

SEGNALETICA CULTURALE PER LA VALORIZZAZIONE DELLE DESTINAZIONI TURISTICHE

Maria-Chiara Minciaroni



Touring Club Italiano

FLORENCE, MARCH, 3-4 , 2016

Touring Club Italiano: una comunità di viaggiatori in viaggio dal 1894

Il Touring Club Italiano è un'**associazione privata non profit** nata nel 1894 da un gruppo di 57 velocipedisti visionari con l'intento di diffondere i valori ideali e pratici del ciclismo e del viaggio.

È il viaggio di una **comunità di persone** che nel **turismo** uno **strumento di crescita personale e collettiva**, in termini culturali, sociali ed economici, secondo **principi e pratiche di sostenibilità e collaborazione**.

Per Touring **cultura, natura e paesaggio** sono gli **elementi fondamentali dell'identità e dell'immagine dell'Italia turistica** e, pertanto, devono essere tutelati come capitale essenziale per lo sviluppo futuro del Paese.

L'associazione cerca di promuovere **pratiche turistiche "sostenibili"** che permettano di responsabilizzare il turista e sensibilizzare chi governa e opera sui territori.

Da più di 120 anni Touring Club Italiano promuove valori e iniziative volte a **diffondere la conoscenza** del nostro patrimonio culturale e a tutelare **le piccole e grandi meraviglie** del nostro straordinario Paese.



*«Il TCI ha come scopo il corretto sviluppo di attività di viaggio e turismo riconoscendo in esse **alto valore sociale, culturale ed economico** nonché la conoscenza dei paesi e delle culture del mondo favorendo **reciproca comprensione e rispetto fra i popoli**. In particolare il Touring Club Italiano intende collaborare alla tutela e alla educazione ad un **corretto godimento** del paesaggio, del patrimonio storico, artistico e delle **identità plurali** dell'Italia in tutte le sue forme espressive, **materiali e immateriali**, che considera nel suo complesso beni e valori insostituibili da **trasmettere alle generazioni future**» (art. 1 Statuto)*

Il ruolo del Touring Club Italiano nella storia del turismo in Italia

- Propone la creazione delle prime piste ciclabili e installa cassette di riparazione e pronto soccorso lungo le strade (1895)
- contribuito alla stesura del primo ufficiale di Codice della Strada
- definisce e realizza della segnaletica stradale sul territorio nazionale (1897)
- pubblica la prima serie di mappe su una scala da 1: 250.000, una delle prime in Europa (1909)
- Pubblica i primi volumi della Guida d'Italia (Guida rossa, 1914)
- promuove un organismo nazionale per il turismo in Italia (ENIT, 1919)
- Propone l'istituzione di parchi nazionali (1919)
- Inaugura una delle prime scuole alberghiere nel paese
- Partecipa al progetto della prima autostrada in Italia (A8)
- Negli anni '60 e '70 intensifica il suo ruolo nella organizzazione e lo sviluppo del turismo (gestione villaggi turistici e organizzazione di viaggi per singoli e gruppi)
- Negli anni '90 istituisce il Centro studi, che inaugura l'attività nel settore della consulenza turistica, e viene rafforzato l'impegno nell'ambito della formazione professionale degli operatori turistici. Nasce il programma Bandiere Arancioni e la Penisola del Tesoro.
- Nel nuovo millennio nascono nuove iniziative sul territorio (Aperti per voi) e si consolida la presenza sul territorio (Club del territorio). L'evoluzione del mondo, della società e del turismo spinge Tci al rinnovamento sul fronte digitale.



Le attività



Le principali iniziative sul territorio



LA PENISOLA DEL TESORO

Un itinerario a tappe distribuito nel corso dell'anno alla scoperta di mete inedite o poco esplorate con un corollario di eventi ed iniziative a margine

BANDIERE ARANCIONI

Un marchio di qualità assegnato alle piccole località dell'entroterra italiano che offrono punti di eccellenza nella propria offerta turistica.

Le Bandiere Arancioni oggi sono 213, distribuite in tutte le 20 regioni d'Italia. Sono solo il 9% rispetto alle oltre 2.000 realtà esaminate.

APERTI PER VOI

È un programma che ha come obiettivo **l'apertura sistematica di luoghi d'arte e di cultura altrimenti chiusi al pubblico** per mancanza di risorse, grazie all'impegno dei Volontari per il Patrimonio Culturale.

Oltre **68 luoghi in 29 città**; circa **2000 volontari**; **> 6mln visitatori** dal 2015

SEGNALETICA

Finalizzata a migliorare la fruizione e la conoscenza del territorio dal punto di vista turistico, culturale e paesaggistico. Prevede tre ambiti di applicazione integrabili; info-monumentale e pedonale, stradale, ciclotur

IL TOURING E LA SEGNALETICA

Perché il Touring si occupa di segnaletica?

Forse non tutti sanno che...

- ...a fine Ottocento le indicazioni stradali più comuni erano le *pietre miliari*. Con l'avvento della bici e poi dell'automobile si stava facendo spazio l'esigenza di segnalazioni adeguate alla velocità e che informassero sulla direzione da prendere.
- ... nel 1895 a Senigallia, il *Viceconsole del Touring* fece collocare lungo 40 km della via Flaminia alcune targhe con distanze chilometriche.
- ...a ottobre dello stesso anno, durante una seduta di Consiglio del TCCI, *Bertarelli* (fondatore dell'Associazione e in quel periodo a capo della «Sezione strade») disse che l'Associazione avrebbe dovuto *rispondere alle nuove esigenze* della circolazione iniziando a porre pali indicatori sulle strade...

...e tutto ebbe inizio...



Pali indicatori.

Per voi, Signore e Signorine:

La gentile ciclista, dalla villa pedaleggia verso l'amica, che non lungi passa le vacanze. Al bivio, un dubbio l'arresta: per dove passare? Il Touring glielo dice graziosamente; un indicatore civettuolo è là sul margine erboso, o consiglia la giusta.

Per voi Viaggiatori anziani e affaticati:

La meta, il sospirato albergo ova pernottare, non giungono mai. Lo stradone corre via bruciato dal sole chissà quanta' altri lunghi chilometri ancora. Ad una stradotta insignificante, che taglia attraverso la macchia ombrosa, un indicatore dal simbolo tricolore, dice: Accorciatevi per Benedetto il Touring compassionevole!

Per voi energici Routiers:

Siete in aperta campagna, assai lungi da ogni abitazione; avete già percorso un lungo cammino; la notte non è lontana: un bivio vi si para dinanzi. La Magna Amministrazione Competente, non ha pensato mai che un ciclista, nuovo al sito, avrebbe potuto sostare là indeciso. Ma un Indicatore, dalla silhouette nota come un viso amico, vi toglie d'imbarazzo. Il Touring previdente voglia per voi!

Per voi Ciclisti, che foste un tempo Corridori dilettanti:

Usate cautele agli svolti bruschi, prudenza soprattutto sulle ripide discese! E siccome l'antico sangue impetuoso vi ribolle sempre nelle vene, e spesso dimenticate il pericolo vostro e altrui per la voluttà di lanciarsi in volata, ecco per voi, agli svolti bruschi, alle ripide discese, un paterno Indicatore: *Rallentate!* Il Touring, buono, vi ammonisce.

Nell'anno 1897 saranno impiantati almeno 100 Pali indicatori ai bivi mancanti di indicazioni, alle accorciazioni poco note, ai punti pericolosi. Il T. ha dedicato a questo scopo 2500 lire di cui circa 1500 raccolte fra i soci con privata sottoscrizione. Certo pali non sono molti: ma è un buon principio; il resto verrà poi col tempo . . . e i denari. Consoli, trovate fra i soci del T. della gente ricca e velouterosa, che contribuisca all'utile opera! I cartelli stradali collocati là dove le Amministrazioni non ne pongono, servono a soci e non soci, a ciclisti, pedoni, vetturini e carrettieri. Essi sono veramente di utilità pubblica.

Bicicletti "Star-Wheel", 1897
Un trionfo dell'industria nazionale
M. Türkheimer - Milano, Torino, Roma

Perché il Touring si occupa di segnaletica?

Forse non tutti sanno che...

- ...il Touring avviò sottoscrizioni per finanziare il progetto, coinvolse altre associazioni, progettò e produsse in proprio cartelli
- ...nel 1936 l'allora Min. Lavori Pubblici stabilì una prima elencazione dei cartelli e delle loro caratteristiche ma fu nel 1959, con l'introduzione del Codice della Strada, che si ebbe una prima vera sistematizzazione della materia



Perché il Touring si occupa di segnaletica?

- Perché il **viaggio per motivi culturali** è tra i più praticati in Italia e consente di **destagionalizzare** il turismo e di **integrarsi** con altre forme di vacanza (enogastronomica, in bicicletta ecc.)
- Perché in Italia si registrano ogni anno oltre 100 milioni di turisti di cui **oltre un terzo** in città di interesse storico e artistico
- Perché segnaletica è sinonimo di **accessibilità** e **accoglienza** ma...

Le destinazioni turistiche sono per lo più caratterizzate dall'**assenza di** una **strategia** di comunicazione territoriale unica che ne valorizzi l'**identità** (**carenza** di informazioni, **manca** di progettazione)

Le destinazioni turistiche non sono ancora in grado di rispondere alle **nuove esigenze informative dei turisti in mobilità**

- Perché favorire la **conoscenza dei luoghi** e **valorizzare** le identità plurali del Paese è una delle finalità del Touring che si traduce in progetti concreti



Perché il Touring si occupa di segnaletica?

La risposta del Touring è :

- creare destinazioni accoglienti, accessibili e attrattive individuando insieme alle destinazioni gli strumenti più adeguati
- fornire ai turisti modalità classiche e nuove per **entrare in connessione** con i luoghi

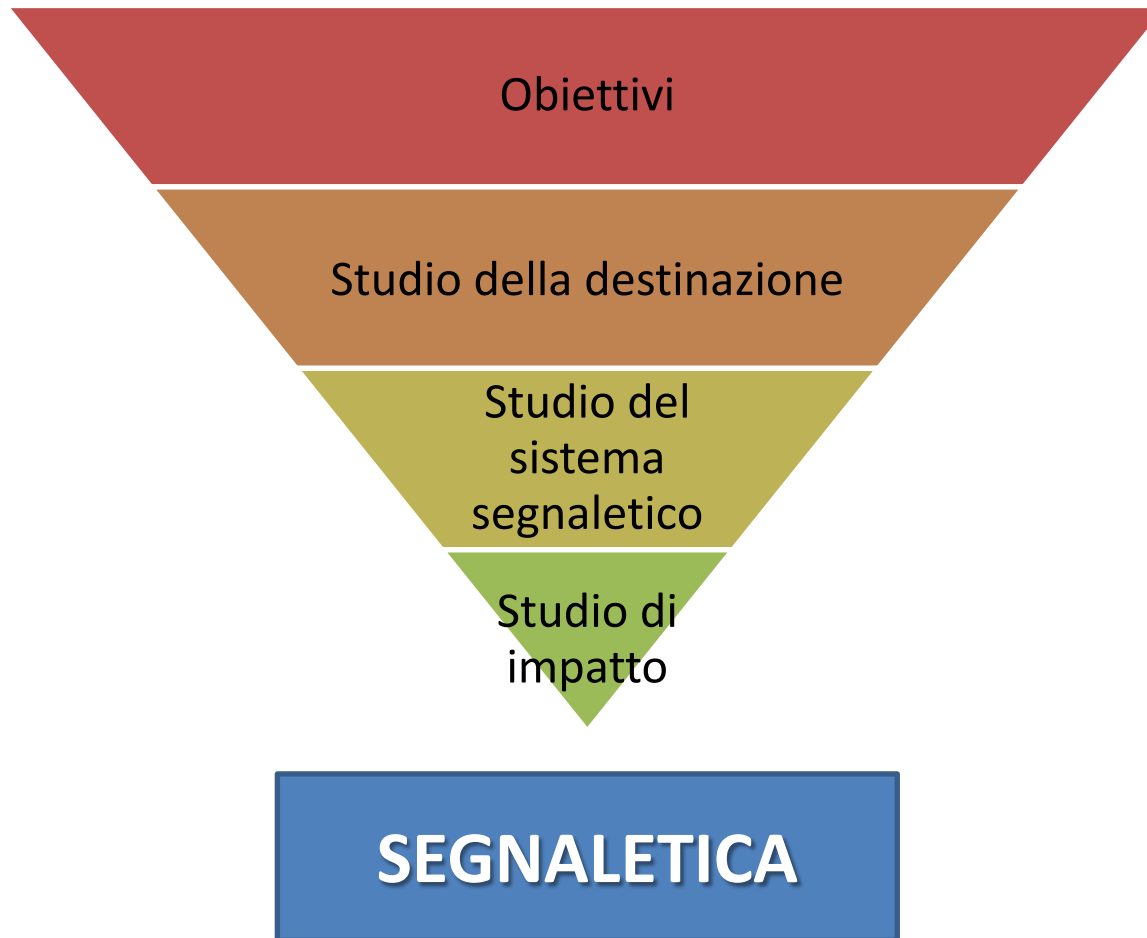
Il valore aggiunto che Touring è in grado di offrire è:

- un **know-how** approfondito **del turismo** e dei comportamenti dei turisti grazie a una costante osservazione di questo fenomeno sociale in continua evoluzione
- approfondita **conoscenza del patrimonio** artistico storico e culturale
- un **database** informativo accreditato
- la capacità di **mettere in rete** e **coordinare** le migliori professionalità esistenti
- un **valore aggiunto** in termini di **comunicazione** grazie alla diffusione tramite i propri media
- un **marchio** conosciuto che è sinonimo di **qualità**



L'importanza della progettazione

In un progetto di segnaletica, la parola più importante è «PROGETTO». La «segnaletica» è l'elemento tangibile finale che traduce il progetto



L'importanza della progettazione: gli obiettivi

VALORIZZARE L'IDENTITÀ DELLE DESTINAZIONI TURISTICHE

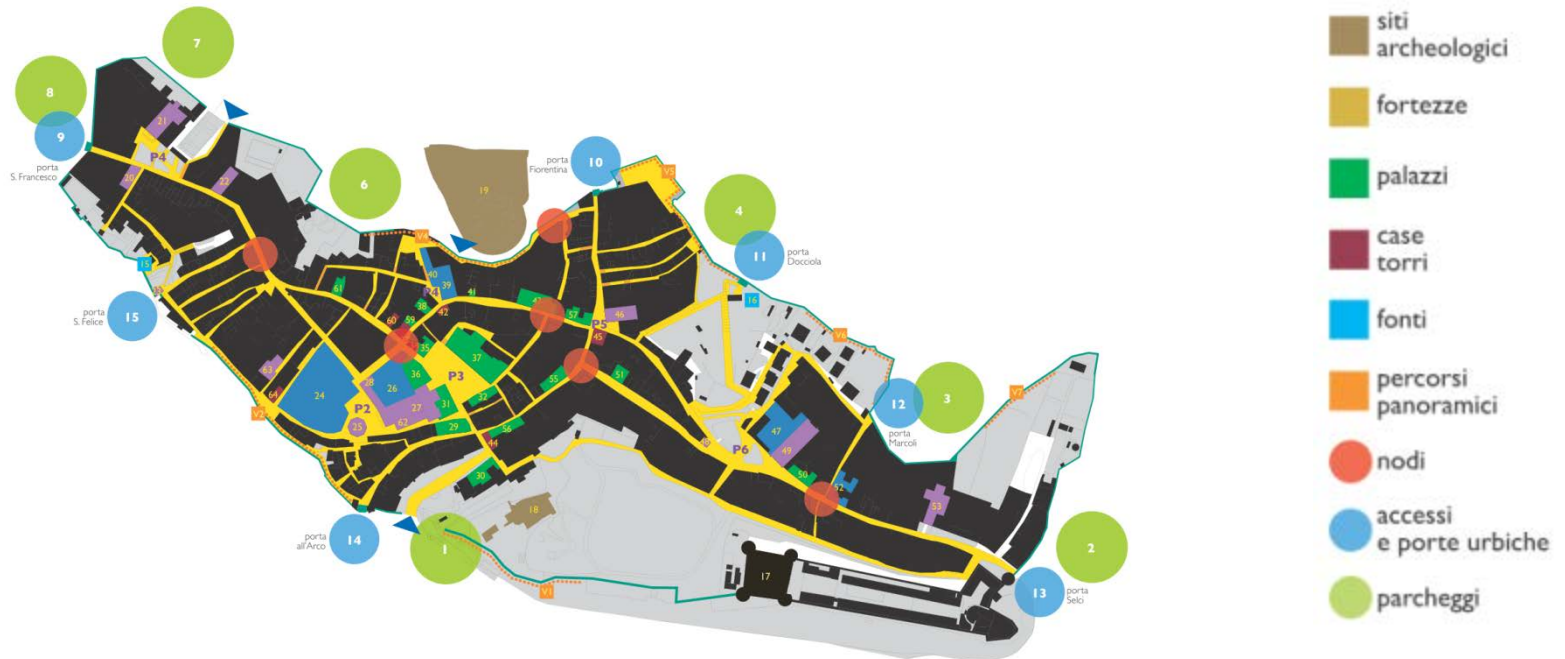
- Studiare il territorio e i suoi aspetti turistici e culturali (patrimonio, storia, identità)
- Identificare un sistema di segnaletica info-monumentale con un progetto strutturale, grafico e contenutistico in grado di valorizzare il patrimonio urbano materiale e immateriale e il *genius loci*
- Definire un sistema che sia parte integrante del paesaggio urbano e non produca impatti negativi
- Definire azioni mirate di comunicazione della destinazione attraverso il progetto

MIGLIORARE LA FRUIBILITÀ E L'ACCOGLIENZA DEI CENTRI STORICI E DEI PERCORSI TURISTICI

- Creare un sistema informativo che sfrutti le opportunità offerte dalla tecnologia e assista turisti e visitatori nella visita alle destinazioni
- Progettare un sistema di orientamento pedonale nei centri storici che accompagni alla scoperta dei luoghi

L'importanza della progettazione: studio della destinazione

- Analisi dell'offerta: lettura e censimento del patrimonio urbano, analisi dei luoghi (categoria, accessibilità, importanza, posizione...), criteri di scelta dei luoghi da segnalare
- Analisi della domanda: provenienza (cittadini/turisti), caratteristiche, arrivi, presenze, interessi, percezione sulla destinazione,
- Analisi dei flussi (spostamenti)
- Analisi degli accessi (parcheggi, metro, stazioni...), dei nodi decisionali
- Coordinamento con altre progettualità connesse
- ...

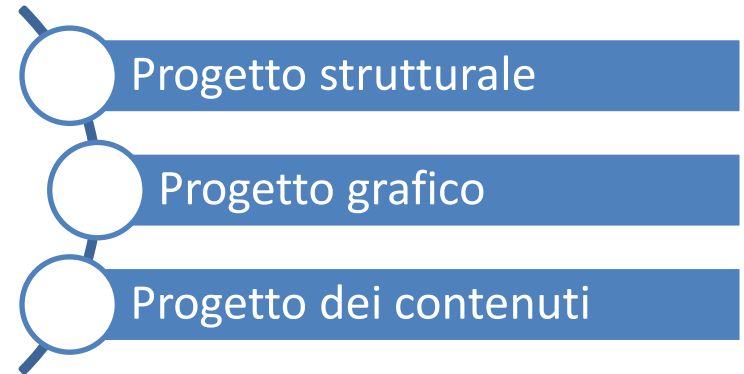


L'importanza della progettazione: studio del sistema segnaletico

STRUMENTI FISICI

La semplice presenza di un pannello attrae l'attenzione su un elemento urbano e comunica l'esistenza di un aspetto da conoscere e approfondire. L'assenza farebbe passare inosservato quell'elemento.

Il pannello fornisce informazioni a tutti, anche al cittadino;
Il pannello fornisce informazioni in qualunque momento, anche in assenza di guide o altri materiali informativi;
Il pannello può costituire il punto da cui partire per costruire una visita, anche in modo personalizzato.



STRUMENTI DIGITALI

Soluzioni (realtà aumentata, realtà virtuale, QR code ecc.) che consentono di dare letture multiple dei luoghi e dei beni e che rispondono alle esigenze del turista che necessita di strumenti in mobilità per informarsi, muoversi, condividere



URBAN COMMUNICATION FOR A QUALIFIED CULTURAL TOURISM IN HISTORICAL CITIES: EXPERIENCES OF URBAN SIGNAGE

MILANO

Caso studio Milano. Il progetto complessivo (1/2)

OBIETTIVI

- Dare visibilità al patrimonio urbano
- Riconoscibilità e identità visiva in coordinamento con Expo2015, diventando parte integrante dell'arredo urbano senza produrre negativo impatto
- tenga conto dell'utenza locale e delle esigenze/aspettative del viaggiatore (fruizione tecnologica)
- sostituisca ciò che nel tempo è andato stratificandosi.

STUDIO DELLA DESTINAZIONE

- Stratificazione vecchi progetti di segnaletica (censimento)
- Patrimonio urbano: censimento, analisi, scelta ragionata per mostrare i diversi volti della città e i suoi cambiamenti nel tempo. Luoghi puntuali, piazze, quartieri...
- Coordinamento con altri progetti (sviluppo nuovi quartieri, nuovi edifici, sviluppo smart city, ...)
- Cittadini inconsapevoli (destinazione turistica ? Città della scienza e tecnologia, città industriale, dei grandi eventi.)
- turisti sorpresi. Provenienza variegata. Turismo business, grossa identificazione coi luoghi simbolo.
- Tra le città più conosciute ma pochi desiderano visitarla (34%) , molti desiderano tornarci (68%)



Caso studio Milano. Il progetto complessivo (1/2)

OBIETTIVI

- Dare visibilità al patrimonio urbano
- Riconoscibilità e identità visiva in coordinamento con Expo2015, diventando parte integrante dell'arredo urbano senza produrre negativo impatto
- tenga conto dell'utenza locale e delle esigenze/aspettative del viaggiatore (fruizione tecnologica)
- sostituisca ciò che nel tempo è andato stratificandosi.

STUDIO DELLA DESTINAZIONE

- Stratificazione vecchi progetti di segnaletica (censimento)
- Patrimonio urbano: censimento, analisi, scelta ragionata per mostrare i diversi volti della città e i suoi cambiamenti nel tempo. Luoghi puntuali, piazze, quartieri...
- Coordinamento con altri progetti (sviluppo nuovi quartieri, nuovi edifici, sviluppo smart city, ...)
- Cittadini inconsapevoli (destinazione turistica ? Città della scienza e tecnologia, città industriale, dei grandi eventi.)
- turisti sorpresi. Provenienza variegata. Turismo business, grossa identificazione coi luoghi simbolo.
- Tra le città più conosciute ma pochi desiderano visitarla (34%) , molti desiderano tornarci (68%)



Caso studio Milano. Il progetto complessivo (2/2)

STUDIO DEL SISTEMA SEGNALETICO (FISICO E DIGITALE)

- Traduzione degli elementi di analisi (elementi strutturali, scelte grafiche, contenutistiche, def lingue e scelta tecnologia).
- Coordinamento trasversale con Turismo, Cultura, Arredo urbano, Sovrintendenza, forze dell'ordine
- Realizzazione esecutivi grafici

STUDIO DI IMPATTO

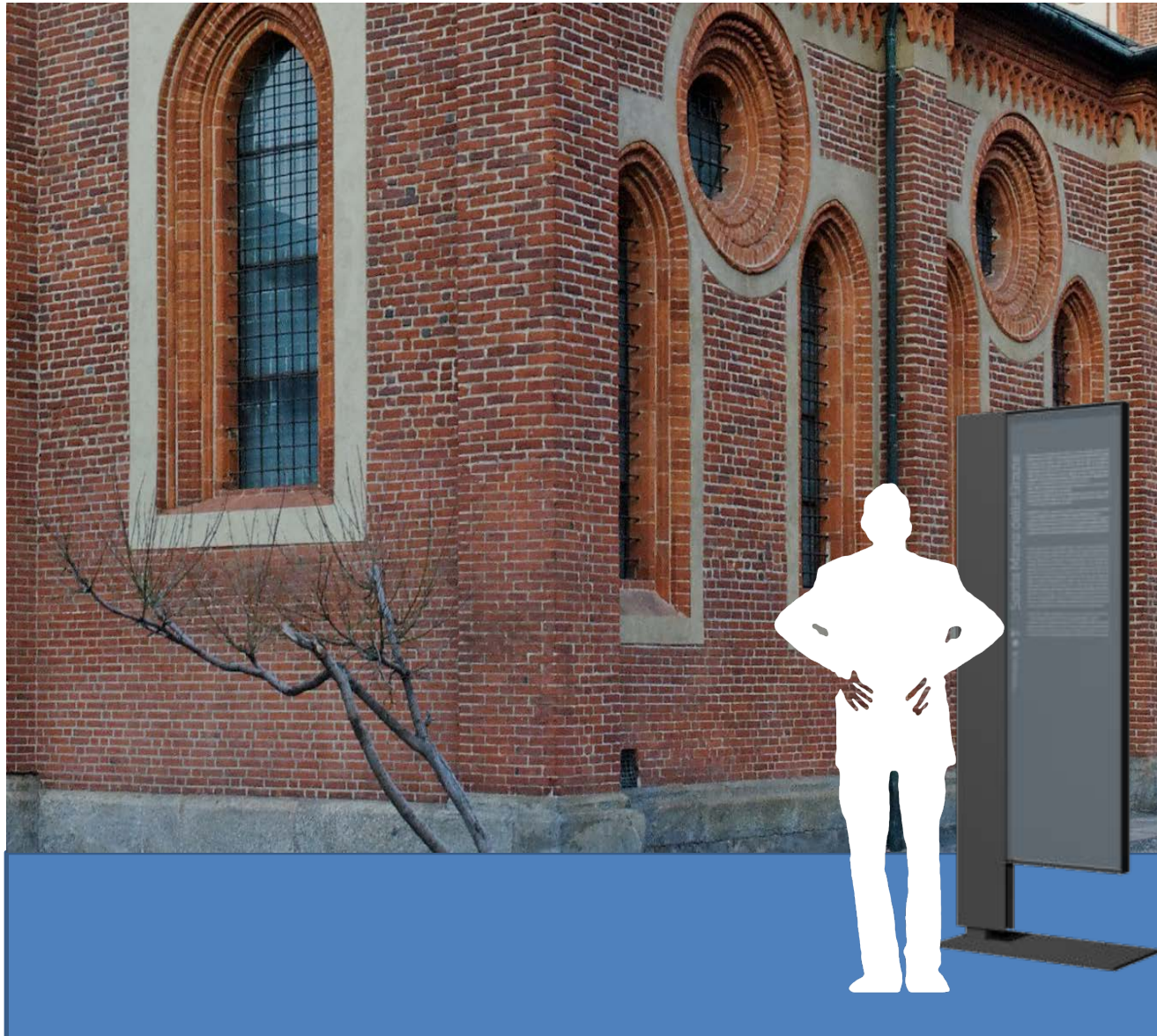
- Inserimenti dei manufatti nel contesto urbano, vincoli urbanistici (valutazione degli spazi, sottoservizi...)
- Definizione finale dei sistemi di ancoraggio.

SCHEMA DI SINTESI DEGLI STRUMENTI PROGETTATI

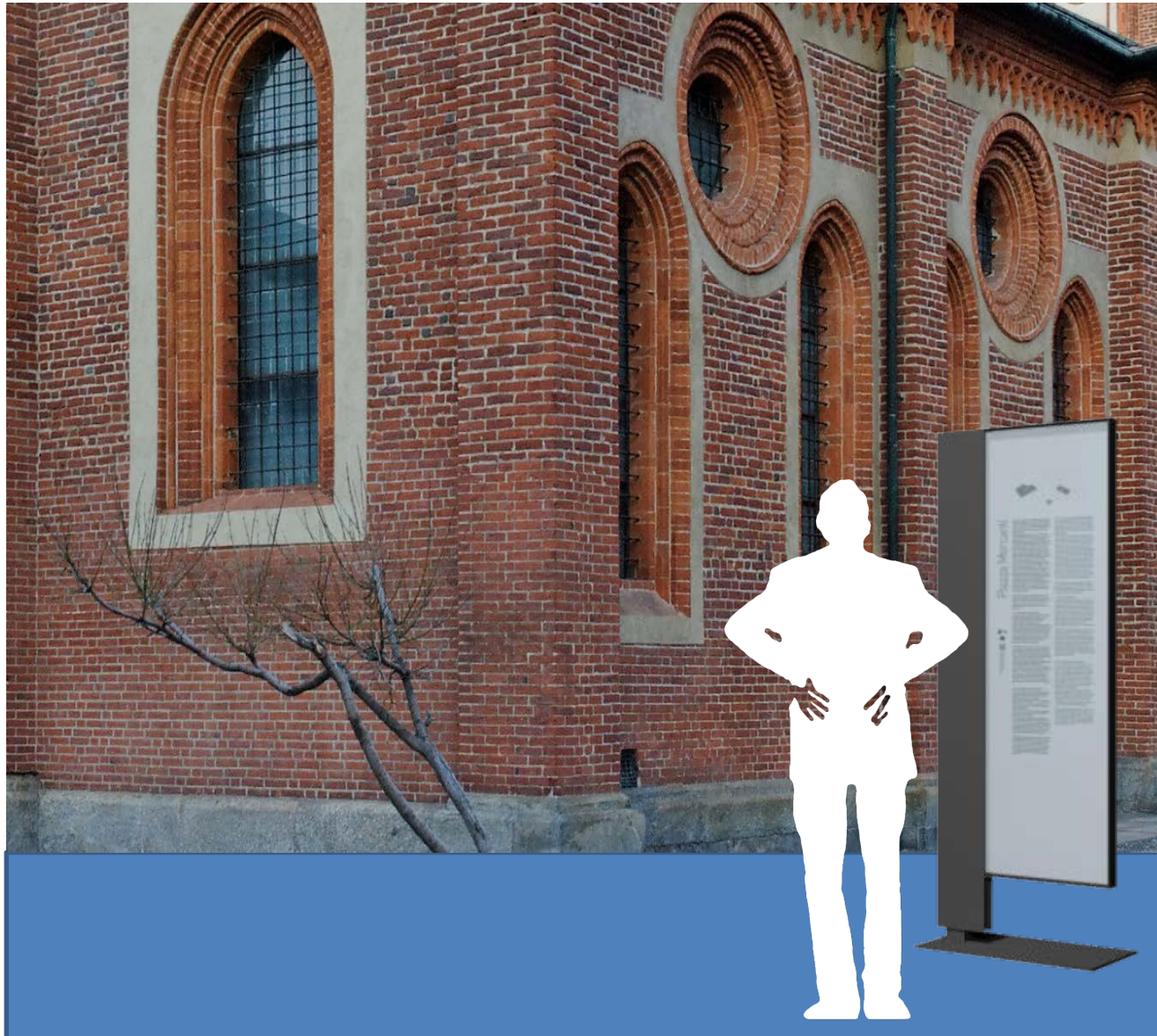
- 289 totem (139+150) oltre 600 risorse segnalate
- Totem per risorsa singola (solo testuali)
- Totem di contesto (testo+mappa)
- Totem per quartiere (testo+mappa)
- Testi brevi, in duplice lingua
- QR code (9 lingue, approfondimenti, aneddoti, integrazione portale turismo milano)
- Pellicola di nuova generazione per la protezione dagli agenti atmosferici e dagli atti vandalici
- Rimozione precedenti pannelli e manutenzione



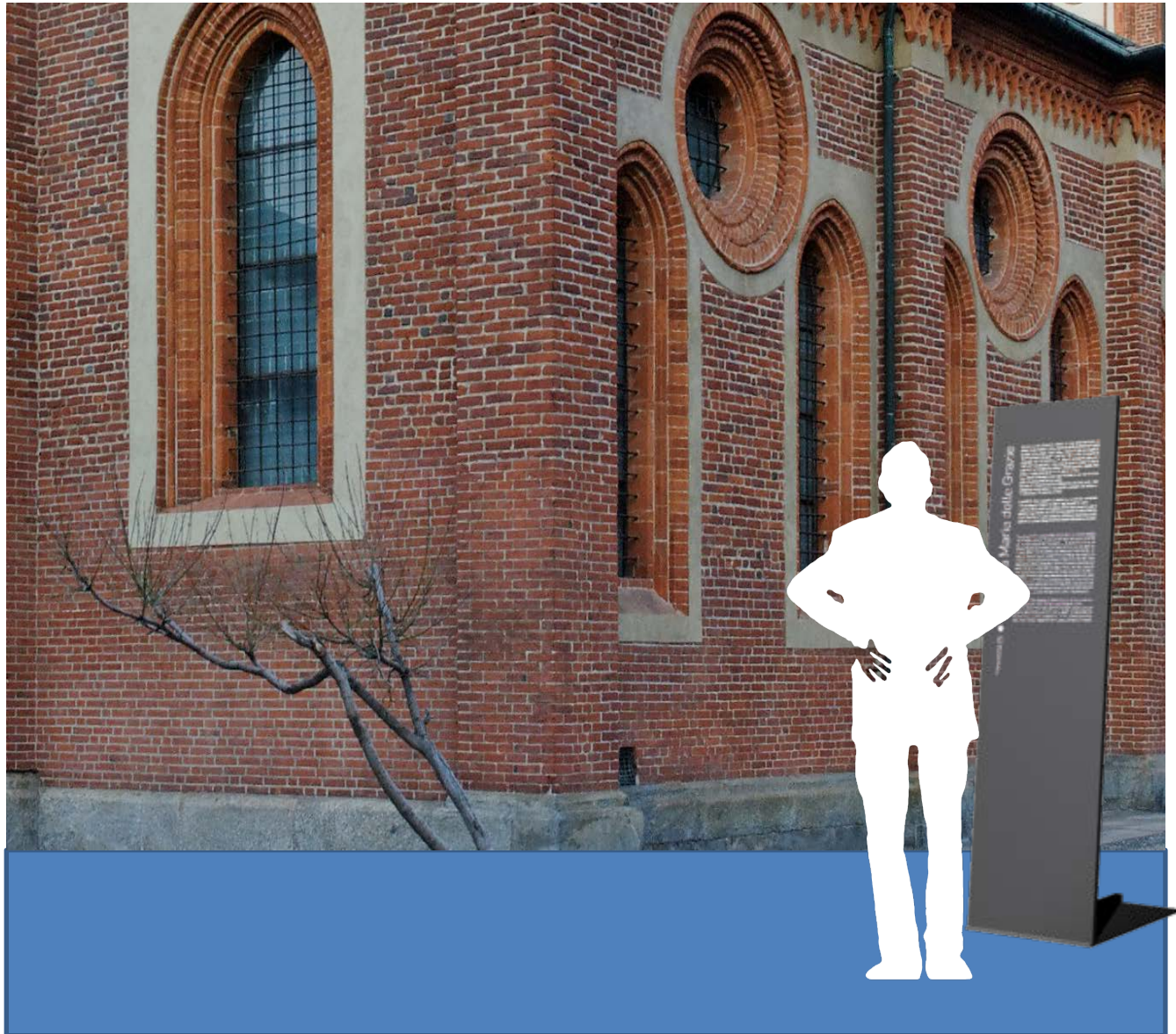
Caso studio Milano. Il progetto strutturale



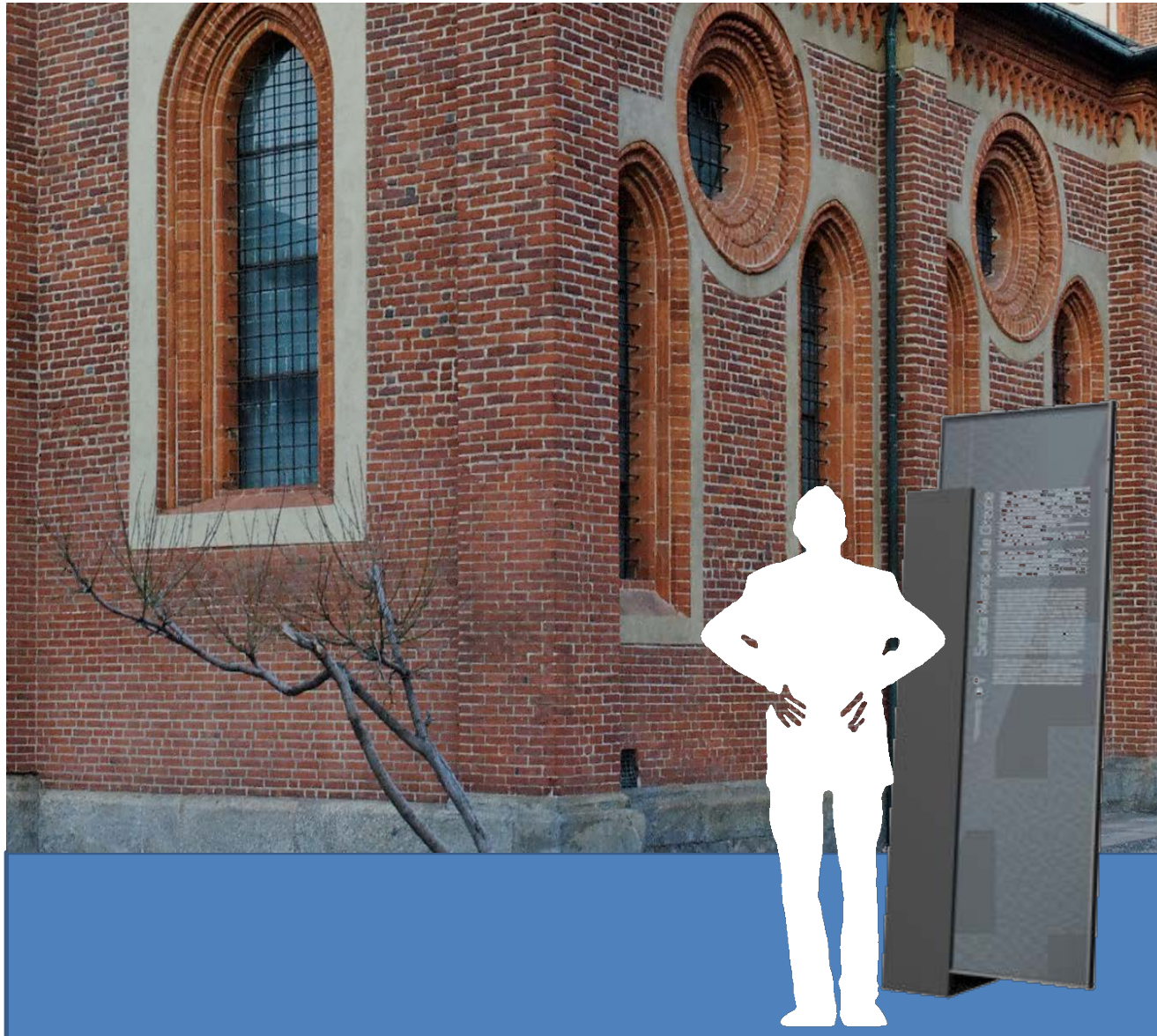
Caso studio Milano. Il progetto strutturale



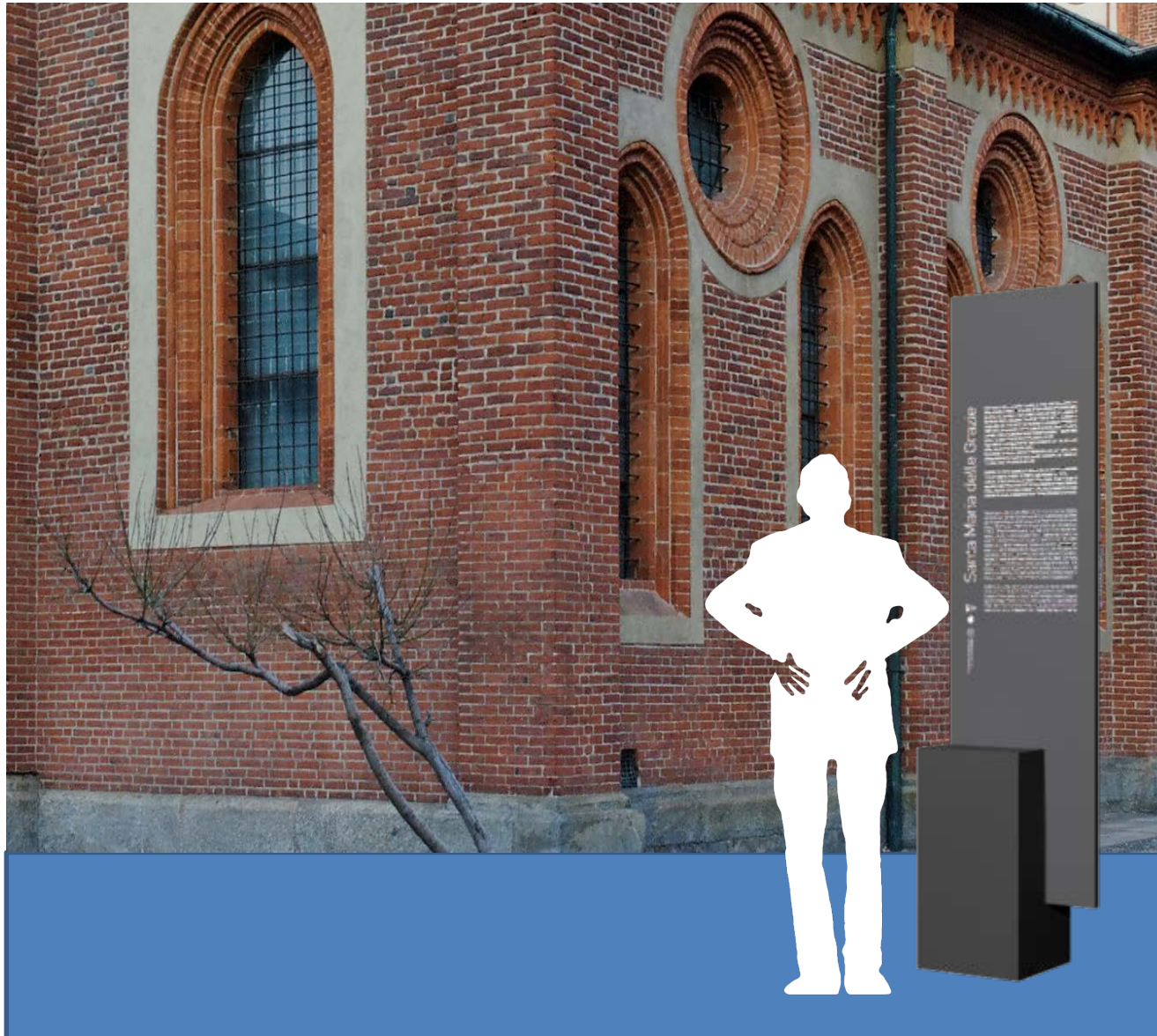
Caso studio Milano. Il progetto strutturale



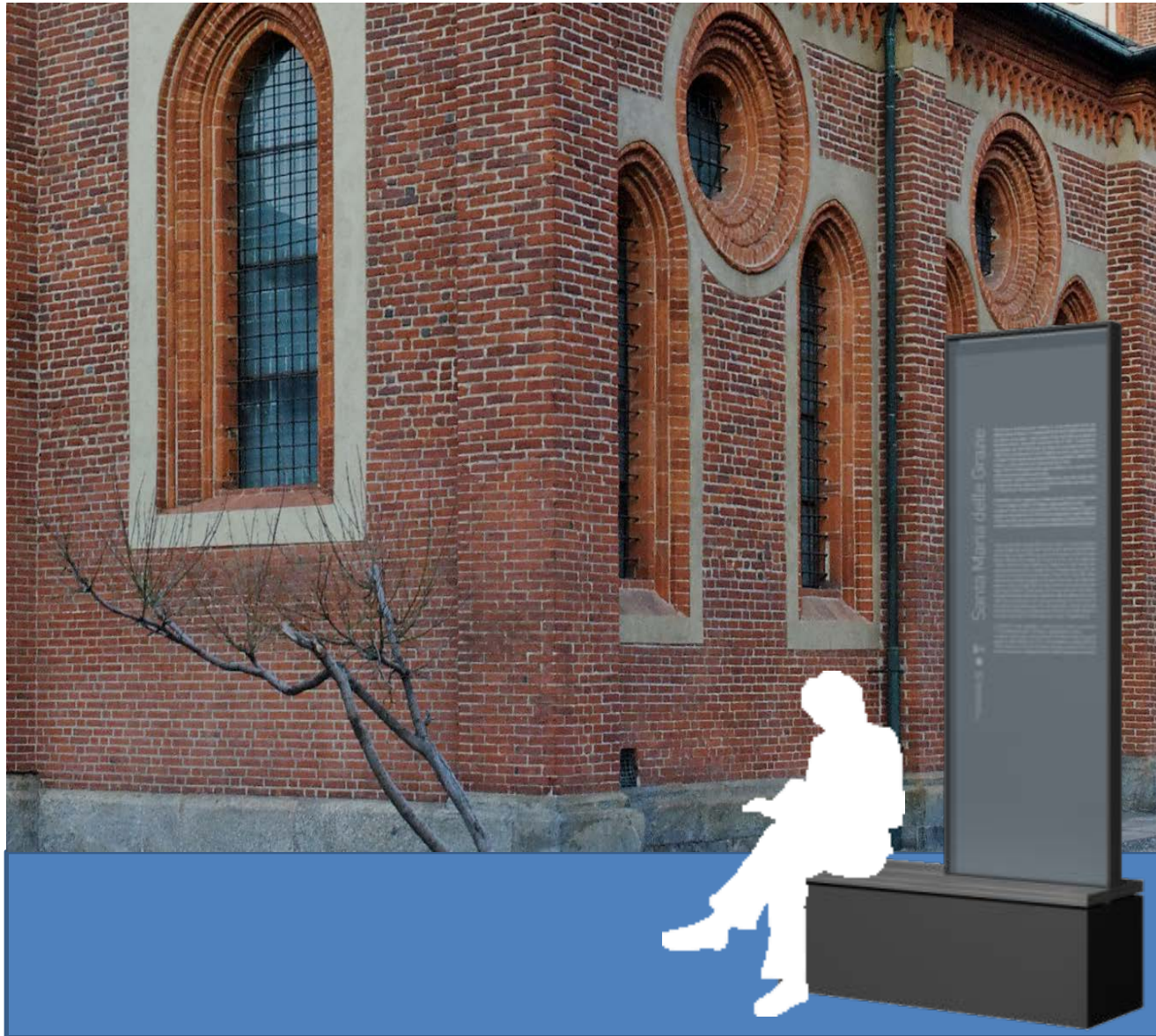
Caso studio Milano. Il progetto strutturale



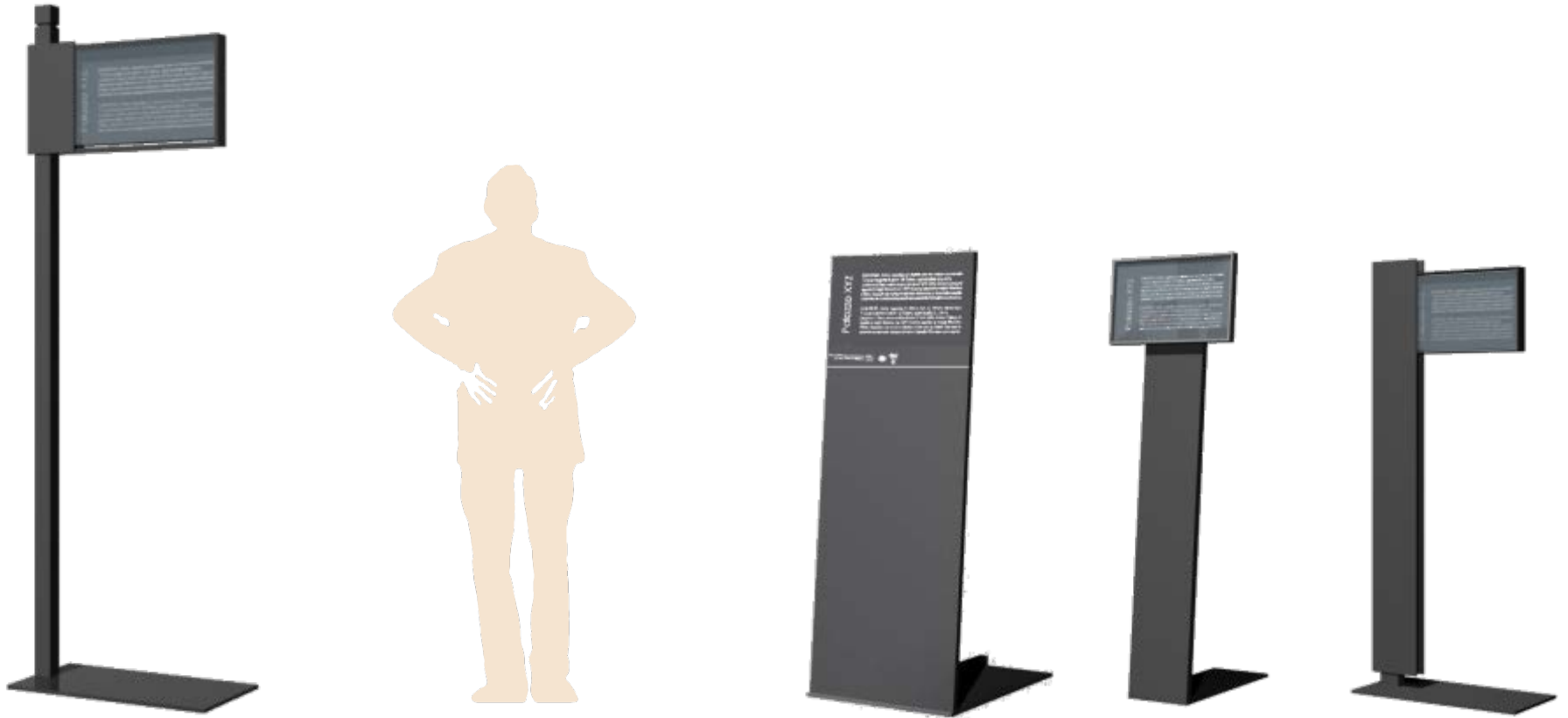
Caso studio Milano. Il progetto strutturale



Caso studio Milano. Il progetto strutturale



Caso studio Milano. Il progetto strutturale



Caso studio Milano. Il progetto strutturale

MANUFATTO
MONOMATERICO
A LASTRA PIEGATA

CARATTERISTICHE

L'INCLINAZIONE DI 5° È
NECESSARIA PER
AUMENTARE
LA STABILITÀ AL VENTO

MATERIALI

LAMIERA ZINCATA
VERNICIATA A POLVERE
COLORE GHISA

DIMENSIONI

SONO PREVISTE DUE
VERSIONI:
RISORSA SINGOLA
 $L=35$ $H=190$
CONTESTO/QUARTIERE
 $L=45$ $H=190$



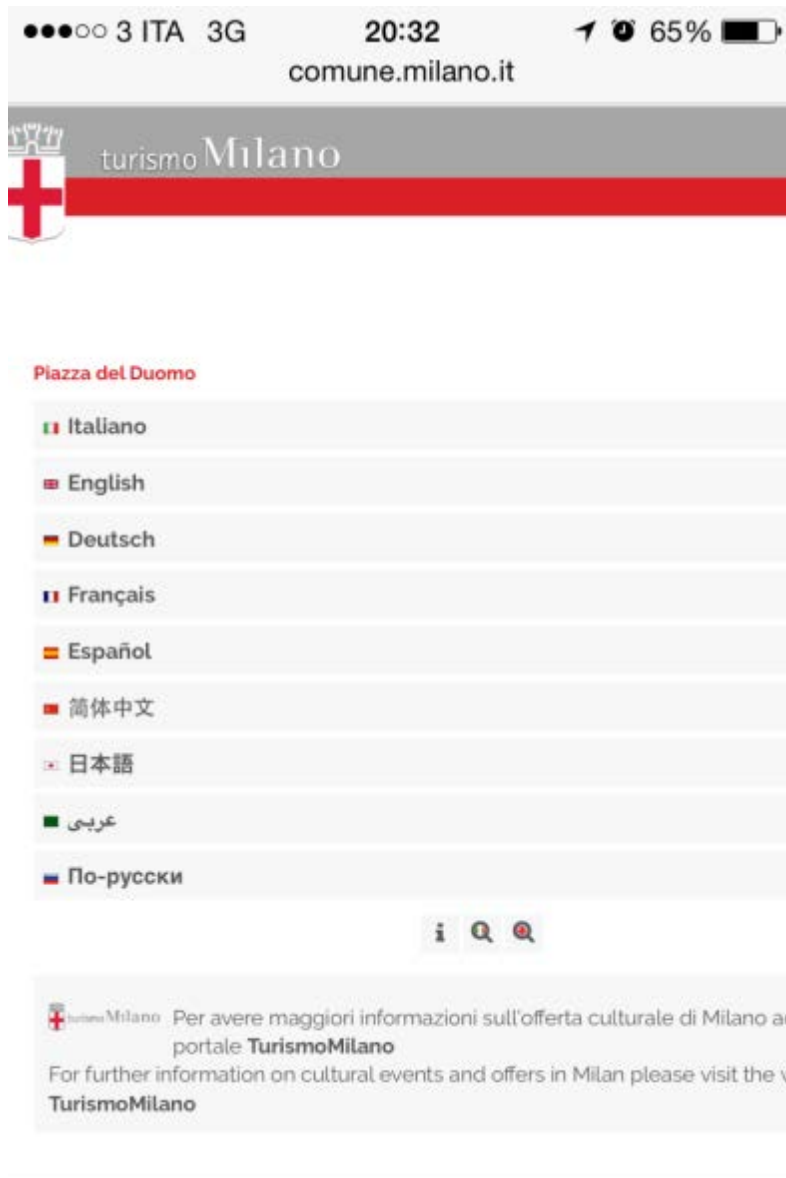
Caso studio Milano. Il progetto strutturale



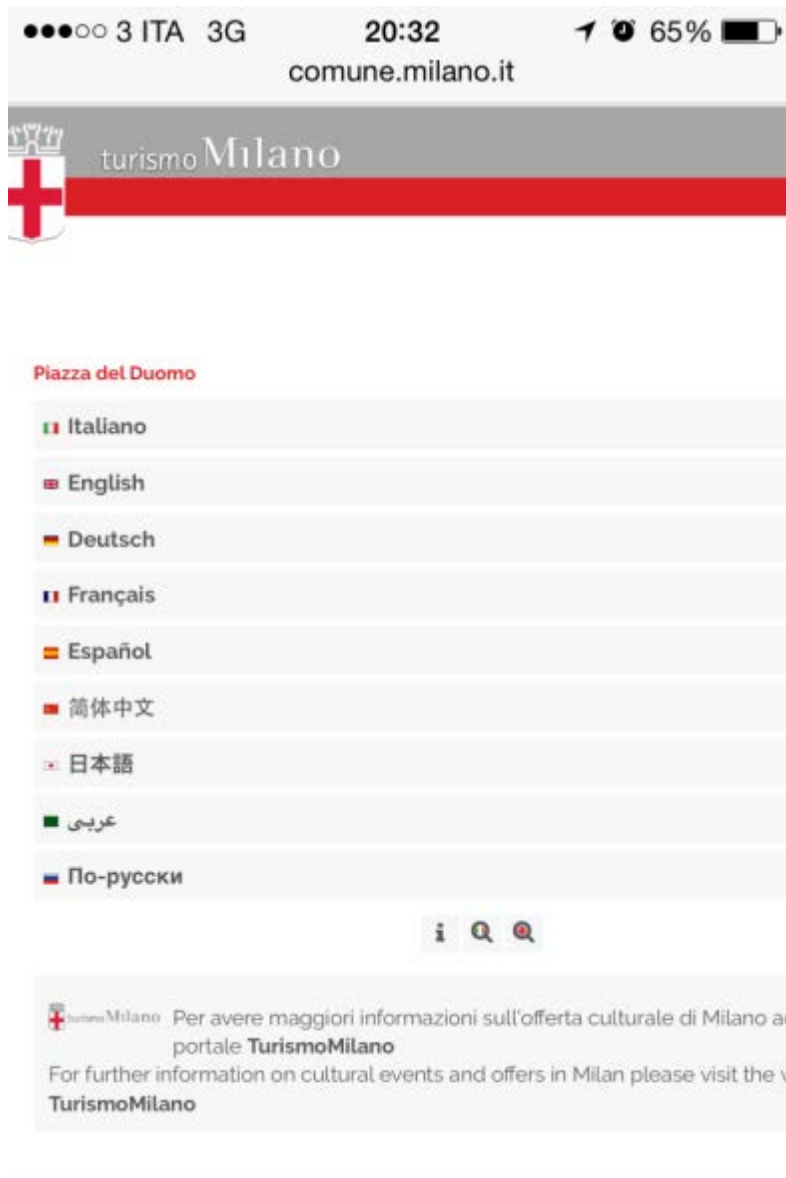


URBAN COMMUNICATION FOR A QUALIFIED CULTURAL TOURISM IN HISTORICAL CITIES: EXPERIENCES OF URBAN SIGNAGE

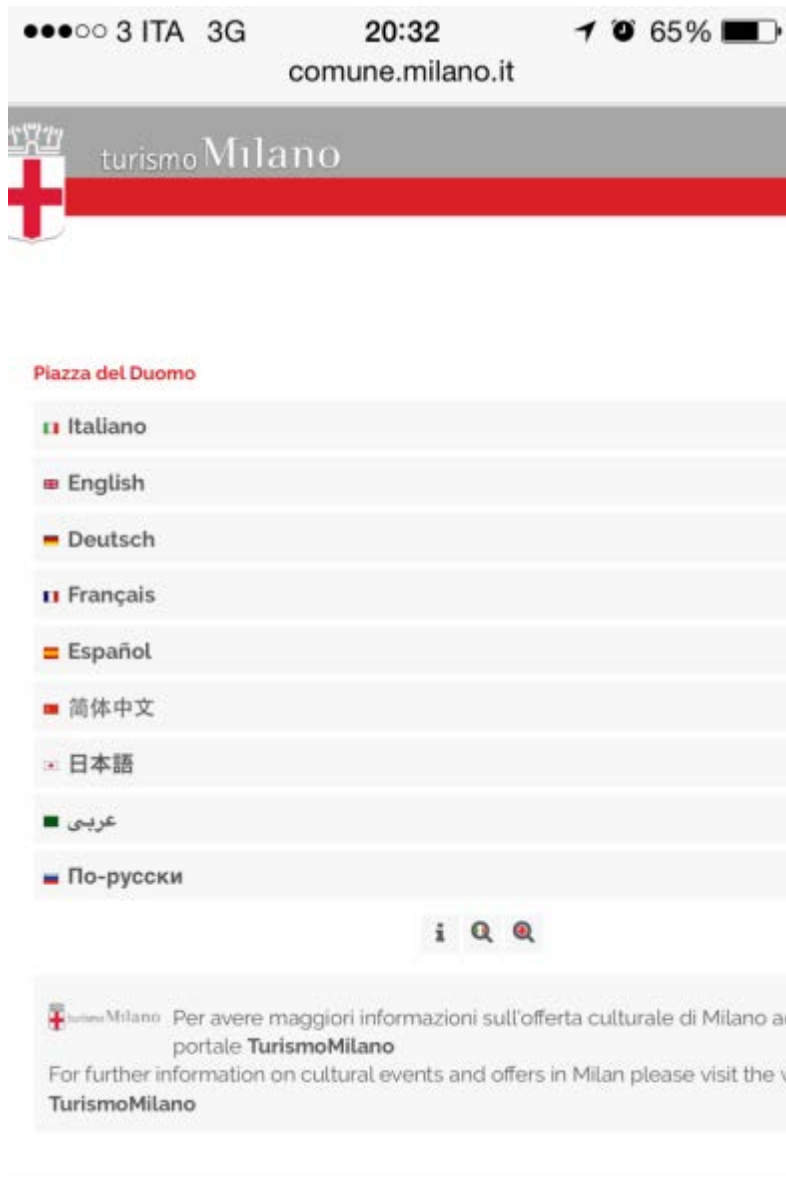
Caso studio Milano. La declinazione digitale



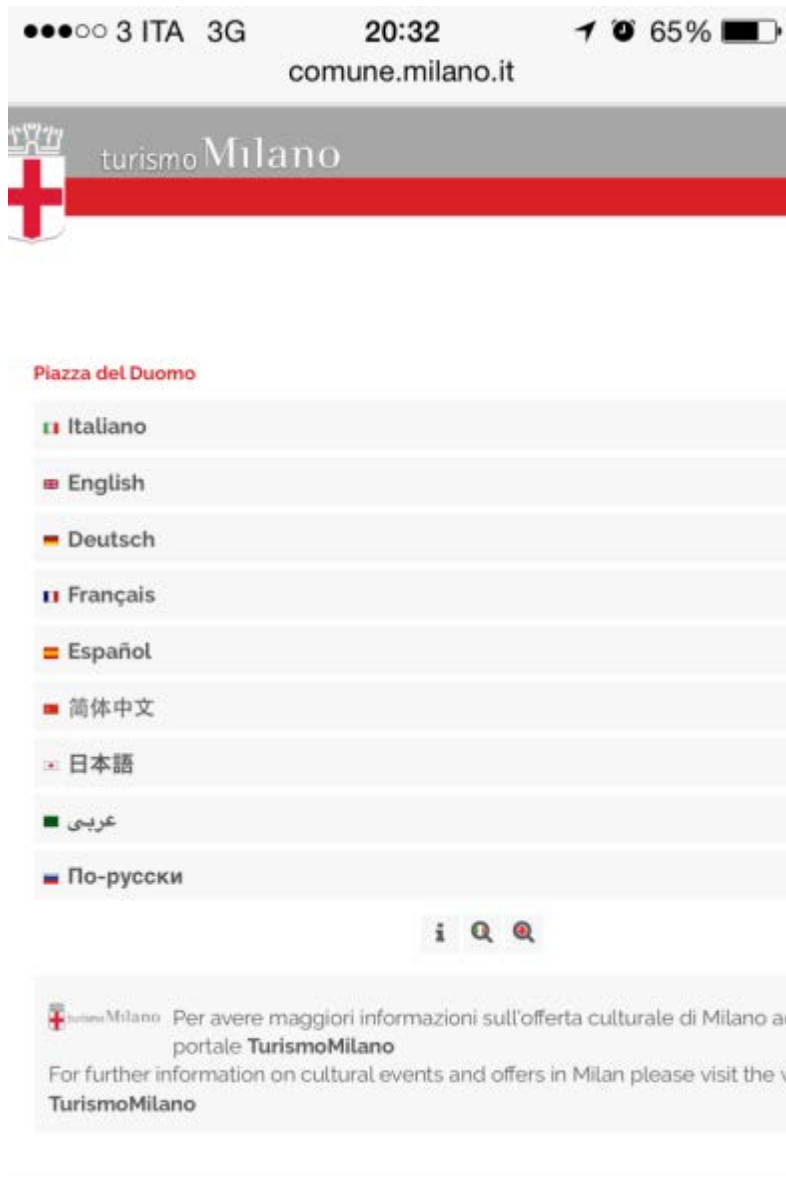
Caso studio Milano. La declinazione digitale



Caso studio Milano. La declinazione digitale



Caso studio Milano. La declinazione digitale



Caso studio Milano. La declinazione digitale

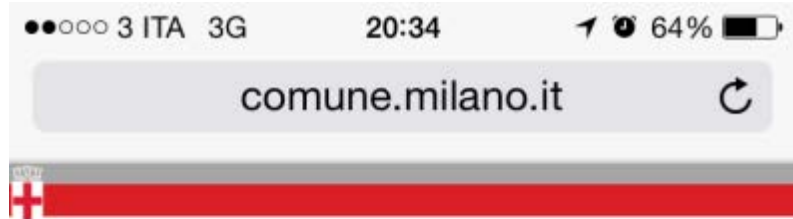


Piazza del Duomo

- Italiano
- English
- Deutsch
- Français
- Español
- 简体中文
- 日本語
- عربي
- По-русски



 Per avere maggiori informazioni sull'offerta culturale di Milano ac
portale **TurismoMilano**
For further information on cultural events and offers in Milan please visit the w
TurismoMilano



Piazza del Duomo

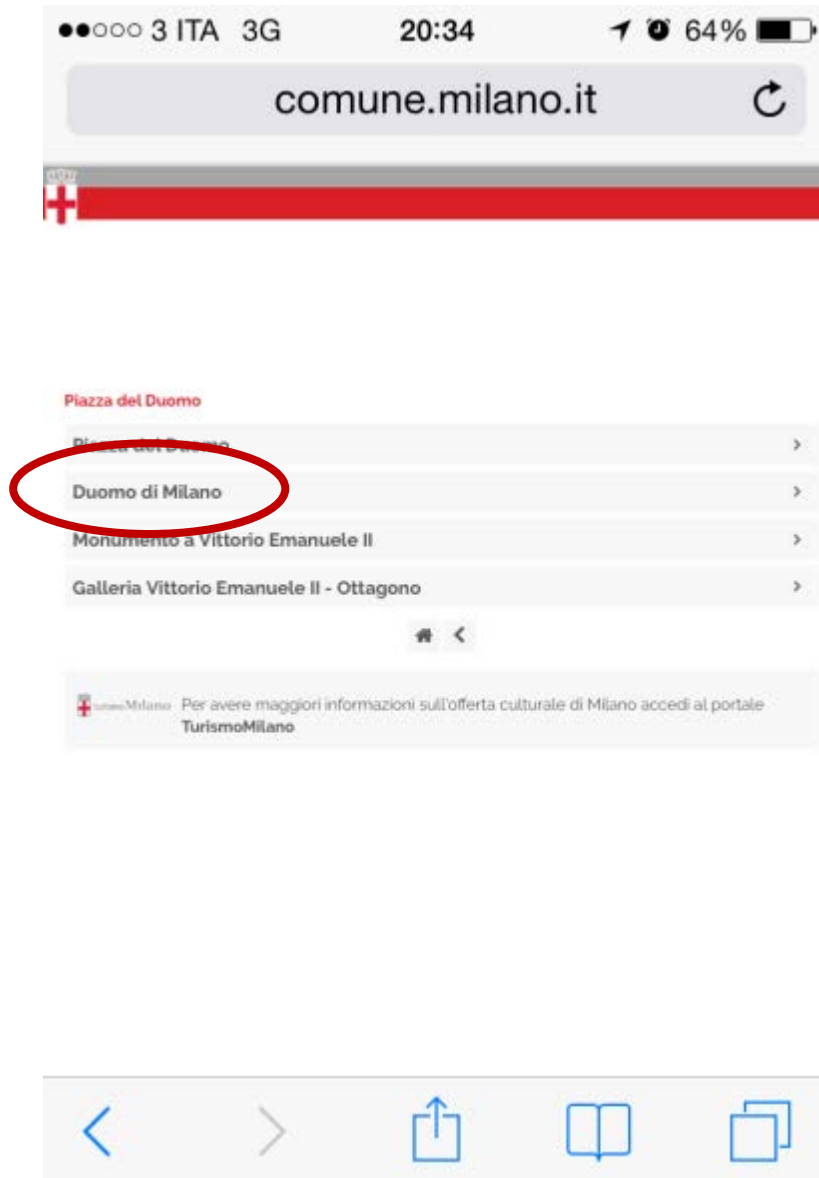
- Piazza del Duomo >
- Duomo di Milano >
- Monumento a Vittorio Emanuele II >
- Galleria Vittorio Emanuele II - Ottagono >



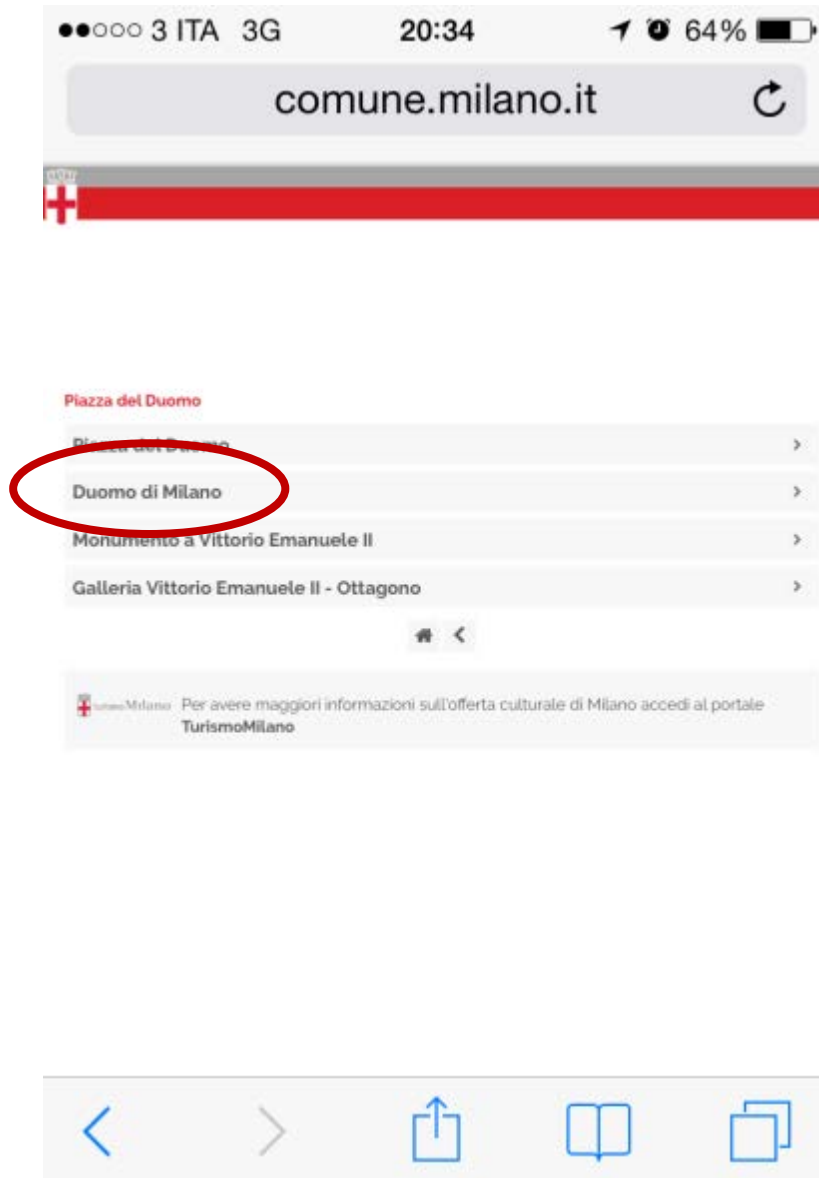
 Per avere maggiori informazioni sull'offerta culturale di Milano accedi al portale
TurismoMilano



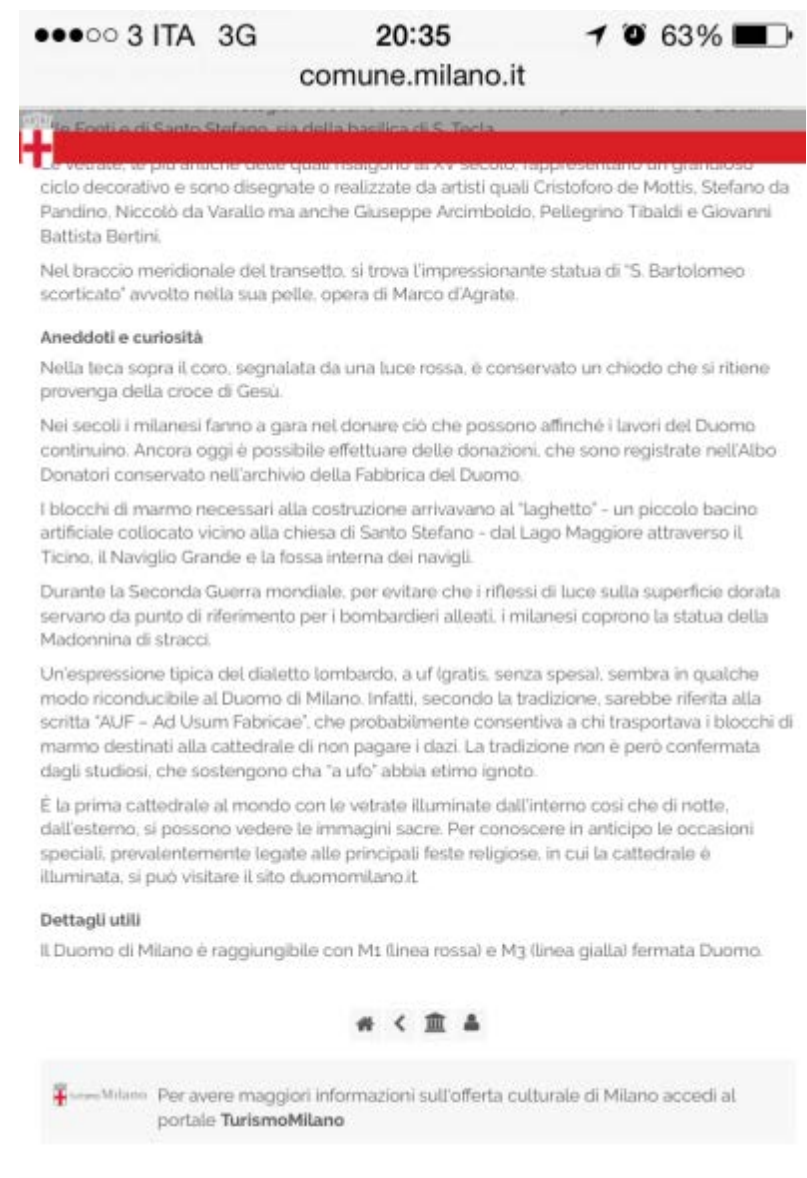
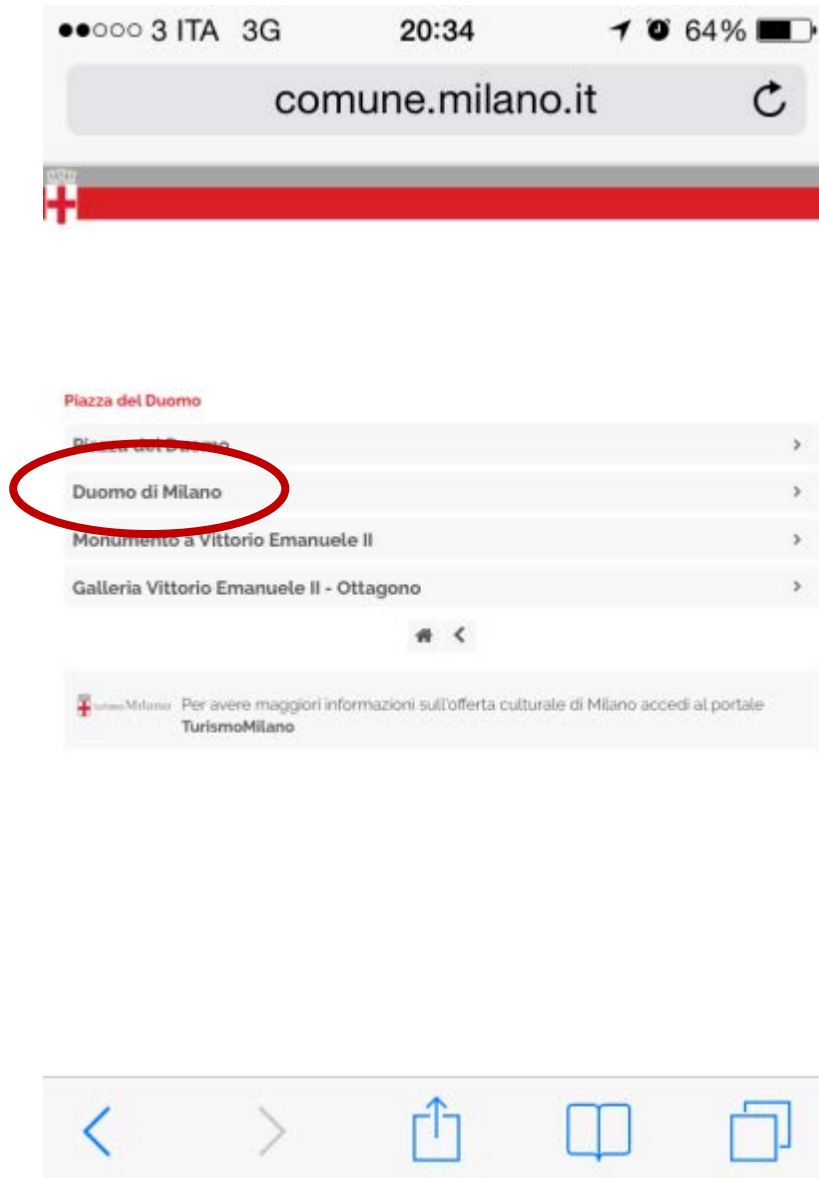
Caso studio Milano. La declinazione digitale



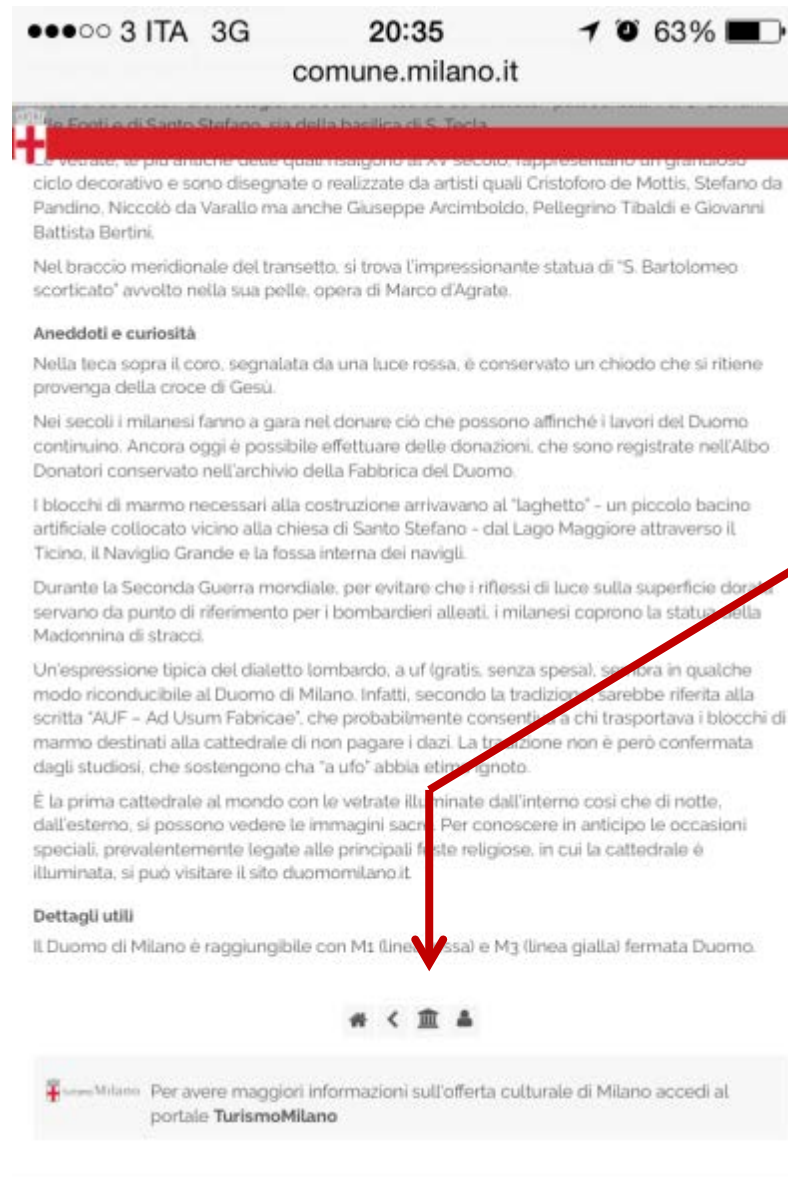
Caso studio Milano. La declinazione digitale



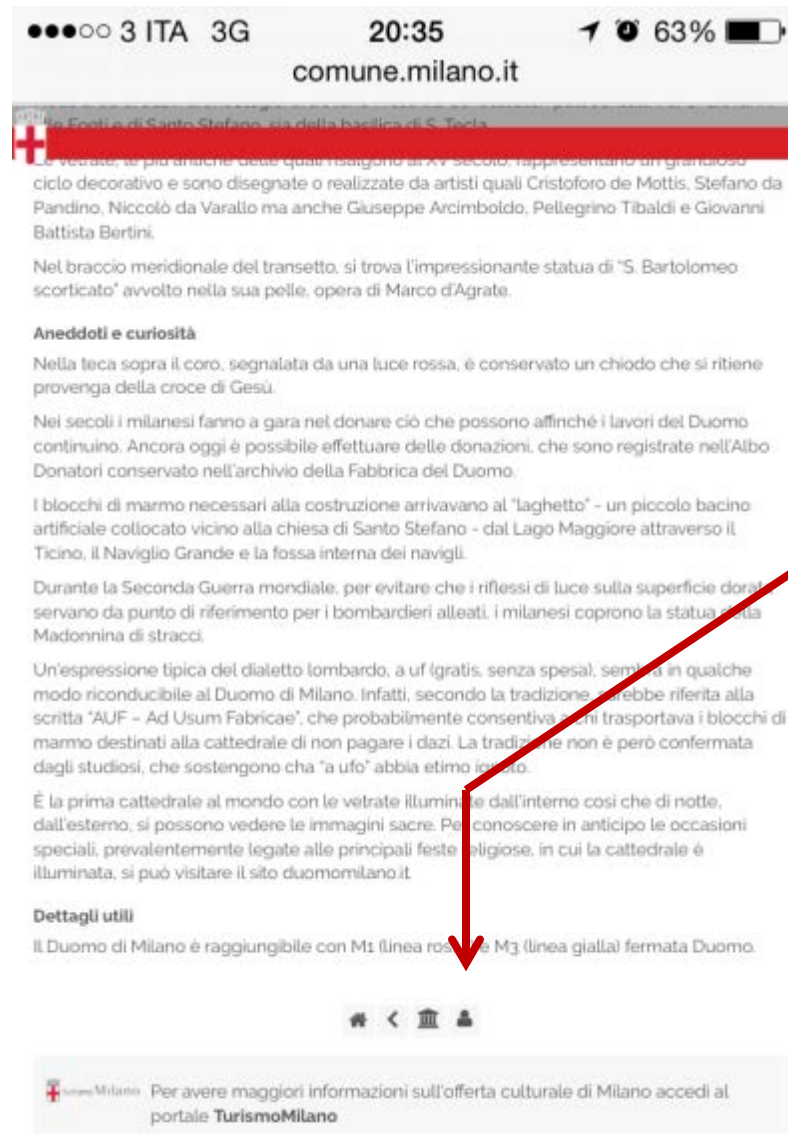
Caso studio Milano. La declinazione digitale



Caso studio Milano. La declinazione digitale



Caso studio Milano. La declinazione digitale



URBAN COMMUNICATION FOR A QUALIFIED CULTURAL TOURISM IN HISTORICAL CITIES: EXPERIENCES OF URBAN SIGNAGE

PISTOIA

Caso studio Pistoia. Il progetto complessivo (1/3)

OBIETTIVI

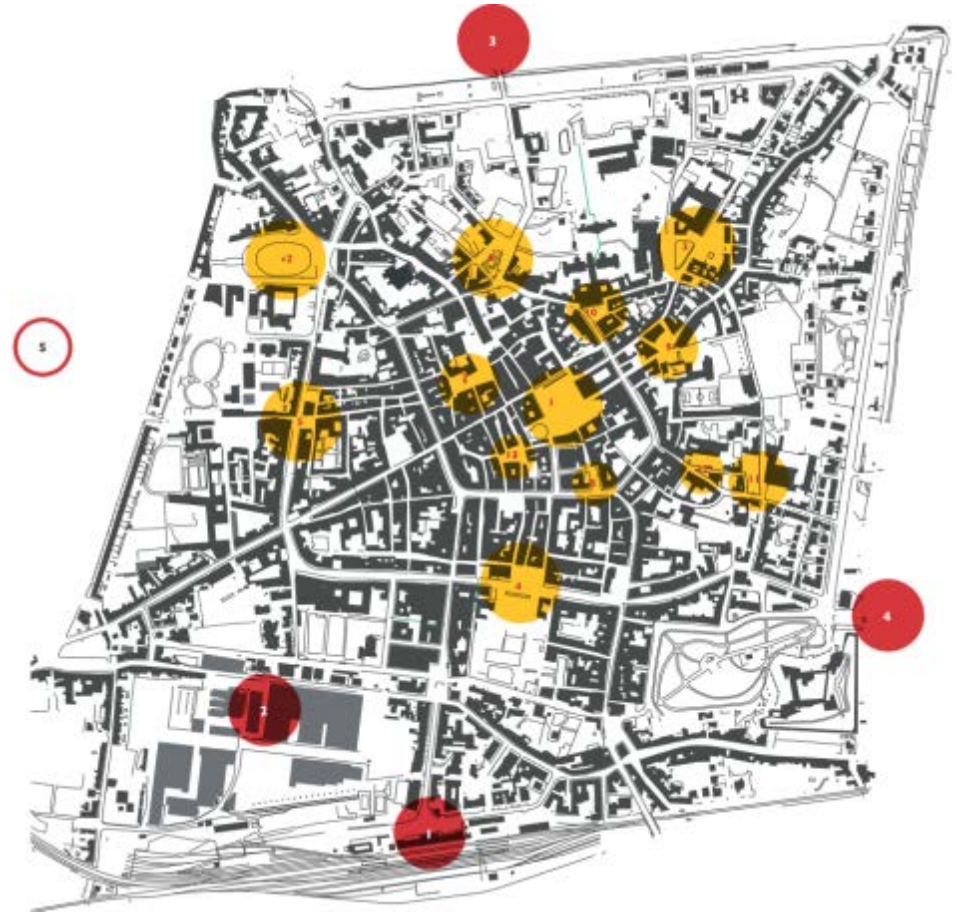
- Dare visibilità al patrimonio urbano e ai centri commerciali naturali
- Riconoscibilità e identità visiva
- Accompagnamento dei turisti e visitatori alla scoperta della città e della montagna pistoiese

STUDIO DELLA DESTINAZIONE

- Patrimonio urbano: censimento, analisi, classificazione...
- Sistema delle piazze
- Studio dei flussi, degli accessi, dei nodi decisionali

STUDIO DEL SISTEMA SEGNALETICO (INFO-MON. E PEDONALE)

- Traduzione degli elementi di analisi (scelta degli strumenti e degli elementi strutturali, scelte grafiche, contenutistiche, def lingue)
- Realizzazione esecutivi



Caso studio Pistoia. Il progetto complessivo (1/3)

OBIETTIVI

- Dare visibilità al patrimonio urbano e ai centri commerciali naturali
- Riconoscibilità e identità visiva
- Accompagnamento dei turisti e visitatori alla scoperta della città e della montagna pistoiese

STUDIO DELLA DESTINAZIONE

- Patrimonio urbano: censimento, analisi, classificazione...
- Sistema delle piazze
- Studio dei flussi, degli accessi, dei nodi decisionali

STUDIO DEL SISTEMA SEGNALETICO (INFO-MON. E PEDONALE)

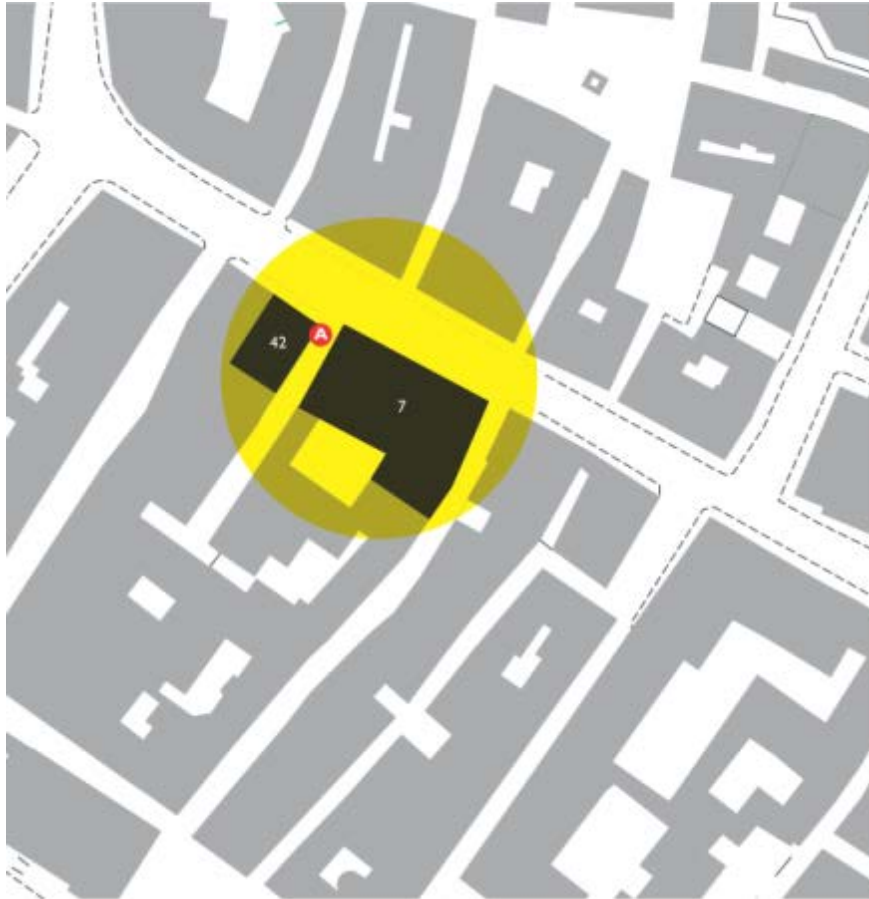
- Traduzione degli elementi di analisi (scelta degli strumenti e degli elementi strutturali, scelte grafiche, contenutistiche, def lingue)
- Realizzazione esecutivi



Caso studio Pistoia. Il progetto complessivo (2/3)

STUDIO DI IMPATTO

- Inserimenti dei manufatti nel contesto urbano, coinvolgimento Sovrintendenza.



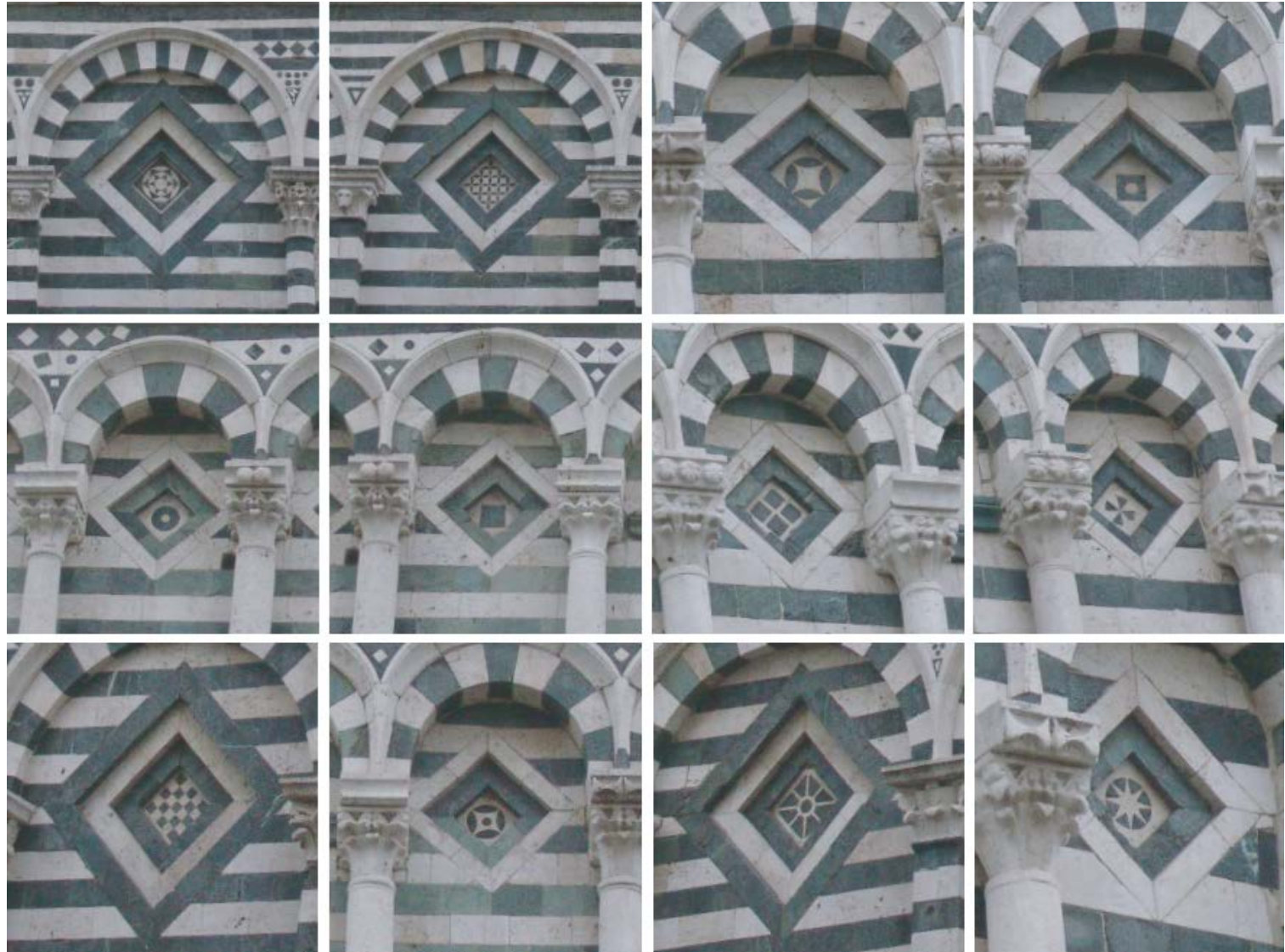
Caso studio Pistoia. Il progetto complessivo (3/3)

SCHEDA DI SINTESI DEGLI STRUMENTI PROGETTATI

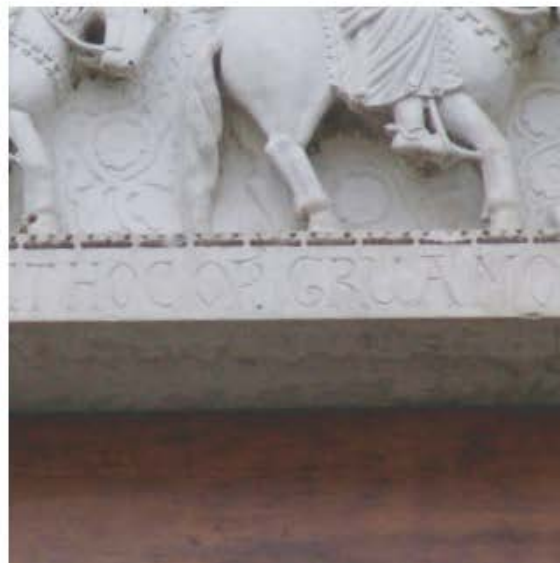
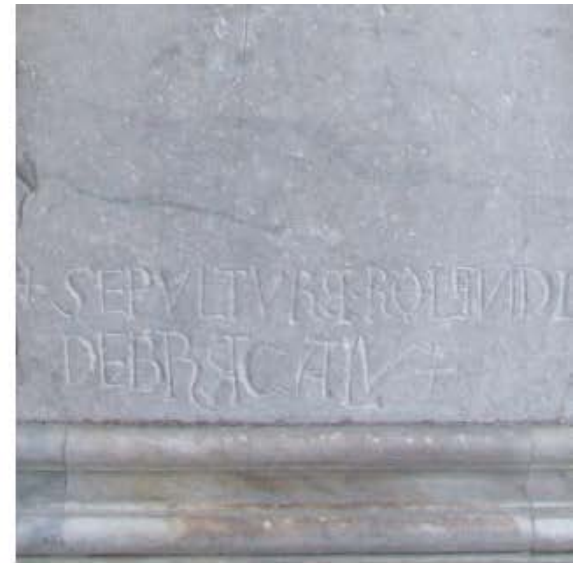
- Segno di accompagnamento e riconoscimento del sistema
- Segnali di benvenuto c/o parcheggi
- Segnaletica pedonale
- Targhe
- Pannelli di contesto (mappe)
- Testi brevi, in duplice lingua



Caso studio Pistoia. Il progetto grafico



Caso studio Pistoia. Il progetto grafico



Caso studio Pistoia. Il progetto grafico



A B **B** C D E F G **G** H I

J **J** K L M N O P **P** Q R

S **S** T U X W **W** X Y

Z **Z**

a **a** b c d e f g h i j k l m n

o p q r s **s** t u x w x y z

1 **1** 2 **2** 3 **3** 4 **4** 5 **5** 6 7 **7**

8 9 **9** 0 **o**

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S

T U X W X Y Z 1 2 3 4 5 6 7 8 9

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u x w x y z

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R

S T U X W X Y Z 1 2 3 4 5 6 7 8 9

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u x w

x y z

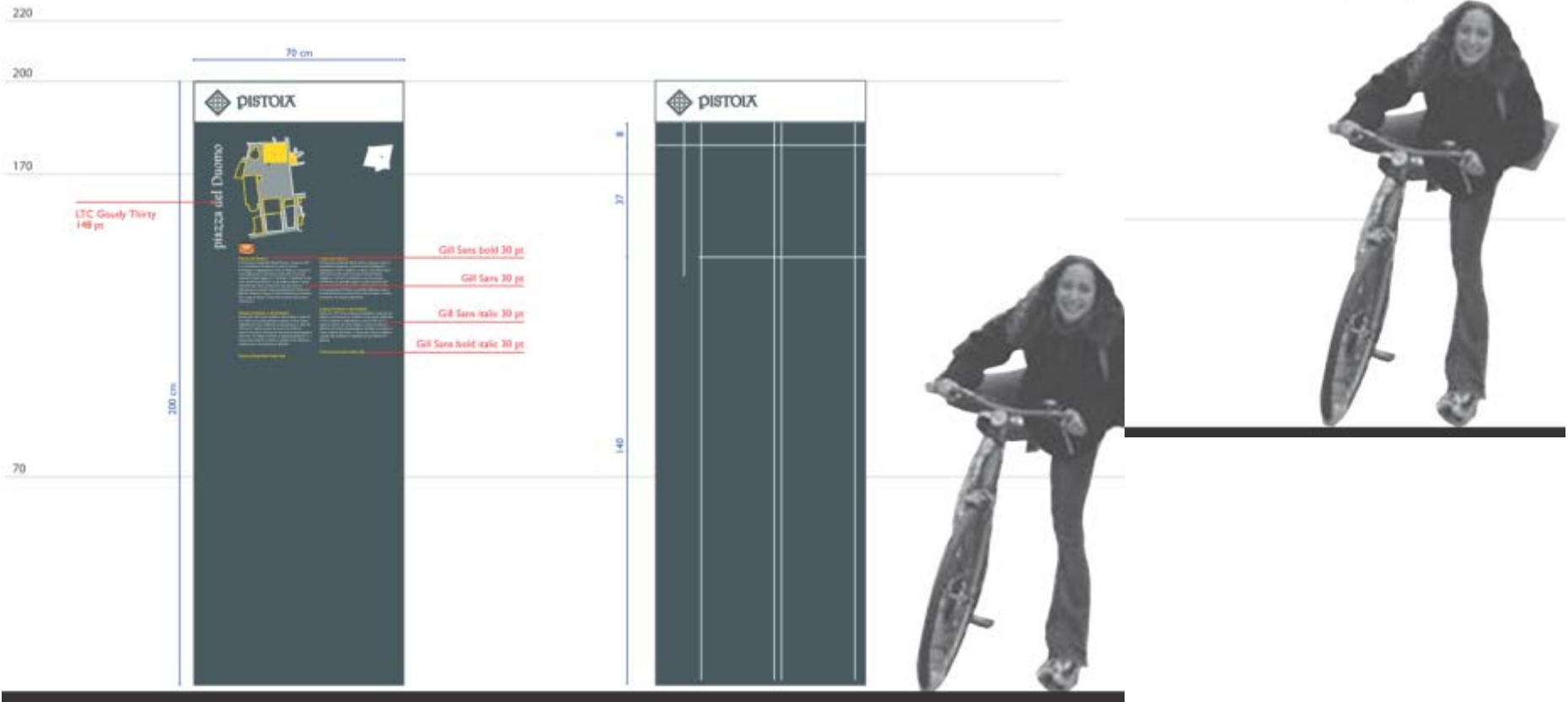


pISTOIA

Caso studio Pistoia. Il progetto grafico



Caso studio Pistoia. Il progetto grafico



Caso studio Pistoia. Il progetto grafico



Caso studio Pistoia. Problematiche realizzative



URBAN COMMUNICATION FOR A QUALIFIED CULTURAL TOURISM IN HISTORICAL CITIES: EXPERIENCES OF URBAN SIGNAGE

NAPOLI

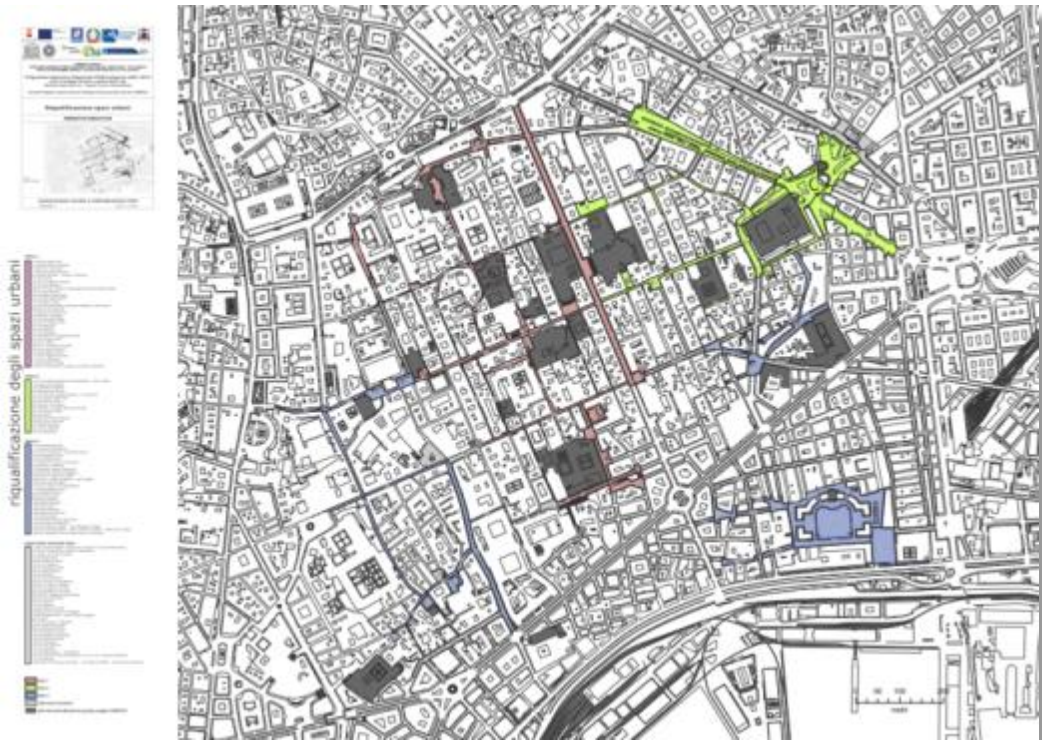
Caso studio Napoli. Il progetto complessivo (1/2)

OBIETTIVI

- Progettare totem info-monumentali per i luoghi culturali localizzati nell'area del **centro storico** della città **inserita nella Lista** del Patrimonio dell'Umanità stilata dall'Unesco
- Progettare una segnaletica pedonale di direzione (no esecutiva)
- Prevedere una predisposizione tecnologica
- sostituisca ciò che nel tempo è andato stratificandosi.

STUDIO DELLA DESTINAZIONE

- Stratificazione vecchi progetti di segnaletica (censimento Comune)
- Patrimonio urbano: censimento, analisi, gerarchizzazione, scelta)
- Coordinamento con altri progetti e regolamenti di arredo urbano
- Studio dei flussi, degli accessi, dei nodi decisionali
- Definizione percorsi turistici



Caso studio Napoli. Il progetto complessivo (2/2)

STUDIO DEL SISTEMA SEGNALETICO (INFO-MON. E PEDONALE)

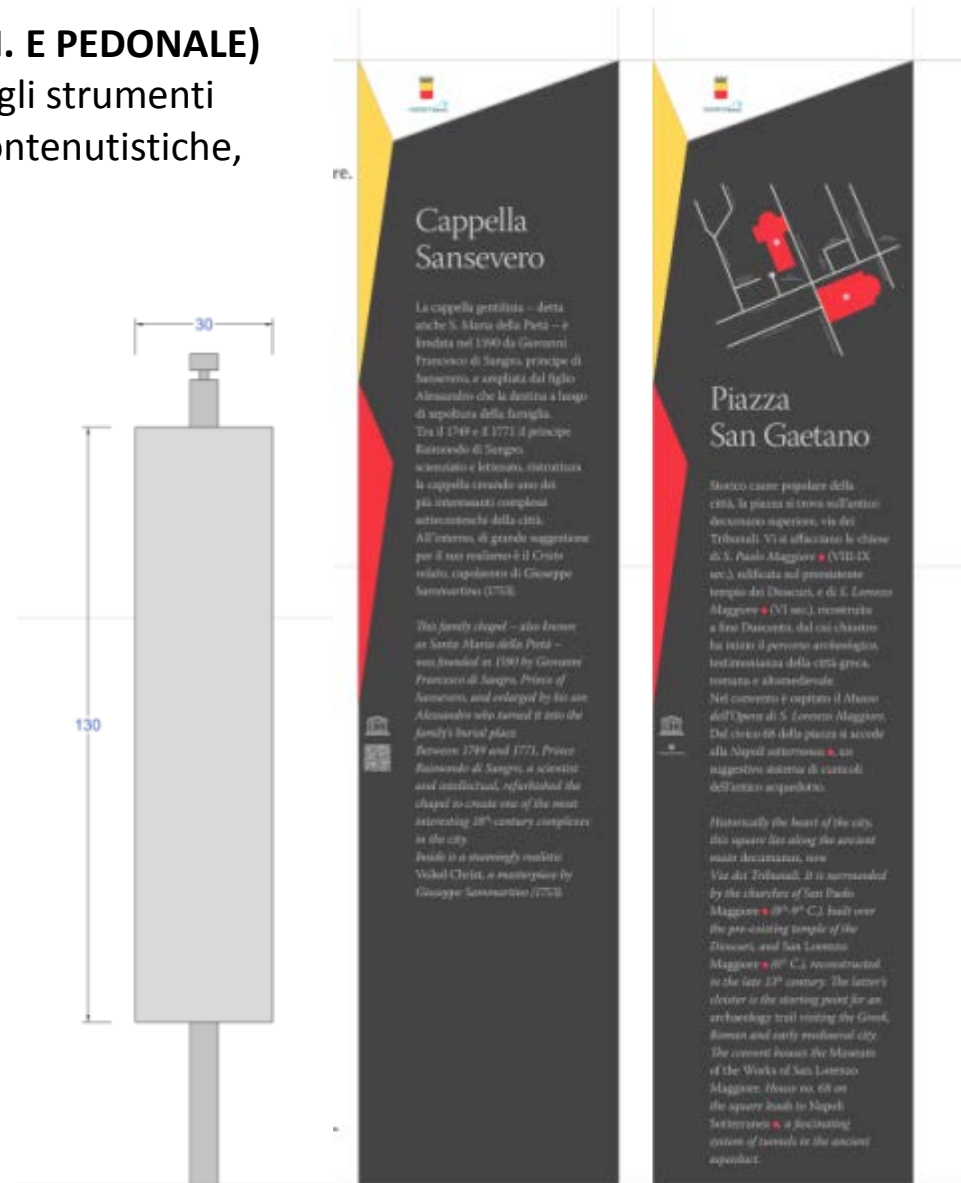
- Traduzione degli elementi di analisi (scelta degli strumenti e degli elementi strutturali, scelte grafiche, contenutistiche, def lingue)
- Coordinamento con Sovrintendenza
- Realizzazione esecutivi grafici (solo totem info-monumentali)

STUDIO DI IMPATTO

- Inserimenti dei manufatti nel contesto urbano,

SCHEDA DI SINTESI DEGLI STRUMENTI PROGETTATI

- 30 totem
- Totem per risorsa singola (solo testuali)
- Totem di contesto con mappa
- Totem di contesto senza mappa
- Segnaletica pedonale
- Definizione 4 percorsi di visita



Caso studio Napoli. Segnaletica direzionale

*Installazione su palo di moduli singoli
indipendenti e componibili*

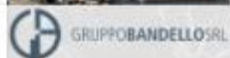


Installazione a parete di una targa





PIAZZA SAN GAETANO



GRUPPOBANDELLO SRL



RENDERING



RENDERING



Piazza San Gaetano

Storico cuore popolare della città, la piazza si trova nell'antico decumano superiore, via dei Tribunali. Vi si affacciano le chiese di S. Paolo Maggiore e (VIII-IX sec.), edificata sul preesistente tempio dei Dioscuri, e di S. Lorenzo Maggiore e (VI sec.), ricostruita a fine Duecento, dal cui chiostro ha inizio il percorso archeologico, testimonianza della città greca, romana e altomedievale.

Nel convento è ospitato il Museo dell'Opera di S. Lorenzo Maggiore. Dal croce 66 della piazza si accede alla Napoli sotterranea, un suggestivo sistema di cunicoli dell'antico acquedotto.

Historically the heart of the city, this square lies along the ancient main decumanus, now Via dei Tribunali. It is surrounded by the churches of San Paolo Maggiore e (VIII-IX C.), built over the pre-existing temple of the Dioscuri, and San Lorenzo Maggiore e (VI C.), reconstructed in the late 13th century. The latter's cloister is the starting point for an archaeology trail visiting the Greek, Roman and early medieval city. The convent houses the Museum of the Works of San Lorenzo Maggiore. House no. 66 on the square leads to Napoli Sotterranea, a fascinating system of tunnels in the ancient aqueduct.

GRAFICA



SANTA CHIARA



GRUPPOBANDELLOSRL



RENDERING



RENDERING



Santa Chiara

Il complesso, che sorge per volontà di Roberto d'Angi e della moglie Sancia, comprende basilica, monastero, chiostro e Museo dell'Opera. La chiesa è edificata nel 1310 da Gagliardo Primario in forme gotico-provenzali all'interno il cui stile Alonaco, di Leonardo di Vito, conserva affreschi di Giotto. Il sito è trasformato nel settecento da Domenico Antonio Vaccaro che ripropone la chiesa in forma barocca, poi "cancellata" dai restauri postbellici, su l'originario chiostro delle Clarisse in stile Rococo con maioliche policrome.

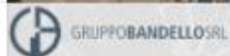
Built by Robert of Anjou and his wife Sancia, this complex comprises a basilica, a monastery, cloister and a Museum of the Works. The church was constructed in Provençal Gothic style by Gagliardo Primario in 1310. Inside, the Nave's choir by Leonardo di Vito preserves frescoes by Giotto. The whole was altered in the 18th century by Domenico Antonio Vaccaro, who restructured the church in baroque style (work subsequently "removed" by post-war restoration) and the original cloister of the Clarisses in Rococo style with polychrome majolica tiles.



GRAFICA



PIAZZA SAN DOMENICO MAGGIORE



GRUPPO BANELLO SRL



RENDERING



RENDERING



Piazza San Domenico Maggiore

Realizzata da Alfonso I d'Aragona nel XV sec., la piazza è uno dei principali ritorni del centro storico e dà risalto al complesso di S. Domenico Maggiore, edificato tra il 1284 e il 1324 da Carlo II. All'interno si trovano affreschi con le storie di S. Andrea, di S. Pietro, della Madonna e di S. Giovanni evangelista e il soffitto del Crocifisso. Al centro della piazza la guglia di S. Domenico, un ex voto per la peste che colpì Napoli nel 1656; ai lati sorgono i palazzi Saluzzo di Corigliano (XVI sec.), di S. Angelo (XVI sec.) e Petrucci (XV sec.).

Created by Alfonso I of Aragon in the 15th century, this square is one of the old city centre's most popular rendezvous and showcases the complex of San Domenico Maggiore, constructed between 1284 and 1324 by Charles II. Inside are frescoes depicting Stories of St. Andrew, St. Peter, Mary Magdalene and St. John the Evangelist and the chapel of the Crucifix. In the centre of the square is the spire of San Domenico, an ex voto following the plague that struck Naples in 1656. Surrounding it are Palazzo Saluzzo di Corigliano (16th C.), Palazzo di S. Angelo (16th C.) and Palazzo Petrucci (15th C.).

GRAFICA

Caso studio Napoli. Il progetto dei contenuti

Predisposizione – sulla base dell'ampio patrimonio informativo Touring – dei **contenuti editoriali** in italiano e inglese, muovendo da alcuni principi base:

- **approccio divulgativo** alla redazione dei testi per renderli fruibili al maggior numero possibile di turisti. Il pubblico di riferimento è il visitatore medio e non lo storico dell'arte: questo ha significato semplificazione della terminologia, uso del presente storico, periodi lineari ecc.
- **focalizzazione**, oltre che sugli aspetti storico-artistici, anche **su storie, aneddoti e notizie meno note** che possano costituire elemento di interesse per un pubblico più ampio e far cogliere le peculiarità della città, dandone un'immagine meno stereotipata.

Santa Chiara

Il complesso, che sorge per volontà di Roberto d'Angiò e della moglie Sancia, comprende basilica, monastero, chiostri e *Museo dell'Opera*.

La chiesa è edificata nel 1310 da Gagliardo Primario in forme gotico-provenzali: all'interno il coro delle Monache, di Leonardo di Vito, conserva affreschi di Giotto.

Il sito è trasformato nel Settecento da Domenico Antonio Vaccaro che ripensa sia la chiesa in forma barocca, poi "cancellata" dai restauri postbellici, sia l'originario *chiostro delle Clarisse* in stile Rococò con maioliche policrome.

Santa Maria del Carmine

Attestata sin dal XII sec. e rimaneggiata nel Settecento, vanta il campanile più alto della città che sembra incendiarsi per i fuochi d'artificio durante i festeggiamenti della Madonna del Carmine. Tommaso Aniello d'Amalfi, detto Masaniello, tiene nella chiesa la sua ultima arringa (1647) prima di essere ucciso nel vicino convento. Dietro l'altare maggiore c'è la cappella che conserva l'immagine della Madonna Bruna (XIV sec.), cara ai napoletani.

Teatro Antico di Neapolis

Compreso tra le attuali via dell'Anticaglia, decumano superiore della città antica, via San Paolo e vico Giganti, il teatro romano, ancora in gran parte visibile ma inglobato tra edifici più recenti, sorge con ogni probabilità sui resti di quello greco. Poteva ospitare circa 8.000 spettatori e Svetonio narra che Nerone vi si esibì come cantore. Alcune strutture del teatro sono visitabili attraverso i percorsi guidati della Napoli sotterranea, accessibili da piazza San Gaetano.

GRAZIE PER L'ATTENZIONE



PERCHÉ OGNI VIAGGIO
SIA UNA SCOPERTA.
ANCHE DI SE STESSI.
