



**UNIVERSITÀ DI PISA**

**DIPARTIMENTO DI  
FILOLOGIA, LETTERATURA E LINGUISTICA  
CORSO DI LAUREA IN INFORMATICA UMANISTICA**

**Promozione digitale del territorio:  
Vicopisano Turismo**

CANDIDATA  
Erika Pistolesi

RELATORE  
Prof.ssa Nicoletta Salvatori

CORRELATORE  
Prof. Andrea Marchetti

ANNO ACCADEMICO 2020/2021

# Indice

<b>1. Introduzione</b>	4
<b>2. Vicopisano</b>	6
2.2 Il territorio	6
2.2.1 Epoca medievale	8
2.2.2 Alto Medioevo	8
2.3.2 Basso Medioevo	9
2.3 Età Moderna	10
2.4 Età Contemporanea	13
<b>3. Stato dell'arte</b>	14
3.1 Vicopisano cultura e turismo	14
3.2 L'incontro con i responsabili	14
3.3 L'analisi SWOT	15
3.3.1 Strengths	15
3.3.2 Weakness	16
3.3.3 Opportunities	18
3.3.4 Threats	18
3.4 Analisi dei primi siti di Vicopisano Turismo	19
<b>4. Sviluppo della Digital Strategy</b>	22
4.1 Content marketing	22
4.2 I contenuti	23
4.3 Visual Storytelling	24
<b>5. Il nuovo sito "Vicopisano Turismo"</b>	26
5.1 WordPress.com	26
5.1.1 Sito responsive	28
5.2 Struttura	30
5.2.1 Tema Enfold	30
5.2.2 Plugin	32
5.2.3 Yoast SEO	33
5.3 Le "voci" principali del menù	34

5.3.1 Home	34
5.3.2 Cosa	35
5.3.3 Come	37
5.3.4 Dove	37
5.3.4 Quando	38
5.3.5 Contattaci	38
5.4 Le mappe	39
<b>6. L'Ebook</b>	<b>42</b>
6.1 La creazione dell'ebook	43
6.1.1 La copertina	46
<b>7. Il PDF Interattivo</b>	<b>48</b>
7.1 la creazione del Pdf interattivo	48
<b>8. Strategie di Promozione</b>	<b>51</b>
8.1 I social	51
8.1.1 Facebook	52
8.1.2 Instagram	53
<b>9. Usabilità</b>	<b>55</b>
9.1 Il sondaggio	56
<b>10. Google Analytics</b>	<b>60</b>
10.1 I dati del sito Vicopisano turismo	61
<b>11. Conclusioni</b>	<b>62</b>
<b>12. Appendici</b>	<b>65</b>
<b>13. Bibliografia</b>	<b>67</b>
<b>14. Sitografia</b>	<b>68</b>

# 1. Introduzione

Secondo la Banca d'Italia nel suo ultimo report del “settore turistico e la pandemia di Covid-19”<sup>1</sup> datato settembre 2021, nel 2020 la pandemia ha determinato un'intensa flessione dei flussi turistici in tutto il territorio nazionale. Specifica inoltre che il calo ha interessato maggiormente le aree orientate al turismo culturale e geograficamente le aree del Centro e del Mezzogiorno.

Partendo da questi presupposti si è sviluppata l'idea di trovare una possibile soluzione alla flessione del turismo che la pandemia ha generato. Il punto di partenza del mio progetto, in vista di un possibile sviluppo più ampio, è stato il Comune di Vicopisano. L'obiettivo del mio lavoro è quello di promuovere la valorizzazione del territorio di Vicopisano, che fino a questo momento, ha sempre affidato la propria immagine a terze parti. Attraverso questo progetto di tesi si vogliono fornire al comune gli strumenti per un'autonoma gestione e sponsorizzazione della propria immagine. Iniziando da un'attenta analisi della situazione interna a Vicopisano, ho individuato i punti di forza locali, al fine di introdurre nel settore turistico la parte più suggestiva e caratteristica del territorio vicarese. Oggi infatti molti dei nuovi travellers sono interessati ad un turismo più “autonomo”, come ad esempio gli sportivi e gli appassionati di escursioni, che nel territorio preso in esame possono facilmente svolgere le proprie passioni e interessi. Altra categoria di possibili fruitori da non dimenticare è quella degli appassionati di monumenti, storia dell'arte e fotografia. Per questo motivo tutte queste categorie possono risultare un ottimo target a cui poter rivolgersi. A tale scopo è stato pensato di proporre un nuovo sito che permettesse di superare i precedenti, in quanto non più adeguati al cambiamento del marketing turistico. Questa idea di innovazione punta comunque a non tralasciare l'offline e recuperare tutti quei contenuti che potrebbero andare persi se non si integrassero in un contesto ormai sempre connesso. In quest'ottica ho realizzato dei supporti in formato pdf e ePub con la duplice funzione

---

<sup>1</sup> [https://www.bancaditalia.it/pubblicazioni/note-covid-19/2021/Demma\\_Nota\\_Covid\\_settore\\_turistico\\_e\\_pandemia.pdf](https://www.bancaditalia.it/pubblicazioni/note-covid-19/2021/Demma_Nota_Covid_settore_turistico_e_pandemia.pdf)

sia di raccolta di contenuti, sia di assistenza a coloro che per particolari esigenze non possono fruire di tali servizi.

## 2. Vicopisano

Come accennato nell'introduzione il progetto di tesi prevedeva la realizzazione di un sito di promozione turistico culturale per il comune di Vicopisano. Il primo passo quindi è stato conoscere il territorio e comprenderne le sue potenzialità.

### 2.1 Il territorio

Nell'entroterra pisano si trova il Comune di Vicopisano, situato tra il fiume Arno e il Monte Pisano. Conosciuto come importante borgo medievale è oggi uno dei territori più interessanti e meglio conservati della provincia di Pisa. La conservazione e manutenzione del borgo è stata negli anni molto curata dal Comune.

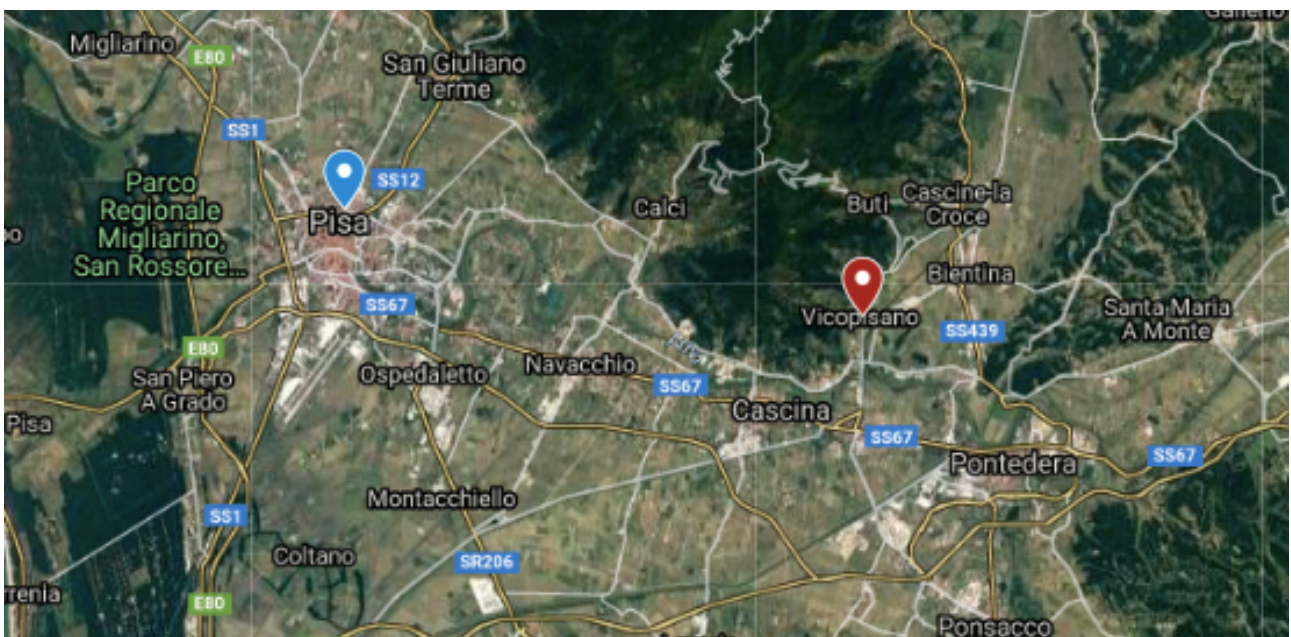


Figura 1 Mappa Satellite del territorio di Vicopisano

Vicopisano godeva di un'importanza economica anche grazie alla sua posizione strategica, nel XI sec. infatti, era situata alla confluenza di due importanti reti fluviali: l'Arno e il suo affluente Auser (attuale Serchio)<sup>2</sup>. Inoltre, passava nei pressi del borgo la Via Francigena, un antico percorso di pellegrinaggio; data la sua importanza lungo

---

<sup>2</sup> Per approfondimenti vedi cap. 2 paragrafo 2.3

il percorso si sono sviluppati nel corso dei secoli importanti centri, sia per accogliere i pellegrini sia per lo sviluppo di traffici commerciali.



Figura 2 Carta idrografica orografica del territorio pisano da Serchio a Ozzeri

Il turismo escursionistico è particolarmente sviluppato grazie ai percorsi naturalistici che il territorio offre.

Per la promozione delle risorse territoriali e la tutela del territorio, dal 2005 Vicopisano è salvaguardato dal Polo Ambientale del Monte Pisano e dalle Aree Naturali Protette di Interesse Locali (ANPIL).

Inoltre, Vicopisano rientra tra i luoghi aderenti al FAI (Fondo Ambientale Italiano)<sup>3</sup>, dove luoghi di interesse ambientale e i monumenti in alcune giornate sono aperti al pubblico.



Figura 3 Vicopisano panoramica

## 2.2 Epoca Medievale

### 2.2.1 Alto Medioevo

Come accennato Vicopisano è un borgo medievale, le prime testimonianze del suo più largo sviluppo si hanno intorno al X e XI secolo grazie alla sua posizione strategica. Il borgo si sviluppò su un colle in corrispondenza di due grandi fiumi, l'Arno e l'Auser (Serchio) collegandosi pure con la Lucchesia attraverso il Lago di Bientina.

---

<sup>3</sup> <https://fondoambiente.it/luoghi/vicopisano?ldc>



Nella zona del colle venne costruito un castello chiamato Castello di Auserissola (di cui troviamo testimonianze a partire dal 975)<sup>4</sup>, che offriva riparo dai nemici e consentiva inoltre scambi commerciali.

Nel XII secolo il territorio denominato Vicus Auserissola venne acquisito dai Vescovi di Pisa. In questo periodo Vicopisano partecipò attivamente alle fortune marinare della classe mercantile pisana, venendo presto ad accogliere tra le proprie mura un ceto di persone abbastanza ricche che iniziò a costruire case e torri facendo assumere a Vico l'aspetto di una vera e propria piccola città.

## 2.2.2 Basso Medioevo

Durante il Basso Medioevo Vicopisano è una pedina fondamentale nell'organizzazione militare del suo contado. Nel 1230 è citato come sede di Capitania ovvero una circoscrizione militare in cui era diviso il Contado pisano.

Il XIII sec. segna il declino di Pisa contrastata dalla Repubblica marinara Genova e per via terra da Firenze e Lucca.

Le guerre segnarono il territorio e bloccarono le attività commerciali e altri danni economici che portarono ad investire meno nell'attività edilizia, infatti, la maggior parte delle torri e palazzi ancora presenti a Vicopisano sono databili al XII-XIII sec., mentre al XIV sec. si attribuiscono la maggior parte delle sopraelevazioni e dei rifacimenti.

Vicopisano era avvantaggiata sulla parte difensiva poiché era circondata dai fiumi che rendevano difficoltoso l'assedio nemico. Nel 1330 fu anche costruita una Rocca. Il castello resistette all'invasione fiorentina fino al 1406, anno in cui anche Pisa cadde in mano a Firenze.

In questi anni Vicopisano venne rifortificata seguendo il progetto di Filippo Brunelleschi che lasciò una forte impronta nelle fortificazioni del territorio vicarese costruendo la cosiddetta Rocca del Brunelleschi (1434-1438).

---

<sup>4</sup> Epoca Medievale: <https://old.viconet.it/turismo/monumenti/storia>

Vicopisano rimase possesso di Firenze, che ne perpetuò il ruolo amministrativo che già aveva sotto Pisa, rendendola sede del Vicariato del Valdisechio e del Valdarno Inferiore.

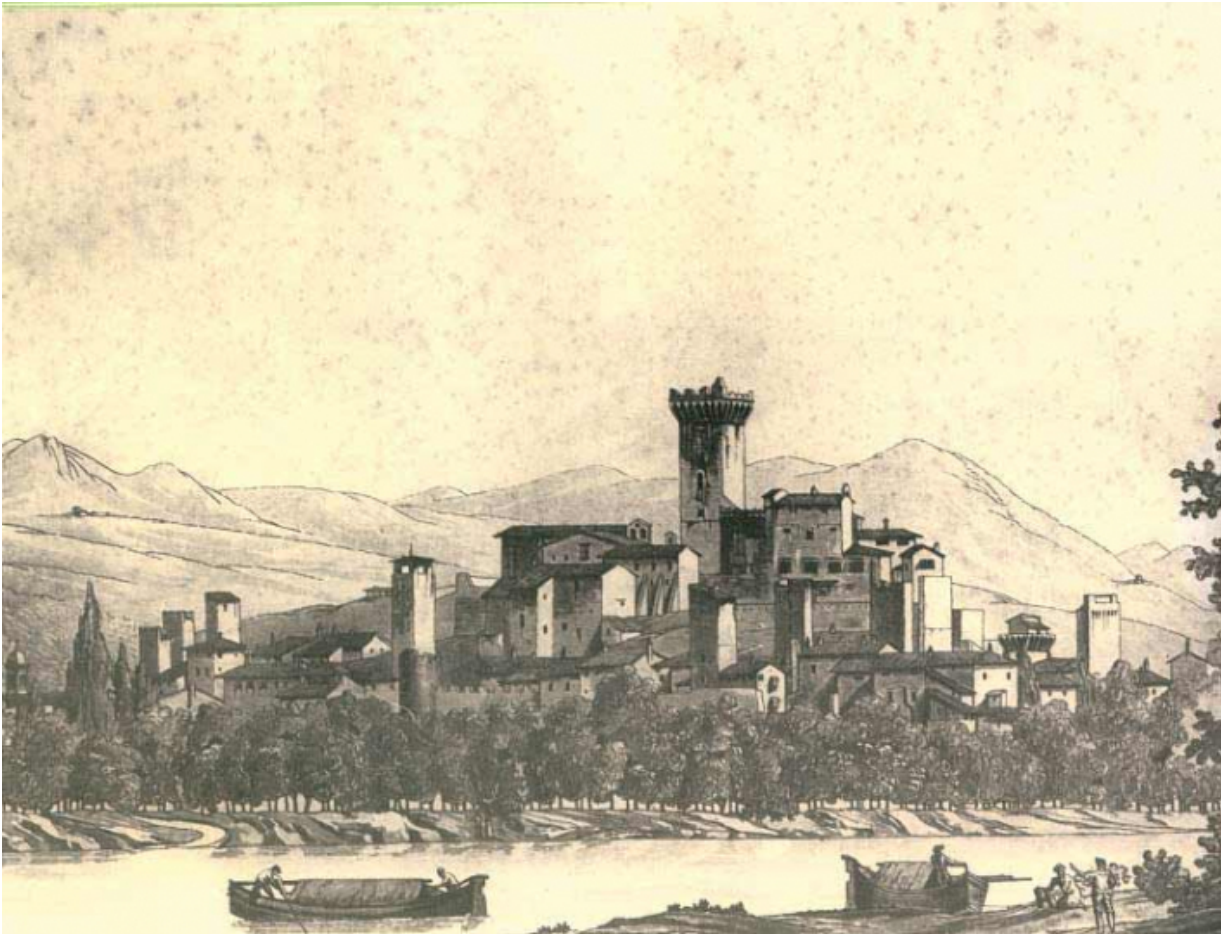


Figura 4 disegno Vicopisano nell'antichità

## 2.3 Età Moderna

Alla fine del medioevo durante l'età moderna, Vicopisano è a tutti gli effetti un territorio fiorentino. Nel 1500 i Medici prendono pieno possesso di tutta la Toscana liberandosi della Pisa Repubblica Marinara.

Da metà del 1500 Cosimo I dei Medici pone attenzione sulla ricostruzione di Pisa, devastata dalle guerre di quel secolo: vengono attuati piani per la ricostruzione idrogeografica da Vicopisano a Bientina. Il fiume Arno viene deviato dalle mura di

Vicopisano e viene scavata la Serezza Nuova che faceva defluire le acque dal Lago di Bientina all'Arno. Viene poi migliorata la Serezza che venne sostituito successivamente dal Canale Imperiale. In questo periodo alla confluenza del Canale con l'Arno furono costruite le Cateratte Ximeniane, opera dell'ingegnere Leonardo Ximenes, conservate ancora oggi in una frazione di Vicopisano, San Giovanni alla Vena<sup>5</sup>.

Vicopisano inoltre divenne sede della corte e del Vicario; i suoi territori giurisdizionali arrivavano fino al confine di Lucca e occupavano il territorio alla destra dell'Arno fino a Pisa.

All'inizio del XVI secolo si ristabilisce la situazione politica, vengono sviluppate le attività artigianali che verranno mantenute per altri secoli. Vicopisano era luogo di amministrazione territoriale mentre nelle frazioni si svilupparono attività di: produzione della seta, estrazione del calcare e produzione di olio.

---

<sup>5</sup> <https://old.viconet.it/turismo/cateratteximeniane>

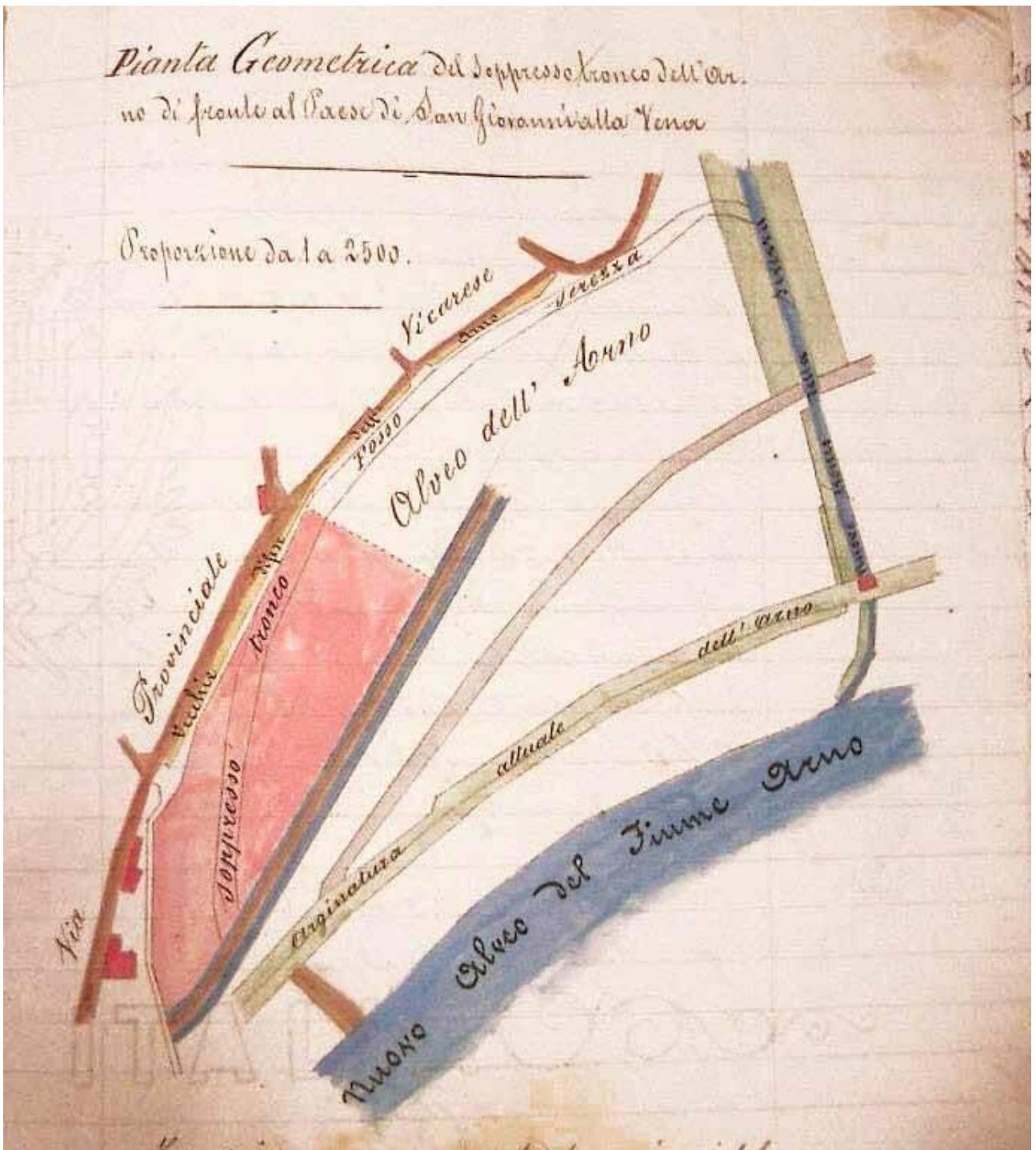


Figura 5 Pianta geometrica del soppresso tronco dell'Arno di fronte a S. Giovanni alla Vena

## 2.4 Età Contemporanea

Nel 1848 prende il posto del Vicariato di Vicopisano la Pretura Circondariale che aveva competenze minori rispetto al Tribunale Vicariale.

Il settore principale a Vicopisano rimane l'agricoltura ma si sviluppano anche alcune attività di manifattura come ad esempio la ceramica a San Giovanni e Lugnano, mentre a Uliveto e Caprona l'attività principale è l'estrazione del calcare.

Nella prima metà del secolo si assiste al tramonto dei trasporti fluviali, insidiati dalla migliore viabilità che viene realizzata in quegli anni e soprattutto dalla Ferrovia Leopolda, che attraversò il territorio pisano a partire dal 1847.

Nella Seconda Guerra Mondiale le zone colpite furono più che altro le frazioni, il centro storico di Vicopisano, nonostante i bombardamenti del '44, non venne colpito.



Figura 6 Foto Vicopisano

## 3. Stato dell'arte

### 3.1 Vicopisano cultura e turismo

Nel novembre del 2020 il paese ha vinto la prestigiosa bandiera arancione conferita dal Club Touring Italiano<sup>6</sup>, è un riconoscimento di qualità turistico-ambientale per i piccoli comuni dell'entroterra italiano che si distinguono per un'offerta di eccellenza e un'accoglienza di qualità.

Vicopisano è un piccolo borgo perfettamente conservato, che presenta siti storici e monumenti risalenti al medioevo. Grazie alla manutenzione annuale del comune, per la maggior parte sono fruibili e l'edificio simbolo di Vicopisano è la Rocca del Brunelleschi, costruita dall'architetto e scultore fiorentino nel 1435.

L'esigenza di Vicopisano di portare nel proprio territorio un turismo culturale è data dal fatto che il borgo è interamente visitabile e il suo territorio è molto esteso, ad oggi, dai dati riportati dal sito, i visitatori annui sono stimati intorno ai 30mila<sup>7</sup>.

In particolare, l'esigenza è di far conoscere l'offerta attraverso una strategia di promozione digitale, da far agganciare tramite internet sia su un dispositivo fisso sia su uno mobile al pubblico sempre più ampio dei digital travellers<sup>8</sup>.

### 3.2 L'incontro con i responsabili

Il primo passo per designare un piano di promozione turistica è stato incontrare i responsabili per capire le possibilità che può offrire il territorio, le esigenze e le mancanze a cui poter sopperire.

L'incontro è avvenuto inizialmente con l'assessore al turismo Fabiola Franchi e successivamente con due collaboratori comunali Ivano Miscali, responsabile dei sistemi informativi, e Simona Morani responsabile dell'ufficio cultura e turismo.

---

<sup>6</sup> <https://www.bandierearancioni.it>

<sup>7</sup> Numero stimato dall'ufficio del Comune di Vicopisano, <https://www.vicopisanoturismo.it/come/>

<sup>8</sup> Report Innovazione digitale nel turismo [www.osservatori.net](http://www.osservatori.net)

L'obiettivo iniziale era quello di promuovere il territorio di Vicopisano attraverso un nuovo sito web, nonostante il comune avesse già online due siti riguardanti la parte turistica. Questi non rispondevano ad alcune caratteristiche necessarie a migliorare l'user experience, quindi l'esigenza principale era di rinnovare il sito e renderlo più dinamico e più fruibile per l'utente grazie all'aggiunta di contenuti multimediali.

Stabilita la necessità della creazione di un nuovo sito è stato poi deciso di affiancare la piattaforma online ad un supporto offline, realizzando un nuovo ebook e un pdf interattivo, che raccogliessero in un unico spazio tutte le informazioni riguardanti i monumenti e la storia del territorio.

### 3.3 Analisi SWOT

La pianificazione strategica definita attraverso matrice SWOT, ideata negli anni '60-'70 da Albert Humphrey, valuta i punti di forza (strengths), di debolezza (weakness), le opportunità (opportunities) e le minacce (threats) di un progetto o di un'impresa, in questo caso applicate al progetto di promozione di Vicopisano.

I punti di forza e di debolezza della matrice valutano gli elementi da analizzare interni all'organizzazione, invece le opportunità e le minacce analizzano il contesto e si riferiscono a elementi esterni. Secondo questa analisi si può programmare la realizzazione del progetto: se le condizioni sono sfavorevoli o non possono essere eseguite l'obiettivo verrà modificato, in caso contrario le SWOT sono utilizzate come input per la generazione di strategie creative.

#### 3.3.1 Strengths

I punti di forza del territorio di Vicopisano sono:

- Le bellezze storico paesaggistico;
- La ricchezza delle attività culturali già presenti nel borgo;
- i percorsi naturalistici del Monte Pisano;
- la posizione strategica del comune.

Come accennato, grazie alla manutenzione e alla valorizzazione dei monumenti da parte del comune e degli abitanti locali, all'interno del centro storico si conservano testimonianze dell'edilizia civile e militare medievale dell'XI-XII sec.: la cinta muraria, la Torre delle Quattro Porte, le Torri Gemelle, la Torre Malanima, la vecchia Posta, la Torre dell'Orologio e le case torri. Del periodo della dominazione fiorentina, oltre la Rocca del Brunelleschi sono visitabili il Palazzo Pretorio, il Camminamento del Soccorso e la Torre del Soccorso,

Le visite ai monumenti del borgo hanno prezzi agevolati per chi è residente e possono includere pacchetti di visite di più monumenti in modo tale da sfruttare più ingressi in un unico giorno.

I Monti Pisani invece sono un luogo ideale per le escursioni e per il trekking, grazie anche alla possibilità di prenotare delle guide locali esperte che accompagnano il visitatore ad esplorare percorsi naturalistici e i ruderi del Castello del Monte della Verruca o l'antica chiesa sul Monte Castellare.

### 3.3.2 Weakness

La scarsa promozione fino ad ora sviluppata per comunicare la ricchezza dell'offerta turistica legata al borgo e in particolare le visite guidate e dei percorsi escursionistici. La mancanza di una vera e propria strategia di comunicazione digitale sui social, e sui siti sono le principali debolezze del territorio di Vicopisano.

Altra mancanza riguarda la scarsa valorizzazione di edifici minori, come il teatro Verdi, i quali non sono mai stati messi sotto la giusta luce dalla promozione precedente, nonostante il teatro sia luogo palcoscenico di concerti, spettacoli e iniziative pubbliche. Inoltre, i precedenti siti facevano solo riferimento alle frazioni di Vicopisano (San Giovanni alla Vena, Uliveto Terme, Lugnano, Caprona e Cucigliana), in particolare per la loro storia, senza mettere in rilievo la possibilità di esplorare questi territori, non considerando la possibilità dell'inserimento di mappe on line e contenuti multimediali per gli utenti.



Per quanto riguarda gli eventi che attirano il maggior numero di visitatori annuali<sup>9</sup>, come la festa Medievale, questi nei precedenti siti erano solo citati e rimandavano a pagine esterne tra cui quella istituzionale del comune.

Una debolezza ulteriore riguarda la ricettività del paese. All'interno del borgo non ci sono strutture ricettive professionali ma solamente due B&B con un numero limitato di camere e tale limite porta a dover per forza rinunciare a un turismo stazionario, ma contare esclusivamente su un visitatore che si trattiene per una singola giornata.

Inoltre, il comune di Vicopisano non ha accesso ai dati sulla tipologia di turisti che frequentano il borgo, ma questi sono elaborati dal sito della Provincia di Pisa, di cui gli ultimi aggiornamenti consultabili risalgono al periodo 2007-2014<sup>10</sup>. La mancanza delle statistiche rendono quindi difficile stabilire il target di persone su cui poter puntare una strategia di marketing, magari attratto da specifici eventi e che non fermandosi sul territorio non ne può ovviamente fare una completa e soddisfacente esperienza.

Secondo il report dei Musei della regione Toscana<sup>11</sup> nel 2019 la Rocca del Brunelleschi registra un numero di ingressi di 6.500 persone, un numero inferiore rispetto al 2018 che ne registra 7.000. Una possibile debolezza dell'impianto turistico vicarese è ascrivibile al lungo periodo in cui la Rocca non è purtroppo visitabile (da novembre a marzo). Proprio in corrispondenza delle festività natalizie quando è ipotizzabile un aumento del turismo locale<sup>12</sup>.

---

<sup>9</sup> Ufficio del Comune di Vicopisano

<sup>10</sup> Gli ultimi dati del movimento turistico (arrivi e presenze) nel territorio comunale di Vicopisano nel periodo 2007-2014, <https://www.provincia.pisa.it/it/provincia/50742/Vicopisano.html>

<sup>11</sup> Report Musei della Toscana,

<https://www.regione.toscana.it/documents/10180/25323100/Rapporto%20Musei%202020.pdf/3b02bcdd-2e54-56e9-7162-a6843308415b>

<sup>12</sup> Pagina visite guidate, <https://www.vicopisanoturismo.it/portfolio-articoli/visite-guidate/>

### 3.3.3 Opportunities

L'obiettivo del progetto è mettere in risalto questi elementi in modo tale da attirare un maggior numero di visitatori annuali, che possa superare i 30 mila già stimati<sup>13</sup>. Altro importante punto di forza dei vicaresi potrebbe essere lo sfruttare al massimo per la promozione turistica le usanze tipiche del posto, i consigli sui percorsi da intraprendere in un così vasto territorio e la sponsorizzazione delle attività che si occupano di enogastronomia locale. Per questo ultimo punto è fondamentale la collaborazione tra il brand le "Terre di Pisa" e l'assessorato al turismo.

Il comune grazie ai fondi stanziati dalla Fondazione Pisa, e non solo, punta al rafforzamento e al completamento dei progetti in opera, per far sì che il turismo di Vicopisano non venga soffocato dal turismo di massa.

### 3.3.4 Threats

Il borgo di Vicopisano soffre in particolar modo la mancanza di mezzi pubblici gestiti dalla Provincia di Pisa. La domenica, ad esempio, gli orari delle corse per arrivare nel territorio vicarese sono solo due: il pomeriggio andata da Pisa a Vicopisano e la sera il ritorno da Vicopisano a Pisa<sup>14</sup>.

In aggiunta, Vicopisano non è l'unico che in questo territorio vanta di essere un borgo medievale, Lari per esempio, ha ottenuto la bandiera arancione molto prima di Vicopisano e storicamente ha avuto le stesse conquiste ed influenze da parte dei Medici. Da non dimenticare poi Calci con la sua certosa e il museo di storia naturale che possono certamente attirare un elevato numero di turisti e scolaresche. Questi sono solo alcuni dei possibili competitor che si trovano nel territorio Pisano e, pur collaborando tutti al brand Terre di Pisa, possono attrarre turisti a scapito del borgo di Vicopisano.

---

<sup>13</sup> Vedi cap. 3 paragrafo 3.1

<sup>14</sup> Linee extraurbane CTT Nord [https://pisa.cttnord.it/Linee\\_e\\_Orari/linee-extraurbane/L/134](https://pisa.cttnord.it/Linee_e_Orari/linee-extraurbane/L/134)

### 3.4 Analisi dei primi siti di Vicopisano Turismo

Prima di elaborare una digital strategy sono stati rianalizzati e rivalutati i “vecchi” siti di proprietà del comune, in modo tale che l’impostazione del “nuovo” potesse essere migliorata. Per avere un’idea del precedente stato complessivo della sitografia del comune è utile spiegare brevemente le funzionalità di questi.

I siti web creati dal comune di Vicopisano in precedenza sono stati complessivamente tre: quello istituzionale (<https://www.comune.vicopisano.pi.it>) che è ancora online e verrà mantenuto per funzioni riguardanti l’amministrazione, e altri due specifici per la promozione turistica. Di questi il più recente è stato sostituito dalla nuova pagina di Vicopisano Turismo. A seguire un sunto dei tre siti:

1. OldVicopisano (<https://old.viconet.it/turismo/>) è stato il primo sito creato nel 2016 ed è un portale turistico, attualmente è ancora online ma non è aggiornato. Al suo interno sono racchiuse tutte le nozioni sotto forma di testo sul territorio di Vicopisano, queste sono dei contenuti elaborati dai funzionari del comune, che hanno lasciato un contributo importante per l’inquadramento di Vicopisano come territorio turistico. OldVicopisano presenta un menù a scorrimento slide selezionabile; le sotto-pagine hanno principalmente un contenuto testuale, il sito risente della mancanza di immagini o titoli a impatto visivo.

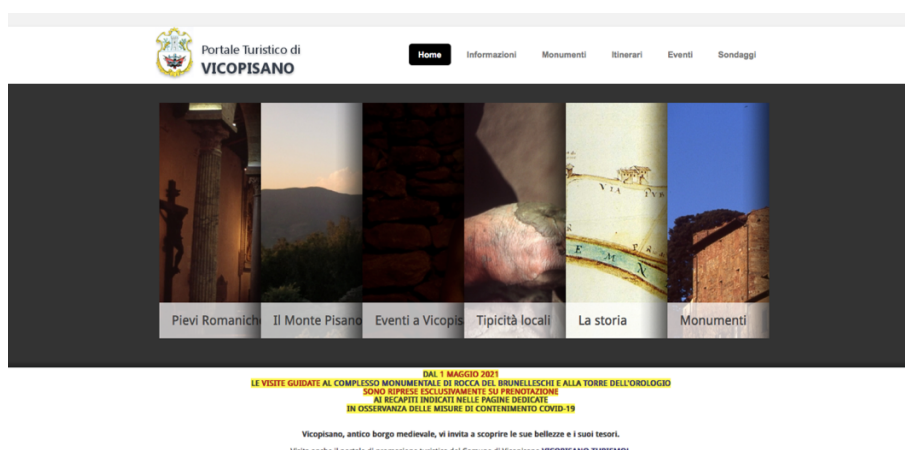


Figura 7 - Home sito OldViconet

2. Il sito Vicopisano Turismo del 2018 è stato impostato diversamente: per la prima volta viene elaborato un logo, presente nell'header della pagina. Mentre i contenuti multimediali sono delle immagini statiche inserite nella home e nelle pagine secondarie. Differentemente dal primo sito l'approccio utilizzato si avvicina più a quello del digital storytelling<sup>15</sup>: nella home venivano condivise le immagini che le persone "postavano" sui social Instagram e Facebook; queste immagini venivano rintracciate grazie all'hashtag #Vicopisano. Nonostante il sito mostrasse delle caratteristiche innovative doveva essere molto spesso aggiornato e non poteva essere seguito dall'ufficio turistico.
3. Il sito istituzionale invece, come già anticipato, rappresenta la parte amministrativa del territorio. Al suo interno l'utente può trovare informazioni, disporre dei servizi offerti dal comune al cittadino e informarsi sugli orari e le disposizioni degli uffici del comune.

---

<sup>15</sup> "Il digital storytelling è l'arte di raccontare delle storie che riescano ad emozionare e coinvolgere utilizzando gli strumenti messi a disposizione dal digitale", *Cosa vuol dire fare storytelling nel digitale*, <https://www.digital-coach.it/blog/case-histories/digital-storytelling/>

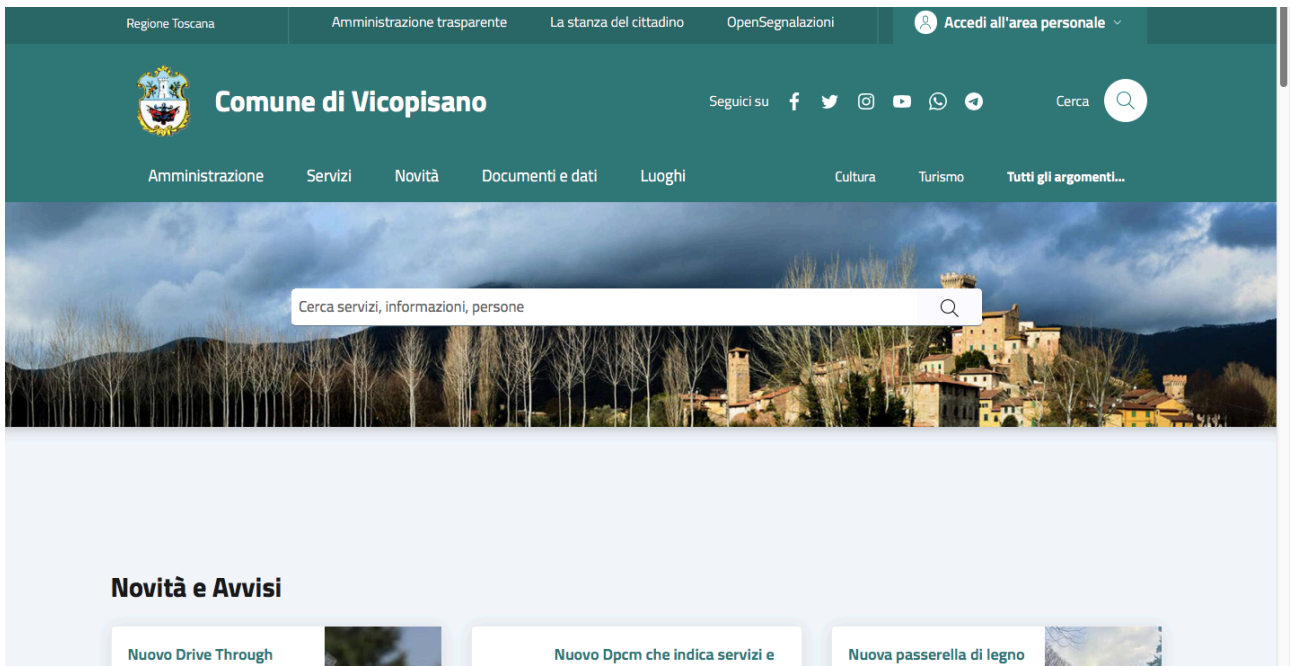


Figura 8 Home sito istituzionale di Vicopisano

## 4. Sviluppo della Digital Strategy

Dopo aver eseguito l'analisi della SWOT del territorio di Vicopisano è stato elaborato un piano di strategia digitale stabilendo degli obiettivi:

1. sviluppare un sito vetrina che offra informazioni, ma anche svaghi ed esperienze all'interno del territorio;
2. intrattenere il turista in modo tale che possa sostare a Vicopisano più di un giorno;

Inoltre, la necessità di creare un nuovo sito è stata evidenziata non solo dal comune, ma anche dall'associazione del Club Touring Italiano, che dopo aver conferito il prestigioso titolo di bandiera arancione a Vicopisano, ha consigliato un sito di maggior impatto per il turismo.

Vicopisano si avvale delle collaborazioni con i siti del Monte Pisano (<https://www.montepisano.travel>) e delle Terre di Pisa (<https://www.terredipisa.it>), un brand di promozione e valorizzazione turistica del territorio che include 34 comuni.

Il nuovo sito avrà, in più, rispetto a quelli precedenti, la possibilità di essere interamente tradotto “home-made” in Inglese, grazie al paziente lavoro delle tirocinanti dell'ufficio turistico.

### 4.1 Content marketing

Il content marketing è un approccio alla base del marketing 4.0, consiste nell'applicare una strategia che permetta a un brand di accrescere la propria visibilità, stimolando la curiosità dell'utente attraverso contenuti di alta qualità come articoli, immagini, video o podcast<sup>16</sup>.

Applicare questa tipologia di marketing nel settore turistico significa produrre contenuti che “raccontino” un territorio e avere la possibilità di condividerli su diversi

---

<sup>16</sup> Content Marketing Turistico, <https://www.valentinaianaco.com/content-marketing-turistico-esempi-casi-di-successo/>

canali di comunicazione, in modo tale da farsi conoscere ed intercettare nuovi utenti. Questi contenuti sono, inoltre, delle strategie di racconto che possono portare a fidelizzare l'utente o semplicemente ad attrarlo. Nel caso della creazione del sito di Vicopisano Turismo, il cui obiettivo era far da "vetrina", non intesa come una vetrina pubblicitaria, ma piuttosto come strumento di informazione, educazione e condivisioni di valori<sup>17</sup>.

## 4.2 I contenuti

Per applicare la strategia di content marketing è necessario che i contenuti siano (engagement) vincenti nella sostanza, reperibili nella forma (copy&paste o download), condivisibili e commentabili (sharing)<sup>18</sup>.

Per scrivere contenuti di qualità è fondamentale utilizzare un linguaggio corretto, privo di errori ortografici e con la giusta punteggiatura. Un altro aspetto importante riguarda la formattazione del testo che deve essere chiara e fruibile, attraverso l'uso di spazi, grassetto, elenchi puntati e link di approfondimento.

Quindi scrivere contenuti di qualità significa creare un equilibrio bilanciato tra competenze tecniche, content design, informazioni utili e coinvolgimento del lettore, aumentando il tasso di engagement<sup>19</sup>.

I contenuti del sito OldVicopisano, anche se interamente testuali, possono essere di riferimento per dare una continuità al nuovo sito sulle informazioni culturali. Questi possono essere arricchiti da titoli e sottotitoli che spezzano il testo, rendendolo più fluido e accessibile. In aggiunta i contenuti possono essere inseriti su un ebook per consultarli anche offline e per alleggerire la lettura all'utente.

---

<sup>17</sup> Nicoletta Salvatori, slide 2. BB Corso Fiavet, 2021

<sup>18</sup> Ibidem

<sup>19</sup> Contenuti di qualità: idee per una corretta strategia di content marketing, <https://www.italiaonline.it/risorse/contenuti-di-qualita-idee-per-una-corretta-strategia-di-content-marketing-1278>

Nuovi contenuti possono infine essere creati ad hoc in modo che il sito sia costantemente aggiornato in base ad un calendario editoriale e presenti sempre nuove attrattive per le visita.

### 4.3 Visual Storytelling

Il visual storytelling è una strategia di content marketing che si basa sullo storytelling attraverso contenuti visuali. Nell'era digitale la comunicazione visiva sta sostituendo quella testuale, dato che il contenuto visuale ha un più forte impatto emozionale e maggiore immediatezza.

Secondo un'indagine di MDG Advertising il 94% degli utenti è attratto da contenuti con immagini, il 67% pensa che le immagini di un prodotto valgano più di una descrizione e il 60% contatta più volentieri un'azienda che si presenta con un'immagine<sup>20</sup>.

Il visual storytelling è uno dei principali fili conduttori della creazione del sito di Vicopisano Turismo. Le immagini devono rappresentare un racconto del luogo che il turista andrà a visitare e dovranno suscitare in lui delle emozioni.

---

<sup>20</sup> Nicoletta Salvatori, slide 3. AB Corso Fiavet, 2021





Figura 9 Paesaggi Vicopisano

## 5. Il nuovo sito “Vicopisano Turismo”

La realizzazione del sito è stata possibile grazie soprattutto collaborazione con Simona Morani e Ivano Miscali.

Nella realizzazione del sito mi sono occupata prevalentemente della parte grafica e dell’inserimento dei contenuti testuali e multimediali. Uno degli obiettivi stabiliti inizialmente era quello di avere un sito lineare e che rispettasse i punti prestabiliti (inserimenti testuali storici, mappe, sotto-pagine strutturate orizzontalmente, fotografie professionali). Durante la costruzione del sito è stato deciso di impostare le pagine principali con uno stile diverso l’una dall’altra per attrarre la curiosità dell’utente.

### 5.1 Wordpress.com

La piattaforma che è stata usata per creare il sito di Vicopisano è Wordpress. Wordpress è una piattaforma software di Content Management System (CMS) open source. La funzione del software è creare un sito Internet formato da contenuti testuali e multimediali, che potranno essere gestiti in maniera dinamica.

Il tema è stato ripreso dal precedente sito di Vicopisano Turismo: “Enfould” è un tema multiuso a pagamento.

Le funzionalità primarie di WordPress e le sue caratteristiche principali possono essere riassunte in un breve elenco:

- Estensione delle funzionalità delle pagine tramite plugin
- Temi per poter personalizzare il layout e l’aspetto grafico
- Ottimizzazione SEO tramite permalink
- Creazione di pagine, strutturazione di articoli, gestione di tag
- Editor a blocchi Gutenberg per la formattazione di testi e creazione di layout
- Aggiornamento automatico del sistema
- Possibilità di creare siti e-commerce attraverso plugin
- Ottimizzazione SEO attraverso plugin

Prevalentemente il lavoro è stato effettuato in remoto attraverso il sito WordPress.com. Il dominio del sito prende il nome di [www.vicopisanoturismo.it](http://www.vicopisanoturismo.it), sostituisce il precedente. La realizzazione del sito è stata suddivisa partendo dalla definizione del sidebar in 5 sezioni principali: home, cosa, come, dove, quando.

Queste sezioni prendono il nome delle regole caratteristiche della comunicazione giornalistica, che sono le domande fondamentali per capire i concetti di base di un fatto<sup>21</sup>.

Il sidebar è stato impostato lateralmente per richiamare i “vecchi” siti e per consentire una navigazione intuitiva.



Figura 10 Home sito Vicopisano Turismo

---

<sup>21</sup> La regola delle 5 W, <https://www.mysocialweb.it/regola-5-w/>

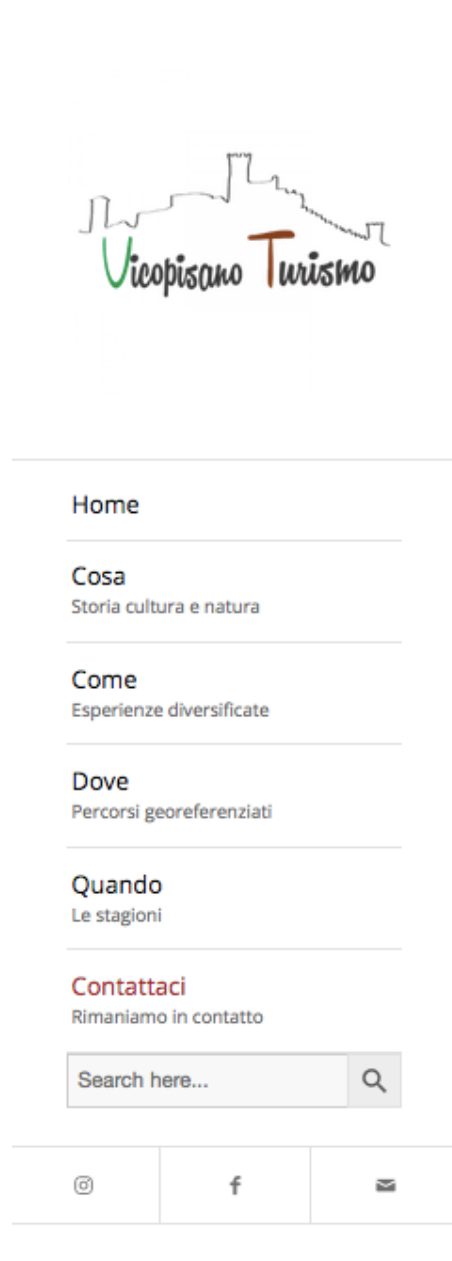


Figura 11 Menù laterale sito Vicopisano Turismo

### 5.1.1 Il sito responsive

Un sito è definito responsive quando “reagisce” in maniera diversa a seconda del dispositivo che viene utilizzato (smartphone, pc, tablet). Il sito ha quindi la capacità di essere visualizzato da tutti i device senza perdere i contenuti, elementi grafici essenziali e la sua usabilità<sup>22</sup>.

---

<sup>22</sup> Come creare un sito responsive, <https://sos-wp.it/tutorial/wordpress/sito-responsive-come-crearlo-in-wordpress/>

La loro caratteristica principale è il layout fluido: il testo va a capo quando viene raggiunto il margine del dispositivo e gli elementi si riposizionano automaticamente. In questa ottica Wordpress mette a disposizione dei temi responsive gratuiti o a pagamento; questi regolano il layout del sito in fase di visualizzazione, in base alle dimensioni e la risoluzione dello schermo utilizzato dall'utente. Questa tipologia di temi offre una migliore fruizione e leggibilità del sito. Inoltre, la loro utilità per chi progetta il proprio sito è quella di evitare la creazione di versioni responsive per ogni specifico device<sup>23</sup>.

Il sito Vicopisano Turismo, come già accennato, utilizza il tema Enfold, che si presenta come responsive. Questo presenta un pannello per gestire in modo semplificato il tema in base alle esigenze del programmatore del sito. In aggiunta, il tema permette di gestire la velocità del sito web attivando la fusione e la compressione dei file CSS e Javascript, impostando ad esempio la compressione e il caricamento degli script solo nelle pagine che ne necessitano.



Figura 12 Simulazione visualizzazione sito Vicopisano Turismo desktop

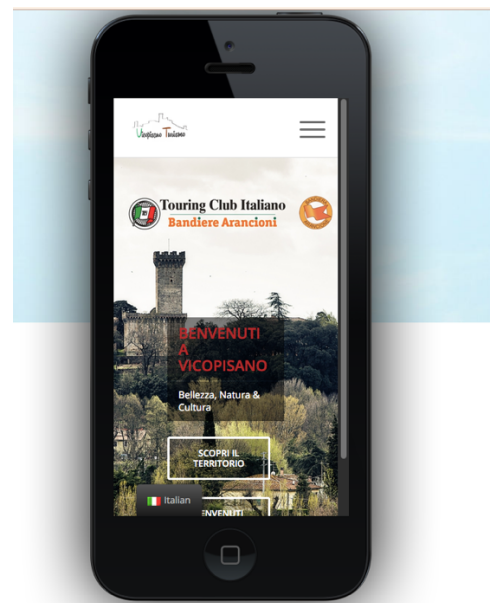


Figura 13 Simulazione visualizzazione sito Vicopisano Turismo Iphone5

<sup>23</sup> Cosa è un tema responsive, <https://www.netsocialize.it/cose-un-tema-responsive>

## 5.2 Struttura

L'impostazione del sito è stata pensata in modo da utilizzare i contenuti già creati in quello precedente: le pagine principali hanno una linea di impostazione diversa tra di loro e, invece, le sotto-pagine mantengono una struttura incolonnata.

Inizialmente, per definire le sezioni del sidebar, sono stati creati dei fogli Excel condivisi la cui funzione era l'inserimento delle possibili sotto-pagine; in totale sono state create 74 pagine.

	Rocca del Brunelleschi e Palazzo Pretorio	storia
	Torre del Soccorso e il suo Camminamento	visite guidate
	Torre dell'Orologio	modalità
	Palazzo Pretorio	
	il Monte Pisano	escursioni e sport
		gastronomia
		eventi
	pievi romaniche	itinerario e focus
COSA	il paese dalle cento torri	serretti
		malanima
		quattro porte
		torri gemelle
	saperne di più	storia
		celebrità: leonardo, brunelleschi, dante
	caprona e la torre degli Upezzinghi	itinerario
		storia
	san giovanni alla vena e il castellare	itinerario
		storia
	la Verruca	itinerario
		storia
	sapori	olio
		piatti tipici

Figura 14 Foglio Excel pagine sito

### 5.2.1 Tema Enfold

Enfold è un tema utilizzabile su Wordpress; è compatibile con molti plugin tra cui: implementazione funzionalità multilingue, creare siti e-commerce ecc.

È un tema molto personalizzabile: dai colori alla posizione degli elementi sulla pagina<sup>24</sup>.

Le skill principali del tema sono:

- area di amministrazione intuitiva con tantissime opzioni di personalizzazione;
- layout responsive;
- servizio di supporto rapido ed efficiente;

<sup>24</sup> Recensione Enfold, <https://sos-wp.it/recensioni/temi-wordpress/enfold-tema-wordpress-recensione/>

- slider con opzioni 2D, 3D, parallasse e con tante possibilità di personalizzazione;
- gestore sidebar;
- uno strumento per generare shortcode;
- è ottimizzato per la SEO.

Vediamo di seguito le caratteristiche dei suoi elementi.

## 1. Elementi layout

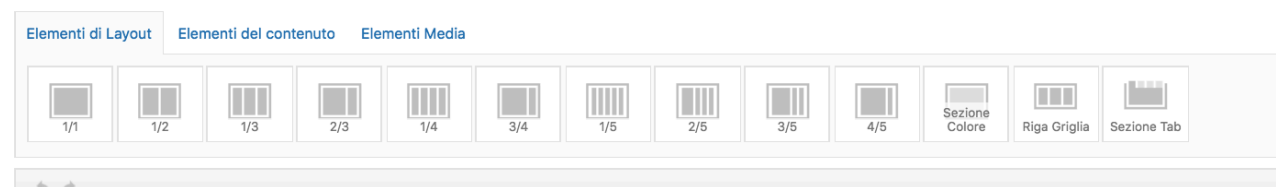


Figura 15 Schermata WordPress elementi di layout

Questi elementi dividono la pagina in diverse sezioni. Le celle possono essere trascinate e le sezioni “sezione colore”, “riga griglia” e “sezione tab” possono contenere a loro volta più formati di diverse celle. In questo modo l’utente avrà una larga visualizzazione orizzontale del sito (metodo usato per impostare il sito Vicopisano Turismo).

## 2. Elementi di contenuto

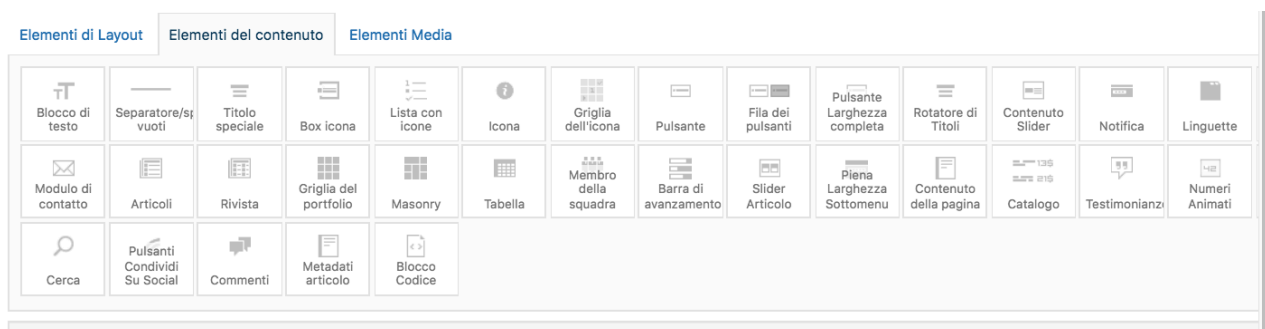


Figura 16 Schermata WordPress elementi di contenuto

Dopo aver aggiunto gli elementi di layout devono essere aggiunti ad essi gli elementi di contenuto. Il numero di elementi disponibili è molto ampio e questo consente diverse possibilità di rendere il sito interattivo. Per quanto riguarda il sito di Vicopisano Turismo gli elementi di contenuto usati prevalentemente sono stati:

1. Il blocco di testo;
2. Il titolo speciale con possibilità di aggiungere un sottotitolo (nelle pagine del “come” è stato sempre utilizzato);
3. Mansory, è stata inserita in fondo alla pagina web in modo da consentire la visualizzazione delle altre pagine del sito in ordine casuale;
4. Blocco codice, dove sono stati inseriti prevalentemente i codici delle mappe.

### 3. Elementi media



Figura 17 Schermata WordPress elementi media

Questi elementi servono per aggiungere immagini, video, slider ecc.

Sotto il titolo di tutte le sotto-pagine è stata inserita la “galleria orizzontale”. In alcune pagine principali invece è stato utilizzato lo slider “easy slider”.

#### 5.2.2 Plugin

Wordpress dà la possibilità di inserire all’interno del tuo sito vari plugin con funzionalità diverse. I plugin sono dei codici che si collegano al sito Wordpress indipendente; vengono aggiunte delle funzionalità o delle estensioni a delle funzioni già esistenti.

Nel caso del sito di Vicopisano Turismo i plugin installati sono:

- Breadcrumb NavXT, i breadcrumb sono link di navigazione che compaiono nella parte superiore di un post o di una pagina. Mostrano agli utenti le categorie



di livello superiore che li hanno condotti al contenuto che stanno visualizzando in quel momento e consentono anche di tornare facilmente alle pagine visualizzate in precedenza.

- Duplicator, migra o crea una copia di backup dei file e del database del tuo sito WordPress. Duplica o sposta un sito da un posto ad un altro velocemente.
- Elementor Website Builder, ha funzionalità di drag and drop page builder, pixel design perfetto, mobile responsive editing e altro ancora.
- SiteGround Security, sicurezza tutto-in-uno. Protegge l'accesso e limita i tentativi di login. Controlla l'attività degli utenti. Blocca le cartelle di sistema e molto altro.
- TranslatePress, ha la funzionalità di inserire multilingue all'interno del sito.

### 5.2.3 Yoast SEO

Yoast Seo è un Plugin per WordPress è un plugin gratuito ed è uno dei CMS più utilizzati da blogger e agenzie che si occupano di realizzazione siti web. Ha tantissime funzionalità che possono rendere più semplice l'ottimizzazione del sito.

Yoast SEO è inoltre molto utile per ottimizzare i contenuti ed altri aspetti del sito in modo che questo possa posizionarsi sempre meglio nell'algoritmo di Google.

Yoast infatti è dotato di un assistente editoriale, che assegna un punteggio al livello di ottimizzazione dei tuoi articoli e delle pagine. Lo fa combinando tra di loro: titolo dell'articolo, contenuto dell'articolo, title, url e meta descrizione.

Il punteggio viene assegnato in base alla presenza della parola chiave, nel titolo dell'articolo o della pagina, nel title, nell'url e nella meta descrizione. Quanto più la parola chiave è a sinistra, tanto maggiore sarà la sua rilevanza. A questo si aggiunge il numero di volte che la parola chiave viene ripetuta nel contenuto dell'articolo e degli head title (H1, H2, H3 ecc). Se le linee guida vengono rispettate si accenderà il

semaforo e il tuo articolo sarà pronto per scalare le serp nei risultati dei motori di ricerca<sup>25</sup>.

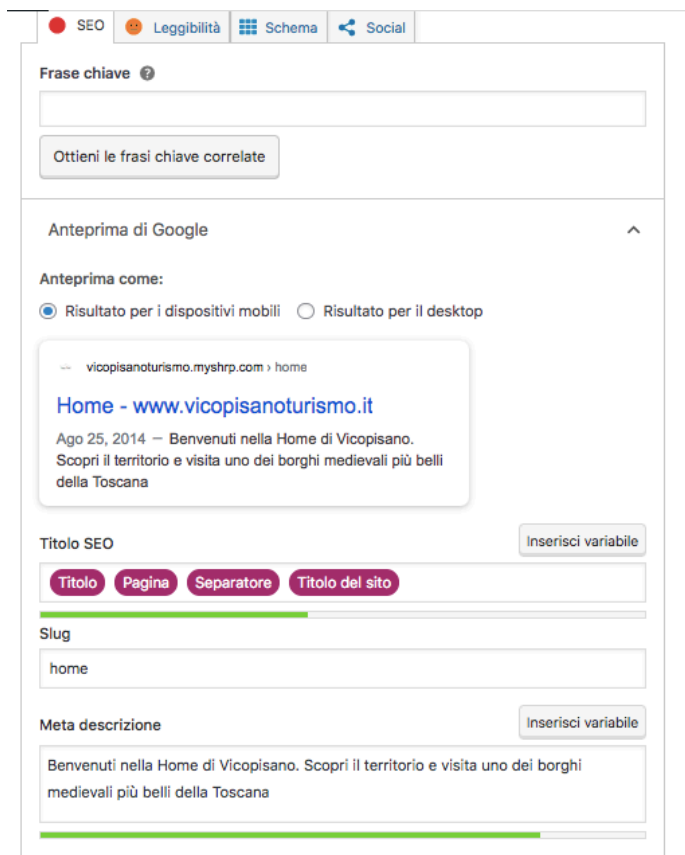


Figura 18 Plugin YoastSeo

## 5.3 Le voci del menù principale

### 5.3.1 Home

La sezione home è una vetrina di foto a scorrimento; lo slideshow contiene immagini dei paesaggi di Vicopisano interni ed esterni al paese. Le foto sono accompagnate da una scritta di benvenuto e da due pulsanti “Scopri il territorio” e “Benvenuti”. I pulsanti puntano alle due pagine di presentazione del territorio di Vicopisano, uno porta a tutte le informazioni relative alla posizione geografica del comune, l’altro alla descrizione naturalistica e ambientale.

---

<sup>25</sup> Come ottimizzare un sito web con i plugin, <https://sos-wp.it/tutorial/seo/come-ottimizzare-sito-con-seo-by-yoast/>

### 5.3.2 Cosa

La sezione “Cosa” si struttura in altre sei sotto-pagine: eventi, Rocca del Brunelleschi, il Paese delle cento torri, Pievi romaniche e non solo, un territorio ricco di meraviglie, Monte Pisano natura benessere e sport.

Le pagine hanno una simile struttura tra loro: Titolo con carattere in rosso, sottotitolo in verde, immagini impostate da tema a scorrimento manuale (galleria orizzontale), titoletti che includono un testo incolonnato di 3 o 4 celle con la descrizione della pagina (o storica o esplicativa), informazione dei servizi, possibili citazioni (vedi pagina Rocca del Brunelleschi) e rimandi a pagine correlate. Tutte le sotto-pagine terminano con una mansory dinamica che, ogni qualvolta l’utente cambia pagina, propone rimandi ad altre sezioni del sito. Questo è possibile grazie alle immagini in evidenza e al titolo in overlay, centrato, visualizzabile effettuando mouseover.



Figura 19 Schermata Home

### 5.3.3 Come

Il “come” si presenta con uno slideshow di alcune fotografie di Vicopisano e frazioni del territorio. L’idea del “come” è stata pensata per suggerire a chi visita il sito le tipologie di esperienze che potrà provare a seconda dei diversi interessi.

La “numerazione animata” utilizzata riprende i numeri del sottotitolo: le otto esperienze sono diversificate tra di loro (vedi immagine).

Queste includono: i percorsi naturali, andare a piedi, in famiglia, in bici, in camper, enogastronomia, percorsi inclusivi e artigianato. Ognuna delle sotto-pagine presenti in questa sezione ha la stessa struttura e impostazione della sezione “cosa”; è stata inoltre inserita una divisione numerica che ripartisce le otto sotto-pagine principali in due gruppi di quattro.

## Un territorio, tante esperienze

8 idee, 8 percorsi, 8 suggerimenti per vivere a pieno Vicopisano e il suo territorio

<b>1</b> A tutta cultura!	<b>2</b> Turismo slow	<b>3</b> Bambini tocca a voi	<b>4</b> Pedalati!
✻	✻	✻	✻
<b>PERCORSI CULTURALI:</b> perdersi nel borgo in cerca di tesori	<b>ANDARE A PIEDI:</b> camminate e trekking sul Monte Pisano	<b>IN FAMIGLIA:</b> scopri un territorio a misura di bambini!	<b>IN BICI:</b> piste ciclabili e sentieri per ogni pendenza e difficoltà
			
Ricco e prestigioso patrimonio storico e culturale, racchiuso come in uno scrigno in un territorio tra Monte Pisano e fiume Arno.	Armonia con la natura, itinerari a piedi, in bicicletta e in camper: <b>Vicopisano è slow!</b>	Attività ludiche e culturali, laboratori didattici ed eventi per bambini: i servizi dedicati alle famiglie in vacanza a Vicopisano	Un territorio perfetto per i bikers, amato da ciclisti del fuoristrada e della strada ma anche da famiglie e bambini a passeggio.

<b>750</b> ore di apertura dell'ufficio turistico	<b>oltre 300</b> Spettacoli, concerti, fiere, mostre e sagre all'anno	<b>circa 30000</b> Visitatori all'anno	<b>100</b> chilometri di sentieri trekking tracciati!	<b>30</b> chilometri di piste ciclopedonali!
--	--	---	--	---



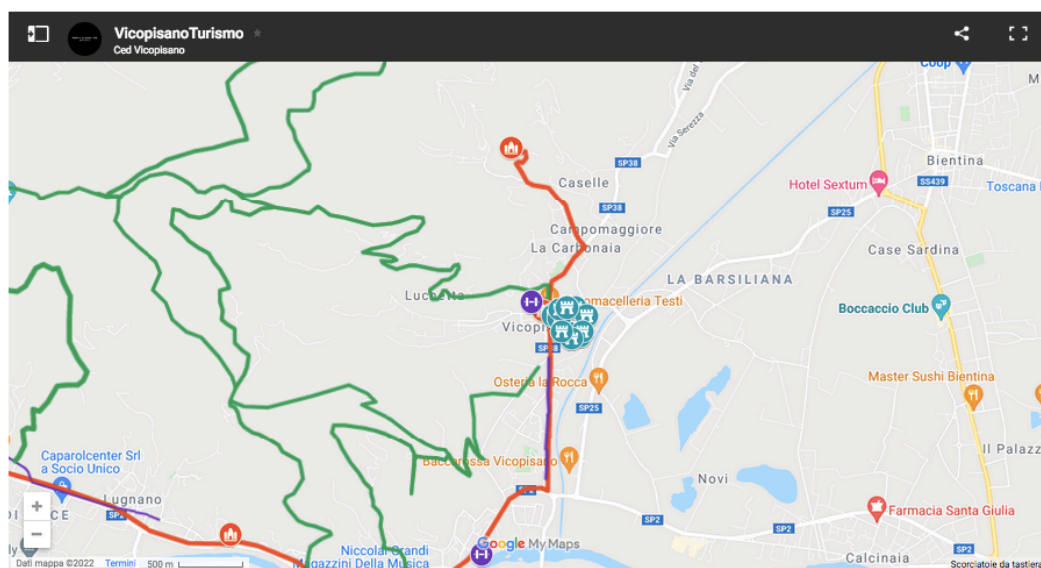
Figura 20 Schermata Come

### 5.3.4 Dove

Questa pagina è occupata dalle mappe online. È direttamente collegata alle altre sottopagine dove sono stati inseriti i molteplici percorsi che possono essere effettuati dagli utenti all'interno del territorio. Questa si presenta con un titolo e sottotitolo, nella parte sottostante si trova una mappa più estesa con tutti i percorsi impostati; a fianco ad essa è stata pensata una legenda per facilitare la navigazione dell'utente e per consentirgli di pianificare il percorso. Inoltre, sotto alla mappa "generale" sono stati inseriti dei suggerimenti di percorsi.

## Alla scoperta del bello

Mappe, itinerari & percorsi



Per gestire la mappa clicca sull'icona. Puoi selezionare i percorsi e visualizzarli separatamente

Figura 21 Schermata Dove

### 5.3.5 Quando

La penultima sezione del sidebar indica il "quando", la pagina è stata divisa in altre 4 sotto-categorie che indicano le stagioni: Estate, Autunno, Inverno e Primavera. La pagina è impostata in modo tale che l'utente possa scegliere di visitare o partecipare agli eventi durante la stagione prescelta.

Le stagioni hanno una struttura molto simile tra loro: il titolo è seguito da una citazione che richiama la stagione a cui fa riferimento, poi l'utente si trova davanti ad altre quattro possibili scelte di eventi o di esperienze da vivere all'interno del territorio. Nella parte inferiore della sotto-pagina, si trovano slide di foto con il numero di eventi che vengono organizzati in quel preciso periodo.

## Ogni stagione una scoperta

365 giorni da vivere



### Ogni giorno è quello giusto!

Qui tutto l'anno è vacanza con ampia scelta di attività dal trekking in primavera, gli eventi e le feste in estate, l'olio nuovo dell'autunno e le degustazioni in inverno.

Vicopisano è la meta ideale sia per una romantica vacanza di coppia, sia per le famiglie con bambini, per gli amanti della vacanza attiva e per chi cerca una pausa di puro relax immersa nella cultura e nella storia.

“La sapienza è figliola della speranza” Leonardo da Vinci



#### ESTATE

Stagione di campi di girasole, picnic sui prati,



#### AUTUNNO

Il raccolto di olive, fichi e castagne. Tramonti



#### INVERNO

Le tipiche giornate di freddo pungente, dal cielo



Italian VERA

Figura 22 Schermata Come

### 5.3.6 Contattaci

L'utente potrà mettersi in contatto e trovare gli uffici di riferimento attraverso questa sezione. I widget utilizzati sono:

- Google maps con la posizione degli uffici;
- il modulo di contatto;
- le informazioni generali;
- i social;

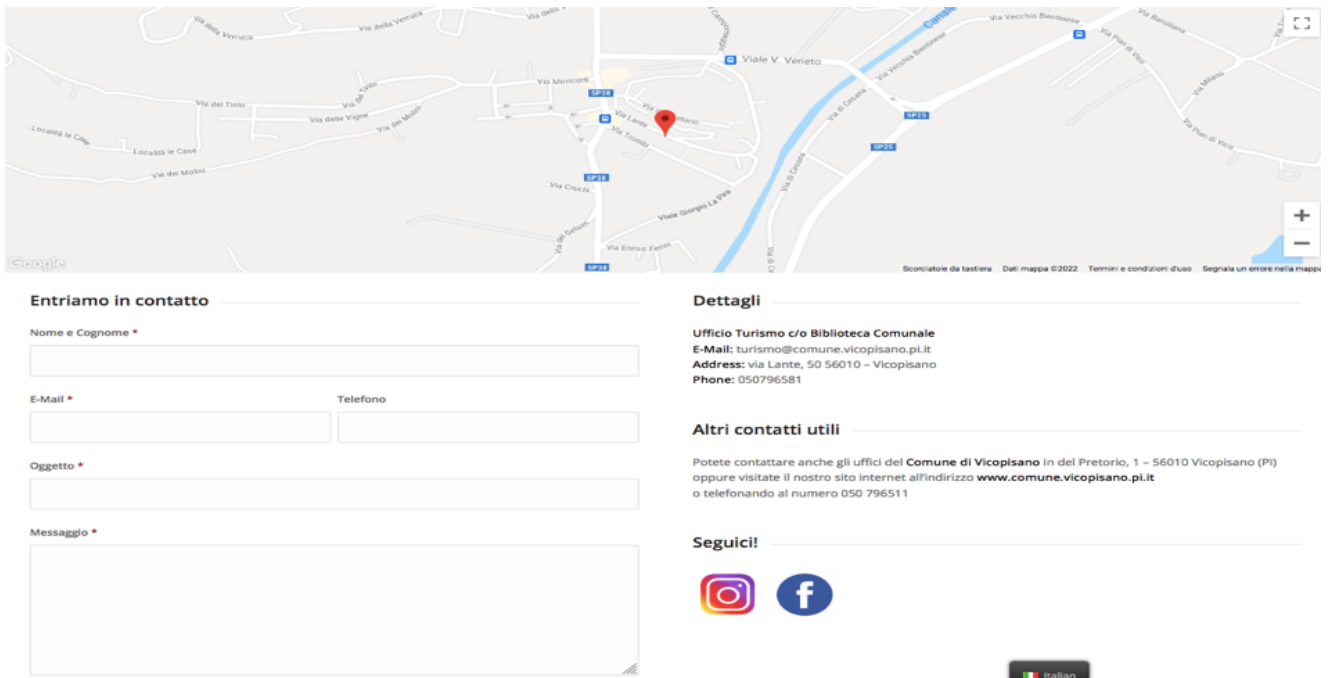


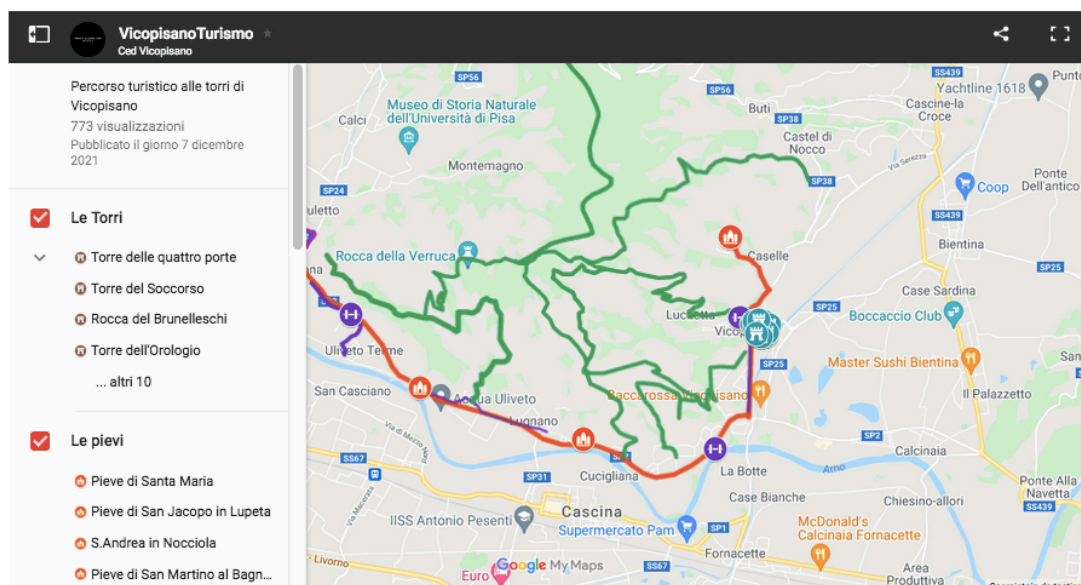
Figura 23 Schermata Contattaci

## 5.4 Le mappe

Le mappe sono state create grazie ad una funzionalità di Google maps: My Maps. Questa applicazione ti consente di editare mappe e personalizzarle. La visualizzazione è simile a quella di Google Maps solo che in fondo sono presenti i tool per la personalizzazione: marcare luoghi di interesse, inserire percorsi ecc. La barra di sinistra invece elenca i luoghi selezionati che possono essere gestiti dall'utente a seconda delle sue ricerche,

Il funzionamento dell'applicazione si basa sui livelli, dove si raggrupperanno i segnaposti. L'utente potrà quindi visualizzare o nascondere i segnaposti: inoltre, possono essere gestiti i percorsi, le descrizioni, i luoghi e le aree in un'unica mappa<sup>26</sup>.

<sup>26</sup> My maps, <https://it.softonic.com/articoli/google-my-maps-come-creare-condividere-mappe-personalizzate-google>



Per gestire la mappa clicca sull'icona. Puoi selezionare i percorsi e visualizzarli separatamente

Figura 24 Mappa generale

È stata scelta una tipologia di mappa standard dove sono stati inseriti 5 tipologie di percorsi:

- Le Torri, percorso interno a Vicopisano che grazie ai segnaposti individua non solo il percorso, ma la collocazione di tutte le Torri presenti.
- Monte Pisano, percorso pensato per gli amanti delle camminate in montagna, sono stati riportati alcuni sentieri percorribili sul monte della Verruca.
- Bisogni speciali, è un percorso pensato per chi non ha possibilità di visitare le torri e alcune parti del paese; i segnaposti indicano comunque torri e Rocca come punti di riferimento
- Pievi Romaniche, riprendono un percorso che si sposta dal centro del paese per entrare nelle frazioni e visitare i luoghi culturali spesso citati nel sito.

La mappa è stata inserita in un widget, blocco codice, che riporta il link e le dimensioni della mappa da consultare.



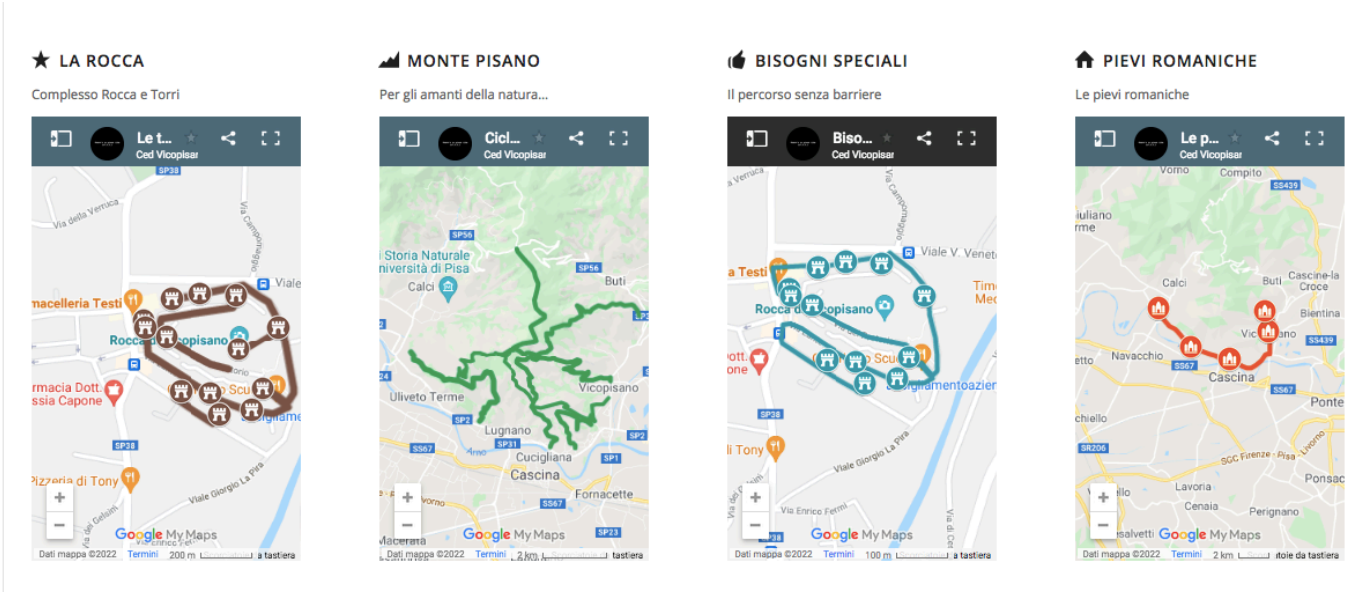


Figura 25 Mappe percorsi

## 6. L'Ebook

Dopo aver strutturato il sito è stato deciso di creare un contenuto offline che doveva racchiudere tutte le informazioni culturali del territorio di Vicopisano.

L'inbound marketing nasce nel 2007, concepito dall'azienda statunitense HubSpot, che analizzò una strategia innovativa per attirare nuovi clienti senza risultare stressante. Questa azienda ha studiato un modo per rendere meno invasivo il marketing e soprattutto renderlo utile ai clienti. Questo approccio consente di arrivare all'utente "giusto" e non di trovarlo da un pubblico ampio un consumatore<sup>27</sup>. Le forme utilizzate per fare un buon inbound marketing sono le push marketing e le pull marketing: la prima le aziende si rivolgono a chi ha il compito di distribuire i loro prodotti lasciando a questi ultimi il compito di venderli; la seconda, invece, sono le aziende che concentrano le loro attività per invogliare i consumatori o gli utenti a richiedere i propri prodotti<sup>28</sup>.

Per quanto riguarda la strategia adottata attraverso le forme di pull marketing possiamo trovare il content marketing, SEO, social media ecc. L'ebook in questo scenario si posiziona tra le strategie di pull marketing che un'azienda deve adottare per attirare nuovi clienti e renderli fedeli al brand.

Il layout fluido è chiamato così perché il contenuto del testo si adatta al dispositivo ed è quindi sempre mutevole. L'utente potrà personalizzare il font, la retroilluminazione, le dimensioni del testo ecc.<sup>29</sup>. Grazie a queste funzionalità degli ebook in formato ePub 2.0 e ePub 3.0 è stato deciso che, non solo l'ebook poteva avere la funzione di guida, ma anche una funzionalità di tecnologia assistenziale. Infatti, queste versioni di ePub rendono il testo a layout fluido, personalizzabile dall'utente. Oltre a queste funzionalità è possibile leggere il formato ePub sui dispositivi mobili e sugli e-reader; questa

---

<sup>27</sup> Inbound marketing e Outbound marketing, <https://www.netstrategy.it/inbound-marketing/differenze-tra-inbound-e-outbound-marketing-qual-e-la-strada-giusta-per-la-tua-azienda>

<sup>28</sup> Push marketing vs Pull marketing, <https://www.up3up.it/push-vs-pull-marketing-cosa-sono-e-come-funzionano-queste-strategie/>

<sup>29</sup> ePub layout fluido, <https://www.ipiratigrafici.it/epub-layout-fisso-o-fluido-pdf-interattivi/>

permette al turista di avere a portata di mano le informazioni come fosse una sorta di guida. Dopo la creazione delle pagine del sito è stato deciso di inserire l'ePub nella pagina "Vicopisano senza barriere". Questa pagina è completamente dedicata alle persone affette da disabilità, al suo interno si trova una mappa con i percorsi semplificati suggeriti e una breve descrizione sul turismo delle pari opportunità. L'ebook è accompagnato ad un file audio che è stato generato da un tool scaricato; questo è stato creato come supporto aggiuntivo al testo e contiene, infatti, le stesse informazioni che si possono ritrovare sia sul sito che nell'ebook. Nella stessa pagina, per lasciare all'utente più margine di scelta, è stato anche caricato il file in supporto pdf.

## 6.1 La creazione dell'ebook

La funzionalità degli ebook come libri digitali dà la possibilità all'utente, non solo di leggere ovunque con appositi e-reader, ma anche scaricare le informazioni che si trovano online e consultarle in modalità offline.

La creazione di questo ebook ha seguito un certo numero di passaggi:

1. L'ebook è stato creato scegliendo il programma Indesign prodotto da Adobe e rivolto all'editoria professionale, il quale supporta sia file di testo che multimediali.
2. Ho raggruppati i contenuti del sito OldVicopisano in un unico file Word per poi successivamente importarli nel nuovo file Indesign.
3. La formattazione del testo dopo l'importazione deve essere uniformata, si è scelto di usare diversi "stili di paragrafo"; dopo di che si sono eliminate le diverse formattazioni del testo precedenti di Word e creati dei nuovi stili.
4. Sono stati creati i seguenti stili di paragrafo: paragrafo base (per la formattazione del testo dei paragrafi), titolo (per i titoli dei paragrafi), sottotitoli e didascalie (applicate sotto le immagini).

5. Dopo di che ho stabilito dove inserire le immagini; per i contenuti testuali più lunghi intramezzati da sottotitoli ho inserito delle immagini per “spezzare” il testo, ma complessivamente sono state inserite foto sotto ogni titolo con annessa didascalia.
6. L’idea iniziale era importare il file in ePub a layout fisso, ma le esigenze del committente sono cambiate in corso della strutturazione dell’ebook, ed è stato quindi deciso di importare l’ebook nel formato ePub a layout fluido; ho ancorato quindi le immagini ad ogni titolo o sottotitolo.
7. Dopo aver strutturato l’impostazione dell’ebook è stato impostato il sommario, la pagina romana e la copertina.
8. L’indice è collocato dopo la pagina romana ed è interattivo. Inoltre, questo è consultabile anche nel menù alto dell’e-reader o smartphone.
9. La prima pagina riporta il logo del Comune, il copyright dei contenuti, il titolo dell’ebook, gli autori dei contenuti, gli autori delle immagini, la cura redazionale e grafica e il rimando al sito.
10. Infine, dopo aver impostato e inserito la copertina il file è stato esportato, come accennato, nel formato ePub 3.0 a layout fluido.

Il titolo dell’ebook e del pdf è stato proposto al committente come richiamo della call to action<sup>30</sup> inserita nel sito; infatti, questa spinta alla motivazione dell’utente è situata nella parte inferiore delle pagine prima della Mansory.

---

<sup>30</sup> Una call to action (CTA) è un elemento interattivo con l’obiettivo di motivare gli utenti a compiere un’azione specifica in base al suo messaggio (acquisto, contatto, abbonamento, download, ecc.),

<https://www.creativemotions.it/call-to-action-cta/>

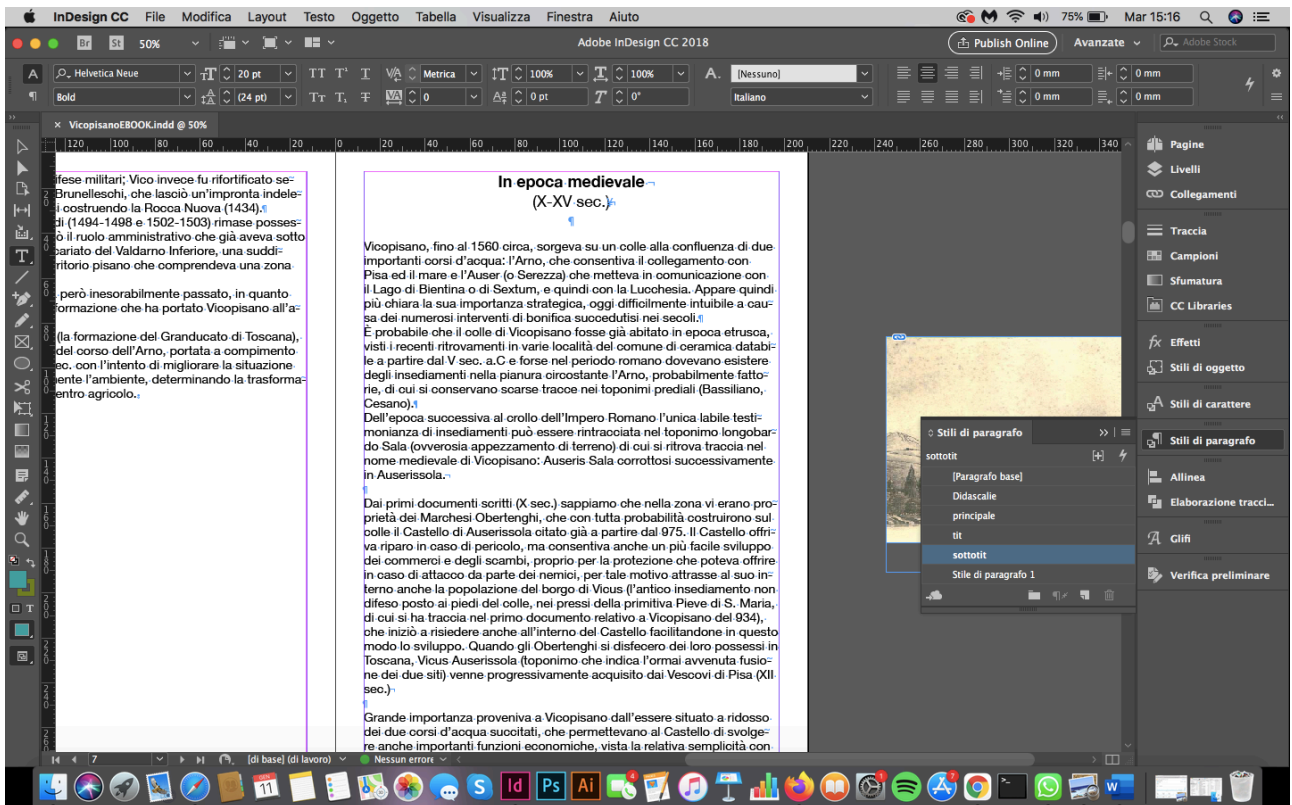


Figura 26 Impaginazione Indesign



Figura 27 Prima pagina epub

## 6.1.1 La copertina

Le proposte di copertina sono state complessivamente due.

1. La prima contenente due immagini della Rocca con titolo centrale, logo e autori.
2. La seconda contiene un'immagine con due sezioni, una alta sopra la Torre del Soccorso (scattata dall'alto) e una bassa alla fine della foto. La scelta del committente è ricaduta sulla seconda copertina.

Nel dettaglio la scelta la copertina scelta dai committenti è stata così strutturata: le due sezioni rettangolari (una inserita in basso e l'altra in alto, in modo tale da non coprire gli elementi essenziali della foto ovvero la Rocca, la Torre del Soccorso e il Camminamento) sono state create utilizzando il programma Photoshop. Per rendere i rettangoli più trasparenti e meno "d'impatto" sono state opacizzati grazie all'elemento "opacizza" di Photoshop.

Infine, nella parte alta è stato inserito il logo del Comune di Vicopisano in formato png, l'editore (in questo caso proprio il Comune di Vicopisano), il riferimento al sito e gli autori (autori vari). Nella parte bassa è stato inserito il logo di Vicopisano Turismo e il titolo dell'opera.



Comune di Vicopisano  
<https://www.vicopisanoturismo.it>  
AA.VV



Vicopisano Turismo

Scopri  
Vicopisano

Figura 28 Copertina ebook e pdf

## 7. Il PDF interattivo

Come accennato oltre alla creazione dell'ebook è stata anche richiesta dal committente un'estensione pdf. L'idea alla base è stata avere oltre un supporto fluido, anche un supporto "fisso", in modo tale che l'utente possa avere più scelte ed utilizzare il formato più affine al proprio device. Il pdf interattivo è stato inoltre richiesto per essere convertito in file audio ed essere aggiunto alla pagina di "Vicopisano senza barriere". Per lo stesso principio di inbound marketing, anche il pdf interattivo può essere catalogato come una forma di pull marketing. A differenza dei pdf "normali", questa tipologia di formato prevede l'inserimento di pulsanti, hyperlink, slideshow, animazioni, file audio e video che rendono la fruizione più ricca, dinamica e coinvolgente. La multimedialità concessa permette infatti di raggiungere un maggior engagement<sup>31</sup> dell'utente<sup>32</sup>.

### 7.1 La creazione del pdf

Anche per la creazione del pdf interattivo è stato scelto il programma Indesign.

Di seguito riporto i passaggi avvenuti per la creazione:

1. Il file pdf è stato creato riprendendo gli stessi contenuti utilizzati per l'ebook ed i passaggi di importazione del testo sono stati gli stessi;
2. Trattandosi di un formato pdf, diversamente da quanto fatto nell'ebook, è stato impostato un font: l'Helvetica Neue, è lo stesso font utilizzato nel sito Vicopisano Turismo. La dimensione del font è stata impostata a 18 pt e l'interlinea a 20 pt.;
3. Gli stili di paragrafo impostati sono gli stessi dell'ebook (titolo, sottotitolo ecc.);
4. Gli hyperlink sono stati inseriti come rimando ad alcune voci del testo e alla pagina ufficiale del sito Vicopisano Turismo;

---


<sup>31</sup> Engagment,

<sup>32</sup> I vantaggi dei Pdf interattivi, <https://www.remediagroup.it/it/pdf-interattivi/>



5. L'inserimento delle immagini è avvenuto in modo diverso dall'ebook poiché adattabili al testo, sono state quindi inserite immagini contornate da testo;
6. La modalità di inserimento delle immagini sotto i titoli è rimasta la stessa, ma sono state scelte diverse dimensioni più adattabili al testo;
7. È stato creato l'indice interattivo riportato dopo la pagina romana, è stato inserito il numero delle pagine affianco all'indice;
8. Sono stati inoltre inseriti i numeri di pagina;
9. Infine, è stata impostata la copertina e la prima pagina con editore, logo del comune, autori ecc.

### La Struttura



10. Monte della Verruca

Attualmente della fortezza della Verruca si conservano rovine che permettono una lettura dei diversi interventi ricostruttivi. A pianta pentagonale, presenta due grossi torrioni laterali di forma circolare nel lato anteriore, frutto degli interventi di restauro cinquecenteschi e costruiti in mattoni, ed una coppia di bastioni a spigolo vivo sul lato posteriore in pietra locale. Pur seriamente danneggiata dalle vicissitudini storiche, la fortezza mostra chiaramente la disposizione strutturale originaria e, ad una analisi accurata, consente ancora di capire l'organizzazione interna delle strutture in alzato. Sono invece ben conservate tutte le strutture interrate come la cisterna o i corridoi di accesso alle torri laterali. Inoltre, è presente in alzato un edificio costituito da grossi blocchi di verrucano, tradizionalmente identificato come una chiesa. La porta, a cui si arriva mediante una ripida scaletta intagliata nella roccia, conserva ancora la struttura trilitica, le tracce dei cardini e dei dispositivi di chiusura e consente l'ingresso nella fortezza. Una volta entrati possiamo osservare che la fortezza è edificata su due livelli, di cui uno completamente interrato. Il livello superiore è quello che ha subito i danni maggiori, ad esempio sono scomparsi del tutto le merlature e le varie strutture coperte, delle quali però in alcuni punti si intravedono i resti. Nonostante ciò, i muri perimetrali della fortezza raggiungono in alcuni punti considerevoli altezze, sino a 4 metri. Appena entrati sulla destra sono conservati in alzato i resti di una struttura

22

quadrangolare molto interessante. Le quattro pareti della struttura sono conservate interamente in alzato con parte del timpano di chiusura del tetto, mancante nella sua totalità. Per ogni lato lungo è presente una porta con architrave monolitico e sul lato SE vi sono due finestre strombate. Le pietre impiegate denotano due fasi costruttive: la prima caratterizzata da grandi blocchi di verrucano di fattura grossolana che costituiscono la parte inferiore dell'edificio; le pietre sono fortemente deteriorate dal tempo ed il loro aspetto e la loro fattura possono farci ipotizzare che siano resti della primissima fase costruttiva. La seconda fase è formata da blocchi di pietra sempre in verrucano ma provenienti da una cava diversa, la stessa usata per la sottostante Chiesa di S. Michele Arcangelo, tanto che si è ipotizzato che tali pietre provengano dalla distruzione di quest'ultima. I blocchi sono quadrati e levigati secondo una tipologia rintracciabile in altri edifici religiosi e civili della zona. Resti di un probabile mastio o cassero sopraelevato sono riscontrabili nella zona centrale della fortezza, naturalmente più alta rispetto al resto del pianoro ma pochi sono gli elementi ancora leggibili. La Rocca presenta accessi nel terreno che conducono ai bastioni laterali nei quali sono state ricavate stanze da cui era possibile sparare o sorvegliare l'esterno. Una di queste aperture conduce ad un vasto vano sotterraneo con volta a botte sotto il quale si intravede la copertura a volta di una stanza sottostante oramai ricolma di detriti. Sul lato N sono visibili una serie di archi in muratura che sostenevano la struttura portante di una copertura analoga a quella appena descritta e oramai franata. In generale l'aspetto della Verruca è ben ricostruibile nonostante i danni subiti a causa dell'incuria e del tempo, ma siamo certi che uno studio accurato, fino ad ora mai intrapreso per questo sito, ed un intervento di recupero potrebbero restituire ad una migliore fruizione questa importante testimonianza del nostro passato.

#### Le Origini

Le fonti documentarie certe non ci indicano l'epoca della fondazione della fortezza ma testimoniano che la Rocca esisteva sicuramente prima dell'anno Mille. Infatti la prima menzione del Castello della Verruca si ha in un documento del 21 Luglio del 996,

23

Figura 29 Struttura pdf interattivo

## Crediti Immagini

- 1: *Rocca del Brunelleschi*, R. Parri
- 2: *Veduta Vicopisano anno 1665*, Comune di Vicopisano
- 3: *Disegno Comune di Vicopisano*, Polloni
- 4: *San Giovanni alla Vena (Pisa) Chiesa parrocchiale e Poggio*, Comune di Vicopisano
- 5: *Rocca del Brunelleschi, Torre del Soccorso e Camminamento*, Comune di Vicopisano
- 6: *Vista sulla Rocca del Brunelleschi*, L. Tonelli
- 7: *Palazzo Pretorio (Vicopisano)*, [www.fototoscana.it](http://www.fototoscana.it)
- 8: *Torre dell'Orologio*, Comune di Vicopisano
- 9: *Vista Rocca della Verruca dall'alto*, A. Lami
- 10: *Monte della Verruca*, A. Lami
- 11: *Torri Gemelle*, Comune di Vicopisano
- 12: *Torre civile dei Serretti*, Comune di Vicopisano
- 13: *Torre Malanima*, Comune di Vicopisano
- 14: *Torre del Soccorso e Camminamento*, R. Parri
- 15: *Torre delle Quattro Porte*, Comune di Vicopisano
- 16: *Torre di Petraia*, Comune di Vicopisano
- 17: *Torrione Ovest*, Comune di Vicopisano
- 18: *Chiesa di Santa Giulia panorama (Caprona)*, F. Bacci
- 19: *Pieve Santa Maria (Vicopisano)*, Comune di Vicopisano
- 20: *San Jacopo in Lupeta (San Jacopo)*, Comune di Vicopisano
- 21: *Sant'Andrea in Nocciola (Monte Pisano)*, Comune di Vicopisano
- 22: *San Martino al Bagno (Uliveto Terme)*, Comune di Vicopisano
- 23: *Pieve di Santa Giulia (Caprona)*, Comune di Vicopisano

Visita il sito [www.vicopisanoturismo.it](http://www.vicopisanoturismo.it)

Figura 30 Crediti immagini pdf

## 8. Strategie di promozione

### 8.1 I social

I social sono uno strumento oggi fondamentale per quanto riguarda la promozione di un territorio. Questi sono strumenti di comunicazione che hanno un'importanza enorme per il settore turistico, che offrono la condivisione, la diffusione di informazioni e la promozione delle destinazioni e degli eventi.

Nell'era del digitale i social media sono una delle fonti di informazione principali per le scelte del turista, infatti, queste piattaforme offrono la possibilità di postare recensioni, fotografie, video ed esperienze del viaggio. In questa prospettiva il turista si pone al centro dell'informazione creando un vero e proprio passaparola tra le varie community<sup>33</sup>. Egli, attraverso questo sistema, potrà pianificare il proprio viaggio prendendo ispirazione dalle foto pubblicate, dagli eventi condivisi e delle informazioni messe a disposizione, sui social, dagli altri utenti che condividono la loro esperienza. Così, questo passaparola digitale permette ai viaggiatori di soddisfare non solo le proprie fantasie e desideri, ma anche alimentare la curiosità e suscitare l'interesse di nuovi possibili visitatori.

Secondo alcuni studi l'88% degli utenti dei social contribuisce con commenti, contenuti, oppure con i *like*<sup>34</sup>.

Vicopisano Turismo utilizza prevalentemente due social: Facebook e Instagram. I due social sono più volte proposti nella Landing Page, si possono ritrovare sotto il menù laterale e nel footer; in più vengono citati nella pagina "eventi" e in "contattaci".

---

<sup>33</sup> L'influenza dei social media nel Turismo, <https://www.culturedigitali.org/linfluenza-dei-social-media-su-viaggi-e-vacanze-la-nascita-del-turista-2-0/>

<sup>34</sup> Nicoletta Salvatori, slide 3. AB Corso Fiavet, 2021

## 8.2 Facebook

Facebook è un social molto utilizzato nel marketing turistico. Gli utenti che scelgono questo social fanno parte spesso di community che vengono aggiornate frequentemente, sia dall'azienda che dai visitatori. È il social indicato per la pubblicazione di testi di variabile lunghezza che spesso vengono accompagnati da foto, video e link. Questi “post” spesso hanno la funzione di informare, di coinvolgere e spingere l'utente a commentare in modo che si crei un dialogo diretto con l'azienda<sup>35</sup>. Uno strumento per monitorare e capire il comportamento degli utenti sulla propria pagina di Facebook è Insights. Insight consente di analizzare i dati sul pubblico che visita la pagina, e quindi di poter pianificare contenuti che risultino più interessanti e adatti al target al quale vogliono fare riferimento. Inoltre, la piattaforma consente di trovare utenti che hanno caratteristiche simili a chi già è “fidelizzato” alla pagina<sup>36</sup>. Vicopisano Turismo ha una pagina principale di Facebook dove è seguito da 11.475<sup>37</sup> persone, più tante altre piccole community create da utenti. La pagina è gestita dal comune ed è frequentemente aggiornata con notizie riguardanti il territorio, e la comunicazione con i followers è molto seguita da parte di chi gestisce la pagina.

---

<sup>35</sup> Nicoletta Salvatori, slide 4. AB Corso Fiavet, 2021

<sup>36</sup> Audience Insight Facebook, <https://www.italiaonline.it/risorse/audience-insights-di-facebook-come-trovare-il-target-giusto-301>

<sup>37</sup> Pagina Comune di Vicopisano, <https://www.facebook.com/comuneVicopisano/>



Figura 31 Pagina Facebook Vicopisano Turismo

## 8.3 Instagram

Il social per eccellenza per i contenuti foto e video è Instagram. Questo social raggiunge un tasso di coinvolgimento pari al 4,21%<sup>38</sup>, secondo Iconsquare<sup>39</sup>, infatti il 62% degli utenti già nel 2015 seguiva il profilo di un brand.

Questo social consente agli utenti di condividere le proprie foto, migliorarle attraverso i “filtri” e classificarle tramite hastagh. È un’applicazione molto importante per una promozione turistica digitale, poiché attraverso l’hastagh seguito da una o più *keywords* i contenuti vengono raggruppati e possono essere facilmente ricercati e ricondivisi<sup>40</sup>. Nel 2012 è stato acquistato da Facebook e nel 2016 ha introdotto le

<sup>38</sup> Instagram marketing, <https://blog.advmedialab.com/instagram-marketing>

<sup>39</sup> Iconsquare è una piattaforma di analisi e gestione dei social media per Instagram e Facebook, che offre approfondimenti sulle prestazioni dei social media e consente di pianificare post, monitorare l'attività dei concorrenti e interagire con il pubblico da un'unica piattaforma, <https://www.capterra.it/software/166110/iconsquare>

<sup>40</sup> Instagram social perfetto per la promozione turistica, <https://altrama.com/instagram-il-social-perfetto-per-la-promozione-turistica/>

*stories*, delle foto e dei video che l'utente può caricare sulla sua pagina e dopo 24 ore spariscono<sup>41</sup>.

Una buona strategia di marketing deve avere contenuti rilevanti, presentati in modo che attraggano l'utente, e nel proprio profilo i brand devono inserire il link della Landing page per indirizzare i followers al sito web. Il profilo, inoltre, dovrà essere spesso aggiornato, in modo che il brand possa creare una connessione più profonda con i suoi iscritti.

Nell'ultimo anno Vicopisano Turismo sta aggiornando la propria pagina Instagram più frequentemente, attualmente viene seguita da 816 profili e ne segue 783<sup>42</sup>.

Inoltre, se viene cercato #Vicopisano sulla barra di ricerca del social, possiamo trovare 20 mila risultati di profili che hanno postato con questo hastagh.

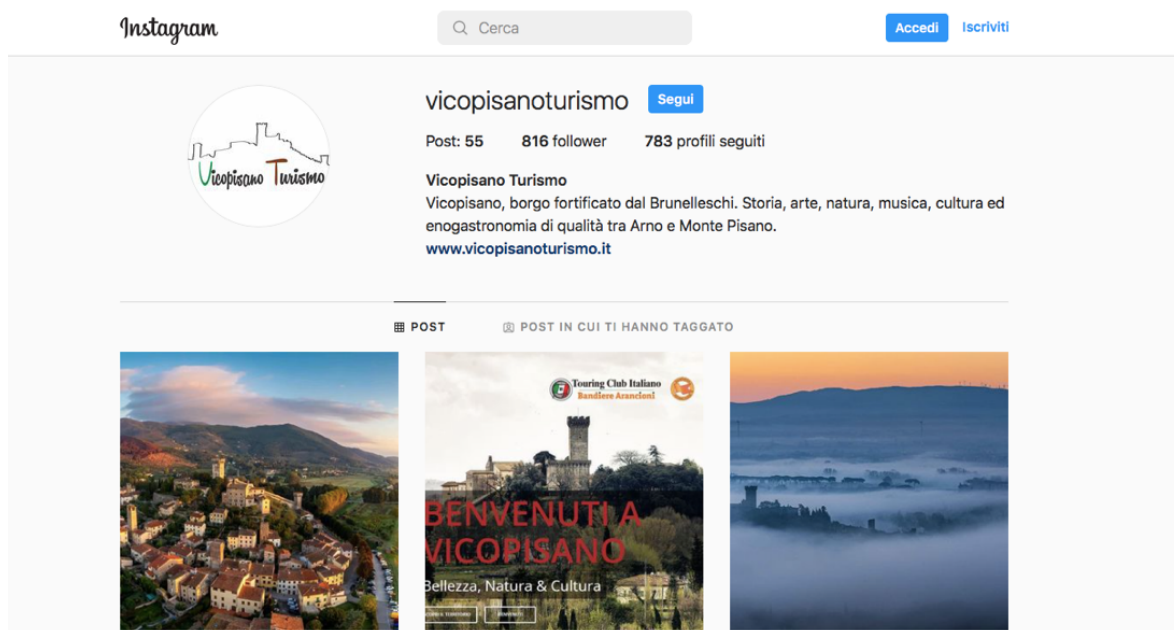


Figura 32 Pagina Instagram Vicopisano Turismo

<sup>41</sup> Nicoletta Salvatori, slide 4. AB Corso Fiavet, 2021

<sup>42</sup> Pagina Instagram di Vicopisano Turismo, <https://www.instagram.com/vicopisanoturismo/>

## 9. Usabilità

Con “l’usabilità di un sito”, ovvero la sua abilità d’uso, si intende che, il sito che si sta visitando sia facile da utilizzare per l’utente, senza che questi necessiti di una formazione specifica. Questa usabilità è un elemento determinante, poiché rappresenta uno strumento di valutazione per le funzionalità di un sito e da essa dipende la fruizione e l’utilizzo da parte dell’utente. Tenere conto dell’usabilità è importante per chi si occupa della progettazione di un sito, poiché in fase di realizzazione, questo deve essere in grado di strutturarli in modo tale che risulti friendly, intuitivo e attraente per l’utente.

Nel 1993 l’International Standardizing Organization stabilisce una definizione per Usabilità: “grado di cui un prodotto può essere usato da particolari utenti per raggiungere gli obiettivi con efficacia, efficienza e soddisfazione in uno specifico contesto d’uso”<sup>43</sup>.

Jacob Nielsen, primo studioso dell’usabilità, individua cinque fattori che possono essere utilizzati come indicatori per definire l’usabilità del sito:

- Facilità e semplicità: il sito viene utilizzato con facilità dall’utente e questo ne capisce immediatamente l’utilizzo;
- Efficienza ed efficacia: in poco tempo l’utente è in grado di utilizzare il sito più velocemente;
- Memoria: l’utente si ricorda nel tempo le funzionalità del sito;
- Errori gravi e continui: anche se l’utente nell’utilizzo del sito commette degli errori non sono così gravi da compromettere gli obiettivi per cui sta navigando nel sito. Non commette, infatti, due volte lo stesso errore;
- Soddisfazione: l’utente raggiunge il risultato voluto<sup>44</sup>.

---

<sup>43</sup> Usabilità dei siti, [https://webs.rete.toscana.it/iso/c/document\\_library/get\\_file?uuid=db490035-11cf-4920-899e-6a5e1558c3ce&groupId=38526](https://webs.rete.toscana.it/iso/c/document_library/get_file?uuid=db490035-11cf-4920-899e-6a5e1558c3ce&groupId=38526)

<sup>44</sup> Usabilità, <http://qualitapa.gov.it/sitoarcheologico/relazioni-con-i-cittadini/open-government/comunicazione-istituzionale-on-line/portale-pubblico/internet/usabilita/index.html>

In base ai principi dell'usabilità l'utente dovrà essere capace di navigare con fluidità recuperando i contenuti in modo semplice e intuitivo. Una buona organizzazione dei contenuti e della navigazione renderà, infatti, il sito più fruibile per chi ne usufruisce.

## 9.1 Il sondaggio

Il sondaggio effettuato per verificare l'usabilità del sito è stato fatto su un campione di 20 persone divise in 3 fasce: 6 partecipanti per la Generazione X (1960-1980), 11 partecipanti per i Millennials (1981-1996) e 4 partecipanti per la Generazione Z (1997-2010).

Il sondaggio è stato strutturato in 4 domande partendo dall'analisi dell'usabilità del sito Vicopisano turismo:

1. Trovare la pagina delle visite dei monumenti;
2. Trovare i social Instagram e Facebook;
3. Trovare ebook o pdf scaricabili;
4. Organizzare una giornata che preveda un'escursione, un monumento tra quelli della pagina storica e un periodo dell'anno a tua scelta.

I dati del sondaggio sono stati raccolti in base alla media del tempo impiegato dagli utenti di diverse generazioni, per rispondere alle quattro task.

Per la comprensione dei dati del mio sondaggio è importante capire il concetto base di "criterio di successo". Impostare un criterio di successo significa considerare sia l'informazione che l'utente deve raggiungere navigando sul sito, sia i limiti che gli vengono imposti: quanti tentativi necessari e un tempo massimo da non superare<sup>45</sup>.

Basandomi sulla suddetta definizione base di "criterio di successo", i criteri adottati in questo sondaggio per raggiungere il tasso di successo<sup>46</sup> sono stati due: la disponibilità di soli tre tentativi e il tempo limite imposto all'utente per svolgere ogni Task:

---

<sup>45</sup> Tasso di successo, <https://www.usabile.it/602015-il-tasso-di-successo>

<sup>46</sup> Vedi sotto



Task 1: 2 minuti;

Task 2: 50 secondi;

Task 3: 5 minuti;

Task 4: 5 minuti;

Dalla Figura 23 possiamo notare che il tempo minore impiegato è stato quello per rispondere alla Task 2; mentre il tempo maggiore è stato quello necessario a svolgere la Task 4, che includeva la navigazione su più pagine.

Una delle maggiori problematiche riscontrate dai partecipanti al sondaggio è stata quella di trovare un pdf o un ebook nel sito, alcuni dopo qualche minuto hanno deciso di utilizzare la barra di ricerca del sito o di Google.

Utenti	Task 1	Task 2	Task 3	Task 4
Utente 1	120	3	400	360
Utente 2	120	30	180	240
Utente 3	20	30	60	280
Utente 4	20	20	20	120
Utente 5	30	5	240	300
Utente 6	50	60	400	180
Utente 7	30	40	60	180
Utente 8	180	30	240	180
Utente 9	120	40	180	350
Utente 10	10	30	180	360
Utente 11	10	3	300	120
Utente 12	120	10	240	200
Utente 13	120	20	360	500
Utente 14	60	30	200	350
Utente 15	40	4	400	260
Utente 16	60	5	400	340
Utente 17	60	10	300	300
Utente 18	120	15	150	300
Utente 19	120	5	240	150
Utente 20	50	30	60	400
Tempo Medio	73	21	230,5	273,5
Media per generazione				
Media GZ	90	40	200	214
Media Gmill	67,2727273	15,5454545	225,454545	260,909091
Media GX	72	17,8	226	306

Figura 33 Grafico Tasks Utenti

La metrica del “tasso di successo” è il modo per rilevare la facilità o difficoltà di utilizzo di un sito. Questa metrica si ricava dividendo il numero dei task completati con successo per quello dei task tentati, per esempio se 8 utenti su 12 hanno completato il task 3, questo avrà un tasso di successo del 66,67%.

Per stabilire un “buon” sito, secondo Jeff Sauro fondatore del MeasuringU e analista statistico<sup>47</sup>, bisogna superare il 78% di tasso di successo. Infatti, sempre secondo Sauro, per collocarsi nel “quartile più alto” bisogna ottenere un successo superiore al 92%<sup>48</sup>.

Analizzando la Figura 23, vista sopra, possiamo calcolare la media di successo per ogni task:

1. 95%
2. 95%
3. 75%
4. 90%

Secondo le statistiche analizzate calcolando la somma delle quattro percentuali ottenute, il totale del tasso di successo del sito è dell’88%.

Osservando l’approccio al sito da parte delle diverse generazioni, possiamo calcolare la media di tempo impiegata per svolgere i Task e da questo fare un confronto tra le diverse generazioni: la generazione X ha impiegato più tempo a pianificare un itinerario per una giornata, mentre la generazione Z ha avuto più difficoltà a trovare i pdf ed ebook nel sito.

In appendice la Figura 29 riporta la soluzione dei Task richieste agli utenti.

---

<sup>47</sup> <https://measuringu.com/task-completion/>

<sup>48</sup> Tasso di successo, <https://www.usabile.it/602015-il-tasso-di-successo>

# UTENTI

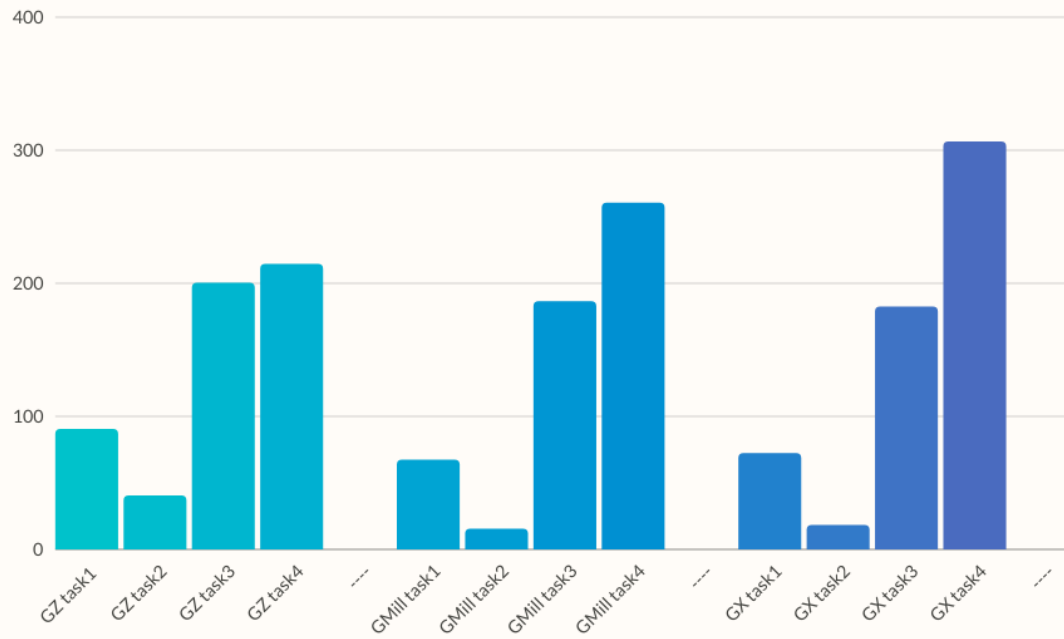


Figura 34 Grafico a barre confronto Tasks

## 10. Google Analytics

Google Analytics è un servizio di web analytics gratuito fornito da Google che consente di analizzare le statistiche dei visitatori su un sito.

Lo strumento è utilizzato per osservare vari tipi di statistiche, come ad esempio la durata della sessione, il numero di pagine visitate e quelle più viste ecc.

Attraverso una serie di dati permette di monitorare il comportamento dell'utente sul proprio sito. L'obiettivo di chi usa Google Analytics è quello di monitorare il percorso di digital marketing che sta intraprendendo il sito<sup>49</sup>.

Google Analytics ha una serie di tool che consentono di monitorare le frequenze e il pubblico:

1. Pubblico (chi è l'utente): numero di utenti, il numero di nuovi utenti (ossia, quanti hanno visitato il tuo sito per la prima volta); il numero di sessioni (il numero di collegamenti totali degli utenti per il periodo indicato); il numero di sessioni per utente (si tratta del valore medio di pagine visualizzate per utente); visualizzazioni di pagina (vale a dire, il numero di pagine visualizzate dagli utenti nel periodo di riferimento); Pagine/sessione (simile a sessioni per utente ma in più indica anche le pagine duplicate); durata sessione media; frequenza di rimbalzo (percentuale degli utenti che sono entrati in una sola pagina per poi uscire e non accedere più);
2. Dispositivo Mobile (desktop, mobile, tablet): nuovi utenti; sessioni; frequenza di rimbalzo; pagine/sessione; durata sessione media; conversioni: tasso di conversione all'obiettivo, completamenti obiettivo, valore obiettivo (il valore in termini di denaro che poni su ogni obiettivo da raggiungere).
3. Query: query di ricerca, le impressioni ovvero le parole chiave a cui è stato associato il sito; click, quanti clic ha ricevuto il sito su un risultato collegato alla parola chiave di riferimento; impressioni, il numero che esprime quante volte per una determinata keyword sei stato visualizzato sulla serp (Search Engine

---

<sup>49</sup> Google Analytics, <https://www.netstrategy.it/web-marketing/google-analytics-cose-come-funziona-la-guida-completa>

Results Page); click to rate, rapporto tra percentuale di clic e numero di impressioni; posizione media, la media tra le varie posizioni che una parola chiave ottiene nei motori di ricerca<sup>50</sup>.

## 10.1 I dati del sito Vicopisano Turismo

Il sito di Vicopisano Turismo è stato ufficialmente lanciato (pubblicizzato grazie alla conferenza stampa) il 10 Gennaio del 2022, ma è andato online dal 4 Gennaio 2022.

Il comune di Vicopisano utilizza lo strumento di Google Analytics per monitorare i suoi dati, grazie alla funzione di questo programma di registrare i dati annuali, è stato possibile, attraverso la funzionalità del “Calendario”, ritrovare i dati del sito precedente e confrontarli con quelli del nuovo, che sono stati raccolti già alcuni giorni prima della pubblicazione ufficiale.

Tramite il motore di ricerca “Search Google” l’utente ha la possibilità di inserire una o più parole chiave che, a seconda della parola utilizzata, rimanderanno alla Landing Page del sito. Grazie a queste *keywords* possiamo fare un’analisi dei dati di ricerca confrontando i due siti di Vicopisano Turismo: quello vecchio sostituito e il nuovo.

---

<sup>50</sup> Google Analytics, <https://www.netstrategy.it/web-marketing/google-analytics-cose-come-funziona-la-guida-completa>

# 11. Conclusioni

Il progetto proposto a Vicopisano è stato accolto con entusiasmo dalla giunta, che era già in azione per la realizzazione di un nuovo sito, e apprezzando le idee innovative che ho esposto in questa tesi ha deciso di applicarle nella strategia di digital marketing. Con il lavoro svolto è stato quindi possibile realizzare nel concreto il sito Vicopisano Turismo, che punterà alla promozione e diffusione del territorio di Vicopisano in un contesto turistico più esteso e meglio inserito nel nuovo turismo digitale.

Come importante strategia di promozione turistica è stata adottata dal Comune anche quella di indire una conferenza stampa, che si è tenuta il 10 gennaio 2022. Questa ha pubblicizzato il lancio del sito di Vicopisano Turismo e vi hanno partecipato il sindaco Matteo Ferrari, l'assessore al turismo Fabiola Franchi e i dipendenti comunali Simona Morani e Ivano Miscali. Grazie al progetto, durante la conferenza stampa, ho rilasciato un'intervista incentrata in particolar modo sulla funzione dell'epub a layout fluido sviluppato durante la tesi.

La presentazione del sito è stata pubblicizzata su diverse piattaforme; i giornalisti presenti all'evento erano inviati della Nazione, del Tirreno (giornale regionale), di Canale 50 (televisione provinciale) e Punto Radio (radio locale). I servizi sono stati pubblicati il giorno dopo per mezzo di stampa e dopo qualche giorno trasmessi su Canale 50 e Punto Radio.

Analizzando nel complesso i dati del sondaggio sull'usabilità del sito è emerso che il tasso di successo è stato dell'88%, nonostante sia un buon risultato, è sicuramente possibile migliorarlo al fine di raggiungere il range minimo di completa usabilità da parte dell'utente. Infatti, gli errori riscontrati complessivamente, proponendo i task ad un campione di venti utenti, ha evidenziato che per risolvere solamente 4 domande i casi di insuccesso totale sono stati 10.

In conclusione, possiamo riprendere i dati di Google Analytics allo scopo di fare un'iniziale stima di crescita delle visualizzazioni del sito.

I dati messi a confronto nella Figura 25 e Figura 26 prendono come riferimento gli stessi giorni del mese in due anni differenti: dal primo gennaio al sedici degli anni 2021

e 2022. L'analisi è ricaduta sulla sezione "Pubblico", che è suddivisa in modo tale da poter osservare il numero totale di utenti che hanno navigato nel sito, i nuovi utenti, le sessioni, il numero di sessioni dell'utente, visualizzazione di pagina, pagine/sessione, durata sessione media e frequenza di rimbalzo.

Come possiamo notare dai grafici proposti il numero di utenti del nuovo sito è in crescita, ha infatti un numero più alto di visitatori nel 2022 rispetto al 2021. Dal grafico a linee è emerso che nel 2021 gli utenti navigavano nel sito con una maggiore costanza, a differenza di quanto registrato per il 2022, dove sono evidenti dei picchi e dei cali di visite in specifici giorni.

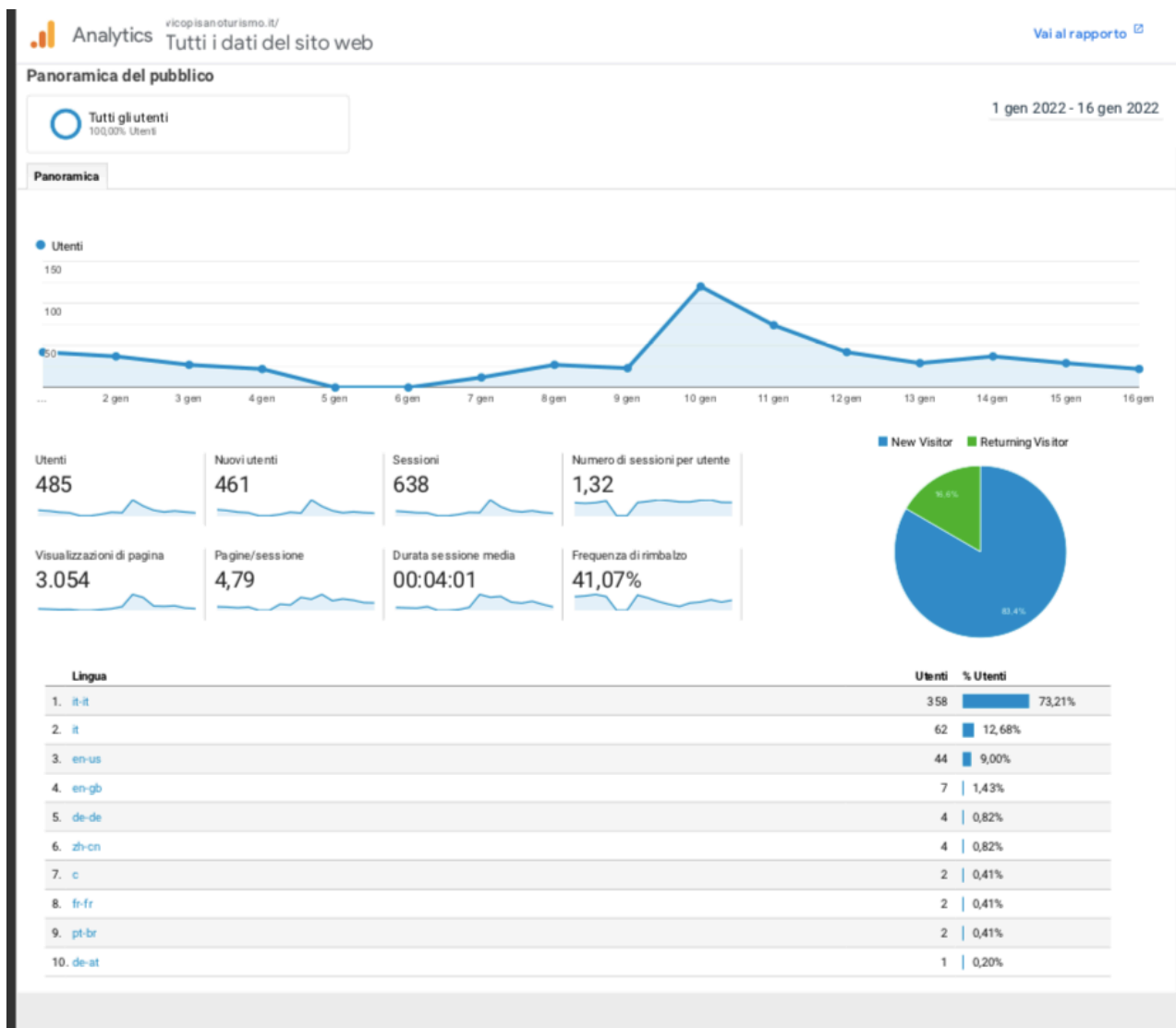


Figura 35 Dati Google Analytics Gennaio 2022

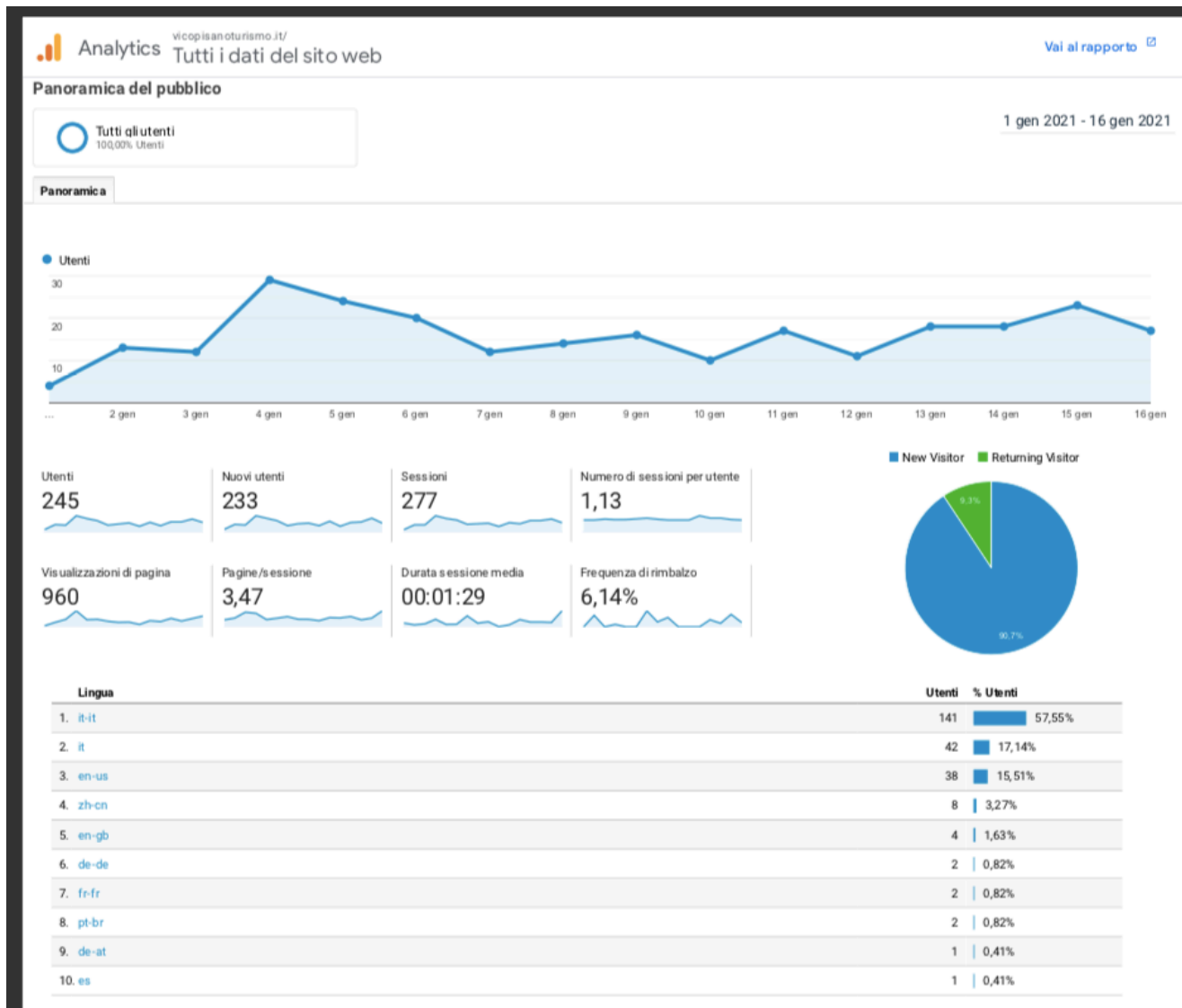


Figura 36 Dati Google Analytics Gennaio 2021

Alla luce di quanto preso in esame in questa tesi, mi auguro, che il mio progetto possa essere un primo passo per una più ampia digitalizzazione delle realtà locali e dei piccoli e medi borghi del territorio ancora non abbastanza valorizzati. Infatti sarebbe una mancanza non far conoscere in modo capillare le meraviglie che il territorio pisano ha da offrire al digital tourist.



# 12. Appendici

## Vicopisano scommette su turismo e cantieri

Riqualificazione di capoluogo e frazioni con occhio a ciclabili, completamento dei lavori al teatro, via Crucis. E un nuovo portale ad hoc

VICOPISANO

Vicopisano si prepara ad un 2022 fatto di cantieri e riqualificazioni sia nel borgo che nelle frazioni. A fare il punto della situazione - con un occhio attento all'accoglienza turistica (di cui il nuovo sito, che ha appena debuttato on line, segna la rotta) - è il sindaco Matteo Ferrucci. Primo elemento del puzzle: il potenziamento della rete delle piste ciclabili, con il completamento dei tratti ancora mancanti, operazione che vuole promuovere ulteriormente una mobilità dolce e un turismo a due ruote. Poi c'è il teatro di via Verdi: «Quest'anno partiranno finalmente i lavori del terzo e ultimo lotto. Un intervento che ammonta a 270mila euro, quasi totalmente finanziato dalla Fondazione Pisa che ringraziamo per il sostegno che ci ha dato e continua a darci». L'intervento prevede il completamento dei lavori, in particolare del locale destinato a foyer e del giardino di pertinenza del Teatro, in modo da valorizzare anche le adiacenti mura medievali restaurate di recente. Si prevede, inoltre, la sistemazione della parte di delimitazione con Via Verdi, tramite un cancello in ferro, la semina di prato e la messa a dimora di arbusti e alberi concordati con la Soprintendenza. Il progetto comprende anche una serie di accurate operazioni di restauro di alcuni ritrovamenti archeologici. Un'operazione a più tappe che restituirà definitivamente



La conferenza stampa di presentazione del nuovo sito Vicopisanoturismo.it

te al borgo di Vico un teatro-gioiello (un tempo ex Scuola Musicale Giuseppe Verdi) che in pochi anni è diventato un vero e proprio punto di riferimento per la comunità, tra concerti, spettacoli, iniziative pubbliche, eventi per grandi e piccini. Nel secondo semestre dell'anno è in programma un'altra opera di recupero che riguarderà la Chiesa della via crucis sul Monte Mirra, edificata nel 1720. Le quattordici stazioni della Passione della Via Crucis, posizionate lungo la salita, sono già state recentemente restaurate, mentre la chiesa versa da tempo in stato di abbandono a causa dei pro-

**LA CHIESA DEL MONTE MIRRA**  
**Un altro gioiello che si avvia al recupero: il 2022 sarà l'anno decisivo**

blemi strutturali. Il 2022 sarà quindi l'anno dell'avvio dei lavori per poi arrivare alla riapertura al pubblico. E ancora: la pavimentazione di via Lante, un ulteriore intervento intorno alla Torre Malanima (costruita tra l'XI e il XII secolo) per liberare l'area da un manufatto ormai ridotto a rudere, la riqualificazione del cimitero. «In queste settimane stiamo anche lavorando con le Terme di Uliveto. Negli accordi alla base della convenzione è presente anche la ripresa, covid permettendo, dei convegni mensili ovvero la strutturazione di pacchetti per portare alle Terme mediche, in numero di 50/60 medici alla volta». Sempre a Uliveto, altro intervento importante - in questo caso per la cittadinanza - sarà il rifacimento della piazza. E si alzeranno le impalcature anche al campanile di Cucigliana, lavori - quest'ultimi - ad opera della Curia.

Francesca Bianchi

VICOPISANO

### Sprint «Bandiera Arancione» per mettere il turbo al sito web

VICOPISANO

La Bandiera Arancione del Touring Club Italiano, appena conquistata dal comune di Vicopisano, come stimolo per rilanciare e rivoluzionare il sito web vicopisanoturismo.it. La porta per scoprire tutto quello che il borgo e il suo territorio offrono, l'ultimo tassello del sistema di accoglienza. A presentare la nuova veste del portale ieri il sindaco Matteo Ferrucci, l'assessore al turismo Fabiola Franchi, la responsabile dell'Ufficio turismo e cultura, Simona Morani, e il responsabile dei sistemi informativi, Ivano Miscali. «Il nuovo sito era già in cantiere, ma le raccomandazioni scattate con il riconoscimento della bandiera arancione - assegnato ai piccoli comuni dell'entroterra italiano che si distinguono per un'offerta di eccellenza e un'accoglienza di qualità - ci hanno messo il turbo. Abbiamo utilizzato tutte professionalità interne puntando su un linguaggio immediato» spiega il sindaco Ferrucci. «Immediato» in un turista, differenziando i contenuti rispetto ai portali di prenotazione. Semplicità e bellezza, messe

insieme» aggiunge l'assessore Franchi. In concreto, immagini emozionali, approfondimenti didattici e storico-culturali, e le quattro domande tipiche del turista attraverso le quali navigare: cosa, come, dove e quando. Senza dimenticare l'impronta istituzionale. Uno sguardo non solo su Vico ma anche sulle frazioni e sul territorio inteso a 360 gradi (a partire dal Monte Pisano), in sinergia con le pagine social e in collegamento con Terre di Pisa, il portale della Camera di Commercio. Valore aggiunto: la sezione dedicata a Vicopisano senza barriere, frutto della collaborazione con Erika Pistoiesi, studentessa che nella propria tesi in informatica umanistica ha posto le basi per una «fotografia» inclusiva del territorio, in modo da offrire un servizio anche ai visitatori con bisogni speciali. Il sito è già in buona parte tradotto in inglese. Non mancano i percorsi georeferenziati, le informazioni sugli eventi (oltre 300 in un anno), itinerari gastronomici, il quadro delle distanze dalle principali città toscane in modo da programmare una tappa in tour, più ampi, i consigli del «cosa fare» in ogni stagione dell'anno.

Francesca Bianchi

Figura 37 Articolo la Nazione

Il sindaco Ferrucci presenta il sito e annuncia un pacchetto di lavori: dalla ciclo-pista al teatro fino al recupero della chiesetta sul monte Mirra

# Vicopisano sventola la Bandiera Arancione con nuovi servizi e una serie di cantieri

**ACCOGLIENZA**

**PAOLO FALCONI**

Superare il momento della pandemia rivolgendosi al turismo con un nuovo sito. Una grafica dai contenuti accattivanti e che incuriosiscono. Sia chi vive a pochi chilometri dal territorio del comune di Vicopisano, che chi entra nel sito vicopisanoturismo.it dall'altro capo del mondo.

La parola d'ordine, come ha rilevato il sindaco **Matteo Ferrucci**, è stata «la semplicità e la molteplicità delle indicazioni fornite». Ci siamo «immedesimati nel turista per fornirgli quante più possibili nozioni sul nostro territorio» ha ribadito l'assessora

al Turismo **Fabiola Franchi**.

Il territorio offre bellezze artistiche, paesaggistiche, naturali e culturali non indifferenti e di sicuro impatto. Non c'è solo la Torre del Brunelleschi, ma una serie di piccole frazioni tutte da scoprire con «tesori architettonici, tradizioni artigianali e gastronomiche», e tutti gli insediamenti del Lungomonte che, insieme a Vicopisano, assunsero durante il Medioevo una particolare importanza per la vita politica ed economica di Pisa; essi furono punti di difesa militare del territorio e centri di proprietà fondiaria per alcune delle famiglie più in vista della aristocrazia pisana.

E poi come non fare riferimento al benessere proposto dalle Terme di Uliveto con il loro paesaggio natura-

le in riva all'Arno.

Con questo sito, tra l'altro, il Comune di Vicopisano imbocca la strada maestra che non seppe intraprendere una quindicina di anni fa per far parte a pieno titolo dei comuni Bandiera arancione d'Italia, per alcuni punti giudicati non all'altezza in fatto di ufficio turistico, ricettività in centro.

Un colpo nella faretra delle frecce è dato anche dalla natura offerta dalle pendici del Monte Pisano, dalle pievi romaniche, e da un plafond di oltre 300 eventi all'anno per tutti i gusti.

Nella conferenza stampa di ieri, alla quale hanno partecipato anche la responsabile dell'Ufficio cultura e turismo, **Simona Morani** e il responsabile dei sistemi informativi **Ivano Miscali**, sono



Da sinistra Ivano Miscali, Simona Morani, Fabiola Franchi e Matteo Ferrucci

stati spiegate anche alcune caratteristiche del nuovo sito che dà la possibilità di essere "visitato" per settori divisi in Cosa, Come, Dove e Quando con percorsi tematici, con suggerimenti per tragitti con camper, a piedi e in bici, con le ricche offerte divise per stagionalità.

Anche con uno sguardo a i portatori di disabilità affinché anche loro possano godere delle bellezze del territorio vicarese.

Insomma, vicopisanoturismo.it è un bel biglietto da visita a cui ha dato un saggio contributo **Erika Pistolesi** di «San Lorenzo alle Corti, ma molto legata al Lungomonte» su cui ha incentrato la sua tesi in informatica umanistica. **Fabrizio Quochi** di Terre di Pisa ha posto l'accento di aggiungere quel logo al sito di Vicopisano per allargare ulteriormente la platea, specialmente una volta ultimata la traduzione in inglese.

«Sempre nell'ottica di un

territorio invitante per i turisti, il sindaco Ferrucci ha annunciato che nel corso di quest'anno saranno effettuati altri interventi di notevole rilievo come i tratti della pista ciclabile, i lavori del terzo lotto al teatro per un importo di circa 250mila euro, con Terme di Uliveto un calendario di convegni medici di alto livello, e nel secondo semestre i lavori di recupero della deliziosa chiesetta sul monte Mirra.

© INFOTURISMO TIRRENO

Figura 38 Articolo il Tirreno



Figura 39 Risposte Task proposte

## 13. Bibliografia

- Francovich R., *Castelli. Storia e archeologia del potere nella Toscana medievale*, a cura di Ginatempo M.A, All'insegna del Giglio, 2000.
- Morani S. e Mori F, *Alla scoperta di Vicopisano*, Comune di Vicopisano, 2017.
- Nielsen J., *Web usability 2.0*, Apogeo, 2006.
- Redi F., Lovitich M. F., *Nuovi studi di storia e di archeologia*, Biblioteca del Bollettino storico, Pacini Editori, 1988.
- Salvatori N., *Slide*, Corso Fiavet, 2021.

## 14. Sitografia

- Audience Insight Facebook, <https://www.italiaonline.it/risorse/audience-insights-di-facebook-come-trovare-il-target-giusto-301>
- Call to action (CTA), <https://www.creativemotions.it/call-to-action-cta/>
- Cateratte Ximeniane, <https://old.viconet.it/turismo/cateratteximeniane>
- Come creare un sito responsive, <https://sos-wp.it/tutorial/wordpress/sito-responsive-come-crearlo-in-wordpress/>
- Come ottimizzare un sito web con i plugin, <https://sos-wp.it/tutorial/seo/come-ottimizzare-sito-con-seo-by-yoast/>
- Conferenza stampa, <https://www.mediaticacomunicazione.it/magazine/eventi/come-quando-e-perche-organizzare-una-conferenza-stampa/>
- Contenuti di qualità: idee per una corretta strategia di content marketing, <https://www.italiaonline.it/risorse/contenuti-di-qualita-idee-per-una-corretta-strategia-di-content-marketing-1278>
- Content Marketing Turistico, <https://www.valentinaianaco.com/content-marketing-turistico-esempi-casi-di-successo/>
- Cosa vuol dire fare storytelling nel digitale, <https://www.digital-coach.it/blog/case-histories/digital-storytelling/>
- Epoca Medievale, <https://old.viconet.it/turismo/monumenti/storia>
- ePub layout fluido, <https://www.ipiratigrafici.it/epub-layout-fisso-o-fluido-pdf-interattivi/>
- Google Analytics, <https://www.netstrategy.it/web-marketing/google-analytics-cose-come-funziona-la-guida-completa>
- Instagram marketing, <https://blog.advmedialab.com/instagram-marketing>
- Iconsquare, <https://www.capterra.it/software/166110/iconsquare>

- I vantaggi dei Pdf interattivi, <https://www.remediagroup.it/it/pdf-interattivi/>
- Inbound marketing e Outbound marketing, <https://www.netstrategy.it/inbound-marketing/differenze-tra-inbound-e-outbound-marketing-qual-e-la-strada-giusta-per-la-tua-azienda>
- Instagram social perfetto per la promozione turistica, <https://altrama.com/instagram-il-social-perfetto-per-la-promozione-turistica/>
- La regola delle 5 W, <https://www.mysocialweb.it/regola-5-w/>
- Linee extraurbane CTT Nord, [https://pisa.cttnord.it/Linee\\_e\\_Orari/linee-extraurbane/L/134](https://pisa.cttnord.it/Linee_e_Orari/linee-extraurbane/L/134)
- L'importanza dei social network nel Turismo, <https://www.eurocamp.srl/social-network-e-turismo/>
- L'influenza dei social media nel turismo, <https://www.culturedigitali.org/linfluenza-dei-social-media-su-viaggi-e-vacanze-la-nascita-del-turista-2-0/>
- My maps, <https://it.softonic.com/articoli/google-my-maps-come-creare-condividere-mappe-personalizzate-google>
- Pagina Instagram Vicopisano Turismo, <https://www.instagram.com/vicopisanoturismo/>
- Pagina Comune di Vicopisano, <https://www.facebook.com/comuneVicopisano/>
- Push marketing vs Pull marketing, <https://www.up3up.it/push-vs-pull-marketing-cosa-sono-e-come-funzionano-queste-strategie/>
- Rapporto musei, <https://www.regione.toscana.it/documents/10180/25323100/Rapporto%20Musei%202020.pdf/3b02bcdd-2e54-56e9-7162-a6843308415b>
- Recensione Enfold, <https://sos-wp.it/recensioni/temi-wordpress/enfold-tema-wordpress-recensione/>
- Report Innovazione digitale nel turismo, [www.osservatori.net](http://www.osservatori.net)

- Report COVID nel settore turistico,  
[https://www.bancaditalia.it/pubblicazioni/note-covid-19/2021/Demma\\_Nota\\_Covid\\_settore\\_turistico\\_e\\_pandemia.pdf](https://www.bancaditalia.it/pubblicazioni/note-covid-19/2021/Demma_Nota_Covid_settore_turistico_e_pandemia.pdf)
- Success Rate, <https://www.nngroup.com/articles/success-rate-the-simplest-usability-metric/>
- Tasso di successo, <https://www.usabile.it/602015-il-tasso-di-successo>
- Usabilità, <http://qualitapa.gov.it/sitoarcheologico/relazioni-con-i-cittadini/open-government/comunicazione-istituzionale-on-line/portale-pubblico/internet/usabilita/index.html>
- Usabilità dei siti,  
[https://webs.rete.toscana.it/lso/c/document\\_library/get\\_file?uuid=db490035-11cf-4920-899e-6a5e1558c3ce&groupId=38526](https://webs.rete.toscana.it/lso/c/document_library/get_file?uuid=db490035-11cf-4920-899e-6a5e1558c3ce&groupId=38526)
- Vicopisano fondo ambiente, <https://fondoambiente.it/luoghi/vicopisano?lde>
- Visite guidate, <https://www.vicopisanoturismo.it/portfolio-articoli/visite-guidate/>

# Ringraziamenti

Così si conclude il mio lungo e meraviglioso percorso di studi. Non avrei mai creduto di potercela fare, ma questo è stato possibile grazie all'appoggio e al sostegno di tante persone presenti nella mia vita.

Inizio ringraziando la professoressa Nicoletta Salvatori per le preziose indicazioni e per avermi sostenuta in questo progetto. Ringrazio tutto il Comune di Vicopisano per avermi dato l'occasione di collaborare con loro, grazie al Sindaco Matteo Ferrucci, in particolar modo a Simona Morani e Ivano Miscali, che mi hanno mostrato le meraviglie di Vicopisano e mi hanno sempre aiutata.

Grazie ai miei amici storici Sarina, Federico, Alessia e Elisa per il sostegno e la spensieratezza, per esserci stati sempre e continuare a farlo, siete la mia seconda famiglia. Ringrazio i miei amici con cui ho condiviso parti importanti della mia vita oltre questo giorno, vi voglio bene, Michelangelo, Iulia, Camilla, Leonardo, Enzo, Rob. Grazie a Nino Bixio che mi ha ospitata nel momento peggiore del nostro periodo storico dandomi affetto, tante emozioni e accogliendomi come una vera coinquilina, mi mancherete xenofamiglia Mario, Cri, Franci, Ale, Al e Sonia.

A tutta la mia famiglia che ha sempre creduto in me, sostenendomi nei momenti peggiori e non lasciandomi mai da sola, siete meravigliosi e sono molto fortunata ad avervi sempre al mio fianco.

A mamma e babbo a tutti i loro sacrifici e al loro amore immenso, siete la mia forza ogni giorno.

A te, Andrea. Le parole sono superflue per ringraziarti di tutti gli anni che abbiamo condiviso, nel bene e nel male. Sei il mio futuro.