



PNRR × Italian Design

PE5 CHANGES / CULTURAL HERITAGE ACTIVE INNOVATION FOR NEXT-GEN SUSTAINABLE SOCIETY

SPOKE 2 / CREATIVITY AND INTANGIBLE CULTURAL HERITAGE

**PB - RICH / RITO E CULTURAL HERITAGE. MODELLI DI DESIGN-DRIVEN DI MAPPATURA, ARCHIVIAZIONE
E FRUIZIONE DEL PATRIMONIO**

Come possiamo mappare,
archiviare e rendere fruibile
il patrimonio culturale
immateriale, composto
da artefatti di design
della comunicazione visiva,
delle imprese italiane?

DURATA

01/12/22 - 31/12/25

RESPONSABILE SCIENTIFICO

Carlo Martino (CEAR-08/D)
Sapienza Università di Roma

RICERCATORI COINVOLTI

Carlotta Belluzzi Mus, Alessio Caccamo, Fabiana Candida,
Anna Turco, Federica Dal Falco, Giulia Panadisi (CEAR-08/D),
Paola Bertolone, Luca Ruzza (PEMM-01/A), Ida Cortoni, Laura
Minestroni (GSPS-06/A), Giacomo Daniele Fragapane
(PEMM-01/B)
Sapienza Università di Roma

PARTNER

Enel Archivio Storico
Eni Archivio Storico
Ferrovie dello Stato Italiane Archivio Storico FS
Poste Italiane Archivio Storico
Rai Archivio Storico Rai Teche
TIM Archivio Storico

Tema

Il progetto esplora il patrimonio culturale immateriale delle imprese italiane, con un focus specifico sulla ritualità espressa attraverso artefatti di comunicazione visiva e multimediale. Tra gli artefatti esaminati figurano brand manual, house organ, bilanci finanziari e di sostenibilità, campagne pubblicitarie, fotografie d'impresa, allestimenti e materiali audiovisivi. La ritualità emerge come chiave di lettura fondamentale per comprendere come questi elementi consolidino l'identità aziendale e favoriscano la costruzione di una memoria condivisa. Attraverso un approccio design-driven, il progetto intende documentare, analizzare e valorizzare tali ritualità, promuovendo la salvaguardia del patrimonio culturale d'impresa e la sua rilevanza contemporanea.

Concept

Il progetto propone una data-driven dashboard per la raccolta, catalogazione e fruizione degli artefatti comunicativi aziendali, che includono:

- Brand Design Strategy: brand manual, che stabiliscono la coerenza visiva e progettuale;
- Editorial Design: riviste aziendali (house organ), che ritualizzano la trasmissione dei valori interni;
- Data Viz & Information Design: bilanci finanziari e sostenibilità, che rappresentano la ritualità della trasparenza e fiducia;
- ADV & Multimedia Design: campagne pubblicitarie e spot, che costruiscono narrazioni e ritualità sociali;
- Brand Image: fotografie, che immortalano la memoria visiva aziendale;
- Exhibit & Spatial Design: architetture e allestimenti aziendali, che mettono in scena l'identità del brand.

Gli output preliminari includono la mappatura di archivi, fondazioni e musei, l'analisi qualitativa di tali artefatti e l'elaborazione di un framework per la ritualità aziendale. La piattaforma sarà un archivio dinamico che faciliterà l'accesso e l'analisi storica, progettuale e narrativa, promuovendo la valorizzazione del patrimonio culturale immateriale delle imprese italiane.



IL CONTESTO
_INQUADRAMENTO



Il progetto si inserisce nell'ambito del **design della comunicazione visiva e multimediale e del patrimonio storico d'impresa**, focalizzandosi sulle aziende italiane che hanno prodotto una comunicazione iconica e autoriale di qualità.

LA RITUALITÀ
_LA CHIAVE DI LETTURA



La ricerca si concentra **sull'iterazione di pratiche simboliche attraverso artefatti di comunicazione visiva e multimediale**, analizzando come questi elementi contribuiscano alla costruzione della brand reputation.

LA PIATTAFORMA
_OUTPUT



L'output finale è la **progettazione di una piattaforma digitale per raccogliere e promuovere i materiali**, offrendo una risorsa preziosa per la conservazione del patrimonio storico d'impresa.

↑ Concetti chiave del progetto di ricerca.

↓ Framework teorico della ricerca.

Gli artefatti comunicativi aziendali come elementi rituali della brand reputation e brand heritage.



Eni s.p.a. Roma 1953

Motore della modernizzazione dell'Italia, Eni nasce nel 1953 e accompagna da 70 anni il Paese nei grandi cambiamenti economici e sociali, cavalcando l'innovazione tecnologica e rispondendo alle sfide poste dal cambiamento climatico e dalla transizione energetica.

Poste Italiane s.p.a. Roma 1832

Poste Italiane costituisce la più grande rete di distribuzione di servizi in Italia. Da 160 anni accompagna il Paese nel suo sviluppo. È parte integrante del sistema economico, sociale e produttivo del Paese, in quanto realtà unica in Italia per dimensioni, riconoscibilità e capillarità.

Enel s.p.a. Roma 1962

Il 6 dicembre 1962 nasce Enel, un'azienda che ha fatto la storia dell'Italia, leader della transizione energetica come operatore integrato nei mercati globali dell'energia e delle rinnovabili. Il suo focus sulla sostenibilità e sull'innovazione la rendono un'eccellenza italiana nel mondo.

Rai s.p.a. Torino 1924

Cuore pulsante dell'Italia, da decenni la Rai trasforma schermi in finestre sull'anima del paese, catturando passioni e sogni. Ogni trasmissione è un'esperienza coinvolgente, un viaggio attraverso storie avvincenti, sorrisi, lacrime, patrimoni, musica, teatro e sport, tutto all'insegna del tricolore.

Ferrovie dello Stato Italiane s.p.a. Roma 1905

Ferrovie dello stato, con oltre un secolo di servizio ai cittadini, ha contribuito in modo significativo alla crescita del paese, dal punto di vista economico, sociale e culturale. Con i suoi servizi e diverse sub-brand, è sempre presente e vicino alla vita quotidiana delle persone.

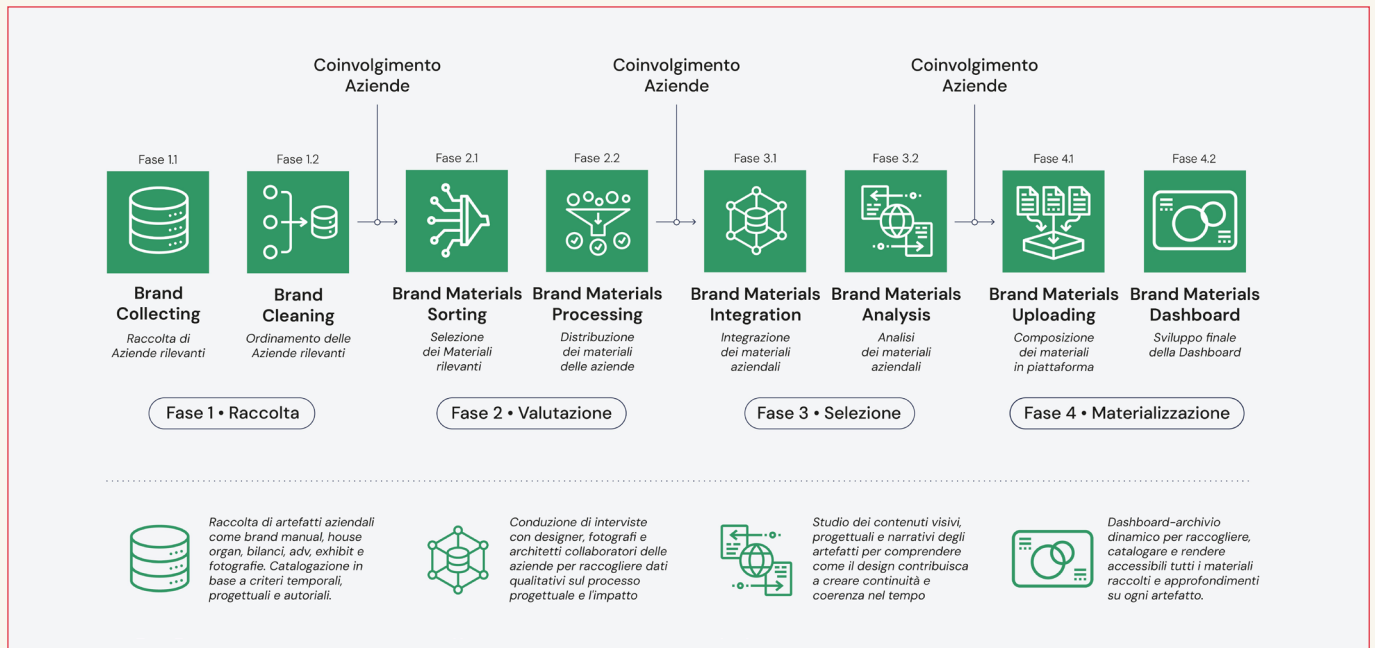
Tim s.p.a. Torino 1995

L'azienda italiana per eccellenza di telecomunicazioni ha una storia fatta di sfide, esperimenti e strategie innovative. Telecom Italia, oggi Gruppo TIM, racconta e simboleggia cento anni di innovazione e continua evoluzione nelle telecomunicazioni in Italia



↑ Partner della ricerca, i casi di studio.

↓ Metodologia, fasi e tempi della ricerca.



L'output:
la piattaforma
Changes by Design.

