

Tourism Design

Direttore responsabile | Managing Director
Tonino Paris

Direttore | Director
Carlo Martino

Coordinamento scientifico | Scientific Coordination Committee
Osservatorio scientifico sul Design del Dipartimento DATA: Design, Tecnologia dell'Architettura, Territorio e Ambiente.
Sapienza Università di Roma

Redazione | Editorial Staff

Luca Bradini
Nicoletta Cardano
Ivo Caruso
Paolo Ciacci
Emanuele Cucuzza
Renato De Chiara
Carlo Inglese
Antonio Las Casas
Sara Palumbo
Filippo Pernisco
Felice Ragazzo
Clara Tosi Pamphili
Monica Scanu
Laura Tornese
Graziano Mario Valenti

Segreteria di redazione | Editorial Headquarter

Via Flaminia 70-72, 00196 Roma
tel/fax +39 06 49919016/15
info@disegnoindustriale.net

Traduzione | Translations
Claudia Vettore

Progetto grafico | Graphic design
Roberta Sacco

Impaginazione | Production
Sara Palumbo

Editore | Publisher
Rdesignpress

Via Angelo Brunetti 42, 00186 Roma
tel/fax +39 06 3225362
e-mail: info@disegnoindustriale.net

Distribuzione librerie | Distribution through bookstores
Joo distribution – Milano

Distribuzione estero | Distribution for other countries
S.i.e.s. srl – Milano
20092 Cinisello Balsamo (MI), via Bettola 18
tel. 02 66030400 – fax 02 66030269
www.siesnet.it e-mail sies@siesnet.it

Stampa | Printing
Tipografia Ceccarelli, Grotte di Castro - VT

**DESIGN FOR
MADE IN ITALY**
sistema design nelle imprese di Roma e del Lazio n°9_2010

allegato alla rivista

diid disegno industriale industrial design
Rivista bimestrale di formazione e ricerca
Bimonthly magazine of training and research

Registrazione presso il tribunale di Roma 86/2002 del 6 marzo 2002
ISSN: 1594-8528

- 04 _ 11 Topic_Tourism Design**
Alla ricerca di nuove visioni | *Wanted: new visions_Tonino Paris*
Design come antidoto al disordine | *Design as an antidote for disorder_Carlo Martino*
- Turismo e Beni culturali, risorsa e capitale per lo sviluppo | *Tourism and cultural heritage: a resource and asset for development_Gianluca Lo Presti*
- 12 _ 35 Designer**
Lorenzo Bellini e Matteo Clemente
Roma è al servizio del turismo? | *Does Rome serve tourism?_Emanuele Cucuzza*
- Essenziali fantasie: la grafica di Giuliano Vittori | *Essential imagination: the work of Giuliano Vittori_Nicoletta Cardano*
- Progettare per la cultura | *Designing for culture_Filippo Pernisco*
- Designer_index**
- 36 _ 43 International Focus**
Seoul World Design Capital 2010
Design, turismo e qualità della vita | *Design, tourism and quality of life_Monica Scanu*
- 44 _ 61 Factory**
PiroFantasy Feste di piazza, digitali. L'innovazione a supporto dello spettacolo pirotecnico | *Digital street parties. Innovation supporting pyrotechnic displays_Luca Bradini*
- Opera Citata** Citare l'opera, quando la storia fa il design | *Citing works: design created by history_Felice Ragazzo*
- Turismo e Beni Culturali tra passato e futuro | *Tourism and Cultural Heritage between past and future_Andrea Granelli*
- Factory_index**
- 62 _ 71 Innovation & Tradition**
Cultural Experience Design: progettare l'esperienza dell'utente nella fruizione di beni culturali | *Cultural Experience Design: planning the experiences of users of cultural heritage_Carlo Maria Medaglia, Massimiliano Dibitonto, Amedeo Perrone*
- La Tradizione Geografica Nazionale | *The National Geographic Tradition_Carlo Inglese*

Topic_Tourism Design

Alla ricerca di nuove visioni | *Wanted: new visions*

Tonino Paris

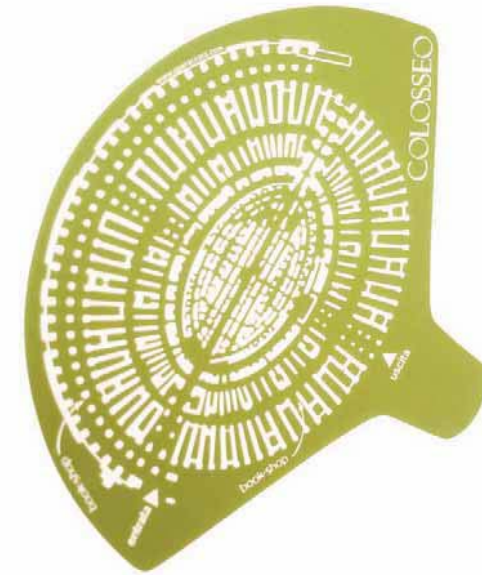
Volutamente in questo numero abbiamo giocato sulla sovrapposizione tra due ambiti di applicazione del design: il turismo e i beni culturali, di cui si dibatte molto in questi ultimi anni. Ognuno avrebbe potuto essere oggetto di un numero specifico, e quindi essere letto separatamente, con trattazioni più articolate e approfondite. Ma nel Lazio, in cui la maggiore attrazione turistica è data proprio dai beni artistici e ambientali, la separazione avrebbe avuto poco senso. Il risultato potrà apparire disordinato rispetto ai numeri precedenti, ma questa differenza riflette, di fatto, un nodo problematico a cui la sperimentazione nel design dovrebbe cercare di dare soluzione, e cioè che l'esperienza complessiva del turista deve essere letta, compresa e risolta nella sua interezza, e non affrontando separatamente le singole necessità. Si avverte il bisogno di un "progetto strategico" di design per il turismo, di più ampio respiro, capace di coinvolgere i diversi sottosistemi: l'ospitalità, i beni culturali e ambientali, le tecnologie d'informazione e di comunicazione, ICT. Un progetto che potrebbe essere attuato solo se i diversi rappresentanti dei sottosistemi fossero guidati da obiettivi politici e culturali comuni, si riconoscessero in un soggetto *super partes* e fossero capaci di esprimere un fabbisogno progettuale chiaro e forte. Nella speranza che ciò possa un giorno avvenire, la ricerca nel design, come dimostriamo con le testimonianze raccolte nel numero, può continuare a simulare nuove visioni, e a sperimentare nuovi scenari.



In this issue, we intentionally played on the overlap between two areas in which design is applied: tourism and our cultural heritage, a subject of much debate in recent years. Either of these could have been the subject of its own issue, and therefore be discussed separately, with greater in-depth and extensive treatment. However, it would not be logical to separate the two in the Lazio region, where our cultural heritage is our greatest tourist attraction.

The result may seem a bit messy with respect to previous issues. However, this difference reflects a problematic area in which experimentation in design should seek to provide a solution; that is that tourists' overall experience must be read, understood and resolved in its entirety, and not by dealing with each individual need separately. There is a need for a 'strategic project' in tourism design, one that is broader and involves various subsystems: hospitality, cultural and natural heritage, and information and communication technologies. This type of project can be undertaken only if the representatives of the various subsystems are guided by shared political and cultural objectives, if they see themselves in a super partes subject, and are able to express a clear and strong need for design.

In the hopes that this will come about someday, research and design, as we show with the stories told in this issue, will continue to simulate new visions and experiment with new scenarios.



Carlo Martino

Design come antidoto al disordine | *Design as an antidote for disorder*

C'è chi attribuisce all'Italia lo status di superpotenza dei Beni Culturali, così com'è innegabile l'assegnazione di un primato analogo per il Design. Il primo status ne fa uno dei massimi attrattori turistici al mondo, il secondo, una voce importante nel bilancio delle esportazioni.

Entrambi incidono fortemente sull'economia del paese, ma è possibile sostenere che anche se connessi da un forte legame "culturale" e da una lunga tradizione, questi due mondi raramente hanno avuto punti di contatto.

Solo negli ultimi anni, le sperimentazioni nell'ambito del design, ampliate alla "Cultural Experience", hanno coinvolto il mondo dei beni culturali e il turismo ad essi associato. Si è compreso, come affermano Andrea Granelli e Monica Scanu nel volume "(re) design del territorio", che intorno ai beni culturali esiste e può espandersi un sistema d'impresa e di prodotti, ad altissimo contenuto tecnologico, in cui il design ha un ruolo centrale e strategico.

Fare design per il Turismo e per i Beni culturali significa, infatti, applicare gli strumenti del progetto e la creatività a un'infinità di situazioni materiali e immateriali, spesso molto lontane tra loro, ma indubbiamente indispensabili. Significa pensare per esempio, ai luoghi dell'ospitalità del turista, e quindi a hotel, resort e Spa, piuttosto che

Guide del design, Roma, Palermo, Venezia. Rdesignpress. | *Pocket Design guidebook, Rome, Palermo, Venice. Rdesignpress.*

Ventaglio Colosseo in polipropilene con pianta dell'Anfiteatro Flavio. "Sangue e Arena" mostra al Colosseo - Roma 2001-02. Opera Citata per Mondadori Electa. | *Colosseum Fan in polypropylene with design of the Colosseum. "Sangue e Arena" exhibition at Colosseum - Rome 2001-02. Opera Citata for Mondadori Electa.* Ph: Marco Blasi.



Wallpaper* City Guide, più di 80 guide turistiche, Phaidon. | Wallpaper* City Guide, over of 80 touristic guides, Phaidon.

Applicazione I-Phone | I-Phone App Store.



a spazi per l'intrattenimento; significa pensare all'accessibilità – anche molto allargata – ai luoghi di pregio e ai beni culturali; significa lavorare alla loro tutela e valorizzazione – si pensi al tema del lighting design; significa orientare i turisti in itinerari geografici, cronologici o tematici; significa dare identità e quindi riconoscibilità visiva a sistemi museali, istituzioni culturali e musei; significa di fatto lavorare sull'intera esperienza del turista o del fruitore dei beni culturali.

Per cui si passa dal progetto fisico di spazi, attrezzature e dispositivi, a quello immateriale della percezione visiva o della comunicazione attraverso la grafica e la multimedialità.

Su tutto l'universo progettuale del design per il Turismo e per i Beni Culturali regna oggi però un grande disordine. Pochi sono gli esempi colti e le sperimentazioni degne di nota, ma proprio nel Lazio, territorio con un rilevante patrimonio artistico, architettonico e naturalistico, si sono compiute e si stanno sviluppando importanti ricerche fortemente orientate al design.

Tali ricerche trovano applicazione in situazioni consolidate, come nel campo della

Merodesign, 4x4, Cornice personalizzabile, merchandising per Musei in Comune | Merodesign, 4x4, Customizable picture frame, merchandising for Musei in Comune.

Merodesign, Tempus Fugit, orologio immobile, merchandising per Musei in Comune | Merodesign, Tempus Fugit, unchanging clock, merchandising for Musei in Comune.

progettazione di alberghi, o di ausili per l'accessibilità a siti archeologici e a monumenti, ma anche nella comunicazione visiva di beni ed eventi culturali, o nell'esposizione dello stesso prodotto "turismo".

Ancora si riferiscono a imprese, che con un approccio estremamente colto, fanno del gadget e del souvenir un ambito di studio e di applicazione di nuovi materiali e di tecniche artigianali, o ad altre che nell'antica tradizione dei giochi pirici, in una logica orientata agli effetti speciali, integrano il mondo dell'elettronica e del digitale.

Quest'ultimo, giocando proprio sul tema dell'interfaccia e sull'interazione, è invece al centro dell'attenzione di ricercatori che proprio nel campo della fruizione dei beni culturali e del turismo trovano un ampio campo di sperimentazione.

Non mancano, infine, le testimonianze dal passato, in cui mappe e cartine tematiche, raccolte nei numerosi fondi dell'Istituto Geografico Italiano, raccontano la storia della rappresentazione del mondo attraverso il disegno. Esperienze apparentemente slegate, ma che a partire da questa indagine, possono costituire l'embrione di un sistema in cui la "cultura del progetto" ha ancora molto da dire e da fare.



Crumpled City™, mappe turistiche soffici.
 Design: Emanuele Pizzolorusso
 Quante volte siete diventati matti cercando di piegare una mappa lungo le linee della piegatura originaria?
 Quante volte avete avuto la tentazione di farne una palla e metterla in tasca o in borsa?
 Ecco la mappa che avresti sempre voluto: soffice, ultraleggera, bella, disponibile ad essere maltrattata. Davvero indistruttibile.
 Grazie alla grafica originale, ogni mappa permette di orientarsi con facilità nella città visitata. La mappa è arricchita da un indice dei Monumenti, Musei e Gallerie d'Arte, Palazzi, Historical Places e Parchi facilmente rintracciabili sulla mappa.
 Ma c'è qualcosa di più: una lista inedita dei Soulsights della città. Ogni mappa propone infatti 10 SoulSights, luoghi ad alta intensità emotiva che continuano a vivere grazie a chi li attraversa e a chi ci sosta.
 Sono luoghi scelti per farti emozionare, sognare, sentirti nuovi.

Italy is called a Cultural Heritage superpower by some, and it is certainly also worthy of the title when it comes to Design. The former makes it one of the biggest tourist destinations in the world, while the latter accounts for a significant amount of the country's exports. Both play an important part in Italy's economy, but despite the strong 'cultural' connection and longstanding tradition it would be fair to say that there has rarely been contact between the two worlds.

Only in recent years have design experiments been expanded to 'Cultural Experiences' and taken in the world of cultural heritage, together with the associated tourism. As stated by Andrea Granelli and Monica Scanu in '(Re)design del Territorio' ['(Re) designing the land'], people have begun to realize that there is an extremely high-tech system of companies and products based around cultural heritage, with plenty of potential for expansion.

Within it, design plays a central, strategic role. Designing for Tourism and Cultural Heritage means using creativity and the tools of the sector in an endless range of material and immaterial situations which are often far apart from each other but undeniably indispensable. It means, for example, thinking about places for accommodating tourists such as hotels, resorts and spas, not to mention entertainment venues.

It means thinking about accessibility – also on a very broad scale – to important places and sites of cultural interest. It means working to protect them and emphasize their value using approaches such as lighting design. It means guiding tourists in geographical, chronological or themed itineraries. It means giving an identity – and therefore visual recognizability – to museum systems, cultural institutions and museums. In effect, it means working on the entire experience of tourists or visitors to cultural sites.



Crumpled City™, soft touristic map.
 Design: Emanuele Pizzolorusso
 How many times have you driven yourself mad trying to fold a map along the original creases?
 How many times have you been tempted to screw it into a ball and stuff it in your pocket or bag?
 Here is the map you've always wanted: it is soft, extra-light, beautiful to look at and doesn't mind being ill-treated. It is truly indestructible.
 Thanks to the original graphics, each map makes it possible to easily find your way around the city you are visiting.
 The map also has an index of all the Monuments, Museums, art Galleries, Buildings, Historical Places and Parks that can be easily found on the map.
 But there's more, an original list of the city's Soulsights.
 Each map proposes 10 "SoulSights", places that are chosen to excite you.
 These are places filled with intense emotions that are brought to life by the people passing through or stopping off in them.

As a result, it takes in both the physical design of spaces, equipment and devices, and immaterial projects for visual perception or communication through graphics and multimedia systems.

However, there is currently a great deal of disorder throughout the Tourism and Cultural Heritage Design scene. There are few sophisticated examples and noteworthy experiments, but in Lazio – an area with significant artistic, architectural and natural heritage – some important research with a strong emphasis on design has taken place and is continuing to be developed.

This research has found practical uses in well established situations – such as designing hotels or assisted access systems for archaeological sites and monuments – as well as in visual promotion for cultural heritage and events, and in the presentation of the 'tourist products' themselves.

Some of the companies involved have an extremely refined approach and make gadgets and souvenirs the focus of studies in which they utilize new materials and skilled craftsmanship. Others introduce electronics and digital technology into the ancient tradition of firework displays to create special effects.

Electronics and digital technology are also at the heart of research into interfaces and interaction. There is plenty of scope for experimentation in the field of cultural site visits and tourism.

Finally, there is a wonderful legacy from the past in the themed maps and plans from the Istituto Geografico Italiano's numerous collections, which tell the story of depicting the world through pictures.

This study can be the point of departure for a process in which these seemingly unrelated experiences can form the kernel of a system in which the 'design culture' still has a lot to say and do.