



S A A D

Scuola di Ateneo  
Architettura e Design "Eduardo Vittoria"  
Università di Camerino

**Università degli Studi di Camerino**  
**Scuola di Architettura e Design "Eduardo Vittoria"**  
**Corso di laurea in Disegno Industriale e Ambientale**

# **PROGETTO DI IDENTITÀ VISIVA PER LA VALORIZZAZIONE DELLE DIMORE STORICHE: BORGO SEGHETTI PANICHI**

**Candidato: AMEDEO FRANCESCANGELI**

**Studente:**  
**Amedeo Francescangeli**

**Università degli studi di Camerino**  
**Scuola di Architettura e Design Eduardo Vittoria- Ascoli Piceno**  
**Corso di Laurea in Disegno Industriale e Ambientale**

**Prof. Nicolò Sardo**

*“Ai miei genitori, a mia sorella e alla mia famiglia tutta, grazie ai quali sono la persona che sono e ai quali posso dire solo un sincero grazie”*

# INDICE

## Introduzione

### 1. LE DIMORE STORICHE

Che cosa sono le dimore storiche

1.1 Tipologie di dimore storiche

1.2 Le dimore storiche in Europa

1.3 Le dimore storiche in Italia

1.4 Le dimore storiche nelle Marche

1.5 Le dimore storiche nel Piceno

1.6 Borgo Seghetti Panichi

### 2. IL TURISMO NELLE DIMORE STORICHE

2.1 Il turismo culturale in Italia

2.2 Il turismo culturale nelle Marche

2.3 Target e clientela interessata

2.4 Come avvicinare la clientela alle dimore storiche: quali strategie?

### 3. PROGETTO GRAFICO

3.1 La dimora Storica Seghetti Panichi

3.2 Identità visiva

3.3 Artefatti

### 4. DIARIO DI BORDO DI UN'ESPERIENZA

4.1 La Webeing.net

### 5. CONCLUSIONI





# INTRODUZIONE

Il patrimonio culturale italiano è enorme, ma molti beni sono ancora sconosciuti dato il loro numero elevato.

Le dimore storiche sono ritenute una categoria di beni minori, talvolta poco considerate per il loro carattere privato eppure si tratta di valutare questo grande patrimonio italiano in quanto testimonianza storica e culturale presente sul territorio in maniera diffusa.

Con il presente lavoro si vuole prendere in esame la dimora storica come tipologia di bene culturale che esalta il saper vivere italiano; essa costituisce un valore perché proprietà di una famiglia che nel tempo l'ha salvaguardata e custodita.

Le dimore storiche o residenze d'epoca, sono spesso collocate in centri minori o in aree rurali; esse sono proposte come luoghi di soggiorno o centri congresso, spesso su iniziativa dei proprietari, sono luoghi piuttosto esclusivi e destinati a una piccola fetta di mercato.

Le dimore storiche sono luoghi che contribuiscono a valorizzare il patrimonio artistico e culturale italiano, sono un prodotto molto particolare in cui il visitatore può entrare in contatto con i proprietari ed essere partecipe della loro storia.

Prima degli anni '90 il fenomeno riguarda alcuni hotel in Italia, mentre all'estero è già conosciuto e riguarda le Manor Houses<sup>1</sup> in Gran Bretagna, in Irlanda o in Francia.

<sup>1</sup> Un maniero (*in inglese manor house*) o maniero fortificato (*country house*), Wera storicamente il centro amministrativo di una manor (vedi corte), la più piccola unità territoriale organizzata del sistema feudale in Europa. La differenza principale tra il maniero ed il castello sta nelle dimensioni più ridotte del primo e nel fatto che in esso le fortificazioni sono meno importanti.

# 1. LE DIMORE STORICHE

## Che cosa sono le dimore storiche

Sono considerate dimore storiche quegli immobili di pregio e di interesse culturale, storico e antropologico quali ville, castelli, alberghi, manieri.

Anche se non vi è una vera e propria definizione, il concetto di dimora storica è presente nelle leggi che tutelano le cose d'interesse culturale.

Si tratta di beni immobili e mobili, che presentano interesse artistico, storico, archeologico o etnografico di vario genere tra cui le ville, i parchi e i giardini.

Alcune leggi garantiscono la possibilità, ai proprietari, di ottenere eventuali agevolazioni ed incentivi per il mantenimento, i restauri e la conservazione delle proprie dimore.

Tali beni possono essere salvaguardati nel loro aspetto e valorizzati nel loro contesto ambientale e culturale.

La preservazione e la gestione di tale patrimonio sono volte al recupero dell'identità locale e regionale e alla diversificazione

dell'offerta, in modo da trasformare le dimore in strumenti di valorizzazione dei territori.

Per raggiungere tale obiettivo i proprietari di queste residenze hanno cominciato a proporre sul mercato le loro abitazioni e, in Italia, viene fondata nel 1977 l'Associazione Dimore Storiche Italiane (ADSI)<sup>2</sup> che ha come fine valorizzare, conservare e gestire il patrimonio delle Residenze d'Epoca.

<sup>2</sup> ADSI, Associazione Dimore Storiche Italiane: nasce a Roma il 4 marzo 1977 sull'esempio di analoghe associazioni di altri paesi europei. Alcuni proprietari di residenze antiche mediante questa associazione vogliono tutelare la memoria del passato per tramandarlo alle generazioni future.

# 1.1 Tipologie di dimore storiche

In Italia ogni regione è ricca di dimore antiche che costituiscono il grande patrimonio storico, artistico e architettonico del Bel Paese perciò il turismo non può non sfruttare tali ricchezze per alimentarsi.

Data la grande vastità delle residenze storiche nel nostro paese si può prendere in esame una tipologia per delinearla e definirla in un preciso contesto ambientale e culturale.

Le tipologie di residenze d'epoca in Italia sono le abbazie, le antiche locande, i casali come pure i borghi medievali, ma anche le cascine e i castelli, le dimore storiche e ancora le masserie, i palazzi storici, le residenze di campagna, i resort e le ville.

Si tratta di luoghi esclusivi dove poter trascorrere soggiorni brevi, dove fare semplici visite o vacanze; hanno in comune l'essere testimonianze d'arte con i loro giardini e location esclusivi.

Tali residenze sono selezionate per offrire un turismo di qualità, possono costituire set per

il cinema, luoghi unici per eventi e matrimoni nonché per congressi e meeting.

L'Associazione Dimore Storiche Italiane propone frequentemente iniziative<sup>3</sup> per contribuire ad aprire e far conoscere ai visitatori italiani e stranieri i beni culturali presenti in ogni regione unitamente ai prodotti enogastronomici; organizza inoltre convegni volti alla promozione di progetti di valorizzazione e recupero dei beni.

<sup>3</sup> Iniziative: Il 21 maggio 2017 l'A.D.S.I. celebra i 40 anni dell'Associazione con un programma in ogni regione dedicato al Tour delle dimore storiche che prevede numerosi eventi quali mostre, concerti, convegni e spettacoli teatrali che coinvolgeranno i visitatori di tutte le età.

# 1.2 Le dimore storiche in Europa

Tutta l'Europa è ricca di dimore storiche di ogni tipologia; si tratta di beni culturali che vanno conservati e valorizzati e per questo occorrono notevoli risorse economiche e politiche.

Nell'Unione Europea tale patrimonio è una ricchezza comune che proviene dalle generazioni precedenti pertanto va condivisa e protetta; esso è diversificato in base alla storia locale, ma nell'insieme rappresenta la storia dell'Europa e dà un senso di appartenenza ai cittadini dell'UE.

Il patrimonio europeo riguardante le dimore storiche solo recentemente è stato oggetto di ricerca perciò non si hanno cifre precise riguardo la sua entità.

Esso però contribuisce a creare lavoro perciò rendimento mediante un turismo dedicato che sta aumentando in modo considerevole. Negli anni, da una forma di protezione e di isolamento di tali beni, con l'avvento dell'era digitale, si sono aperti nuovi orizzonti, per-

tanto anche ciò che si trova nelle zone rurali può essere considerevolmente valorizzato anche in senso economico.

Nel 1963 a Parigi è stata fondata l'Associazione Europa Nostra, da un gruppo di associazioni guidate da Italia Nostra<sup>4</sup>.

Essa si impegna a livello europeo per la conservazione dei beni culturali insieme all'European Historic Houses<sup>5</sup>. L'impegno di tutte le Associazioni che si occupano di beni culturali ha portato l'Unione Europea a stilare un documento "Verso un approccio integrato al Patrimonio Culturale Europeo" che tra l'altro invita tutte le parti interessate a coordinarsi con i settori pubblici al fine di valorizzare e sviluppare un approccio più integrato alla conservazione e valorizzazione del patrimonio culturale europeo.

Europa Nostra si muove con un progetto finanziato dall'UE, che si propone di provare che il patrimonio culturale offre un apporto indispensabile nell'ambito di Europa 2020<sup>6</sup>.

<sup>4</sup> Italia Nostra: *ONLUS è un'associazione di salvaguardia dei beni culturali, artistici e naturali. Nata a Roma nel 1955 e riconosciuta con decreto presidenziale nel 1958, è una delle più antiche associazioni ambientaliste italiane. Ha sede in Viale Liegi 33, nel quartiere dei Parioli di Roma.*

<sup>5</sup> European Historic Houses: *è un'organizzazione no-profit che rappresenta gli interessi delle dimore storiche di proprietà privata dell'Europa, alle istituzioni europee. Si dedica alla conservazione del patrimonio artistico e architettonico europeo e dei giardini: 50.000 castelli in tutta Europa, che sono il 35% del patrimonio storico europeo. L.A.D.S.I., ne fa parte.*

A tale fine esistono fondi strutturali e d'investimento europei (fondi SIE), che servono per finanziare il recupero di beni specie a livello locale e regionale.

Per salvaguardare e valorizzare il patrimonio culturale Europeo al giorno d'oggi però occorre modernizzare il settore, coinvolgere una clientela più ampia, anche giovanile, sfruttando le potenzialità del web.

La tecnologia dà modo di digitalizzare i materiali che possono così essere utilizzati per dare vita ad esperienze diversificate per i visitatori; ne sono un esempio: i documentari, le applicazioni, i giochi, i musei interattivi, le visite guidate virtuali e quant'altro.

Tutto ciò che è collegato a queste attività contribuisce a riqualificare i territori e incentiva la creazione di posti di lavoro, l'istruzione dei giovani e forme di volontariato.

<sup>6</sup> Europa 2020: è una strategia decennale proposta dalla commissione europea nel 2010. Si basa su una visione di crescita intelligente, sostenibile e solidale.

# 1.3 Le dimore storiche in Italia

I beni culturali di cui l'Italia è ricca si vanno potenziando e sviluppando anche alla luce di quanto stabilito a livello europeo.

L'Italia è ricca di castelli, residenze di campagna, ville, palazzi nobiliari, antichi conventi, masserie e cascine; tutto ciò è distribuito nelle regioni in modo diffuso, dentro contesti di verde, nei centri storici o ancora nei borghi.

Le dimore d'epoca appartengono a famiglie importanti o nobili; le prime ville di campagna sono del Rinascimento (tra il XIV e il XVI secolo) quando sia in Toscana che nel Veneto, ma anche a Roma nasce una nuova idea di vacanza.

Al giorno d'oggi molti proprietari di queste dimore decidono di riservare una parte della propria abitazione a un turismo non di massa; qui l'atmosfera del luogo è essenziale. Tali abitazioni hanno sempre arredamenti pregevoli, opere d'arte e complementi d'arredo di valore, in grado di offrire un'accoglienza e una disponibilità che possono rendere la vacanza ricer-

cata, piacevole e anche a prezzi accessibili.

Un esempio molto interessante è dato dalle "Ville Venete" che sono un enorme patrimonio storico, artistico e culturale noto ovunque: se ne contano oggi più di quattromila.

La villa veneta è un simbolo del Veneto e costituisce un grande valore per la regione; è una testimonianza importante del territorio attraverso cui è possibile capire meglio la mentalità, la cultura e le tradizioni.

Essa è perfettamente inserita nel paesaggio che ne costituisce la cornice ideale.

La villa veneta si diffonde a partire dal 1400 per raggiungere il suo culmine nel 1700.

Dalla Repubblica di Venezia cominciano a spostarsi nell'entroterra nobili che s'insediano nei castelli già esistenti e vi apportano modifiche, oppure fanno costruire case di campagna con terreni, vicino ai fiumi.

Pian piano l'ambiente viene trasformato con modifiche alle abitazioni come la costruzione di porticati ai piani terreni e di logge ai piani

superiori o con la creazione di giardini.

Un cambiamento importante avviene nel 1500 quando famosi architetti, danno alle ville venete una struttura precisa: facciate affrescate, grandi saloni al centro, pareti decorate; il tutto in armonia con il paesaggio.

Nel XVII secolo la villa, da centro agricolo diventa un luogo di lusso e di gran moda per villeggiature e feste; dopo questo periodo comincia la sua decadenza.



# 1.4 Le dimore storiche nelle Marche

Nelle Marche, da sempre zona di confine si contano un gran numero di castelli, rocche, fortezze, case-torri e torri, tutte opere che hanno resistito alle guerre e al passare del tempo.

Si trovano di solito sulle colline o nelle città, fanno parte del paesaggio e costituiscono una grande attrattiva per i turisti. Al giorno d'oggi vengono restaurati allo scopo di valorizzarli.

Dopo la caduta dell'Impero Romano d'Occidente inizia dal 476 d.C. il periodo delle invasioni barbariche che crea una situazione di insicurezza e blocca le attività commerciali e le comunicazioni che il sistema stradale dell'Impero Romano garantisce, perciò cominciano a sorgere le strutture fortificate a scopo difensivo.

Nel X secolo inizia l'incastellamento vero e proprio nelle città per controllare le rivolte degli abitanti.

Tra XI e XIV secolo vengono edificati castelli a presidio del territorio, inizialmente di ori-

gine rurale e successivamente con alte mura, porte e torrioni, per resistere ad eventuali attacchi nemici. Scendendo verso Jesi troviamo i 16 castelli del Verdicchio; attorno a questi e a tutti gli altri castelli si sviluppano nuclei abitativi rurali: i borghi.

I borghi sono dei centri abitati di grandezza media e di una certa importanza, caratterizzati da un'economia prevalentemente commerciale e con una periferia a carattere agricolo, oppure un'espansione della città al di fuori della cerchia delle mura.

Nel corso dei secoli molti di essi vengono ristrutturati e diventano residenze di famiglie nobili.

Il territorio marchigiano è ricco di borghi rurali, in particolare la zona sud delle Marche è caratterizzata dalle dimore storiche che oggi vengono utilizzate come luoghi di soggiorno e di visite guidate.

# 1.5 Le dimore storiche nel Piceno

Nel territorio Piceno vi sono numerose testimonianze di rocche, fortezze, case-torri, torri, castelli e dimore storiche.

Molte di queste strutture, nel corso del tempo, sono state rinnovate, ristrutturare o completamente ricostruite e fanno parte integrante del paesaggio.

Esse vengono salvaguardate quali beni che costituiscono un patrimonio culturale di inestimabile valore e che facevano parte dell'antico e potente Stato di Ascoli<sup>7</sup>.

Tali complessi architettonici hanno subito numerose stratificazioni nel tempo.

Il Piceno possiede una rete di strutture difensive legate all'organizzazione sociale nelle varie epoche.

Tra VII e il IX secolo sono edificate fortificazioni per controllare le coste e difendersi dagli assalti saraceni.

Successivamente all'anno Mille sorgono i centri urbani dai monti Sibillini fino al mar Adriatico; questi sono protetti da mura e le fa-

miglie nobili, all'interno, costruiscono le torri di famiglia, simboli di potere e di controllo.

Con l'avvento dei Comuni il territorio Piceno si può distinguere secondo due confini quello del mar Adriatico e quello del Tronto e del Castellano: in queste zone vengono edificati numerosi castelli.

Nel corso dei secoli molte di queste costruzioni sono scomparse sia per le guerre sia per il deterioramento nel tempo.

Possiamo segnalare solo alcuni altri esempi significativi quali: la Rocca di Arquata del Tronto che ha origine nel 1200 che si può osservare dalla via Salaria; mentre nei pressi di Acquasanta Terme, di rilievo, è la fortezza medievale di Castel di Luco del XV secolo.

Quelli sopra citati sono solo alcuni esempi di rilievo, ma il territorio Piceno è pieno di questi borghi e tra questi vogliamo prendere in considerazione Borgo Storico Seghetti Panichi per valorizzarne le potenzialità sul fronte turistico culturale.

<sup>7</sup> Stato di Ascoli: *Le rocche i castelli che formano lo scacchiere confinario sono controllate da ispettori del Comune e successivamente della Signorie (XIV- XVI).*

# 1.6 Borgo Seghetti Panichi

Sin dal Medioevo, si ritiene che la Dimora fungesse da fortilizio militare difensivo, se ne hanno notizie dal 1300 circa anche se si ipotizza che fosse feudo degli Odoardi<sup>8</sup> già intorno al 1000, probabilmente con intorno case sparse.

Questa rocca difensiva ha lo scopo di frenare le rivolte nelle campagne ed è un punto di riferimento durante alcune guerre vere e proprie.

Alcuni documenti notarili del XV e XVI secolo dicono che l'antica fortificazione si trova nel territorio dove scorre il torrente Lama, esso fa parte, dopo il 1300, delle proprietà ecclesiastiche.

Il vescovo di Ascoli nel 1610 cede in enfiteusi<sup>9</sup> agli Odoardi una grande estensione di terreni della Lama dove ci sono anche mura diroccate.

Gli Odoardi costruiscono Villa Seghetti Panichi nel 1743 sulle fondamenta dell'antico castello e ciò appare vero poiché nel semin-

terrato ci sono tracce visibili: pare che questa rocca avesse forma quadrata con una torre di guardia rotonda e intorno una cinta di mura; vi sono passaggi sotterranei forse per i soldati. Secondo Sebastiano Andreantonelli, gli antenati degli Odoardi sono padroni del Castello della Lama... presentemente possiedono... un sontuoso palazzo e chiesa...

È alla fine del 1600 che l'architettura della Dimora viene modificata con l'aggiunta del corpo di facciata, con il cambiamento della scalinata principale e con la creazione della maestosa galleria d'ingresso.

L'oratorio gentilizio, dedicato a San Pancrazio, costruito tra il 1580 e il 1620, è ornato da un altare con colonne in travertino e ospita un ciclo di affreschi della scuola di Biagio Miniera.

Nel 1749 gli Odoardi ottengono la concessione del Marchesato attraverso il Governatore Pontificio di Ascoli per il territorio della Lama con l'annessa tenuta; la Villa è un com-

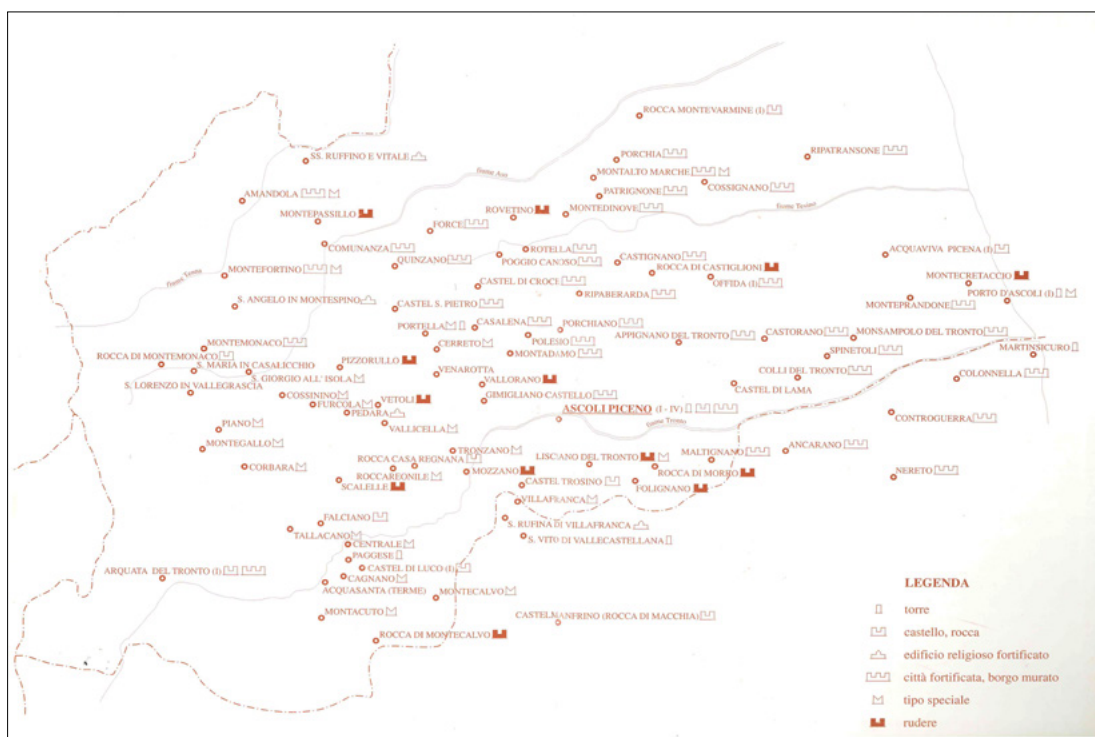
<sup>8</sup> Odoardi: *la famiglia Odoardi de' Catilini pare discenda dai nobili Catilini romani giunti ad Ascoli anticamente. Si tratta di una nobiltà testimoniata dagli stemmi Gentilizi e da molte iscrizioni. Il loro feudo principale è quello di Castel di Lama.*

<sup>9</sup> Enfiteusi: *è un diritto reale di godimento su un fondo di proprietà altrui, urbano o rustico; secondo il quale il titolare (enfiteuta) ha la facoltà di godimento pieno sul fondo stesso, ma per contro deve migliorarlo e pagare al proprietario un canone annuo in denaro o in derrate.*

plesso architettonico eterogeneo. L'architetto, probabilmente Giosaffatti, che ha progettato la Villa, ha incorporato tutto ciò che vi era delle epoche precedenti: le mura del castello e la torre, la cripta di un preesistente convento, le fortificazioni e la chiesetta di San Pancrazio con un torrione del XIV secolo che successivamente è diventato un campanile; la pianta della Villa è a T rovesciata.

Il giardino è realizzato tra la fine dell'800 e l'inizio del '900, vi si trova un laghetto con due statue femminili.

Oggi la Villa è uno scrigno di bellezze architettoniche, pittoriche, storiche e botaniche dove ogni pietra, ogni muro, ogni stanza raccontano una storia lunga sette secoli.



## 2. IL TURISMO NELLE DIMORE STORICHE

Le dimore storiche italiane sono degli scrigni in cui vengono custoditi e conservati veri e propri tesori; con le visite private si possono conoscere importanti collezioni d'arte e altri capolavori come i giardini di vario stile, particolarmente ricchi e curati.

I proprietari delle dimore storiche aprono oggi le loro residenze a un pubblico di solito qualificato al quale offrire soggiorni in ambienti ricercati, inoltre danno la possibilità di conoscere le eccellenze enogastronomiche italiane attraverso tour di cantine e degustazioni dei migliori prodotti d.o.p. e d.o.c. del paese.

L'Associazione Dimore Storiche Italiane (ADSI) nata nel 1990 promuove la valorizzazione di tali beni culturali italiani, anche se in questo periodo di crisi economica, conservare e valorizzare questi beni è particolarmente difficile in quanto considerati beni di lusso.

## 2.1 Il turismo culturale in Italia

Il turismo in Italia inizia nella metà del XVIII secolo quando i giovani nobili europei, partono per il Grand Tour.

Da tali viaggi nascono i diari di scrittori importanti che incoraggiano a intraprendere questo tipo di esperienza la quale viene agevolata, a metà del 1800, dalla nascita delle ferrovie e diventa possibile a un maggior numero di persone.

L'Organizzazione Mondiale del Turismo (O.M.T.), Agenzia delle Nazioni Unite, definisce il turismo (culturale) come: *movimento di persone che si muovono a scopi culturali come le vacanze studio, la partecipazione a spettacoli, festival, eventi, visite a musei, siti archeologici e città d'arte...*

In Italia il turismo è legato sia al patrimonio artistico culturale e paesaggistico che all'enogastronomia, all'artigianato e al folclore e rappresenta una quota importante di tutta la domanda turistica italiana e anche straniera.

Dal 2011 al 2015 si è avuto un incremento

considerevole delle vacanze culturali in città d'arte.

Questo settore dà lavoro a molte persone e può creare ancora nuove forme di occupazione, formazione e sviluppo economico soprattutto a vantaggio delle nuove generazioni.

La vacanza culturale è una risorsa per tanti territori anche in periodi non necessariamente collegati al turismo stagionale bensì estesa a tutto l'anno e mette in evidenza gli aspetti del patrimonio storico e artistico legati alle specificità locali perciò il territorio è determinante per la crescita di questo settore; esso può contribuire a sviluppare in modo sostenibile le aree urbane e a preservare l'ambiente in tutti i suoi aspetti.

Negli ultimi anni si è vista una crisi del settore industriale e una presa di coscienza che il patrimonio dei beni culturali, se adeguatamente valorizzato, costituisce un ambito dalle enormi potenzialità.

## 2.2 Il turismo culturale nelle Marche

Le leggi regionali assicurano lo sviluppo del turismo quale fondamentale risorsa della comunità regionale, promuovendo in particolare la valorizzazione dell'immagine delle Marche e dei suoi prodotti, nonché lo sviluppo e la qualificazione delle imprese del settore, al fine di migliorare la qualità dell'organizzazione, delle strutture e dei servizi.

Le Marche sono un territorio ricco di arte e storia caratterizzate in modo particolare da città d'arte, paesaggi interessanti, testimonianze antiche e borghi medievali.

La Regione ha investito ed investe molto per recuperare e valorizzare tutto il consistente patrimonio che conta numerosi musei, fortezze, rocche e castelli, abbazie, chiese e santuari, teatri antichi e storici, siti archeologici, piazze e palazzi, giardini e dimore storiche.

Il turismo nelle Marche è capace di fare cultura a partire da questi luoghi suggestivi con una forte identità territoriale.

Da qualche anno si è diffuso un tipo di tu-

rismo sostenibile perchè attento alle tematiche dell'ambiente, un turismo che guarda alla natura, alle tradizioni e all'enogastronomia come possibilità di relax e arricchimento culturale.

Le Marche offrono dei servizi basati su un equilibrato rapporto qualità-prezzo; l'utenza è per la maggior parte italiana, ma si conta un buon numero di presenze straniere.

Le Marche promuovono le proprie eccellenze anche all'estero con eventi dedicati in cui vengono illustrate le offerte della regione mediante strumenti quali video, fotografie, brochure, guide turistiche, locandine e anche pacchetti promozionali a sorteggio.

## 2.3 Target e clientela interessata

Nei paesi europei la popolazione sta invecchiando come anche nel nostro paese; questo dato demografico può aprire nuove prospettive per il turismo.

La fascia di persone considerata è attiva, ha una buona disponibilità economica oltre che una certa dimestichezza con le nuove tecnologie, pertanto si sta promuovendo un turismo specifico che può far sviluppare il settore. Questa situazione tiene conto anche del turismo cinese che è in evoluzione, si calcola che entro il 2030 viaggeranno all'estero 12,6 milioni di turisti cinesi senior.

Questo tipo di clientela predilige un turismo focalizzato a scelte di qualità e le dimore storiche si pongono come meta adatta.

Queste, di solito, sono residenze di personaggi famosi e illustri, mettono a disposizione beni di valore e i turisti interessati desiderano oltre ai servizi, vivere le emozioni legate alla storia del posto.

Per questi clienti è importante prenotare un

soggiorno in stanze che sono state abitate da principi o altri nobili, attraversare e utilizzare locali e giardini che hanno un passato importante; essi possono usufruire delle specifiche caratteristiche del luogo e anche delle delizie gastronomiche che valorizzano i prodotti locali. Il turismo italiano può offrire servizi di ottimo livello anche ai visitatori stranieri, anche se occorre ancora superare il divario tra nord e sud.

Il turismo culturale si associa al potenziamento e alla promozione delle località e può offrire grandi possibilità a interi territori poiché può garantire una vera e propria base di sviluppo di aree non sempre prese in considerazione e valorizzate adeguatamente.



## 2.4 Come avvicinare la clientela alle dimore storiche: quali strategie?

È difficile definire in maniera unitaria il turismo culturale, esso, secondo alcuni studi, è uno spostamento per allargare i propri orizzonti, ricercare conoscenze ed emozioni attraverso la scoperta di un territorio e del suo patrimonio.

Sono state fatte anche delle classificazioni per individuare target e profili, ma questi non restano sempre uguali nel tempo.

Al giorno d'oggi occorre tenere conto di un cambiamento che supera i precedenti: esso riguarda la globalizzazione che mette in moto una crescente domanda e un mercato molto più ampio.

Il bagaglio culturale delle persone oggi è più ricco e l'uso delle nuove tecnologie supporta sia l'accesso alla cultura che la promozione turistica.

Il turismo culturale odierno offre una vasta scelta di prodotti rispondenti alla domanda

di consumatori differenti e questa diversificazione può favorire lo sviluppo di zone più arretrate poiché il turismo genera reddito.

Alla base di una nuova visione del turismo culturale ci sono: la salvaguardia e la promozione del patrimonio di un territorio e della sua identità specifica.

Secondo l'UNESCO (2003) tale patrimonio racchiude tutte le espressioni delle comunità insieme a prodotti e spazi che ne costituiscono l'eredità culturale.

Questo rapporto territorio-comunità viene definito heritage<sup>10</sup>.

Il turismo legato agli aspetti culturali perciò riguarda non solo un'élite, ma diventa modalità di partecipazione e condivisione di valori, luoghi e persone.

Si tratta pertanto di un approccio nuovo al patrimonio che dà vita a innovazione e sviluppo.

<sup>10</sup> Heritage: *patrimonio, monumenti ovvero caratteristiche appartenenti alla cultura di una particolare società (tradizioni, lingue o edifici) che sono stati creati in passato e ancora hanno importanza storica.*

Date queste premesse si può ripensare l'offerta turistica come rinnovabile nel tempo e nello spazio, senza nulla togliere a quanto è tradizionale.

Il turismo culturale può offrire opportunità di implementazione a zone ancora poco sviluppate anche se restano problemi dati dall'impatto del turismo di massa perciò, pur considerando necessario dare impulso al turismo culturale, allargandolo al maggior numero possibile, esso deve trovare il modo di conciliare l'esperienza con il rispetto del territorio. Si comprende allora che una delle strategie necessarie per una corretta informazione, si può attuare attraverso gli ausili digitali al fine di giungere ad un turismo di cultura informato: si realizza così il digital heritage<sup>11</sup> che rinnova l'informazione turistica in modo creativo e innovativo.

Nel caso di Borgo Seghetti Panichi appare appropriata un'informazione tradizionale con locandine, brochure, video esplicativi e di

tipo pubblicitario che, inserite nel web, possono favorire la conoscenza da parte di un pubblico più vasto e internazionale altrimenti non raggiungibile.

<sup>11</sup> Digital Heritage: *patrimonio culturale virtuale*.

# 3. PROGETTO GRAFICO

## 3.1 La dimora Storica Seghetti Panichi

Alla luce della ricerca fin qui effettuata sulle Dimore Storiche e Residenze d'Epoca si può pensare di utilizzare metodologie diversificate per la loro valorizzazione.

Un primo aspetto preso in considerazione è una progettazione centrata sull'utente che mette al centro tutte le necessità del fruitore, un ulteriore approccio considerato è il Top-Down che prevede di creare un progetto in cui si possano inserire testi e foto, come appare necessario per la creazione di un sito web.

La dimora storica Seghetti Panichi con il Borgo Storico è un bene del territorio Piceno da salvaguardare e valorizzare al meglio attraverso una comunicazione accattivante e in chiave moderna, pertanto appare opportuno un progetto grafico che possa mettere in luce la bellezza di questo luogo che da tempo è stato messo da parte e riservato a poche categorie di persone.

Il graphic designer prendendo a prestito da arte, letteratura, fotografia e psicologia

le idee, può elaborare qualcosa di nuovo pur seguendo principi ben precisi.

Inizialmente è opportuno fare un'analisi di benchmarking basata sull'esplorazione delle home page di alcune Dimore per osservare quanto è stato già realizzato nello stesso ambito e prendere ispirazione per concepire un prodotto innovativo.

Nel caso-studio da me affrontato, ho preso in esame molti siti presenti nel web e riporto successivamente alcuni esempi:

Il layout del Borgo Storico Cisterna in alto a sinistra presenta il logo; il sito come sfondo ha il video di presentazione del luogo dove compare una coppia che brinda felice in questa location caratteristica e particolare.

Si notano la possibilità di cambiare la lingua in base alle esigenze e l'utilizzo del social network Facebook, che garantisce una maggiore fruibilità da parte di un pubblico giovanile.



BORGO STORICO  
CISTERNA  
AGRITURISMO

Il Borgo | Dimore e prezzi | Ristoranti | Pacchetti e Benessere | Attività | Montefeltro | Recensioni | Come Raggiungerci | Offerte e Promozioni | Home



ITALIANO ENGLISH

Borgo Storico Cisterna Agriturismo P.le I. 02140-0414 - Cell. 333.238176 - [info@borgostorico.it](mailto:info@borgostorico.it) | Latitudine 43.7121° | Longitudine 12.4719° | [web](#)



Il sito di Corte Fratini è strutturato con il logo in alto al centro, al di sotto del logo abbiamo un menù di 4 parole-chiave e la possibilità di scelta della lingua.

Lo sfondo cambia ogni 10 secondi e mostra foto diverse della residenza.

In questo esempio non si utilizzano i social network, fondamentali oggi per incrementare una clientela giovanile.

Lungo la via Salaria nei pressi di Acquasanta Terme troviamo Castel Di Luco che nel sito è presentato efficacemente; possiamo osservare che in alto a sinistra abbiamo la possibilità di cambiare la lingua del sito o di prenotare un periodo di soggiorno.

Al centro, scendendo, troviamo il logo con due stemmi di famiglia della Dimora Storica, uno a destra e l'altro a sinistra.

Direttamente sotto al logo c'è il menu predefinito dal sito e infine la fotografia.

In una casella di testo vi sono alcune informazioni e la storia della tenuta.

Sulla sinistra c'è l'elenco dei social network: Facebook, Twitter e Google+ che permettono di avvicinare una clientela più giovane.

CONTATTACI

## Location per Cerimonie e MATRIMONI

FRANCE ENGLISH PRENOTA SELEZIONA



### Castel di Luco

Una bella di Papa Leone IX datata 1152 testimonia già a quell'epoca l'esistenza di questo borgo e stupisce risalire dal Piceno che conserva questi tratti la sua struttura medievale, dalle origini di capofila sono stata formata alcune spiccioli in più arretrata di quella del Duca, storia meravigliosa del '900, il quale nome che Luco (da forte luco) prese...

[READ MORE](#)

*Castel di Luco, immerso nella quiete dei boschi e nella semplicità della vita rurale, vi accoglie attraverso una scala ricavata nella roccia, vi predispose all'emozione di scendere la porta d'accesso; Laura e Francesco, i proprietari, hanno realizzato nel borgo, sotto il castello, anche*

# 3.2 Identità visiva

## Logo

Un logo si crea, mediante un protocollo con cui sono salvaguardati gli elementi visivi essenziali di un organismo organizzati secondo un sistema che ne rappresenta l'identità e ne favorisce il riconoscimento da parte del pubblico di riferimento.

Il "Progetto d'identità visiva" è composto dagli elementi fondamentali della comunicazione visiva: essi rappresentano sinteticamente le caratteristiche essenziali di un'organizzazione, di un prodotto o di un servizio.

Gli elementi che costituiscono i tratti distintivi di un logo sono: il marchio, i caratteri tipografici istituzionali, i colori sociali, le diverse immagini o scritte istituzionali (forme grafiche istituzionali), il layout istituzionale o lo stile comunicativo, oltre ad elementi di carattere tecnico-amministrativo (le ricerche d'antieriorità, la registrazione del marchio, il manuale dell'identità visiva).

Gli elementi del logo da me realizzato presentano i tratti caratterizzanti del Borgo e, per essi, ho utilizzato le font: Didot e Julius Sans One.

Tale tratto, unitamente alle scritte estremamente "pulite", costituiscono un elemento di riconoscibilità che viene proposto anche negli altri artefatti.

# Colore istituzionale



Nero  
C:0 M:0 Y:0 K:100  
R:0 G:0 B:0



Verde  
C:82 M:18 Y:100 K:6  
R:38 G:140 B:54  
Pantone: 7739C

Seghetti  
Panichi

BORGOSTORICO

Didot

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789!/?#

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789!/?#

JULIUS SANS ONE

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
0123456789!/?#

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
0123456789!/?#



# Utilizzo su sfondi colore



# Riduzione del logo



## 3.3 Artefatti

Dopo un'analisi relativa ai siti delle Dimore prese in considerazione e la realizzazione di una homepage possibile per la Dimora Storica Seghetti Panichi, appare opportuno fare una ricerca su *dépliant*, manifesti informativi ed eventuali video di promozione.

Non appare facile rintracciare opuscoli e *dépliant* ma dalla ricerca effettuata si può osservare che quelle sulle Residenze d'Epoca, rispondono a precise caratteristiche grafiche e a formati standard ai quali gli autori si sono riferiti.

*I layout ... sono pensati per organizzare una notevole varietà di informazioni. [...] le brochure di solito sono composte da testi e immagini sistemate in modo equilibrato.*

Il *dépliant* da me progettato per promuovere la Dimora Storica Seghetti Panichi è un pieghevole a quattro ante di cui quelle a destra e a sinistra si piegano verso l'interno incontrandosi sul margine di cucitura.

Tale *dépliant* che misura 608x163 mm, sfrutta

la piega a finestra per presentare un maggior numero d'informazioni.

La scelta del tipo di piegatura è stata fatta perché l'apertura ricorda le porte che si aprono e che comunicano l'invito ad entrare, all'eventuale ospite.

La chiusura ricorda un abbraccio quale segno di accoglienza che mette il visitatore a proprio agio.

Il *dépliant*, sulle due facciate, presenta immagini significative valorizzate da un motivo grafico a rombi; esso mette in evidenza alcuni aspetti invitando a guardare oltre l'immagine che attorno appare sfocata per creare un alone di mistero.

In fotografia la profondità di campo descrive quale parte di un'immagine si trova a fuoco in relazione al primo piano, al piano intermedio e allo sfondo.

La profondità di campo può essere modificata evidenziando il "soggetto" rispetto al resto e, usando un livello di regolazione, si può isola-

re una parte dell'immagine lasciandola sfocata rispetto alla selezione che si vuole esaltare. Le altre sezioni propongono il testo che presenta brevemente la Dimora Storica e il tipo di servizio offerto, nonché i contatti.

I caratteri tipografici costituiscono gruppi di segni, numeri e lettere che hanno uno stile comune: la font.

Vi sono molte tipologie di font che possono essere utilizzate in grassetto o in corsivo; molte possono creare problemi di spaziatura, ma la loro varietà permette un'ampia possibilità di scelta in relazione a ciò che si vuole comunicare.

L'utilizzo della font "Trajan Pro 3" in stampato maiuscolo, di dimensione 17 pt per i titoli; è stata fatta perché possiede delle grazie che ricordano la classicità, ed è di lettura immediata, pertanto è parso più adatto alla promozione di una Dimora Storica.

Per le informazioni ho scelto la font "Minion Pro" in stampatello di dimensione 12 pt poiché è di facile leggibilità e non crea distorsioni e problemi di spaziatura.

I motivi grafici a rombi attorno ai lati dei titoli riprendono il concetto della finestra presente sulle immagini.





## ◇◇ IL PARCO STORICO BIOENERGETICO ◇◇

Il Parco Storico Bioenergetico, il primo in Europa, è un giardino di impianto paesaggistico romantico; un luogo carico di fascino in cui la natura esplose in ogni stagione regalando un impatto visivo straordinario.

Progettato dal botanico Ludwig Winter nel 1870, il parco raccoglie una grande varietà di specie botaniche, alcune molto rare e particolari, provenienti da tutto il mondo: palmizi, agrumeti, roseti, zone con iris, peonie, washingtonie e la Sofora Japonica Pendula risalente al 1875; il laghetto assolve al mantenimento bioenergetico del giardino.

Un insieme naturalistico che offre una ricchezza paesaggistica senza eguali e un'atmosfera piena di silenzio, quiete e intimità.



Borgo Storico Seghetti Panichi  
Via San Pancrazio, 1  
63082, Castel di Lama, Ascoli Piceno

[www.seghettipanichi.it](http://www.seghettipanichi.it)

Tel: +39 0736 812552  
Fax: +39 0736 814528  
E-mail: [borgo@seghettipanichi.it](mailto:borgo@seghettipanichi.it)

326 mm



◆ LA DIMORA STORICA ◆

---

Un luogo di storia, arte, bellezza e tradizione vissuto e conservato da otto generazioni; una culla di cultura immersa tra passato e futuro. Il Borgo Storico Seghetti Panichi è un palazzo di campagna che accoglie ospiti e viaggiatori, grazie alle suite e agli appartamenti curati in ogni minimo dettaglio; è altresì una residenza esclusiva in cui creare eventi indimenticabili.

◆ OSPITALITÀ ◆

---

Immerso in un territorio di arte, natura, cultura e tradizione, il Borgo Storico Seghetti Panichi accoglie ogni viaggiatore in un luogo incantato: l'ideale per una vacanza esclusiva. Le 6 suite, i 5 appartamenti privati e "Casa d'Artista", garantiscono ad ogni viaggiatore un soggiorno ricco di agiatezze, caratterizzato da intimità, eleganza e bellezza.

163 mm

126 mm

Seghetti  
Panichi

BORGO STORICO



◆ RICEVIMENTI DI NOZZE ◆

---

Il Borgo Storico Seghetti Panichi è un luogo straordinario dove realizzare il "giorno più bello": gli eleganti ambienti della Dimora Storica e dell'antico Parco, uniti al padiglione esterno e alla piscina, creano lo spazio ideale per una cerimonia intima ed elegante. Lo staff del Borgo, coadiuvato da esperti wedding planner, vi consiglierà nella creazione degli allestimenti.

◆ BENESSERE ◆

---

Il Borgo Storico Seghetti Panichi è il luogo ideale per rigenerarsi: le piante rare del Parco e le sue aree bioenergetiche aiutano a ritrovare l'equilibrio fisico e mentale. Le proposte al relax, vanno dalle camere, immerse all'interno del Parco alle pietanze curate dal Ristorante del Borgo, fino alla piscina e ai trattamenti personalizzati all'interno dell'area wellness.

147 mm

# Locandine

Per la realizzazione delle locandine, che misurano 420x594 mm, ho utilizzato le font: Old Standard TT a 102 pt per il titolo, mentre per lo slogan ho usato 38 pt .

Ho scelto Minion Pro a 20 pt per il box delle info.

I colori dominanti in tutte le locandine sono il nero e il bianco.

Mi è parso opportuno valorizzare alcuni singoli aspetti dei servizi offerti dalla Dimora, attraverso delle foto all'interno di caselle .

I settori che mi sono parsi più rilevanti e di facile fruibilità, anche per un'utenza meno avvezza a un soggiorno in una Residenza d'Epoca, sono: l'offerta meeting che permette di organizzare convegni di lavoro per piccoli gruppi di persone, in un ambiente tranquillo e suggestivo, dotato di tutti i servizi necessari.

L'altro settore preso in esame riguarda la possibilità di prenotare e soggiornare all'hotel del Borgo Storico negli appartamenti e nelle esclusive suite, di godere del parco bioenerge-

tico e di usufruire di un'area wellness.

Un altro servizio che ho voluto mettere in evidenza, è quello che offre la consulenza di un esperto per organizzare il proprio matrimonio in una cornice intima ed elegante.

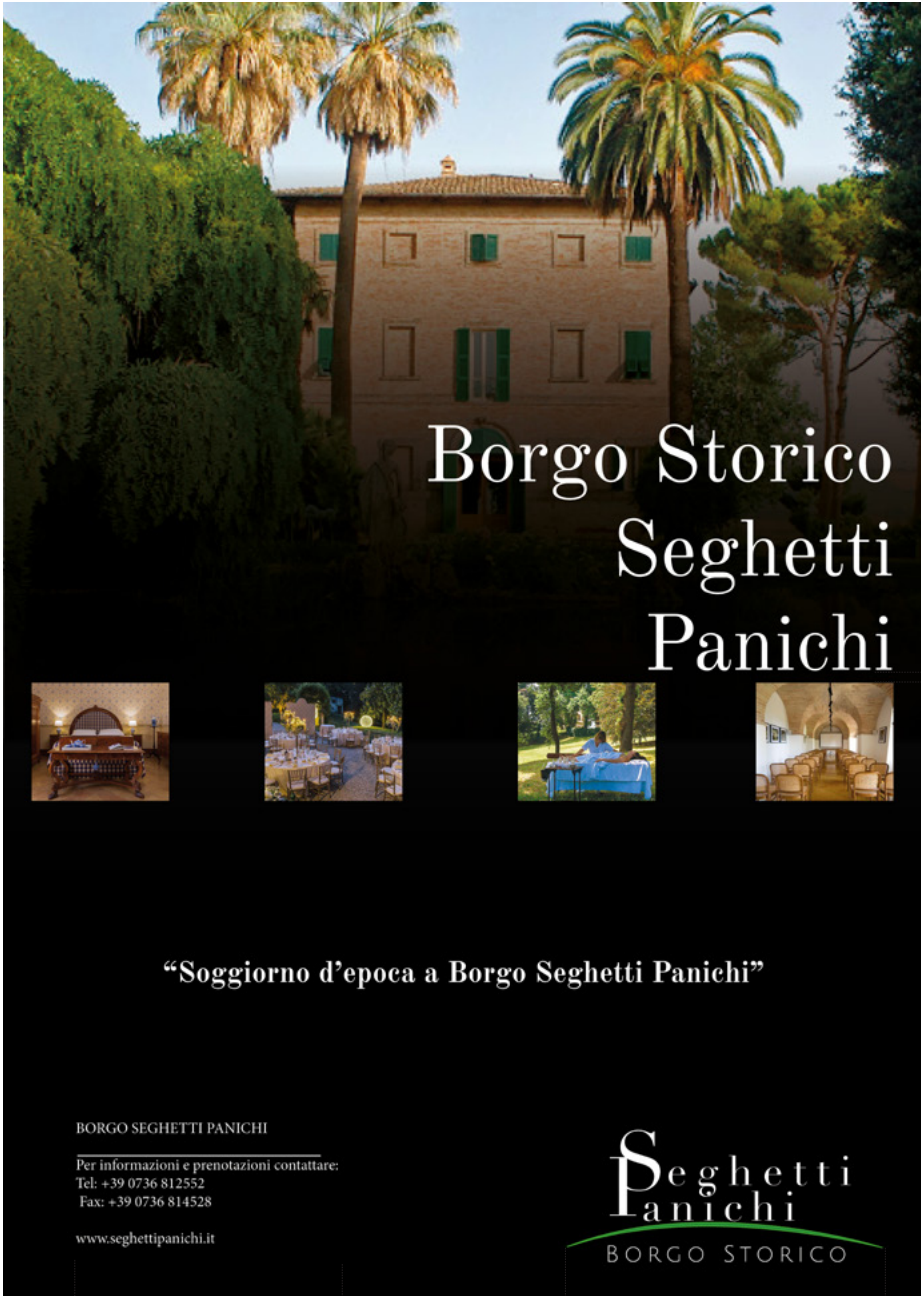
Dal punto di vista grafico ho ritenuto opportuno progettare un unico format per le locandine contenente il nome della residenza e come sfondo una foto differente della dimora in alto al centro.

Di seguito ci sono foto riguardanti le sezioni d'interesse.

Al di sotto delle foto vi è uno slogan diverso per ogni locandina prodotta.

In basso a destra è presente il logo.





# Borgo Storico Seghetti Panichi

119 mm

55 mm

594 mm

“Soggiorno d’epoca a Borgo Seghetti Panichi”

BORGO SEGHETTI PANICHI  
Per informazioni e prenotazioni contattare:  
Tel: +39 0736 812552  
Fax: +39 0736 814528  
[www.seghettipanichi.it](http://www.seghettipanichi.it)

**Seghetti  
Panichi**  
BORGO STORICO

60mm

133 mm

145 mm

420 mm



# Borgo Storico Seghetti Panichi



“Immergiti nella comodità di un’altra epoca: Borgo storico Seghetti Panichi”

BORGO SEGHETTI PANICHI

Per informazioni e prenotazioni contattare:

Tel: +39 0736 812552

Fax: +39 0736 814528

[www.seghettipanichi.it](http://www.seghettipanichi.it)

Seghetti  
Panichi  
BORGHI STORICI



# Borgo Storico Seghetti Panichi



“Borgo storico Seghetti Panichi un soggiorno d’altri tempi”

BORGO SEGHETTI PANICHI

Per informazioni e prenotazioni contattare:

Tel: +39 0736 812552

Fax: +39 0736 814528

[www.seghettipanichi.it](http://www.seghettipanichi.it)

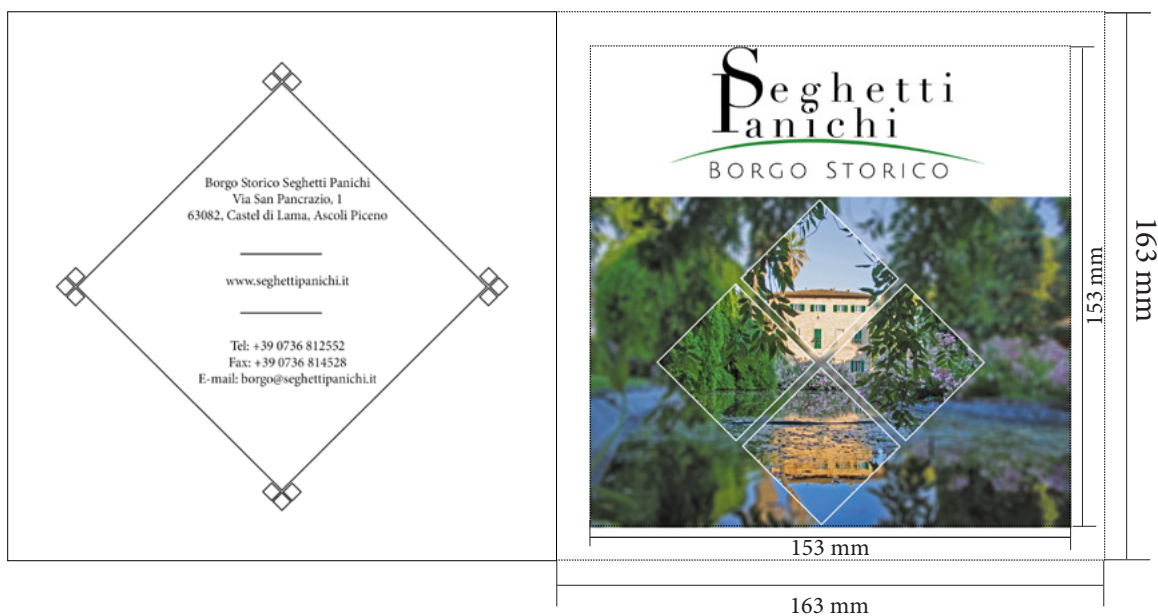
Seghetti  
Panichi  
BORGIO STORICO

# Opuscolo

Per quanto riguarda la preparazione dell'opuscolo ho pensato a un libretto di 12 pagine.

Le dimensioni sono 163x163 mm, ho utilizzato le font: Didot 14 pt e Minion Pro 12 pt; il colore più ricorrente è il bianco.

Sulla copertina sono evidenziati il logo e l'immagine della Dimora, proposta anche negli altri artefatti, a motivo della riconoscibilità della Residenza stessa. All'interno le pagine presentano varie fotografie significative con la rispettiva spiegazione.



 <p style="text-align: center;">· 2 ·</p>	<p style="text-align: center;">❖ LA DIMORA STORICA ❖</p> <hr style="width: 20%; margin: auto;"/> <p>È edificata nel 1743 sulle fondamenta dell'antico castello.  È luogo di storia, arte, bellezza e tradizione vissuto e conservato da otto generazioni.  È culla di cultura immersa tra passato e futuro.  È un palazzo di campagna che accoglie ospiti e viaggiatori grazie alle suite e agli appartamenti curati in ogni minimo dettaglio.  È una residenza esclusiva in cui creare eventi indimenticabili.</p> <p style="text-align: center;">· 3 ·</p>
--	--

114 mm

23 mm 22 mm 52 mm 63 mm 10 mm

 <p style="text-align: center;">· 4 ·</p>	<p style="text-align: center;">❖ OSPITALITÀ A VILLA SEGHETTI PANICHI ❖</p> <hr style="width: 20%; margin: auto;"/> <p>È immersa in un territorio di arte, natura, cultura e tradizione.  È un luogo incantato, ideale per una vacanza esclusiva.  È ricco di agiatezze con le 6 suite, 15 appartamenti privati e la "Casa d'Artista".  È garanzia per soggiorni caratterizzati da intimità, eleganza e bellezza.</p> <p style="text-align: center;">· 5 ·</p>
--	---





· 6 ·

## ◇◇ IL PARCO STORICO BIOENERGETICO ◇◇ DIVILLA SEGHETTI PANICHI

---

È il primo giardino di impianto paesaggistico romantico in Europa.

È un luogo carico di fascino in cui la natura esplode in ogni stagione regalando un impatto visivo straordinario.

È progettato dal botanico Ludwig Winter nel 1870 e raccoglie una grande varietà di specie botaniche, alcune molto rare e particolari, provenienti da tutto il mondo: palmizi, agrumeti, roseti, zone dedicate agli iris, alle peonie, alle washingtonie, la Sofora Japonica Pendula.

Il laghetto assolve al mantenimento bioenergetico del giardino.

È un ricco insieme naturalistico senza eguali dall'atmosfera piena di silenzio, quiete e intimità.

· 7 ·



· 8 ·

## ◇◇ RICEVIMENTI DI NOZZE A VILLA ◇◇ SEGHETTI PANICHI

---

È un luogo straordinario dove realizzare il giorno più bello: gli eleganti ambienti della Dimora l'antico Parco, uniti al padiglione esterno e alla piscina, creano lo spazio ideale per una cerimonia intima, elegante e indimenticabile.

*Lo staff del Borgo, coadiuvato da esperti wedding planner, vi consiglierà nella creazione degli allestimenti.*

· 9 ·



· 10 ·

◆ BENESSERE A VILLA SEGHETTI PANICHI ◆

---

È il luogo ideale per rigenerarsi tra le piante rare del Parco con le sue aree bioenergetiche e la possibilità di scegliere appartamenti raffinati con arredi d'epoca.

È il luogo ideale per gustare le pietanze curate dal Ristorante del Borgo.

È il luogo ideale per trattamenti personalizzati all'interno dell'area wellness.

È il luogo ideale per il relax in piscina.

· 11 ·

# Cartoline

Ho pensato anche alle cartoline come oggetto di merchandising che hanno lo scopo di pubblicizzare la Dimora.

Esse misurano 150x105 mm e presentano foto di alcuni scorci della villa.  
In basso è presente una frase standard.



SALUTI DA BORGO SEGHETTI PANICHI

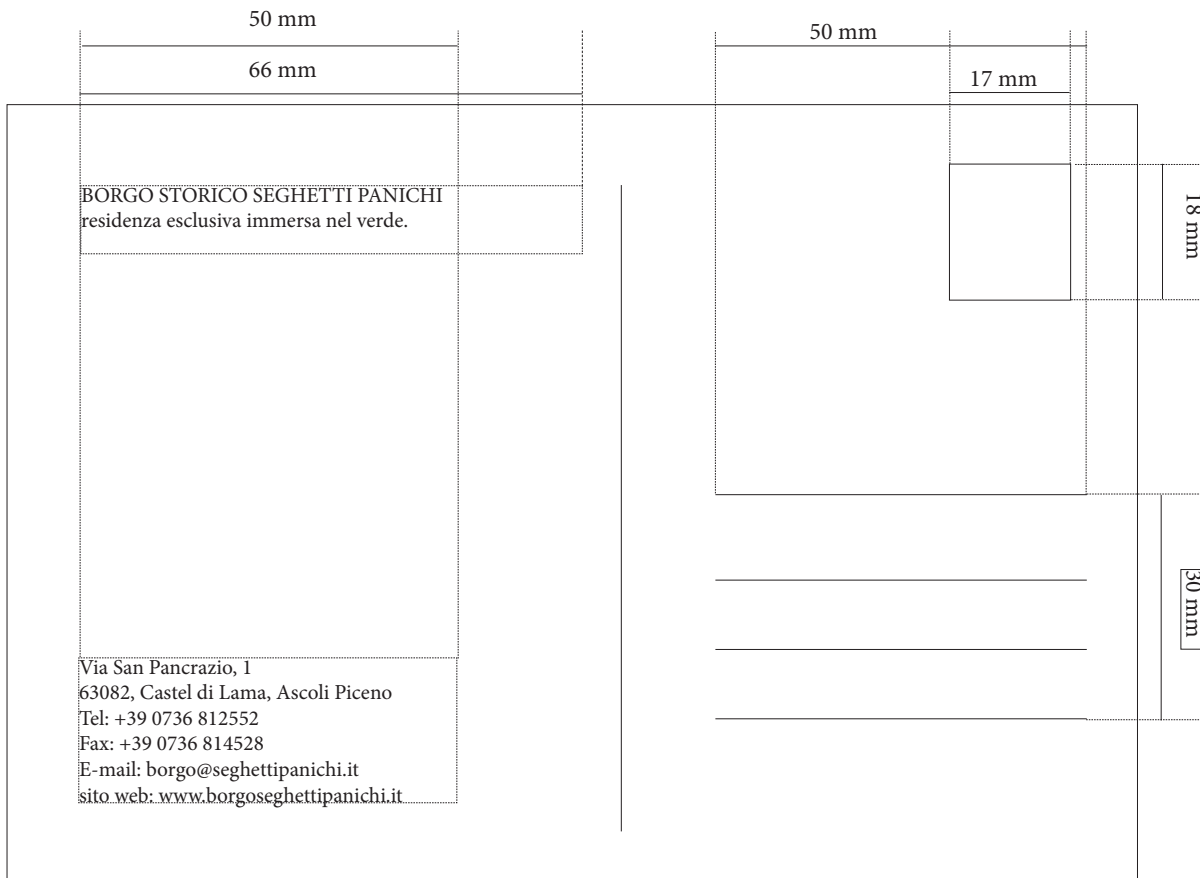
136 mm

150 mm

105 mm

7 mm







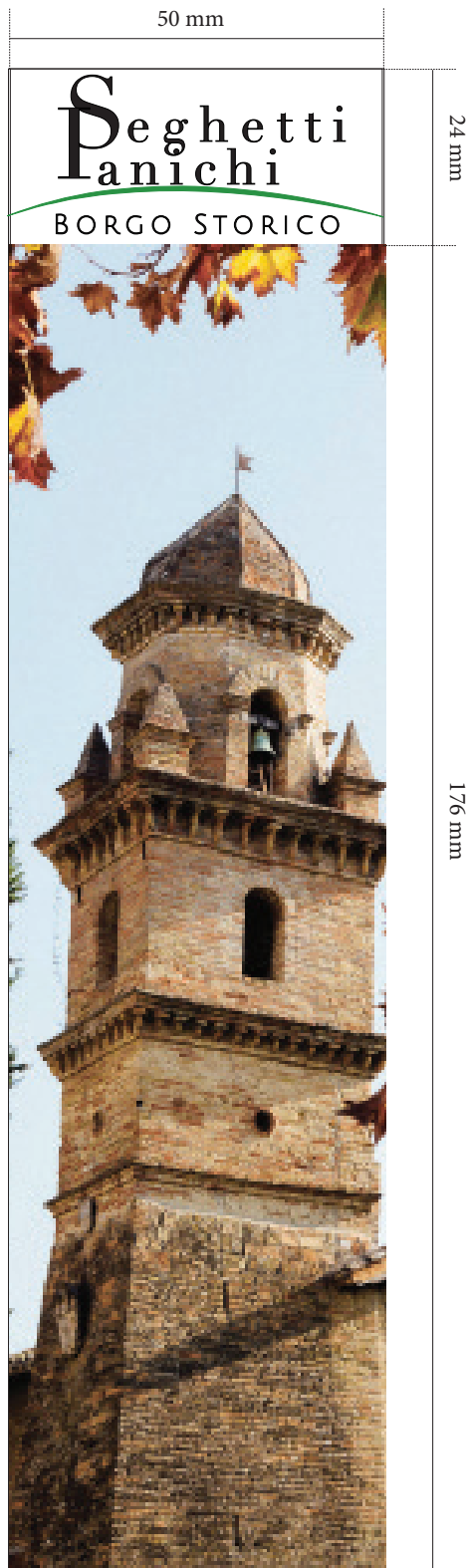
BORGO SEGHETTI PANICHI



BORGO SEGHETTI PANICHI

# Segnalibri

I segnalibri da me progettati hanno un formato di 50x200 mm ciascuno. In alto è posto il logo di Borgo Seghetti Panichi e sotto una foto significativa del luogo. Sul retro sono presenti in alto una breve storia riguardante il Borgo mentre in basso le informazioni riguardanti la villa. In entrambe i testi sopracitati ho utilizzato Minion Pro a 7 pt.



Seghetti  
Panichi

BORGO STORICO



BORGO STORICO SEGHETTI PANICHI  
Residenza immersa nel verde, edificata nel  
1743 sulle fondamenta di un antico castello.  
Luogo di storia, arte, bellezza e tradizione  
per un soggiorno esclusivo.

18 mm

Borgo Storico Seghetti Panichi  
Via San Pancrazio, 1  
63082, Castel di Lama, Ascoli Piceno  
Tel: +39 0736 812552  
Fax: +39 0736 814528  
E-mail: borgo@seghettipanichi.it  
sito web: www.borgoseghettipanichi.it

22 mm

# Biglietto da visita

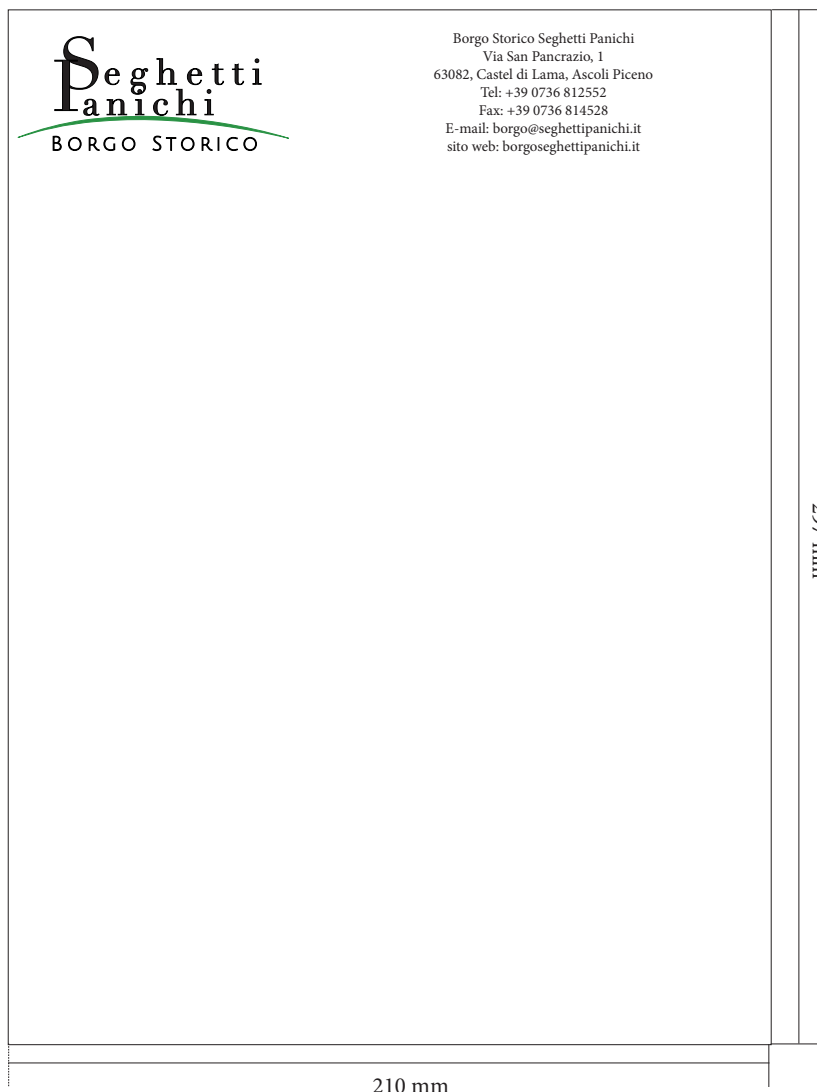
Il biglietto da visita ha una dimensione standard di 50x80 mm.

Al suo interno sono stati inseriti: il logo, la cui parte testuale è impostata al di sotto del logo stesso con le informazioni geografiche, i contatti telefonici e l'indirizzo e-mail.



# Carta intestata

La carta intestata, per uso generale, è impaginata sul formato UNI A4 210x297 mm.



# Busta

La busta da lettera ha dimensione 230x110 mm.

Nella parte superiore della busta è raffigurato il logo, mentre nella parte inferiore ci le informazioni geografiche generali della dimora e ho utilizzato Minion Pro a 10 pt.



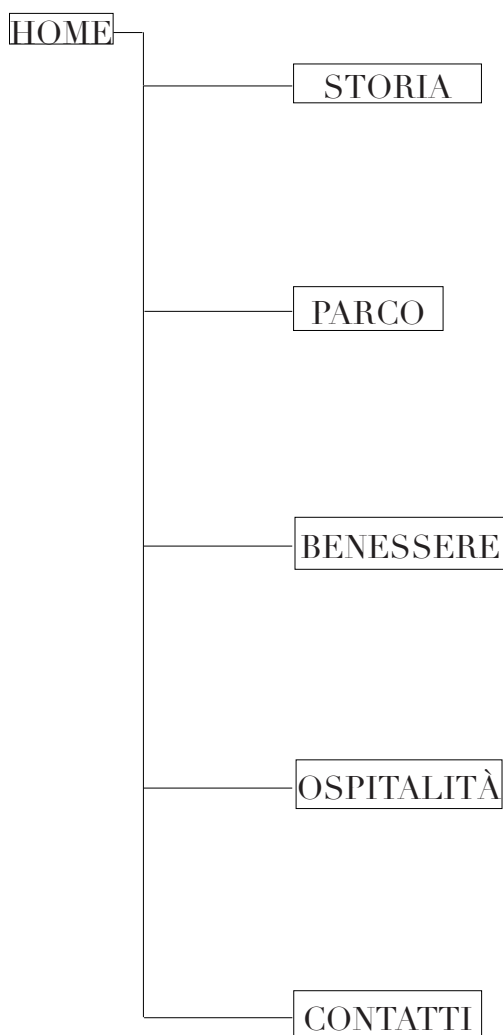


# Sito Web

La home page da me progettata per il Borgo Storico Seghetti Panichi presenta il logo in alto, al centro della pagina; segue il menu con le informazioni principali di facile fruibilità, che portano alle pagine dedicate.

Al centro della pagina ho inserito un'immagine accattivante dell'antica dimora; essa permette all'utente di farsi un'idea del luogo e delle opportunità che propone.

Le pagine interne sono create con un modello univoco e nascono al fine di valorizzare le specificità offerte dalla dimora stessa.





❖ **STORIA**

❖ **LA DIMORA STORICA** ❖

È edificata nel 1743 sulle fondamenta dell'antico castello.  
È luogo di storia, arte, bellezza e tradizione vissuto e conservato da otto generazioni.  
È culla di cultura immersa tra passato e futuro.  
È un palazzo di campagna che accoglie ospiti e viaggiatori grazie alle suite e agli appartamenti curati in ogni minimo dettaglio.  
È una residenza esclusiva in cui creare eventi indimenticabili, armoniche del territorio.

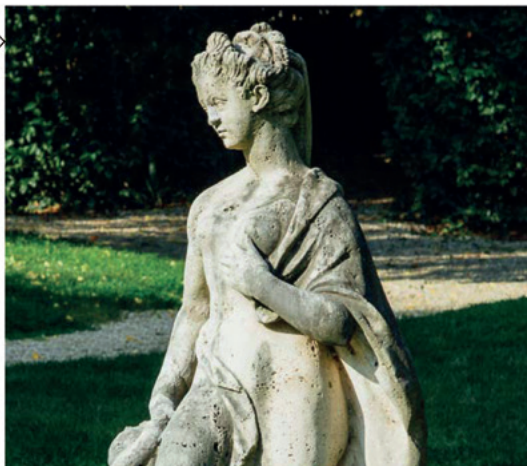


HOME STORIA OSPITALITÀ PARCO BENESSERE CONTATTI

◇ PARCO

◇ IL PARCO STORICO BIOENERGETICO  
DI VILLA SEGHETTI PANICHI ◇

È il primo giardino di impianto paesaggistico romantico in Europa.  
È un luogo carico di fascino in cui la natura esplose in ogni stagione regalando un impatto visivo straordinario.  
È progettato dal botanico Ludwig Winter nel 1870 e raccoglie una grande varietà di specie botaniche, alcune molto rare e particolari, provenienti da tutto il mondo: palmizi, agrumeti, roseti, zone dedicate agli iris, alle peonie, alle washingtonie, la Sofora Japonica Pendula.  
Il laghetto assolve al mantenimento bioenergetico del giardino.  
È un ricco insieme naturalistico senza uguali dall'atmosfera piena di silenzio, quiete e intimità.



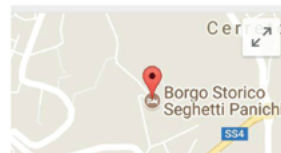
HOME STORIA OSPITALITÀ PARCO BENESSERE CONTATTI

◇ OSPITALITÀ

◇ OSPITALITÀ A VILLA SEGHETTI PANICHI ◇

È immersa in un territorio di arte, natura, cultura e tradizione.  
È un luogo incantato, ideale per una vacanza esclusiva.  
È ricco di agiatezze con le 6 suite, 15 appartamenti privati e la "Casa d'Artista".  
È garanzia per soggiorni caratterizzati da intimità, eleganza e bellezza.





## ◇ BENESSERE

### ◇ BENESSERE A VILLA SEGHETTI PANICHI ◇

È il luogo ideale per rigenerarsi tra le piante rare del Parco con le sue aree bioenergetiche e la possibilità di scegliere appartamenti raffinati con arredi d'epoca.

È il luogo ideale per gustare le pietanze curate dal Ristorante del Borgo.

È il luogo ideale per trattamenti personalizzati all'interno dell'area wellness.

È il luogo ideale per il relax in piscina.



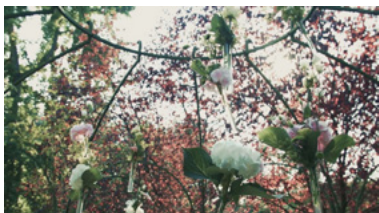
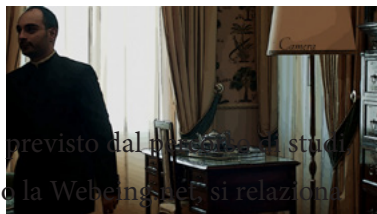
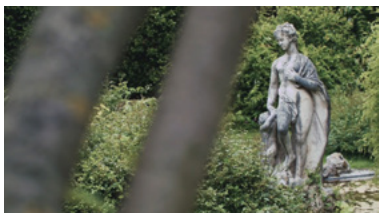
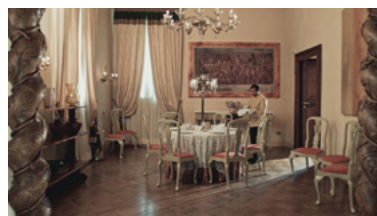
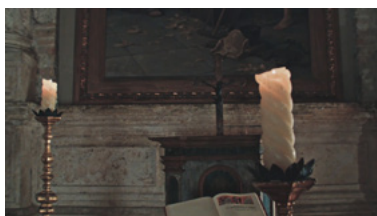


# Video

Al fine di valorizzare con un ulteriore artefatto la Residenza ho ritenuto opportuno, produrre un video di 01:30, HD 1280x720p, che illustrasse le varie peculiarità della Dimora.

Al video ho applicato una color-correction calda che comunica un senso di calore e accoglienza.

Per introdurre ogni ambiente, ho pensato di applicare un effetto-disegno, che fa pensare a dei dipinti antichi, ma realizzato in una chiave moderna che può permettere di far apprezzare le particolarità della Dimora anche ad un pubblico giovanile.



Sul tirocinio previsto dal piano triennale di studio effettuato presso la Webeings, ci si relazionerà.

# 4. DIARIO DI UN'ESPERIENZA

## 4.1 La Webeing.net

quanto segue.

Ogni mattina era convocata una riunione dell'intero staff dell'azienda per organizzare le attività della giornata di ciascun dipendente.

Durante il tirocinio ho affiancato una graphic designer che mi assegnato dei lavori di ricerca di immagini e fotoritocco per aziende-clienti con utilizzo di programmi come: Photoshop, Illustrator, Premiere e AfterEffect (fotoritocco, testo e immagine, per i social network e biglietti da visita).

Ho collaborato con il Visual Director – Photographer che mi dato l'incarico di studiare i video da lui prodotti.

Mi è stata assegnata la mission di valorizzare delle Dimore Storiche con la realizzazione di un prodotto ad hoc per la “Dimora Borgo Seghetti Panichi”.

Il lavoro ha comportato lo studio di video e video tutorial, le prove di montaggio, le ricerche con le opportune revisioni e corre-

zioni di quanto svolto.

Un ulteriore lavoro è stato quello sulla comunicazione, con analisi di mercato riguardanti le Dimore Storiche; in questa operazione sono stato affiancato dall'Account Manager (CEO) con il quale ho eseguito l'analisi di benchmarking sul turismo in relazione alle Dimore Storiche.

La revisione di tale analisi è stata effettuata dalla graphic designer che mi ha chiarito alcuni elementi critici del mio progetto e mi ha consigliato la lettura di alcune parti del manuale “Creare modelli di business”.

In particolare mi ha suggerito lo studio del Model Canvas quale strumento fondamentale per la stesura di un qualsiasi progetto aziendale; tale modello si può realizzare esclusivamente in squadra con diversi professionisti che solo insieme possono realizzare progetti efficaci e innovativi.

Il dossier di ricerca da me realizzato, come graphic designer, sul Borgo Storico Seghetti

# 5. CONCLUSIONI

Panichi, ha l'obiettivo di creare un progetto innovativo, capace di entusiasmare e attirare fasce diversificate di clientela, verso un luogo, in cui natura e cultura possono offrire un soggiorno alternativo e di qualità.

Il lavoro ha comportato una iniziale ricerca sui progetti grafici che valorizzano le Dimore Storiche per arrivare a comprendere quali siano le strategie migliori che mettano in evidenza le peculiarità di ogni luogo.

Con l'analisi di benchmarking ho preso in considerazione vari esempi, già presenti sul mercato, dai quali prendere ispirazione.

Questa ricerca mi ha dato l'occasione di capire quali siano i mezzi comunicativi più idonei per poter arrivare alla clientela interessata sbloccandone anche un'altre tipologie, considerando le offerte fornite dal Borgo Storico.

Attraverso la ricerca dei siti di altre Dimore ho gettato le basi per strutturare le pagine web del Borgo, successivamente mi sono

soffermato sulla creazione di un logo moderno, ma significativo per la Dimora; ho quindi ritenuto opportuno progettare varie forme di comunicazione cartacea tra cui: una brochure, 3 locandine, un depliant e ancora segnalibri, carta intestata, biglietto da visita che pur essendo artefatti di normale utilizzo, sono stati ideati in una forma più attuale e perciò più adeguata ai tempi.

Infine come ulteriore mezzo comunicativo non potevo non realizzare un video di circa un minuto e mezzo nel quale ho cercato di mettere in evidenza gli aspetti significativi di Borgo Seghetti Panichi.

Questo progetto mi ha dato modo di imparare ed incrementare tecniche e modalità operative che mi hanno permesso di impostare al meglio il mio lavoro e di controllarlo dalla creazione al prodotto finito, in ognuna delle fasi.

# Sitografia

[www.europeana.eu](http://www.europeana.eu)

[www.ecatur.it](http://www.ecatur.it)

[www.bedandbreakfast.it](http://www.bedandbreakfast.it)

[www.dimorestoriche.it](http://www.dimorestoriche.it)

[www.ontlt.it](http://www.ontlt.it) (osservatorio nazionale del turismo)

[www.legambiente.it](http://www.legambiente.it)

[www.wikipedi.org/wiki/turismo\\_in\\_italia](http://www.wikipedi.org/wiki/turismo_in_italia)

[www.goodmarche.com](http://www.goodmarche.com)

[www.turismo.marche.it](http://www.turismo.marche.it) “Deliberazione consiglio regionale Regione Marche PDF”

[www.beniculturali.it](http://www.beniculturali.it)

[www.turismoculturale.it](http://www.turismoculturale.it)

[www.ilcittadinodirecanati.it](http://www.ilcittadinodirecanati.it)

[www.pressreader.com](http://www.pressreader.com)

[www.lascansione.net](http://www.lascansione.net)

[www.robertagaribalidi.it](http://www.robertagaribalidi.it) (Tendenze e turismo 2017: Target)

[https://it.wikipedia.org/wiki/Europa\\_Nostra](https://it.wikipedia.org/wiki/Europa_Nostra)

[https://it.wikipedia.org/wiki/Europa\\_2020](https://it.wikipedia.org/wiki/Europa_2020)

[www.italianostra.org/?page\\_id=4](http://www.italianostra.org/?page_id=4)

[www.europeanhistorichouses.eu/](http://www.europeanhistorichouses.eu/)

[https://it.wikipedia.org/wiki/Italia\\_Nostra](https://it.wikipedia.org/wiki/Italia_Nostra)

[www.icomositalia.com](http://www.icomositalia.com)



# Bibliografia

*Manuale delle attività alberghiere*

C.E. comunicazione a Parlamento Europeo, verso un approccio integrato a patrimonio culturale dell'Europa 22-07-2014

Le Marche romantiche rocche, castelli e borghi.PDF

Atti Tavola rotonda ADSI- 13 maggio 2014

G. Mazzotti (a cura di ), *Le Ville Venete, Edizione Canova*, Treviso 1984

AA. VV. *Quaderni di viaggi e turismo, il turismo culturale europeo prospettive verso il 2020*, Editore Franco Angeli

BIT (Borsa Internazionale del Turismo), *Il Turismo culturale: nuovi orientamenti di sviluppo economico-sociale*, Milano 18-21 Febbraio 2010

*UNESCO convention for the Safeguarding of the intangible Cultural Heritage*, 17 ottobre 2003, Paris

Timothy D. J. ,Boyd S. W. *Heritage Tourism in the 21st century: Valued Tradition and New Perspectives*, in "Journal of Heritage Tourism" 2006

Giuseppe Marucci, *Castel di Lama, Storia di un castello e di una comunità*, 1982

Giuseppe Marucci, *Castel di Lama, Storia, arte, tradizioni*, 1998

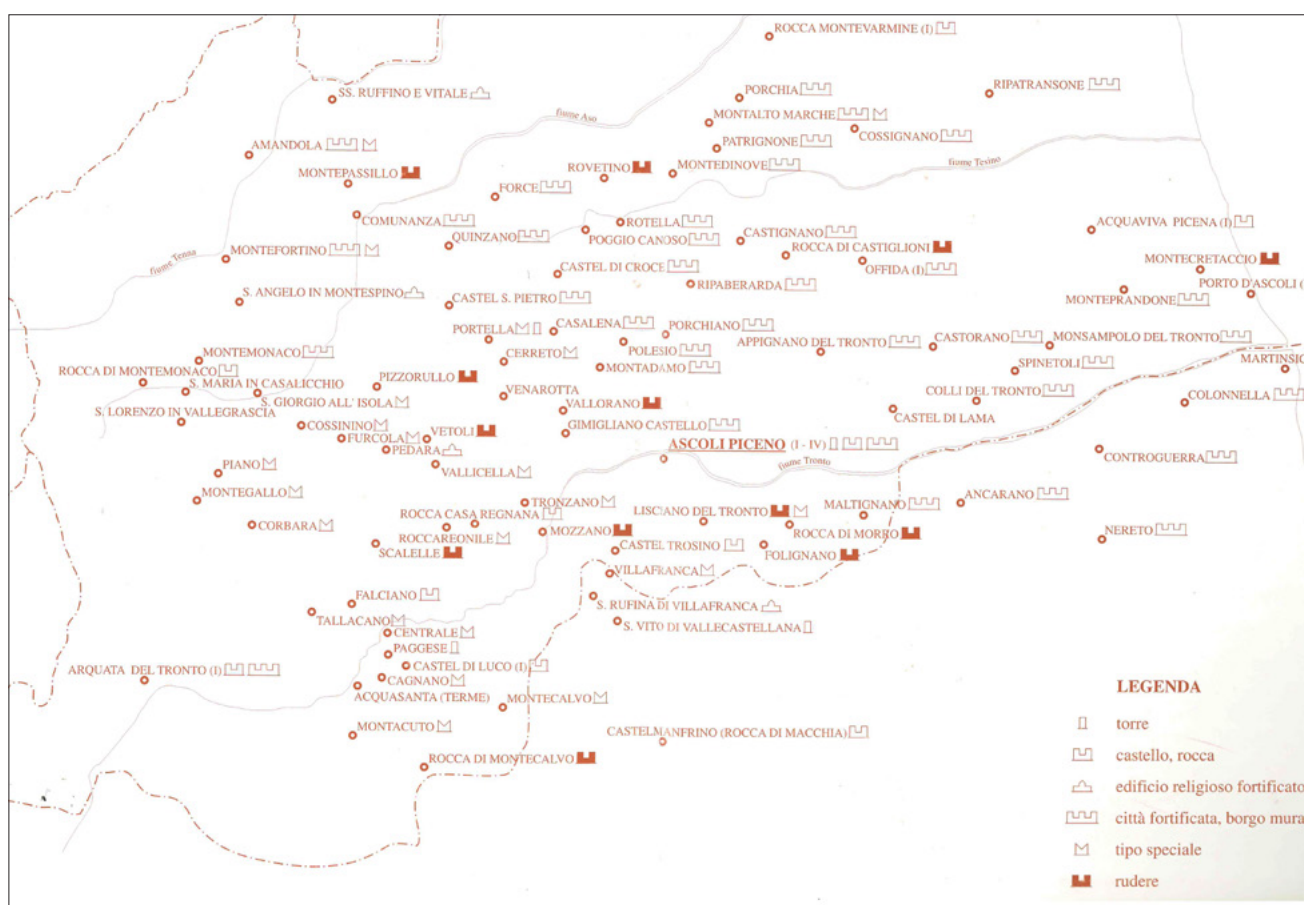
G. Ambrose, P. Harris, *Il libro del layout*, Zanichelli, 2016

G. Ambrose, P. Harris, *Il manuale del graphic design* Zanichelli, 2016

Tesi di Laurea in Disegno Industriale e Ambientale  
A.A. 2016/2017  
Ottobre 2017



# Cenni storici



I paesi europei sono ricchi di Borghi e dimore storiche che ne caratterizzano il territorio, questi sono diversi da nord a sud per struttura e tipologia; si tratta di beni culturali che vanno conservati e valorizzati. Nell'insieme rappresentano la storia dell'Europa e danno un senso di appartenenza ai cittadini dell'UE.

La Dimora Borgo Seghetti Panichi ha una storia lunga sette secoli. Fin dal Medioevo, aveva scopo difensivo, era feudo della nobile famiglia Odoardi e aveva intorno case sparse. Questa rocca serviva per frenare le rivolte nelle campagne ed era presidio militare anche durante le guerre. Dopo il 1300, era proprietà ecclesiastica poi il vescovo di Ascoli nel 1610 la cedette agli Odoardi insieme ad una grande estensione di terreni nei pressi del torrente Lama.

Nel 1743 gli Odoardi costruirono Villa Seghetti Panichi sulle fondamenta dell'antico castello di cui ci sono tracce visibili come la rocca di forma quadrata e una torre di guardia rotonda con intorno mura di cinta; ci sono anche passaggi sotterranei forse per i soldati. Alla fine del 1600 vennero modificate la facciata e la scalinata principale e fu realizzata una grande galleria d'ingresso, accanto fu costruito un tempietto dedicato a San Pancrazio. La pianta della Villa è a T rovesciata e la struttura incorpora tutto ciò che c'era delle epoche precedenti, è circondata da un parco, dove si trova anche un laghetto con due statue femminili.

## Identità visiva: LOGO

Il logo che ho realizzato presenta i gli elementi distintivi del Borgo e, per essi, ho utilizzato le font: Didot e Julius Sans One. Per le lettere iniziali mi sono ispirato al logo della "Columbia Commons" mentre per il testo inferiore, al logo del "One Central Park". Per il tratto grafico distintivo di colore verde che rappresenta la collina su cui sorge il Borgo ho preso spunto dal logo di "Casa Vacanze Bisceglia". Tale tratto e le scritte estremamente "pulite", costituiscono un elemento di riconoscibilità che viene proposto anche negli altri artefatti.



## Colore istituzionale



Nero  
C:0 M:0 Y:0 K:100  
R:0 G:0 B:0



Verde  
C:82 M:18 Y:100 K:6  
R:38 G:140 B:54  
Pantone: 7739C

## Utilizzo su sfondi colore



## Riduzione del logo



## Font utilizzati

Didot

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789!/?#  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789!/?#

JULIUS SANS ONE

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
0123456789!/?#  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
0123456789!/?#

## Dèpliant

Questo pieghevole che misura 608x163 mm, ha quattro ante di cui quelle a destra e a sinistra si piegano verso l'interno incontrandosi sul margine di cucitura. Esso sfrutta la piega a finestra per presentare un maggior numero d'informazioni. La piegatura ricorda le porte che si aprono e comunicano l'invito ad entrare, all'eventuale ospite. La chiusura ricorda un abbraccio quale segno di accoglienza che mette il visitatore a proprio agio. Sulle due facciate, presenta immagini significative valorizzate da un motivo grafico a rombi che mette in evidenza alcuni aspetti invitando a guardare oltre l'immagine che attorno appare sfocata per creare un alone di mistero. Le altre sezioni propongono il testo che presenta brevemente la Dimora, il tipo di servizio offerto e i contatti. Per esso ho utilizzato la font "Trajan Pro 3" in stampato maiuscolo, di dimensione 17 pt per i titoli; l'ho scelta perché possiede delle grazie che ricordano la classicità ed è di lettura immediata. Per le informazioni ho scelto la font "Minion Pro" in stampatello di dimensione 12 pt poiché è di facile leggibilità e non crea distorsioni e problemi di spaziatura. Ho anche realizzato motivi grafici a rombi attorno ai lati dei titoli perché riprendono il concetto della finestra presente sulle immagini.





## Locandine

Per realizzare le locandine, che misurano 420x594 mm, ho utilizzato le font: Old Standard TT a 102 pt per il titolo, mentre per lo slogan ho usato 38 pt.

Per il box delle info ho adoperato Minion Pro a 20 pt e come colori dominanti ho scelto il bianco e il nero.

Per valorizzare i servizi offerti dalla Dimora, ho inserito alcune foto di rilievo all'interno di caselle.

Dal punto di vista grafico ho progettato un unico format per le locandine.

Questo contiene il nome della residenza e ha come sfondo una foto differente della dimora in alto al centro.

Sotto ho messo delle foto riguardanti le sezioni d'interesse e uno slogan diverso per ogni locandina prodotta.

In basso a destra è presente il logo.



## Opuscolo

Per preparare l'opuscolo ho pensato a un libretto di 12 pagine avente dimensioni di 326x163 mm, ho utilizzato le font: Didot 14 pt e Minion Pro 12 pt e maggiormente il colore bianco.

Sulla copertina sono evidenziati il logo e l'immagine della Dimora, proposti anche negli altri artefatti, per rendere riconoscibile la residenza.

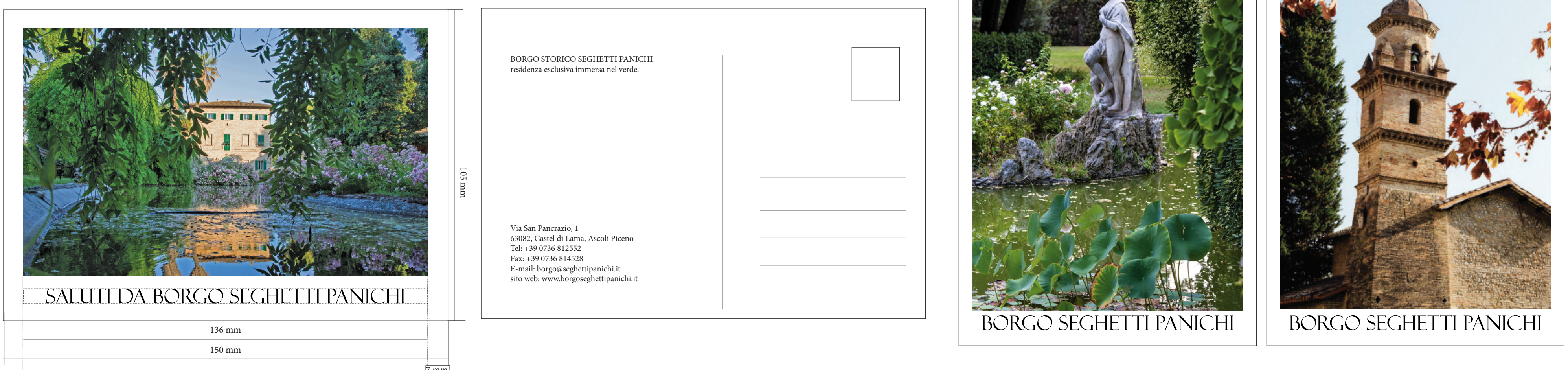
All'interno le pagine presentano varie fotografie significative con la rispettiva spiegazione.



## Cartoline

Ho pensato anche alle cartoline come oggetto di pubblicizzare la Dimora. Esse misurano 150x105 mm, presentano foto di alcuni scorci della villa e ho utilizzato la font Felix Titling per la frase.

Sul retro in alto a sinistra è presente una frase standard e in basso le informazioni sulla villa.





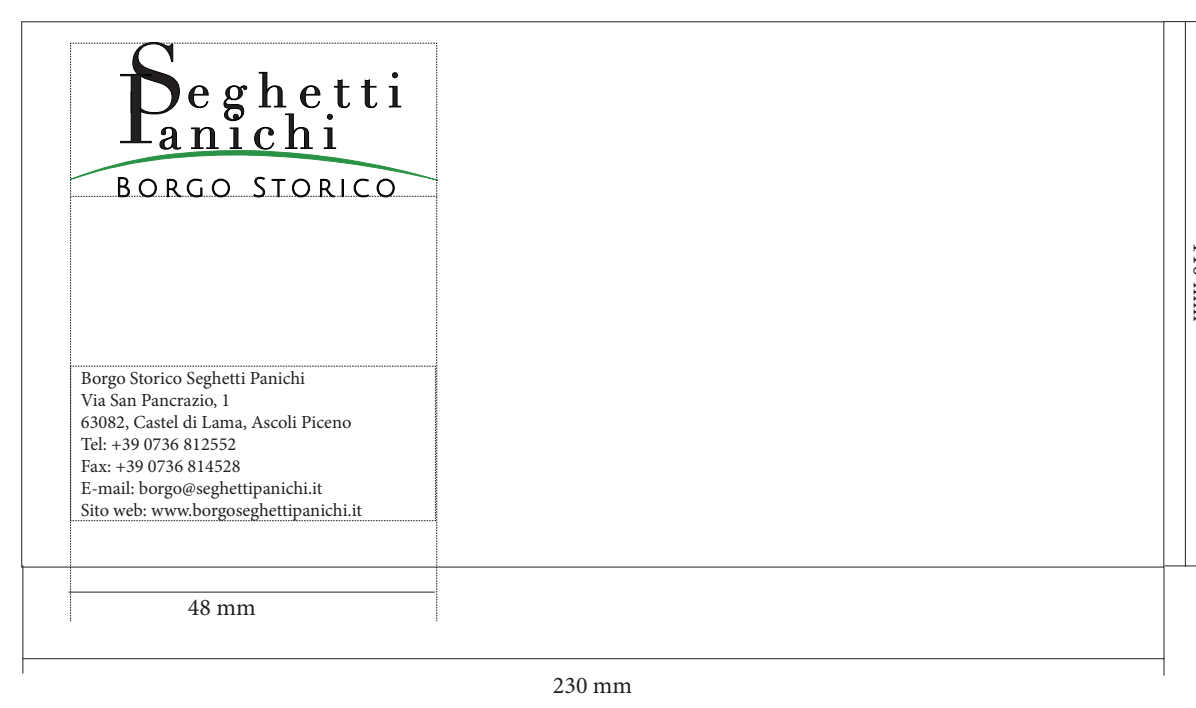
## Segnalibri

I segnalibri da me progettati hanno un formato di 50x200 mm ciascuno.  
In alto è posto il logo di Borgo Seghetti Panichi e sotto una foto significativa del luogo.  
Sul retro sono presenti in alto una breve storia riguardante il Borgo mentre in basso le informazioni riguardanti la villa.  
In entrambe i testi sopracitati ho utilizzato Minion Pro a 7 pt.



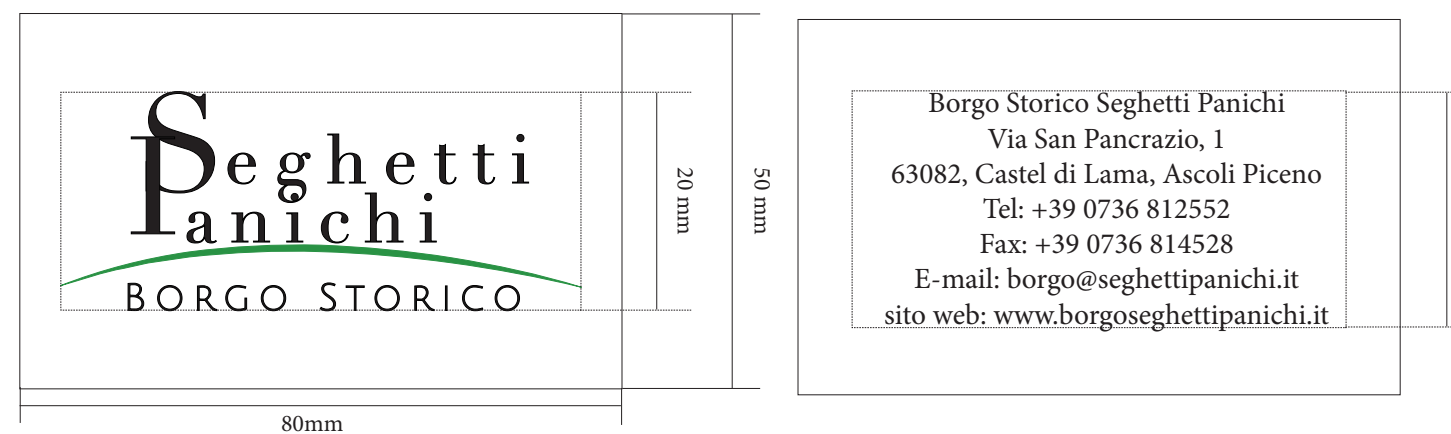
## Busta

La busta da lettera ha dimensione 230x110 mm.  
Nella parte superiore della busta è raffigurato il logo, mentre nella parte inferiore ci le informazioni geografiche generali della dimora e ho utilizzato Minion Pro a 10 pt.



## Biglietto da visita

Il biglietto da visita ha una dimensione standard di 50x80 mm.  
Al suo interno sono stati inseriti: il logo, la cui parte testuale è impostata al di sotto del logo stesso con le informazioni geografiche, i contatti telefonici e l'indirizzo e-mail.



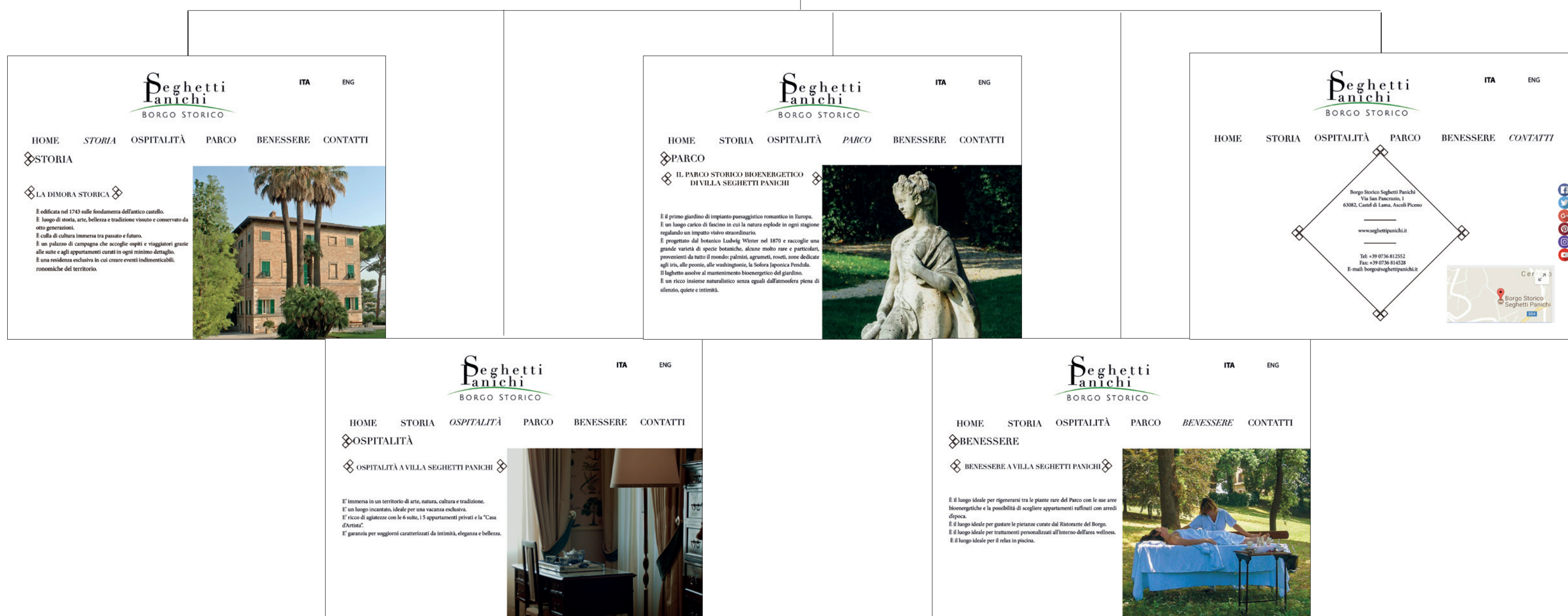
## Carta intestata

La carta intestata, per uso generale, è impaginata sul formato UNI A4 210x297 mm.



## Sito Web

La home page da me progettata per il Borgo Storico Seghetti Panichi presenta il logo in alto, al centro della pagina; segue il menu con le informazioni principali di facile fruibilità, che portano alle pagine dedicate.  
Al centro della pagina ho inserito un'immagine accattivante dell'antica dimora; essa permette all'utente di farsi un'idea del luogo e delle opportunità che propone.  
Le pagine interne sono create con un modello univoco e nascono al fine di valorizzare le specificità offerte dalla dimora stessa.



## Video

Al fine di valorizzare con un ulteriore artefatto la Residenza ho ritenuto opportuno, produrre un video di 01:30, HD 1280x720p, che illustrasse le varie peculiarità della Dimora.  
Al video ho applicato una color-correction calda che comunica un senso di calore e accoglienza.  
Per introdurre ogni ambiente, ho pensato di applicare un effetto-di-segno, che fa pensare a dei dipinti antichi, ma realizzato in una chiave moderna che può permettere di far apprezzare le particolarità della Dimora anche ad un pubblico giovanile.

