoso, pratico

# District



**Luogo**  
Milano

**Nascita**  
2018

**Descrizione**

Piattaforma di matching tra designer e aziende che copre le zone di Milano, Torino e Roma. Ha una community di oltre 12.500 designer.

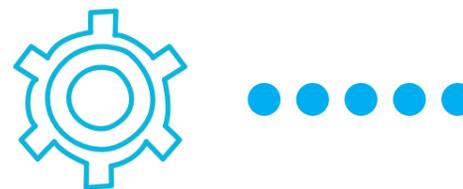
Da sinistra a destra:

Fig. 65: Logo District. (District | Facebook, 2022)

Fig. 66: Post Facebook District. (District | Facebook, 2022)

Fig. 67: Collage "chi siamo" sito web di District. (The District, n.d.)

Fig. 68: Banner post su Medium by Team District. (Team District | Medium, 2022)



Il progetto è in continua ricerca di offerte di lavoro, in più deve gestire un sito web e social.

Gestione: Team di circa 7 persone distribuito in tutta Italia

Attività da gestire: Sito, social, eventi esterni con ospiti, podcast

Canali di comunicazione da gestire: 6



Poca attenzione ad un territorio specifico, ma un buon collante tra designer e aziende.

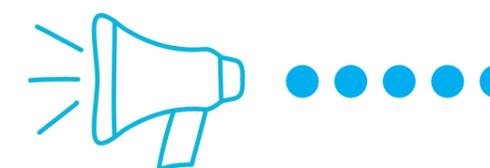


I contenuti si appellano direttamente alle necessità del target.

Target: Professionisti del settore

Offline: Sponsor eventi

Online: Instagram e Telegram con offerte di lavoro molto dettagliate, podcast su Youtube



Le offerte di lavoro sono molto chiare e tutti i canali sono sempre aggiornati.

Canali di comunicazione: Instagram, Telegram, Facebook, Youtube, sito web

KPI Instagram: 17.2k followers

Tone of voice: Umoristico, informale, irriverente, pratico

# Graphic Days



## Luogo

Torino

## Nascita

2016

## Descrizione

È un festival internazionale e un osservatorio sul visual e social design con una rete di attori internazionali e locali. È anche spazio di disseminazione culturale e un un design lab.

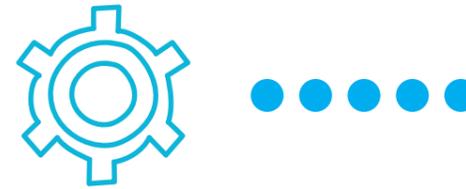
Da sinistra a destra:

Fig. 69: Logo Graphic Days. (Graphic Days, 2022)

Fig. 70: Foto evento Graphic Days. (Print Club Torino, 2022)

Fig. 71: Foto evento Graphic Days. (Print Club Torino, 2022)

Fig. 72: Banner Graphic Days. (Graphic Days, 2022)

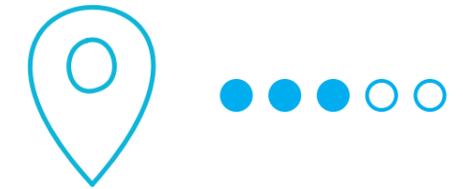


Comprende molti attori e, data la portata degli eventi, richiede un'organizzazione complessa.

Gestione: Team di circa 20 persone fisse, più una serie di volontari

Attività da gestire: Sito web, social, eventi in location variabili

Canali di comunicazione da gestire: 6



Il progetto è influenzato dalla rete di contatti sul territorio torinese, però ha come scopo di essere un festival internazionale. Solo Graphic Days In the city ha come focus gli studi locali. Non è concentrato su un territorio unico.

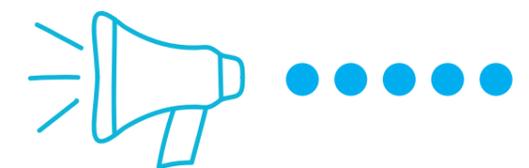


Il progetto richiede la partecipazione di molte persone, però a volte viene fatta una scelta dagli organizzatori.

Target: Professionisti del settore, interessati al tema

Offline: Evento, talk, workshop

Online: Post sull'esperienza di partecipazione al festival



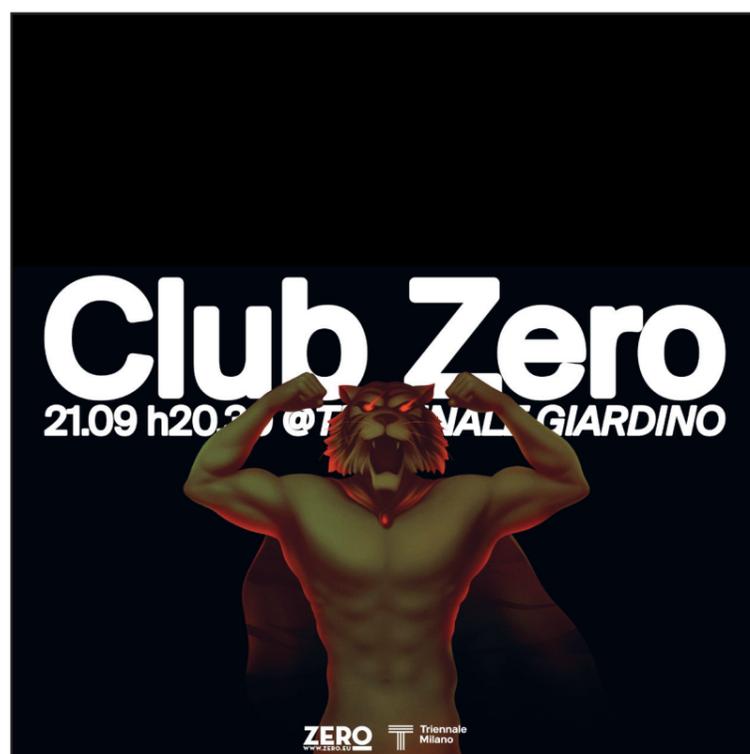
Tutti i canali sono aggiornati e completi di info.

Canali di comunicazione: Instagram, Twitter, Facebook, Youtube, LinkedIn, sito web

KPI Instagram: 19.7k followers

Tone of voice: Serioso, informale, rispettoso, intuitivo

# ZERO.EU



## Luogo

Milano

## Nascita

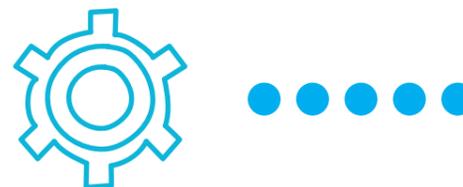
1996 offline - 2007 online

## Descrizione

Dal 2007, magazine online di eventi e lifestyle legati al territorio e l'ambiente urbano.

Fig. 73 (a sinistra): Poster zero.eu. (Wired Italia, 2021)

Fig. 74 (a destra): Banner evento club dei quartieri - zero.eu. (zero.eu, 2021)



Sono molte le città coinvolte nel progetto ed è da considerare tutta la forza lavoro dietro l'organizzazione del magazine.

Gestione: Edizioni Zero srl

Attività da gestire: Sito web, magazine, recensioni, eventi

Canali di comunicazione da gestire: 3



Nonostante sia nato avendo come città-fulcro Milano, il magazine scrive anche per altre 7 città (nazionali e non). Il progetto cerca di mantenere la sua identità territoriale con eventi su Milano e rubriche hyperlocal". Non è concentrato su un territorio unico.

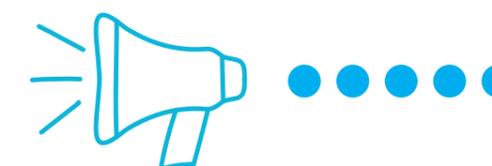


Oltre a segnalare eventi di terzi al target (scelti dalla redazione), lo invita a quelli gestiti da loro.

Target: Persone interessate a lifestyle e vita notturna

Offline: Eventi

Online: Rubriche Instagram e sito web da consultare per gli eventi



Il sito è completo e di facile fruizione, tutti i canali sono aggiornati e completi di info.

Canali di comunicazione: Instagram, Facebook, sito web, magazine

KPI Instagram: 50+K followers

Tone of voice: Umoristico, informale, irriverente, pratico

# Il concept

# How might we

Durante la fase di brainstorming si è indagato a fondo sul territorio e sulle problematiche a cui far fronte, ma, solo nella fase di user research, si sono chiariti alcuni punti che altrimenti non si sarebbero risolti. Le domande a cui si è voluto trovare risposta sono elencate nella pagina seguente.

## Come potremmo...

recuperare e reimpiegare know-how?  
reinterpretare la storia?  
ristabilire l'identità del territorio?

### #identità

colmare gli spazi vuoti?  
attirare nuovi prospect?  
evitare la fuga dei giovani?  
rendere il territorio appetibile da  
un punto di vista lavorativo?

### #visione

creare connessioni?  
comunicare meglio la creatività?  
valorizzare le realtà creative esistenti?  
migliorare le collaborazione?

### #rete

rigenerare le aree geografiche?  
invogliare ad investire sul territorio?  
reinterpretare le risorse del territorio?  
migliorare la percezione del territorio?

### #territorio

# Linee guida

Per poter rendere questa analisi e quindi questo progetto efficace, si è cercato di andare oltre alla narrazione solita del territorio ed alle tante progettualità, che pur esistendo da molto tempo, non ha dato i frutti sperati. Come espresso in precedenza, l'aspetto emotivo e generazionale hanno giocato un ruolo fondamentale nella definizione di una traccia, che possa marcare i confini di un nuovo inizio.

## Comunità

Le persone sono al centro di questo progetto. I biellesi necessitano di una rete di contatti sicura e pronta a collaborare.

## Positività

Non significa censurare, ma vedere il bicchiere mezzo pieno: la comunicazione deve avere come obiettivo quello di dare fiducia alle realtà presenti su Biella e provincia.

## Formazione

Il progetto deve consentire di recuperare il know-how locale e l'identità del territorio per sviluppare le proprie skills.

## Traduzione

La storia di Biella non deve essere cancellata o copiata, ma reinterpretata con un linguaggio contemporaneo.

## Iperlocalità

Biella non è solo una città, ma anche una provincia: questa città arcipelago non deve ignorare i suoi poli diffusi.

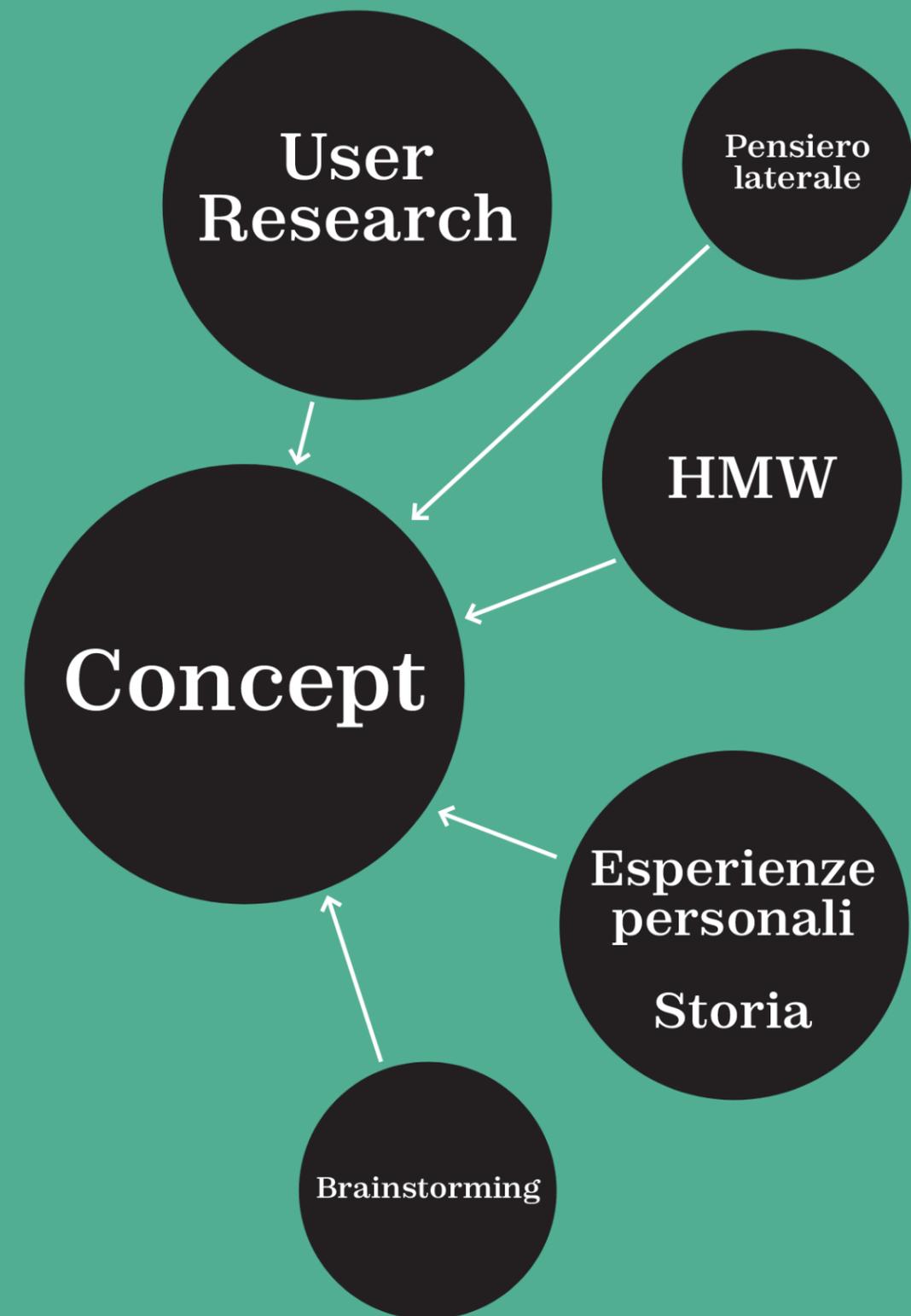
# Idea progettuale

## Keywords

Cambio di prospettiva  
Valorizzazione  
Informare  
Formazione  
Contemporaneità  
Rete

Il concept nasce dalla necessità di trovare una nuova linfa ad un territorio che ha un passato importante, ma che, con l'avanzare del tempo, ha perso parte del suo lavoro a causa di una forte delocalizzazione e il cambiamento del mercato globale. Durante questa evoluzione, Biella è rimasta ferma, mettendosi da sola in uno stato di crisi che si, ha colpito il distretto tessile, ma in realtà anche altro: la mentalità Biellese. Biella non è stata in grado di adeguarsi ai nuovi linguaggi del mondo e, non riuscendo a starci al passo, si è autosvalutata. Questa azione, nella mente dei biellesi, ha tolto tutta la credibilità a quello che è stato, a quello che è ed a quello che potrà essere. Il progetto ha il fine di cambiare mentalità dei biellesi verso il Biellese. Come si può immaginare, non è un obiettivo semplice: portare un pensiero diverso a persone che vivono da anni a Biella è un'impresa ardua. È per questo che il progetto ha deciso di puntare a coloro che possono ancora affrontare questo cambiamento, ovvero i giovani, i professionisti di domani. È fondamentale informare le nuove generazioni delle possibilità che il territorio offre, liberandole da ogni pregiudizio. Cercando di reinterpretare tutto in chiave contemporanea, è stato scelto un touchpoint digitale: Instagram.

Fig. 75 (a destra): Infografica sugli elementi che hanno influenzato le scelte di concept. (Immagine d'autore, 2022)



Visual concept



# upstream

ALDILÀ DELLA CORRENTE

Fig. 76: Visual concept di upstream.  
(Immagine d'autore, 2022)

# Il progetto

# Naming

## Definizione

Upstream è un termine inglese che significa “controcorrente, a monte”. Seguendo la vita dei salmoni, questi ripercorrono l’*upstream* nel momento in cui si devono riprodurre, ritornando così alle loro origini, in quanto il loro luogo di nascita presenta le condizioni migliori per deporre le uova. Nel campo industriale, il termine implica una fase di esplorazione e ricerca, in cui si genera innovazione.

Per Biella, *upstream* significa andare contro i pregiudizi della narrativa del territorio stesso, che fatica a vedere nel cambiamento un’opportunità ed a valorizzare quelle già presenti sul territorio.



# Manifesto

**Immergiti, impara,  
informati e gli orsi  
non saranno più  
un problema.**

Hai sempre pensato che Biella fosse un paese per vecchi ed hai ragione. Sappi però che un giorno anche tu lo sarai, ma potrai arrivarci con stile e forse felice. Devi solo lasciarti guidare dalla *controcorrente* con noi come solo i veri salmoni sanno fare. Il passo: è semplice immergiti, impara, informati e *gli orsi* non saranno più un problema.



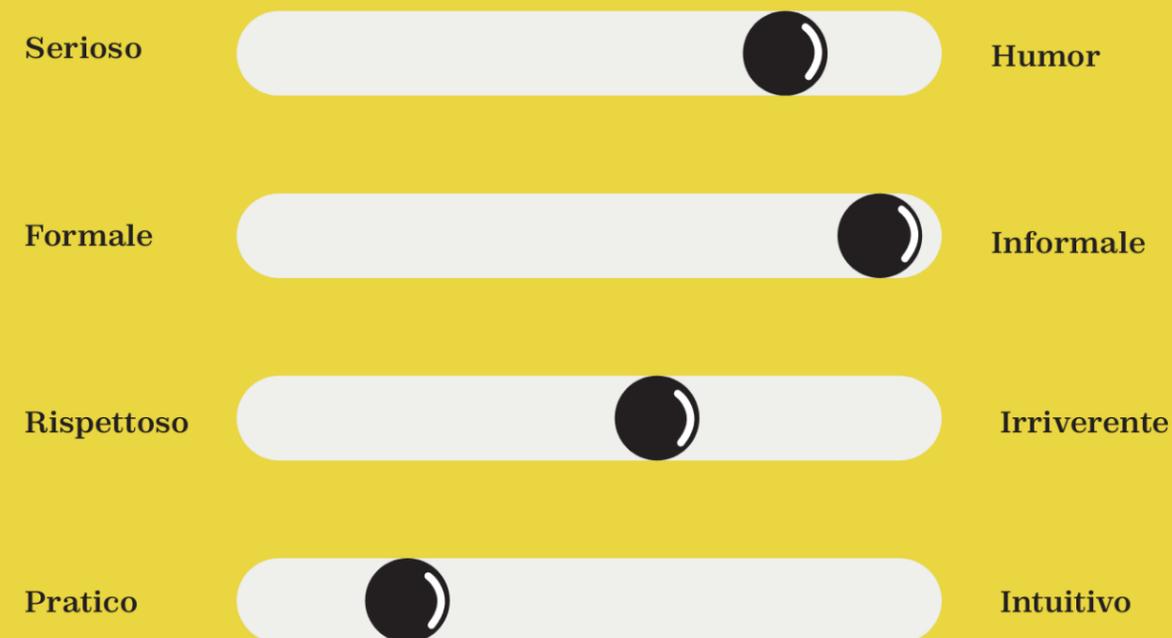
Fig. 78 (a destra): Rielaborazione grafica di foto scattata da Eiko Jones. (Immagine d'autore / Eiko Jones, 2022)

Fig. 79 (a destra): Rielaborazione grafica di foto di Shutterstock. (Immagine d'autore / Shutterstock, 2022)

# Narrazione e tone of voice

Dipende da come  
lo dici

Basandoci sui casi studio, il target scelto ed il territorio, si è deciso di seguire una narrazione ed un tone of voice in grado di generare emozione nello spettatore/lettore, basata per di più sugli insight raccolti in fase di scenario. Seguendo le quattro dimensioni del tone of voice, ipotizzate nell'articolo digitale *The Four Dimensions of Tone of Voice* scritto da Kate Moran nel 2016, si sono definite le caratteristiche principali di quello di *upstream*.



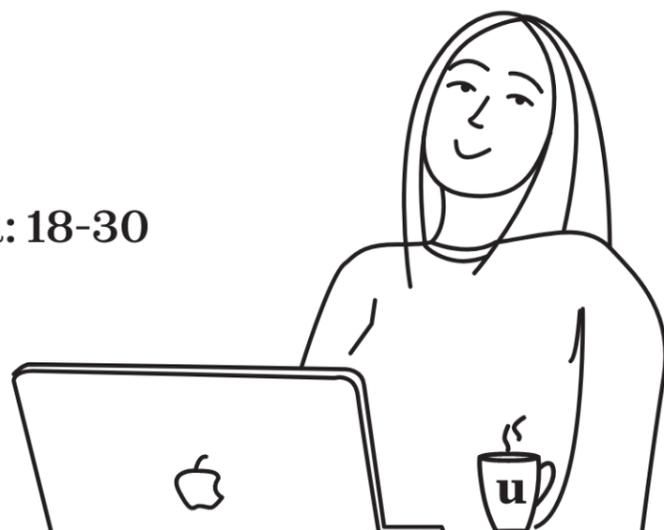
# Target

## Dico proprio a te!

Il target che è stato definito a livello progettuale vede come protagonisti i giovani dai 18 ai 30 anni, rappresentando quindi quella fascia di età che si affaccia al mondo con nuove prospettive e professionalità, è in grado di fare un cambio di passo e ha una mentalità positiva ed ottimista. La comunicazione, e quindi i canali in cui questa viene distribuita, ha lo scopo di intercettare questa fascia, fornendo loro un tone of voice adeguato e d'interesse.



**Età: 18-30**



# I protagonisti identitari



L'orso è il cosplay del biellese medio, schivo, solitario e restio alle novità.

Il salmone rappresenta l'energia vitale di andare *controcorrente*, la voglia di cambiamento e novità.



# Orso Bieleis

*Ursus arctos*



## Habitat

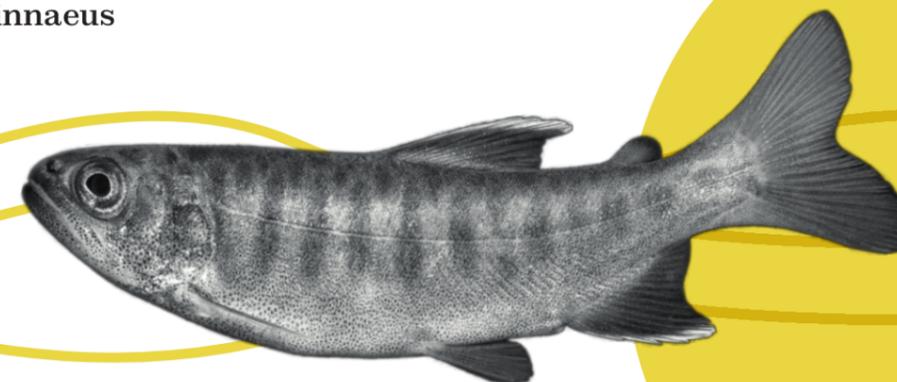
L'orso biellese vive prevalentemente in zone pre-montane ed in centri abitati mai troppo affollati. Raggiunta la maggiore età, si accalca nei pochi locali modaioli del centro cittadino circondati da altri simili.

## Comportamento

Questo animale è solito rifugiarsi nelle sontuose abitazioni che ha ereditato e non curarsi troppo della vita sociale. Raggiunto infatti il suo status è solito poi sfoggiare i suoi averi con grande vanto davanti agli altri. Preferisce fare gruppo con i suoi simili, temendo di perdere lo status elitario raggiunto. Non è difficile trovarlo in serate mondane accompagnato dagli immancabili abiti griffati e sciarpina d'ordinanza.

# Sal Moon

*Linnaeus*



## Habitat

Il salmone biellese vive lungo i numerosi corsi d'acqua locali, preferendo le arterie principali, non è raro ritrovarli in qualche piccolo rio e affluente dei torrenti.

## Comportamento

Il salmone vive la sua vita fuori dal luogo di nascita facendo esperienze diverse e crescendo fino all'età adulta. Per la riproduzione, però, decide di tornare nelle acque natie perchè sa che in quei luoghi le condizioni per la nuova prole sono perfette. Si deve però guardare le spalle, perchè molto spesso gli orsi che incontra sul suo cammino sono pronti a scacciarlo, mettendo così fine al suo sogno di futuro. Per scongiurare questo pericolo è preferibile legarsi ad altri simili per rendere la controcorrente più facile e complicare la caccia dei nemici orsi. Molto spesso sono i salmoni non autoctoni a credere nel Biellese come luogo di rinascita.

# Tipografia

Una scelta  
di carattere

La tipografia utilizzata sono il carattere *Zodiak* per il logotipo ed il *General Sans* per il claim, entrambi della *IndianType Foundry*, consultabile sul sito [fonshare.com](http://fonshare.com).

## Zodiak ExtraBold

abcdefghijklmnopqrstuvwxy

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

1234567890

## General Sans Medium

abcdefghijklmnopqrstuvwxy

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

1234567890

### Zodiak ExtraBold

Font elegante che rimanda all'artigianità ed eleganza del settore laniero

upstream

ALDILÀ DELLA CORRENTE

### General Sans Medium

Carattere rigido, in contrasto con Zodiak, per rappresentare la contemporaneità del progetto.

# Colore

## L'abito fa il monaco

La scelta dei colori per il visual deve tenere conto di due macrofattori: la storia ed il territorio. I colori, in generale, fanno riferimento all'identità visiva ricorrente nel Biellese, come si può notare nel logo di *Biella Città Creativa Unesco 2019* e *BiellaTurismo*, oppure ancora nello stemma del Comune e della Provincia. Il territorio viene reso dal ciano, identitario dell'acqua, ed il verde, che rappresenta le valli e la natura, mentre i colori caldi sono più indicati per definire energia e movimento, un pensiero che porti ad agire.

## Utilizzo

Il progetto ha diversi tipi di output visivi: in quelli analogici, il colore viene usato come variante cromatica degli oggetti stampati, negli output digitali, invece, ad ogni colore corrisponde una rubrica diversa. Il tema degli output sarà discusso nelle prossime pagine.

Bianco  
caldo

#F2F2F2

Realtà  
creative

Giallo

#F2D752

Docuseries

Arancione

#FF7330

Personaggi  
storici

Rosso

#F35D4F

Bacheca

Verde

#4EA696

Fatti storici

Ciano

#04B1D9

Collaborazioni

Nero

#000000

# Flusso progettuale

Fig. 81: Infografica del flusso progettuale, contenente immagini d'autore. (Immagine d'autore, 2022)

**Fase I**  
Incuriosire i Biellesi nel mondo reale



**Fase II**  
Rimando ai social



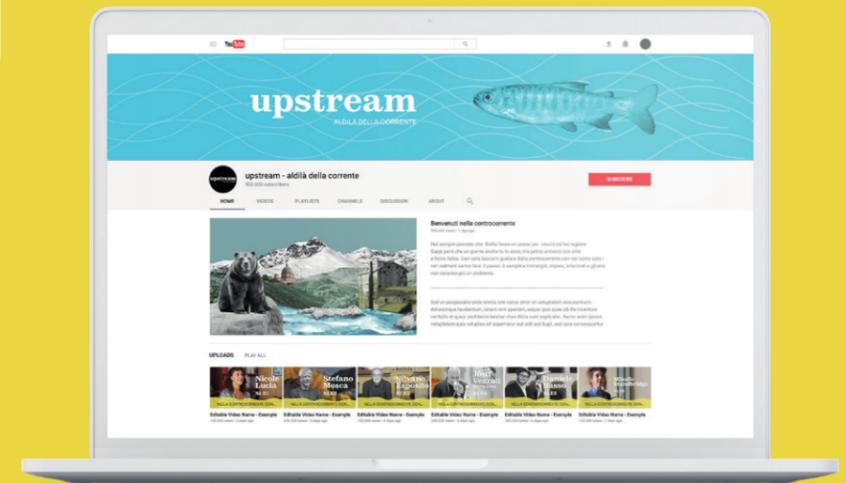
**Fase III**  
Informare ed interagire



**Fase IV**  
Creazione comunità



**Fase V**  
Che ne penserà Biella?



# Fase I e fase II

*Incuriosire i Biellesi nel mondo reale e rimandarli ai social*

**Obiettivo**

Incuriosire i Biellesi nello spazio fisico e riuscire a rimandarli nel mondo digitale sono gli obiettivi delle prime due fasi del flusso di progetto.

**Gli strumenti**

Gli strumenti usati sono cartoline, segnalibri e sticker (tutti riportanti canali social), posizionati in punti strategici in tutta la provincia di Biella. Le cartoline ed i segnalibri soprattutto, lasciati in spazi come scuole, centri di formazione, associazioni, biblioteche, librerie e fermate dei mezzi, vogliono poi essere un oggetto da portare con sé. Gli sticker, invece, rappresentano gadget collezionabili ed utilizzabili nello spazio dal target stesso.

Fig. 82: Raccolta output analogici upstream. (Immagine d'autore, 2022)



**Segnalibri**



**Cartoline**



**Stickers**

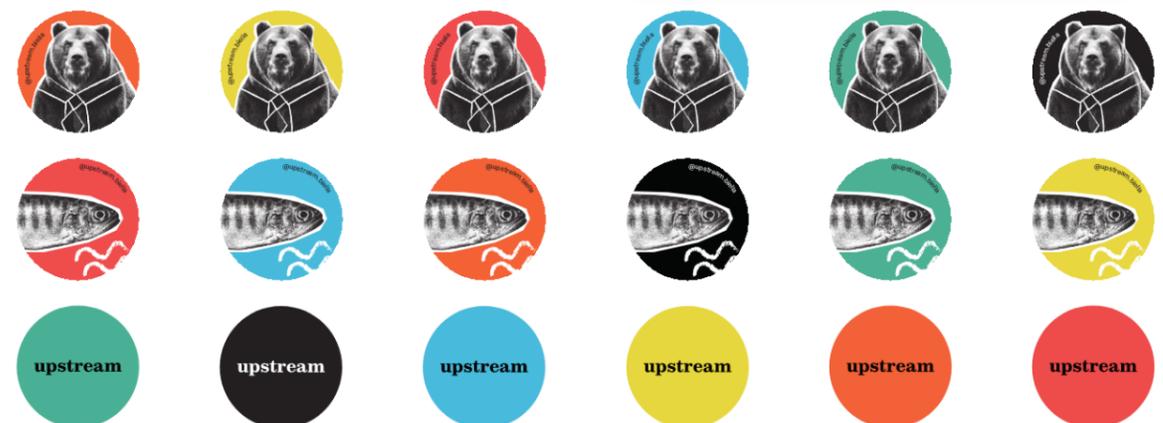




Fig. 83: Foto cartolina upstream a Biella. (Immagine d'autore, 2022)



Fig. 84: Foto cartolina upstream a Biella. (Immagine d'autore, 2022)

Immergiti, impara,  
informati e *gli orsi*  
non saranno più  
un problema.



tipico orso biellese →



Messaggio

Visual identitario

Hai sempre pensato che Biella fosse *un paese per vecchi* ed hai ragione. Sappi, però, che un giorno anche tu lo sarai, ma potrai arrivarci con stile e forse felice.

Devi solo lasciarti guidare dalla *controcorrente*, come solo i veri salmoni sanno fare.

**upstream**  
ALDILÀ DELLA CORRENTE

Seguici su  
@upstream.biella  
upstream - aldilà della corrente

115 mm

158 mm



Fig. 85: Foto segnalibro upstream a Biella. (Immagine d'autore, 2022)



Fig. 86: Foto segnalibro upstream a Biella. (Immagine d'autore, 2022)

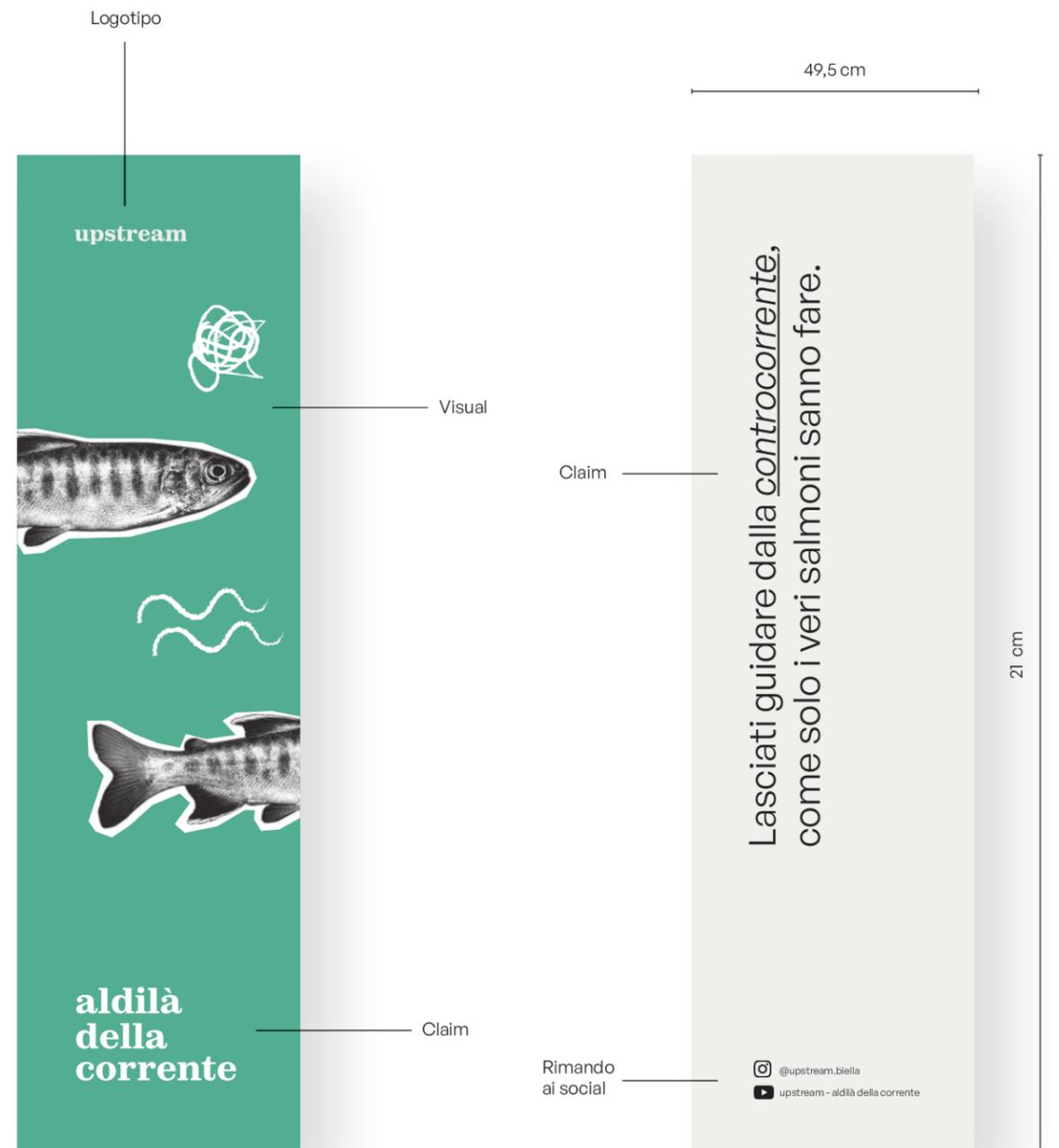




Fig. 87: Foto sticker upstream a Biella. (Immagine d'autore, 2022)



Fig. 88: Foto sticker upstream a Biella. (Immagine d'autore, 2022)



Fig. 89: Foto sticker upstream a Biella. (Immagine d'autore, 2022)



Visual identitario



Rimando ai social



Logotipo

40 mm

# Fase III

## Informare ed interagire

### Obiettivo

Una volta arrivato sui social, bisogna fare in modo che il target rimanga su di esso, creando quindi dell'interesse.

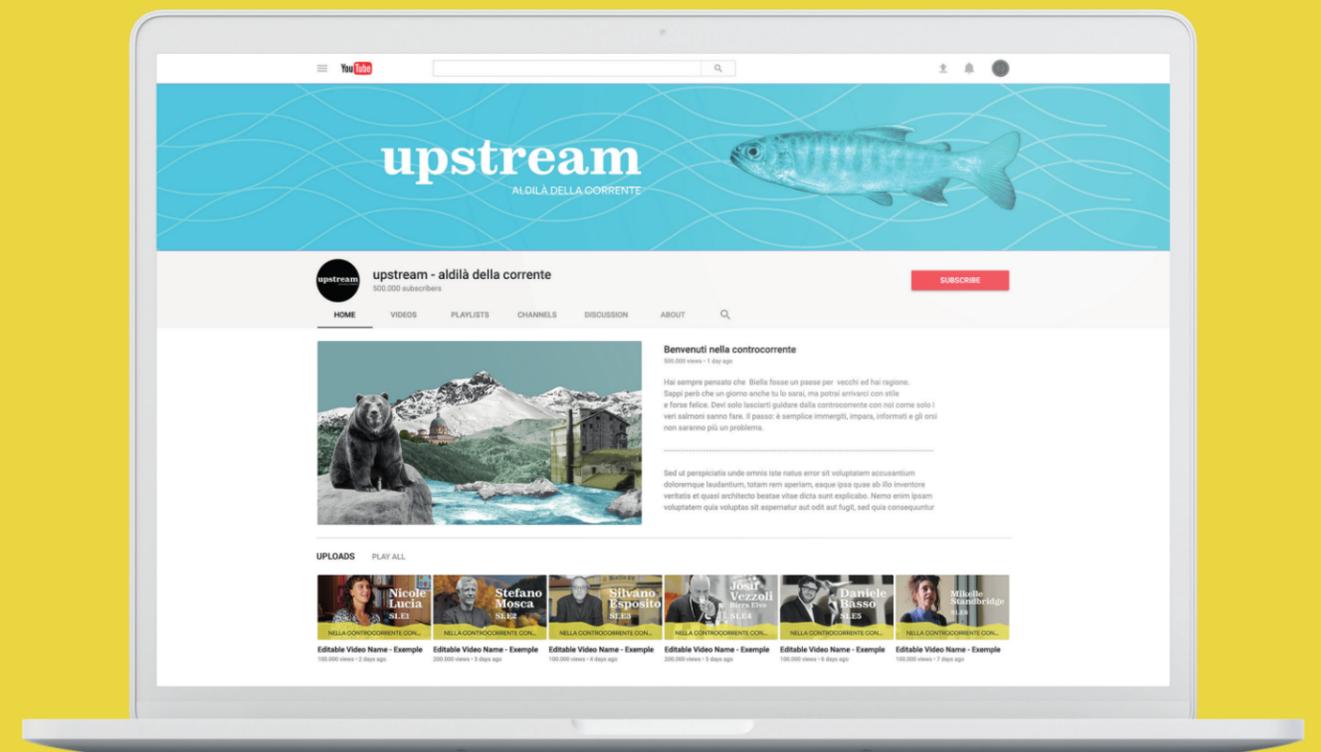
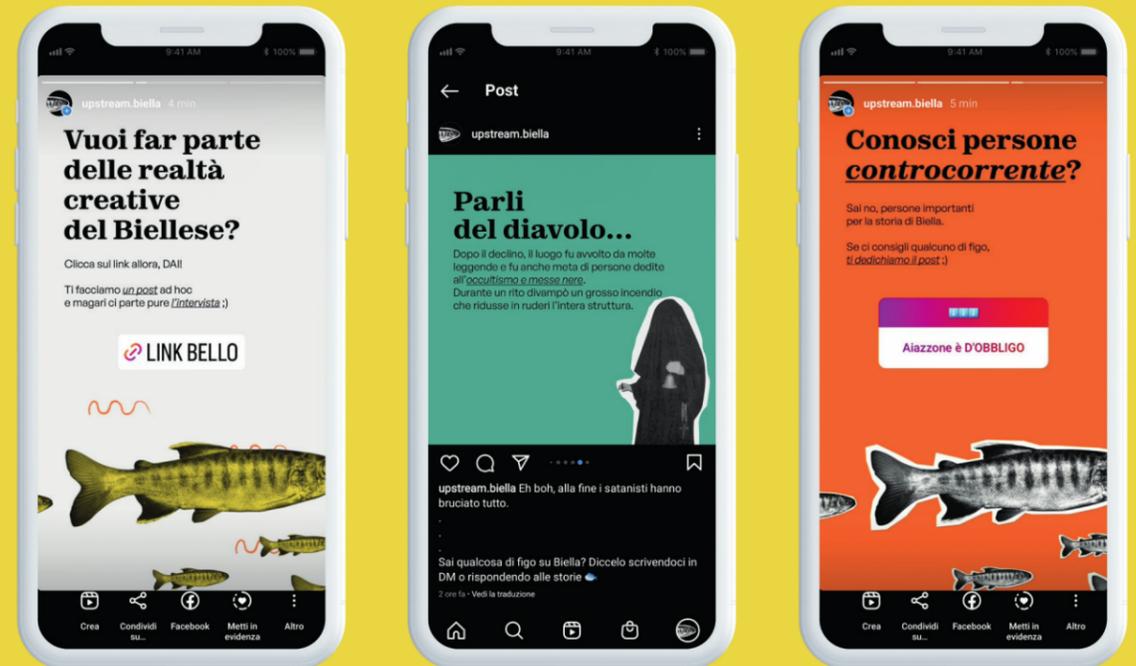
### Gli strumenti

Per farlo, sulle pagine Instagram e YouTube, *upstream* crea contenuti informativi ed interagisce con i followers, in modo da dar loro una ricompensa (potere di influenza). Secondo il testo *Odio Social*, infatti, la progettazione transmediale presuppone il sostegno di ricompense ed elementi motivazionali per il target. Tra i tipi di ricompensa elencati, *upstream* darebbe:

- ricompense legate al contenuto e alla narrazione (desiderio di scoprire qualcosa in più);
- ricompense legate alla percezione del proprio potere di influenza.

Dunque, il piano editoriale si sviluppa in 5 rubriche fisse, che vengono pubblicate 2 volte a settimana, insieme a storie IG, con le quali si ricerca interazione.

Fig. 90: Raccolta di mockup di storie e carosello Instagram, più video su YouTube. (Immagine d'autore, 2022)





## Rubrica del piano editoriale - I

Fig. 91: Mockup carosello Instagram per la rubrica sui personaggi storici. (Immagine d'autore, 2022)

**Giorno** I Lunedì del mese  
**Orario** 18-21

**Rubrica** Personaggi storici  
**Format** Post carosello mograph  
**Canale** Instagram

**Obiettivo** Creare interesse per la cultura biellese ed informare le nuove generazioni su creativi biellesi del passato



**Giorno** I Lunedì del mese  
**Orario** 18-21

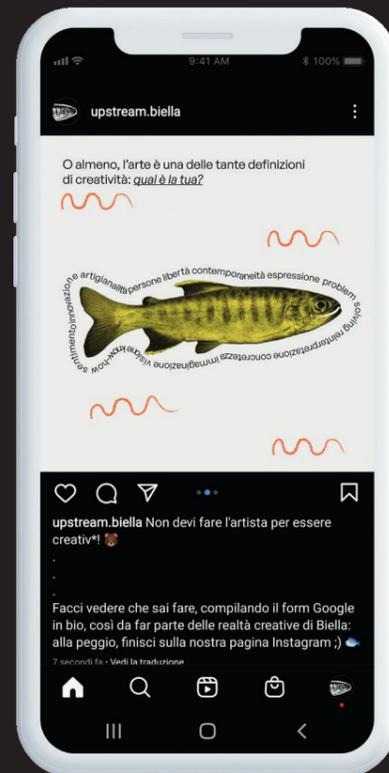
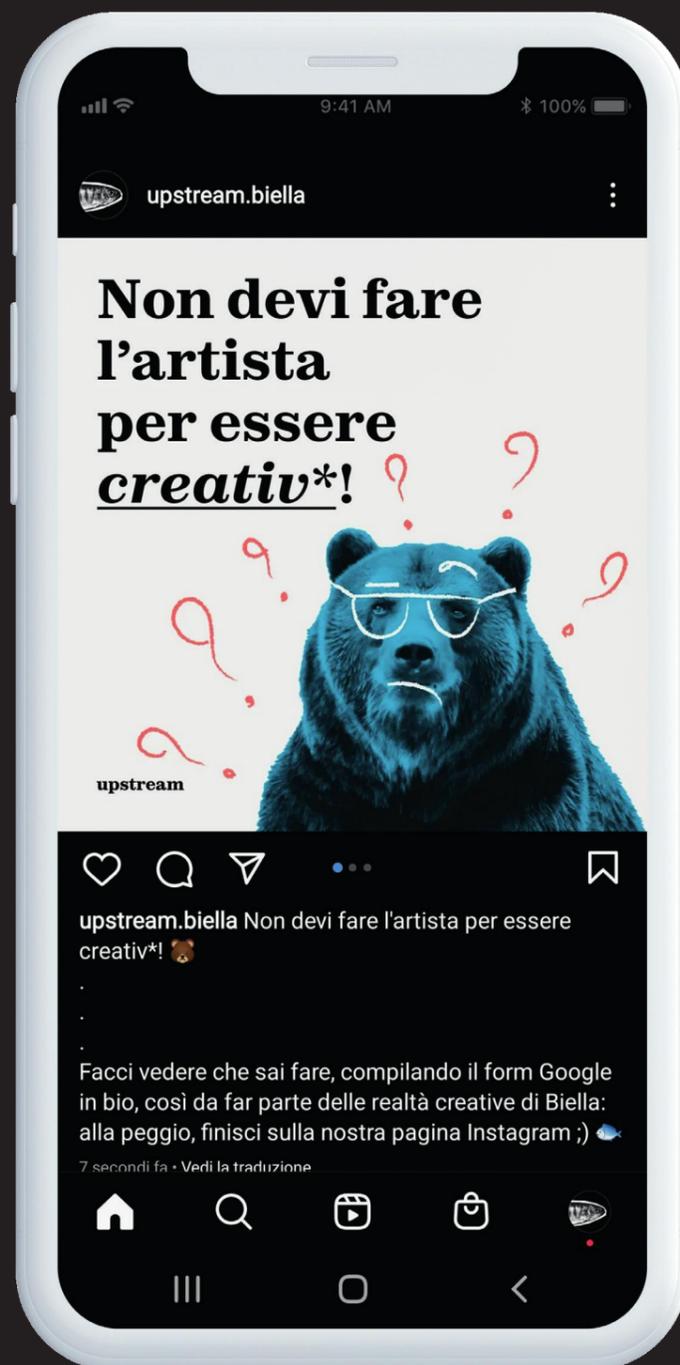
**Rubrica** Conosci altre persone controcorrente?  
**Format** Storia mograph con sticker domande  
**Canale** Instagram

**Obiettivo** Interazione pagina-utente, condividendo le risposte e creando spunti per contenuti futuri



## Rubrica del piano editoriale - II

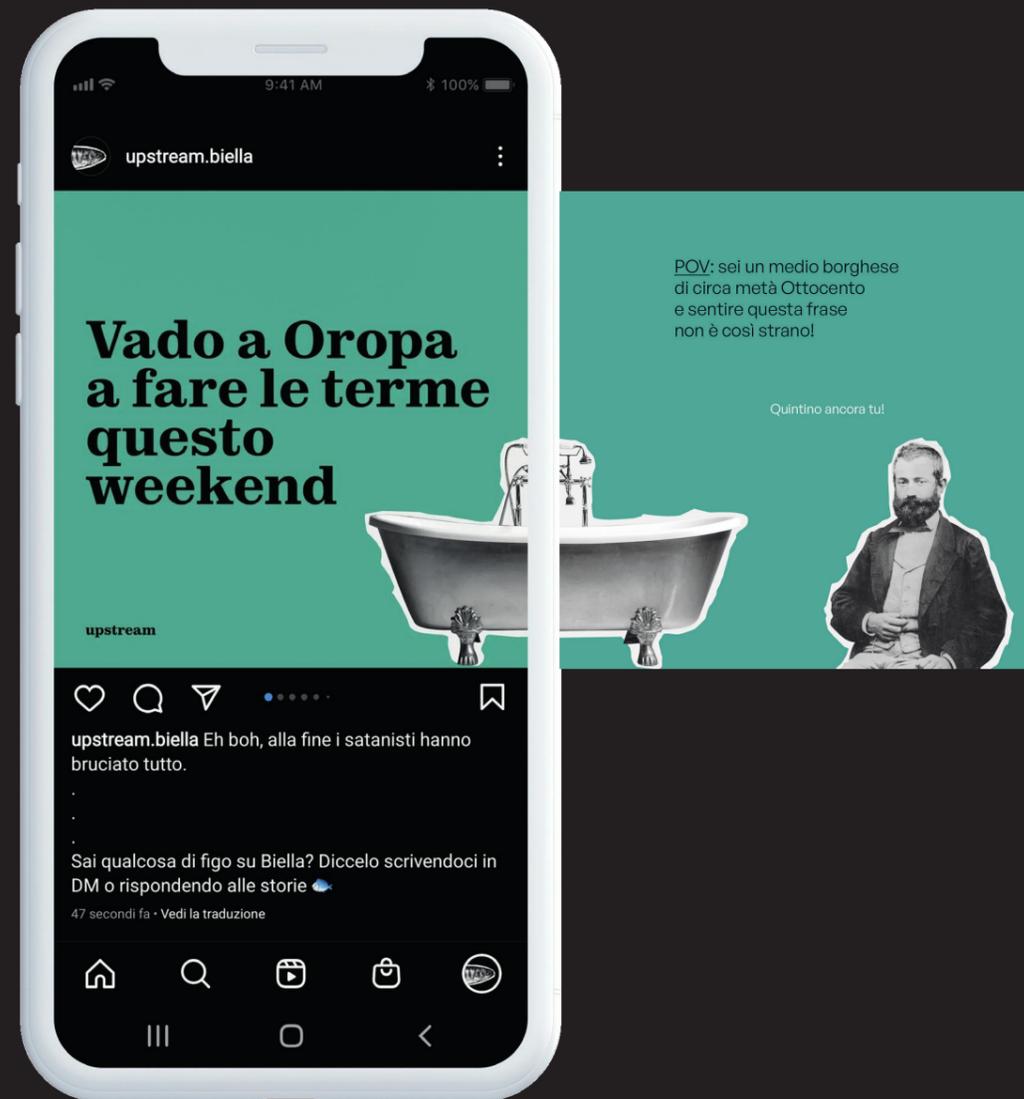
Fig. 92: Mockup carosello Instagram per CTA realtà creative. (Immagine d'autore, 2022)



<b>Giorno</b>	I Venerdì del mese
<b>Orario</b>	18-21
<b>Rubrica</b>	Call to action per realtà creative biellesi
<b>Format</b>	Post carosello mograph
<b>Canale</b>	Instagram
<b>Obiettivo</b>	Call to action per compilazione form Google
	<b>+</b>
<b>Giorno</b>	I Venerdì del mese
<b>Orario</b>	18-21
<b>Rubrica</b>	Call to action per realtà creative biellesi
<b>Format</b>	Storia mograph con link a form Google
<b>Canale</b>	Instagram
<b>Obiettivo</b>	Call to action per compilazione form Google

## Rubrica del piano editoriale - III

Fig. 93: Mockup carosello Instagram per fatti storici.  
(Immagine d'autore, 2022)



**Giorno** Il Lunedì del mese  
**Orario** 18-21

**Rubrica** Fatti storici  
**Format** Post carosello mograph  
**Canale** Instagram

**Obiettivo** Creare interesse per la cultura biellese



**Giorno** Il Lunedì del mese  
**Orario** 18-21

**Rubrica** Sai qualcosa di figo su Biella? Diccelo!  
**Format** Storia mograph con sticker domande  
**Canale** Instagram

**Obiettivo** Interazione pagina-utente, condividendo le risposte e creando spunti per contenuti futuri



Fig. 94: Mockup carosello Instagram per le realtà creative del Biellese. (Immagine d'autore, 2022)

## Rubrica del piano editoriale - IV

**Giorno** Il Venerdì del mese  
**Orario** 18-21

**Rubrica** Realtà creative  
**Format** Post carosello mograph personalizzato  
**Canale** Instagram

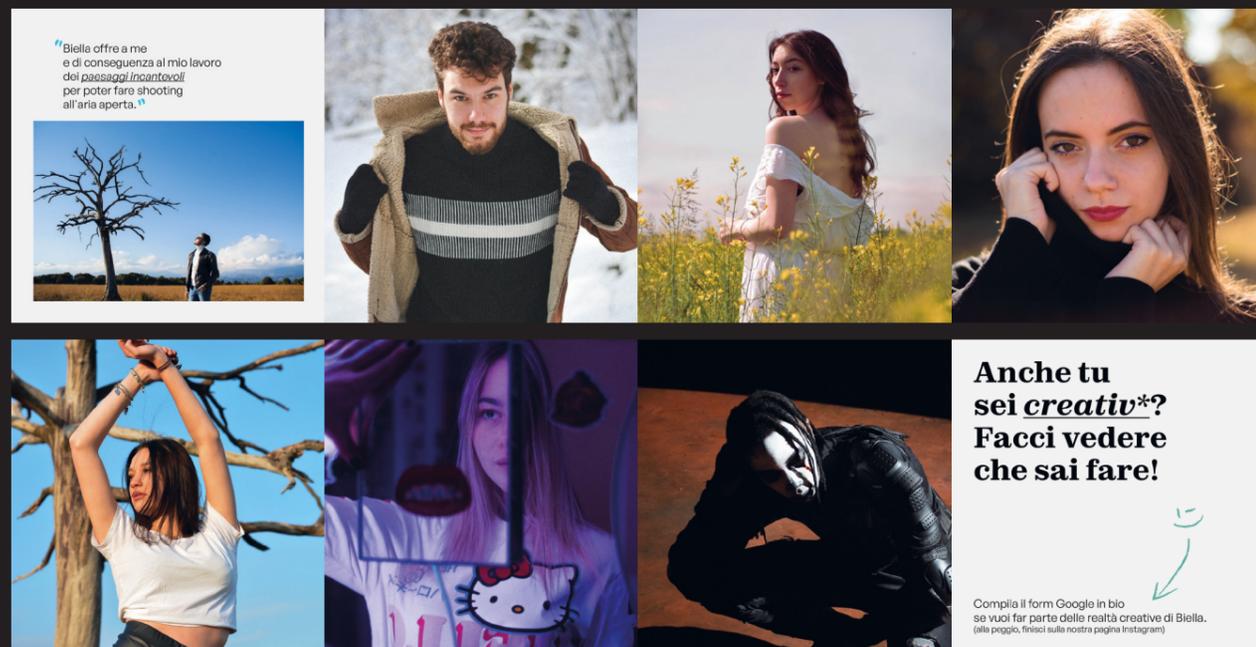
**Obiettivo** Sponsorizzare realtà presenti sul territorio e creare una rete di creativi



**Giorno** Il Venerdì del mese  
**Orario** 18-21

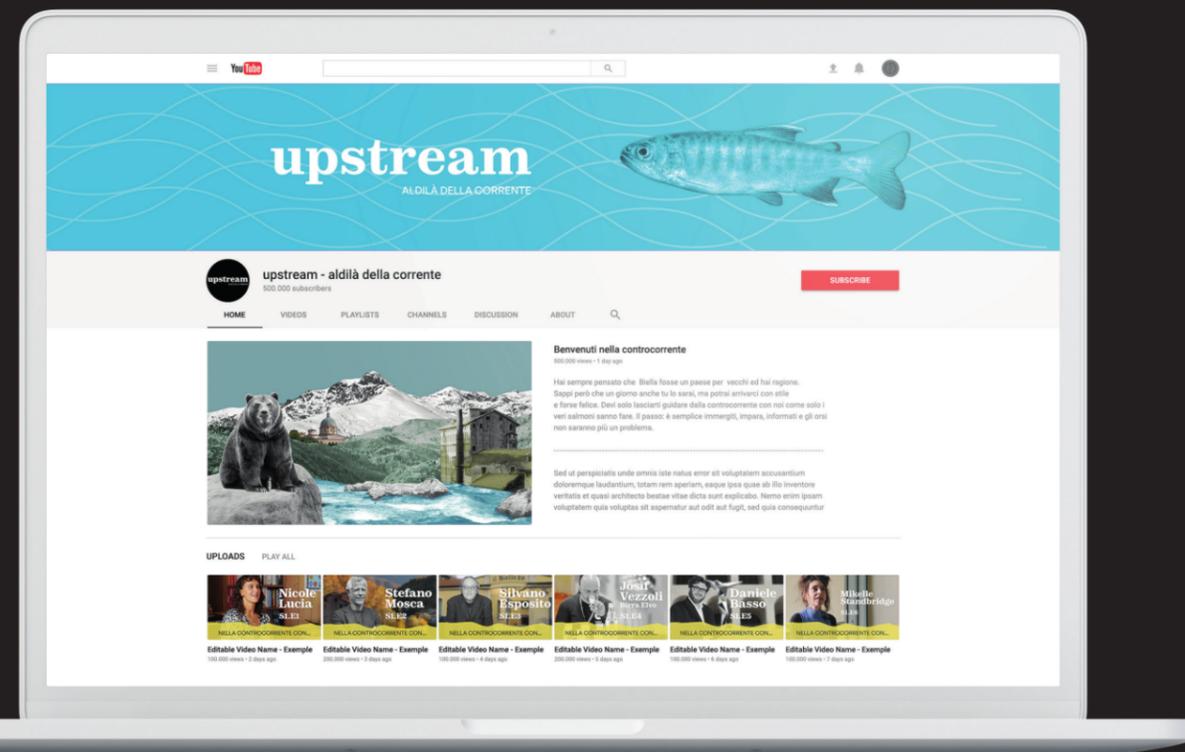
**Rubrica** Call to action per realtà creative biellesi  
**Format** Storia mograph con link a form Google  
**Canale** Instagram

**Obiettivo** Call to action per compilazione form Google



## Rubrica del piano editoriale - V

Fig. 95: Mockup storia Instagram per docuseries su Youtube. (Immagine d'autore, 2022)



**Giorno** III Lunedì  
**Orario** 18-21

**Rubrica** Docuseries  
**Format** Video  
**Canale** YouTube

**Obiettivo** Sponsorizzare realtà presenti sul territorio e creare una rete di creativi



**Giorno** III Lunedì  
**Orario** 18-21

**Rubrica** Uscita episodio docuseries  
**Format** Storia mograph con link episodio  
**Canale** Instagram

**Obiettivo** Sponsorizzare episodio YouTube



Fig. 96: Mockup post Instagram per bacheca.  
(Immagine d'autore, 2022)

## Rubrica del piano editoriale - VI

<b>Giorno</b>	III Venerdì
<b>Orario</b>	18-21
<b>Rubrica</b>	Bacheca
<b>Format</b>	Post mograph
<b>Canale</b>	Instagram
<b>Obiettivo</b>	Sponsorizzare opportunità presenti sul territorio e creare rete di contatto
	+
<b>Giorno</b>	III Venerdì
<b>Orario</b>	18-21
<b>Rubrica</b>	Bacheca
<b>Format</b>	Repost post mograph
<b>Canale</b>	Instagram
<b>Obiettivo</b>	Sponsorizzare post



Fig. 96: Mockup post Instagram per collaborazione. (Immagine d'autore, 2022)

## Rubrica del piano editoriale - VII

**Giorno** Non definito (dipende dal momento della collaborazione)  
**Orario** 18-21

**Rubrica** Collaborazioni  
**Format** Post mograph  
**Canale** Instagram

**Obiettivo** Sponsorizzare collaborazione con altri enti biellesi



**Giorno** Non definito (dipende dal momento della collaborazione)  
**Orario** 18-21

**Rubrica** Collaborazioni  
**Format** Repost su storie IG del post mograph  
**Canale** Instagram

**Obiettivo** Sponsorizzare collaborazione con altri enti biellesi

# Fase IV

## Creazione comunità

### Obiettivo

Dopo la pubblicazione dei contenuti sui social e l'interazione con gli utenti, il progetto punta a creare e consolidare una comunità, grazie alla ricompensa di potere di influenza ed i post personalizzati sui followers.

### Gli strumenti

In particolare, si chiede al target di essere attivi nell'andamento progetto. Infatti, vi sono due modi per ottenere contenuti e utenti da intervistare per le rubriche social: facendo ricerca e attraverso i followers. Il primo modo si spiega da solo, mentre il secondo è raggiunto attraverso stickers per domande nelle storie IG e un form Google. Gli stickers vengono usati per suggerire i contenuti per Instagram, mentre il form, seguendo *Torino Creativa* e *torinodesign.info*, servirà per venire in contatto con gli utenti da intervistare. In questo modo, verranno creati contenuti nei quali la community è sempre menzionata e/o al centro dell'attenzione.

Fig. 97: Mockup con user journey per registrarsi come realtà creativa. (Immagine d'autore, 2022)

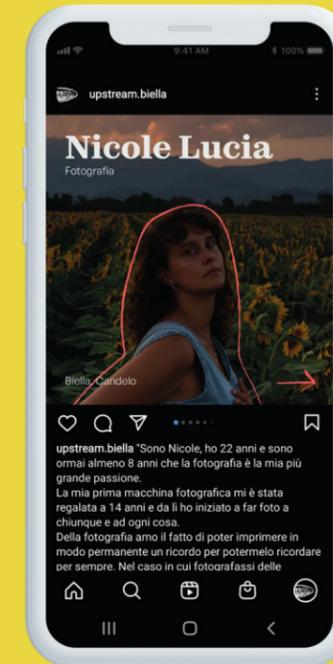
### I

Ponte Instagram-Linktree per rimandare a form Google



### III

Post dedicato al membro della community



### II

Compilazione form Google



### IV

Intervista all'utente



# Fase V

## *Che ne penserà Biella?*

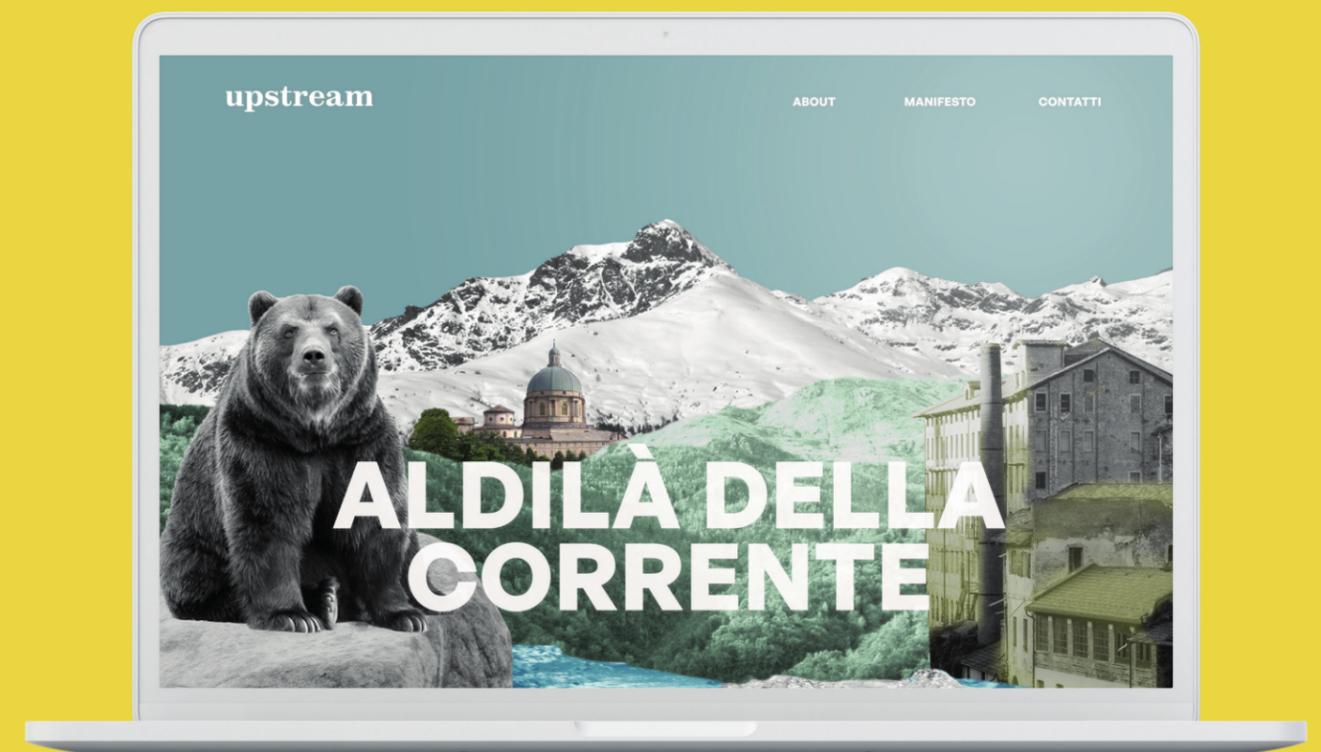
### Obiettivo

L'ultima fase si basa su una pianificazione in relazione al feedback del territorio biellese: questo, se positivo, permetterebbe di instaurare collaborazioni sia con enti/associazioni private e pubbliche.

### Gli strumenti

Da qui, quindi, potrebbero scaturire output molteplici con utilità diversi, quali, per esempio, un sito web, nuove rubriche, talk, workshop, eventi, ecc.

Fig. 98: Mockup sito web in versione desktop e mobile.  
(Immagine d'autore, 2022)



# Conclusioni

Biella rappresenta un luogo identitario per la sua storia e per la sua geografia. Le persone rappresentano l'unico valore da cui ripartire: bisogna credere nelle nuove generazioni, affinché possano vedere un futuro, laddove questa prospettiva sembra dimenticata. La comunicazione molto specifica per il target ha lo scopo di informare, per far sì che si formi in ognuno una nuova consapevolezza. Il distacco dai principali metodi di comunicazione biellesi vuole solo significare un tentativo diverso ad un approccio diverso, consideriamo che degli stakeholders possano collaborare in forme differenti in un futuro prossimo. Non è certo possibile recuperare i fasti del passato, ma è possibile ripartire, sapendo cosa si è lasciato. Questo progetto è nato per essere generativo e poter quindi crescere sempre di più, implementando attività e creando una rete di contatti sempre più ampia. Auspichiamo che questa iniziativa possa riscattare il consenso di molte persone, specie se il fine comune è quello di ricostruire, lasciandosi alle spalle la narrazione attuale del territorio biellese.

## Bibliografia

Esposito S., *Telebella e niente fu come prima (storia della prima tv privata italiana)*, Roma, Centro di documentazione giornalistica, 2008

Rosso I., *LE STRADE DELLA LANA Il distretto tessile biellese tra crisi e opportunità di sviluppo*, Torino. Tesi per Politecnico di Torino, 2021

Sacchi P., *Il crepuscolo della TV*, Biella, non specificato, 1998

A. Norman D., *Emotional design, Perché amiamo gli oggetti della vita quotidiana*, Milano, Apogeo, 2004

Falcinelli R., *Figure, come funzionano le immagini dal Rinascimento a Instagram*, Torino, Giulio Einaudi Editore, 2020

Monaci S., *Odio Social - Tecnologie e narrative della comunicazione in rete*, Torino, Dipartimento Interateneo di Scienze Politiche del Territorio (DIST) del Politecnico di Torino, 2022

Monaci S., dispense del corso *Internet e social media: tecnologie e derive della comunicazione in rete (Grandi Sfide - Digitale)*, Torino, Politecnico di Torino, 2022

Cattaneo L., Fumero G., Ninni A., dispense del corso *Design per la comunicazione II - Communication design*, Torino, Politecnico di Torino, 2022

D'Aquila A., Frisiello A., Monaci S., Moschetto F., dispense del corso *UX Design\_ Social media e comunicazione - Communication design*, Torino, Politecnico di Torino, 2022

## Sitografia

*Wikipedia - Biella.*  
<https://it.wikipedia.org/wiki/Biella>

*Wikipedia - Provincia di Biella*  
[https://it.wikipedia.org/wiki/Provincia\\_di\\_Biella](https://it.wikipedia.org/wiki/Provincia_di_Biella)

*Treccani.*  
<https://www.treccani.it/enciclopedia/biella/>

Tuttitalia.it.  
<https://www.tuttitalia.it/piemonte/provincia-di-biella/statistiche/>  
<https://www.tuttitalia.it/piemonte/77-biella/statistiche/popolazione-andamento-demografico/>  
<https://www.tuttitalia.it/piemonte/77-biella/statistiche/popolazione-eta-sesso-stato-civile-2021/>  
<https://www.tuttitalia.it/piemonte/77-biella/statistiche/indici-demografici-struttura-popolazione/>  
<https://www.tuttitalia.it/piemonte/provincia-di-biella/statistiche/popolazione-andamento-demografico/>  
<https://www.tuttitalia.it/piemonte/provincia-di-biella/statistiche/popolazione-eta-sesso-stato-civile-2021/>  
<https://www.tuttitalia.it/piemonte/provincia-di-biella/statistiche/popolazione-eta-scolastica-2021/>  
<https://www.tuttitalia.it/piemonte/provincia-di-biella/statistiche/cittadini-stranieri-2021/>  
<https://www.tuttitalia.it/piemonte/provincia-di-biella/statistiche/indici-demografici-struttura-popolazione/>  
<https://www.tuttitalia.it/piemonte/77-biella/statistiche/cittadini-stranieri-2021/>

*AdminStat.*  
<https://ugeo.urbistat.com/AdminStat/it/it/demografia/eta/biella/96/3>

*La Provincia di Biella.*  
<https://laprovinciadibiella.it/attualita/biella-e-la-provincia-piu-vecchia-ditalia/#:~:text=BIELLA%20%E2%80%93%20L'indice%20di%20vecchiaia,%C3%A8%20del%20178%2C4%25.>

*Museo Comune Biella.*  
<https://web.archive.org/web/20150325140609/http://museo.comune.biella.it/sezioni/sezione-archeologica/sezione-archeologica-del-territorio/eta-preistorica-e-protostorica/>

*Comune.biella.*  
<https://www.comune.biella.it/vivere-biella/storia-della-citt%C3%A0>

*Archivi tessili.*  
 (Maria Luisa Barelli, Anna Maria Zоргno)  
<https://www.archivitelessi.biella.it/luoghi-e-percorsi/acqua-e-fabbriche/>

(Maria Luisa Barelli, Anna Maria Zоргno)  
<https://www.archivitelessi.biella.it/fabbriche-e-fabbricati/il-lanificio-maurizio-sella/>  
 (Danilo Craveia)  
<https://www.archivitelessi.biella.it/1882-il-biellese-tessile-alla-ricerca-del-suo-mito/>

*Gruppo Banca Sella.*  
[https://www.gruppobancasella.it/gbs/documenti\\_statici/pdf/investorelations/famiglia\\_sella.pdf](https://www.gruppobancasella.it/gbs/documenti_statici/pdf/investorelations/famiglia_sella.pdf)

*informazione-aziende.*  
[https://www.informazione-aziende.it/13\\_INDUSTRIE-TESSILI/Provincia\\_BIELLA](https://www.informazione-aziende.it/13_INDUSTRIE-TESSILI/Provincia_BIELLA)  
[https://www.informazione-aziende.it/10\\_INDUSTRIE-ALIMENTARI/Provincia\\_BIELLA](https://www.informazione-aziende.it/10_INDUSTRIE-ALIMENTARI/Provincia_BIELLA)

*Youtube.*  
 (Archivio Luce Cinecittà)  
<https://www.youtube.com/watch?v=Kwd6GuoXQ7E>  
 (youcrp)  
<https://www.youtube.com/watch?v=oTc2Gb2vtvc>  
 (TuboCatodico84)  
<https://www.youtube.com/watch?v=7ryCITDftbM>  
 (Vari)  
<https://www.youtube.com/watch?v=xunh6r8WaAc>  
[https://www.youtube.com/watch?v=\\_jiWD9eNyDw](https://www.youtube.com/watch?v=_jiWD9eNyDw)  
<https://www.youtube.com/watch?v=7ryCITDftbM>

*Vimeo.*  
 (Film PRIMA DI BERLUSCONI - la storia della prima tv privata italiana; Video astolfo sulla Luna, 2018)  
<https://vimeo.com/310436099>

*Il sole 24 ore.*  
 (Qualita-della-vita)  
<https://lab24.ilsole24ore.com/qualita-della-vita/biella>

*BiellaClub.*  
<https://www.biellaclub.it/>

*Google Arts and culture.*  
 (Unioncamer)  
<https://artsandculture.google.com/story/xAVhwHGvQwJA8A?hl=it>

*La gazzetta del pubblicitario.*  
 (Stefano Nava, 2021)  
<https://lagazzettadelpubblicitario.it/branding/heritage/giorgio-aiazzone/>

*Biella. Futuro presente.*  
 (Fondazione Cassa di Risparmio di Biella)  
<https://www.biellafuturopresente.it/>

*Giornale della birra.*  
<https://www.giornaledellabirra.it/grandi-birrifici-italiani/birra-menabrea-storia-del-birrificio-biellese/>

*Cameraobscura.*  
<https://cameraobscura.blog/2020/11/29/oropa-bagni-la-prima-stazione-termale-italiana/>

*zero.eu.*  
<https://zero.eu/it/torino/latest/>

*Torino Creativa.*  
<https://www.instagram.com/torinocreativa.official/?hl=it>

*torinodesign.info.*  
<https://torinodesign.info/>

*Perché Zerocalcare ha scelto Biella come location della serie tv.*  
<https://initalia.virgilio.it/perche-zero-calcare-scelto-biella-location-serie-tv-54112>

*Salmon.*  
<https://www.pandaclub.ch/it/tier/salmon/#:~:text=%20salmoni%20sono%20pesce%20migratori,percorrere%20fino%20a%205000%20chilometri>

*Efrem Galliera racconta il suo Ferragosto Andornese.*  
[https://www.lastampa.it/biella/2021/02/26/video/efrem\\_galliera\\_racconta\\_il\\_suo\\_ferragosto\\_andornese-124245/](https://www.lastampa.it/biella/2021/02/26/video/efrem_galliera_racconta_il_suo_ferragosto_andornese-124245/)

*Agenda digitale.*  
<https://www.agendadigitale.biella.it/progetto>

*The Four Dimensions of Tone of Voice.*  
<https://www.nngroup.com/articles/tone-of-voice-dimensions/>

*Rapporto Annuale 2022 OsservaBiella.*  
[https://www.osservabiella.it/wp-content/uploads/2022/10/BIELLA\\_PDF\\_completo\\_LINK-2.pdf](https://www.osservabiella.it/wp-content/uploads/2022/10/BIELLA_PDF_completo_LINK-2.pdf)

## Fonti immagini

facebook.com/biellaturismo- post (2014).

*Logo “BiellaTurismo”*. [immagine].

Consultato il 18/11/2022, da https://m.facebook.com/biellaturismophotos/a.313734581996323/704501359586308/

ATL Biella (n.d.).

*Illustrazione palafitte lago di Viverone*. [immagine].

Consultato il 17/11/2022, da https://www.atl.biella.it/vedere-dettaglio/-/d/palafitte-lago-di-viverone

Collezione Vogel / Comune di Biella (n.d.).

*Biella, Chiesa di S. Stefano demolita nel 1872*. [immagine].

Consultato il 17/11/2022, da https://www.biellaclub.it/Storiche/Biella%20-%20chiese%20piazze%20%20giardini/index.html#img=20190411d\_17.jpg

Archivio Comune di Biella / Collezione Catuzzo/Stefani (n.d.).

*Biella Piazza*. [immagine].

Consultato il 17/11/2022, da https://www.biellaclub.it/Storiche/Ultimi%20inserimenti/index.html#img=biellapiazza%20-%20Coll\_CatuzzoStefani90.jpg

*Biella, Maglificio Boglietti*. [immagine].

Consultato il 17/11/2022, da https://www.biellaclub.it/Storiche/Lavoro/index.html#img=MaglificioBoglietti-CollezioneCatuzzo\_DStefani-19.jpg

CAI / Archivio Comune di Biella (non specificato).

*Filatura della lana*. [immagine].

Consultato il 17/11/2022, da https://www.biellaclub.it/Storiche/Lavoro/index.html#img=CAI\_FilaturaDellaLana-39.jpg

*Biella Riva, Stabilimento Gualino*. [immagine].

Consultato il 17/11/2022, da https://www.biellaclub.it/Storiche/Lavoro/index.html#img=MostraDiRiva-FABBRICA%20GUALINO44ChiesaSanGiuseppe.jpg

*Motore a vapore*. [immagine].

Consultato il 17/11/2022, da https://www.biellaclub.it/Storiche/Lavoro/index.html#img=CAI\_MotoreAVapore-43.jpg

Twice25 - Opera propria (2010).

*Biella, Palazzo Boglietti Mostra “BiellaVespa - Il ritorno del mito” - Modello originale*

*di MP5 Piaggio Paperino (1944)*. [immagine].

Consultato il 17/11/2022, da https://commons.wikimedia.org/w/index.php?curid=10343625

Damiano Andreotti (2018).

*Tessili Lanificio Cerruti*. [immagine].

biellaclub.com (n.d.).

*Foto storica dello stabilimento e dei suoi lavoratori (Biella, 1897)*. [immagine].

Consultato il 17/11/2022, da https://www.biellaclub.it/Storiche/Lavoro/index.html#img=MostraDiRiva-MENABREA%20GRUPPO50SaloneDivertimenti.jpg

birramenabrea.com (n.d.).

*Una vecchia etichetta che mostra lo stabilimento*. [immagine].

Consultato il 18/11/2022, da https://www.birramenabrea.com/templates/yootheme/cache/vecchio\_birrficio\_main\_image-05e76766.jpg

Marco Canova ph (n.d.).

*Le principali birre locali riunite*. [immagine].

mebomuseum.it (n.d.).

*Me/Bo Museum* [immagine].

Consultato il 18/11/2022, da https://www.mebomuseum.it/experience/

Acque di lusso (n.d.).

*Bottiglia di Acqua Lauretana “Design by Pininfarina”*. [immagine].

Consultato il 18/11/2022, da https://www.acquedilusso.it/media/catalog/product/cache/1/image/9df78eab33525d08d6e5fb8d27136e95/1/a/lauretana\_gassata\_1.jpg

Archivio Mello - TeleBiella (n.d.).

*Un giovane Peppo Sacchi*. [immagine].

*Backstage di un programma in onda su Telebiella*. [immagine].

*La Renault R4, primo studio mobile*. [immagine].

*Un giovane Enzo Tortora*. [immagine].

*Ivana Ramella, la prima annunciatrice di una TV privata in Italia*. [immagine].

*Un funzionario Escopost controlla il “cavo”*. [immagine].

APPENDICE - BIELLA The Art of Excellence (2002).

*Etichetta del brand*. [immagine].

Consultato il 18/11/2022, da http://images.bi.camcom.it/f/StudiPubblicazioni/ap/appendici\_2002.pdf

Archivio Sergio Fighera (1964 ca).

*Adriano celentano*. [immagine].

*Efrem Galliera con Gianni Morandi*. [immagine].

*Mina al Ferragosto*. [immagine].

Daniele Basso (2022).

*Daniele Basso*. [immagine].

Silvano Esposito (2022).

*Silvano Esposito*. [immagine].

Nicole Lucia (2022).

*Nicole Lucia*. [immagine].

Stefano Mosca (2022).

*Stefano Mosca*. [immagine].

Josif Vezzoli (2022).

*Josif Vezzoli*. [immagine].

Mikelle Standbridge (2022).

*Mikelle Standbridge*. [immagine].

@nientedafare.biella (2022).

*Matteo Zoccolo*. [immagine].

Samuele Serra & Douglas Tricarico (2022).

*Samuele Serra & Douglas Tricarico*. [immagine].

Edward Romano (2022).

*Edward Romano*. [immagine].

Torino Creativa | Facebook (2022).

*Logo Torino Creativa*. [immagine].

Consultato il 30/11/2022, da https://www.facebook.com/photo/?fbid=281911467359459&set=a.281911430692796

@torinocreativa.official (2022).

*Screen feed Instagram Torino Creativa*. [immagine].

Consultato il 30/11/2022, da https://www.instagram.com/p/CIQINouoSPP/?hl=it

@torinocreativa.official (2022).

*Post Instagram IO SONO CREATIV\**. [immagine].

Consultato il 30/11/2022, da https://www.instagram.com/p/CIQINouoSPP/?hl=it

torinodesign.info (2020).

*Logo torinodesign.info*. [immagine].

Consultato il 30/11/2022, da https://torinodesign.info/

Font in use (2020).

*Sito web torinodesign.info*. [immagine].

Consultato il 30/11/2022, da https://fontsinuse.com/uses/40092/torinodesign-info

District | Facebook (2022).

*Logo District*. [immagine].

Consultato il 30/11/2022, da https://www.facebook.com/photo/?fbid=460431596124481&set=pb.100064729327265.-2207520000.

District | Facebook (2022).

*Post Facebook District*. [immagine].

Consultato il 30/11/2022, da https://www.facebook.com/photo/?fbid=3421218708106302&set=pb.100064729327265.-2207520000.

The District (n.d.).

*Collage “chi siamo” sito web di District*. [immagine].

Consultato il 30/11/2022, da https://www.the-district.com/chisiamo

Team District | Medium (2022).

*Banner post su Medium by Team District*. [immagine].

Consultato il 30/11/2022, da https://the-district.medium.com/il-design-come-lo-conoscevamo-%C3%A8-morto-ma-noi-stiamo-ancora-tutti-bene-fe34533ab90f

Graphic Days (2022).

*Logo Graphic Days*. [immagine].

Consultato il 30/11/2022, da https://www.graphicdays.it/

Print Club Torino (2022).

*Foto evento Graphic Days*. [immagine].

Consultato il 30/11/2022, da https://www.printclubtorino.it/graphic-days-torino/

Print Club Torino (2022).

*Foto evento Graphic Days*. [immagine].

Consultato il 30/11/2022, da https://www.printclubtorino.it/graphic-days-torino/

Graphic Days (2022).  
Banner Graphic Days. [immagine].  
Consultato il 30/11/2022, da <https://www.graphicdays.it/>

Wired Italia (2021).  
Poster zero.eu. [immagine].  
Consultato il 30/11/2022, da <https://www.wired.it/lifestyle/design/2021/04/29/zero-hyperlocal-quartieri-milano-muri/>

zero.eu (2021).  
Banner evento club dei quartieri - zero.eu. [immagine].  
Consultato il 30/11/2022, da <https://zero.eu/it/eventi/228859-club-zero-chinatown,milano/>

Immagine d'autore / Eiko Jones (2022).  
Rielaborazione grafica di foto scattata da Eiko Jones. [immagine].  
Consultato il 05/11/2022, da <https://www.eikojones.com/salmon-clipping-path-images/>

Immagine d'autore / Shutterstock (2022).  
Rielaborazione grafica di foto di Shutterstock. [immagine].  
Consultato il 05/11/2022, da <https://www.shutterstock.com/it/image-photo/bear-on-white-468985424>

Immagini d'autore (2022).  
Mappa della Provincia di Biella. [immagine].  
La baraggia di Candelo. [immagine].  
Mappa delle valli del Biellese. [immagine].  
Infografica sulla qualità della vita in provincia di Biella 2021. [immagine].  
Infografica sull'età media. [immagine].  
Infografica sugli iscritti del secondo ciclo, per filiera e ordine di scuola. [immagine].  
Infografica sulla struttura demografica della popolazione per fascia d'età. [immagine].  
Infografica sull'andamento demografico della popolazione residente in provincia di Biella dal 2001 al 2020. [immagine].  
Timeline scenario storico. [immagine].  
Timeline scenario storico e professionale. [immagine].  
Infografica addetti a livello provinciale, per settore. [immagine].  
Infografica startup registrate nella provincia 2022. [immagine].  
Infografica indice trasformazione digitale. [immagine].  
Timeline di Tebiella e Giuseppe Sacchi. [immagine].  
Infografica sui ruoli e le aspettative degli stakeholder. [immagine].  
Mappa degli stakeholder. [immagine].  
Infografica proporzione gain/pain points. [immagine].  
Wordcloud dei gain points emersi nella user research. [immagine].  
Wordcloud dei pain points emersi nella user research. [immagine].  
Wordcloud delle definizioni di creatività emerse nella user research. [immagine].  
Wordcloud delle definizioni di creatività emerse nella user research. [immagine].  
Illustrazione di Lucia Cozzolo. [immagine].  
Illustrazione di Piero Seggio. [immagine].  
Illustrazione di Michela Toscani. [immagine].  
Illustrazione di Marco Nicola. [immagine].  
Illustrazione di Sandro Zanzara. [immagine].  
Illustrazione di Gavino Bravi. [immagine].  
Illustrazione di Maria Gnezza. [immagine].  
Infografica sugli elementi che hanno influenzato le scelte di concept. [immagine].  
Visual concept di upstream. [immagine].  
Wordcloud significati di upstream. [immagine].  
Infografica delle quattro dimensioni del tone of voice di upstream. [immagine].  
Infografica del flusso progettuale, contenente immagini d'autore. [immagine].  
Raccolta output analogici upstream. [immagine].  
Foto cartolina upstream a Biella. [immagine].  
Foto cartolina upstream a Biella. [immagine].  
Foto segnalibro upstream a Biella. [immagine].  
Foto segnalibro upstream a Biella. [immagine].  
Foto sticker upstream a Biella. [immagine].  
Foto sticker upstream a Biella. [immagine].  
Foto sticker upstream a Biella. [immagine].  
Raccolta di mockup di storie e carousel Instagram, più video su YouTube. [immagine].  
Mockup carousel Instagram per la rubrica sui personaggi storici. [immagine].  
Mockup carousel Instagram per CTA realtà creative. [immagine].  
Mockup carousel Instagram per fatti storici. [immagine].  
Mockup carousel Instagram per le realtà creative del Biellese. [immagine].  
Mockup carousel Instagram per docuseries su Youtube. [immagine].  
Mockup carousel Instagram per bacheca. [immagine].  
Mockup carousel Instagram per collaborazione. [immagine].  
Mockup con user journey per registrarsi come realtà creativa. [immagine].  
Mockup sito web in versione desktop e mobile. [immagine].

# Vogliamo ringraziare

## Martina

Voglio ringraziare la mia famiglia per essermi stata accanto in questa avventura e per aver supportato me e le mie scelte, che mi hanno portato in una facoltà per loro ancora sconosciuta. Voglio poi ringraziare tutte le persone con cui ho lavorato in questi anni e che mi hanno insegnato molto: Elisa, Luisa, Noemi, Matteo, Francesco, Fracy e Thomas; spero di avervi dato almeno un quarto di quello che voi avete dato a me. Ringrazio anche coloro che si sono aggiunti dopo, ma che, nonostante le tempistiche, hanno avuto un forte impatto nel mio viaggio: Riccardo, Martina, Penny e Mattia. Grazie mille a Davide (Davidone) per aver condiviso con me lunghe chiamate, lavorando sulle rispettive tesi. Infine, ringrazio Daniele per tutto: calma, saggezza ed alta soglia di sopportazione, che so di aver testato molte volte.

## Daniele

Ringrazio Francesca che mi è stata vicina in questo lungo percorso. La mia famiglia, i miei amici, quelli che ci hanno creduto forse più di me. Ringrazio i compagni, specialmente quelli con cui ho condiviso chiamate infinite, Giulio, Thomas, Matteo, Francesco, Fracy e in particolar modo Riccardo che ho visto crescere come professionista e come uomo a cui auguro il meglio. Grazie a Martina compagna di avventura, a cui devo molto. Ringrazio mio nonno Elver perché so che sarebbe stato orgoglioso di me. Grazie ai miei colleghi e a Sara per la sua comprensione e supporto. In ultimo vorrei dire grazie a me per non avere mai mollato, perché i sogni ci tengono vivi.

Un ringraziamento speciale da parte di entrambi va a Luca Cattaneo per essere la figura educativa di cui tutti hanno bisogno. Per il suo costante supporto, il senso critico e la sua positività, fondamentale durante la stesura del progetto.



