

DESIGN HUB SERIES

11

Pubblicazione finanziata con fondi di ricerca scientifica di Ateneo ex 60% dell'Università degli Studi "G. d'Annunzio" di Chieti-Pescara

Questo libro è stato sottoposto ad un processo di peer review che ne attesta la validità scientifica.

Collana: Design Hub Series
ISSN: 2704-6621

Direzione e cura: Giuseppe Di Bucchianico
Comitato Scientifico internazionale: Tareq Ahram, Stefania Camplone, Massimo Di Nicolantonio, Alessio D'Onofrio, Rossana Gaddi, Marinella Ferrara, Jasmien Herssens, Antonio Marano, Raffaella Massacesi, Emilio Rossi, Andrea Vallicelli.

ISBN: 978-88-321-9638-2

Prima edizione: dicembre 2024
© 2024 Alessio D'Onofrio

SALA editori
Via Caduta del Forte, 61
65121 Pescara
www.salaeditori.eu

Tutti i diritti sono riservati; è vietata la riproduzione non autorizzata, anche parziale o a uso interno o didattico con qualsiasi mezzo effettuata, compresa la fotocopia, la memorizzazione elettronica o altro sistema di registrazione.

Alessio D'Onofrio

SERVICE DESIGN LAB

Il service design nell'esperienza didattica e
ricerca



Indice

Index

7 **Introduzione** | Introduction

13 **CONSIDERAZIONI** | CONSIDERATIONS

15 **1. Il Service Design** | Service Design

21 **2. Il Service Design per la sostenibilità e l'inclusione sociale** | Service Design for sustainability and social inclusion

29 **3. Metodi e strumenti nella didattica del Service Design** | Methods and tools in teaching Service Design

37 **4. Il design process nel Laboratorio di Service Design** | Design process in the Service Design Laboratory

43 **CONCEPT DI SERVIZI** | SERVICES CONCEPTS

45 **5. I contesti applicativi** | Application contexts

49 **6. Servizi cicloturistici per le aree interne** | Cyclotourism services for inland

areas

83 **7. Servizi per la Smart City** | Smart City services

117 **Bibliografia** | Bibliography

119 **Photo credits** | Photo credits

Introduzione

Introduction

Il Service design è una disciplina centrale nell'odierno contesto economico e sociale, caratterizzato da complessi fenomeni come l'inclusione sociale e la sostenibilità ambientale. Questa disciplina mira alla progettazione di servizi capaci di rispondere alle sfide contemporanee attraverso l'innovazione e la centralità dell'utente. Progettare servizi oggi non si limita alla creazione di semplici soluzioni, ma significa definire relazioni e processi che possano migliorare l'esperienza dell'utente e generare valore per le organizzazioni coinvolte, il tutto con un approccio sistemico e multidisciplinare che si fonda su metodologie partecipative e soluzioni strategiche.

In questo quadro, il corso Laboratorio di Service design delinea un percorso formativo che integra la teoria e la pratica, orientato allo sviluppo di servizi innovativi inclusivi e sostenibili. Strutturato nell'ambito del corso di laurea magistrale in Eco Inclusive Design presso il Dipartimento di Architettura dell'Università G. d'Annunzio di Chieti-Pescara, il laboratorio propone agli studenti un approccio al design dei servizi orientato alla risoluzione di problemi complessi attraverso il coinvolgimento degli utenti e la progettazione sistemica. Gli studenti, attraverso il Laboratorio, acquisiscono competenze tecniche e metodologiche che consentono loro di sviluppare servizi capaci di rispondere alle necessità emergenti della società contemporanea, promuovendo inclusione e sostenibilità.

Il volume è strutturato in due parti: nella prima parte vengono affrontate le basi teoriche e le conoscenze metodologiche e strumentali, mentre nella seconda parte viene esposta una selezione di esiti progettuali applicati al Service design per l'inclusione sociale e la sostenibilità.

Nello specifico, la prima parte (Considerazioni) riporta una serie di riflessioni sul significato ed evoluzione del Service design in riferimento alla sostenibilità ed inclusione e sulle metodologie e strumenti utilizzati nell'esperienza didattica e di ricerca.

Nel primo capitolo, si introducono le basi teoriche del Service design, illustrando i concetti fondamentali, le sue origini e la sua importanza nell'economia attuale, oltre ai principali approcci metodologici che guidano la progettazione dei servizi. Segue il secondo capitolo, dedicato al Service design per la sostenibilità e l'inclusione sociale, nel quale si analizza il ruolo del design nella promozione di un'economia sostenibile e inclusiva e sull'impatto del Service Design nel miglioramento della qualità della vita e nella riduzione delle disuguaglianze, evidenziando il suo contributo alla realizzazione di servizi accessibili e rispettosi dell'ambiente. Il terzo capitolo introduce i metodi e gli strumenti utilizzati nella didattica del Service design, ponendo particolare attenzione alle metodologie adottate nel Laboratorio. Tra queste, il Design Thinking, il modello Double Diamond e il Method for System Design for Sustainability (MSDS) vengono approfonditi come approcci che permettono una visione integrata e multidisciplinare del processo di progettazione. Il quarto capitolo descrive il design process del Laboratorio, articolando le diverse fasi operative attraverso le quali gli studenti sviluppano i propri progetti, dalla definizione del problema fino alla progettazione e comunicazione finale del servizio. Qui vengono illustrate le attività di ricerca, ideazione e sviluppo dei concept che compongono il percorso didattico e metodologico del Laboratorio.

Nella seconda parte (Concept di servizi), nel quinto capitolo vengono esplorati i contesti applicativi del Service design analizzati dal Laboratorio, concentrandosi sulle sfide e opportunità poste dalle aree interne e dalle smart cities. Nello specifico, nel sesto capitolo vengono presentati i progetti sviluppati per territori fragili, come le aree del Gran Sasso e del Basso Sangro/Trigno, mentre nel settimo i progetti per i contesti urbani avanzati della Smart City, con l'obiettivo di delineare i diversi approcci progettuali adottati in ciascun contesto. In questo modo, il Laboratorio intende fornire agli studenti una comprensione completa delle dinamiche che influenzano il design dei servizi e della sua applicazione pratica in ambienti con caratteristiche e requisiti differenti.

Inoltre, desidero ringraziare il Prof. Massimo Angrilli e la Prof.ssa Maura Mantelli del Dipartimento di Architettura dell'Università G. d'Annunzio di Chieti-Pescara, con i quali ho avuto il piacere e l'onore di condividere il corso del

Laboratorio di Service design in questi anni, esprimendo la mia gratitudine per la competenza e la professionalità che li ha contraddistinti nel contribuire in maniera significativa alla conoscenza, attraverso il loro modulo sulla Smart City.

Service design is a central discipline in today's economic and social context, characterized by complex phenomena such as social inclusion and environmental sustainability. This discipline aims at designing services capable of addressing contemporary challenges through innovation and user-centricity. Designing services today is not limited to creating simple solutions but involves defining relationships and processes that can enhance the user experience and generate value for the organizations involved, all with a systemic and multidisciplinary approach grounded in participatory methodologies and strategic solutions.

In this framework, the Service design Laboratory course outlines a training path that integrates theory and practice, oriented toward developing innovative, inclusive, and sustainable services. Structured within the master's degree program in Eco Inclusive Design at the Department of Architecture of the University of G. d'Annunzio in Chieti-Pescara, the laboratory offers students a service design approach focused on solving complex problems through user engagement and systemic design. Through the Laboratory, students acquire technical and methodological skills that enable them to develop services capable of addressing emerging needs in contemporary society, promoting inclusion and sustainability.

The volume is structured into two parts: the first part covers the theoretical foundations and methodological and instrumental knowledge, while the second part presents a selection of design outcomes applied to Service design for social inclusion and sustainability. Specifically, the first part (Considerations) includes a series of reflections on the meaning and evolution of Service design concerning sustainability and inclusion, as well as the methodologies and tools used in teaching and research experience.

In the first chapter, the theoretical foundations of Service design are introduced, illustrating fundamental concepts, its origins, and its importance in the current economy, along with the main methodological approaches guiding service design. The second chapter is dedicated to Service design for sustainability

and social inclusion, analyzing the role of design in promoting a sustainable and inclusive economy and the impact of Service design in improving quality of life and reducing inequalities, highlighting its contribution to creating accessible and environmentally respectful services. The third chapter introduces the methods and tools used in Service design education, with particular attention to the methodologies adopted in the Laboratory. Among these, Design Thinking, the Double Diamond model, and the Method for System Design for Sustainability (MSDS) are explored as approaches that allow for an integrated and multidisciplinary vision of the design process. The fourth chapter describes the Laboratory's design process, detailing the various operational phases through which students develop their projects, from problem definition to final service design and communication. Here, the research, ideation, and concept development activities that make up the Laboratory's educational and methodological path are illustrated.

In the second part (Teaching and Design Research), the fifth chapter explores the practical applications of Service design analyzed by the Laboratory, focusing on the challenges and opportunities presented by internal areas and smart cities. Specifically, the sixth chapter presents projects developed for fragile territories, such as the Gran Sasso and Basso Sangro/Trigno areas, while the seventh chapter features projects for the advanced urban contexts of the Smart City, with the aim of outlining the different design approaches adopted in each context. In this way, the Laboratory aims to provide students with a comprehensive understanding of the dynamics influencing Service design and its practical application in environments with diverse characteristics and requirements.

Finally, I wish to thank Prof. Massimo Angrilli and Prof. Maura Mantelli of the Department of Architecture at the University of G. d'Annunzio in Chieti-Pescara, with whom I had the pleasure and honor of sharing the Service Design Laboratory course over the years, expressing my gratitude for their expertise and professionalism, which significantly contributed to knowledge through their module on the Smart City.

Considerazioni
Considerations

Il Gestore del Sistema di E-Bike Sharing consegna la bici ottimizzata secondo le scelte e le caratteristiche dell'utente

Il Gestore del Data Center registra i dati dell'utente e attiva i servizi prenotati. Gestisce ed elabora i dati forniti dall'utente e dalla bici.

I produttori di Smart E-Bike forniscono i loro prodotti al Gestore del Sistema

Il Gestore del Sistema indica i punti di ristoro più vicini. Contatta i Bike Grill, prescelto e ordina il menu per l'utente

Il Gestore del Bike Grill propone il menu basato sui prodotti enogastronomici locali a chilometro zero

Il produttore enogastronomico locale fornisce i propri prodotti biologici al Gestore del Bike Grill

Il Gestore del Sistema attiva il servizio per consentire il libero accesso all'utente al museo/avventura

L'Ente locale fornisce la relazione di una rete di Stazioni di ricarica presso i maggiori luoghi di interesse del suo territorio

I Produttori di Ricarica (Amisano) loro prodotti alle amministrazioni locali e al Gestore del Servizio

I Gestori del Sistema focus: in attesa di chiarimento, molti di questi accolgono oppure erano a disposizione del cliente

Il Gestore della Certificazione regola il Bici

I Produttori di attrezzature certificate forniscono i loro prodotti al Gestore del Servizio e alle Cooperative

Gestore del Sistema

holder 1

holder 2

Il service design

Service design

1

Il Service design, nel contesto attuale di sfide sociali ed ecologiche, mira a creare servizi inclusivi e sostenibili, accessibili a tutti. Questa disciplina, multidisciplinare e sistemica, si è evoluta enfatizzando metodologie partecipative e concentrandosi su esperienze di qualità per gli utenti, integrando i concetti di “Servitization” e “Sharing Economy” e adottando principi centrati sull’utente, sequenziali, olistici e co-creati per progettare servizi efficaci e innovativi.

Service design, in the current context of social and ecological challenges, aims to create inclusive and sustainable services, accessible to everyone. This multidisciplinary and systemic discipline has evolved by emphasizing participatory methodologies and focusing on quality experiences for users, integrating the concepts of “Servitization” and “Sharing Economy” and adopting user-centered, sequential, holistic and co-created principles to design effective and innovative services.

Nel contesto contemporaneo caratterizzato da crescenti disuguaglianze sociali e sfide ecologiche, il Service design ha assunto un ruolo cruciale nella creazione di soluzioni innovative per promuovere e facilitare l’inclusione sociale e la sostenibilità ambientale. Progettare servizi accessibili e sostenibili vuol dire garantire a tutti l’accesso ai servizi essenziali, indipendentemente dall’età, dall’abilità o dallo status socioeconomico, riducendo barriere fisiche, digitali e culturali. Allo stesso tempo, è necessario ridurre l’impatto ambientale massimizzando

l'efficienza energetica e minimizzando lo spreco di risorse. Oggi il Service design, attraverso metodologie partecipative, approcci sistemici e multidisciplinari e soluzioni innovative, esplora e interseca i concetti di inclusione e sostenibilità, con l'obiettivo di migliorare il benessere collettivo e preservare le risorse naturali per le generazioni future.

Innanzitutto, è necessario comprendere cosa si intende con il termine servizio, una parola associata ad un concetto che ormai pervade le nostre vite e che utilizziamo quotidianamente in maniera consapevole, ma a volte anche inconsapevolmente. Il concetto alla base del termine non è nuovo in quanto i servizi sono sempre esistiti nella storia della civiltà umana. Possiamo definire i servizi come tutte le attività prestate per il soddisfacimento di bisogni individuali o collettivi (Tassi, 2019).

Ormai la consapevolezza e la presenza dei servizi nelle nostre vite stanno crescendo in maniera esponenziale e le nostre interazioni con essi ci consentono di ottenere risultati di varia natura. Gli eventi delle nostre vite sono interconnessi attraverso una miriade di servizi diversi. Attraverso di essi, otteniamo risultati di varia natura e interagiamo con persone e organizzazioni diverse. I servizi ormai sono ovunque, come una impalcatura essenziale per le nostre vite, una infrastruttura "soft" della società odierna (Penin, 2018).

Servitization e Service revolution

Dati questi presupposti è lecito pensare che i servizi siano ormai diventati la reale base su cui si basa l'odierno sistema economico. In questo dibattito molti studiosi e analisti economici sono convinti che servizi e non le merci sono alla base dello scambio tra esseri umani, sottolineando il concetto che è il "servizio", inteso come espressione di competenze di un'impresa, che il cliente acquista per alimentare i propri processi di produzione e di consumo. Questa diversa concezione ha portato a cambiare la nostra visione verso una logica differente, una logica del "servizio dominante", una nuova modalità di concepire beni e servizi non come due cose distinte ma invece come unica soluzione integrata nella quale i servizi incorporano i beni (Vargo & Lusch, 2004). Dal punto di vista economico è quindi possibile definire l'era in cui ci troviamo come "Service Revolution nella quale, grazie alle nuove tecnologie digitali e nuove generazioni di prodotti tecnologici, hanno portato alla cosiddetta "Servitization", ossia quei processi di trasformazione che portano le aziende a passare da una logica e un modello di business incentrati sul prodotto, a uno incentrato sul servizio (Vandermerwe &

Rada, 1988). Tuttavia, l'economia non si orienta esclusivamente verso il profitto privato. Esiste anche un'economia sociale che opera attraverso organizzazioni governative, enti non profit, il settore sanitario e altre aree sociali, considerate una fonte significativa di innovazione, crescita economica e creazione di posti di lavoro.

In questo contesto, è emerso il concetto di “Sharing economy” (Belk, 2014), che si sviluppa in due forme principali in competizione tra loro. Una versione è la “peer economy,” basata sulla collaborazione e lo scambio diretto tra persone. L'altra versione della sharing economy si collega a piattaforme digitali come Uber e Airbnb, diventate aziende multimilionarie che agiscono come intermediari logistici tra l'utente e il fornitore di servizi, assumendo il ruolo di una nuova generazione di prodotti tecnologici altamente connessi al servizio, tali da coincidere con il servizio stesso.

Service design: Definizioni

Se i servizi sono sempre esistiti, di recente è emersa la necessità di chiarire meglio il concetto legato alla loro progettazione, ovvero il “Service design”. Il termine emerse quando diventò evidente la rilevanza dei servizi nelle attività economiche e la necessità di organizzare adeguatamente le attività in un servizio. Questo termine fu introdotto per la prima volta nel 1982 da Lynn Shostack, esperta di marketing e vicepresidente di Citibank, nonché inventrice del “Service Blueprint” e co-fondatrice e presidente dell'International Service Design Network, in un articolo dal titolo “How to design a service”, dove per la prima volta si parla di progettazione di servizi utilizzando il termine Service design. Da quel momento al design dei servizi vengono attribuiti significati molto diversi, alcune definizioni sono molto ampie mentre altre risultano molto mirate.

C'è chi definisce il Service design come un'attività di pianificazione e organizzazione delle risorse di un'azienda al fine di migliorare direttamente l'esperienza del dipendente e indirettamente, l'esperienza del cliente (Nielsen Norman Group), o come coreografia di processi, tecnologie e interazioni all'interno di sistemi complessi al fine di co-creare valore per le parti interessate (Birgit Mager, 2012), ma anche come sviluppo del servizio con il coinvolgimento del cliente per un approccio più orientato al sistema (Stickdorn, Hormess, et al., 2018), oppure come un approccio alla progettazione di servizi che bilancia le esigenze del cliente con le esigenze del business, con l'obiettivo di creare esperienze di servizio fluide e di qualità (Miller, 2015). In definitiva, il concetto di Service de-

sign si potrebbe riassumere come un approccio alla progettazione che si occupa della definizione delle relazioni tra una persona o un gruppo di persone (utenti), e un'organizzazione (fornitore) che eroga il servizio, con l'obiettivo di generare un'esperienza di qualità per entrambe le parti coinvolte, agevolando il raggiungimento del risultato desiderato da parte dell'utilizzatore del servizio e creando al tempo stesso valore per l'organizzazione.

La difficoltà di definire in maniera univoca il Service design deriva dalla sua complessità e la sua nascita è legata all'esigenza di mettere a disposizione di progettisti una metodologia e degli strumenti che possono aiutare a governare questa complessità, dando forma a servizi di qualità in grado di migliorare concretamente la vita delle persone e il mondo in cui viviamo. Si posiziona come una forma integrativa del design, dialogando sia con le pratiche materiali del design, sia con l'approccio strategico e sistemico, portando il service designer a progettare relazioni, connessioni, processi ed esperienze.

Caratteristiche (multidisciplinarietà, intangibilità, co-design, etc.)

Le motivazioni che rendono complessa la natura del Service design dipendono da una molteplicità di fattori. Uno dei principali è la multidimensionalità della progettazione che non è limitata alla creazione di un prodotto fisico o digitale, ma si estende all'intero ecosistema in cui il servizio è erogato, tenendo in considerazione la diversità degli attori coinvolti, i processi utilizzati, le tecnologie disponibili e le interazioni umane sia del livello esterno visibile agli utilizzatori (front office), sia i processi interni e l'esperienza delle persone coinvolte nell'erogazione del servizio (back office). Inoltre, i servizi hanno la caratteristica di essere immateriali, ovvero di esaurirsi nel momento stesso in cui vengono realizzati, distinguendosi in questo da prodotti e beni che sono in genere materiali, non hanno una forma fisica, possono essere utilizzati ma non posseduti, non hanno fisicità non possono essere trasportati o tantomeno esportabili (Tassi, 2019). Questo genera la necessità di utilizzare un approccio multidisciplinare che tenga conto delle competenze provenienti da altre discipline, tra cui economia, antropologia, psicologia, sociologia e tecnologia. Inoltre, seppur con approcci e contesti differenti, il Service design condivide una vasta gamma di strumenti e metodologie con altre discipline del design, tutte orientate alla risoluzione di problemi centrati sugli utenti, al miglioramento dell'esperienza e all'innovazione, come il Design thinking, la User experience design (UX), lo Human Centered Design (HCD), la Customer experience (CX), il Co-design.

Le caratteristiche di multidisciplinarietà e multidimensionalità del Service design vengono evidenziate nel pensiero di Marc Stickdorn e Jakob Schneider, autori di “This is Service Design Thinking”, secondo i quali la progettazione di un nuovo servizio si basa su cinque principi: 1) Il servizio è centrato sull’utente, in quanto le persone sono il cuore dei servizi e attraverso l’approccio User-centered design (UCD) vengono tenuti continuamente in considerazione i feedback degli utenti, assicurandosi i loro bisogni e prospettive, diventando centrali nello sviluppo di un nuovo servizio; 2) il servizio deve essere co-creato, ossia applicando un approccio partecipativo che considera le persone come partner e quindi da coinvolgere attraverso l’intero processo di design, tramite workshop, interviste, consultazioni, incontri e conversazioni; 3) La progettazione del servizio è sequenziale, ossia il servizio deve essere visualizzato come sequenza di azioni connesse, in quanto il tempo (la quarta dimensione) è essenziale nei servizi poiché il beneficio percepito di un servizio potrebbe cambiare mentre le interazioni e le esperienze si svolgono nel tempo; 4) il servizio deve essere evidente, ossia tramite artefatti fisici o “Touchpoints” e canali con i quali interagire per aiutare a rendere tangibile il valore del servizio; 5) il servizio deve essere olistico e sistemico, in quanto può essere vissuto attraverso canali multipli e generare la percezione di integrazione, interconnessione, armonia e interezza del sistema (Stickdorn & Schneider, 2012).

PSS

Service

ACCESS

Result
Oriented

Product is
part of the
service

Use
Oriented

Ownership is
maintained
by company

Add a service
to a product

OWNERSHIP

Product



Il Service Design per la sostenibilità e l'inclusione sociale

Service design for sustainability and social inclusion

Il Service design mira a trasformare i modelli di consumo e produzione verso pratiche più virtuose, promuovendo l'accesso equo a servizi essenziali e la riduzione dell'impatto ambientale. Incentrato su approcci come il Product Service Systems (PSS) e la sharing economy, il Service design favorisce la cooperazione e il riuso, mentre attraverso il coinvolgimento attivo degli utenti, specialmente dei gruppi vulnerabili, permette di progettare servizi inclusivi che migliorano il benessere sociale e rafforzano l'accessibilità.

Service design aims to transform consumption and production models towards more virtuous practices, promoting equitable access to essential services and reducing environmental impact. Focused on approaches such as Product Service Systems (PSS) and the sharing economy, Service design encourages cooperation and reuse, while through the active involvement of users, especially vulnerable groups, it allows the design of inclusive services that improve social well-being and strengthen accessibility.

Il Service design per la sostenibilità

La sfida intrapresa dalla società odierna verso uno sviluppo sostenibile costituisce un cambiamento epocale nell'evoluzione dell'economia e della società stessa, nata dalla consapevolezza dei limiti intrinseci di un modello di sviluppo fondato sull'uso indiscriminato di risorse non rinnovabili e dal progressivo degrado dell'ambiente e della biodiversità. Essa richiede trasformazioni profonde

nei sistemi di produzione, nei modelli di consumo e negli stili di vita, segnando un allontanamento dal paradigma attuale verso pratiche più sostenibili e rispettose dell'ambiente.

In questa ottica il Service design è emerso come un approccio strategico per progettare servizi in modo più efficiente, centrato sulle persone e capace di rispondere alle sfide contemporanee. Il suo ruolo fondamentale nel percorso intrapreso verso la transizione ecologica è iniziato quando ci si rese conto che gli approcci che hanno riguardato prevalentemente l'innovazione di prodotti esistenti o lo sviluppo di nuovi prodotti caratterizzati da un più alto grado di sostenibilità, da soli non erano sufficienti per la trasformazione radicale necessaria verso la sostenibilità, ma era necessario affrontare la problematica in modo più ampio, coinvolgendo gli aspetti legati al design dei servizi, al design dei sistemi e infine all'innovazione sociale. Se negli anni '80, la diffusione del concetto di eco-design aveva l'obiettivo di ridurre l'impatto ambientale dei prodotti durante tutto il loro ciclo di vita, dalla fase di progettazione fino allo smaltimento (Life Cycle Design), negli anni '90, l'attenzione si è spostata dal singolo prodotto a un approccio sistemico.

Il design per la sostenibilità ha iniziato a considerare l'intero ecosistema in cui un prodotto o servizio si inserisce, includendo aspetti sociali, economici e ambientali, abbracciando l'etica del lavoro e le condizioni di vita delle persone coinvolte nei processi produttivi. Questa nuova dimensione socioculturale è il territorio dove il designer diventa "cerniera" o collegamento tra il mondo della produzione e quello dell'utente e l'ambiente sociale/societario in cui questi processi hanno luogo, allargandosi infine verso la possibilità di consentire agli utenti stili di vita alternativi e più sostenibili (Vezzoli, Ceschin, Osanjo, M'Rithaa, Moalosi, Nakazibwe, Diehl, 2018).

In questa prospettiva il Service design si inserisce nell'ottica sistemica del Product Service Systems (PSS), in cui l'attenzione si sposta dal prodotto singolo e dal suo ciclo di vita a tutte le interazioni tra produzione e consumo, coinvolgendo l'ambiente, gli individui e gli oggetti. Attraverso questo approccio il concetto di vendita tradizionale del prodotto viene superato in favore della funzione che esso fornisce. Una delle principali opportunità di questo modello risiede nel fatto che il possesso del prodotto resta al fornitore del servizio o al produttore. Questo implica che il fornitore ha un forte interesse a prolungare la vita utile del prodotto, riducendo i costi associati allo smaltimento e valorizzando i materiali

una volta giunti a fine vita (Vezzoli, Manzini, 2008). Si è passati dall'era del possesso di un bene all'era dell'accesso ad esso, attivando un processo che integra in un quadro comune di trasformazione concetti come l'economia circolare, la sharing economy, la dematerializzazione e la digitalizzazione. Dimensioni interconnesse in cui il Service design può avere un impatto significativo, fungendo da leva per l'implementazione di pratiche sostenibili.

Nell'ambito dell'economia circolare, il Service design diventa uno strumento chiave per ripensare i modelli di produzione e consumo in una logica di rigenerazione e riutilizzo delle risorse. L'economia circolare si basa sull'idea di chiudere il ciclo dei materiali, minimizzando i rifiuti e prolungando la vita utile dei prodotti. Questo obiettivo richiede un cambio di paradigma non solo a livello tecnologico, ma anche nella progettazione dei servizi associati ai prodotti. Il Service design permette di sviluppare sistemi in cui i prodotti non vengono venduti come beni di consumo, ma offerti come servizi. Modelli come il Product-as-a-Service (PaaS), supportati da una progettazione orientata al cliente, consentono alle aziende di mantenere il controllo sui materiali e sui componenti, facilitando il loro recupero e riciclo (Lacy et al., 2015). Inoltre, attraverso la co-creazione con gli utenti, il Service design può esplorare soluzioni innovative per incentivare la restituzione di prodotti a fine vita o promuovere la riparazione e il riutilizzo. Questi approcci non solo riducono l'impatto ambientale, ma creano anche opportunità economiche e occupazionali lungo l'intero ciclo di vita dei materiali.

La sharing economy rappresenta un ulteriore campo in cui il Service design può contribuire a promuovere modelli di consumo sostenibili. La condivisione di beni e servizi, resa possibile da piattaforme digitali, implica la decentralizzazione della proprietà dei beni, che vengono condivisi tra gli utenti, come ad esempio i servizi per la mobilità sostenibile (car-sharing, bike sharing, etc.). Essi consentono a più persone di soddisfare la domanda di un singolo mezzo di trasporto, riducendo la domanda di nuovi prodotti attraverso l'uso condiviso e prolungato dei beni e promuovendo il riuso, la manutenzione e l'espansione del ciclo di vita dei prodotti, contribuendo a ridurre i rifiuti e i cicli materiali. Tuttavia, i servizi di Sharing Mobility devono considerare non solo l'usabilità dell'applicazione, ma anche l'interazione con le infrastrutture urbane, la manutenzione dei veicoli e l'educazione degli utenti a comportamenti responsabili. Il successo di tali sistemi dipende in larga misura dalla capacità di bilanciare gli interessi individuali con quelli collettivi, promuovendo una cultura della condivisione che vada oltre

l'aspetto economico. La realizzazione di sistemi di condivisione efficaci richiede una progettazione attenta che tenga conto di dinamiche sociali, tecnologiche e ambientali. In questo senso il Service design può facilitare la creazione di ecosistemi collaborativi, progettando piattaforme che siano intuitive e affidabili, capaci di costruire fiducia tra gli utenti e di garantire l'accesso equo ai benefici della sharing economy.

Un altro fattore determinante per lo sviluppo e la popolarità dei servizi è stata la digitalizzazione, rivelandosi un potente abilitatore per la dematerializzazione che ha portato alla riduzione della quantità di materiali fisici necessari per soddisfare un bisogno, nonché per i sistemi PSS e la sharing economy. Grazie alla digitalizzazione, i servizi possono essere resi più efficienti e accessibili, permettendo il possesso comune dei beni (ad esempio, sharing mobility) attraverso piattaforme digitali e l'IoT e AI per la manutenzione predittiva dei prodotti inseriti in un modello PSS. Tuttavia, la progettazione di tali piattaforme deve considerare non solo l'usabilità e l'efficienza, ma anche aspetti etici come la trasparenza, la privacy e l'equità di accesso, evitando che la digitalizzazione amplifichi disuguaglianze o crei nuove forme di esclusione. Affinché la digitalizzazione contribuisca realmente alla sostenibilità, è necessaria una progettazione consapevole che metta al centro l'esperienza dell'utente e gli impatti a lungo termine dei sistemi digitali.

Il Service design per l'inclusione sociale

In questo scenario il Service design ha assunto un ruolo centrale anche sotto un altro importante aspetto, ossia l'inclusione sociale. In primo luogo, i sistemi PSS e più in generale la sharing economy, offrono opportunità per creare un accesso più equo e democratico a beni e servizi, contribuendo a ridurre le disuguaglianze sociali ampliando le opportunità per gruppi vulnerabili, nell'accesso a risorse che potrebbero altrimenti essere fuori dalla loro portata economica o logistica. In secondo luogo, la progettazione di un servizio si avvale di specifiche metodologie che prevedono il coinvolgimento degli utenti sin dalle prime fasi di sviluppo, attraverso pratiche di Co-design, Design Thinking e User Centered Design, con l'obiettivo di progettare delle esperienze di servizio intuitive e accessibili all'uso e centrate sulle persone.

Questi approcci partecipativi non solo migliorano la fruibilità dei servizi, ma rafforzano il riconoscimento del ruolo e della responsabilità del designer nella

società, nell'apportare cambiamenti sociali e rispondere a problematiche umane complesse attraverso metodologie di progettazione. Con manifesti come *First Things First* (Garland, 1964; Lasn, et al., 1999), i designer sono passati da un'ottica puramente commerciale a un livello di coscienza sociale, sensibilizzando la professione a questioni di accessibilità e giustizia sociale. Questa attenzione alla dimensione sociale del design è stata formalizzata dal concetto di "social design", con le sue sottili varianti di "social impact design", "socially responsible design" e "design for social innovation" (Resnick, 2019).

Si tratta di un campo emergente che simboleggia un paradigma di design completamente nuovo, in cui il Service design diventa una componente centrale nel guidare i progetti verso fini etici, sostenibili e inclusivi. Inoltre, l'inclusione dei servizi è un tema emergente anche in un'area di interesse significativa e in crescita nell'industria, nel mondo accademico e nel governo, ossia la "Transformative Service Research (TSR)", una ricerca che "si concentra sul miglioramento del benessere dei consumatori e della società attraverso il servizio" (Rosenbaum et al., 2011) e sostiene l'obiettivo essenziale di migliorare il benessere per tutti (Anderson et al., 2013; Gustafsson et al., 2016).

Il Service design diventa quindi uno strumento fondamentale nella creazione di infrastrutture e risposte che siano veramente inclusive, perché l'uso del Service design in particolare soddisfa le esigenze del settore vulnerabile, ergo, l'esclusione di questo settore viene evitata. Attraverso la progettazione condivisa, il Service design non solo riconosce l'importanza di coinvolgere attivamente le comunità vulnerabili, ma le integra in ogni fase, dando voce a coloro che sono tipicamente esclusi, abbattendo le barriere di accesso e valorizzando le esperienze vissute dagli utenti.

Questo approccio inclusivo, caratteristico del social design, garantisce che i servizi rispondano veramente alle reali esigenze degli utenti, contribuendo a un maggiore impatto sociale. Il Service design è essenziale anche per garantire l'accessibilità digitale e fisica, poiché in un mondo sempre più digitalizzato, le soluzioni devono tenere conto delle persone con diverse capacità e competenze, compresi gli anziani e gli individui con una limitata alfabetizzazione digitale.

Ciò comporta la creazione di interfacce semplici (User experience design), l'utilizzo di strumenti di assistenza e l'adozione di pratiche di accessibilità universale (Mace, 1985), riflettendo un impegno etico per garantire che nessuno sia escluso dai servizi essenziali. Lo stesso vale per il settore dei servizi pubblici, in

cui il Service design può aiutare a raggiungere l'equità sociale attraverso l'eliminazione delle disuguaglianze economiche e la fornitura di pari accesso all'assistenza sanitaria, all'istruzione, ai trasporti e al welfare sociale che troppo spesso è disponibile solo per una parte della popolazione.

Il Service design svolge anche un ruolo nella redistribuzione delle risorse attraverso la sua soluzione di design inclusivo e quindi lavora per colmare il divario tra le classi sociali e rafforza la convinzione che tutti abbiano diritto ai servizi pubblici. Nell'economia sociale e solidale il Service design è un nucleo e svolge il ruolo di facilitatore della cooperazione, la risposta a un bisogno collettivo, uno spazio, una piattaforma per la condivisione di risorse, per un'azione congiunta, tra le comunità locali. Questo approccio al bene comune è diverso da quello del resto delle economie di mercato perché incoraggia soluzioni sostenibili e socialmente responsabili.

Il design incentrato sull'utente (Human Centered Design) è un altro aspetto importante del design del servizio, perché l'approccio incentrato sull'uomo riguarda tutto l'utente e riguarda le esigenze di tutti gli utenti, in particolare di quelli vulnerabili. In questo modo le soluzioni sono davvero una risposta alle esigenze individuali e comunitarie, le esperienze hanno rilevanza senza compromettere gli standard della comunità.

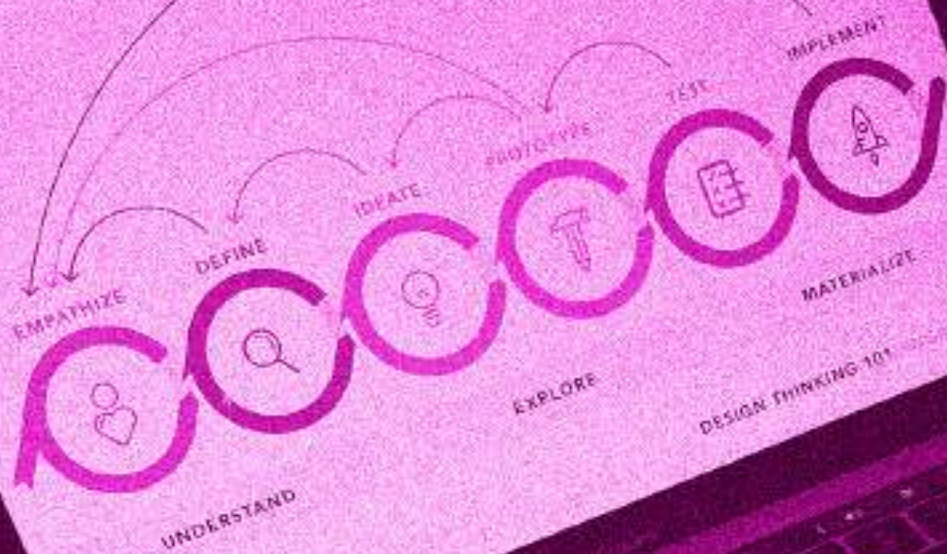
Un altro è il design partecipativo (Co-design), che è un aspetto importante del design del servizio, perché gli utenti sono effettivamente coinvolti nel processo, assicurandosi che le soluzioni rispondano davvero alle esigenze degli utenti e non a una versione concettualizzata di tali esigenze. Questo tipo di partecipazione non solo porta a livelli più elevati di soddisfazione e longevità delle soluzioni, ma promuove anche un senso di appartenenza negli utenti e costruisce ponti di fiducia tra le istituzioni e le loro persone.

L'inclusione del servizio significa che tutti i clienti hanno la possibilità di ricevere lo stesso livello di valore inerente ad uno scambio sul mercato. Pertanto, i servizi inclusivi si fondano su pilastri che offrono opportunità, offrono scelte, alleviano la sofferenza e promuovono la felicità per tutti i partecipanti al sistema dei servizi (clienti, dipendenti, comunità, etc.), contribuendo ad aumentare il benessere a livello individuale e collettivo (Fisk, Dean, Alkire, Joubert, Previte, Robertson, Rosenbaum, 2018).

Infine, strumenti come il service blueprint e il journey mapping sono inestimabili nel design del servizio perché consentono al progettista di vedere e valu-

tare effettivamente ogni punto di contatto tra l'utente e il servizio, individuando possibili ostacoli o momenti di verità (Customer experience design).

Si tratta di strumenti che consentono un tracciamento più preciso del percorso degli utenti e dei problemi che affrontano, nonché di eventuali punti di esclusione, il che a sua volta renderà il servizio più user friendly e accessibile a tutti. Per riassumere, il Service design, nella categoria del social design, diventa la risposta morale e inclusiva, non solo a soluzioni facilmente accessibili e sostenibili, ma anche a una società più giusta e inclusiva.



Metodi e strumenti nella didattica del Service design

Methods and tools in teaching Service design

Il Service design adotta metodologie e strumenti per progettare servizi centrati sull'utente e ottimizzare le interazioni. Nel Laboratorio di Service Design, il Design Thinking, il modello Double Diamond e il metodo MSDS, permettono una progettazione innovativa, sostenibile e inclusiva. Queste metodologie ibridate consentono di affrontare complessità specifiche del settore attraverso fasi iterative e modulari, fornendo agli studenti strumenti per sviluppare soluzioni che rispondano a esigenze sociali e ambientali.

Service design adopts methods and tools to design user-centered services and optimize interactions. In the Service Design Lab, Design Thinking, the Double Diamond model and the MSDS method enable innovative, sustainable and inclusive design. These hybrid methodologies allow to address specific complexities of the sector through iterative and modular phases, providing students with tools to develop solutions that respond to social and environmental needs.

Introduzione alle metodologie del Service design

Il Service design è un approccio multidisciplinare che mira a progettare servizi orientati alle esigenze degli utenti, integrando strategie, processi e interazioni per migliorare l'esperienza complessiva. Fondamentale per il Service design è la combinazione di metodi e strumenti che consentono di analizzare e mappare i bisogni, le aspettative e i comportamenti degli utenti, nonché di comprendere e

ottimizzare le interazioni all'interno di un sistema di servizi complesso.

Le metodologie e gli strumenti di progettazione dei servizi hanno le loro origini in una combinazione di discipline e processi diversi, armonizzati insieme come una nuova pratica pochi anni dopo la fine del millennio. Ora è possibile vedere come gli sviluppi attraverso il "Participatory design" verso lo "User-centered design" e l'evoluzione della "Customer experience" hanno plasmato gran parte della metodologia alla base della progettazione dei servizi. Lucy Kimbell riassume lo sviluppo del design dei servizi come: "una pratica che attinge da diverse tradizioni, tra cui il design del prodotto, dell'ambiente, dell'esperienza e dell'interaction design" (Kimbell, 2009).

Durante gli anni '80 e '90, con il crescere dell'economia dei servizi, le aziende hanno iniziato ad avvertire la crescente necessità di progettare esperienze di servizio di alta qualità, con l'obiettivo di creare una connessione più stretta con i clienti. In tale contesto, studiosi come G. Lynn Shostack hanno presentato i primi strumenti di mappatura dei servizi, come il "Service blueprint", volti a descrivere e analizzare sia i processi interni che esterni di un servizio. Era visivamente pensato per mostrare qualcosa da cui poter identificare le inefficienze per il miglioramento, mostrando allo stesso tempo una visione completa dell'interazione tra gli utenti e l'azienda.

Con il tempo, il "Design thinking" si è inserito in questo repertorio metodologico, aggiungendo strumenti centrati sull'utente come lo sviluppo di "personas", mappe di "customer journey" e analisi dei "touchpoint" che hanno permesso ai designer di comprendere le esigenze degli utenti lungo le fasi del ciclo di vita di un servizio, aiutando le organizzazioni a ottenere una vera comprensione end-to-end dei loro servizi e consentendo miglioramenti olistici e significativi. (Miller, 2015).

Successivamente i metodi etnografici e partecipativi derivati dall'antropologia hanno acquisito maggiore rilevanza, dando vita a metodologie di co-progettazione e co-creazione come pratiche che coinvolgono direttamente utenti e stakeholder nella progettazione dei servizi. Queste metodologie si sono particolarmente diffuse all'inizio degli anni 2000, in concomitanza con il crescente interesse per l'esperienza utente come fattore distintivo e competitivo, rappresentati da processi come lo User Centered Design (Norman, 1986) e dallo Human Centered Design.

Nell'evoluzione del Service design, c'è stato anche un affinamento dell'ap-

proccio alla prototipazione stessa, introducendo tecniche di prototipazione rapida e test iterativi che potrebbero consentire lo sviluppo e il test rapido di nuove idee al fine di ridurre i rischi associati all'implementazione di servizi complessi. Queste metodologie sono diventate interattive e più accessibili con il progresso tecnologico e l'avvento degli strumenti digitali, consentendo la prototipazione di scenari realistici, la simulazione e il test per un feedback in tempo reale.

A questo proposito, oggi le metodologie e gli strumenti di progettazione dei servizi continuano a svilupparsi sotto l'influenza della digitalizzazione e di tecnologie come l'intelligenza artificiale, l'analisi dei big data, l'internet of things (IoT), che consentono di comprendere in profondità il comportamento degli utenti. L'integrazione di queste tecnologie ha aperto ampie opportunità per migliorare la personalizzazione dei servizi e la precisione della mappatura del percorso dell'utente, che a sua volta ha reso il design dei servizi l'area sempre più importante per il successo delle organizzazioni moderne.

Le metodologie del Laboratorio di Service design

All'interno del corso di laurea magistrale in Eco Inclusive Design, attivato all'interno del Dipartimento di Architettura dell'Università G.d'Annunzio di Chieti-Pescara, il Laboratorio di Service design, ha lo scopo di delineare le metodologie, gli strumenti e linee guida per affrontare la progettazione dei servizi orientata alla sostenibilità e all'inclusione sociale.

I progetti individuali, sviluppati nel Laboratorio, costituiscono la modalità di riferimento per la generazione di idee, la definizione degli scenari, lo sviluppo dei concept, le verifiche ambientali e socioetiche di servizi innovativi, rivolti ai diversi temi e contesti dell'esperienza delle persone, sia delle comunità locali, sia delle città. L'obiettivo è di fornire agli studenti le competenze, gli strumenti e i metodi per ripensare la natura e i modi di operare del design dei servizi rispetto all'emergere dei nuovi paradigmi dell'economia dei servizi e del network della società sostenibile.

Per consentire agli studenti del corso di Service design di ottenere una visione integrata e multidisciplinare del processo di progettazione del servizio, sono state introdotte tre diverse metodologie di progettazione: il Design Thinking, il metodo Double Diamond ed il metodo MSDS sviluppato dall'Unità di ricerca Design e Innovazione di sistema per la Sostenibilità (DIS) del dipartimento INDACO del Politecnico di Milano. In un panorama in cui la progettazione dei servizi richiede

sempre più attenzione all'utente, alla sostenibilità e all'innovazione sistemica, la scelta di una metodologia ibrida aveva l'obiettivo di sviluppare un approccio che potesse trarre vantaggio dalle complementarità di queste metodologie nell'affrontare le complessità e le sfide tipiche del settore. L'obiettivo è di dare la possibilità agli studenti di applicare e combinare questi approcci e renderli in grado di integrare le tre metodologie in modo flessibile e adattivo, per sviluppare soluzioni innovative, sostenibili ed inclusive per la progettazione dei servizi in risposta alle richieste della società contemporanea e del mercato.

Il primo metodo utilizzato è Il Design thinking, teorizzato e sviluppato a partire dagli anni sessanta, per poi essere introdotto nel mainstream negli anni novanta da Tim Brown, fondatore dell'azienda Ideo. Secondo la sua definizione "il Design Thinking è un approccio all'innovazione centrato sull'uomo che attinge dagli strumenti del designer per integrare i bisogni delle persone, le possibilità della tecnologia e i requisiti per il successo aziendale" (Brown, 2009).

È un insieme di processi cognitivi, strategici e pratici con il quale la progettazione di prodotti e servizi si configura come modello progettuale volto alla risoluzione di problemi complessi, mal definiti o sconosciuti, attraverso visione e gestione creative. È un processo iterativo non lineare utilizzato per comprendere gli utenti, sfidare le ipotesi, ridefinire i problemi e creare soluzioni innovative per prototipare e testare. È strutturato in cinque fasi: 1) empatizzare, 2) definire, 3) ideare, 4) prototipare, 5) testare.

La prima fase "empatizzare" prevede una comprensione empatica del problema che si sta cercando di risolvere, mettendo da parte le proprie supposizioni sul mondo e ottenere una visione reale degli utenti e delle loro esigenze. La seconda fase "definire" ha lo scopo di accumulare le informazioni raccolte durante la fase di empatizzazione, che andranno successivamente analizzate e sintetizzate per definire i problemi principali che il designer e il suo team hanno identificato. La terza fase "ideare" ha lo scopo di generare idee attraverso il background di conoscenza delle prime due fasi e iniziare a "pensare fuori dagli schemi", cercando modi alternativi per visualizzare il problema e identificare soluzioni innovative. La quarta fase "prototipare" rappresenta la prototipazione sperimentale per identificare la migliore soluzione possibile per ogni problema trovato, infine la quinta fase "testare" ha l'obiettivo di valutare e testare i prototipi realizzati per ridefinire uno o più ulteriori problemi e per trovare o escludere soluzioni alternative.

Il secondo metodo utilizzato è il diagramma Double Diamond, un modello concettuale per la progettazione sviluppato dal British Design Council UK nel

2005. Si fonda sui principi del Design thinking e può essere considerato come una rappresentazione visiva dei processi di analisi e ricerca intrapresi in qualsiasi progetto di design e innovazione, indipendentemente dal settore in cui viene applicato. Secondo Don Norman “l’innovazione portata dal Service design inizia con una buona comprensione delle persone e dei bisogni che il design intende soddisfare. Diverse aziende, organizzazioni e istituzioni educative hanno accettato questa sfida e hanno elaborato modelli per fornire una struttura a questi processi di progettazione. Uno di questi è il double diamond” (Norman. 2023).

Questo modello organizza il processo di progettazione in quattro fasi chiave, divise in due diamanti: il primo diamante identifica lo spazio “problematico”, il cui obiettivo è scomporre il problema in tutte le sue varianti, mentre il secondo rappresenta lo spazio “risolutivo” in cui, individuata la criticità, si passa alla ricerca delle soluzioni possibili e allo sviluppo di un prototipo. Le fasi nel primo diamante sono 1) l’esplorazione, 2) la definizione, mentre nel secondo diamante sono 3) lo sviluppo, 4) la realizzazione. Il modello del Double Diamond rappresenta in modo chiaro e intuitivo i principi e i metodi necessari per sviluppare una nuova cultura progettuale, suddividendo il processo di progettazione in due fasi principali: una divergente e una convergente. La fase divergente espande il campo dell’analisi, raccogliendo un ampio numero di dati e scenari possibili senza applicare una valutazione critica o un filtro, esplorando così tutte le possibili direzioni. La fase convergente, invece, rappresenta la progettazione vera e propria, in cui il materiale raccolto viene analizzato e selezionato, per arrivare a soluzioni concrete e sostenibili nel tempo.

Il terzo metodo utilizzato nel laboratorio è il Method for System Design for Sustainability (MSDS) sviluppato dall’Unità di ricerca Design e Innovazione di sistema per la Sostenibilità (DIS) del dipartimento INDACO del Politecnico di Milano. Anch’esso è un processo iterativo non lineare e ha come obiettivo quello di supportare e orientare l’intero processo di sviluppo di innovazioni di sistema (mix di prodotto/servizio/comunicazione) verso soluzioni sostenibili ed è caratterizzato da una struttura modulare e flessibile in modo da potersi facilmente adattare a specifici bisogni di singoli progettisti/impresе, e da facilitare la sua applicazione in svariati contesti e condizioni di progetto (Vezzoli, Ceschin, Cortesi, 2009).

Il metodo è abbinato a una serie di strumenti ed è possibile selezionare quali di questi usare nel processo progettuale. Pur essendo modulare la struttura di base del metodo MSDS è composta da 4 fasi: 1) analisi strategica, 2) esplorazione

delle opportunità, 3) concept di sistema, 4) progettazione sistema. Nella prima fase “analisi strategica” l’obiettivo è di raccogliere ed elaborare tutte le informazioni di base necessarie per la generazione di una serie di idee potenzialmente sostenibili e inclusive. Nella seconda fase “esplorazione delle opportunità” lo scopo è di individuare possibili orientamenti per lo sviluppo di sistemi promettenti. La terza fase “concept di sistema” prevede lo sviluppo di uno o più concept di sistema, con i relativi sistemi di relazione tra gli stakeholder coinvolti e i potenziali miglioramenti ambientali, sociali ed economici. La quarta ed ultima fase prevede la finalizzazione dello sviluppo del concept in una versione dettagliata e ingegnerizzata.

Seppur con caratteristiche e denominazioni differenti, le tre metodologie utilizzate condividono alcune caratteristiche fondamentali: la centralità dell’utente, l’iteratività, la modularità, la non linearità e l’approccio sistemico. Inoltre, pur avendo obiettivi e contesti applicativi differenti, convergono su alcuni principi comuni che le rendono strumenti efficaci per affrontare problemi complessi in modo creativo e orientato alla sostenibilità.

Un primo elemento di convergenza è il focus sull’empatia e sulla centralità dell’utente. Tutte e tre le metodologie mettono al centro l’esperienza umana, cercando di comprendere in profondità i bisogni, i desideri e i contesti degli utenti finali. Nel Design Thinking, questa attenzione si manifesta attraverso la fase di empatia, dove si raccolgono insight significativi sulle persone attraverso interviste, osservazioni e immersioni nel contesto. Allo stesso modo, il Double Diamond enfatizza l’importanza della scoperta e della definizione del problema, utilizzando tecniche che esplorano il punto di vista degli utenti per garantire che le soluzioni siano rilevanti e rispondenti ai loro bisogni. Anche l’MSDS, nonostante il suo orientamento alla sostenibilità, integra l’analisi dell’esperienza umana come parte essenziale del processo, considerando non solo gli aspetti ambientali ma anche sociali e culturali.

Un altro elemento comune è il carattere iterativo del processo. Tutte queste metodologie rifiutano una sequenza lineare e rigida, preferendo approcci dinamici che consentono di esplorare, testare e perfezionare soluzioni in modo continuo. Il Design Thinking incoraggia cicli di ideazione, prototipazione e test, in cui gli errori diventano opportunità di apprendimento e miglioramento. Il Double Diamond segue una logica analoga, articolandosi in fasi di divergenza e convergenza che permettono di esplorare ampiamente le possibilità prima di restringere il focus su soluzioni concrete. L’MSDS, pur essendo più strutturato

nella sua applicazione alla sostenibilità, adotta una metodologia sistemica che prevede iterazioni tra analisi e progettazione per garantire che le soluzioni siano ottimizzate sia a livello di prodotto che di sistema.

Un ulteriore aspetto condiviso è la multidisciplinarietà e la co-creazione. Ciascuna metodologia riconosce il valore di integrare prospettive diverse nel processo di progettazione, coinvolgendo stakeholder con competenze, esperienze e ruoli eterogenei. Il Design Thinking promuove team interdisciplinari come una risorsa fondamentale per generare soluzioni innovative e ben bilanciate. Analogamente, il Double Diamond enfatizza la collaborazione tra progettisti, utenti e altri attori del sistema, utilizzando strumenti come workshop partecipativi e tecniche di co-design. L'MSDS, essendo specificamente orientato alla sostenibilità, amplia questa dimensione includendo attori che rappresentano interessi ambientali e sociali, promuovendo il dialogo tra aziende, comunità locali e istituzioni.

Infine, tutte queste metodologie condividono una visione sistemica e orientata al contesto, anche se declinata in modi diversi. Il Design Thinking, pur focalizzandosi spesso su soluzioni specifiche, si sforza di comprendere il problema in relazione al suo contesto più ampio. Il Double Diamond incorpora una fase esplorativa che analizza il problema in tutte le sue dimensioni, prima di passare alla definizione della soluzione. L'MSDS, dal canto suo, si distingue per il suo approccio esplicitamente sistemico, progettando soluzioni che tengano conto dell'intero ciclo di vita e delle interazioni tra dimensioni ambientali, sociali ed economiche.

In sintesi, la scelta di una metodologia ibrida all'interno del laboratorio ha consentito la combinazione di un approccio Design Thinking guidato da una strategia incentrata sull'utente, all'empatia e all'innovazione, insieme alla logica lineare della metodologia Double Diamond che ha consentito una progressione lineare e rigorosa del processo di progettazione. Inoltre, l'inclusione del metodo MSDS ha trasmesso una prospettiva olistica e sostenibile, garantendo la possibilità di verificare se le soluzioni sviluppate generavano impatti ambientali e sociali positivi.



Il design process del Laboratorio di Service Design

The design process in the Service design laboratory

Il design process del Laboratorio di Service Design si articola in tre fasi ispirate ai modelli Double Diamond, Design Thinking e al metodo MSDS. La prima fase, mira a comprendere il contesto e i bisogni degli utenti, la seconda fase individua soluzioni progettuali orientate alla sostenibilità e all'inclusione, infine, la terza fase sviluppa e comunica il concept finale del servizio, utilizzando strumenti come System Map, Journey Map e Service Blueprint, garantendo coerenza visiva e ottimizzazione dell'esperienza utente

The Service Design Lab design process is divided into three phases inspired by the Double Diamond model and Design Thinking. The first phase aims to understand the context and the needs of users, the second phase identifies design solutions oriented towards sustainability and inclusion, finally, the third phase develops and communicates the final concept of the service, using tools such as System Map, Journey Map and Service Blueprint, ensuring visual coherence and optimization of the user experience.

Il design process del Laboratorio di Service Design

Nell'esperienza didattica del Laboratorio di Service Design, lo sviluppo del servizio attraverso una metodologia integrata, ha rappresentato un'opportunità per affrontare un processo progettuale articolato e profondamente orientato alla sostenibilità e alla centralità dell'utente. Il design process è stato suddiviso in tre fasi specifiche, in cui ogni metodologia ha offerto un contributo particolare alla

definizione, esplorazione e realizzazione del servizio.

In riferimento al diagramma Double Diamond, la prima fase, ha rappresentato la fase divergente nella quale, attraverso ricerche preliminari esplorative, raccolta di casi studio, referenze bibliografiche, stato dell'arte, è stato possibile espandere il campo dell'analisi raccogliendo un ampio numero di dati e scenari. Durante questa fase il Design Thinking è stato utilizzato per favorire una comprensione profonda dei bisogni degli utenti e del contesto di riferimento, attraverso strumenti di ricerca come interviste, visite e osservazioni sul campo, sondaggi, per sviluppare una comprensione olistica e centrata sugli utenti. L'obiettivo è stato quello di raccogliere insight che potessero guidare la definizione del problema, analizzando gli elementi motivazionali e comportamentali degli utenti, creando una base empatica solida da cui partire, attraverso l'uso di strumenti come mappe dell'empatia e User Personas.

Nel framework del Double Diamond, il processo si è articolato continuando ad approfondire la ricerca qualitativa e quantitativa, combinando strumenti come l'analisi del contesto e le mappe degli stakeholders (Stakeholders motivation matrix), utili per una comprensione più ampia delle dinamiche e delle interazioni tra i diversi attori coinvolti in determinati contesti. Successivamente, nella fase di definizione del problema, i dati raccolti sono stati sintetizzati attraverso strumenti di visualizzazione come mappe concettuali di sistema (System map), diagrammi delle polarità, analisi SWAT, che hanno permesso di identificare le aree problematiche centrali e di selezionare il focus progettuale più pertinente. Questa fase di convergenza ha consentito di delineare chiaramente la problematica da affrontare, riducendo le ambiguità e creando una direzione precisa per le fasi di sviluppo e implementazione.

Questo momento di convergenza ha dato il via alla seconda fase, nella quale il materiale raccolto è stato analizzato e selezionato con lo scopo di individuare e definire possibili orientamenti per lo sviluppo di soluzioni promettenti. Nello specifico, l'obiettivo è stato quindi quello di utilizzare tutte le informazioni raccolte ed elaborate durante la fase precedente per definire un catalogo di possibilità strategiche promettenti, ossia uno scenario di design-orienting consistente in visioni e cluster e singole idee orientate alla sostenibilità e all'inclusione. In questa fase, il Design Thinking e il Double Diamond convergono, integrando strumenti di brainstorming individuali e di gruppo, co-creazione e sessioni di feedback con gli utenti, utili per lo sviluppo del concept di servizio previsto nella fase successiva.

Nella terza e ultima fase, gli studenti hanno raccolto e sistematizzato tutto il materiale prodotto in precedenza, inclusi gli insight più significativi, le esigenze degli utenti e le valutazioni del contesto in cui il servizio avrebbe operato, con l'obiettivo di sviluppare e comunicare il concept finale del servizio attraverso un toolkit di strumenti dedicati.

Questa fase ha rappresentato il momento dell'ideazione secondo il Design Thinking, o della fase di sviluppo nel diagramma Double Diamond, in cui si affronta la risoluzione dei problemi per trovare soluzioni migliori, più eleganti e soddisfacenti, migliorando così l'esperienza complessiva del servizio per l'utente. Per la restituzione finale del concept di servizio gli strumenti utilizzati sono stati: una System Map per visualizzare l'eventuale struttura del sistema, individuare gli eventuali attori coinvolti, le loro interazioni e i flussi materici ed economici; una Stakeholders Motivation Matrix, attraverso la quale sono stati individuati gli stakeholders protagonisti del sistema, procedendo con la definizione delle motivazioni, dei potenziali contributi e benefici attesi derivanti dal far parte del sistema e dalle interazioni che esso potrebbe generare; una o più Journey Map per rappresentare in modo dettagliato i percorsi che un utente compie durante l'interazione con il servizio, con lo scopo di mostrare le varie fasi e i punti di contatto (touchpoints) lungo questo percorso, evidenziando le azioni, i pensieri, le emozioni e le esperienze dell'utente in ciascuna tappa; una Service Blueprint per rappresentare in modo dettagliato il funzionamento di un servizio, mappando sia le interazioni dell'utente (front-end) sia i processi interni necessari per fornire l'esperienza desiderata (back-end), permettendo di vedere tutte le componenti che interagiscono e contribuiscono all'esperienza complessiva.

Inoltre, in un'ottica sistemica del design e per garantire una comprensione completa e una restituzione efficace del concept di servizio, agli studenti è stata offerta la possibilità di curare anche l'aspetto comunicativo dei propri progetti. Attraverso l'uso degli strumenti del Design della comunicazione, i concept sono stati arricchiti con elaborati e componenti comunicativi che ne hanno ampliato la coerenza visiva e la capacità espressiva. L'identità visiva, costituita da elementi come logo, colori, tipografia e altri segni grafici, hanno svolto un ruolo cruciale nel definire un aspetto distintivo per ogni progetto, rendendo riconoscibili e coerenti i materiali comunicativi.

La tipografia è stata impiegata per garantire la leggibilità e rafforzare l'identità di brand, mentre la scelta dei colori, basata sui principi della teoria del colore, è stata fondamentale per suscitare le emozioni desiderate nel pubblico e guidarne

la percezione. Anche il layout e la composizione visiva hanno giocato un ruolo chiave, organizzando i contenuti in modo da facilitare la fruizione e ottimizzare l'esperienza dell'utente. Nel contesto delle interfacce digitali, il design delle User Interfaces è stato progettato per garantire una navigazione intuitiva, aumentando l'accessibilità e migliorando l'interazione dell'utente con il servizio. A completamento di questo processo, strumenti come moodboard, mockup e app user flow hanno contribuito a visualizzare e testare le interazioni, consentendo agli studenti di rappresentare in maniera concreta il concept di servizio finale e di progettare esperienze fluide e coinvolgenti per gli utenti.

I risultati della ricerca progettuale sono stati organizzati e presentati in un report finale, strutturato in due sezioni. La prima parte è stata dedicata alla proposta di ricerca, includendo una descrizione della tematica trattata, della problematica affrontata, degli obiettivi prefissati e della metodologia adottata. La seconda parte si concentra invece sulla proposta progettuale, articolando il lavoro in sezioni specifiche: brief, concept, sviluppo del concept e comunicazione/branding.



Design process del Laboratorio di Service Design: fase di brainstorming

Concept di servizi
Services concepts



A

D

F

T

G

H

C

I

E

F

D

G

BOGNER

MARISCHINI

B

SECURIO

AVEZZANO

PESCARA

CIVITELLA
ROVETO

1993

- 1000000000
- 1000000000
- 1000000000
- 1000000000
- 1000000000

I contesti applicativi

Application contexts

5

Il Laboratorio di Service Design è strutturato in due moduli: Service design per la sostenibilità e l'inclusione e Smart Cities, per formare competenze su servizi urbani e territoriali eco-efficienti e collaborativi. In questi anni, il Laboratorio ha focalizzato la progettazione nelle aree interne del Gran Sasso e Valle Subequana, sviluppando servizi di cicloturismo per valorizzare il patrimonio locale, per poi spostare il focus sulla Smart City, progettando servizi digitali per migliorare la qualità della vita nelle città del futuro

The Service Design Lab is structured into two modules: Service design for sustainability and inclusion and Smart Cities, to train skills on eco-efficient and collaborative urban and territorial services. In recent years, the Laboratory has focused its design in the internal areas of Gran Sasso and Valle Subequana, developing cycle tourism services to enhance the local heritage, and then shifted its focus to the Smart City, designing digital services to improve the quality of life in the cities of the future.

Sin dalla nascita del corso di laurea magistrale in Eco Inclusive Design, il Laboratorio di Service Design è caratterizzato dall'erogazione in forma integrata di due moduli didattici: 1) Service Design per la sostenibilità e l'inclusione, 2) Smart Cities. Nello specifico, il modulo di Service Design per la Sostenibilità e l'Inclusione ha come obiettivo quello di fornire agli studenti le competenze per immaginare, descrivere e sviluppare una nuova generazione di servizi in contesti urbani e territoriali, capaci di operare come reti collaborative, intelligenti, abili-

tanti, eco-efficienti e inclusive, fornendo supporto alla vita sociale, produttiva e culturale delle persone e delle comunità locali.

Il modulo Smart Cities ha lo scopo di mettere a fuoco teorie e tecniche per la progettazione dei servizi digitali per territori e città smart: dalla mobilità condivisa alla gestione più efficiente di attrezzature e infrastrutture urbane, passando attraverso l'interazione digitale dei cittadini con l'amministrazione pubblica, attraverso un approccio strategico alla trasformazione digitale della città e dei territori, mediante l'uso delle tecnologie digitali e informatiche a beneficio degli abitanti e mettendo in relazione le infrastrutture materiali con il capitale umano, sociale ed intellettuale.

Nei suoi tre anni di vita, il Laboratorio ha esplorato l'applicazione della disciplina del Service design in due contesti distinti e contrapposti: le aree interne, così come definite dalla Strategia Nazionale per le Aree Interne (SNAI), e la smart city. Due contesti differenti che hanno posto sfide uniche e richiesto approcci progettuali specifici e che differiscono profondamente in termini strategici. Da un lato, le aree interne distinte per la loro bassa densità abitativa, per un accesso limitato a servizi essenziali e per una frequente carenza di infrastrutture digitali, dall'altro, la smart city che rappresenta invece la futura realtà urbana, epicentro d'interconnessione dell'innovazione tecnologica e digitale e capitale umano.

Le aree interne e territori fragili

I contesti applicativi che hanno caratterizzato il Laboratorio nei suoi primi due anni di vita sono stati i territori del Gran Sasso/Valle Subequana e Basso Sangro/Trigno. Entrambe i territori rientrano nella Strategia Nazionale per le Aree Interne (SNAI), un piano nazionale di sviluppo e coesione territoriale, finalizzato a contrastare la marginalizzazione e i fenomeni di declino demografico tipici di queste aree caratterizzate da una fragilità strutturale, da una significativa distanza dai principali centri di offerta dei servizi essenziali (istruzione, salute, mobilità), da una bassa densità abitativa e limitata accessibilità ai servizi, ma che possiedono importanti risorse ambientali e culturali, come risorse idriche, sistemi agricoli, foreste, paesaggi naturali e umani, beni archeologici, insediamenti storici e tradizioni artigianali.

Molti di questi luoghi risentono della mancanza di strategie e strumenti efficaci che ne promuovano adeguatamente la fruizione e ne stimolino lo sviluppo sostenibile e inclusivo. Parallelamente, il crescente interesse per l'ecoturismo e

la diffusione su scala globale dei sistemi di bike sharing, hanno incrementato la domanda per servizi e prodotti legati al cicloturismo, un fenomeno in crescita spinto dai progressi tecnologici raggiunti dalle e-bikes, che offrono maggiore efficienza, comfort e connessione in rete, favoriscono la possibilità di percorrere in sicurezza tragitti più lunghi e itinerari con dislivelli significativi, rendendoli accessibili anche a utenti di diverse età e abilità. In quest'ottica, la tematica del corso del Laboratorio è stata lo sviluppo di un servizio per il cicloturismo, come strumento significativo per il rilancio delle aree interne, per offrire opportunità di sviluppo economico, valorizzazione del patrimonio locale e sostenibilità ambientale, attraverso esperienze di viaggio lente, immersive ed inclusive, rispettose dell'ambiente e delle tradizioni locali.

La smart city

Nell'anno accademico 2023/2024, il contesto applicativo del Laboratorio si è spostato sulla Smart City, intesa come scenario di un modello urbano avanzato in cui le tecnologie digitali, come Internet of Things, Gemello Digitale, Big Data, Intelligenza Artificiale, gaming e reti 5G, migliorano l'efficienza delle risorse, la gestione e la sicurezza urbana, supportando le decisioni e migliorando la qualità della vita dei cittadini. Tuttavia, il successo di una smart city non dipende esclusivamente dalle innovazioni tecnologiche, ma anche dalla capacità di tradurre queste innovazioni in esperienze sostenibili e inclusive, mettendo in relazione le infrastrutture digitali della città con il capitale umano, sociale e intellettuale dei suoi abitanti. In questa prospettiva, la progettazione di servizi è stata indirizzata verso esperienze intuitive ed efficaci, coinvolgendo gli utenti e cercando di rendere le smart cities dei luoghi maggiormente sostenibili e inclusivi e trasformando la tecnologia in un valore per l'intera comunità.

Attraverso approcci centrati sull'utente, la progettazione dei servizi si è orientata verso aspetti come la mobilità sostenibile e la riduzione dei consumi energetici, la gestione più efficiente delle attrezzature e delle infrastrutture urbane, l'interazione digitale tra cittadini e amministrazione pubblica, servizi digitali per la salute e il benessere per il miglioramento della qualità della vita, soluzioni capaci di adattare l'offerta urbana alle esigenze di specifici gruppi, come anziani e persone con disabilità, il coinvolgimento attivo della cittadinanza grazie a strumenti di dialogo e collaborazione online con i quali i cittadini possono partecipare attivamente alle decisioni urbane prendendo parte a processi di co-creazione e rafforzare il senso di appartenenza e di responsabilità verso la propria città.



Servizi cicloturistici per le aree interne
Cyclotourism services for inland areas

Inner ride

Associazione nazionale per il collegamento delle aree interne italiane attraverso un servizio inclusivo di cicloturismo.

Keywords:

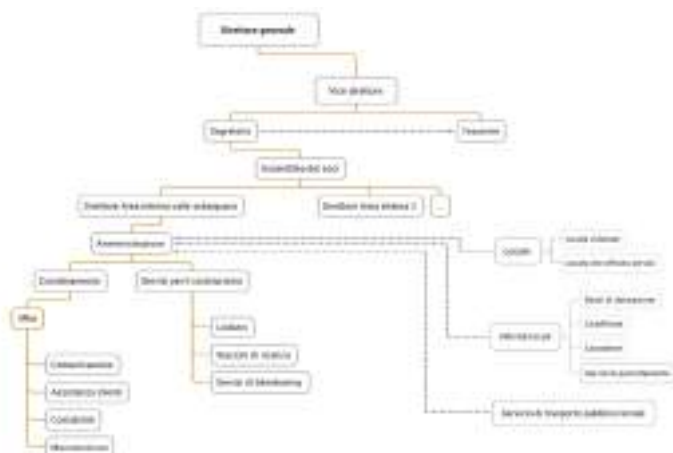
community, inclusione, flessibilità, riscoperta, tour, aree interne

Designer

Letizia Michelucci

Inneride è un servizio inclusivo di cicloturismo progettato per semplificare la pianificazione di viaggi personalizzati per cicloturisti esperti e rendere il cicloturismo accessibile a persone con disabilità motorie. Si propone come un modello associativo snello, replicabile in tutta Italia, con l'obiettivo di valorizzare le aree interne del Paese attraverso il cicloturismo e contrastarne l'abbandono. La vision del progetto punta a creare una rete tra territori, cicloturisti e comunità locali, offrendo esperienze di eco-turismo incentrate su autenticità e sostenibilità, trasformando la lontananza dai principali centri in un'opportunità e sviluppando partnership con compagnie di trasporto per garantire spostamenti intermodali fluidi. Il servizio consente agli utenti di pianificare itinerari personalizzati, visualizzando il livello di difficoltà dei tragitti, e di acquistare biglietti integrati per combinare bici e mezzi pubblici. L'interazione tramite segnaletica interattiva permette agli utenti di completare quiz e collezionare timbri digitali dei luoghi visitati, incentivando ulteriori esplorazioni. Le aree partecipanti devono garantire servizi essenziali come bike sharing, percorsi adeguati, punti ristoro e strutture ricettive. I locals sono coinvolti attivamente, sia nella promozione del territorio che come guide per i turisti con disabilità. Inoltre, Inneride prevede l'installazione di colonnine di ricarica per bici elettriche e lockers, favorendo un'organizzazione flessibile e sostenibile.

Organigramma associazione



Branding



Tourland - discover in freedom

Il gioco come servizio per un cicloturismo inclusivo nei territori fragili.

Keywords:

Eco Inclusive design, Game as a Service, cycle tourism, weak Land, tour esperienziale

Designer

Simone Giancaspero

Il progetto Tourland mira a promuovere l'ecoturismo nei territori fragili attraverso un servizio di cicloturismo inclusivo. Il servizio prevede tre tipi di tour per adattarsi a diversi interessi: Slow Tour, Race Tour e Grand Tour, ciascuno con attività specifiche. Lo Slow Tour, di tipo ludico-educativo, valorizza cultura e tradizioni locali attraverso degustazioni, percorsi culturali e laboratori artigianali. Il Race Tour, di tipo ludico-sportivo, è orientato agli appassionati di sport e prevede attività ciclistiche e sfide lungo percorsi dedicati. Il Grand Tour, di tipo ludico-esplorativo, si concentra sull'esperienza immersiva nella natura e attività artistiche o spirituali.

Il servizio include funzionalità base come ristorazione, alloggio, bike sharing, assistenza su strada, personalizzazione delle bici e utilizzo di ciclohub per lo scambio dei mezzi. L'elemento "gioco" è centrale: ogni tour offre un livello diverso di interattività, con attività che spaziano dall'esplorazione culturale allo sport e all'avventura, simile a un videogioco di ruolo (GDR). Il sistema Game As A Service (GAAS) garantisce aggiornamenti costanti e nuove attività, mentre la domotica e l'Internet of Everything migliorano la gestione del servizio, facilitando le prenotazioni e ottimizzando le risorse, garantendo al contempo un'esperienza fluida e integrata per l'utente.



Branding

Visual Identity | **TOURLAND**



IDENTIFICAZIONE

Storico di libertà esplorativa, il viaggio è da sempre una richiesta di emozioni che costituisce il vero senso della vita e gli spunti d'azione. La tecnologia è il punto di contatto tra il tempo, la natura e la scoperta.

MISSIONE

Il nostro essere attivo al servizio di un mondo libero da ogni limite in piena libertà e armonia lo rende semplice, bello ed umano. Da questo nasce il modo della vita del tour. La voglia del viaggio è forte e vive in ogni spazio.

VALORI

Il tour è tutto lì il **LIBERTY BOX**, progettato da Marco Dieme Group. È così il vero punto di partenza per governare una facile vita e prendere ogni problema di vita, tutto lì. È così tutto lì in un unico punto.

PRODOTTO

Il punto di arrivo è un viaggio per tutti. È così il vero punto di partenza per governare una facile vita e prendere ogni problema di vita, tutto lì. È così tutto lì in un unico punto.

TOURLAND

Discover in freedom



Mind Body and Soul

Progettazione di servizi per il cicloturismo esperienziale nella Valle Subequana.

Keywords:

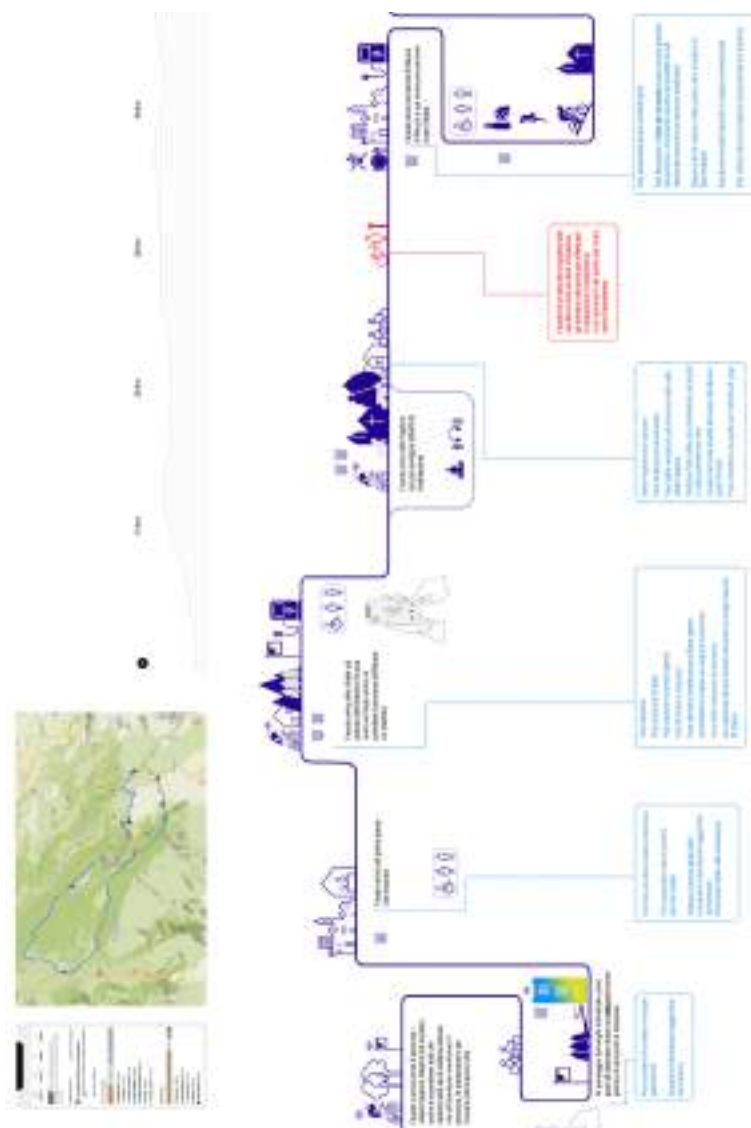
Eco Inclusive Design, cicloturismo, tour esperienziale

Designer

Andrea Padovano

Il servizio mira a promuovere il cicloturismo nella Valle Subequana, attraverso un sistema di servizi interconnessi fisici e digitali, per valorizzazione dei territori. Il servizio è pensato per un turismo sostenibile e inclusivo, integrando tecnologie avanzate come l'Internet of Things, Internet of Everything e Mobility as a Service (MaaS), e include elementi di gamification per coinvolgere i cicloturisti tramite il sistema di punti MBS, premiando con sconti e vantaggi presso operatori locali. Sono previsti tre percorsi tematici, Mind, Body e Soul e un Bike Grand Tour, ciascuno con livelli di difficoltà variabili e attività che valorizzano la tradizione e il patrimonio locale. Il servizio permette di noleggiare e-bike personalizzabili, dotate di GPS e sensori, per esplorare percorsi culturali e naturalistici in sicurezza, monitorando dati ambientali e parametri fisici. I cicloturisti hanno accesso a una rete di ciclohub e punti ristoro gestiti da locali, oltre a funzionalità di assistenza e opzioni di fitness. L'app MBSbike consente di pianificare, prenotare e seguire il tour, aggiornandosi in tempo reale su percorsi e attività. Inoltre, l'integrazione con sistemi di beacon e MaaS migliora l'esperienza utente, permettendo una navigazione semplice e sicura. Il concept prevede l'uso di intermodalità, colonnine di ricarica, spazi di ristoro e alloggio, per offrire ai cicloturisti un viaggio comodo e connesso, incentivando lo sviluppo demografico ed economico delle aree interne

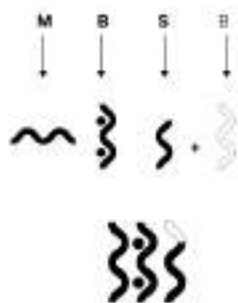
Estratto di Journey Map



Stakeholder Motivation Matrix

ROLES/OBJECTIVES	INTERESTS	INFLUENCE	ACTIVITY	COOPERATION	POWER	LEGITIMACY	WISDOM	INITIATIVES
<p>PROFIT AND GROWTH (Financial performance) Sales Market share Expansion Innovation Employee Satisfaction</p>	<p>PROFITABILITY Shareholder value Return on Investment (ROI) Dividend payments Cost reduction Revenue growth</p>	<p>MARKETING Brand awareness Customer loyalty Market penetration Sales volume</p>	<p>OPERATIONS Production efficiency Quality control Supply chain management Employee safety</p>	<p>TECHNOLOGY Innovation Research & Development (R&D) Digital transformation Intellectual Property (IP)</p>	<p>ENVIRONMENTAL Sustainability Carbon footprint Environmental compliance Green initiatives</p>	<p>LEGAL Regulatory compliance Contractual obligations Intellectual Property (IP) Labor laws</p>	<p>REPUTATION Public perception Media coverage Crisis management Social Responsibility (CSR)</p>	<p>INITIATIVES Strategic planning Innovation pipeline Market expansion Sustainability programs</p>
<p>STAKEHOLDERS Shareholders Customers Suppliers Employees Government Community Competitors Media Environmental groups</p>	<p>PROFITABILITY Shareholder value Return on Investment (ROI) Dividend payments Cost reduction Revenue growth</p>	<p>MARKETING Brand awareness Customer loyalty Market penetration Sales volume</p>	<p>OPERATIONS Production efficiency Quality control Supply chain management Employee safety</p>	<p>TECHNOLOGY Innovation Research & Development (R&D) Digital transformation Intellectual Property (IP)</p>	<p>ENVIRONMENTAL Sustainability Carbon footprint Environmental compliance Green initiatives</p>	<p>LEGAL Regulatory compliance Contractual obligations Intellectual Property (IP) Labor laws</p>	<p>REPUTATION Public perception Media coverage Crisis management Social Responsibility (CSR)</p>	<p>INITIATIVES Strategic planning Innovation pipeline Market expansion Sustainability programs</p>
<p>PROFIT AND GROWTH (Financial performance) Sales Market share Expansion Innovation Employee Satisfaction</p>	<p>PROFITABILITY Shareholder value Return on Investment (ROI) Dividend payments Cost reduction Revenue growth</p>	<p>MARKETING Brand awareness Customer loyalty Market penetration Sales volume</p>	<p>OPERATIONS Production efficiency Quality control Supply chain management Employee safety</p>	<p>TECHNOLOGY Innovation Research & Development (R&D) Digital transformation Intellectual Property (IP)</p>	<p>ENVIRONMENTAL Sustainability Carbon footprint Environmental compliance Green initiatives</p>	<p>LEGAL Regulatory compliance Contractual obligations Intellectual Property (IP) Labor laws</p>	<p>REPUTATION Public perception Media coverage Crisis management Social Responsibility (CSR)</p>	<p>INITIATIVES Strategic planning Innovation pipeline Market expansion Sustainability programs</p>

Branding



Open Air - Bike and tent sharing service

Servizi integrati di noleggio bici, attrezzature da campeggio e attività all'aria aperta nelle aree interne.

Keywords:

ecoturismo, cicloturismo, campeggio, aria aperta, aree interne

Designer













Gloria Ippoliti

OpenAir nasce per promuovere il cicloturismo e il camping nelle aree interne, affrontando il problema dell'overtourism e contribuendo alla valorizzazione delle comunità locali. Il servizio incentiva il turismo all'aria aperta in località lontane dai servizi essenziali, supportando l'economia locale e favorendo l'occupazione tramite collaborazione con i percettori di Reddito di Cittadinanza. La piattaforma consente di prenotare e noleggiare attrezzature come biciclette e tende tramite app, gestendo servizi di ristorazione, picnic e trattorie a km0. L'esperienza prevede attività outdoor autoguidate, percorsi olfattivi e raccolta di frutti ed erbe locali, e attività guidate come osservazione astronomica e yoga. Il servizio è supportato da un QR code per pagamenti e prenotazioni rapide. OpenAir è progettato per adattarsi alle diverse stagioni, offrendo attrezzature come snowbike e tende invernali. L'app integra funzioni per localizzare colonnine di ricarica, fontane, ciclofficine e percorsi, e garantisce sicurezza per la bici parcheggiata o la tenda montata. Le strutture, come l'hub principale e i punti di ricarica, sono sostenibili e pensate per favorire il recupero di edifici in disuso. Al termine dell'esperienza, è possibile condividere la propria opinione, rafforzando il legame con OpenAir.

Estratto di Journey Map

NOLEGGIO BICI	SCELTA ATTIVITÀ	ESPERIENZA OLFATTIVA	PRENOTAZIONE PICNIC
<p>Andrea e Giulia arrivano all'Hub, cercano il profilo virtuale, scansionano l'app, scansionano il QRcode appena creato e noleggiato le loro bici</p> 	<p>Andrea apre l'app e insieme a Giulia esplora le esperienze offerte</p> 	<p>Decidono di fare un'esperienza olfattiva. Attivano l'audioguida.</p> 	<p>Decidono di fare un pic nic sul prato, dall'app prenotano il loro cestino. Quando il cestino sarà pronto, una notifica le avviserà.</p> 
<p>3° TOUCHPOINT</p> 	<p>4° TOUCHPOINT</p> 	<p>5° TOUCHPOINT</p> 	<p>6° TOUCHPOINT</p> 
<p>Hanno l'opportunità di avere a disposizione lo staff per qualsiasi necessità</p>	<p>Hanno l'opportunità di scegliere tra esperienze a pagamento o gratuite</p>	<p>Hanno la possibilità di conoscere il territorio attraverso il senso olfattivo</p>	<p>Hanno l'opportunità di impiegare al meglio il loro tempo prima che la notifica le avvisi quando il cestino è pronto per l'uso</p>

Stakeholder Motivation Matrix

STAKEHOLDERS MOTIVATION MATRIX		OPEN AIR Bike and Tent Sharing Service	
SERVIZIO BIKE SHARING Produttori di bike, gestori terminali di bike sharing, produttori attrezzature (cassette, pneumatici), fornitori di ricambi, meccanici			MECCANICI E PRESSIONI Offerta di servizi di riparazione
SERVIZIO TENT SHARING Produttori tent, attori, fornitori di accessori di tent sharing, gestori servizi di tent sharing, operatori delle tende da letto, addetti alla registrazione			ACQUISTO TENDE E PRODOTTI Acquistare la tenda e i prodotti
ATTORI LOCALI Produttori locali (artigiani, ceramisti, addetti al catering, ristoratori, addetti al pulizia, artigiani, fornitori di servizi di pulizia, fornitori di servizi di ristorazione, fornitori di servizi di pulizia, fornitori di servizi di ristorazione)			OFFERTE LOCALI Offerta di servizi di pulizia, fornitori di servizi di ristorazione
ENTI TERRITORIALI Regione, province, comuni, enti locali, enti parco, ferrovie, associazioni locali, operatori nautici			VALORIZZAZIONE TERRITORIALE Offerta di servizi di pulizia, fornitori di servizi di ristorazione
GESTORI SERVIZI TURISTICI Turismo locale			OFFERTE LOCALI Offerta di servizi di pulizia, fornitori di servizi di ristorazione
INFRASTRUTTURE Imprese di costruzioni e manutenzione, produttori di servizi di manutenzione, produttori di servizi di manutenzione, produttori di servizi di manutenzione			MANUTENZIONE E RIPARAZIONE Offerta di servizi di pulizia, fornitori di servizi di ristorazione

Comet Bike Tour

Servizio di ciclo(astro)turismo nell'area interna del Basso Sangro-Trigno.

Keywords:

service design, cicloturismo, astroturismo, aree interne, Basso Sangro/Trigno

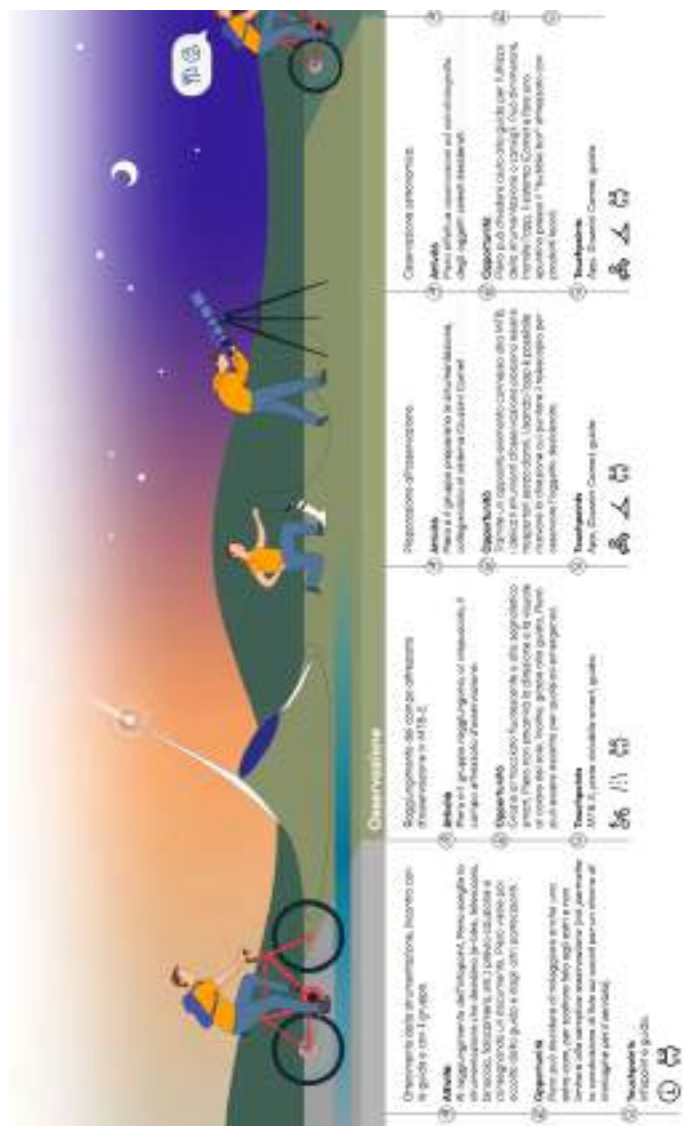
Designer

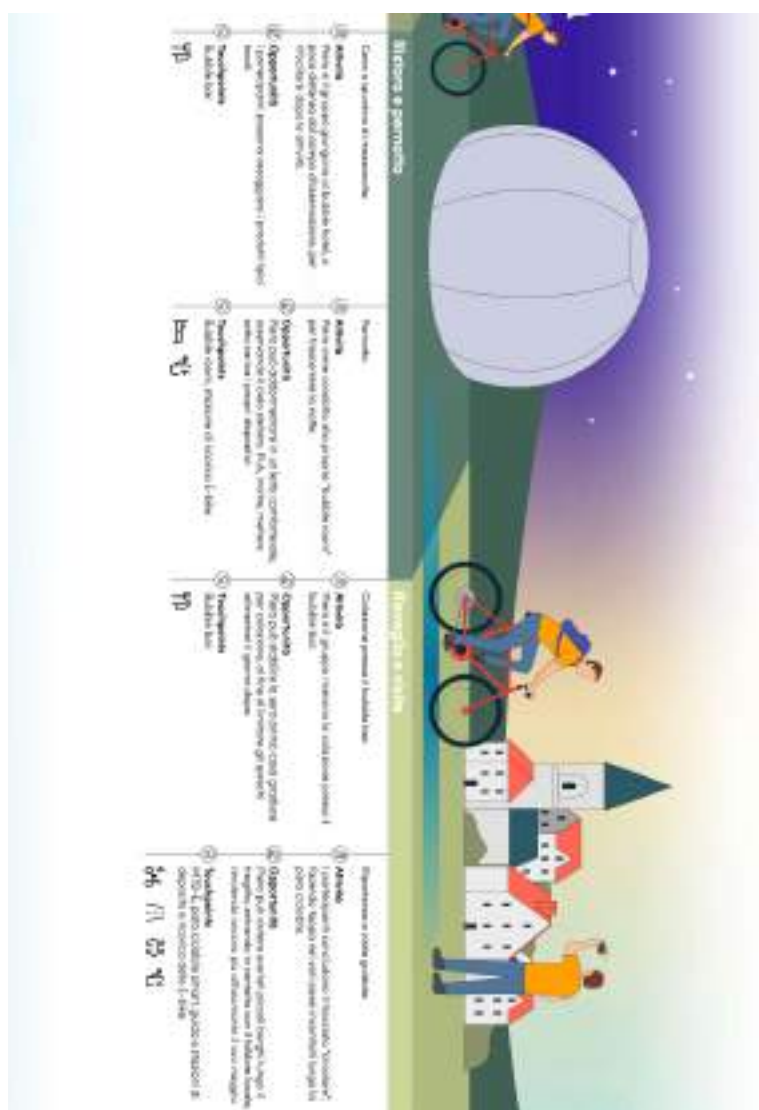
Davide Galieri

Il progetto di ciclo(astro)turismo Comet Bike Tour nell'area abruzzese del Basso Sangro-Trigno punta a valorizzare l'assenza di inquinamento luminoso per un'osservazione astronomica ottimale, integrando cicloturismo e astroturismo in un servizio innovativo. Il servizio prevede la valorizzazione di questa attrattiva naturale, collaborando con il Gruppo Astrofili Frentani, che dal 2003 organizza eventi astronomici. Tramite un sistema di trasporto intermodale, si propone di collegare infopoint, tracciati ciclabili fluorescenti e punti di osservazione dotati di sistemi iComet e bubble hotel.

I visitatori potranno noleggiare attrezzature ciclistiche e astronomiche e godere di un'esperienza immersiva che combina l'osservazione celeste con il folklore locale e la cucina abruzzese. Inoltre, l'eventuale ripristino di abitazioni in disuso per usi alternativi, come un planetario in caso di maltempo, arricchirà l'offerta turistica. Tutte le attività saranno coordinate da un'app che gestisce spostamenti, emergenze e intermodalità. Il sistema iComet, sviluppato con tecnologia solare, garantisce illuminazione eco-compatibile, sicurezza, fornitura di energia per le attrezzature e supporto tecnico nelle postazioni di osservazione, contribuendo a un'esperienza di ciclo(astro)turismo integrato, sostenibile e immersivo nell'entroterra abruzzese.

Estratto di Journey Map





Branding



Discovery Sangro Trigno

Bike tour fra innovazione e tradizione.

Keywords:

service design, cicloturismo, aree interne, Basso Sangro/Trigno- tradizione, innovazione tecnologica

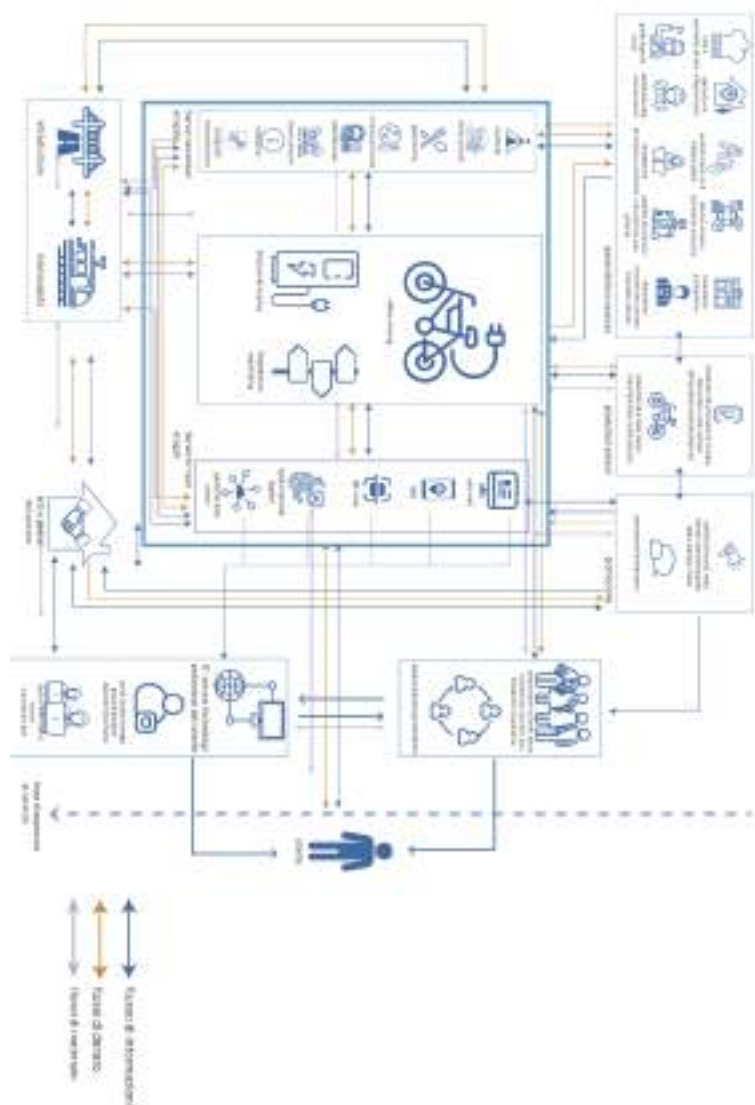
Designer

Viviana Aliani

Il servizio cicloturistico Discovery Sangro Trigno è concepito per valorizzare il territorio abruzzese con un'esperienza immersiva e sostenibile. Grazie a percorsi ciclabili supportati da un'app dedicata, i visitatori possono scegliere itinerari tematici in base a interessi culturali, enogastronomici o naturalistici, personalizzando la loro esperienza. La piattaforma permette di selezionare la bici, richiedere assistenza e ottenere sconti per servizi locali, come bike-hotel e punti di ristoro, favorendo così anche il commercio locale.

L'applicazione guida gli utenti attraverso itinerari intermodali che collegano tappe rilevanti tramite piste fosforescenti e punti informativi con realtà aumentata per approfondire la cultura e la storia locali. La community digitale incentiva la condivisione di esperienze e promuove recensioni e contenuti visivi, trasformando gli utenti in ambassador del servizio. Inoltre, per incentivare la fedeltà, l'app offre badge e buoni sconto che premiano la partecipazione e l'impegno degli utenti nel completare quiz e raccogliere timbri su un passaporto digitale

System Map



Nabike Water Ways

Servizio di cicloturismo sul tema delle vie d'acqua dolci nell'area interna del Basso Sangro/Trigno

Keywords:

service design, cicloturismo, acqua dolce, aree interne, Basso Sangro/Trigno

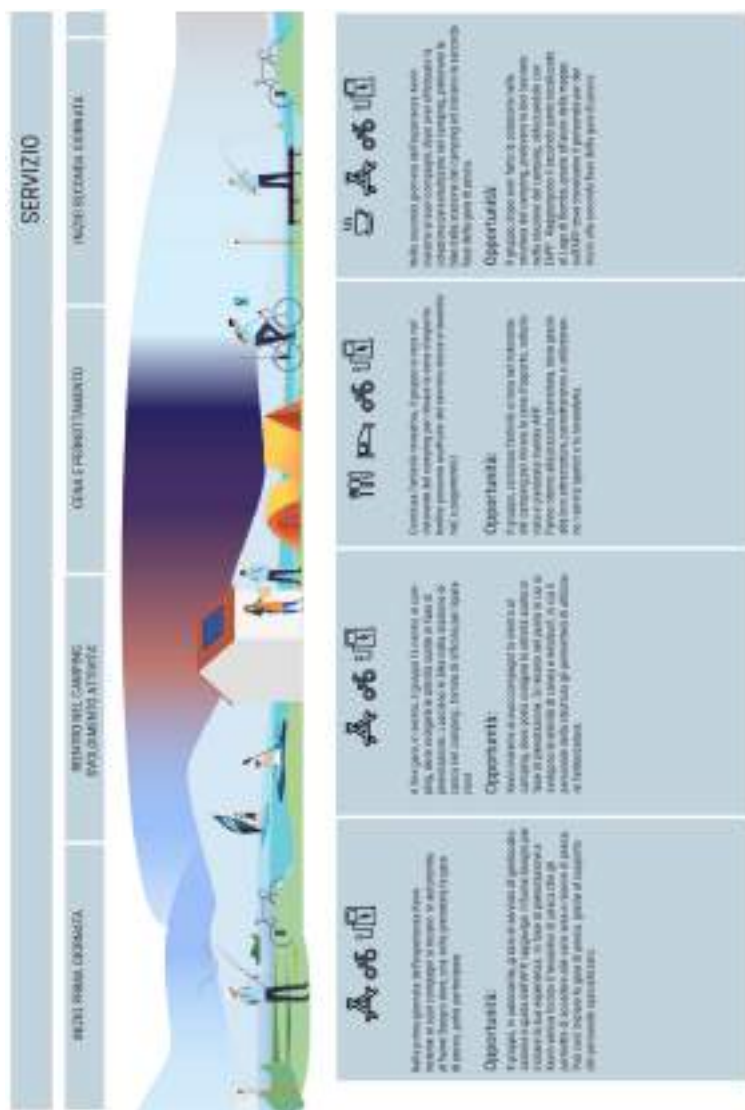
Designer:

Rosita Marchetti

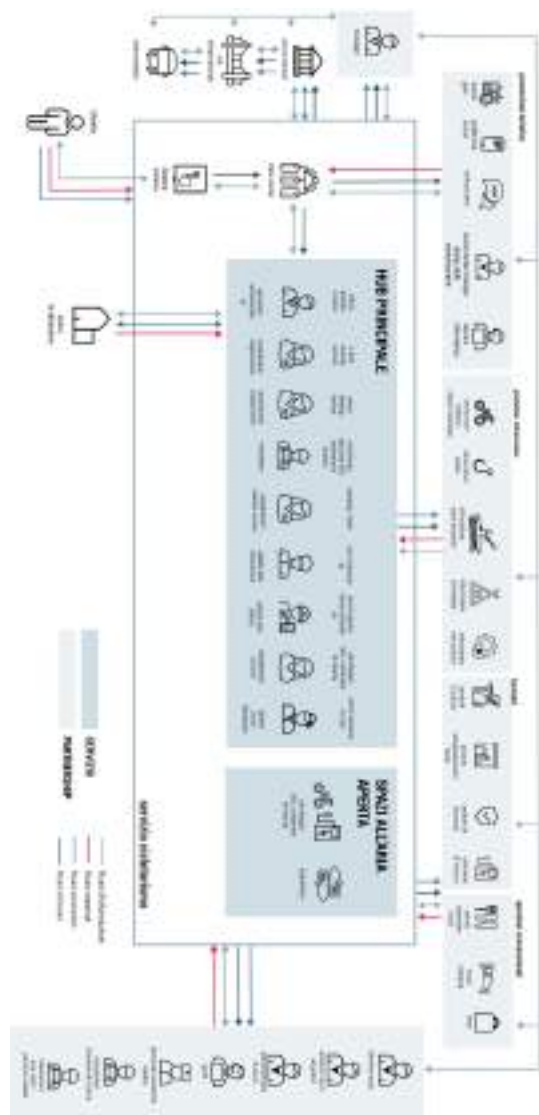
Il progetto NaBike mira a valorizzare il patrimonio culturale e naturalistico del Basso Sangro/Trigno, con particolare attenzione ai luoghi d'acqua dolce. Gli itinerari cicloturistici sono incentrati sul tema delle vie d'acqua, promuovendo un turismo sostenibile e spostando il flusso turistico dalle coste all'entroterra. L'esperienza si sviluppa con percorsi tematici che comprendono attività fuori e dentro l'acqua, come biowatching, yoga sul Lago di Bomba, pesca sportiva, escursioni, canoa, kayak, hydrobike e wild swimming. Gli utenti possono scegliere tra diversi tipi di bici (e-bike, e-bike per bikefishing e hydrobike) e noleggiare attrezzature per il bike-fishing, grazie a una rete di infopoint e bike hotels. Il servizio, accessibile tramite un'app e un sito web, permette di organizzare itinerari, prenotare attività e servizi, visualizzare mappe 3D e ricevere assistenza in tempo reale. In caso di maltempo, sono previste attività alternative o rimborsi.

NaBike punta a riqualificare le risorse locali recuperando vecchie infrastrutture e collaborando con attori interni ed esterni, come produttori di attrezzature, istruttori sportivi e attività ricettive. Il progetto integra sostenibilità e innovazione, offrendo un'esperienza a contatto con la natura, con alloggi glamping e spazi all'aperto, contribuendo alla rigenerazione del territorio e all'aumento dell'appetibilità turistica.

Estratto di Journey Map



System Map



Branding



Supporto per canne
da pesca

Casco per bici



5 senses bike experience

Servizio di cicloturismo connesso a percorsi sensoriali per il benessere psico-fisico e psico-cognitivo, nell'area interna del Basso Sangro-Trigno.

Keywords:

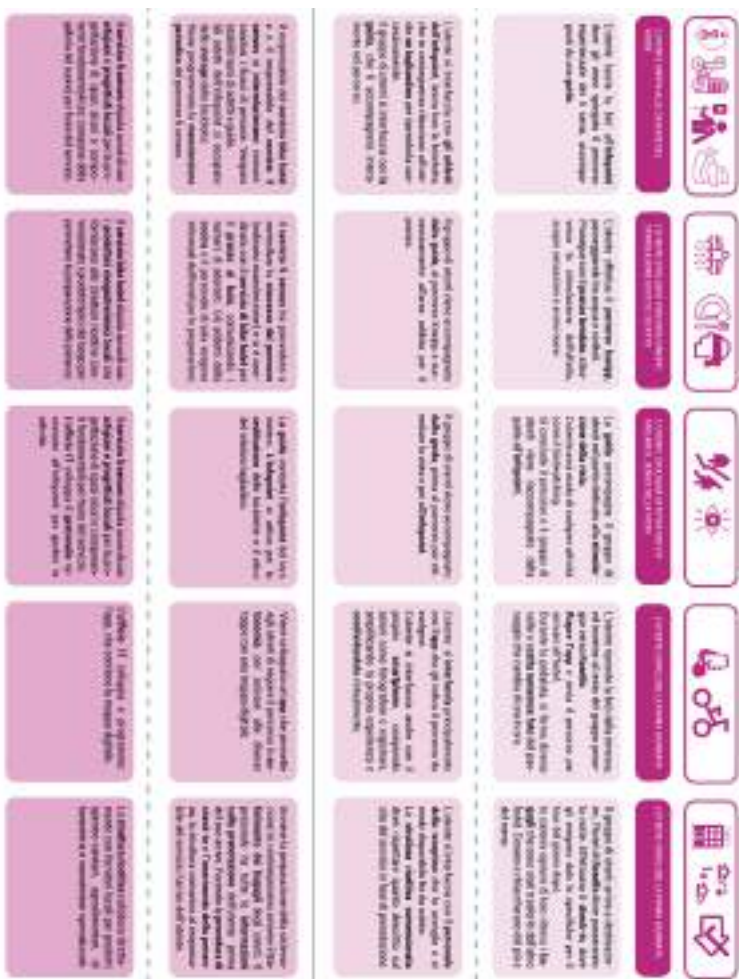
cicloturismo, natura, benessere psico-fisico, esperienze educative

Designer:

Laura Ricci

Il progetto mira a valorizzare le zone ultra-periferiche abruzzesi, contrastando spopolamento e isolamento attraverso un servizio di cicloturismo sensoriale nelle aree di Borrello e Rosello. L'itinerario è concepito per un target sensibile al benessere mente-corpo e per famiglie con bambini, proponendo percorsi esperienziali che combinano pedalata e attività sensoriali stimolanti per i cinque sensi, come barefooting, percorsi Kneipp, silvoterapia etc., favorendo una riconnessione con la natura e promuovendo un turismo rigenerante. Gli utenti possono scegliere percorsi di diversa difficoltà e soggiornare in bike hotel pensati per famiglie o ciclisti esperti. I bike hotel gestiscono il noleggio di biciclette, il trasporto bagagli, e offrono assistenza su strada e un servizio di officina. Il servizio "5 senses experience," curato da locali, prevede percorsi sensoriali in riserve naturali con guide che adattano le attività in base all'età e agli interessi dei partecipanti. Un'app dedicata consente di seguire i percorsi, tracciare i partecipanti e gestire l'organizzazione interna. L'infrastruttura prevede personale per l'accoglienza, la ristorazione, l'assistenza tecnica e la manutenzione dei percorsi, mentre attori esterni includono esperti in comunicazione, fornitori di attrezzature e enti locali. Il progetto rappresenta un'opportunità per attirare nuovi visitatori e diffondere la conoscenza delle aree interne abruzzesi, stimolando un turismo sostenibile e di crescita personale.

Estratto di Service Blueprint



Branding





Servizi per la Smart City
Smart City services

Lucanian VeART

Service design per la valorizzazione culturale del territorio Lucano.

Keywords:

archeologia, Metapontino, Tecnologia, Realtà Aumentata, Realtà Virtuale

Designer

Antonio Giovanni Calone

Il servizio mira a valutare lo stato di conservazione dei siti archeologici di Policoro, Metaponto e Grumento Nova in Basilicata per valorizzare il patrimonio storico della Magna Grecia attraverso un servizio basato su realtà aumentata (AR) e virtuale (VR). Il progetto punta a migliorare l'accesso e l'esperienza dei visitatori, in particolare cittadini e turisti, tramite ricostruzioni digitali dei reperti e ambientazioni immersive.

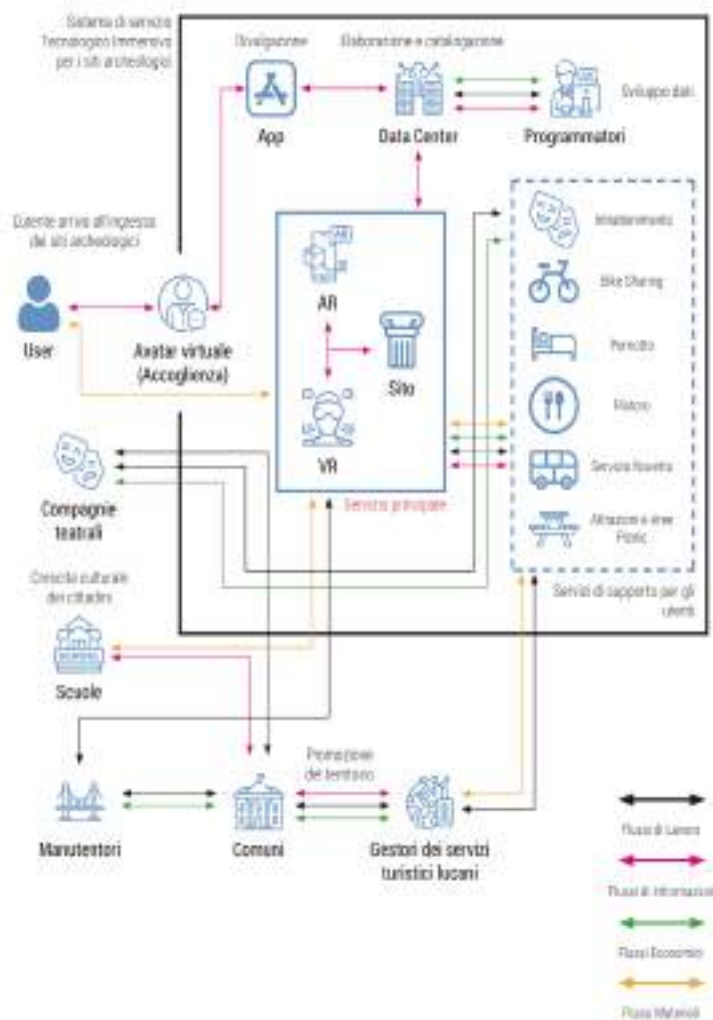
Il servizio risponde a bisogni specifici degli utenti: accesso sicuro al parco, apprendimento rapido della storia locale, connessione tra museo e sito, orientamento nell'area, accessibilità per disabili e inclusione in itinerari culturali regionali. Dopo studi preliminari, il servizio AR/VR offre tre scenari tematici: "Guerra e religione" a Policoro, "Tecniche di architettura e artigianato" a Metaponto, e "Vita quotidiana del cittadino romano" a Grumento Nova. Grazie all'AR, gli utenti vedranno ricostruzioni in tempo reale delle strutture, mentre la VR permetterà di rivivere eventi storici.

A Policoro, sarà possibile esplorare la vita della città di Herakleia e assistere alla battaglia di Heraclea del 280 a.C.; a Metaponto si ammirerà il tempio di Hera e si parteciperà a laboratori di artigianato; a Grumentum, infine, si assisterà a spettacoli teatrali e combattimenti gladiatori. Il servizio coinvolge scuole, gestori turistici e enti locali, rendendo l'esperienza immersiva e didattica.

Estratto di Journey Map/ Service Blueprint



System Map



Branding



Re-Play

Riqualificazione e rivitalizzazione dei parchi urbani di periferia attraverso lo sport, contrasto al degrado urbano, solitudine e sedentarietà nelle periferie di Roma.

Keywords:

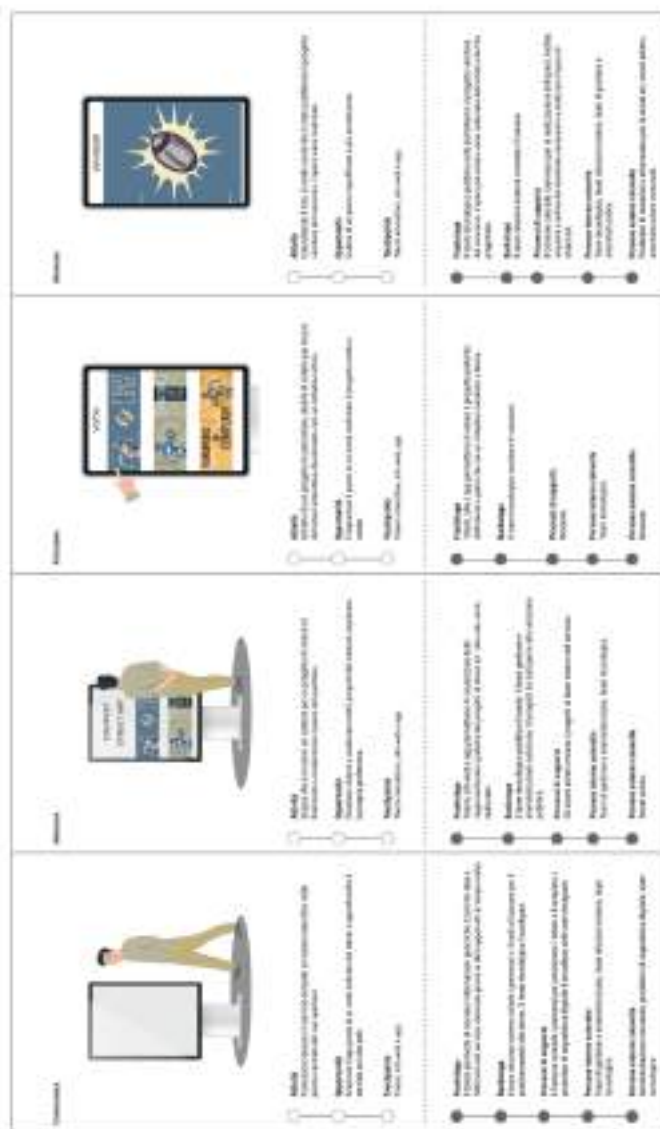
Rivitalizzazione urbana, attività sportive, partecipazione comunitaria, sostenibilità ambientale, street art, periferie urbane, interazioni sociali.

Designer

Martina Gregori

Il progetto Re-Play ha l'obiettivo di riqualificare i parchi periferici di Roma, affrontando vandalismo, degrado, solitudine e sedentarietà. Si propone di trasformare cinque parchi (Via di Castel Giubileo, Parco Cicogna, Via Ettore Janni, Parco Anna Bracci e Parco delle Palme) in spazi di aggregazione attraverso attività sportive, manutenzione e arte. Le attività sportive includono tornei di basket, calcetto, pallavolo e la proiezione di film a tema sportivo, promuovendo l'attività fisica e la socializzazione. Le attività di manutenzione coinvolgono i residenti in eventi di pulizia, rafforzando la responsabilità comunitaria, mentre le iniziative artistiche permettono di votare e realizzare progetti di street art nei parchi, migliorando l'estetica e l'appartenenza. Il progetto punta a creare un legame affettivo con i parchi, incentivando la loro cura e riducendo vandalismo e abbandono. Il servizio monitora l'efficacia delle attività con sensori per registrare l'attività fisica, la frequentazione e la raccolta rifiuti, accessibili tramite un'app mobile, un sito web e totem interattivi. Questi strumenti consentono la prenotazione delle attività, la votazione dei progetti di street art, la visualizzazione dei dati e segnalazioni di manutenzione, rendendo i parchi luoghi di socialità attiva e inclusiva per i residenti.

Estratto di Journey Map



Schemi del Servizio



Le tecnologie smart

Obiettivo: verifica dell'efficacia del servizio

	servizio manutenzione del parco	servizio per gli utenti sportivi	servizio manutenzione del parco
costo	Costo gestione servizi	Costo gestione servizi sportivi	Costo gestione servizi
qualità	Qualità servizi gestiti	Qualità servizi gestiti	Qualità servizi
servizio	Servizi gestiti	Servizi gestiti	Servizi gestiti
risultati	Risultati gestiti	Risultati gestiti	Risultati gestiti

Branding



Quartiere Connesso

Gaming per la Coesione Sociale e l'Integrazione Culturale.

Keywords:

coesione, integrazione, condivisione, interazione

Designer:

Eleonora Rubano

Servizio di gaming sociale per promuovere coesione e integrazione culturale in un quartiere, combinando esperienze digitali e fisiche per incentivare la partecipazione attiva dei residenti. Gli obiettivi principali includono: promuovere la partecipazione alla vita di quartiere, favorire l'inclusione sociale e culturale, creare connessioni tra persone di diverse età e background, e migliorare comunicazione e collaborazione comunitaria. L'iniziativa si sviluppa tramite un'app di gaming e totem digitali installati in luoghi strategici, proponendo missioni, sfide e progetti collaborativi. Le attività si suddividono in: esperienze fisiche attraverso totem digitali, eventi di quartiere, cacce al tesoro e progetti collaborativi come la riqualificazione di spazi verdi; esperienze digitali tramite missioni sull'app, un sistema di punti e una mappa interattiva del quartiere per visualizzare e progettare spazi pubblici. Tra le attività proposte vi sono giochi di costruzione urbana, eventi di costruzione dal vivo, competizioni e sfide che promuovono l'interazione sociale. Collaborazioni con scuole, associazioni, enti culturali e ambientali rafforzano l'impatto del progetto, mentre un comitato di gestione assicura il coordinamento tra stakeholder. Le sfide del progetto riguardano accessibilità tecnologica, inclusività, manutenzione dei totem, privacy, sostenibilità finanziaria e engagement a lungo termine. Soluzioni proposte includono formazione tecnologica, politiche di protezione dati, sovvenzioni e introduzione di nuovi incentivi per mantenere alta la partecipazione.

Estratto di Service Blueprint



Journey Map





RSA Sant'Angelo

Integrazione della pet therapy nelle rsa: migliorare il benessere degli anziani attraverso l'integrazione con gli animali

Keywords:

pet therapy, RSA, benessere anziani, pet sitting, solitudine, interazione animale-umano

Designer

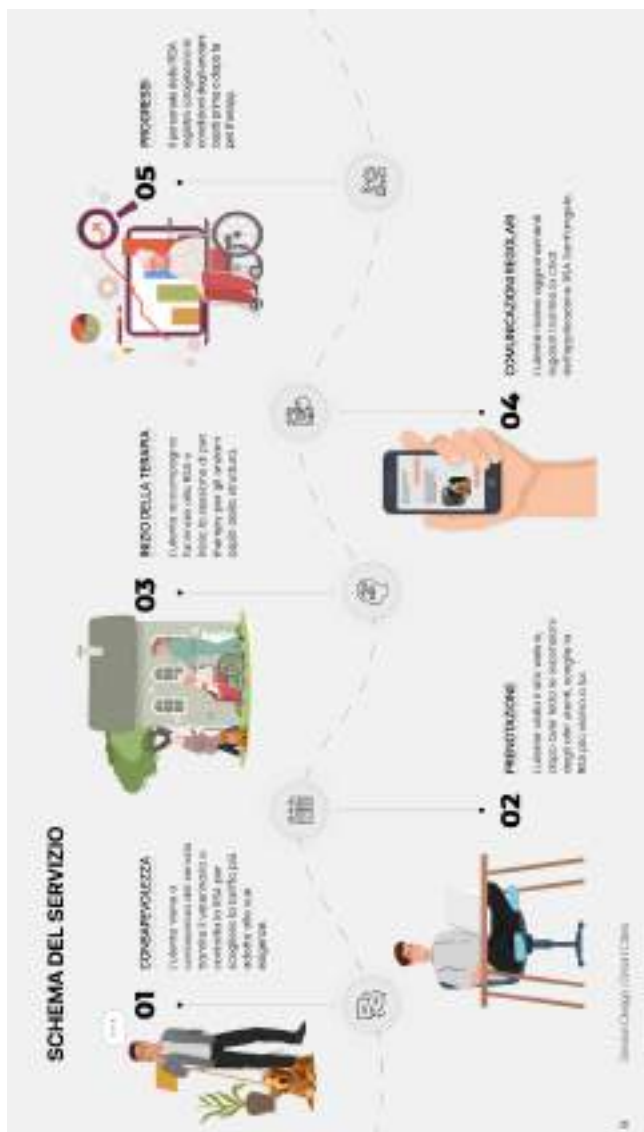
Micaela Addario

Il progetto RSA Sant'Angelo propone un innovativo servizio di pet therapy per combattere la solitudine e migliorare il benessere degli anziani ospiti nelle RSA. La pet therapy utilizza la compagnia degli animali per apportare benefici emotivi, sociali e fisici agli ospiti. Il programma si basa su sessioni regolari di pet therapy, servizio di pet sitting per animali di proprietari temporaneamente impossibilitati a prendersene cura e un team specializzato per garantire la sicurezza e la formazione del personale.

Le sessioni di pet therapy, con animali addestrati come cani e gatti, sono volte a offrire compagnia e ridurre l'isolamento degli anziani. Il servizio di pet sitting, invece, permette agli animali di partecipare a queste sessioni, creando un'interazione reciproca vantaggiosa. Il personale formato si occupa del coordinamento, assicurando che ogni attività sia svolta in sicurezza.

Inoltre, dispositivi indossabili monitorano parametri di salute e benessere emotivo degli ospiti, permettendo interventi rapidi e adattamenti personalizzati delle cure. Il programma favorisce una vita più attiva e serena per gli anziani, stimolando interazioni sociali e cognitive, e coinvolge anche le famiglie tramite aggiornamenti sui parametri vitali, offrendo un monitoraggio trasparente e rassicurante.

Schema Servizio





IMPLEMENTAZIONE DEL SERVIZIO

Attività

Definire strategie implementative del servizio, di tipo strategico, basandosi sui risultati del ciclo. In alcuni paesi è prevista l'adozione di alcune parti del servizio. Dipendenti si occupano dell'implementazione degli ospiti.

Strategie
 - Strategie di coordinamento, supervisione e monitoraggio degli ospiti.

MONITORAGGIO E VALUTAZIONE

Attività

Effettuare monitoraggi e attività di valutazione psicologica basandosi sugli indicatori di base per stabilire l'adempimento del servizio.

Strategie
 - Commissioni di servizio.

INTERAZIONI CON OSPITI E FAMILIARI

Attività

Essere disponibili e disponibili per gli ospiti ospiti e i loro familiari per accedere alle loro condizioni del servizio e per rispondere a eventuali domande e preoccupazioni.

Strategie
 - Incontri, incontri e mail.



- 1. **Mission**
Sostenere con stile e con eleganza le iniziative filie, accorpando di pari passo gli spazi.
- 2. **Prodotto**
Sostenibilità del consumatore.
- 3. **Posizionamento**
Sostenere i prodotti e i servizi della rete con una strategia strategica di marketing.
- 4. **Strategie di marketing**
Fornire un servizio di marketing e comunicazione.
- 5. **Processi di supporto**
- 6. **Risorse interne (risorse)**
Sostenere i processi di marketing.
- 7. **Risorse esterne (canali)**
Sostenere.



- 1. **Mission**
Sostenere con stile e con eleganza le iniziative filie, accorpando di pari passo gli spazi.
- 2. **Prodotto**
Sostenibilità del consumatore.
- 3. **Posizionamento**
Sostenere i prodotti e i servizi della rete con una strategia strategica di marketing.
- 4. **Strategie di marketing**
Fornire un servizio di marketing e comunicazione.
- 5. **Processi di supporto**
- 6. **Risorse interne (risorse)**
Sostenere i processi di marketing.
- 7. **Risorse esterne (canali)**
Sostenere.

Branding



Kime

Servizio di sensibilizzazione e monitoraggio dell'impatto ambientale del fast fashion in un'ottica di responsabilità circolare.

Keywords:



Scelta, Consapevolezza, Empatia, Sostenibilità, Rispetto, Progresso

Designer

Valentina Di Stolfo

Kime mira a promuovere sostenibilità e consapevolezza ambientale, affrontando il problema del fast fashion. Integrando tecnologie avanzate come intelligenza artificiale IA e Internet of Things (IoT), Kime influenza il comportamento dei consumatori lungo tutto il ciclo di vita dei prodotti, migliorando l'efficienza e riducendo l'impatto ambientale. Il cuore del progetto è un'applicazione che consente agli utenti di monitorare e gestire il proprio consumo di abbigliamento attraverso un "armadio virtuale" in cui visualizzare la frequenza d'uso, l'obsolescenza e la manutenzione dei capi. Con la funzione "scelte smart", l'app confronta diversi indumenti su parametri ambientali e aziendali, offrendo alternative sostenibili per incoraggiare acquisti responsabili. Il progetto include touchpoint fisici come specchi smart, sia domestici che nei negozi, supportando il consumatore nelle decisioni d'acquisto sostenibili e nell'abbinamento dei capi. L'app localizza anche punti di raccolta per il riciclo, promuove la donazione, e fornisce tutorial per la rigenerazione degli abiti, facilitando eventi come swap party per il riuso. I dati raccolti dalla piattaforma sono utilizzati per ottimizzare la produzione, prevenire sprechi e offrire visibilità a piccole e medie imprese del settore moda, incentivando così un'economia circolare e un approccio etico al consumo di abbigliamento.

Estratto di Journey Map

IZZAZIONE		<p>Scenario SUBSISTENTE all'APP</p> <p>Attività Ricerca di oggetti in vendita come che in un negozio di calzature poco dalla porta sospesa di 20€. Il personaggio possiede gli articoli negli scaffali.</p> <p>Dispositivo Conoscenza ed utilizzo di un app del negozio personalizzata.</p> <p>Touchpoints Smartphone App</p>
CONSAPEVOLEZZA		<p>Contesto Conoscenza del proprio ruolo di acquirente.</p> <p>Attività Ricerca nel negozio del modo per modificare i suoi acquisti. Il negozio ha un layout orientato a un cliente personalizzato.</p> <p>Dispositivo Prima interazione di un app personalizzata sulla sua mobile.</p> <p>Touchpoints Smartphone App</p>
DECLUTTERING		<p>Contesto Cambio stagione.</p> <p>Attività Ricerca di un cambio stagione per un app che ha guidato sulle operazioni di decluttering.</p> <p>Dispositivo Acquisizione del decluttering, come alla base sempre in una pratica del prodotto digitale.</p> <p>Touchpoints Smartphone App</p>
RICICLO		<p>Contesto Ritiro di vestiti inutilizzati.</p> <p>Attività Ricerca di un app di ritiro di vestiti che si occupa di tutti gli aspetti del processo di ritiro e di gestione dei vestiti che vengono destinati per il riciclaggio.</p> <p>Dispositivo Sviluppo di un app di ritiro di vestiti e di gestione del processo di ritiro.</p> <p>Touchpoints Smartphone App</p>

Schemi del Servizio

Circularità

5 servizi



Tecnologie Smart

5 servizi



Branding



Safeteach

Educazione e sensibilizzazione: combattere il bullismo per una scuola inclusiva e rispettosa.

Keywords:

sensibilizzazione, educazione sociale, benessere emotivo, rispetto, sostegno e collaborazione

Designer

Erika Ferrara

Safeteach è un servizio educativo per le scuole che mira a contrastare il bullismo attraverso attività di sensibilizzazione ed educazione emotiva. Utilizza strumenti come role-playing e il videogame Minecraft per aiutare gli studenti a sviluppare empatia e gestire le emozioni in un ambiente controllato. Psicologi e insegnanti guidano le attività per promuovere un confronto tra vittima e bullo, supportando la crescita personale e relazionale degli alunni. Il percorso si articola in quattro fasi: 1) Role-playing in cui gli studenti esplorano emozioni e situazioni di disagio attraverso giochi di ruolo, confrontandosi con gli altri in modo sicuro; 2) Messaggi in-game, attraverso Minecraft, gli studenti inviano messaggi anonimi che favoriscono la comunicazione e l'empatia reciproca; 3) Confronto diretto in cui gli studenti sono suddivisi in gruppi per confrontarsi e discutere strategie di collaborazione; 4) Gioco di squadra online, fase finale nella quale è prevista un'attività online dove i gruppi adottano le strategie discusse, rinforzando la collaborazione e l'inclusione. Include anche touchpoint fisici e digitali, come pannelli interattivi e cards, per facilitare le attività in aula. Le scuole partecipano attivamente alla promozione del programma, con volantini e pubblicità online, e coinvolgono insegnanti, psicologi e assistenti per garantire un ambiente di apprendimento positivo e inclusivo.

Estratto di Journey Map



Branding

Versione a colori



SAFETEAH

Versione B/N



Visiva

Servizio per il supporto degli artisti emergenti e valorizzazione dei luoghi della città.

Keywords:

arte, luoghi, cultura, valore, percorsi, valorizzazione




Designer

Ester Tagliafierro

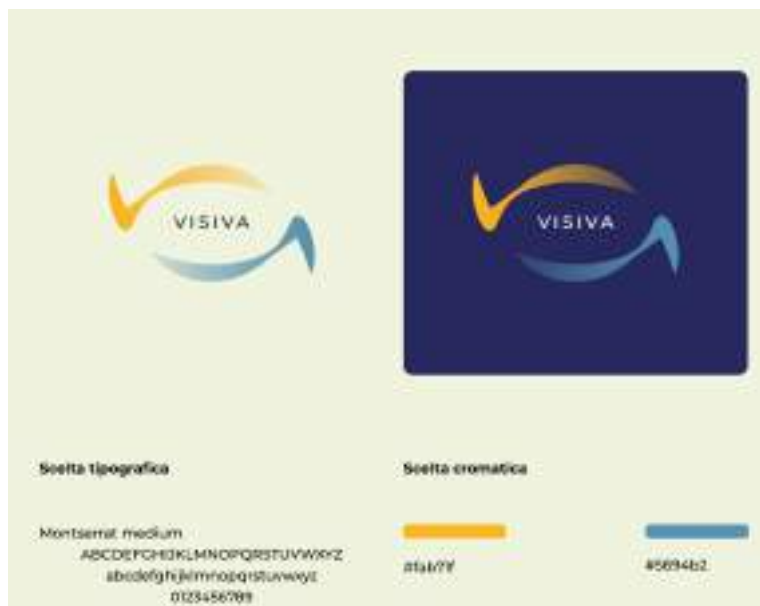
Il servizio “Visiva” è progettato per supportare artisti emergenti e valorizzare i luoghi urbani trasformando la città di Pescara in una “smart city” culturale. Attraverso una piattaforma web e mobile, Visiva permette agli utenti di creare un account, visualizzare una mappa interattiva della città e proporre luoghi e opere artistiche. Gli artisti possono esporre temporaneamente in spazi pubblici e privati, come vetrine o aree di transito, mentre i cittadini partecipano a tour artistici. La piattaforma integra elementi di gamification, premiando l'esplorazione artistica con accesso a eventi esclusivi e sconti presso luoghi sponsor.

Ogni opera esposta è accompagnata da un totem intelligente con sensori ambientali, telecamere e connettività mobile per monitorare il flusso di visitatori e le condizioni ambientali. Questo sistema assicura la sicurezza e visibilità delle opere, contribuendo alla gestione degli spazi pubblici. I dati raccolti, analizzati attraverso Big Data e IA, aiutano nella pianificazione urbana e culturale, fornendo insight per migliorare l'accessibilità e l'interazione con l'arte. Visiva promuove la cultura locale, riqualifica aree urbane poco valorizzate e stimola la creatività dei cittadini, creando un ambiente più vivibile e ricco culturalmente.

Estratto di Service Blueprint

L'OPERA	ESPERIENZA	
TRASPORTO E DISPONIZIONE DELL'OPERA	INAUGURAZIONE DELL'OPERA	CONTATTI CON I VISITATORI
<p>Da accogliere gli operatori Visiva che sono il manifesto nel suo Bar e zingaro un foto, i creativi dell'opera stanno virtualmente.</p>	<p>Il 4° livello di gioco Opera viene inaugurata. È una impresa di persone (Aria creativi, Aria e Caccione) e decide di accogliere insieme a loro alcuni visitatori.</p>	<p>Gioca come che i clienti sono molto incuriositi dall'opera. In estate, mentre altri scoprono la sua attività proprio grazie al tour che stanno effettuando.</p>
		
<p>OPPORTUNITÀ</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cercare il servizio. <p>TOUCHPOINTS Luogo fisico, app.</p>	<p>OPPORTUNITÀ</p> <ul style="list-style-type: none"> - Condividere la presenza dell'opera nella sua stanza viaggi sui social, aiutare i visitatori nella fruizione del questo processo della città del tour visita. - Incontrare un tour visita personalizzato partendo dalla sua storia. <p>TOUCHPOINTS Luogo fisico.</p>	<p>OPPORTUNITÀ</p> <ul style="list-style-type: none"> - Scoprire, tramite app, di seguire gli aggiornamenti sulle attività del percorso concludere. - Accedere ai dati analizzati che sono. <p>TOUCHPOINTS Luogo fisico.</p>
<p>FRONTSTAGE Vengono disposti opere e totem visita. La presenza del luogo e dell'opera sono pubblicamente visibile sul sito Visiva.</p>	<p>FRONTSTAGE La diversità di storie è visibile in situazione.</p>	<p>FRONTSTAGE Contatto in modo interattivo con i visitatori.</p>
<p>BACKSTAGE L'ufficio IT si occupa di mantenere l'opera con il servizio di trasporto e di mantenere la ricerca tecnologia di storia.</p>	<p>BACKSTAGE L'ufficio IT si occupa di segnalare l'inaugurazione dell'opera sulla diversi piattaforme e gli dati in cui l'utente che ha creato l'opera è presente.</p>	<p>BACKSTAGE L'ufficio IT si occupa di mantenere l'opera con altri utenti. I dati registrati dai sensori vengono trasferiti in informazioni frutto dei diversi utenti.</p>
<p>PROCESSI DI SUPPORTO Collaborazione con servizi di trasporto.</p> <ul style="list-style-type: none"> - PERSONE INTERNE: responsabile del servizio. - PERSONE ESTERNE: zingari e informatici, addetti ai trasporti. 	<p>PROCESSI DI SUPPORTO Google Maps.</p> <ul style="list-style-type: none"> - PERSONE INTERNE: responsabile del servizio. - PERSONE ESTERNE: zingari e informatici, addetti ai trasporti. 	<p>PROCESSI DI SUPPORTO I totem Visiva devono informazioni di data, per poi sull'affluenza in ogni luogo e per monitorare presenza e le condizioni ambientali.</p> <ul style="list-style-type: none"> - PERSONE INTERNE: responsabile del servizio. - PERSONE ESTERNE: creatori di totem, programmatori, tecnici del data center.

Branding



U-Topic

Servizio per la Partecipazione Attiva e la Gestione Urbana Inclusiva e Sostenibile attraverso l'Utilizzo dei Big Data per il Bene Sociale

Keywords:

human smart city, citizen participation, enabling technologies, digital twin, data transparency

Designer

Francesca Caramanico

U-Topic è una piattaforma digitale per incentivare la partecipazione attiva dei cittadini nella gestione urbana attraverso l'uso di tecnologie avanzate come IoT, AI, Big Data, Machine Learning e Blockchain. U-Topic consente ai cittadini di segnalare problemi urbani tramite un'app mobile, una piattaforma web e totem interattivi situati nei punti strategici della città. Ogni segnalazione è visibile pubblicamente su un "gemello digitale" della città e può essere confermata da altri utenti. Le segnalazioni vengono organizzate per quartiere, creando una priorità di intervento sui problemi più urgenti. Il servizio offre dashboard interattive che presentano in tempo reale dati ambientali, sul traffico e sulla sicurezza, permettendo una gestione urbana informata. Report periodici, suddivisi per quartiere, documentano le problematiche e i progressi raggiunti. Una funzione avanzata di AI aiuta inoltre i cittadini e le organizzazioni a trovare bandi di finanziamento idonei e a gestire candidature. La piattaforma integra una componente di gamification per incentivare l'interazione degli utenti, offrendo premi e riconoscimenti per la partecipazione attiva. Supporta anche la co-creazione di soluzioni urbane attraverso workshop, crowdsourcing e un sistema di crowdfunding che permette ai cittadini di contribuire direttamente allo sviluppo della città. La trasparenza e la sicurezza dei dati sono garantite dall'uso della blockchain.

Journey Map



ESOR

È una società italiana di consulenza e servizi

FRUSTRAZIONI:

- Difficoltà nell'applicare le tue competenze accademiche in progetti reali.

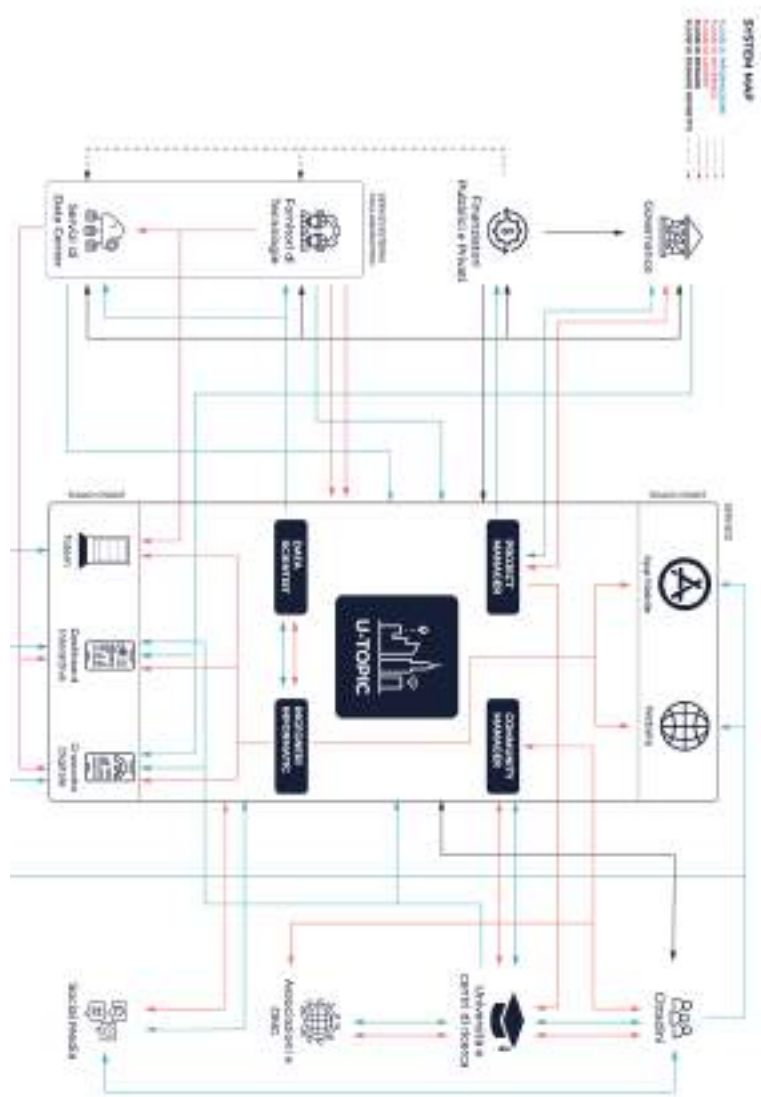
ASPETTATIVE:

- Conoscere di più le opportunità professionali.

AZIONE:

- Creare il termine "Tu-Touch" per esplorare progetti urbani.

System Map



Bibliografia

Bibliography

- Belk, R. (2014) You Are What You Can Access: Sharing and Collaborative Consumption Online. *Journal of Business Research*, 67, 1595-1600.
- Brown, T., & Katz, B. (2009). *Change by design: how design thinking transforms organizations and inspires innovation*. [New York], Harper Business.
- Fisk, R.P., Dean, A.M., Alkire (née Nasr), L., Joubert, A., Previte, J., Robertson, N. and Rosenbaum, M.S. (2018), "Design for service inclusion: creating inclusive service systems by 2050", *Journal of Service Management*, Vol. 29 No. 5, pp. 834-858
- Lacy, P., Rutqvist, J. (2015). The Product as a Service Business Model: Performance over Ownership. In: *Waste to Wealth*. Palgrave Macmillan, London.
- Lasn, K. et al. (1999), *First Things First Manifesto 2000*. *Eye Magazine*, 33 (9), [online]
- Mager, B., & Sung, T. (2011). Special issue editorial: Designing for services. *International Journal of Design*, 5(2), 1-3.
- Norman, D. A., Draper, S. W. (1986). *User centered system design: new perspectives on human-computer interaction*. Lawrence Erlbaum Associates, Hillsdale.
- Norman, D., & Euchner, J. (2023). Design for a Better World: A Conversation with Don Norman. *Research-Technology Management*, 66(3), 11–18.
- Penin, L., *Designing the invisible*. Londra: Bloomsbury, 2018.
- Resnick E. (2019), *The Social Design Reader*, London, Bloomsbury Publishing, pp. 476.
- Rosenbaum, M.S., Massiah, C. (2011), "An expanded servicescape perspective", *Journal of Service Management*, Vol. 22 No. 4, pp. 471-490.
- Rosenbaum, M., Corus, C., Ostrom, A., Anderson, L., Fisk, R., Gallan, A., ... & Williams, J. (2011). Conceptualisation and aspirations of transformative service research. *Journal of Research for Consumers*.

- Shostack, Lynn. "Designing Services that Deliver." *Harvard Business Review*, 1984.
- Stickdorn, M., Hormess, M. E., Lawrence, A., & Schneider, J. (2018). *This Is Service Design Doing: Applying Service Design Thinking in the Real World*. O'Reilly Media, Inc.
- Stickdorn, M., & Schneider, J. (2010). *This Is Service Design Thinking: Basics, Tools, Cases*. Amsterdam: BIS Publishers.
- Tassi, R., *#Service designer*. Milano: Franco Angeli 2019.
- Vandermerwe, S., & Rada, J. (1988). Servitization of Business: Adding Value by Adding Services. *European Management Journal*, 6, 314-324.
- Vargo, S. L., & Lusch, R. F. (2004). Evolving to a new dominant logic for a marketing. *Journal of Marketing*, 68(1), 1-17.
- Vezzoli, C., Ceschin, F., Osanjo, L., M'Rithaa, MK., Moalosi, R., Nakazibwe, V., & Diehl, J.-C. (2018). *Designing Sustainable Energy for All: Sustainable Product-Service System Design Applied to Distributed Renewable Energy*. (Green Energy and Technology; No. 1). Springer.
- Vezzoli, C., & Manzini, E. (2008). *Design for environmental sustainability* (p. 4). London: Springer.
- Vezzoli C., Ceschin F., Cortesi S., (2009). *System Design for Sustainability*. Rimini: Maggioli editore.
- Vezzoli C., Ceschin F., Cortesi S., (2009). *Metodi e strumenti per il Life Cycle Design: come progettare prodotti a basso impatto ambientale*. Rimini: Maggioli editore.

Photo credits



Le fotografie inserite in questo volume appartengono all'autore.

Le immagini relative ai capitoli 6 e 7 sono state realizzate dagli studenti/designer del Laboratorio di Service Design del Dipartimento di Architettura di Pescara, i cui nomi sono indicati nel testo.

Finito di stampare
nel mese di dicembre 2024
SALA Editori, Pescara
www.salaeditori.eu