



Titolo: Trenitalia — Analisi e restyling

Autore: Otto Climan

Università: IUAV, Treviso

Corso di Laurea: Laurea in disegno industriale

Anno Accademico: 2012/2013

Nel 2001 gli architetti Marco Negroni e Luca Monica si aggiudicano il mandato per il progetto di riqualificazione voluto dal Gruppo Ferrovie dello Stato, insieme alla collaborazione dello studio Vignelli Associates di NY, vero e proprio guru del packaging, graphics e publication design, architectural design.

L'intento non corrisponde solo a un'esigenza di adeguamento alle condizioni attuali di frequentazione, di flussi e di funzioni, ma anche alla consapevolezza che la stazione è al contempo una sorta di grande biglietto da visita del trasporto su rotaia e di moderna porta d'accesso alla metropoli.

Dopo più di 10 anni, il progetto originale ha cominciato a smagliarsi, dando origine ad una moltitudine di artefatti assolutamente incoerenti tra di loro e caratterizzati dalla totale assenza di progetto grafico atto a renderli facilmente fruibili dall'utente. Le attuali stazioni ferroviarie italiane presentano una segnaletica lacunosa, fallace e di difficile lettura; i biglietti sono costosi da produrre e complicati da decifrare per le persone con delle disabilità anche lievi.

Questa piccola pubblicazione vuole occuparsi di analizzare i punti deboli dell'attuale immagine delle Ferrovie dello Stato, cercando di proporre delle soluzioni intelligenti per ridare lustro alla compagnia e per dimostrare che è forte l'attenzione dedicata all'utente. Un buon

progetto grafico permetterà di orientarsi con facilità anche nella fretta di un cambio treno, senza perdere tempo, comprendendo le informazioni necessarie in quel momento e senza promiscuità con il sistema di avvisi pubblicitari o di indicazione generica.

Il progetto completo di tutte le sue parti si divide in 5 ambiti progettuali:

1. Logo design

In una prima fase il progetto era dedicato alla sola riprogettazione grafica dei titoli di viaggio di Trenitalia. Procedendo nel lavoro tuttavia è risultato impossibile lavorare in una unica direzione ma si è presto palesata la necessità di operare ad ampio raggio cercando di mettere ordine nel caos visivo che la compagnia italiana ha generato all'interno della sua identity. Considerata la natura di restyling del mio progetto, ho ritenuto opportuno iniziare dalla riprogettazione del logo delle ferrovie, utilizzandolo come tramite per dare segno alla clientela del cambiamento di tutto l'immaginario visivo ad esso collegato.

2. Titoli di viaggio

La riprogettazione del titolo di viaggio è stato uno degli argomenti centrali della mia tesi, primo su tutti per complessità considerata la necessità di rispettare precise normative e requisiti tecnici imposti da Trenitalia e dagli apparati in uso dalla compagnia. Ho cercato comunque di tenere una linea uniforme per tutti i tickets provando a rimediare alla grande disomogeneità attuale, e soprattutto di dedicarmi allo studio della migliore rappresentazione delle informazioni in funzione della leggibilità.

3. Carattere

Per quanto concerne il carattere tipografico, la scelta è caduta su un progetto già esistente, italianissimo (dell'accademia di belle arti di Urbino): Titillium. Nasce così Titillium Trenitalia, in cui tramite la attenta progettazione delle terminazioni del carattere, è possibile notare come dettagli insignificanti di per sé per poter leggere la singola lettera, in condizioni di scarsa leggibilità diventano fondamentali per poter ricostruire la parola in maniera agevole.

4. Cartelli e segnaletica

L'attuale apparato avvisi in uso da Trenitalia si distingue per disomogeneità e mancato aggiornamento. Nel corso degli anni si sono sviluppati una serie innumerevole di artefatti creati dagli impiegati interni delle stazioni che differiscono enormemente da regione a regione ma anche tra treno e treno. Un semplice lavoro di omogeneizzazione e di studio del carattere mi ha permesso di generare un format modulare che permette una agevole creazione della cartellistica.

5. Wayfinding

La nuova proposta di wayfinding è caratterizzata da una forte gerarchia suggerita dai colori e dall'uso di un carattere appositamente progettato per l'uso segnaletico. Ogni cromia è stata assegnata alla comunicazione di una precisa serie di informazioni: una volta imparato il semplice codice per l'utente è facile seguire solo l'informazione di suo interesse e quindi districarsi dalla confusione anche nelle stazioni più affollate.

Il mio progetto ovviamente ha dovuto prescindere dallo studio del flusso delle persone poichè si tratta della codificazione di un sistema atto ad essere adottato in tutte le stazioni italiane e non in un preciso contesto architettonico.

Conclusioni

In definitiva, il mio progetto rimodernizza l'immagine di Trenitalia relativamente al progetto grafico di titoli di viaggio, segnaletica, carattere e wayfinding. Rende coerente e migliora l'usabilità di tutto l'apparato informativo con particolare attenzione agli utenti con disabilità anche lieve, comunica "italianità" agli utenti ed abbatte i costi in fase di produzione di tutti i supporti di comunicazione ove possibile.

Otto Climax

info@ottoclimax.it
www.ottoclimax.it
www.be.net/OttoClimax

via P. Buzzaccarini 60,
35124 Padova (Italia)

+39 3336788721