

Candidati:

Camilla Grion
Elena Estelle Luana Sabbatini

Rigenerare spazi, costruire dignità:

Un progetto di Place Identity e Wayfinding



**Politecnico
di Torino**



**Politecnico
di Torino**

Politecnico di Torino

Corso di Laurea in Design e Comunicazione visiva
A.a. 2024/2025
Sessione di Laurea Febbraio 2025

Rigenerare spazi, costruire dignità

Un progetto di Place Identity e Wayfinding

Relatori:

Cristian Campagnaro

Candidati:

Camilla Grion

Elena Estelle Luana Sabbatini

Abstract

Immagina un luogo dove diversi servizi convivono: uno **spazio di accoglienza** per chi ha bisogno di ospitalità, un **servizio per le dipendenze** e un **laboratorio creativo**.

L'edificio, in via Ghedini 6, non è solo un insieme di funzioni, ma un crocevia di storie e persone che ogni giorno lo frequentano.

Il progetto nasce dall'esigenza di rendere questo spazio **più accessibile e accogliente**, dove chiunque possa **orientarsi con facilità e sentirsi a proprio agio**. Il progetto si propone di armonizzare questi mondi attraverso la **place identity** e il **wayfinding**, strumenti capaci di rendere gli spazi fisicamente e cognitivamente accessibili, favorendo una convivenza rispettosa e un ambiente che promuova inclusione e dignità.

Analizzando la funzione e l'utilità della place identity e del wayfinding, abbiamo intrapreso un percorso che parte dalla teoria per arrivare alla pratica, cercando di realizzare un **progetto che rispondesse alle esigenze di chi vive e frequenta l'edificio**.

Attraverso un'osservazione approfondita del luogo, abbiamo analizzato i suoi punti di forza e di debolezza, individuando **cosa mantenere** e **cosa invece trasformare**, tenendo conto del contesto culturale e sociale.

Questa ricerca unisce **teoria, pratica, comunicazione visiva e accessibilità funzionale**, culminando in un sistema di informazioni e segnaletica chiaro e intuitivo, armonizzato con l'ambiente e capace di raccontare le storie delle persone che lo abitano.

La proposta offre una **soluzione concreta e realizzabile**, con l'utilizzo di mezzi accessibili e sostenibili, pensata per migliorare la fruibilità e la convivenza in questo spazio così complesso e ricco di significati.

Abstract

Imagine a place where different services coexist: a welcoming space for those in need of hospitality, a service for people struggling with addiction, and a creative workshop. The building, located at Via Ghedini 6, is not just a collection of functions but a crossroads of stories and individuals who interact with it daily.

This project stems from the need to make this space more accessible and welcoming, a place where everyone can easily find their way and feel at ease. It aims to harmonize these worlds through place identity and wayfinding, tools that make spaces physically and cognitively accessible, fostering respectful coexistence and promoting inclusion and dignity.

By analyzing the purpose and potential of place identity and wayfinding, we embarked on a journey from theory to practice, seeking to design a project that meets the needs of those who live in and use the building. Through an in-depth observation of the space, we identified its strengths and weaknesses, determining what to preserve and what to transform, while considering the cultural and social context.

This research combines theory, practice, visual communication, and functional accessibility, resulting in a clear and intuitive information and signage system. The solution is integrated with the environment and aims to narrate the stories of those who inhabit it.

The proposal offers a practical and achievable solution, utilizing accessible and sustainable resources, designed to enhance usability and coexistence within this complex and meaningful space.

Indice

1. Wayfinding e Place Identity

<i>Definizione di Wayfinding</i>	16
<i>Tipologia e funzionalità</i>	17
<i>Dimensione e posizione</i>	19
<i>Tipografia</i>	21
<i>Aggiornabilità</i>	22
<i>Colori</i>	24
<i>Materiali</i>	25
<i>Definizione di Place Identity</i>	26
<i>Funzionalità</i>	27
<i>Casi studio</i>	28

2. Analisi del luogo

<i>Contesto dell'edificio</i>	32
<i>Valori</i>	35
<i>Stakeholder</i>	36
<i>Sopraluogo</i>	38
<i>Analisi delle aree</i>	42
<i>Flussi</i>	44
<i>Target</i>	48
<i>Problemi, esigenze e requisiti</i>	50
<i>Obiettivi</i>	52
<i>Focus progettuali</i>	53

3. Sviluppo progettuale

<i>Linee guida</i>	56
<i>Concept</i>	57
<i>Tone of Voice</i>	58
<i>Fase operativa</i>	59
<i>Punti focus</i>	60
<i>Wayfinding</i>	65
<i>Place Identity</i>	85

4. Conclusioni 108

Bibliografia 112

INTRODUZIONE

Questa tesi si propone di progettare un **sistema di segnaletica e una identità** per l'edificio situato in via Ghedini 6, approfondendo il **significato e l'utilità del wayfinding e della place identity**.

Nella fase iniziale, ci siamo dedicate **all'analisi teorica** di questi concetti, studiandone le origini, le applicazioni e il loro ruolo nella creazione di ambienti accessibili e armoniosi.

Successivamente, il lavoro si è concentrato sulla **ricerca e sull'analisi** del luogo stesso.

Abbiamo condotto interviste al personale, osservato e studiato i flussi delle persone e il target che frequenta quotidianamente l'edificio.

Questa analisi ci ha permesso di identificare le aree su cui abbiamo concentrato il nostro lavoro, le aree di maggiore interesse, come i corridoi, il vano scale e l'ingresso, spazi condivisi e attraversati da tutti gli utenti.

Dopo aver stabilito gli **obiettivi progettuali**, ci siamo concentrate sull'individuazione delle **esigenze e dei requisiti** necessari per migliorare la fruibilità degli spazi, affrontando allo stesso tempo i problemi emersi.

Il processo si è poi articolato in una fase **di sviluppo del concept**, attraverso la definizione di **linee guida** progettuali, fino alla realizzazione della proposta finale.

Il risultato è un sistema di segnaletica chiaro, funzionale e coerente con l'identità dell'edificio e delle persone che lo vivono, pensato per migliorare l'esperienza quotidiana degli utenti e favorire la convivenza armoniosa tra i diversi servizi presenti nella struttura.



WAYFINDING E PLACE IDENTITY

16	<i>Definizione di Wayfinding</i>
17	<i>Tipologia e funzionalità</i>
19	<i>Dimensione e posizione</i>
21	<i>Tipografia</i>
22	<i>Aggiornabilità</i>
24	<i>Colori</i>
25	<i>Materiali</i>
26	<i>Definizione di Place Identity</i>
27	<i>Funzionalità</i>
28	<i>Casi studio</i>

Definizione di Wayfinding

Il termine **wayfinding** significa letteralmente “trovare una via”, ma il suo significato va ben oltre le semplici indicazioni lungo un percorso.

Introdotta negli anni '60 da **Kevin Lynch**, architetto e urbanista statunitense, nel suo libro “The Image of the City”, il concetto evidenzia come l'orientamento sia legato alla **capacità delle persone di costruire mappe mentali utilizzando elementi visivi e ambientali**. Lynch sosteneva che le città e gli spazi ben progettati devono consentire alle persone di **orientarsi in modo intuitivo, senza difficoltà o confusione**. Che si tratti di un cittadino abituale o di un turista che esplora un luogo sconosciuto, ogni individuo dovrebbe poter navigare nello spazio in modo fluido e senza ostacoli.

Pertanto, il wayfinding non è un insieme di segnaletiche, ma un **approccio al design che rende la programmazione dell'ambiente fisico come un sistema visivo e logico di orientamento**.

Per fare ciò, ci sono alcuni principi di base che un sistema di segnaletica deve seguire.

ACCESSIBILITÀ E INCLUSIONE

Il wayfinding deve essere aperto a tutti: persone con disabilità fisiche o cognitive, anziani, bambini e anche stranieri.

È fondamentale che le persone con disabilità motorie, visive, sensoriali o cognitive abbiano la possibilità di accedere a tutti i servizi e gli oggetti che un edificio mette a disposizione.

COERENZA E CHIAREZZA

Deve seguire una coerenza visiva. Al fine di essere davvero intuitivo, la segnaletica e l'ambiente circostante fisso **devono seguire una logica coerente** in termini di simboli utilizzati, colori e modalità di locazione.

FIUSSI DELLE PERSONE

Un sistema di segnaletica orizzontale deve tenere conto del **flusso delle persone**, nonché dell'importanza determinante dei cosiddetti nodi decisionali.

Si tratta di luoghi come incroci o ingressi dove è necessario poter scegliere.

Per quanto riguarda la segnaletica, è importante considerare la tipologia del supporto, i caratteri utilizzati, i colori e il materiale, garantendo che vengano utilizzati dispositivi appropriati e che siano armonici con il luogo stesso.

Tipologia e funzionalità



fig. 1 - Segnale identificativo

IDENTIFICATIVA

Questo tipo di segnaletica è il **più comune**. Serve a indicare **dove ci si trova**.

Ad esempio, se vediamo un cartello con scritto "Segreteria", capiamo subito di essere davanti all'ufficio della segreteria. Prima di sapere dove andare, è **importante sapere dove ci si trova**. Collegando questa informazione con la destinazione, è facile trovare il percorso più veloce.

È importante **non aggiungere troppe informazioni** o creare confusione: i cartelli devono essere chiari, brevi e diretti per fare il loro lavoro in modo efficace.



fig. 2 - Segnale direzionale

DIREZIONALE

A differenza della segnaletica identificativa, quella direzionale dice **dove andare**.

Ad esempio, può guidare verso un ingresso o un'uscita. Solitamente **include frecce che indicano la direzione giusta**.

Le frecce sono molto utili, soprattutto per chi ha difficoltà a leggere o non conosce la lingua.

Un cartello chiaro, con simboli comprensibili a tutti, è sempre una buona scelta.

INFORMATIVA

Questo tipo di segnaletica è pensato per **comunicare informazioni utili**.

Ad esempio, un cartello che mostra gli orari di apertura di un negozio o un avviso.

Questi cartelli **non servono per orientarsi, ma forniscono dettagli importanti per chi ne ha bisogno**.

REGOLAMENTARE

Ogni struttura ha delle **regole** che desidera che i visitatori rispettino e questi tipi di segnali riguardano questo tipo di informazioni.

Per questo motivo, i **segnali regolamentari sono molto importanti**. Un esempio comune di questi segnali sono i cartelli che vietano il fumo, che si vedono in molti luoghi.



fig. 3 - Segnaletica regolamentare

Dimensione e posizione

La segnaletica deve essere **chiara, visibile e facile da leggere per aiutare le persone a trovare la loro strada senza difficoltà.**

La **dimensione** di essa è importante per assicurare **visibilità, leggibilità e coerenza**, garantendo un'esperienza di orientamento funzionale.

La scelta delle dimensioni dei cartelli dipende **da quanto lontano devono essere letti** e da quanto è **importante il messaggio.**

Ad esempio, se devono essere letti da 3 metri, le lettere devono essere alte almeno 10 mm. Se invece si leggono da 6 metri, servono lettere alte 20 mm.

Cartelli più **grandi** attirano l'attenzione su **luoghi importanti**, mentre quelli più piccoli vanno bene per informazioni secondarie.

Anche la **forma** dei cartelli è importante. Usare sempre le stesse forme rende tutto più semplice: un triangolo può indicare un avvertimento, un rettangolo può dare informazioni.

Quando i cartelli seguono uno **stile coerente, le persone li capiscono subito**, rendendo più facile muoversi, soprattutto in posti grandi o complessi.



fig. 4 - distanza della segnaletica

I cartelli devono essere **collocati nel posto giusto** per essere utili.

Se sono troppo alti o troppo bassi, le persone faranno fatica a leggerli e non serviranno a molto.

CARTELLI VICINI

Mettendoli a un'altezza tra 120 e 160 cm, saranno perfettamente a livello degli occhi. Così, chiunque può leggerli senza sforzo, specialmente accanto a porte, ascensori o indicazioni di piani.

CARTELLI LONTANI

Per quelli che devono essere visti da lontano, come nei corridoi o in grandi spazi aperti, è meglio sistemarli più in alto, tra 220 e 300 cm. In questo modo si notano subito e sono chiari per tutti.

L'altezza e posizione fanno la differenza.

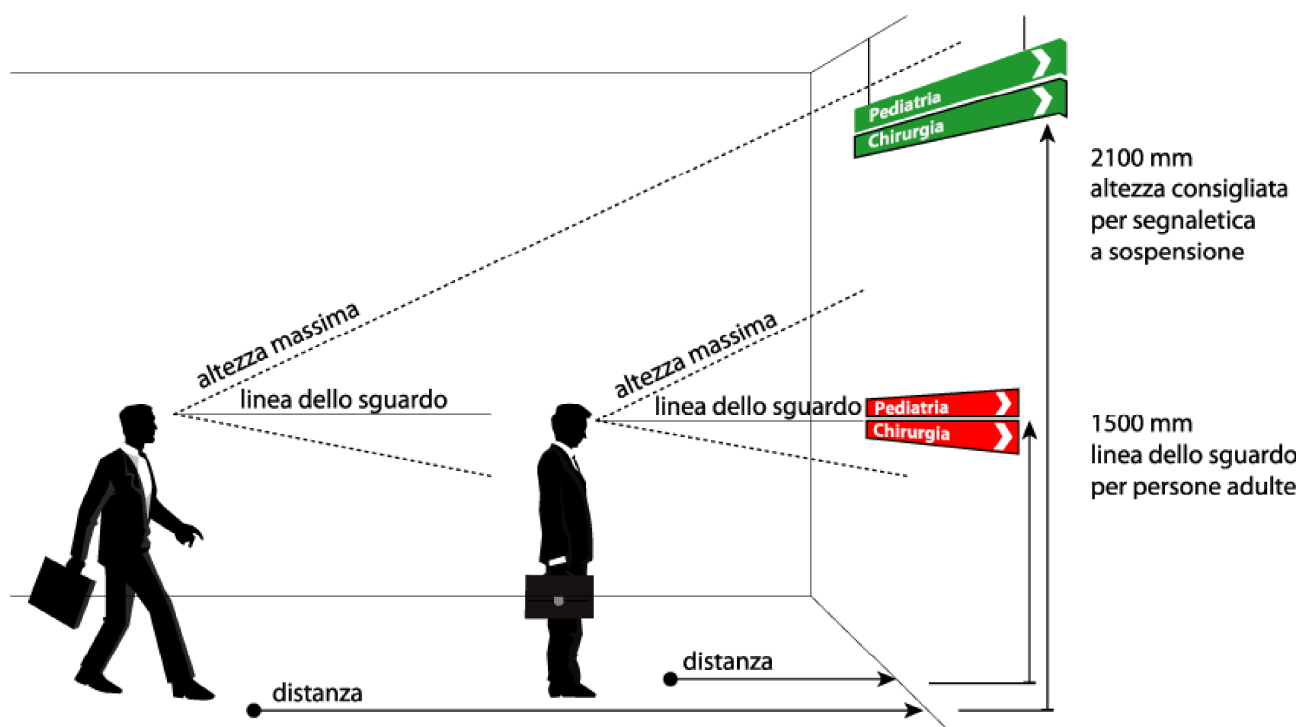


fig. 5 - Posizione cartelli

Tipografia

La tipografia è una parte fondamentale di tutto ciò che leggiamo e vediamo ogni giorno. Dai cartelli stradali alle indicazioni negli edifici, ogni font è **scelto con cura per trasmettere il messaggio** nel modo più chiaro possibile.

Soprattutto nella segnaletica, una buona scelta tipografica può fare la differenza tra un cartello utile e uno difficile da decifrare.

TIPI DI CARATTERI

La maggior distinzione tra categorie è quella con grazie (**serif**) e quella senza (**sans serif**). Per la segnaletica, i sans serif sono i più adatti, perché hanno un design semplice e pulito, che li rende molto facili da leggere, sia da vicino che da lontano.

SPESSORE E SPAZIATURE

Anche lo spessore del font, cioè il suo peso, è importante. Un carattere più spesso (**Bold**) è più visibile e leggibile, specialmente in ambienti con poca luce o quando bisogna leggerlo a distanza.

Poi ci sono dettagli come il **Kerning** (lo spazio tra le lettere) e il **tracking** (lo spazio tra le parole): regolarli con cura aiuta a rendere il testo più ordinato e leggibile.



Font serif e sans serif - fig. 6



Peso dei font - fig. 7



Distanziamento lettere - fig. 8

I cartelli devono essere chiari e comprensibili per tutti, indipendentemente dalla lingua o dalla cultura delle persone che li usano.

Per questo, è **utile integrare simboli facili da riconoscere e testi tradotti in più lingue**, così che nessuno si trovi in difficoltà. Inoltre, è importante che i cartelli **si inseriscano bene nell'ambiente circostante**.

Devono sembrare una parte naturale del luogo, rispettandone lo stile e l'atmosfera.

Un **sistema di segnaletica ben fatto** rende più facile muoversi, ma allo stesso tempo **arricchisce l'esperienza** di chi lo utilizza.

Deve essere piacevole da vedere, semplice da usare e trasmettere un senso di ordine e accoglienza.



Lingue diverse - Wayfinding Bodø City Hall
fig. 9

Aggiornabilità

L'**aggiornabilità** dei cartelli di wayfinding è un elemento fondamentale nella progettazione di **sistemi di orientamento efficaci**, soprattutto in ambienti che subiscono frequenti cambiamenti come ospedali, università o aeroporti.

L'implementazione di soluzioni aggiornabili permette di **mantenere le informazioni sempre precise**, migliorando l'esperienza degli utenti e riducendo il rischio di disorientamento.

In questo modo **si migliora l'esperienza dell'utente** aiutandolo a orientarsi con maggiore sicurezza, diminuendo stress e confusione.



Segnaletica aggiornabile - Elderly Care Centre
fig. 10

Colori

Il **colore** è un elemento importante nella progettazione poiché **cattura l'attenzione e semplifica la comprensione**, trasmettere messaggi senza parole che le persone capiscono intuitivamente.

Il colore deve essere **selezionato con cura** in quanto influenza la percezione visiva e la coerenza comunicativa.

Infatti influisce sulla nostra comprensione e stimola **reazioni emotive**.

CONTRASTI E ACCESSIBILITÀ

Un elemento importante per l'efficacia del colore è il **contrasto**: segnali con contrasti elevati tra testo e sfondo sono più leggibili. Ad esempio, il bianco su nero o il giallo su nero sono accostamenti ideali.

Inoltre, l'ambiente circostante e l'illuminazione influenzano la percezione.

È consigliato **ridurre il numero di colori** all'interno di uno stesso segnale per evitare confusione.

Per la scelta del colore è utile considerare la ruota dei **colori di Itten**, sviluppata dal pittore **Johannes Itten**.

È uno strumento fondamentale per il design della segnaletica, poiché aiuta a **scegliere e associare colori** in modo efficace, considerando le percezioni visive e **l'impatto comunicativo**.

La ruota è composta da **12 colori** divisi in **primari** (rosso, blu e giallo), **secondari** (arancione, verde e viola) e **terziari** (ottenuti dalla combinazione dei primari e secondari).

Questi colori possono essere utilizzati in diverse relazioni cromatiche per ottenere specifici effetti visivi.



Ruota dei colori di Itten
fig. 11

Materiali

La scelta dei materiali per è **fondamentale per garantire che siano durevoli, facili da leggere e in armonia** con l'ambiente circostante.

Che si tratti di spazi interni o esterni, è importante selezionare materiali che uniscano funzionalità ed estetica.

MATERIALI PER INTERNI

Per gli ambienti interni, è meglio puntare su materiali **leggeri e flessibili**, facili da personalizzare.

L'acrilico, ad esempio, è una soluzione elegante: è trasparente, si può retroilluminare ed è perfetto per creare uno stile moderno e ben visibile.

Il **PVC espanso** è un'opzione economica e versatile, mentre il **legno**, con il suo aspetto caldo e naturale, dona un tocco accogliente. Basta trattarlo adeguatamente per garantirne la durata nel tempo.

MATERIALI PER ESTERNI

Per **l'esterno**, la priorità è scegliere **materiali resistenti alle intemperie**.

L'alluminio, ad esempio, è leggero e duraturo, ideale per resistere a pioggia, vento e sole.

L'acciaio inossidabile, invece, offre un aspetto elegante e una resistenza incredibile, anche se è più costoso.

ESTETICA E SOSTENIBILITÀ

I materiali devono anche rispettare lo stile dell'ambiente. Il legno si abbina bene a spazi più tradizionali, mentre l'alluminio e il vetro sono perfetti per contesti moderni. Inoltre, è sempre più importante scegliere **materiali sostenibili**, come quelli **riciclati o riciclabili**, per ridurre l'impatto ambientale e dimostrare attenzione verso la sostenibilità.

VISIBILITÀ E ILLUMINAZIONE

Infine, la **visibilità è essenziale**. Materiali come l'acrilico o il policarbonato si integrano perfettamente con sistemi di illuminazione, come LED o pannelli retroilluminati, assicurando che i cartelli siano facili da leggere anche in condizioni di scarsa luce.

Definizione di Place Identity

Ogni giorno ci muoviamo attraverso spazi diversi, che influenzano il nostro modo di agire, pensare e persino sentire.

Le strade che percorriamo, le piazze dove sostiamo e i quartieri che frequentiamo diventano parte della nostra quotidianità, suscitando emozioni che variano da luogo a luogo.

Quando frequentiamo un luogo, creiamo in modo inconsapevole una **mappa mentale dello spazio**.

Questa mappa identifica strade ed edifici, ma anche collega simboli, emozioni e significati che indirizzano le nostre scelte e influenzano il modo in cui ci rapportiamo a quei luoghi.

La relazione tra noi e l'ambiente non è mai a senso unico: da un lato, modifichiamo gli spazi e li carichiamo di nuovi significati; dall'altro, sono **gli spazi stessi a influenzare il nostro comportamento**, il nostro stile di vita e, in definitiva, la nostra identità.

La **place identity**, o identità del luogo, descrive il **profondo legame emotivo e psicologico che le persone sviluppano con gli spazi che frequentano**.

Questo concetto, che unisce discipline come la geografia, l'urbanistica, la psicologia ambientale e l'architettura, è diventato essenziale per comprendere il rapporto tra gli individui e l'ambiente fisico che li circonda.

Molte volte ci capita di **sentirci a nostro agio o a disagio** in un determinato luogo. Queste sensazioni riflettono il concetto di place identity, ovvero il **modo in cui attribuiamo significati personali e unici ai luoghi**.

Introdotta nel **1983** dallo psicologo ambientale **Harold Proshansky**, il termine descrive come **l'identità personale si intrecci con l'ambiente fisico attraverso idee, emozioni, valori e ricordi, consapevoli e inconsapevoli**.

L'identità di un luogo si **costruisce attraverso le esperienze vissute in esso**.

Questo legame non è **mai uguale per tutti**, ma è modellato dalla storia personale di ciascuno, rendendo il rapporto con l'ambiente unico e soggettivo.

Funzionalità

La place identity ha delle funzioni principali che spiegano il modo in cui ci relazioniamo agli spazi fisici che viviamo e frequentiamo.

RICONOSCIMENTO

L'identità di un luogo ci permette di sentire gli **spazi come familiari e accoglienti**. Le **esperienze** che abbiamo vissuto influenzano il modo in cui percepiamo l'ambiente, aiutandoci a distinguere i luoghi in cui ci sentiamo a nostro agio da quelli che ci sembrano scomodi o poco invitanti. Questo **senso di riconoscimento è fondamentale per creare un legame** con un posto e sviluppare un senso di appartenenza e serenità.

SIGNIFICATO

I luoghi non sono solo spazi fisici, ma racchiudono **valori simbolici e pratici**. Ogni ambiente porta con sé **un valore che va oltre la sua funzione**. Questo legame emotivo ci aiuta a creare una connessione più profonda con l'ambiente che ci circonda.

ESPRESSIONE

Quando un luogo non soddisfa le nostre necessità o non rispecchia le nostre aspettative, spesso cerchiamo di adattarlo. **Modificare o personalizzare uno spazio ci permette di ridurre la separazione tra noi stessi e l'ambiente**, rendendolo più in simile al nostro stile di vita e i nostri valori. Questo processo ci aiuta a trasformare un luogo anonimo in uno **spazio che sentiamo veramente nostro**.

CONNESSIONE EMOTIVA

Gli ambienti che **percepiamo come accoglienti** ci trasmettono serenità e coinvolgimento, mentre quelli associati a ricordi negativi possono provocarci **disagio o addirittura rifiuto**.

Questi legami si evolvono nel tempo: esperienze positive possono rafforzarli, mentre la mancanza di soddisfazione può indebolirli.

Casi studio

Place Identity - colore

EVA'S PHOENIX, LGA Architectural Partners, Fashion District Toronto.

Dall'esterno sembra un classico magazzino in mattoni Art Deco. Ma all'interno, è **organizzato come una città**, completa di una strada principale, case, piazze comuni, e altro ancora.

L'edificio è stato progettato per rinforzare i programmi di Eva, un'organizzazione no-profit che si impegna nell'istruzione, collocamento e nel fornire alloggi a adolescenti senza fissa dimora .

Gli spazi non sono solo progettati per ospitare le persone, ma per **costruire un ambiente** che, insieme al giusto **supporto sociale**, ha la capacità di aiutare i giovani a prosperare.

Palette colori



fig. 12



fig. 13



fig. 14

INDEPENDENCE LIBRARY AND APARTMENTS, John Ronan Architects, Chicago

L'approccio si discosta dalla tipica edilizia sociale, ponendo in primo piano la comunità e l'estetica.

Un blocco ospita una vivace biblioteca su due livelli, adornata da moduli bianchi in metallo e **colori fluorescenti** giocosi, promuovendo **un'atmosfera accogliente per tutti**.

Le residenze, presentano una finitura in alluminio ondulato, superfici luminose e balconi multiformi in colori vivaci.

La **palette onora l'individualità, facilitando il riconoscimento per gli abitanti** e guidando gli anziani.

Divisione degli spazi



fig. 15

Wayfinding - segnaletica

HOMEGROUND TE TĀPUI ATAWHAI, Stevens Lawson Architects, Auckland

Il centro comprende una cucina condivisa, sala da pranzo comunitaria, docce e servizi igienici pubblici, un centro medico pubblico e farmacia, spazi per attività, un giardino sul tetto e uno spazio sacro.

La strategia di **wayfinding** ha considerato **le esigenze di più persone che si muovono in tutto l'edificio**, come il personale, volontari, consulenti medici, residenti e visitatori.

È stato fondamentale per il successo del brief che l'esperienza di wayfinding fosse **calda, familiare e non istituzionale**, aiutando tutti gli utenti a orientarsi sotto lo stesso tetto.

Materiali - Tone of Voice



fig. 16

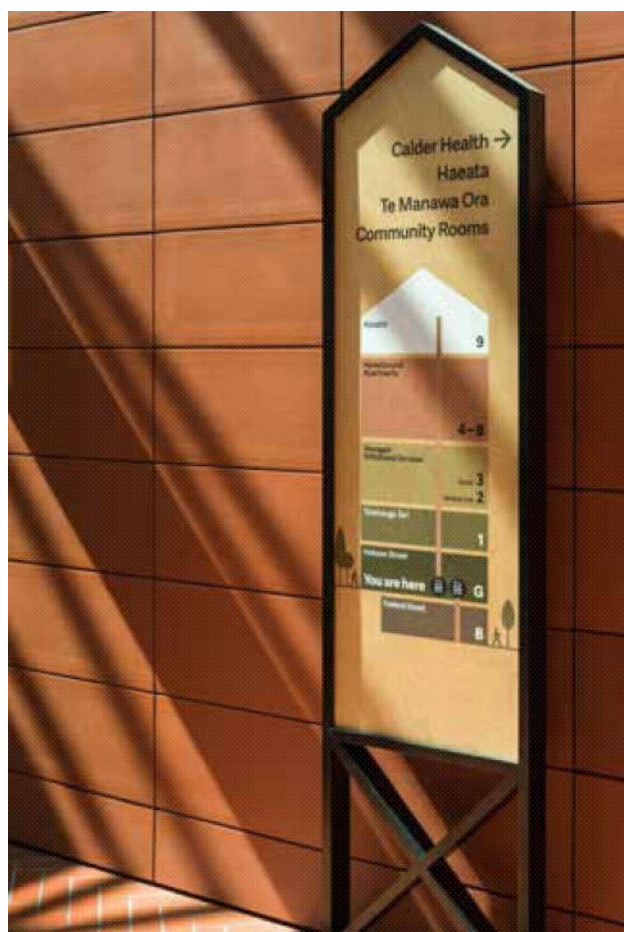


fig. 17



fig. 18



fig. 19

LONDON COLLEGE OF COMMUNICATION, Pentagram

La soluzione di wayfinding è **estremamente adattabile, semplice e funzionale**.

La segnaletica può essere fissata su qualsiasi tipo di parete senza la necessità di interventi di ristrutturazione invasivi. Utilizza una piastra di sfondo coerente, realizzata in alluminio perforato e verniciato a polvere, che aiuta i visitatori a **riconoscere la segnaletica**.

Su questa base vengono montati i **pannelli** indicativi per le stanze e i segnali direzionali. È stato introdotto anche un sistema di codifica a colori per **rappresentare le quattro principali aree del college**, mentre lievi modifiche nella denominazione hanno ulteriormente semplificato il sistema.

Per mantenere coerenza con l'identità visiva del College e della UAL, è stato scelto il carattere **Helvetica**.

Modularietà - Tipografia

2

ANALISI DEL LUOGO

32	<i>Contesto dell'edificio</i>
35	<i>Valori</i>
36	<i>Stakeholder</i>
38	<i>Sopraluogo</i>
42	<i>Analisi delle aree</i>
44	<i>Flussi</i>
48	<i>Target</i>
50	<i>Problemi, esigenze e requisiti</i>
52	<i>Obiettivi</i>
53	<i>Focus progettuali</i>

Contesto dell'edificio

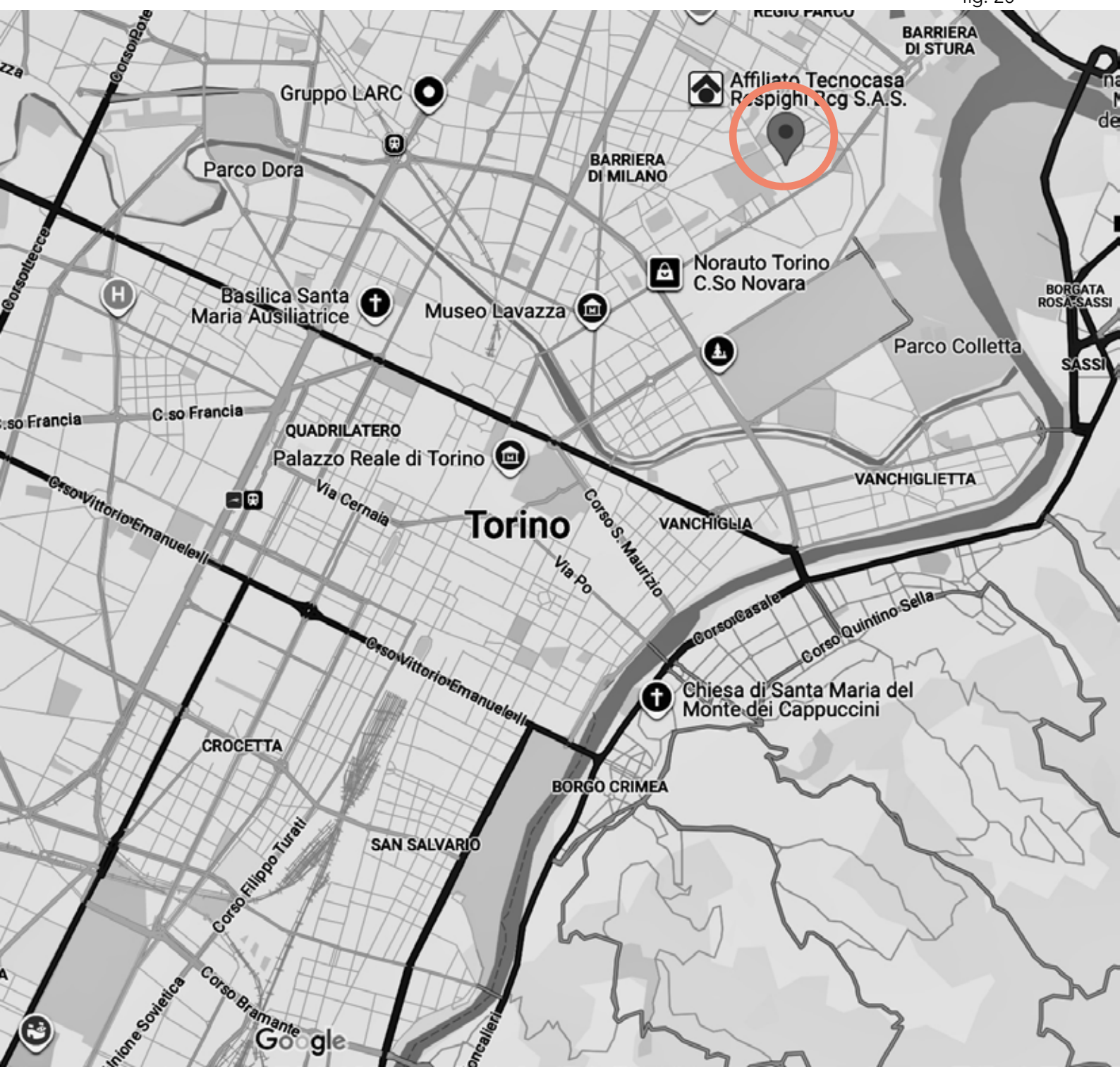
L'edificio si trova in via **Giorgio Ghedini 6**, nel cuore del quartiere **Barriera di Milano a Torino**.

Questo quartiere, noto per la sua **multiculturalità**, combina diverse tradizioni.

Negli ultimi anni, grazie a vari **progetti di riqualificazione**, è diventato un luogo più accogliente e vivibile, dove l'integrazione sociale è una priorità.

La posizione dell'edificio è ideale per i servizi che offre, risultando comoda sia per i residenti che per coloro che provengono da altre parti della città.

fig. 20



Questo progetto nasce dall'esigenza di **rinnovare l'edificio di via Ghedini 6**, uno spazio che ospita diversi servizi. Nonostante il **valore delle attività** svolte al suo interno, l'edificio presenta alcune **criticità che influiscono negativamente** sull'esperienza degli utenti.

BREIF

L'obiettivo principale è **facilitare la fruizione dei diversi servizi e la coesione sociale all'interno della struttura**. È essenziale **rendere accessibili fisicamente, cognitivamente ed emotivamente gli spazi comuni** che collegano le varie aree della struttura, garantendo un ambiente **accogliente e inclusivo** e inclusivo per tutti gli utenti.

OUTPUT ATTESI

Il progetto punta a trasformare l'edificio in uno spazio più inclusivo e accogliente, dove le persone possano **sentirsi a proprio agio e orientarsi con facilità**.

L'obiettivo è creare un luogo che rifletta i valori delle realtà operative presenti, favorendo **un'esperienza fluida e positiva per tutti gli utenti**.

Si mira a valorizzare l'identità dell'edificio, rafforzando il senso di appartenenza e connessione con chi lo vive, e a **migliorare la funzionalità e l'armonia degli spazi, rendendoli più fruibili** e in linea con le esigenze delle persone e delle organizzazioni.

vista dall'alto dell'edificio - fig. 21



SERVIZI

L'edificio ospita **diverse realtà** che operano insieme per offrire sostegno e opportunità a chi ne ha bisogno.

È un luogo di incontro e collaborazione, dove organizzazioni diverse uniscono le forze per creare una comunità più inclusiva.

COOPERATIVA ANIMAZIONE VALDOCCO

Fondata nel **1980**, la Cooperativa Valdocco **si dedica al supporto delle persone più vulnerabili.**

Con un'ampia esperienza nel **lavoro educativo e sociale**, offre sostegno a minori, anziani, persone con disabilità e adulti in difficoltà.

Il suo **obiettivo** è **accompagnare le persone verso il reinserimento sociale, promuovendo dignità e autonomia.**



fig. 22

SERD (SERVIZIO PER LE DIPENDENZE)

Il SerD, gestito dall'**ASL** si occupa di **supportare chi affronta problemi di dipendenze, sia da sostanze che comportamentali.** Con percorsi personalizzati, aiuta le persone a ritrovare un equilibrio, **offrendo consulenze, terapie e gruppi di supporto.**

Parte della sua missione è anche la **prevenzione**, attraverso iniziative che sensibilizzano la comunità.



fig. 23

COSTRUIRE BELLEZZA

Questo **laboratorio interdisciplinare** rappresenta l'**anima creativa dell'edificio.**

Attraverso **progetti culturali e formativi**, promuove la rigenerazione degli spazi urbani e sociali.

Coinvolgendo educatori, artisti e cittadini, "Costruire Bellezza" lavora per trasformare luoghi e comunità, stimolando creatività e partecipazione attiva.



fig. 24

Valori

Nell'edificio di via Ghedini 6 operano diversi servizi, tra cui **Costruire Bellezza, il SerD e la Cooperativa Animazione Valdocco (Case di Ospitalità)**, tutti uniti da valori comuni che rappresentano il fulcro delle loro attività.

Questi principi instaurano un legame inevitabilmente, **anche se non per forza interagiscono.**

I vari servizi hanno valori che condividono:

INCLUSIONE SOCIALE

Costruire Bellezza promuove processi partecipativi, creatività e valorizzazione della diversità, con l'obiettivo di rafforzare il senso di appartenenza e il contributo attivo delle persone alla comunità.

SerD sostiene il reinserimento sociale dei propri utenti attraverso programmi di recupero e assistenza.

Valdocco offre spazi di accoglienza che forniscono supporto e integrazione alle persone in difficoltà.

CREAZIONE DI UN FUTURO MIGLIORE

Costruire Bellezza lavora per il miglioramento personale e comunitario, favorendo il cambiamento positivo attraverso l'educazione e la creatività.

SerD contribuisce al recupero e alla reintegrazione sociale, aiutando le persone a costruire una prospettiva di vita più stabile e sostenibile.

Valdocco mira allo sviluppo personale positivo, offrendo strumenti per un reinserimento graduale nella società.

SUPPORTO E ASSISTENZA AI BISOGNOSI

Costruire Bellezza offre opportunità a persone in difficoltà, utilizzando l'arte e la creatività come mezzi per il riscatto personale e collettivo.

SerD si dedica all'assistenza terapeutica e alla riabilitazione, accompagnando le persone nel loro percorso di guarigione e verso l'autonomia.

Valdocco fornisce un rifugio sicuro e un ambiente di sostegno per chi vive in strada.

COLLABORAZIONE E SINERGIA

Costruire Bellezza favorisce la condivisione delle risorse e la collaborazione con altri servizi, creando una rete integrata di supporto.

SerD si integra in una rete di interventi coordinati per assicurare una risposta multidisciplinare alle esigenze degli utenti.

Valdocco sostiene la sinergia strutturale e la condivisione delle competenze, aumentando l'efficacia complessiva dei servizi forniti.

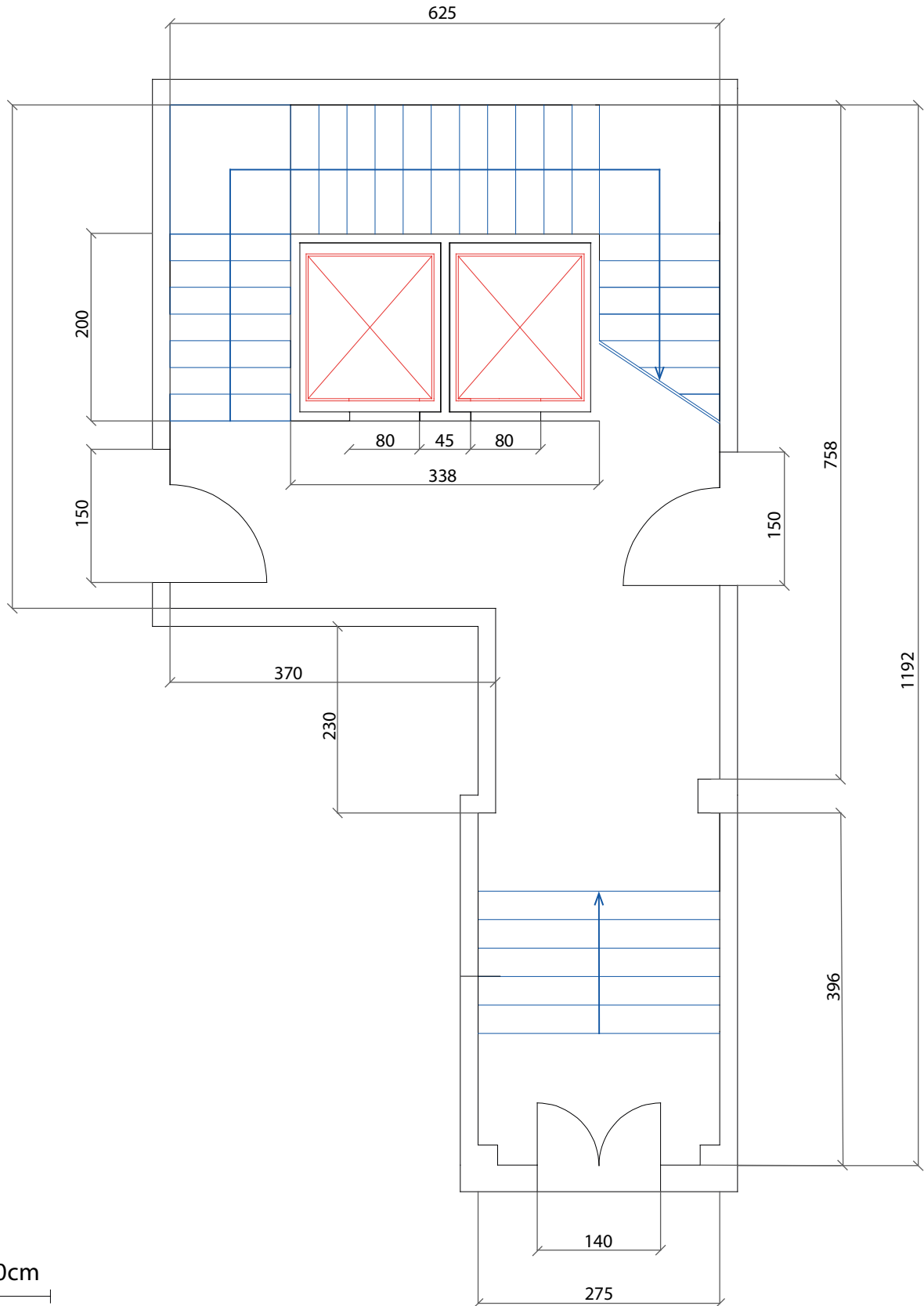
Stakeholder

Gli **stakeholder** del progetto includono il Comune di Torino, l'ASL, gli operatori del SerD e i fruitori del servizio, la Cooperativa Animazione Valdocco e i fruitori delle Case di Ospitalità, Costruire Bellezza con i suoi operatori e tirocinanti, e il Politecnico di Torino.

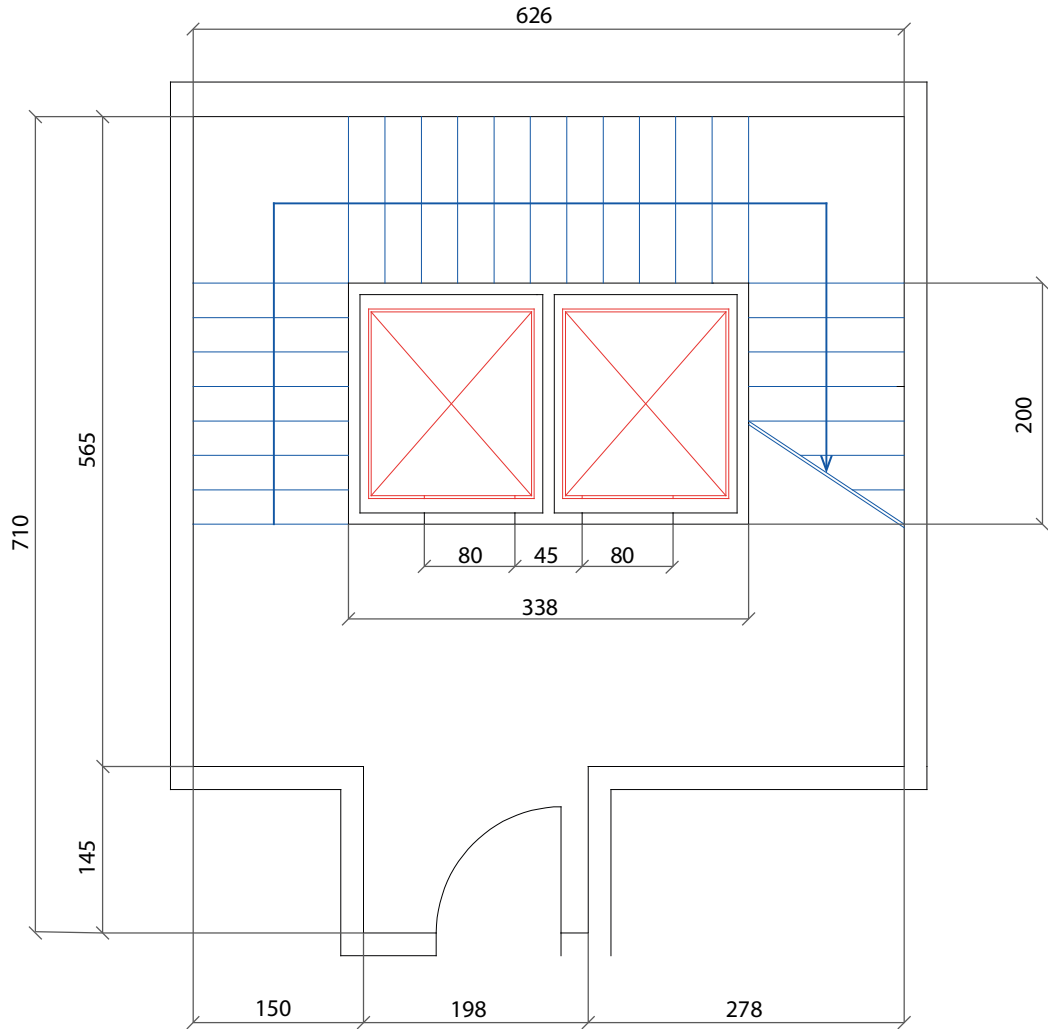


Soppraluogo

PIANO TERRA

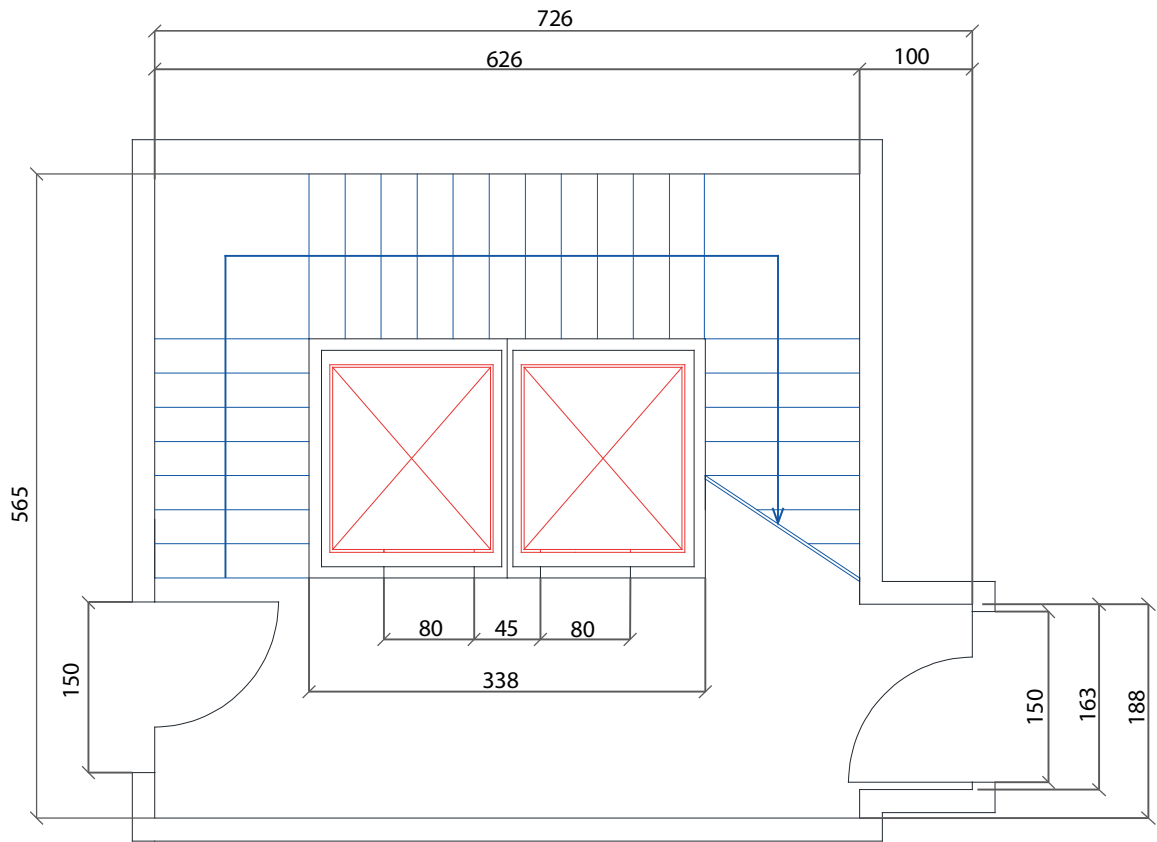


PRIMO PIANO



100cm

SECONDO PIANO



100cm

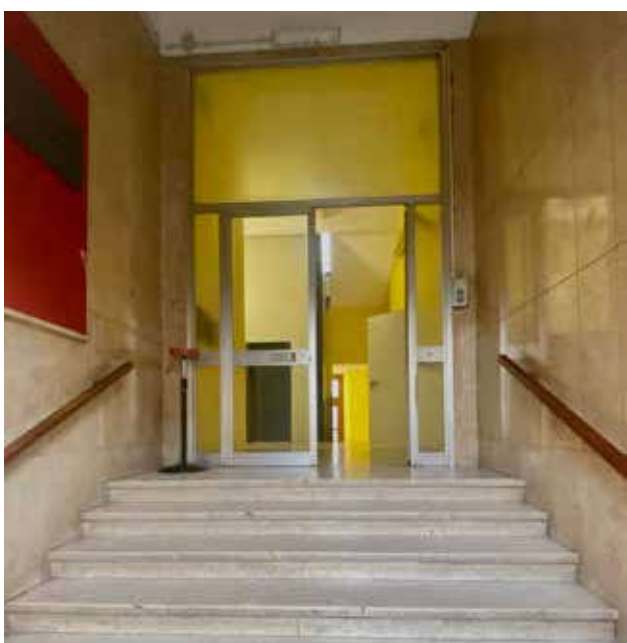
Analisi delle aree



ENTRATA

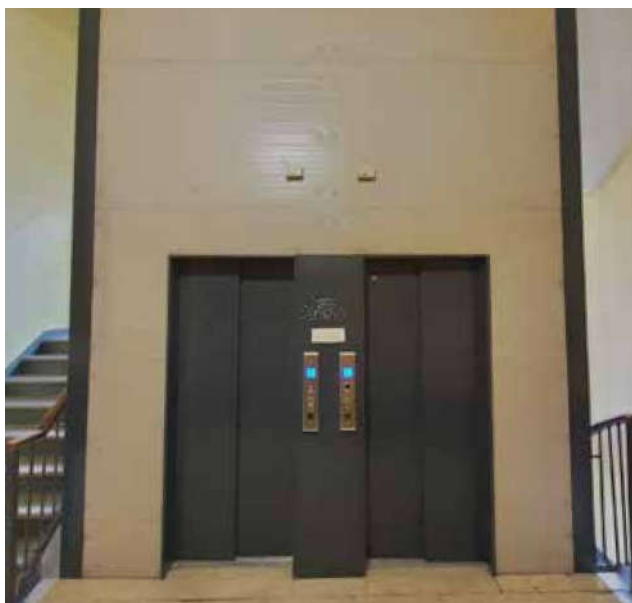
L'entrata dell'edificio è un **luogo di passaggio, di sosta e di incontro** ma non rispecchia le attività che prendono luogo al suo interno.

È **anonima** perchè è priva di un'identità, **inospitale** perchè mancano riferimenti direzionali e di orientamento nell'edificio e **ostile** perchè non invita ad entrare a causa di una prima percezione di trasandatezza e noncuranza.



HALL

Zona cruciale di **scambio e interazione**, frequentata da tutti gli utenti dell'edificio. Nonostante il suo ruolo centrale, lo spazio è percepito come **chiuso e poco accogliente**. Le porte antincendio grigie e l'ascensore dominano l'area, creando un ambiente visivamente oppressivo. La luce naturale filtra con difficoltà .



ASCENSORI

Gli ascensori sono funzionanti e costituiscono un **elemento essenziale per la mobilità** all'interno della struttura. Tuttavia, la **mancanza di una segnaletica chiara** sui piani e i servizi disponibili crea disagio e confusione, specialmente per i nuovi utenti.

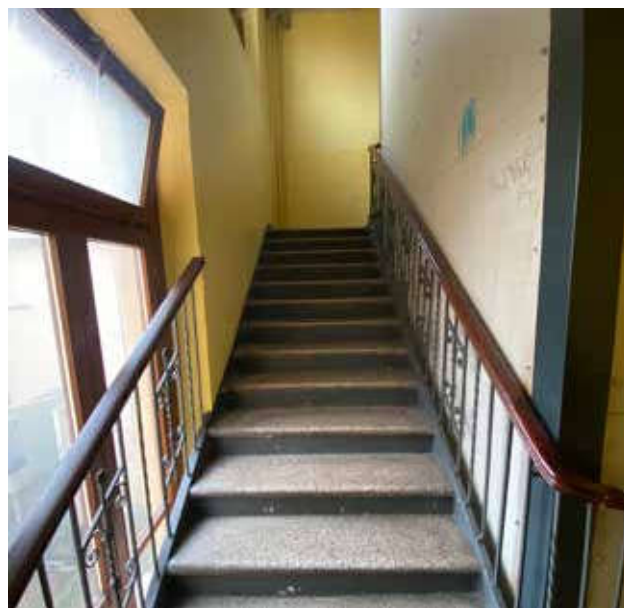
Questo problema può portare a difficoltà **difficoltà nell'orientamento**.

VANO SCALE

Il vano scale è un'area **condivisa da tutti i servizi** della struttura e svolge un ruolo importante nella connessione tra i vari piani e spazi.

Tuttavia, l'area presenta segni di **trascuratezza**, come imbrattamenti sui muri dell'ascensore. Le scale non solo collegano i vari servizi, ma fungono anche da **luogo di aggregazione o di privacy**.

Quando il SerD non è attivo, le scale diventano un luogo dove le persone possono sedersi e godersi momenti di solitudine e tranquillità.



PRIMO PIANO

Il primo piano è dedicato alla **Casa di Ospitalità femminile**, gestita dalla Cooperativa Valdocco, e offre un ambiente sicuro per donne in difficoltà.

Gli arredi, in metallo risultano freddi. Le pareti decorate con motivi circolari arancioni rendono l'ambiente più accogliente.



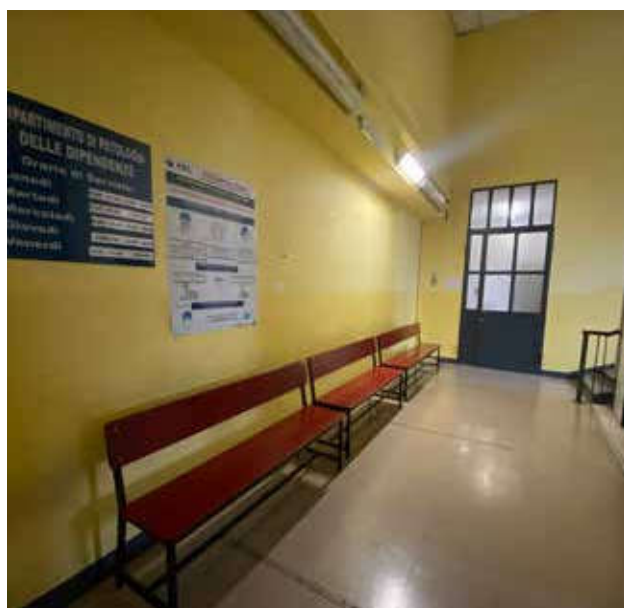
SECONDO PIANO

Il secondo piano è dedicato al **SerD**, gestito dall'ASL.

L'ambiente risulta freddo e non molto curato.

Le panchine sono utilizzate come **luogo di sosta** per le persone che devono usufruire del servizio.

Questo piano è frequentato solo dagli operatori del SerD e dai suoi utenti.



Flussi

FLUSSO DEGLI OSPITI MASCHILI

- Gli ospiti maschili entrano ed escono dall'ingresso principale al piano terra.
- Si spostano principalmente tra le loro stanze e le aree comuni, sempre al piano terra.

FLUSSO DELLE OSPITI FEMMINILI

- Le ospiti femminili usano l'ingresso principale al piano terra e salgono al primo piano per raggiungere il loro dormitorio.
- Si spostano principalmente tra le loro stanze e le aree comuni.

FLUSSO DEGLI OPERATORI

- Gli operatori della Cooperativa Valdocco accedono quotidianamente al piano terra.
- Si muovono tra le aree comuni e gli spazi dedicati alle attività, anche al secondo piano.

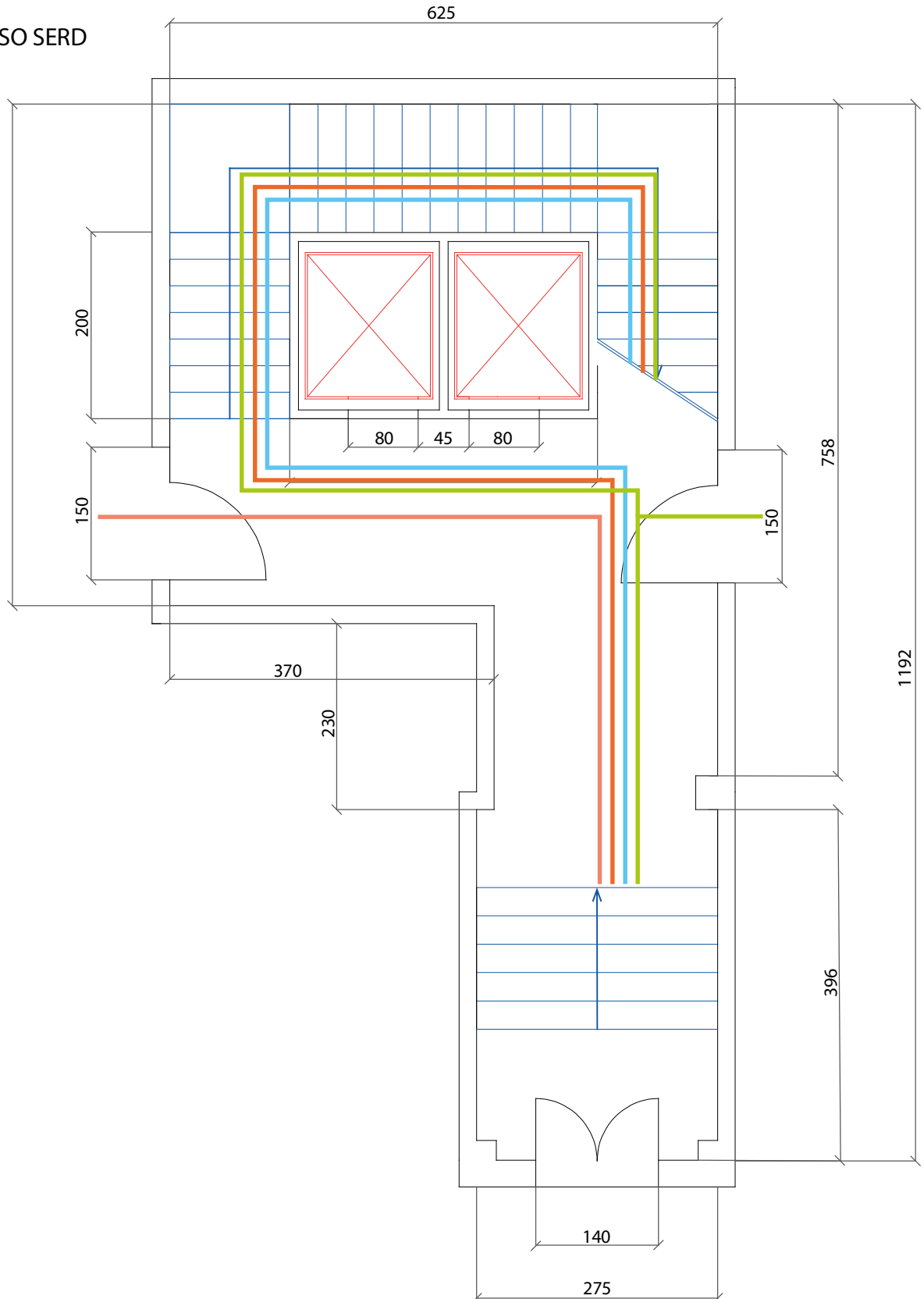
FLUSSO DEI COLLABORATORI DI C.B.

- I collaboratori del Politecnico di Torino e i tirocinanti esterni accedono al laboratorio dall'ingresso principale al piano terra.

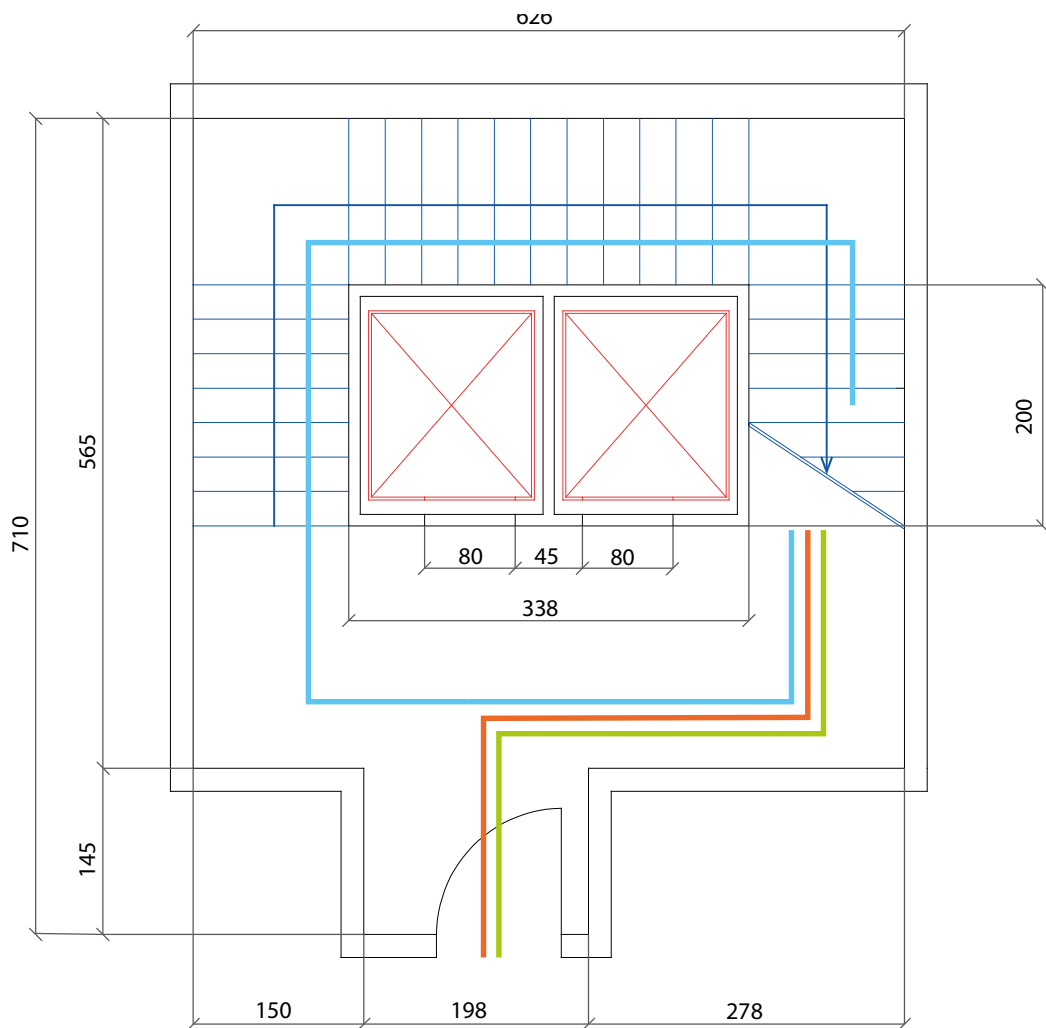
FLUSSO DEL SERD

- Operatori e pazienti del SerD accedono al secondo piano tramite le scale o l'ascensore.

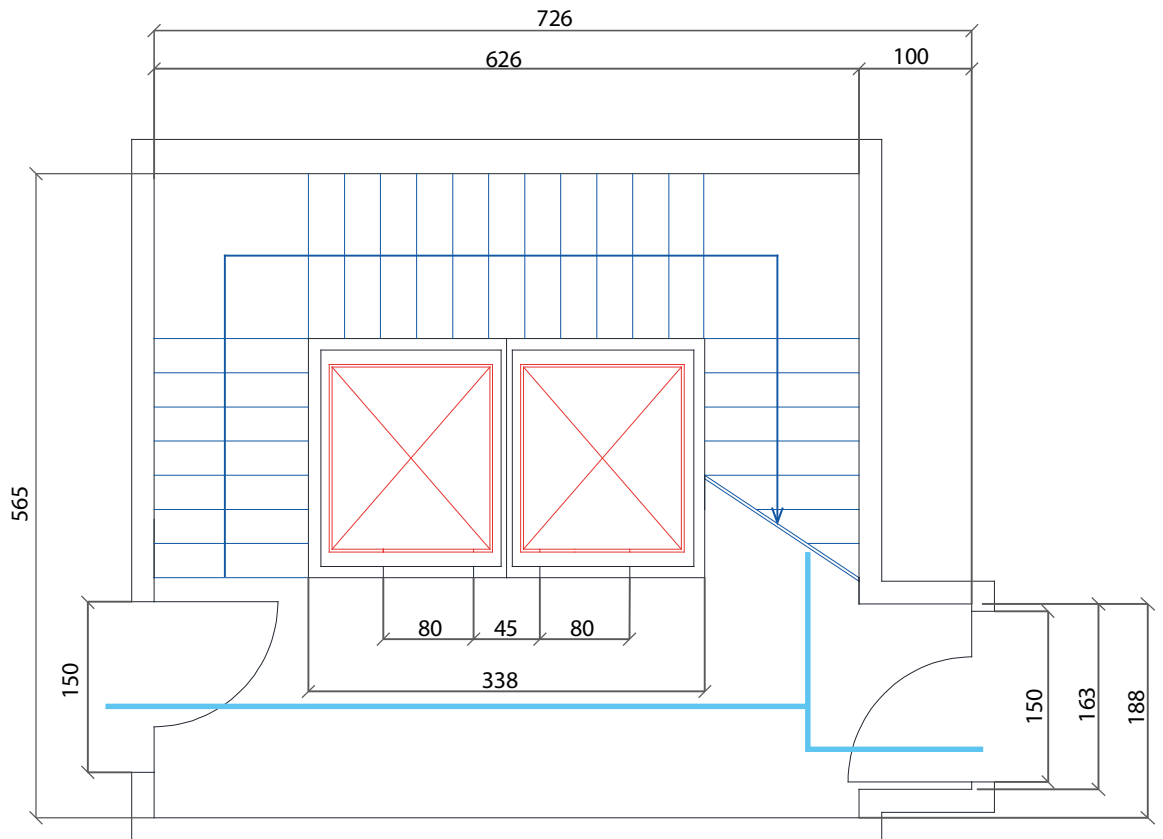
- FLUSSO OSPITI MASCHILI
- FLUSSO OSPITI FEMMINILI
- FLUSSO OPERATORI
- FLUSSO COLLABORATORI CB
- FLUSSO SERD



- FLUSSO OSPITI MASCHILI
- FLUSSO OSPITI FEMMINILI
- FLUSSO OPERATORI
- FLUSSO COLLABORATORI CB
- FLUSSO SERD



- FLUSSO OSPITI MASCHILI
- FLUSSO OSPITI FEMMINILI
- FLUSSO OPERATORI
- FLUSSO COLLABORATORI CB
- FLUSSO SERD



Target

A ciascuna categoria di utenza è applicata un'esigenza fruitiva e un'esigenza emotiva diversa.

PERSONALE DELLA STRUTTURA

Il personale della struttura è composto da professionisti che lavorano per garantire il buon funzionamento dei servizi e il supporto agli utenti.

Tra loro ci sono gli operatori della Cooperativa Animazione Valdocco, gli educatori e i collaboratori del laboratorio Costruire Bellezza, e gli operatori sanitari dell'ASL. Ognuno di loro, con le proprie competenze e il proprio impegno, contribuisce a creare un ambiente accogliente e funzionale, dove ogni bisogno trova risposta.

Gli spazi devono **riflettere i principi e i valori delle organizzazioni che vi lavorano.**

È fondamentale **creare un ambiente di lavoro che supporti la missione delle associazioni, facendo sentire gli operatori valorizzati e motivati.**

PERSONE STRANIERE

Le persone straniere che frequentano la struttura presentano diversi livelli di competenza nella lingua italiana.

Alcuni parlano italiano, altri lo comprendono ma non lo parlano fluentemente, e altri ancora non lo capiscono né lo parlano.

Molte di queste persone provengono da background migratori complessi.

È fondamentale che lo **spazio sia accogliente e rassicurante, facendoli sentire benvenuti e supportati.**

La struttura deve **offrire indicazioni chiare in diverse lingue** dove trovare assistenza, servizi e risorse, riducendo l'ansia e promuovendo un senso di sicurezza e appartenenza.

Per **facilitare l'accessibilità, la struttura deve comunicare non solo attraverso le parole**, ma anche utilizzando simboli, colori e altri elementi visivi intuitivi.

Sviluppare un **linguaggio universale all'interno degli spazi permette una navigazione facile** e l'utilizzo delle risorse disponibili, rendendo l'ambiente comprensibile e fruibile per tutti, indipendentemente dalla conoscenza della lingua italiana.

PERSONALE DELLA STRUTTURA

Le persone con dipendenze possono avere varie forme essa, come gioco d'azzardo, sostanze stupefacenti, alcol, o dipendenze comportamentali.

Gli **spazi devono essere chiari, semplici e facilmente comprensibili**, soprattutto in situazioni di stress o confusione.

È essenziale ridurre l'ansia e offrire un senso di tranquillità, utilizzando un **linguaggio semplice e diretto**.

Gli ambienti devono essere **intuitivi e facilmente navigabili**, permettendo agli utenti di trovare rapidamente ciò di cui hanno bisogno senza difficoltà.

PERSONE STRANIERE

Le persone in stato di precarietà possono trovarsi in diverse situazioni di vulnerabilità, come la mancanza di una rete di supporto, condizioni psicologiche fragili e l'assenza di reddito.

Per queste persone, è essenziale che lo spazio sia accogliente, dignitoso e ospitale, offrendo sicurezza fisica ed emotiva.

L'ambiente deve contribuire a **creare un senso di stabilità e supporto, migliorando la loro condizione psicologica e sociale**. Gli spazi devono utilizzare un **linguaggio semplice e diretto, evitando ambiguità**, e facilitare l'orientamento e l'accesso ai servizi disponibili, creando un'atmosfera rassicurante e accogliente.

Problemi, esigenze e requisiti

PROBLEMI

ESIGENZE

1. OSTILITÀ DEGLI SPAZI

Ambienti sporchi, scarsa illuminazione, Danni e imbrattamenti indicano una mancanza di cura collettiva che influenza le persone che lo frequentano:

- vivere in ambienti trascurati amplifica la propria vulnerabilità;
- l'esperienza in tali contesti può causare una perdita di autostima.

a. Nell'ambiente non devono essere presenti rischi.

b. Gli impianti di sicurezza non devono essere modificati. (Porte, estintore ecc...)

c. L'ambiente deve essere accogliente.

2. DISAGIO E CONFUSIONE

La mancanza di segnaletica all'interno degli spazi comporta:

- confusione e disagio nelle persone che visitano l'edificio per la prima volta;
- imbarazzo nel chiedere aiuto ad estranei;
- perdita della propria autonomia e dipendenza dal personale della struttura.

d. La segnaletica deve poter essere facilmente gestibile, aggiornabile e manutenibile.

e. La segnaletica deve mantenere un basso costo di produzione.

3. MANCANZA DI IDENTITÀ

La mancanza di una cura e di una identità degli spazi è dovuta a:

- transitorietà degli utenti;
- negligenza da parte degli enti che non hanno la disponibilità o l'interesse;
- spazi omologati, inospitali e ostile.

f. L'ambiente deve essere fruibile.

g. I diversi servizi devono essere facilmente distinguibili.

REQUISITI

- a** L'ambiente e i suoi elementi devono essere ignifughi
Le scale non devono subire modifiche invadenti
Deve essere assicurato l'utilizzo del corrimano
- b** La porta d'emergenza e quella tagliafuoco non devono essere ostruite
L'estintore deve essere sempre a portata di mano
- c** L'ambiente deve permettere la convivialità tra le persone
- c/d** La segnaletica deve permettere la navigabilità dell'ambiente con indicazioni chiare, comprensibili a una vasta utenza
- d** L'ambiente deve garantire la giusta quantità di luce naturale
La segnaletica deve essere inclusiva e accessibile
- e** L'ambiente deve essere caratterizzato da colori vivaci
- f** Deve essere facilmente manutenibile
Deve essere facilmente pulibile
Deve durare nel tempo
La segnaletica deve resistere agli atti vandalici
- g** Deve essere realizzata artigianalmente
Deve impiegare materiali sostenibili, facilmente lavorabili e reperibili

Obiettivi

Dallo studio preliminare degli spazi, dei servizi e delle persone che frequentano l'edificio, sono emerse **due principali direzioni progettuali**, entrambe essenziali per migliorare la funzionalità e il valore sociale del luogo.

La **prima direzione riguarda gli interventi fisici sugli spazi**. Questi mirano a rendere l'edificio più accogliente e funzionale, garantendo accessibilità per tutti. Azioni come **migliorare l'aspetto estetico, ottimizzare la distribuzione degli ambienti** e introdurre **sistemi di orientamento chiari e intuitivi** sono fondamentali per rendere i servizi più fruibili, ridurre le difficoltà degli utenti e offrire un'esperienza complessivamente più positiva e serena.

La **seconda direzione** si concentra sulle **persone e sulle relazioni che si sviluppano all'interno dell'edificio**.

L'obiettivo è promuovere l'inclusione sociale e il potenziamento personale, trasformando lo spazio in un luogo che non solo accoglie, ma stimola la partecipazione e il senso di appartenenza.

Attraverso un **design che rifletta i valori di supporto**, creatività e integrazione, si vuole creare un ambiente capace di rafforzare la fiducia e l'autonomia degli utenti, sostenendoli nel loro percorso di crescita e miglioramento personale.

GARANTIRE SPAZI VIVACI, VIVIBILI E SALUBRI

MIGLIORARE IL BENESSERE DELL'UTENTE

DARE DIGNITÀ AGLI SPAZI

ESALTARE IL CONCETTO DI ECCELTISMO E DIVERSITÀ

GARANTIRE UN ORIENTAMENTO E UNA NAVIGAZIONE CHIARA

CREARE UN'IMMAGINE CONDIVISA E COLLETTIVA

IDENTITÀ CHIARA CHE SFRUTTI LE COMPETENZE DEL LABORATORIO

FAR SENTIRE L'UTENTE A PROPRIO AGIO

DARE LUCE

COESIONE TRA ELEMENTI

Focus progettuali

Dalle attività di analisi degli spazi e dai sopralluoghi che abbiamo condotto, abbiamo individuato 2 focus progettuali principali

MULTIDISCIPLINARIETÀ

L'edificio di via Ghedini 6 ospita **realità diverse**, ciascuna con una propria identità e funzione: il SerD, il laboratorio Costruire Bellezza e le Case di Ospitalità. La multidisciplinarietà dei servizi è un valore aggiunto che **desideriamo preservare e valorizzare**. Queste realtà rispondono a bisogni diversi e si rivolgono a utenze variegata, generando una ricchezza di attività e opportunità all'interno dello stesso spazio. Il nostro progetto punta ad accentuare questa caratteristica, **integrando le specificità di ogni servizio in un sistema armonioso** che favorisca la collaborazione e il rispetto reciproco.

Gli interventi saranno progettati per **enfaticizzare la sinergia tra le diverse realtà**, creando spazi che facilitino sia la condivisione sia il riconoscimento delle singole identità. L'obiettivo è garantire una gestione fluida dei flussi e un'organizzazione che renda la multidisciplinarietà un punto di forza tangibile, percepibile sia dagli utenti che dagli operatori.

PERSONALIZZAZIONE

Pur preservando la multidisciplinarietà, è fondamentale che l'intervento restituisca all'edificio un senso **di identità collettiva e personalizzazione**. Al momento, gli spazi appaiono anonimi e privi di un carattere distintivo che possa rappresentare l'unione tra i diversi servizi. Il nostro approccio progettuale mira a creare un ambiente che, pur mantenendo la specificità di ciascuna realtà, offra una coerenza visiva e funzionale che renda l'insieme riconoscibile e significativo.

3

SVILUPPO PROGETTUALE

56

57

58

59

60

65

85

Linee guida

Concept

Tone of Voice

Fase operativa

Punti focus

Wayfinding

Place Identity

Linee guida

Per lo sviluppo del concept progettuale, sono state definite alcune linee guida che rappresentano i principi cardine del progetto. Queste linee guida pongono l'accento sull'importanza di **rendere gli spazi accoglienti, funzionali e rappresentativi** delle diverse realtà e delle persone che frequentano l'edificio.

ACCOGLIENZA

Gli spazi devono riflettere l'impegno delle organizzazioni presenti nel garantire un ambiente inclusivo e accogliente. L'obiettivo è creare una sensazione di benvenuto per tutti gli utenti, indipendentemente dalla loro provenienza o situazione personale. La progettazione punta a far emergere l'idea di comunità attraverso interventi che favoriscano il comfort emotivo e il senso di appartenenza.

IDENTITÀ

Uno degli obiettivi principali del progetto è fornire all'edificio una identità chiara e riconoscibile. Attraverso l'uso di colori, forme e linguaggi visivi, gli spazi devono riflettere i valori delle organizzazioni presenti, rafforzando il senso di appartenenza per chi lavora o frequenta l'edificio. L'identità visiva diventa il filo conduttore che unisce le diverse realtà operative.

DIVERSITÀ

L'edificio deve rappresentare la diversità dei servizi e delle persone che lo frequentano. Ogni servizio ha le sue peculiarità e si rivolge a un target eterogeneo, composto da persone provenienti da background culturali diversi, con differenti livelli di istruzione e sfide personali. La progettazione deve celebrare questa pluralità, rendendola un elemento visibile e armonico.

PRATICITÀ

La praticità è un elemento chiave per garantire la funzionalità e la durabilità degli spazi. Gli interventi progettuali devono essere pensati per resistere nel tempo e richiedere una manutenzione minima. Questo è essenziale in un contesto che potrebbe subire un utilizzo intensivo e quotidiano.

AUTONOMIA

Il sistema di orientamento e l'organizzazione degli spazi devono permettere agli utenti di muoversi in autonomia, senza bisogno di un'assistenza costante. Questo è particolarmente importante per garantire accessibilità e inclusione, soprattutto per persone con difficoltà motorie o cognitive.

Concept

Il concept del progetto nasce dalla volontà di **trasformare l'edificio in uno spazio che sia funzionale**, ma che riesca anche a **raccontare le storie delle persone che lo attraversano e i valori delle realtà che lo animano**.

L'idea centrale è quella di creare un ambiente capace di **accogliere e rappresentare la diversità delle esperienze quotidiane**, mantenendo un **equilibrio tra connessione e individualità**.

In questa fase iniziale, il nostro obiettivo principale è stato immaginare come lo spazio potesse rispondere non solo a bisogni pratici, come **l'orientamento e l'organizzazione**, ma anche a esigenze legate all'identità, **al senso di appartenenza e al benessere emotivo**.

Vogliamo ridefinire gli spazi fisici e creare un luogo che sappia accogliere chi lo frequenta.

Abbiamo così capito che il punto chiave risiedeva **nell'equilibrio tra ciò che accomuna e ciò che distingue i servizi e le persone che vivono l'edificio**.

Questo ragionamento ci ha portato alla definizione del titolo del concept: **"Convergenze Divergenti"**.

CONVERGENZE

Questo termine rappresenta **l'idea del punto di incontro fisico** tra i diversi servizi presenti all'interno della struttura. Nonostante le loro differenze, queste realtà **coesistono in un ambiente comune, condividendo spazi e creando una rete di interazioni** in cui persone, esperienze e storie si intrecciano.

DIVERGENTI

D'altra parte, il termine sottolinea la **varietà e l'unicità dei percorsi** che caratterizzano i servizi e le esperienze.

Ogni servizio risponde a esigenze specifiche, proprio come ogni individuo segue il proprio cammino unico.

Il titolo rappresenta questa **dualità**: l'idea che l'edificio sia un luogo di **unione** e dialogo, ma anche di valorizzazione delle **differenze**.

Tone of Voice

Il tone of voice del progetto è stato pensato per **riflettere i valori principali di accoglienza, inclusione e funzionalità**, in modo che ogni messaggio visivo sia **in armonia con l'identità dell'edificio e con le realtà che vi operano**. L'obiettivo è parlare direttamente alle persone, creando un dialogo semplice, chiaro e umano.

ACCOGLIENTE

Mirato a trasmettere calore e vicinanza, **mettendo al centro le persone e le loro storie**. Non si tratta solo di informare, ma di far sentire gli utenti **accolti e ascoltati**, eliminando ogni sensazione di distacco o formalità eccessiva.

CHIARO

Ogni messaggio è **semplice e immediato**, per garantire che tutti possano comprenderlo, indipendentemente dal background culturale o dalle capacità personali. Il linguaggio evita tecnicismi e punta su parole comuni e facili da leggere.

FUNZIONALE

In alcuni contesti, il tono **diventa più pratico e diretto** per fornire informazioni utili in modo efficace.

Fase operativa

Per lo sviluppo, ci siamo orientate su due direzioni principali: il **Wayfinding**, con l'obiettivo di creare una segnaletica chiara e funzionale, e la **Place Identity**, utilizzando elementi visivi che rafforzassero l'identità e il carattere umano dell'edificio.

PLACE IDENTITY

- Il primo intervento ideato consiste nella realizzazione di **linee dipinte sulle pareti in punti strategici** dell'edificio.
- A completare di questo intervento, abbiamo deciso di introdurre una componente "umana" attraverso **l'inserimento di fotografie**, aggiungendo così una dimensione personale al progetto.
- Abbiamo introdotto un genere di **seduta** diverso, progettato per armonizzarsi con l'ambiente senza stravolgerne l'identità originaria.

WAYFINDING

Il **sistema di segnaletica**, invece, si concretizza nell'installazione di **bacheche** poste presso le porte dei servizi e all'ingresso degli ascensori, garantendo un orientamento intuitivo e accessibile per tutti.

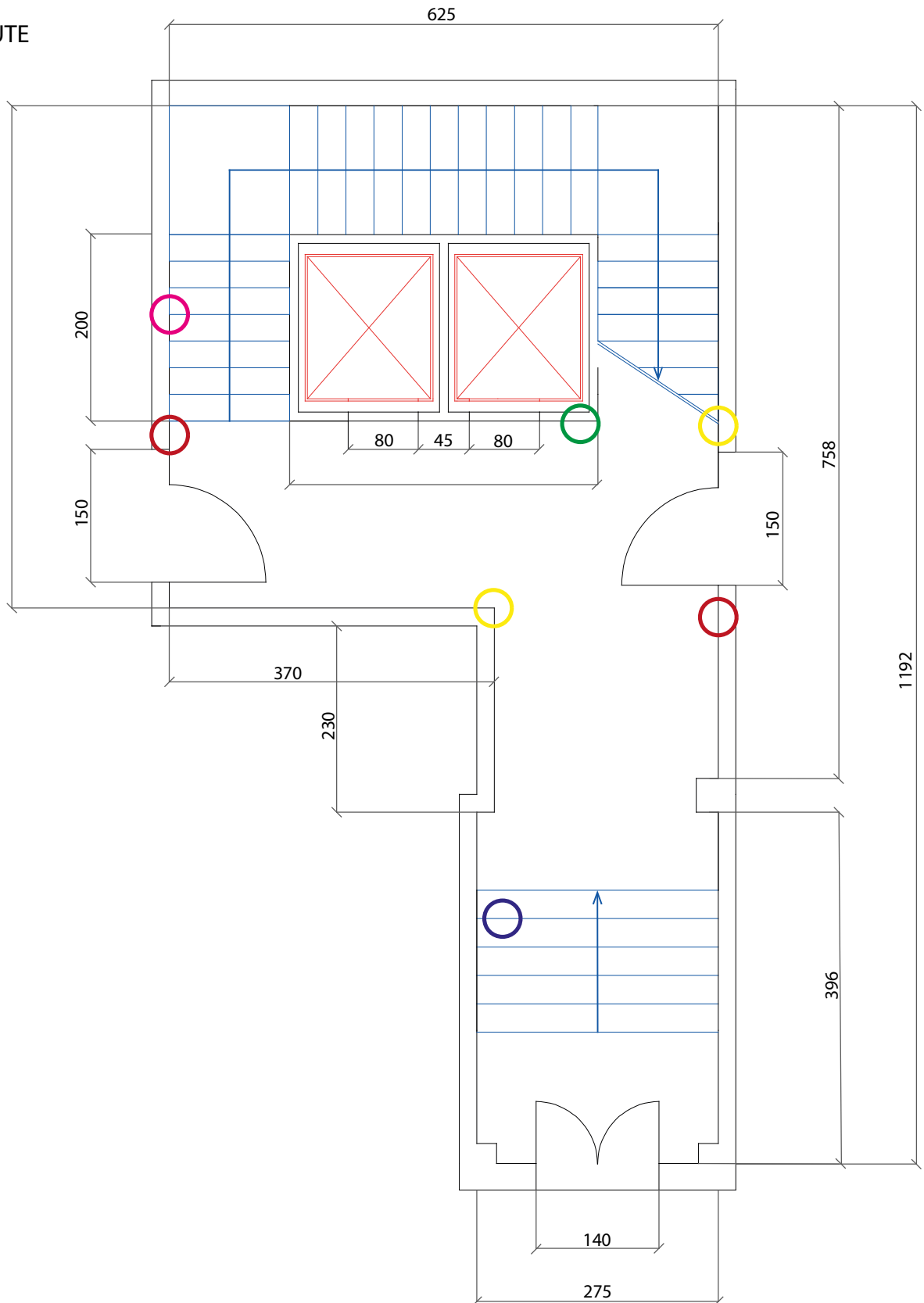
Punti focus

Per decidere dove collocare grafiche, bacheche e fotografie, abbiamo **osservato con attenzione i punti chiave dell'edificio.**

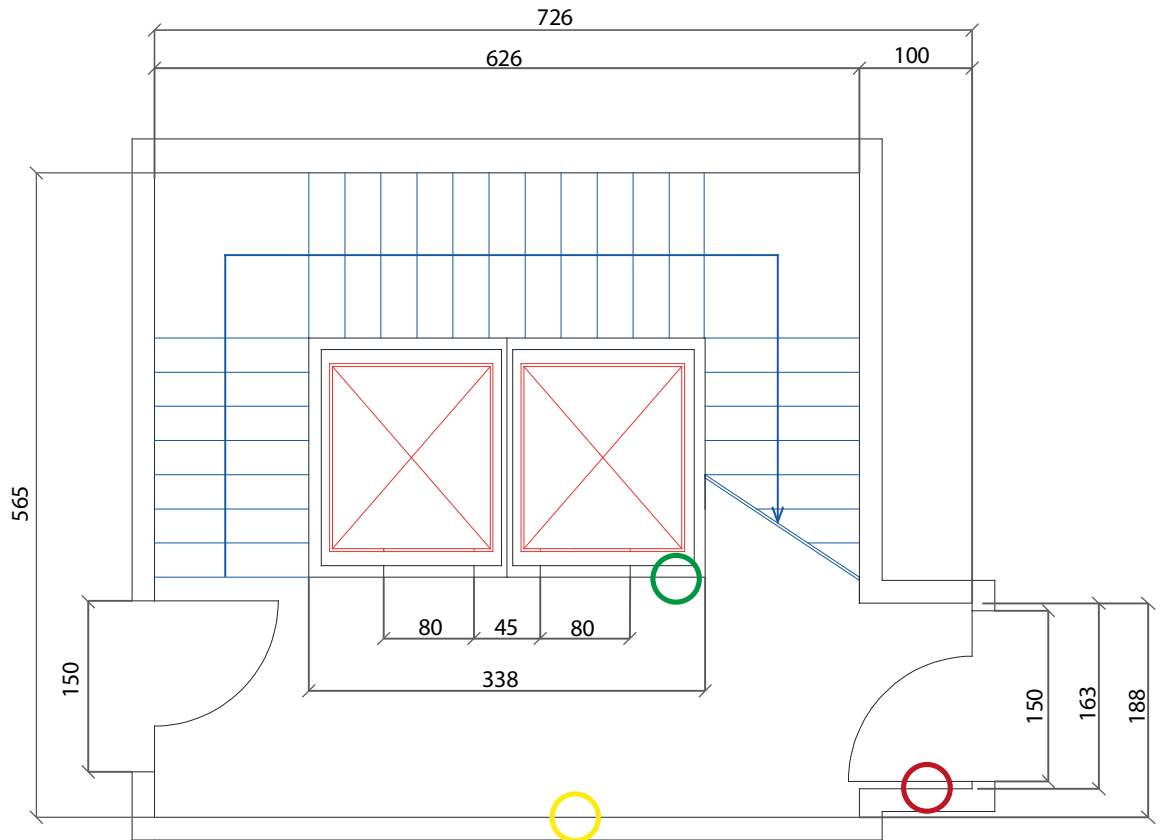
Questo lavoro ci ha aiutato a **individuare le aree più strategiche**, quelle dove questi elementi potessero fare la differenza, risultando ben visibili e utili per chi frequenta lo spazio.

L'obiettivo era rendere ogni intervento funzionale, ma anche integrato e capace di migliorare l'esperienza di chi vive quotidianamente l'edificio.

- BACHECHE SERVIZI
- BACHECHE ASCENSORI
- INIZIO LINEE
- FOTOGRAFIE
- SEDUTE



- BACHECHE SERVIZI
- BACHECHE ASCENSORI
- INIZIO LINEE
- FOTOGRAFIE
- SEDUTE



Wayfinding

Le bacheche progettate sono state pensate per rispondere a specifiche esigenze di funzionalità, estetica e durabilità, mantenendo un equilibrio con l'ambiente circostante.

MATERIALI

La scelta dei **materiali** è stata uno degli aspetti fondamentali del progetto, poiché ogni elemento è stato selezionato con cura per **garantire praticità, armonia visiva e sostenibilità**.

LEGNO DI ABETE

Il legno di abete è stato scelto per la sua **economicità, facilità di lavorazione e il suo aspetto naturale**.

Questo materiale, **leggero ma resistente**, si integra perfettamente con l'ambiente dell'edificio, donando un senso di calore e accoglienza.

La sua **tonalità chiara e neutra** crea una base che non sovrasta gli altri elementi dell'ambiente e si armonizza con le linee progettuali che caratterizzano gli spazi.

FOREX STAMPATO

Le targhette applicate sulle bacheche sono realizzate in forex, un **materiale plastico rigido e resistente**.

La scelta del forex è legata alla sua **leggerezza, durabilità e superficie liscia**, che consente una **stampa chiara e leggibile**.

Questo materiale è ideale per garantire una **lunga durata delle informazioni** e mantenere un aspetto moderno e professionale. Inoltre, la possibilità di **sostituire facilmente** le etichette consente di **aggiornare le informazioni** senza dover modificare l'intera struttura.

Palette

La palette cromatica si ispira alla **natura e al suo ciclo di trasformazione continua**.

Ogni colore rappresenta i valori dei servizi dell'edificio: **supporto, inclusione e opportunità di rinascita**.

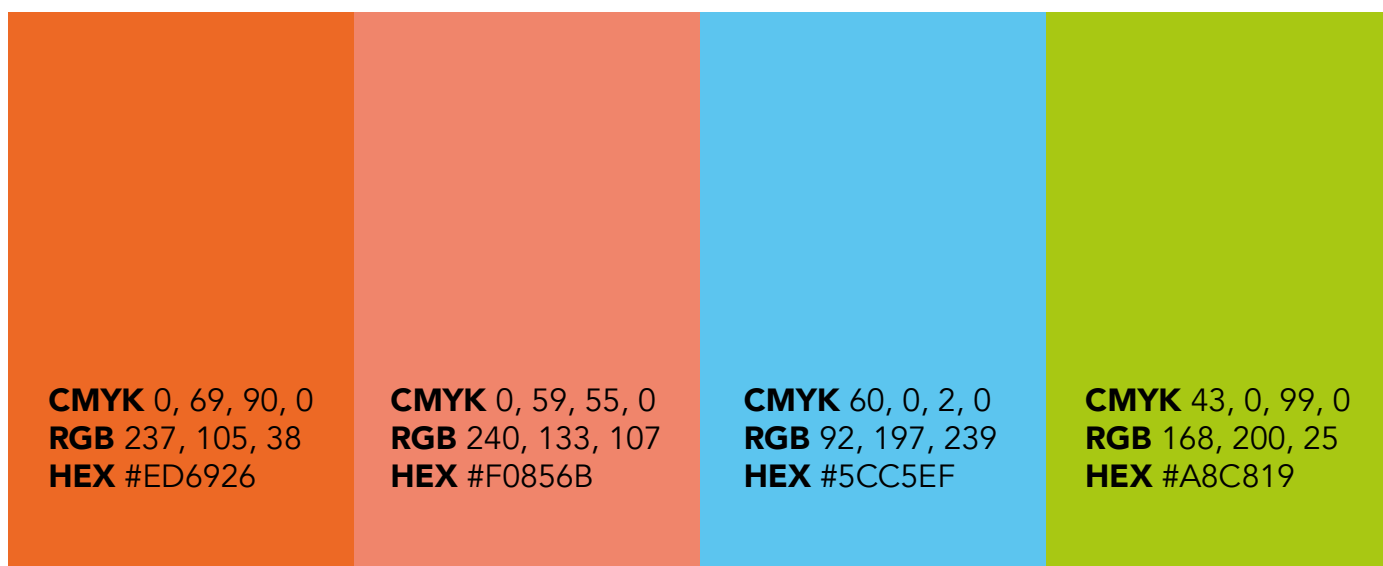
Come la natura sostiene e rigenera la vita, i servizi offrono protezione e crescita, creando un sistema che trasmette speranza e benessere.

La palette rafforza l'identità dell'edificio, evidenziandone il ruolo **inclusivo e rigenerativo**.

Abbiamo scelto **quattro tonalità diverse**, le prime due simili per rappresentare i due servizi di ospitalità, con la stessa funzione comune di accoglienza e supporto. Entrambi **colori caldi e vivaci che richiamano l'idea di accoglienza**, protezione ma allo stesso tempo energia e vivacità.

Le tonalità dell'azzurro e del verde differiscono dalle altre volutamente, per **contrastare la diversità dei servizi a cui sono associati**.

L'azzurro rappresenta la calma, la speranza e la stabilità, mentre il verde la crescita, la rinascita e la creatività.



Tipografia

I due font scelti per il wayfinding devono essere **leggibili e distinti**:

- il font per i **titoli** è chiaro, visibile a distanza, e capace di catturare l'attenzione rapidamente;
- il font per i **testi** è facile da leggere, con un buon contrasto e spaziatura per garantire una lettura rapida ed efficace in condizioni diverse.

Made Tommy

abcdefghijklmnopqrstuvwxy

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

0123456789!@#%*

TITOLI

Futura Medium

abcdefghijklmnopqrstuvwxy

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

0123456789!@#%*

INFORMAZIONI
SECONDARIE

Futura Medium Italic

abcdefghijklmnopqrstuvwxy

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

0123456789!@#%*

INFORMAZIONI
IN INGLESE

Segnaletica A

Il primo tipo di segnaletica è quella **posizionata vicino agli ascensori** ed è progettata per fornire **informazioni chiare e immediate**, aiutando gli utenti a **orientarsi con facilità** all'interno dell'edificio.

Questo tipo di segnaletica contiene **informazioni sul piano** in cui ci si trova e i servizi che ci sono sugli altri piani, con affiancamnto di **frecche che indicano la direzione**.

È presente anche la **versione in inglese**, per maggiore accessibilità.

evidenziato in bianco per capire a che piano ci troviamo

nome del servizio in inglese



nome del servizio

freccia che indica la direzione del servizio

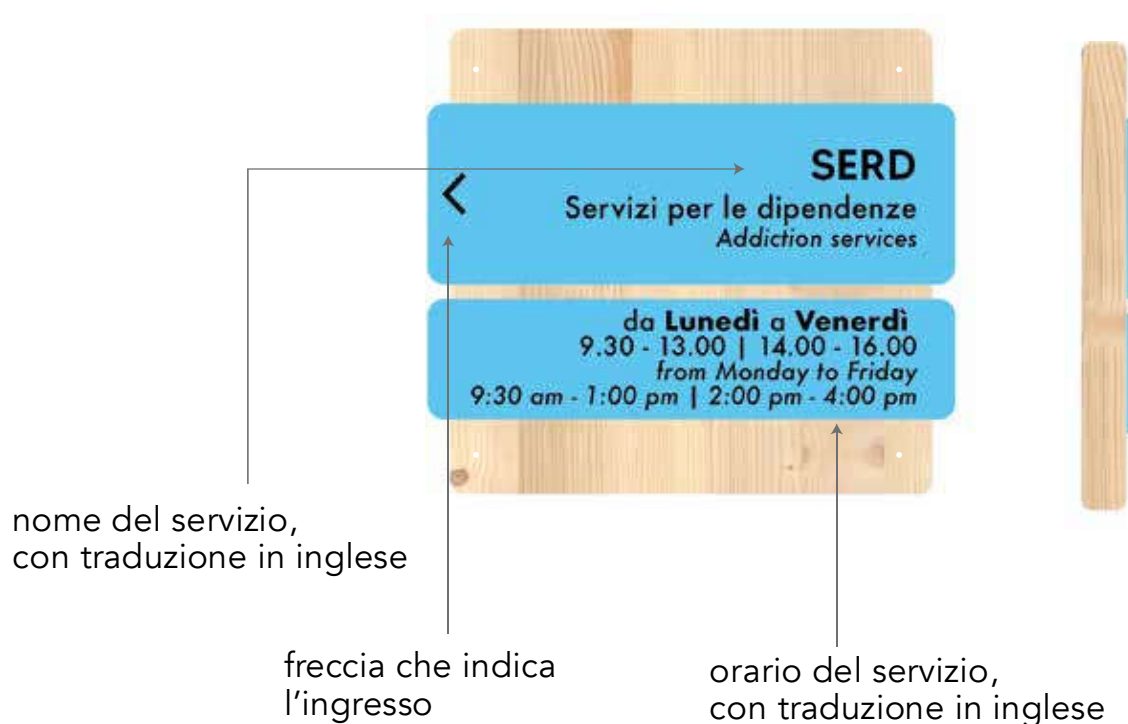
numero del piano

Segnaletica B

Questo tipo di segnaletica è posizionata **accanto agli ingressi dei vari servizi** ed è stata progettata per fornire informazioni specifiche e dettagliate, migliorando l'orientamento e garantendo una fruizione intuitiva degli spazi.

Si concentra **sull'identificazione del servizio e delle informazioni** chiave relative ad esso.

È presente anche l'informazione riguardante gli **orari dei vari servizi**.



Segnaletica A



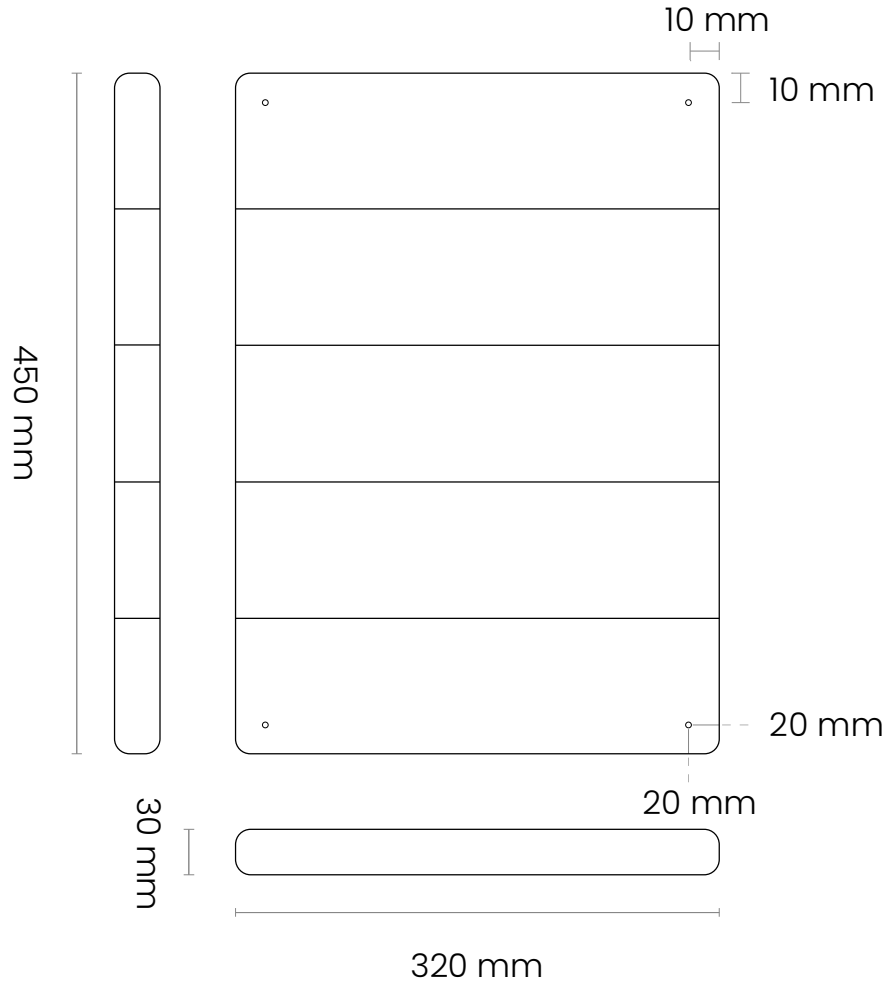
Segnaletica B



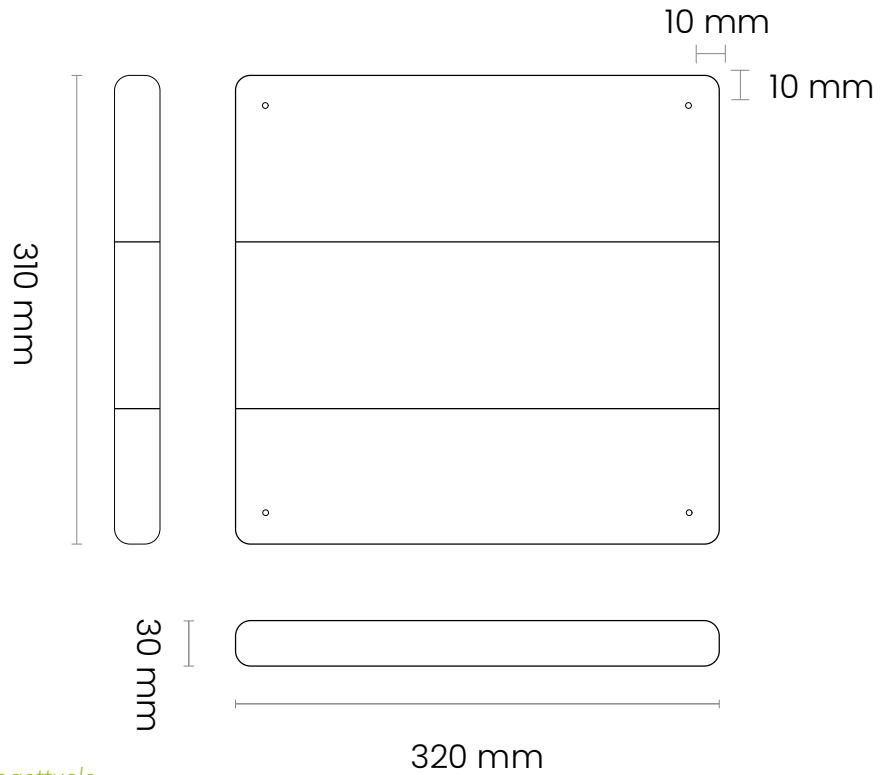
Quote

BASE IN LEGNO

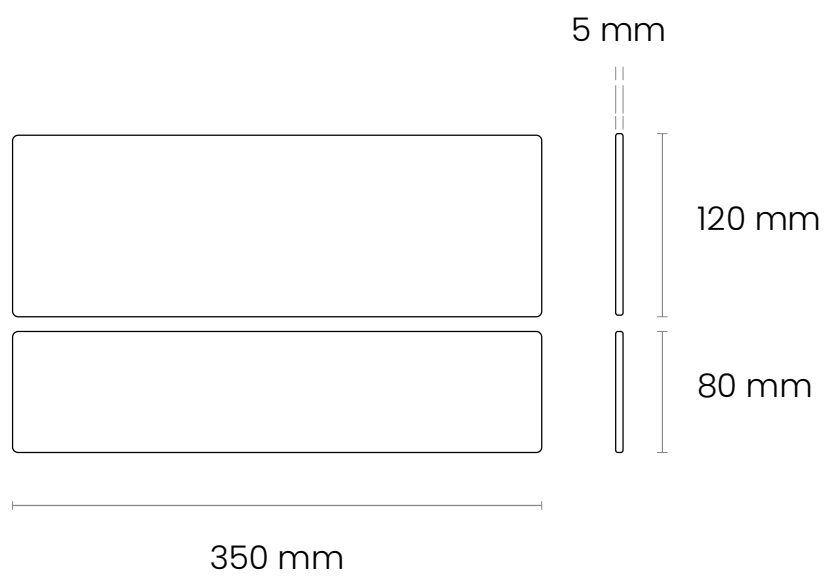
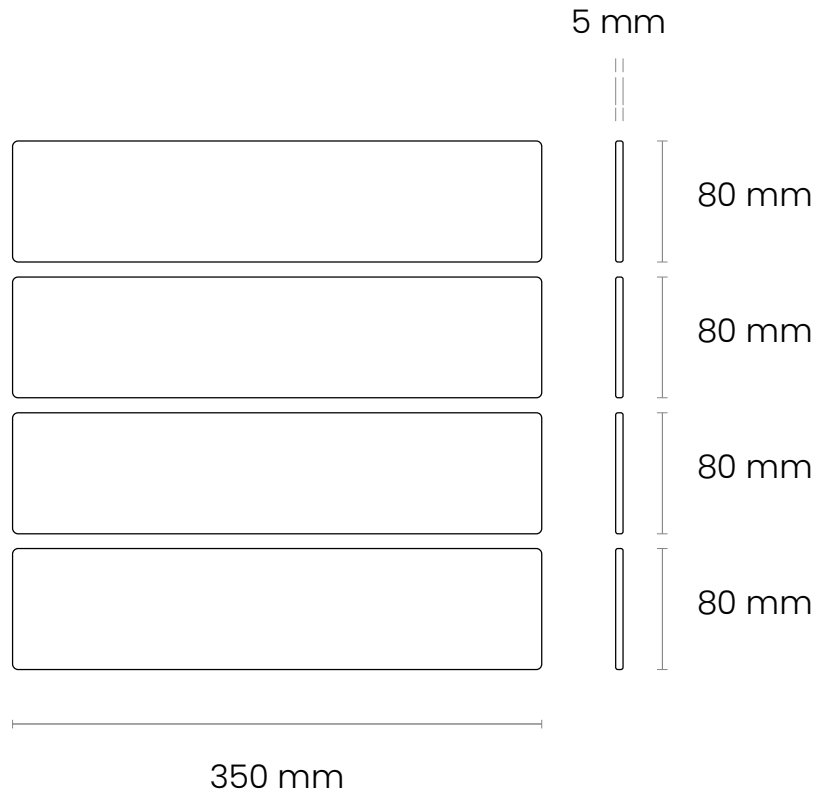
SEGNALETICA ASCENSORE



SEGNALETICA SERVIZI



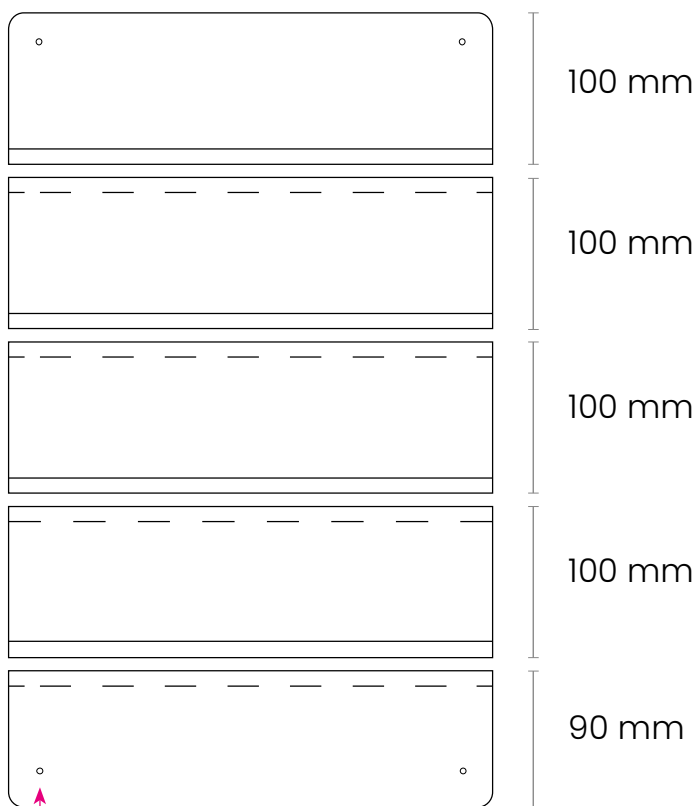
TARGHETTE IN FOREX



Struttura modulare

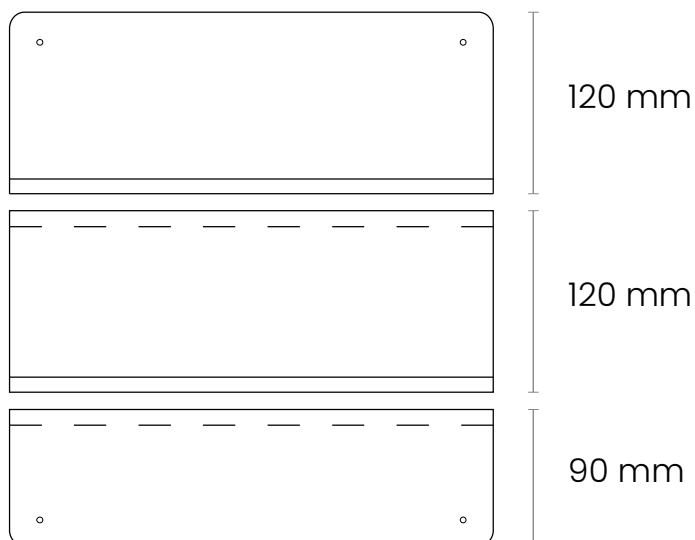
BASE IN LEGNO

SEGNALETICA ASCENSORE



fori per fissare le
estremità alla parete

SEGNALETICA SERVIZI



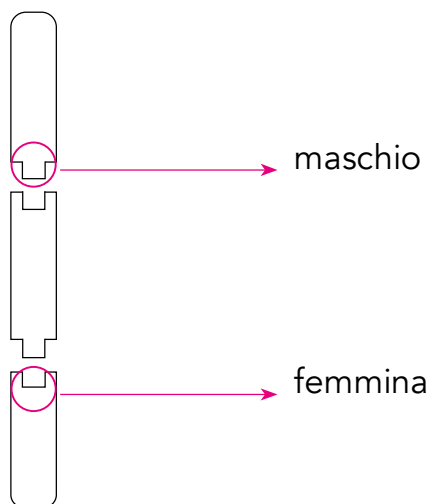
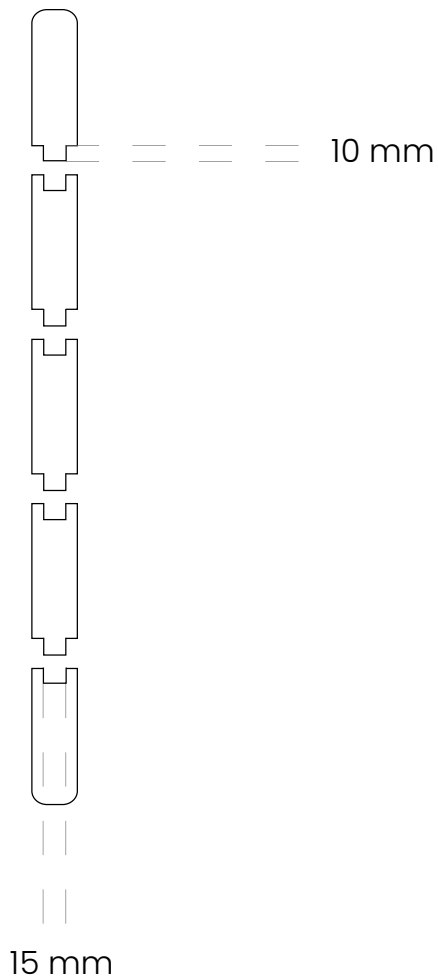
Assemblaggio legno

Per unire le diverse componenti in legno, abbiamo pensato ad un **sistema di incastri**, alternando parti **maschio e femmina** lungo le giunzioni.

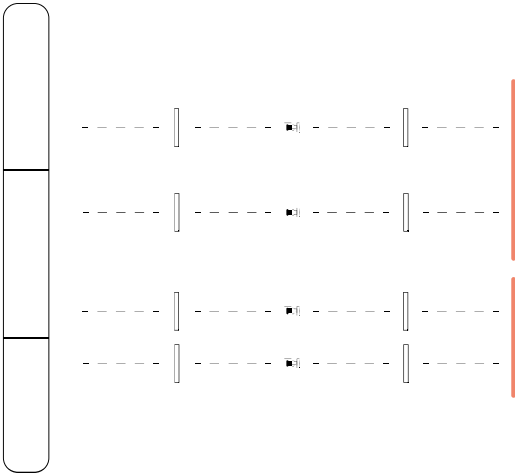
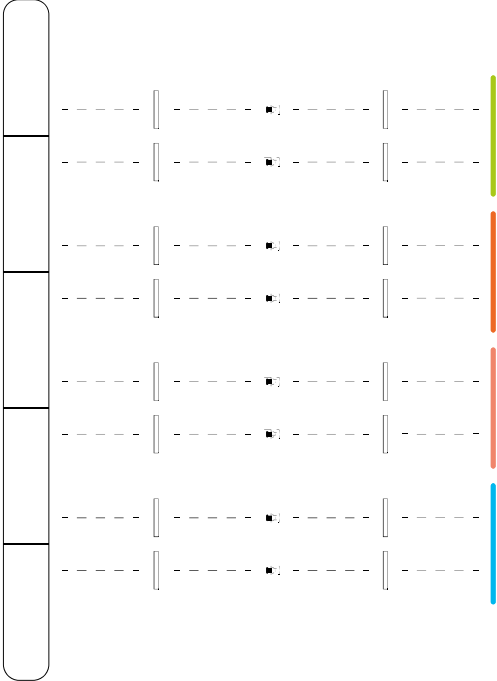
Questa soluzione permette di creare una connessione stabile e sicura, mantenendo un'estetica pulita e discreta.

Le estremità sono state progettate con incastri univoci, solo maschio o solo femmina.

Questo approccio semplifica il montaggio e l'adattabilità delle componenti, **garantendo la modularietà**.

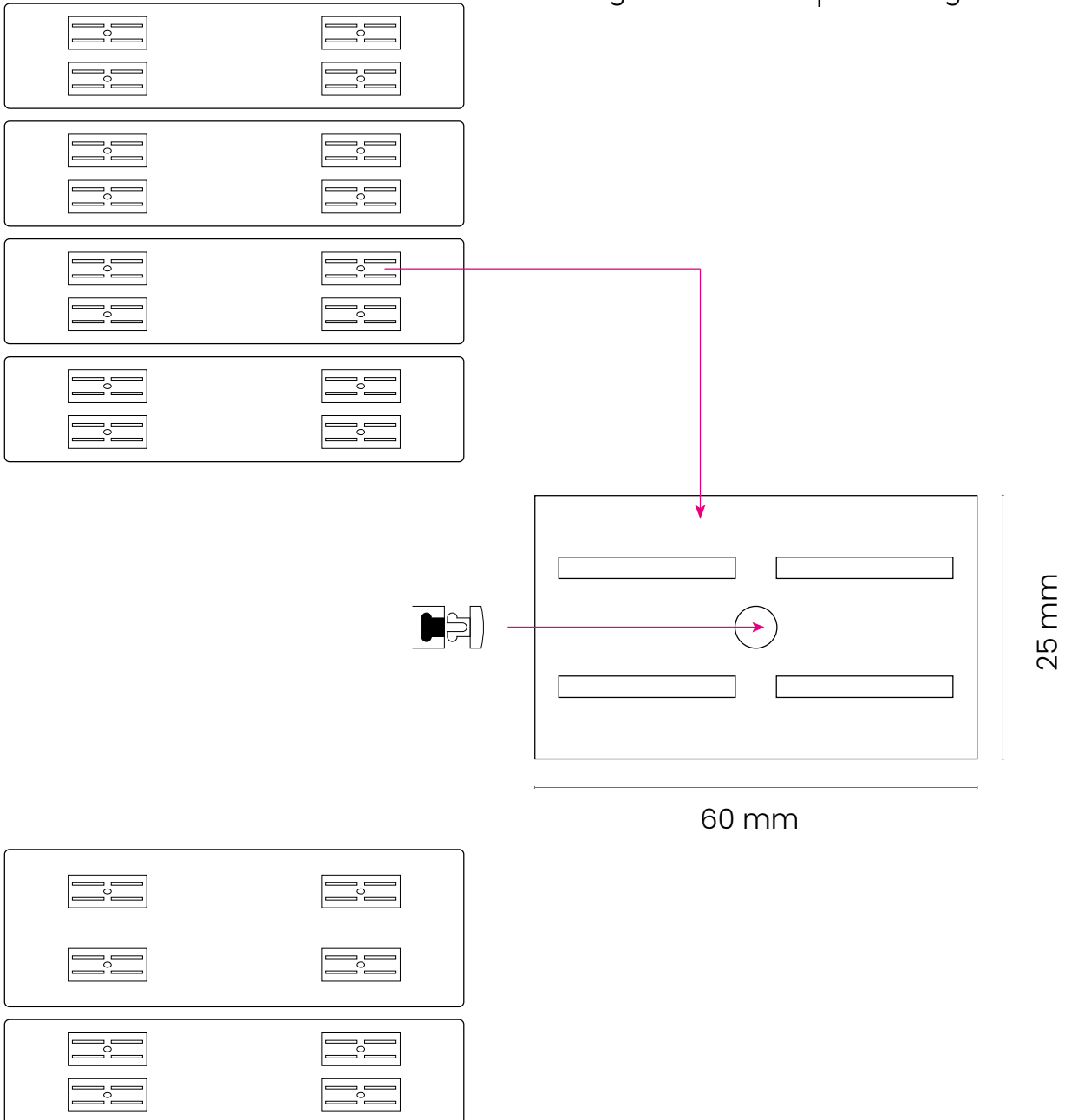


Assemblaggio targhette

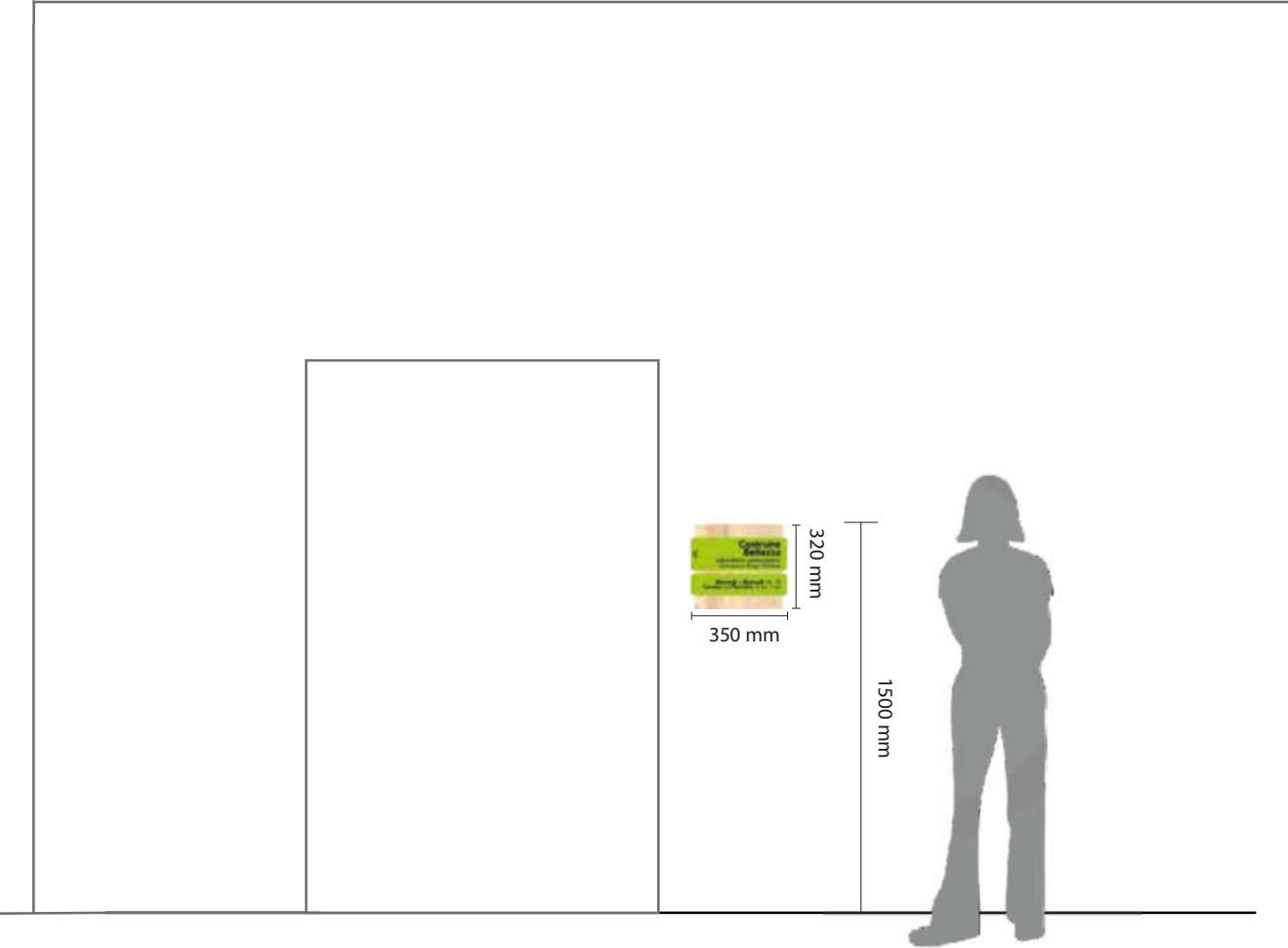


Per quanto riguarda le targhette, abbiamo pensato ad un fissaggio biadesivo regolabile che comprende delle **placche in polycarbonato dotate di biadesivo** e due viti con tasselli.

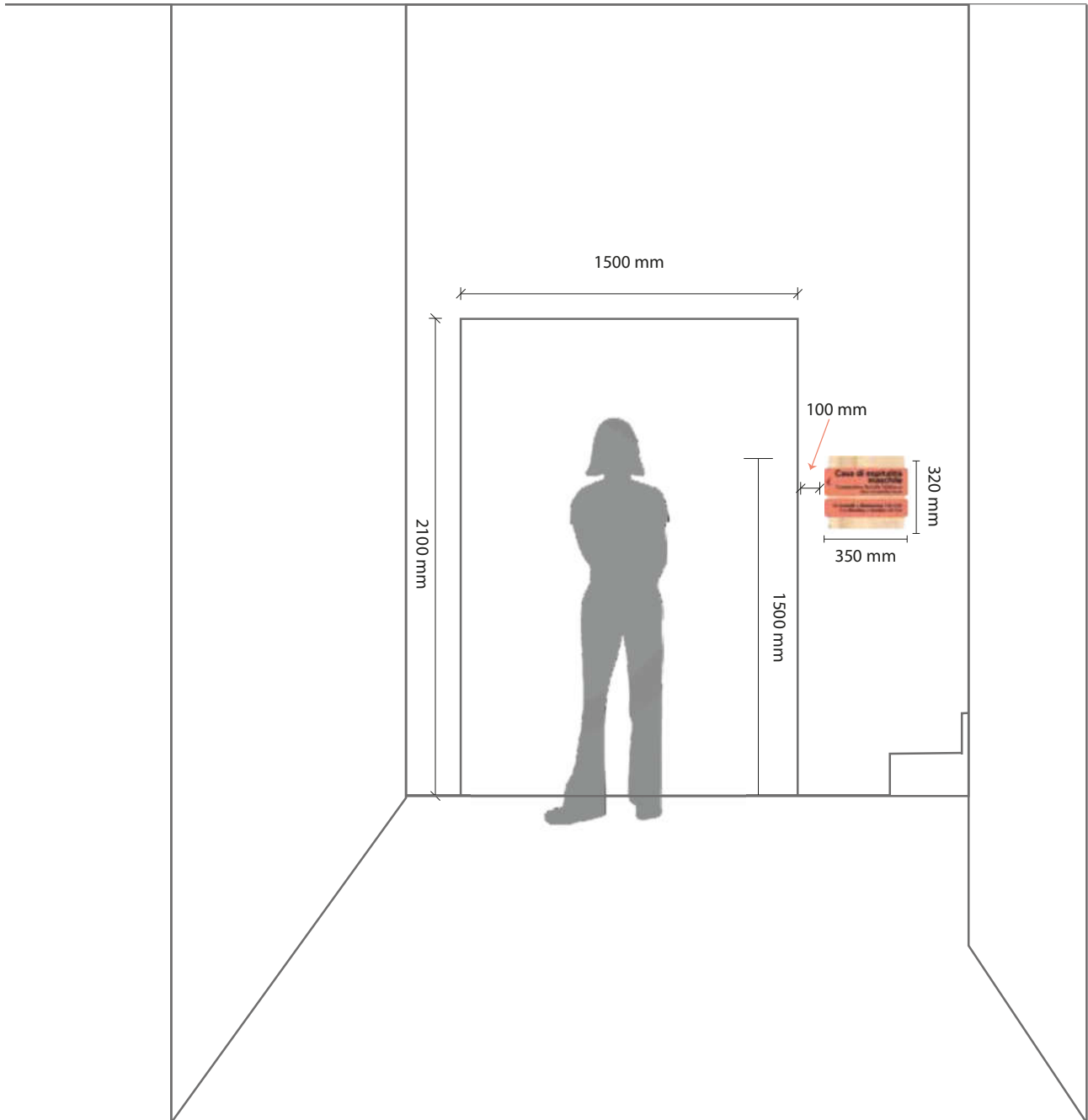
Le placchette adnranno incollate sia sulla targhetta che sulla parte in legno.



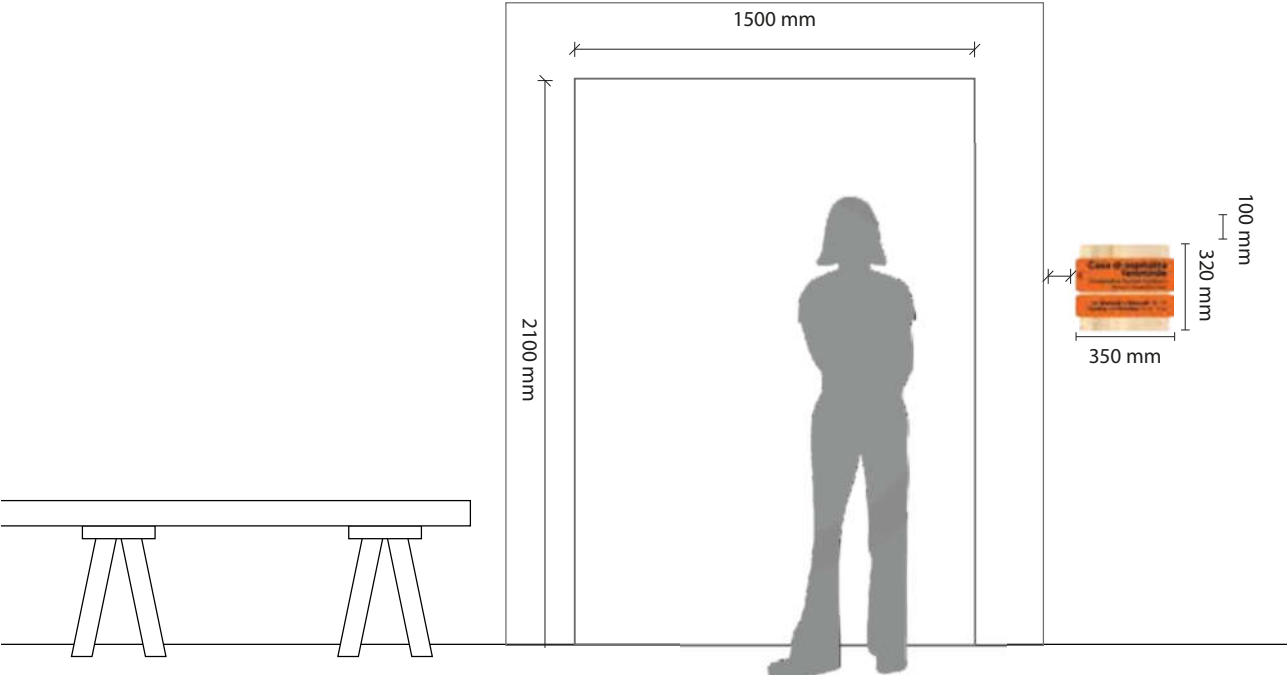
Costruire bellezza

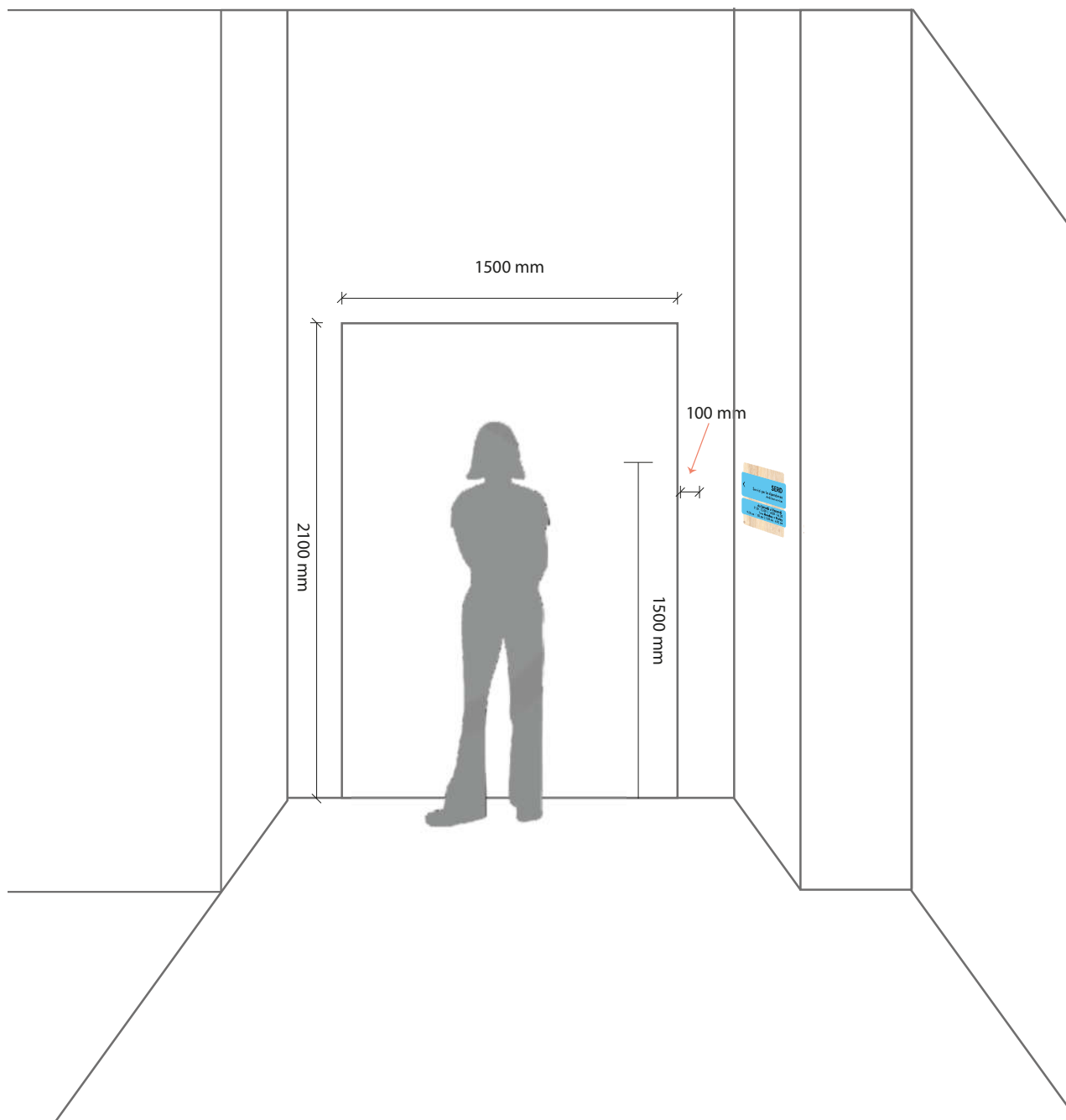


Casa di ospitalità maschile



Casa di ospitalità femminile





Ascensore





Place Identity

Questa parte è stata sviluppata su **tre livelli**, pensati per valorizzare l'anima del luogo e creare un senso di accoglienza e appartenenza:

SEDUTE IN LEGNO

Progettate per **integrarsi con discrezione**, queste sedute non solo offrono comfort ma si armonizzano con l'ambiente circostante, rispettandolo **senza modificarlo in modo invasivo**.

LINEE CURVE SULLE PARETI

Le linee disegnate rappresentano l'intreccio tra i servizi e le persone che abitano l'edificio. **Ogni curva racconta simbolicamente percorsi e connessioni**, mettendo in evidenza le diversità che convivono nello stesso spazio.

FOTOGRAFIE NEL VANO SCALA

I ritratti in **bianco e nero** aggiungono un tocco umano, con la presenza di volti veri e propri, trasformando l'edificio in un luogo di vite e significati.

Pitture muri

Come primo intervento abbiamo previsto la **riverniciatura di tutte le pareti per coprire tutte le imperfezioni.**

L'idea che secondo noi rappresenta al meglio l'edificio sono delle **linee curve** rappresentano le persone che attraversano e vivono l'edificio per usufruire dei servizi, ognuna con il proprio percorso unico e irripetibile.

La loro **disposizione casuale simboleggia l'unicità delle esperienze individuali**, caratterizzate da momenti significativi e non lineari.

L'andamento **volutamente irregolare riflette la varietà di storie e situazioni personali, sottolineando la complessità delle vite che si incrociano in questo spazio.**

REALIZZAZIONE

La complessità del significato si trasforma in una **realizzazione semplice.**

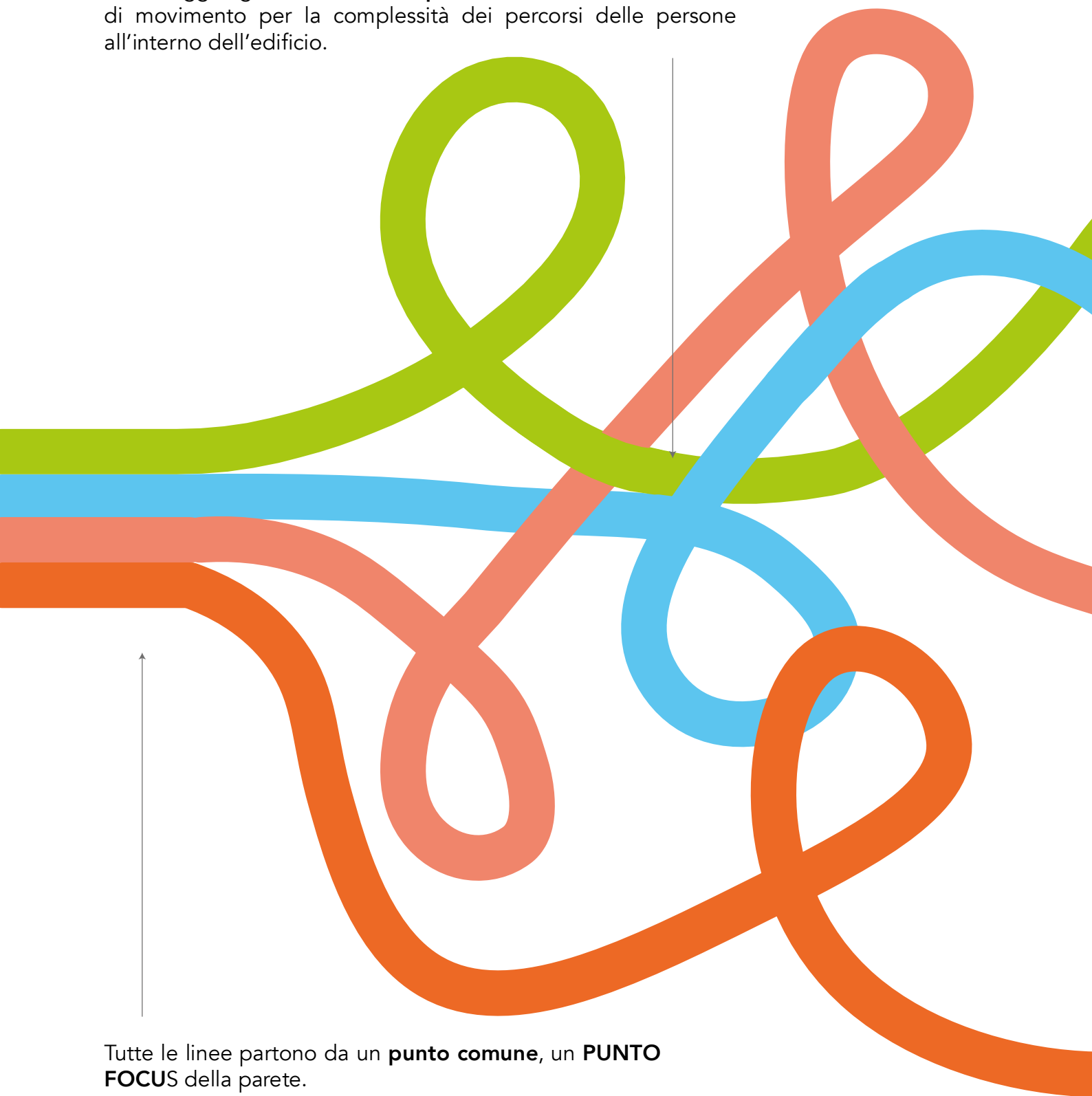
Infatti consente agli **utenti stessi di partecipare alla creazione o alla personalizzazione di queste grafiche**, offrendo un'opportunità di espressione personale.

STRUMENTI

- Pennello piatto largo **10 cm**
- **Vernice acrilica opaca per interni**, facile da applicare, si asciuga rapidamente e garantisce un colore uniforme.
- Per il tratto dove le linee sono regolari, aiuto di un nastro adesivo per delimitare l'area di 10 cm

I punti in cui le linee si **incontrano** rappresentano le possibilità **interazione tra i servizi**, senza implicare necessariamente un incontro diretto.

L'accavallarsi delle linee, che si alternano andando sopra e sotto, aggiunge **dinamismo e profondità**, creando un senso di movimento per la complessità dei percorsi delle persone all'interno dell'edificio.



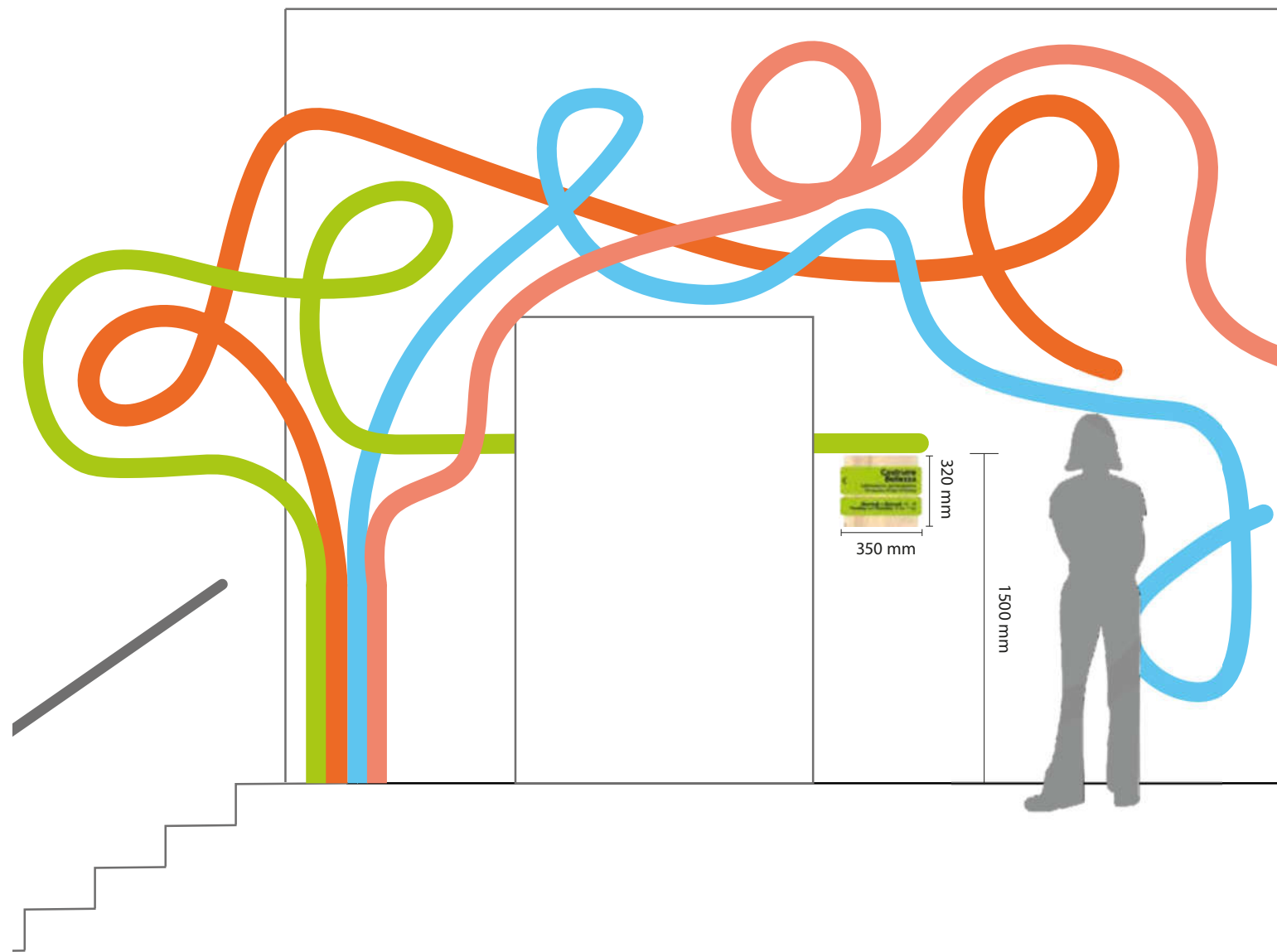
Tutte le linee partono da un **punto comune**, un **PUNTO FOCUS** della parete.

Questo punto rappresenta l'appartenenza condivisa allo stesso edificio.

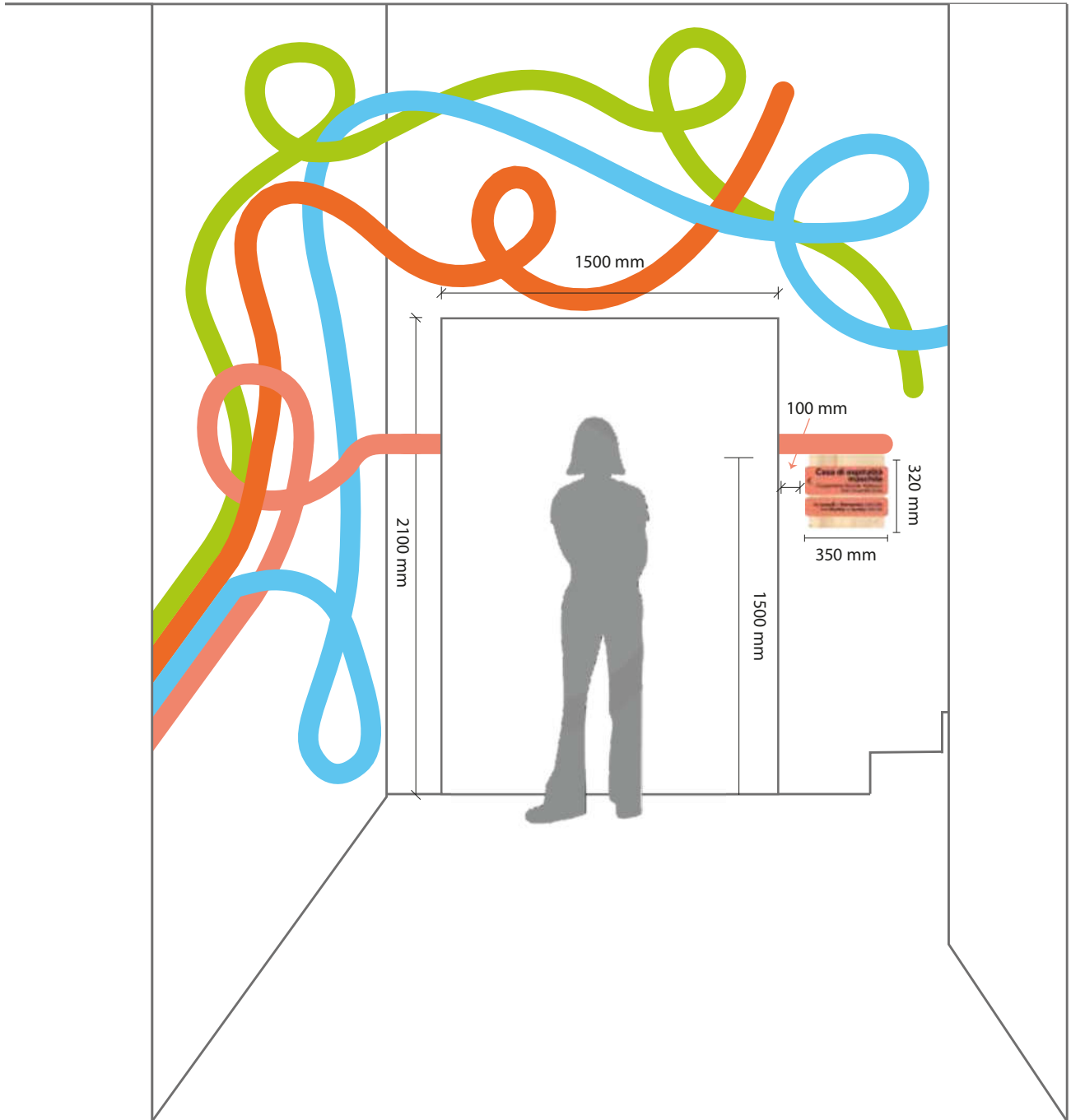


In prossimità di ciascun ingresso, la linea con il colore associato al servizio assume **un'andatura più regolare e lineare**, proseguendo al suo interno.
Questo dettaglio sottolinea l'identità del servizio, trasmettendo un senso di **accoglienza e accesso chiaro**.

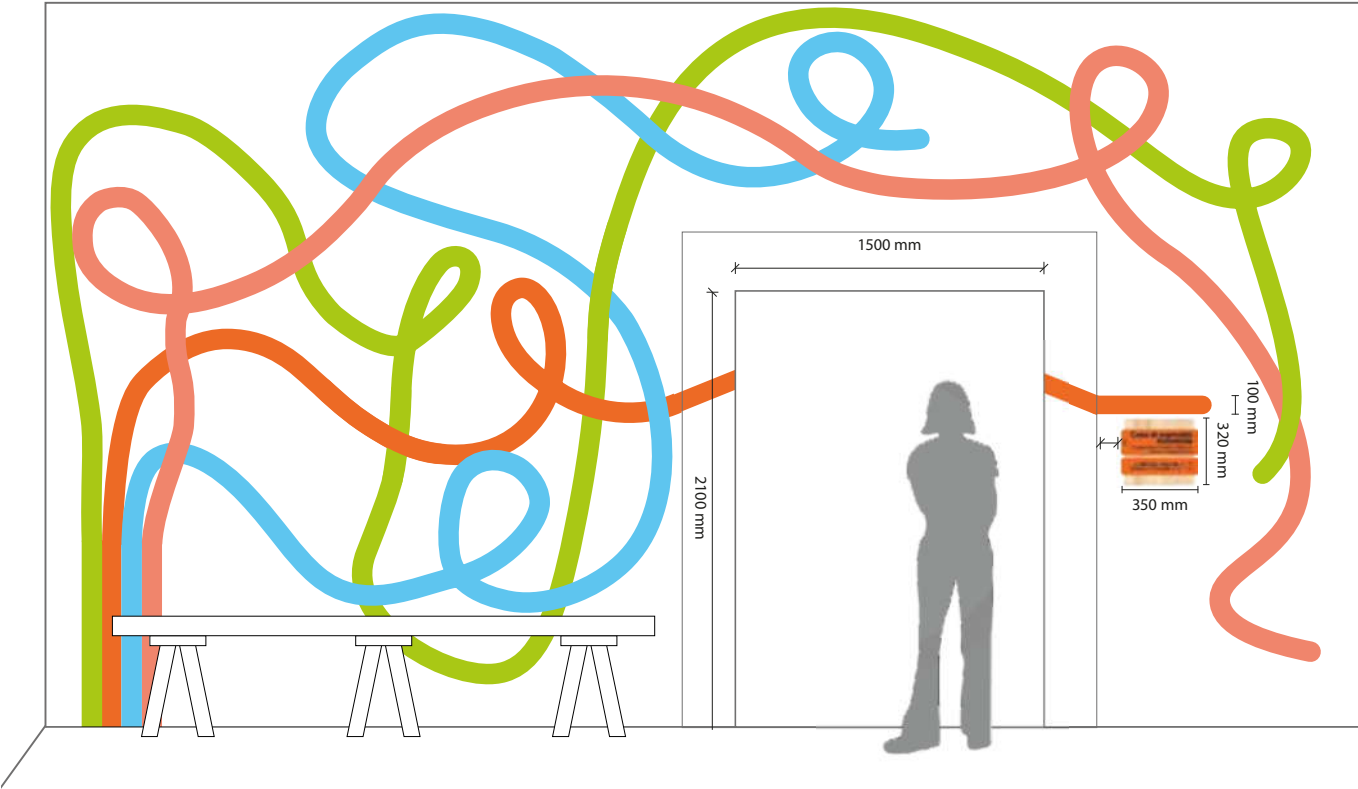
Costruire bellezza



Casa di ospitalità maschile



Casa di ospitalità femminile



Prima e dopo



Costruire Bellezza

Casa di ospitalità maschile



Casa di ospitalità femminile



Sedute

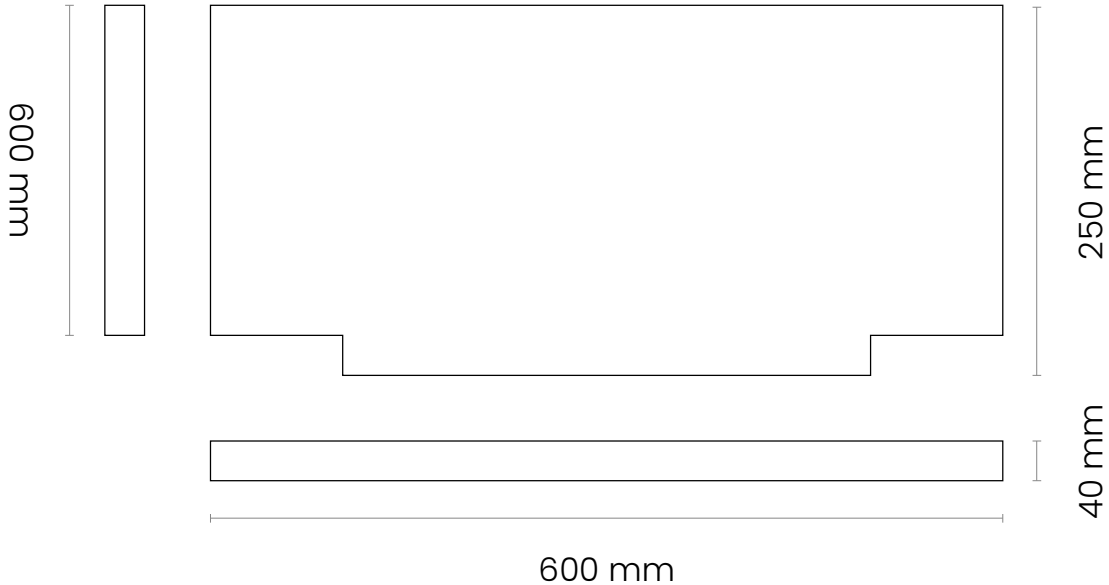
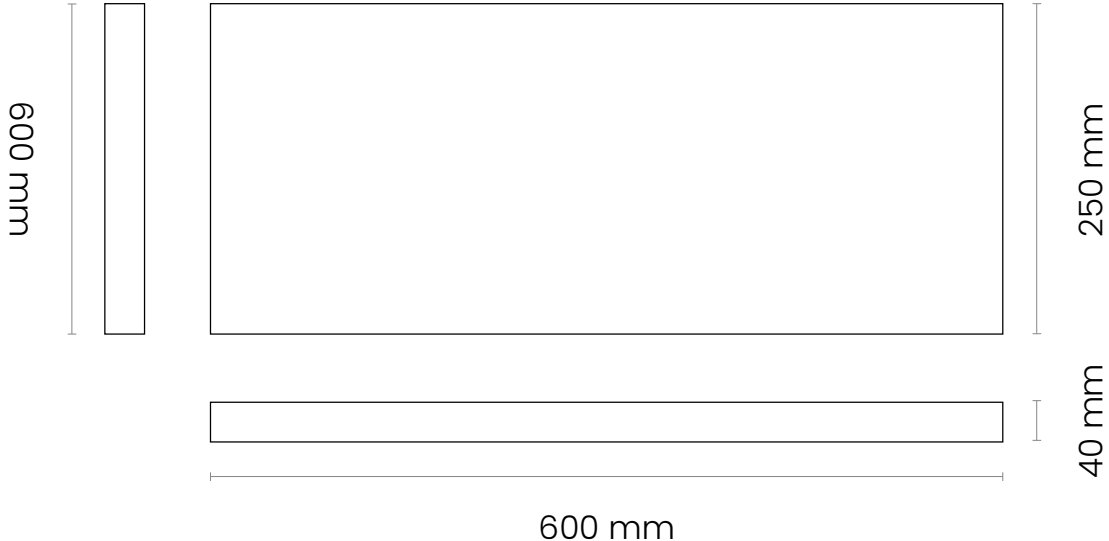
POSIZIONE

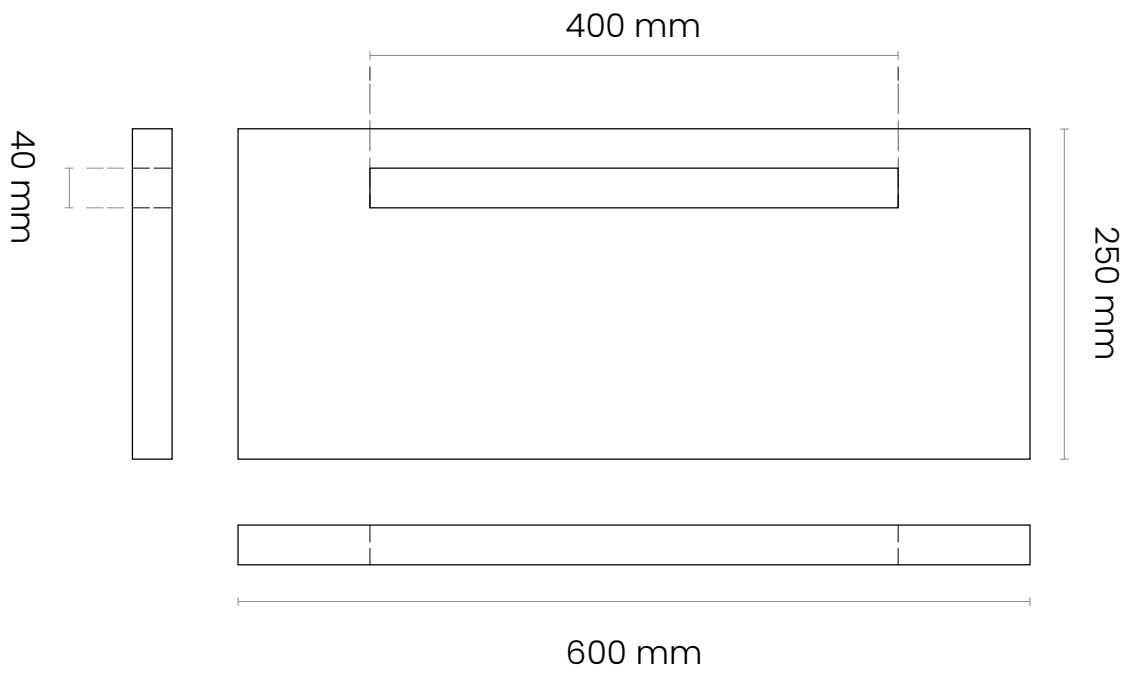
- Collocate sugli **scalini d'ingresso** per offrire un punto di **sosta discreto e funzionale**.
- Rispondono all'esigenza di una **seduta informale, ideale per chi cerca un momento di privacy** o desidera **sostare brevemente**.
- Pensate per garantire dignità agli utenti, **senza la formalità di una panchina tradizionale**.

MATERIALE

- Realizzate in **legno di abete** per armonizzarsi con l'ambiente.
- Il **colore naturale del legno** si integra con le tonalità degli scalini e delle pareti, dando coerenza.
- Il legno inoltre **rafforza la continuità visiva** e l'identità dello spazio.
- Linee essenziali per adattarsi agli scalini **senza risultare invasive**.

Quote





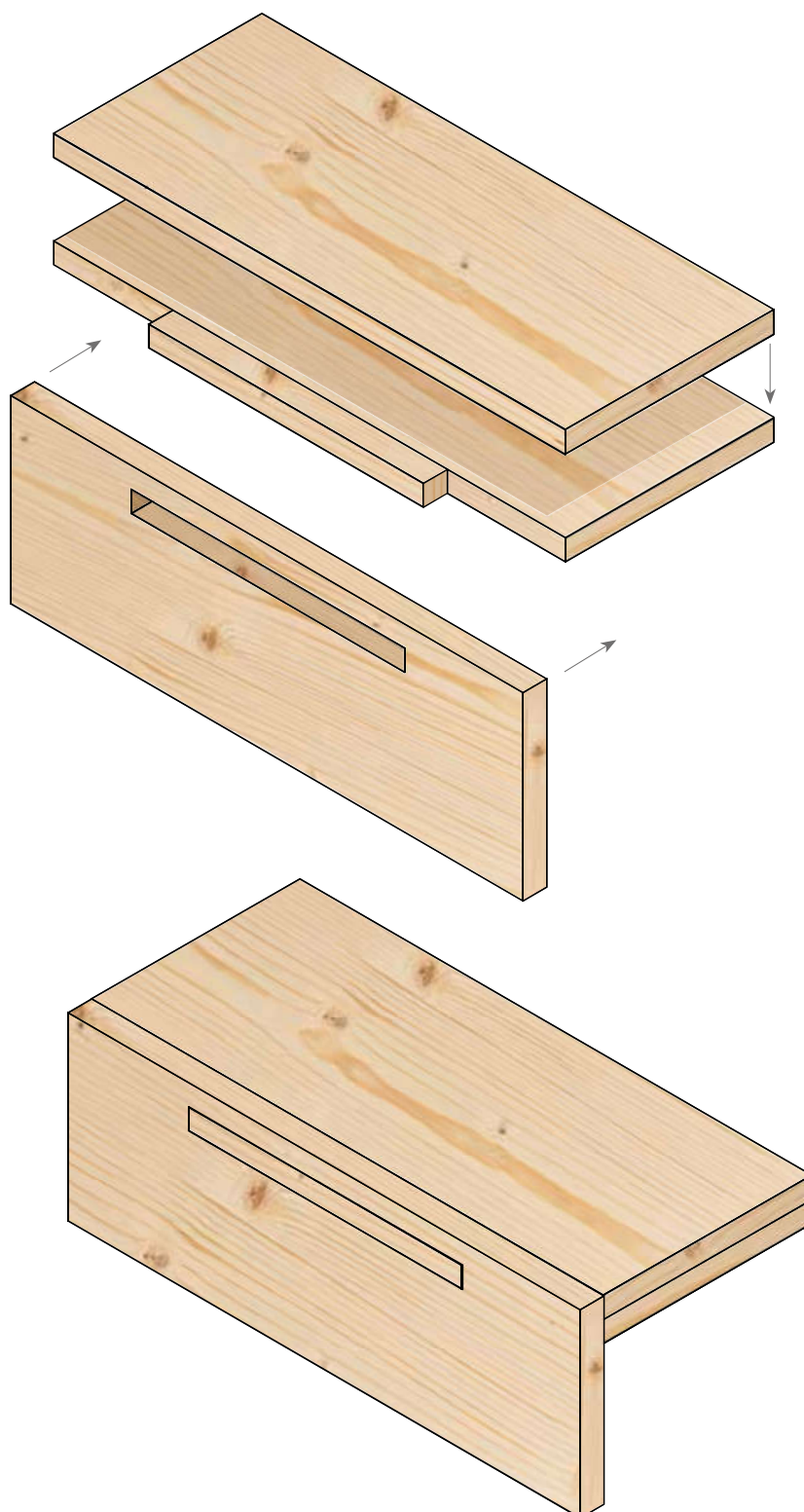
Assemblaggio

- Basi d'appoggio

Fissate con colla poliuretanica per legno, garantendo un'adesione resistente e duratura.

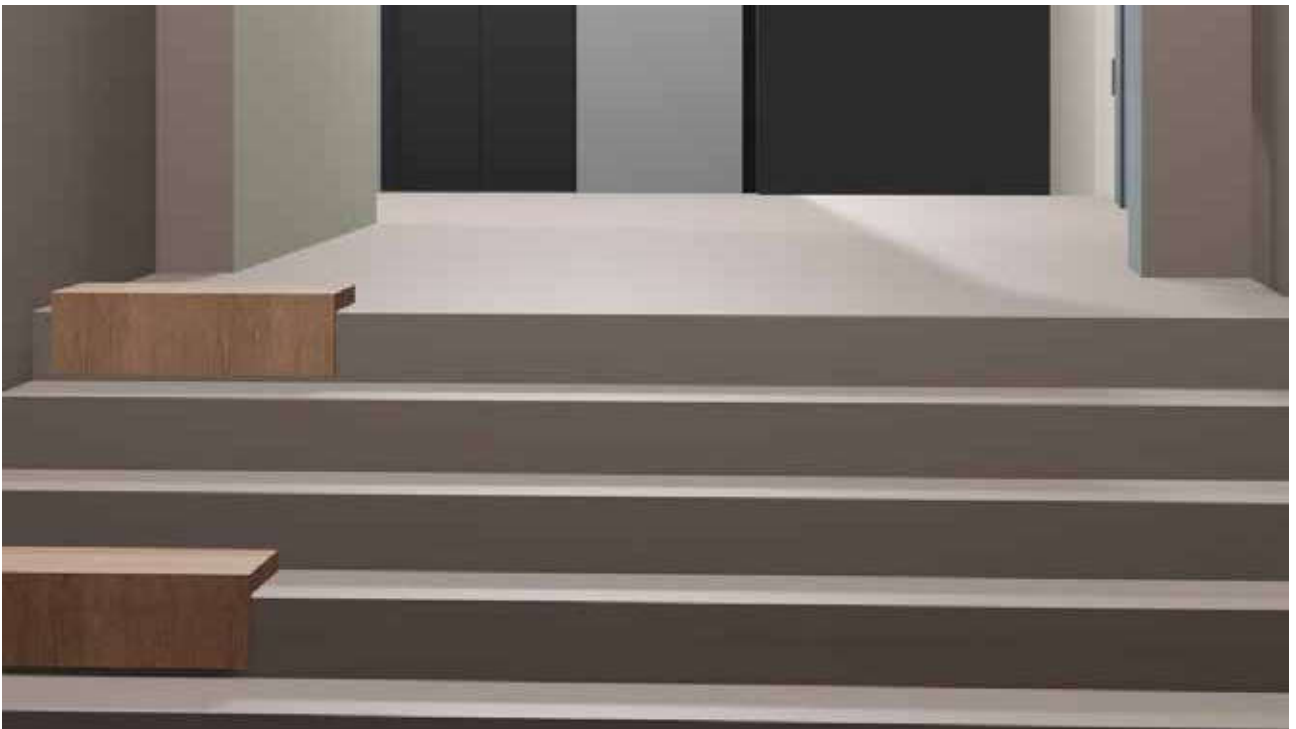
- Seduta e pannello di rinforzo

Collegati tramite incastro con aggiunta di colla poliuretanica per aumentare la stabilità e assicurare una struttura solida.



Realizzazione





Fotografie

Nel vano scala, verranno inseriti **ritratti ,stampati su carta lucida, di persone in bianco e nero**, una scelta mirata a mettere in evidenza la **componente umana** dell'edificio. Questo intervento sottolinea **l'importanza dell'individualità e della dignità umana**, rendendo visibile il valore delle persone che frequentano l'edificio.

BIANCO E NERO

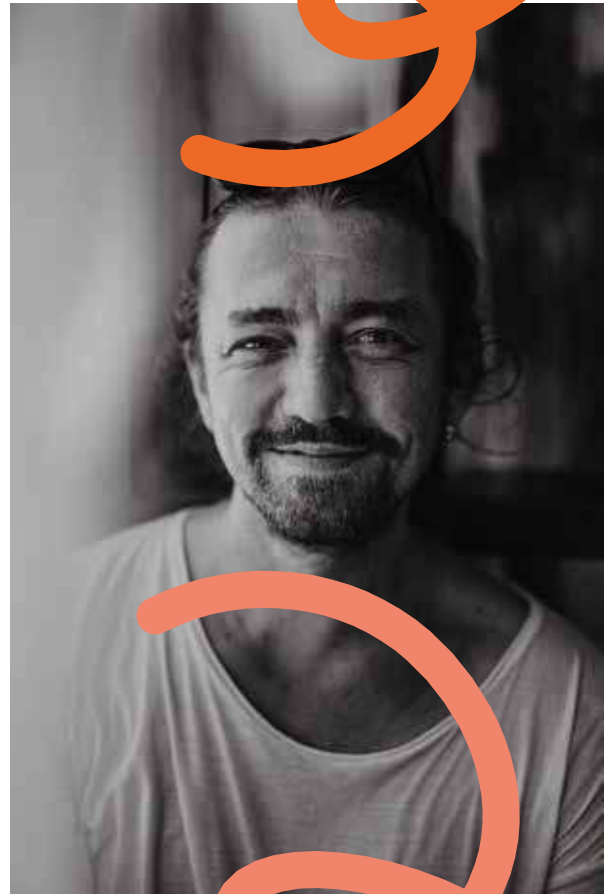
La scelta del bianco e nero trasmettere **autenticità e intensità emotiva eliminando la distrazione del colore** (già presente nelle grafiche), i ritratti si focalizzano sulle **espressioni e sui dettagli**, rafforzando il legame emotivo con gli osservatori.

POSIZIONE STRATEGICA

La posizione dei poster nel vano scala è stata **scelta appositamente in un punto di passaggio obbligato** all'interno dell'edificio.

Questo spazio, utilizzato quotidianamente da chi si muove tra i vari piani, garantisce la massima visibilità delle immagini.

Ciò permette di catturare l'attenzione di tutti, trasformando un semplice ambiente di transito in un'area che racconta storie e valorizza la componente umana dell'edificio, come se fosse una galleria fotografica.

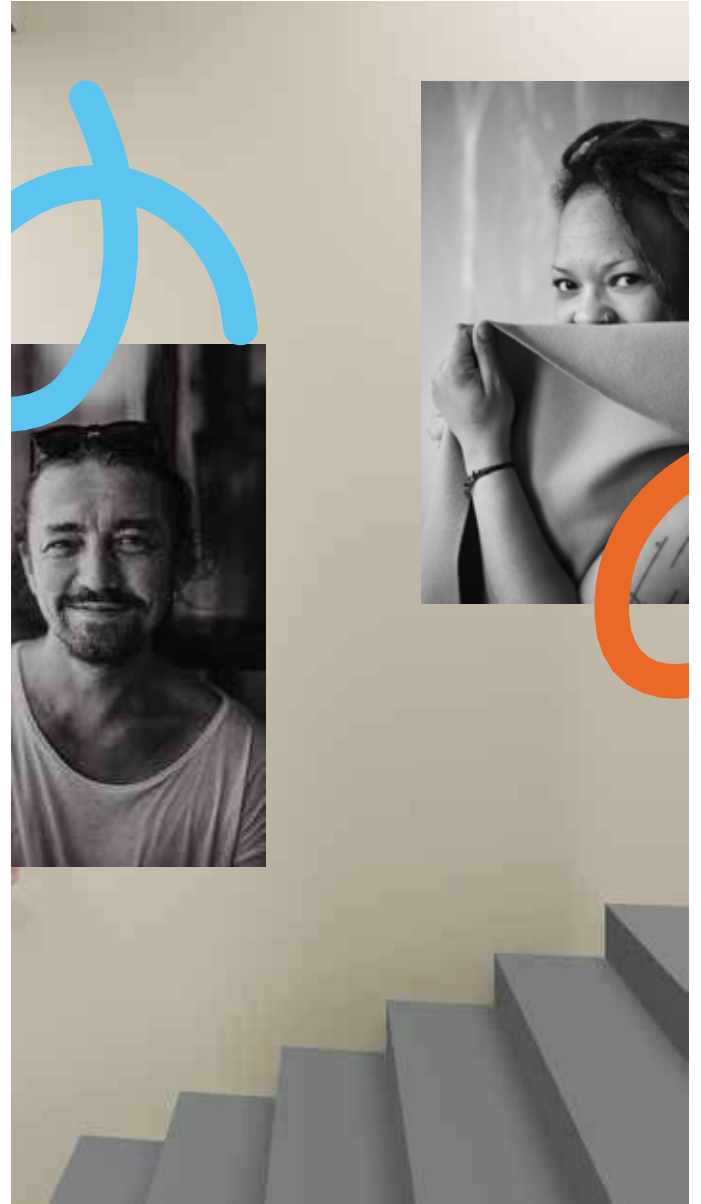
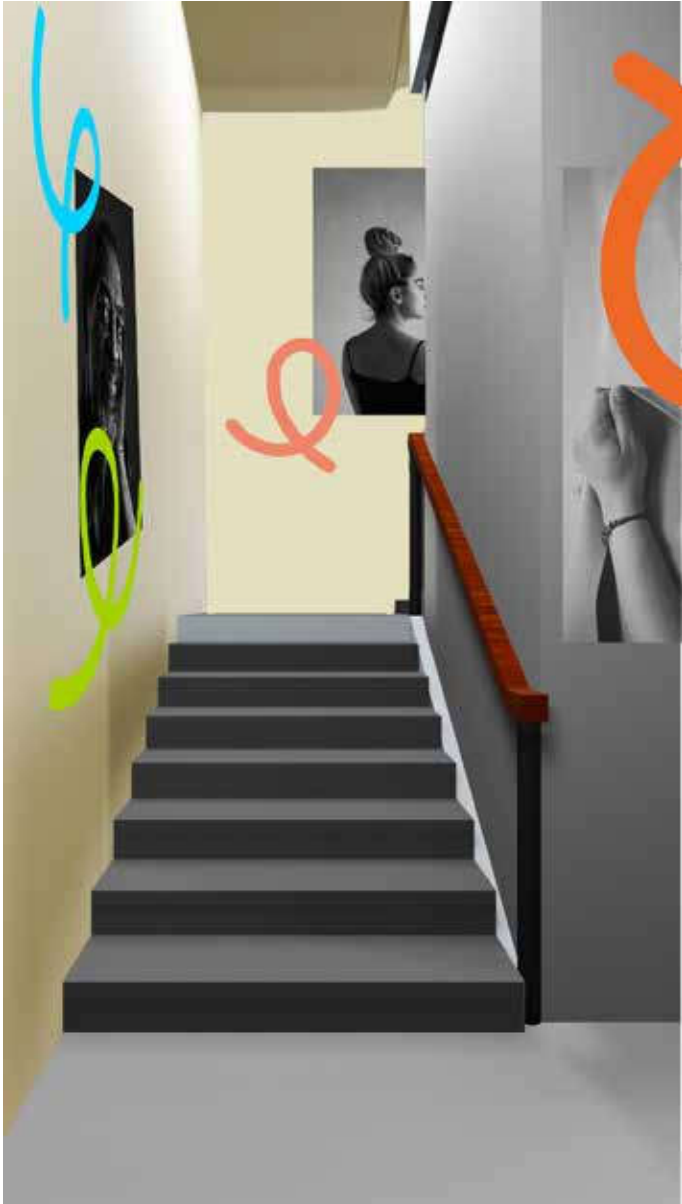


Le **linee colorate**, già presenti sulle pareti dei servizi, saranno riprese intorno alle fotografie. Questo creerà una sorta di **cornice dinamica** attorno ai ritratti, fungendo da punti focus visivi.



Realizzazione





CONCLUSIONI

Lo studio di questo progetto ha rappresentato un **percorso di riflessione e trasformazione su un luogo complesso**, ma ricco di potenzialità.

Attraverso un'analisi approfondita e un **approccio progettuale adeguato**, abbiamo cercato di creare uno spazio che fosse più accogliente, inclusivo e funzionale, capace di rispondere ai bisogni di qualsiasi utente lo frequenti ogni giorno.

Abbiamo voluto sviluppare una proposta indirizzata a **migliorare la fruibilità degli spazi e a rafforzare il legame emotivo e simbolico tra le persone e l'ambiente**.

La combinazione di **segnaletica, elementi di arredo e interventi grafici** è stata pensata per orientare, ma anche per raccontare le storie che animano questo luogo che abbiamo frequentato anche noi.

I risultati attesi sono quelli di **migliorare l'accessibilità e l'organizzazione** degli spazi, aumentare il senso di appartenenza e di **inclusione tra utenti e operatori**, e trasformare l'edificio.

Ogni intervento è stato pensato per **rispettare e valorizzare le diversità**, senza perdere di vista l'obiettivo comune di creare un ambiente più dignitoso, umano e funzionale.

Questo progetto ci ha insegnato quanto sia **importante considerare ogni dettaglio, ascoltare le esigenze di chi vive lo spazio** e cercare soluzioni che vadano oltre il solo aspetto estetico.

Con il titolo **"Convergenze Divergenti"**, abbiamo voluto sintetizzare l'essenza di questo lavoro: **un luogo dove le diversità convergono e si intrecciano, mantenendo al tempo stesso la propria priorità**.

L'obiettivo di questo progetto è che possa rappresentare non solo un **miglioramento concreto per l'edificio di via Ghedini 6**, ma anche un esempio di come la **progettazione possa essere uno strumento potente per promuovere inclusione, dignità e comunità**.

L'esperienza di lavorare su questo progetto ha rappresentato un'occasione di crescita personale e professionale, spingendoci a confrontarci con problemi reali e a **trovare soluzioni pratiche e sostenibili**.

BIBLIOGRAFIA

Sitografia

Associazione Nuovamente APS. (2015, March). *Identità dei luoghi e identità individuale*. Nuovamente. <http://nuovamente.org/i-identita-dei-luoghi-e-identita-individuale/>

CBA Italy. (2023, March). *Tipografia segnaletica*. CBA Italy. <https://cba-design.com/italy/insights/wayfinding-tipografia/>

Curtis, T. (2024, March). *Mastering the Art of Wayfinding Signage: A Guide for Building Professionals*. Stanco Signage Systems. <https://www.stancosignage.com/how-to-plan-wayfinding-signage/>

Diadromi. (2020, March). *Come progettare i cartelli per il Wayfinding*. Diadromi. <https://www.diadromi.it/come-progettare-i-cartelli-per-il-wayfinding/>

Foltz, M. A. (n.d.). *Design Principles for Wayfinding*. Mit. <http://www.ai.mit.edu/projects/infoarch/publications/mfoltz-thesis/node8.html>

Giardinaggio Interiore. (2019, October). *Gli ambienti influenzano il tuo modo di essere attraverso lo sviluppo di un'Identità di Luogo*. Giardinaggio Interiore. <https://www.giardinaggiointeriore.net/identita-di-luogo/>

Iveland, M. (2019). *Wayfinding Bodø City Hall* (by North TM, Ed.). Behance. https://www.behance.net/gallery/87402963/Wayfinding-Bodoe-City-Hall?tracking_source=search%7CWayfinding+Bod

iWird. (2021, December). *Segnaletica interna per ospedali: come progettarela in modo efficace*. IWird. <https://www.iwird.it/2021/12/06/segnaletica-interna-ospedali/>

LIUKdesign. (2022, September). *Wayfinding: che cos'è? In cosa consiste?* LIUKdesign. <https://www.liukdesign.net/wayfinding-che-cose-in-cosa-consiste/#>

Mazzotti, S. (2023, June). Norma ISO 3864 - *Segnaletica di sicurezza nel dettaglio!* Free Edit. <https://www.free-edit.com/blog-list/norma-iso-3864-segnaletica-di-sicurezza.html>

Murphy, P. (2020, August). *Accessibility & legibility in wayfinding design*. Design JD. <https://designjd.co.uk/articles/accessibility-legibility-in-wayfinding-design/>

Nss Magazine. (n.d.). *Storia della segnaletica nella metro di Milano*. Nss Magazine. <https://www.nssmag.com/it/lifestyle/26694/milano-metro-segnaletica-noorda-albini>

Peng, J., Strijker, D., & Wu, Q. (2020). Place Identity: How Far Have We Come in Exploring Its Meanings? *Frontiers in Psychology*, 11(294). <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.00294>

Perotto, V. (2022, August). *Il cerchio cromatico di Itten*. SaGrafica. <https://www.sagrafica.it/il-cerchio-cromatico-di-itten/>

Pixartprinting. (2019, November). *Wayfinding Design: il design per orientare negli spazi*. Blog by Pixartprinting. <https://www.pixartprinting.it/blog/wayfinding-design/>

Proshansky, H. M., Fabian, A. K., & Kaminoff, R. (1983). Place-identity: Physical world socialization of the self. *Journal of Environmental Psychology*, 3(1), 57–83. [https://doi.org/10.1016/s0272-4944\(83\)80021-8](https://doi.org/10.1016/s0272-4944(83)80021-8)

Rota, M. (2018, August). *Identità di luogo, la casa sono io*. Crescita Personale. <https://www.crescita-personale.it/articoli/crescita-personale/emozioni/identita-di-luogo-la-casa-sono-io.html>

Studiolabo. (2023, June). *Progetti di Wayfinding e Segnaletica*. Studiolabo. <https://studiolabo.it/landing/wayfinding-e-segnaletica/>

Tupp Signs. (2020, July). *What Are The 4 Types Of Wayfinding Signs?* Tupp Signs. <https://tuppsigns.com/what-are-the-4-types-of-wayfinding-signs/>

U.S. Government. (2019). *Colors*. U.S. Web Design System. <https://v1.designsystem.digital.gov/components/colors/>

Wayfinding srls. (2018). *Wayfinding*. Wayfinding Srls. <http://www.wayfindingsrls.com/wf/wayfinding-2/>

Zoia, C. (2022, February). *Cos'è il tracking o spaziatura nei font e come si usa*. Grafigata! <https://www.grafigata.com/cose-il-tracking-nei-font-e-come-usarlo-bene/>

LGA Architectural Partners. (2016). *Eva's Phoenix*. Archello. <https://archello.com/project/evas-phoenix>

Pentagram. (n.d.). *London College of Communication*. Pentagram. <https://www.pentagram.com/work/london-college-of-communication/story>

John Ronan Architects. (2019, November). *Independence Library and Apartments*. ArchDaily. <https://www.archdaily.com/927467/independence-library-and-apartments-john-ronan-architects>

Diadem. (2023). *HomeGround - Auckland City Mission*. Archipro. <https://archipro.co.nz/project/homeground-auckland-city-mission-diadem>

Bibliografia immagini

fig. 1 : Century Signs. (2016). *Wayfinding Signs & Directional Signs*. Century Signs. <https://www.centurysigns.com/vancouver/fabrication/wayfinding-and-directional-signs>

fig. 2 : Wolff Olins. (2021). *Kenvue*. Wolff Olins. <https://www.wolffolins.com/work/kenvue>

fig. 3 : Sill, S. C. (2024). *Centro Sill Shop - Cartello Vietato Fumare | Segnaletica Centro Sill*. Segnaletica Centro Sill. <https://www.segnaletica-centrosill.com/cartello-vietato-fumare.html?srsId=AfmBOoogXux3nD4LS1LG4gRKqY0jE3Fk0x3i4wVUuOvHqvefeEkTkjF4>

fig. 4 : Diadromi. (2020, March). *Come progettare i cartelli per il Wayfinding*. Diadromi. <https://www.diadromi.it/come-progettare-i-cartelli-per-il-wayfinding/>

fig. 5 : iWird. (2016, July). *Segnaletica Aziendale e Sicurezza: vademecum*. IWird. <https://www.iwird.it/2016/07/05/segnaletica-aziendale-sicurezza-breve-vademecum/>

fig. 6 : Zoia, C. (2022, February). *Cos'è il tracking o spaziatura nei font e come si usa*. Grafigata! <https://www.grafigata.com/cose-il-tracking-nei-font-e-come-usarlo-bene/>

fig. 7 : Zoia, C. (2022, February). *Cos'è il tracking o spaziatura nei font e come si usa*. Grafigata! <https://www.grafigata.com/cose-il-tracking-nei-font-e-come-usarlo-bene/>

fig. 8 : Zoia, C. (2022, February). *Cos'è il tracking o spaziatura nei font e come si usa*. Grafigata! <https://www.grafigata.com/cose-il-tracking-nei-font-e-come-usarlo-bene/>

fig. 9 : Iveland, M. (2019). *Wayfinding Bodø City Hall* (by North TM, Ed.). Behance. https://www.behance.net/gallery/87402963/Wayfinding-Bodoe-City-Hall?tracking_source=search%7CWayfinding+Bod

fig. 10 : Oikonomakis Siampakoulis architects. (2024). *Elderly care centre, nursery and park*. Archello. <https://archello.com/it/project/elderly-care-centre-nursery-and-park>

fig.11 : Perotto, V. (2022, August). *Il cerchio cromatico di Itten*. SaGrafica. <https://www.sagrafica.it/il-cerchio-cromatico-di-itten/>

fig.12 : LGA Architectural Partners. (2016). *Eva's Phoenix*. Archello. <https://archello.com/project/evas-phoenix>

fig. 13 : LGA Architectural Partners. (2016). *Eva's Phoenix*. Archello. <https://archello.com/project/evas-phoenix>

fig. 14 : John Ronan Architects. (2019, November). *Independence Library and Apartments*. ArchDaily. <https://www.archdaily.com/927467/independence-library-and-apartments-john-ronan-architects>

fig. 15 : John Ronan Architects. (2019, November). *Independence Library and Apartments*. ArchDaily. <https://www.archdaily.com/927467/independence-library-and-apartments-john-ronan-architects>

fig. 16 : Diadem. (2023). *HomeGround - Auckland City Mission*. Archipro. <https://archipro.co.nz/project/homeground-auckland-city-mission-diadem>

fig. 17 : Diadem. (2023). *HomeGround - Auckland City Mission*. Archipro. <https://archipro.co.nz/project/homeground-auckland-city-mission-diadem>

fig. 18 : Pentagram. (n.d.). *London College of Communication*. Pentagram. <https://www.pentagram.com/work/london-college-of-communication/story>

fig. 19 : Pentagram. (n.d.). *London College of Communication*. Pentagram. <https://www.pentagram.com/work/london-college-of-communication/story>

fig. 20 : Google. (2024). *Google Maps*. Google Maps. <https://www.google.it/maps/preview>

fig. 21 : Google. (2024). *Google Maps*. Google Maps. <https://www.google.it/maps/preview>

fig. 22 : Cooperativa Animazione Valdocco. (2024). *Cooperativa Animazione Valdocco*. <https://cav.lavaldoeco.it>

fig. 23 : Web, R. (2024). *Città di Torino - Servizio Telematico Pubblico*. Torino.it. <http://www.comune.torino.it>

fig. 24 : Società Italiana Antropologia Applicata. (n.d.). *Costruire Bellezza*. Società Italiana Antropologia Applicata. Retrieved December 2, 2024, from <http://www.antropologiaapplicata.com/portfolio/costruire-bellezza/>

