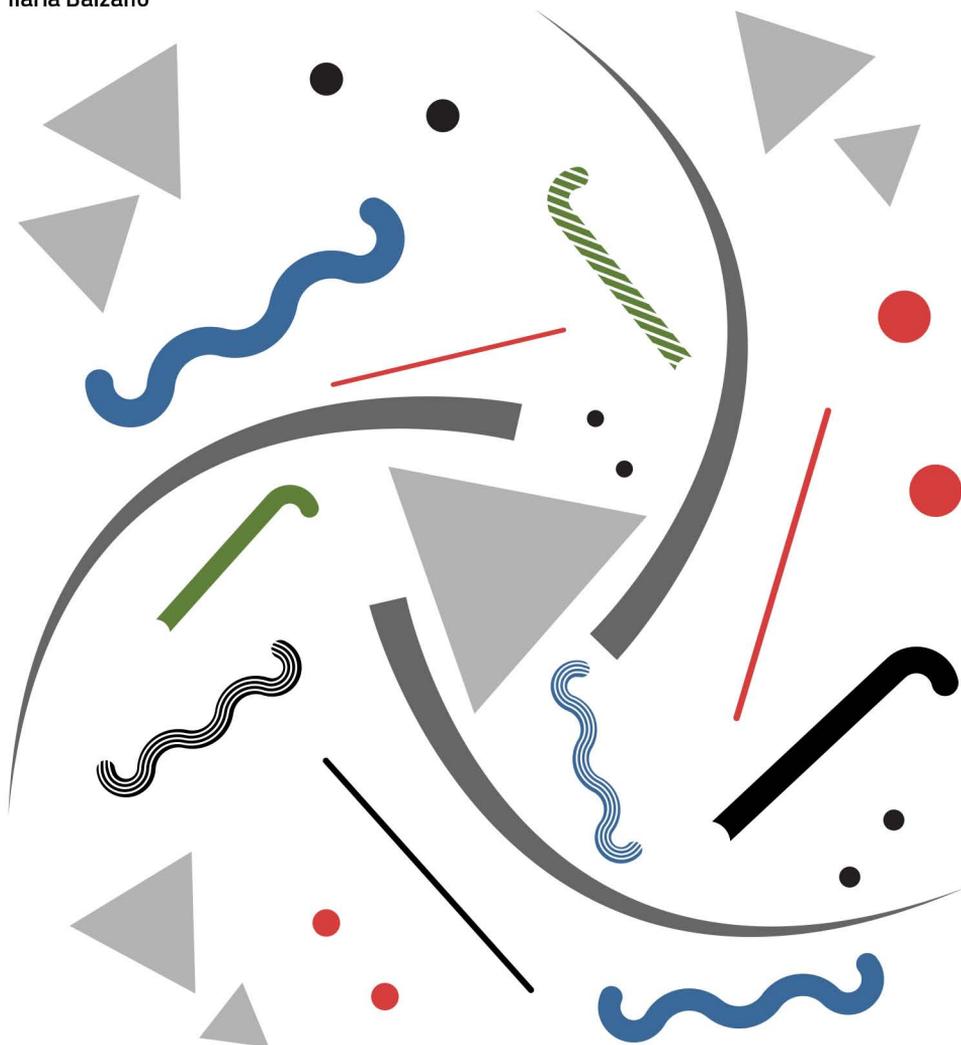


FUNIVIA DEL FAITO

a cura di
Ilaria Balzano



**PROGETTO GRAFICO
DI SOSTENIBILITÀ E VALORIZZAZIONE AMBIENTALE**

Temi e frontiere

della conoscenza e del progetto

TEMI E FRONTIERE DELLA CONOSCENZA E DEL PROGETTO

Direttore scientifico

ORNELLA ZERLENGA, Università degli Studi della Campania "Luigi Vanvitelli", Italia

Comitato scientifico

MAURIZIO ANGELILLO, Università degli Studi di Salerno, Italia

MARIA LINDA FALCIDIENO, Università di Genova, Italia

MARINA FUMO, Università degli Studi di Napoli "Federico II", Italia

PAOLO GIANDEBIAGGI, Università degli Studi di Parma, Italia

MILENA KICHEKOVA, Varna Free University "Chernorizets Hrabar", Bulgaria

KARIN LEHMANN, Hochschule Bochum, Germania

MARIO LOSASSO, Università degli Studi di Napoli "Federico II", Italia

ALEXANDRA SOTIROPOULOU, National Technical University of Athens (NTUA), Grecia

La collana, di carattere multidisciplinare, accoglie volumi che propongono una riflessione critica sull'architettura, sulla città, sull'ambiente (materiale e immateriale) e sull'industrial design, indagandone fonti disciplinari e tendenze culturali con attenzione ai temi della forma, della struttura, dell'innovazione, della rappresentazione e della comunicazione.

Sottomissione e referaggio

I volumi pubblicati in questa collana vengono preventivamente esaminati da almeno due membri del Comitato scientifico, i quali valutano se il contributo risponde alle linee di ricerca della Collana, se si basa su un'adeguata analisi bibliografica relativa al tema proposto e se offre una attenta disamina delle fonti e/o delle tendenze in atto rispetto al tema proposto. Superata questa valutazione preliminare, il volume viene sottoposto al criterio internazionale della Double-blind Peer Review ed inviato a due referees anonimi, di cui almeno uno è esterno al Comitato scientifico. I referees, overrossia i docenti e ricercatori afferenti a diverse Università ed Istituti di ricerca italiani e stranieri e di riconosciuta competenza negli specifici ambiti di studio, costituiscono il Comitato di referaggio. L'elenco dei referees anonimi e delle procedure di referaggio è a disposizione degli enti di valutazione scientifica nazionale e internazionale.

© copyright 2018 La scuola di Pitagora editrice

Via Monte di Dio, 54

80132 Napoli

Telefono e Fax +39 081 7646814

www.scuoladipitagora.it

info@scuoladipitagora.it

È assolutamente vietata la riproduzione totale o parziale di questa pubblicazione, così come la sua trasmissione sotto qualsiasi forma e con qualunque mezzo, anche attraverso fotocopie, senza l'autorizzazione scritta dell'editore.

La copertina e il progetto grafico del volume sono a cura di Ilaria Balzano.

ISBN 978-88-6542-706-4 (versione cartacea)

ISBN 978-88-6542-705-7 (versione elettronica del formato PDF)

La versione elettronica del volume è distribuita gratuitamente.

Stampato in Italia

FUNIVIA DEL FAITO

Progetto grafico di sostenibilità e valorizzazione ambientale

a cura di
Ilaria Balzano

La scuola di Pitagora editrice

Introduzione

EAV e la Funivia. Un rilassante viaggio panoramico a bordo della Funivia del Faito 3
Umberto De Gregorio

Università e Terza Missione 5
Giuseppe Paolisso

Il Protocollo d'Intesa come sostenibilità ambientale 6
Luigi Maffei

Il progetto del marchio per la Funivia del Faito 7
Ornella Zerlenga

Laurearsi a V:DADI_DC 9
Ilaria Balzano

1. Il design grafico per i trasporti 12

2. Monte Faito. Un gigante dalle mille risorse 18

3. Il progetto della Funivia del Faito 22

4. L'illustrazione per il monte e la funivia del Faito 29

5. Progetto grafico di identità visiva per la Funivia del Faito 35

Credits e ringraziamenti 46

EAV e la Funivia

Un rilassante viaggio panoramico a bordo della Funivia del Faito

Umberto De Gregorio – Presidente del C.d.A. di EAV

La *Skyway* del Monte Faito o più semplicemente la Funivia del Monte Faito non è solo una modalità di trasporto per raggiungere, in soli 8 minuti di percorrenza, i 1.092 metri di altezza. È un'un'esperienza unica che allarga gli orizzonti del viaggiatore, attraverso il passaggio, lento e continuo, dal mare alla montagna e viceversa.

Oggi, la funivia, rappresenta per EAV e per la collettività un'attrazione naturalistica, culturale e turistica che a differenza del treno o dell'autobus, regala, dall'alto di una cabina, un panorama esclusivo di grande suggestione. Un viaggio da compiere in assoluto relax ed al contempo nel rispetto della natura.

La storica funivia del Monte Faito, oggi gestita da EAV, è una struttura a cabina chiusa che entrò in funzione nel 1952, in maniera discontinua fino al 1990, quando fu riattivata in via continuativa. Nel 2012, l'impianto fu chiuso di nuovo per mancanza di fondi ed ha riaperto definitivamente a maggio del 2016 grazie ai finanziamenti della Regione Campania, guidata dal Presidente Vincenzo De Luca.

La bellissima Funivia del Faito ha ripreso le sue emozionanti corse per la stagione 2019 dopo un programma di adeguamento strutturale e di restyling che hanno interessato gli impianti e le due vetture; in particolare è stata cambiata la livrea delle cabine, sulle quali è riportato il nuovo logo ideato dalla studentessa Ilaria Balzano e dal Dipartimento di Architettura e Disegno Industriale della Università degli studi della Campania 'Luigi Vanvitelli'.

Il nuovo logo descrive la funzione che ha la funivia nel connettere il mare alla montagna. Un triangolo equilatero in cui tutti i lati hanno la

stessa importanza e sono l'uno l'essenza dell'altro: il mare, la montagna e la funivia.

Il nuovo logo della Funivia del Faito, accompagnato dalla nuova filosofia aziendale al passo coi tempi, trasparente ed attenta alla tematica ecologica, rende l'impianto un simbolo di orgoglio per l'EAV e per il territorio circostante.

Università e Terza Missione

Giuseppe Paolisso – Rettore dell'Università degli Studi della Campania 'Luigi Vanvitelli'

Oltre alle attività di insegnamento e ricerca, oggi l'Università promuove azioni per interagire direttamente con società, soggetti e gruppi sociali, rendendosi disponibile a più modalità di relazione con il contesto. Questa nuova attività è definita 'Terza Missione' e, come riportato nell'Ottavo Rapporto ANVUR sulla Valutazione della Qualità della Ricerca (2013), si identifica con la «propensione delle strutture all'apertura verso il contesto socio-economico, esercitato mediante la valorizzazione e il trasferimento delle conoscenze».

Se l'Università produce beni pubblici per il benessere della società, la Terza Missione ha scopo culturale e sociale. Le forme di attivazione sono in genere molteplici e non tutte uniformate, come la programmazione di eventi e beni culturali, la gestione di poli museali, scavi archeologici e/o divulgazione scientifica. Se il fine è sociale, l'intervento può essere mirato alla salute pubblica, ad attività a beneficio della comunità, a consulenze tecnico-professionali fornite in *équipe*; se, ancora, l'obiettivo è educativo, le azioni possono riguardare l'educazione degli adulti, *life long learning* e formazione continua; infine, se la meta è la crescita della consapevolezza civile, l'Università agisce attivando dibattiti e controversie pubbliche così come *expertise* scientifica.

Queste attività sono molto diffuse nelle Università italiane, interessando soprattutto le scienze sociali e umane. In tal senso, il Protocollo d'Intesa firmato fra il Dipartimento di Architettura e Disegno Industriale della Università della Campania *Luigi Vanvitelli* e l'EAV, Ente Autonomo Volturno, per l'organizzazione di eventi di pubblica utilità costituisce quel *quid* che lega il portato metodologico e scientifico dell'Università al territorio, promuovendone la consapevolezza.

Il protocollo d'intesa come sostenibilità ambientale

Luigi Maffei – Direttore del Dipartimento di Architettura e Disegno Industriale

In generale, l'ambito della Terza Missione promosso per il benessere della società a scopo culturale e sociale è un'attività molto diffusa fra i Dipartimenti universitari, e, attraverso azioni di cooperazione con organizzazioni esterne (quali *partnership*, accordi e protocolli di intesa), questa forma di collaborazione fra parti si esplica soprattutto attraverso attività di *networking*, organizzazione di conferenze, mostre, eventi di pubblica utilità, giornate di sensibilizzazione.

Su queste basi è stato stipulato il recente Protocollo d'Intesa fra il Dipartimento di Architettura e Disegno industriale dell'Università degli studi della Campania 'Luigi Vanvitelli' e l'EAV, Ente Autonomo Volturmo, per avviare non soltanto una cooperazione nella formazione professionale dei discenti attraverso apporti metodologici e disciplinari integrati fra università e azienda, quanto partecipare al comune obiettivo di valorizzare il dialogo con la società.

In tal senso, la stesura dell'elaborato di prova finale, operata dalla nostra giovane laureanda del corso di studio in *Design e Comunicazione* sulla costruzione dell'identità visiva da affidare al primo marchio elaborato per la Funivia del Faito, ha rappresentato un portato nuovo sia formativo che culturale. La cooperazione fra tutor universitari e aziendali nella redazione della prova finale ha consentito non soltanto di coniugare un approccio concreto e reale alla configurazione del prodotto a vantaggio del discente, ma anche di elaborare un marchio capace comunicare alla collettività civile un valore aggiunto, quello della mobilità sostenibile a favore dell'ambiente.

Il progetto del marchio per la Funivia del Faito

Ornella Zerlenga – Responsabile scientifico del Protocollo d'intesa

Quando abbiamo firmato il Protocollo d'Intesa fra il Dipartimento di Architettura e Disegno industriale dell'Università degli studi della Campania 'Luigi Vanvitelli' e l'EAV, Ente Autonomo Volturmo, l'impegno è stato notevole, ma anche l'emozione. Si trattava di costruire per la prima volta l'immagine visiva che avrebbe veicolato un servizio pubblico peculiare, quello del trasporto su fune in uno dei territori di maggiore fascino ambientale della provincia napoletana: quello compreso fra Castellammare di Stabia e il monte Faito.

L'occasione è stata la redazione della prova finale per il conseguimento della laurea da parte della giovane allieva Ilaria Balzano, iscritta al corso di laurea triennale in *Design e Comunicazione* presso il suddetto dipartimento. La cooperazione fra università e impresa, azienda e/o ente costituisce una delle forme più innovative degli attuali percorsi didattici interni all'offerta formativa universitaria: il tirocinio o stage, infatti, si configura come un periodo di formazione *on the job* all'esterno dell'aula universitaria e rappresenta un'occasione di conoscenza diretta e concreta del mondo del lavoro nonché di acquisizione di specifiche professionalità.

In questo caso, però, il protocollo d'intesa ha consentito all'allieva non soltanto di interfacciarsi con ruoli, esigenze e modalità reali del mondo del lavoro (nella fattispecie, simulando il ruolo di una giovane *graphic designer* a cospetto di un virtuale committente, l'EAV) quanto di svolgere la propria ricerca all'interno di un tema di grande attualità e dal forte impatto sociale, quello della mobilità sostenibile. Infatti, il tema dei trasporti assume oggi un ruolo decisamente critico, soprattutto per quanto attiene al dialogo con società che sempre più vivono la dimensione metropolitana. L'istanza di trasporti sicuri ed efficienti, capaci di connettere rapidamente luoghi diametralmente opposti e, al contem-

po, di essere economici e poco inquinanti rappresenta una delle principali esigenze della sostenibilità contemporanea.

Per rispondere a questa esigenza, le funivie o cabinovie urbane sembrano essere una soluzione adeguata alla domanda, soprattutto perché non richiedono di individuare spazi per scavare tunnel o tracciare corsie stradali speciali laddove in città, si sa, lo spazio scarseggia. In sud America, in nord Africa, in estremo oriente ma anche in Europa, molte città si sono e si stanno dotando di funivie, che stanno rappresentando un mezzo di trasporto efficace, silenzioso, economico e soprattutto ecologico grazie al motore elettrico, che le connota.

In tal senso, il suddetto protocollo d'intesa firmato con EAV contiene un altro valore aggiunto, quello della Terza Missione a cui oggi le Università sono chiamate a rispondere in termini di interazione con il territorio. Già in passato il nostro Dipartimento ha firmato protocolli d'intesa con associazioni, fondazioni, enti, ecc., per condividere il comune impegno etico-culturale verso i temi di valorizzazione e sostenibilità ambientale (fra cui le più recenti giornate di sensibilizzazione contro l'uso della plastica monouso con la redazione del marchio *V:plasticfree*), aprendo le porte delle proprie attività scientifico-formative a comunità, società e territorio.

Con la costruzione grafica dell'identità visiva per il marchio della Funivia del Faito, elaborato dalla studentessa Ilaria Balzano e a cui l'EAV ha riconosciuto una borsa di studio, il Dipartimento di Architettura e Disegno industriale lancia una sfida: incentivare l'economia, sostenere la salute dell'ambiente e valorizzare il territorio del monte Faito giungendovi sempre più in funivia.

Mi sono iscritta al corso di laurea triennale in Design e Comunicazione nel 2015. Il corso, con sede nella storica abbazia di San Lorenzo ad Septimum ad Aversa, fa parte dell'offerta formativa del Dipartimento di Architettura e Disegno Industriale dell'Università degli Studi della Campania 'Luigi Vanvitelli'.

Mi sono iscritta a questo corso di laurea perché volevo acquisire maggiori conoscenze e competenze nel design del prodotto, degli interni e, in particolare, della comunicazione grafica di cui ero attratta per la capacità di sintesi dei concetti e l'immediatezza del messaggio.

A conclusione del mio percorso formativo ho scelto di svolgere la mia tesi di laurea nel campo della progettazione grafica e, in particolare, sulla costruzione dell'identità visiva per la sostenibilità e la valorizzazione ambientale. In accordo con il mio tutor universitario, dopo aver verificato alcune possibilità ed essere venuta a conoscenza che la Funivia del Faito non avesse un marchio che la identificasse, la scelta dell'oggetto di studio si è costruita attorno alla possibilità di elaborare un marchio che ben veicolasse e integrasse l'idea di questo tipo di trasporto su fune con la bellezza paesaggistica del monte Faito e la funzione di collegamento della funivia fra mare e montagna. Situazione, questa, decisamente speciale e unica.

In tal senso, ho avviato il lavoro finale progettando il primo marchio identitario per la Funivia del Faito.

L'obiettivo del progetto è stato quello di creare un marchio semplice nelle sue linee essenziali ma, tuttavia, capace di porre in sintesi la caratteristica principale della funivia ovvero che, partendo dal livello 0 m slm, unisce il mare alla montagna e la montagna al mare. Al contempo, favorendo anche il rilancio pubblicitario di utilità e praticità della funivia in ambito turistico, questa operazione grafica avrebbe attivato anche

un altro obiettivo ovvero la sostenibilità e la valorizzazione dell'ambiente attraverso l'uso di un mezzo di trasporto peculiare come la funivia. Lo sviluppo del progetto è stato organizzato in due fasi: la prima, analitica e di raccolta dei dati; la seconda, progettuale. Nella prima fase ho studiato più approfonditamente la storia del design grafico per i trasporti e, in particolare, i loghi e le segnaletiche con riferimento ai progettisti. Ho raccolto e analizzato depliant, cartoline e illustrazioni che, in generale, hanno veicolato nel tempo le bellezze paesaggistiche del monte Faito, nonché la storia e le caratteristiche della funivia. Determinante per la conoscenza dei luoghi è stata la fase di sopralluogo in sito, utile sia per conoscere i luoghi naturali e capire che l'altro protagonista dell'habitat Faito è il panorama del golfo di Castellammare di Stabia, che per comprendere la funzionalità tecnologica dell'impianto di funivia recentemente ristrutturata in tutte le sue parti: piloni, funi, cabine, stazioni.

La raccolta di antiche fotografie, depliant, locandine e cartoline del territorio del monte Faito e della funivia è stata accurata e, attraverso la loro analisi grafica, è stato possibile evidenziare lo stile con cui si è diffusa progressivamente nel tempo l'immagine del Faito e della funivia. Questa crescita pubblicitaria del Faito e della funivia si arrestò, purtroppo, nel 1960 quando un tragico incidente causò la caduta di una cabina con perdita di vite umane. L'evento segnò un'epoca di oscurantismo pubblicitario dovuto anche alla conseguente chiusura dell'impianto. Negli anni '90, l'impianto fu riaperto, ma nel 2012 il servizio di trasporto su fune fu nuovamente interrotto a seguito di mancanza dei fondi per l'adeguamento strutturale dell'impianto. Nel 2013, dopo l'acquisto della funivia da parte dell'EAV, Ente Autonomo Volturno, l'impianto fu sottoposto a una serie di interventi strutturali per assicurare gli standard normativi di sicurezza ed efficienza fino a quando nel 2016 la Funivia del Faito riaprì al pubblico. L'apertura fu salutata dai media, che ne esaltarono il massimo comfort raggiunto per i viaggiatori.

Conclusa la fase di conoscenza dei luoghi naturali, della funivia e dell'impatto pubblicitario, la fase progettuale è stata finalizzata all'ideazione del marchio "Funivia del Faito", analizzando le identità visive di eventuali competitors.

Fondamentale per lo sviluppo del concept del marchio è stata l'elaborazione di numerosi schizzi a matita, che hanno permesso di ben ragionare su finalità, proporzioni, segni grafici, impatti visivi. Il *work in progress* è stato utilissimo, così come i confronti disciplinari e tecnici con il tutor universitario e aziendale.

Individuata l'idea vincente, il disegno è stato sottoposto alla definizione grafica attraverso la verifica geometrica e cromatica dei segni. Dopo una serie di interviste con l'azienda e prove grafiche, il marchio è stato applicato sulla cabina per calibrarne posizione e dimensione rispetto ai fronti e al fondo della stessa e, poiché la Funivia del Faito è costituita da due cabine (una in salita e una in discesa), sono state scelte due coppie di colori differenti.

La campagna di identità visiva per il marchio della Funivia del Faito è stata poi estesa anche alla comunicazione turistico-pubblicitaria con la redazione grafica di un manifesto (che invita a "Viaggiare con noi"), di un depliant (che restituisce informazioni sul monte Faito, sulla funivia e sul progetto del marchio) e di un video-spot di durata breve (che sarà trasmesso attraverso il canale della EAV nelle sue stazioni).

Nel concludere questa mia esperienza formativa, da studentessa posso dire che mai mi sarei aspettata di essere, prima ancora di laureami, la designer del primo marchio della Funivia del Faito e che questo sogno si realizzasse. L'Università sta cambiando e il Territorio anche, e posso dire che quando si incontrano Università, costituite da personale competente e sagace, come la Vanvitelli di cui sono fiera di esserne stata studentessa, e altrettanto Aziende, come l'EAV che ringrazio per avermi seguito durante tutte le fasi di stesura della tesi, per noi studenti diventa facile 'superare' tutti gli ostacoli per prepararsi alla Vita etica e professionale in piena consapevolezza.

1. IL DESIGN GRAFICO PER I TRASPORTI

I tre elementi progettuali tramite cui è veicolato il trasporto, da intendersi come servizio e funzione integrante di un sistema complesso di relazioni sociali, sono l'identificazione, la direzione e l'informazione. In generale, ci si rapporta al territorio attraverso una mappa, che costituisce il modo di sintetizzare le informazioni di un territorio e, ai mezzi di trasporto su di esso.

In genere si intende per design grafico per i trasporti un insieme di 'segni' aventi la funzione di 'segnali', ovvero segni grafici convenzionali che hanno la caratteristica comune e lo scopo di richiamare l'attenzione dell'utente per comunicare informazioni e ammonimenti.

Spesso però accade che non sempre la progettazione grafica per i trasporti guida chiaramente verso la meta desiderata: spesso fraintende perché il segno-segnale è troppo complicato o non sufficientemente essenziale. I grandi progetti di comunicazione grafica per i trasporti (per esempio l'Unimark, la Metropolitana di Milano di Bob Noorda o quella di San Paolo del Brasile di Massimo Vignelli e Noorda, l'Azienda dei trasporti di Venezia di Giulio Cittato) utilizzano un linguaggio grafico chiaro in cui un sistema agevolato di segni (ben distinti da altri presenti sul territorio) restituisce con immediatezza tutte le informazioni utili per la direzione cercata. In tal senso, anche i colori usati per questi segni sono diversi da quelli comunemente utilizzati per l'insieme architettonico della città. In tal senso, progettare un sistema di segni grafici per i tra-

sporti turistici o per identità culturali è impresa ardua perché aumenta la complessità sia in relazione ai segni-simboli da progettare sia in relazione alle caratteristiche identitarie dei luoghi artefatti (città) o naturali (parchi). La necessità di chiarezza aumenta perché il segno deve essere sufficientemente identitario, fortemente connotativo dei luoghi e al contempo non deve costituire un racconto per immagini iconiche complicato. Tutto ciò significa 'disegnare' segni facili da capire senza fraintendimenti, ma anche sufficientemente originali da essere connotativi di un luogo.

La comunicazione grafica deve dunque raccontare, illustrare, consigliare percorsi culturali e/o turistici ma i segni di cui si serve devono essere sufficientemente diversi, per esempio, da quelli della comunicazione grafica del codice stradale. Lo stesso territorio è interpretato su due mappe grafiche complementari con finalità diverse: una, per comunicare e informare sui servizi; l'altra, per comunicare e informare le specificità culturali. La progettazione grafica dei segni diventa un'operazione creativa complessa e multifunzionale.

Per concludere, il design grafico per i trasporti apre a nuove opportunità in quanto non è soltanto un servizio funzionale all'informazione, ma un investimento culturale ed economico capace di attivare il consumo di beni altrimenti sconosciuti e improduttivi per la comunità. La cosiddetta 'grafica di pubblica utilità' diventa allora una grande opportunità di intervento creativo per attivare potenzialità comunicative non solo per il progetto di un sistema di trasporti inteso in senso unicamente funzionalistico, ma per costruire identità visive capaci di risvegliare la memoria storica e culturale di un territorio e di avvicinare il pubblico alla fruizione del territorio attraverso trasporti sostenibili.

BOB NOORDA E LA SEGNALETICA

MM, una metro di carattere



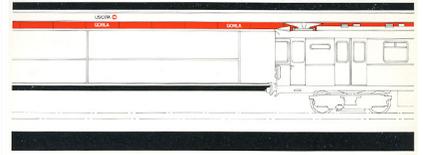
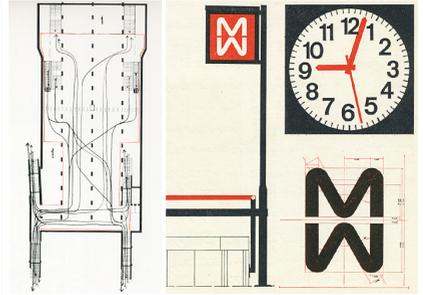
«Ho sempre dedicato la massima attenzione allo studio di ogni dettaglio. [...] Quando si lavora con il lettering e la tipografia, la cosa essenziale è ottenere la miglior leggibilità possibile. [...] Un designer è bravo se sa risolvere un problema, se offre un buon servizio, se propone una soluzione utile».

B. Noorda, F. Dondina, *Una vita nel segno della grafica*, 2009, p. 63.

Il designer e architetto Bob Noorda, noto per aver realizzato nel 1964 il sistema di segnaletica e allestimento visivo del nuovo sistema di trasporto della Metropolitana milanese, è nato ad Amsterdam nel 1927 e morto a Milano nel 2010.

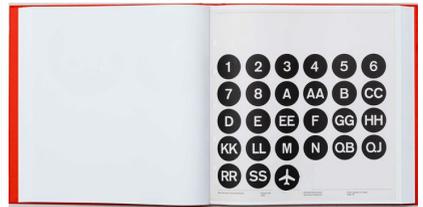
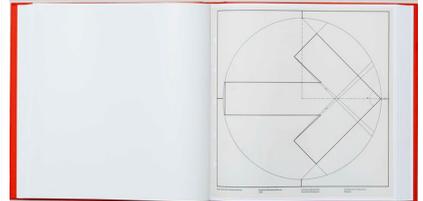
Per la Metropolitana milanese, Bob Noorda studiò un sistema di segnali visivi che orientasse gli utenti con rapidità e facilità. In tal senso, la prima idea grafica fu quella di ripetere ogni cinque metri il nome della stazione per renderlo visibile da ogni carrozza. Per la linea 1 fu scelto il rosso per il colore di fondo e il bianco per la scritta, che fu studiata partendo dal carattere Helvetica. Questa soluzione rappresentò una sfida grafica in quanto il bianco era leggibile in negativo sul fondo rosso; inoltre, furono modificate le ascendenti e le discendenti del carattere in modo che all'occhio esso risultasse più grande e facilmente leggibile. Nacque così il carattere "Noorda".

Il sistema grafico progettato comprendeva anche simboli e pittogrammi, oggi non più presenti, così come l'emblema che campeggiava alle uscite delle stazioni metropolitane era rappresentato da un logo con due 'M' speculari sovrapposte, non più adottato a favore dell'attuale.



← SESTO S. GIOVANNI

← USCITA



MASSIMO VIGNELLI



Il designer italiano Massimo Vignelli è nato a Milano nel 1931 e morto a New York nel 2014.

Durante la sua lunghissima carriera, Massimo Vignelli si è occupato di diversi settori dell'industrial design ed è stato sempre affiancato dalla moglie Lella con cui creò la Vignelli Design. Il settore produttivo nel quale Vignelli è stato più fecondo, è stato quello del graphic design ma si è interessato anche al prodotto, alla progettazione di esibizioni, di linea di vestiti e di diverse sedute per marchi importanti.

Vignelli è stato uno dei principali protagonisti del rinnovamento del design grafico internazionale a partire dagli anni '60.

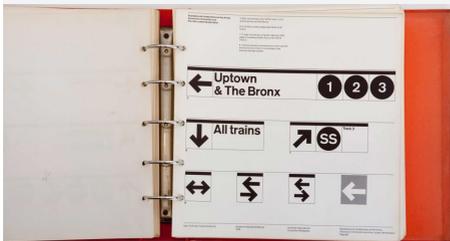
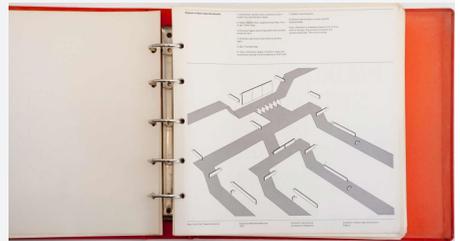
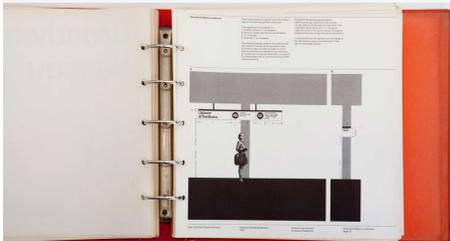
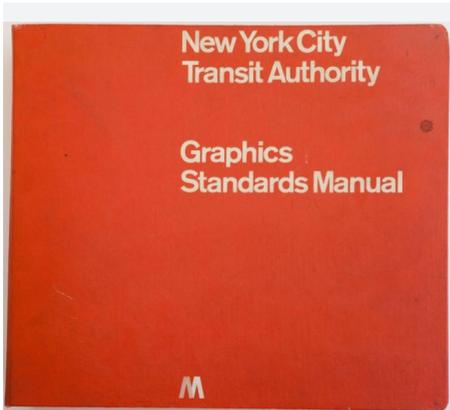
Nel 1972, insieme alla moglie, Vignelli progettò la mappa della metropolitana di New York City. Il sistema di segni grafici, estremamente stilizzato, durò solo fino al 1979. Infatti, a causa di alcune contraddizioni fra le fermate sulla mappa e quelle reali, il progetto fu ritirato. Nonostante ciò, questo è il più noto progetto grafico di Vignelli. Per il mondo del graphic design esso fu uno dei lavori più iconici che influenzerà la progettazione grafica futura nel campo dei trasporti per la sua capacità di unire lo stile modernista europeo con quello americano. Oggi il progetto è esposto al MOMA.

New York Subways



Downtown & Brooklyn

Broadway Nassau



2. MONTE FAITO UN GIGANTE DALLE MILLE RISORSE



Il monte Faito è una meta molto frequentata soprattutto in estate quando diventa rifugio dalle afose giornate estive della penisola sorrentina, rappresentandone un fresco riparo. Il monte Faito fa parte della catena montuosa dei monti Lattari ed è alto 1.131 metri. Al monte Faito si accede sia da Castellammare di Stabia che da Vico Equense. Inoltre, il monte è raggiungibile con l'omonima funivia, conosciuta anche come 'la panarella' e attualmente gestita dall'E-AV, Ente Autonomo Volturno.

L'accesso alla Funivia del Faito è possibile anche grazie alla fermata 'Castellammare di Stabia' del Campania Express, un treno turistico che mette in collegamento alcune fra le località più belle della costiera sorrentina provenendo da Napoli. Ogni cabina della funivia del Faito può trasportare 35 persone e impiega solo 8 minuti per percorrere l'intera tratta fino alla stazione superiore, situata a 1.092 m slm.

2.1. storia e descrizione

Il monte Faito è formato da rocce prevalentemente di tipo calcareo e deve il suo nome alle faggete che crescono sulle pendici. Sul monte Faito sono inoltre presenti anche altri tipi di alberi, poco frequenti in Italia, e diverse sono le sorgenti fra cui 'la Lontra'.

Sul Faito, secondo tradizione, ai santi Catello e Antonino, raccolti in preghiera, apparve l'Arcangelo Michele, a cui è dedicato il santuario sul monte.

Per la presenza di folta alberatura di alto fusto, il monte Faito fu sfruttato in più secoli per la produzione di legno. Nel 1783, grazie a questa notevole risorsa naturale il re Ferdinando I delle Due Sicilie costruì il cantiere navale di Castellammare di Stabia. Questa risorsa lignea del monte Faito servì al cantiere anche per la costruzione delle navi. Altra importante risorsa del Faito fu rappresentata dalla produzione di ghiaccio. Durante la stagione invernale, infatti, era uso riempire ampi fossati con più strati di neve e foglie che, nel tempo, ghiacciavano e venivano utilizzati come 'neviere' durante la stagione estiva per conservare i cibi.

L'importanza del monte Faito crebbe notevolmente a partire dalla seconda metà del secolo scorso quando furono costruiti numerosi alberghi, villette residenziali e un centro sportivo con piscina per sviluppare un'economia turistica. Nel 1952, la cima del monte fu collegata a Castellammare di Stabia attraverso la realizzazione di una funivia.

Nel 1955, presso il Santuario di S. Michele, furono impiantati dalla RAI diversi ripetitori per il servizio televisivo con un notevole impatto ambientale.

2.2. cosa fare e cosa vedere sul monte Faito

Appena ci si comincia a inerpicare per la strada che conduce alla vetta del monte Faito, ciò che immediatamente colpisce è la straordinarietà dei panorami, che si ammirano, fra i faggi e la caratteristica atmosfera di montagna. I panorami, che si possono ammirare, sono molteplici: sia dalla strada carrozzabile che avventurandosi per i sentieri che si perdono fra i boschi. Il panorama apre sull'intero golfo di Napoli con, da un lato, la penisola sorrentina fino all'isola di Capri e i Faraglioni; dall'altro, il Vesuvio, l'area vesuviana, Napoli e il golfo.

I punti dove gli appassionati possono dedicarsi alle riprese fotografiche sono diversi e, uno dei migliori, è certamente il Belvedere: uno strapiombo naturale, che guarda sulla collina di Pozzano e che apre le porte al golfo. Nelle giornate più limpide, questo panorama regala uno spettacolo mozzafiato, specie al tramonto quando la vista arriva fino al litorale Domizio attraverso un trionfo di colori.

Passeggiando nella natura, fra i tanti sentieri e vialetti pedonali, è possibile osservare anche una grande varietà di piante e diverse specie di animali, che trovano rifugio nella fitta vegetazione. I boschi sono ricchi di faggi, abeti bianchi e rossi, pini, conifere, ontani e numerose altre essenze centenarie come i castagni, che sono utilizzati per il legname e, soprattutto, per i dolcissimi frutti protagonisti di golose sagre autunnali.

Vicino al Santuario di San Michele e sulle pareti della Grotta della sorgente dell'Acqua Santa cresce la minuscola *Pinguicola hirtiflora*, una rarissima pianta

carnivora oltre all'*Erica terminalis*, la *Lonicera stabiense* (caprifoglio) e la *Campanula fragilis*. Nel sottobosco si trovano fragole, ciclamini, corbezzoli, rose selvatiche e, più a valle, il finocchietto selvatico, profumatissimo aroma di molte ricette gastronomiche locali. Le volpi e i cinghiali sono difficili da incontrare mentre è più facilmente possibile imbattersi in ricci o nelle appariscenti salamandre pezzata. Fra i tantissimi uccelli, si possono vedere ascoltare il canto di merli, pettirossi, gheppi, falchi pellegrino, fringuelli, verdoni e cardellini.

Sul monte Faito vi sono anche servizi ricettivi come ristoranti, bar e centri sportivi con giochi per bambini. Inoltre, durante il periodo estivo e autunnale, sul monte Faito sono ospitate numerose manifestazioni culturali e folkloristiche come la sagra della castagna, che si tiene ogni anno nel mese di novembre.



3. IL PROGETTO DELLA FUNIVIA DEL FAITO



La Funivia del Faito è un impianto funiviario, che collega il comune di Castellammare di Stabia con il monte Faito, dal quale la funivia prende il nome. L'esercizio è gestito attualmente dall'EAV, Ente Autonomo Volturmo.

3.1. vicende storiche

La Funivia del Faito fu aperta al pubblico il 24 agosto 1952. Lo scopo fu prevalentemente turistico ovvero collegare rapidamente il monte Faito con la linea costiera. La stazione a valle fu ubicata a Castellammare di Stabia, creando per l'epoca un intelligente interscambio di trasporto pubblico fra treno e funivia in quanto lungo la linea ferroviaria Napoli-Sorrento era già presente una stazione ferroviaria della Circumvesuviana.

L'unico incidente che riguarda la storia di questo impianto di trasporto a fune avvenne il 15 agosto 1960 quando al primo cavalletto la cabina proveniente dal monte Faito si sganciò dai fili di trazione e cadde sui binari della ferrovia sottostante, provocando la morte di quattro persone. Le cause non furono accer-

tate e si parlò di alta velocità della cabina. Dopo questo incidente furono avviati i lavori di manutenzione e la sostituzione delle due cabine, che furono colorate in tinta di celeste rispetto a quella avorio e rossa delle precedenti. Nel 1988 iniziarono ulteriori lavori di ammodernamento, finanziati sia dalla Regione Campania che dal Ministero dei Trasporti. L'impianto fu riaperto nel 1990 e le principali caratteristiche di modernità furono il nuovo cambio delle due vetture (ora in livrea grigia con righe rosse) e l'apposizione del simbolo della Circumvesuviana sia sulla fiancata anteriore che quella posteriore. Nel 2012 l'impianto fu chiuso di nuovo a causa della mancanza di fondi per l'adeguamento strutturale.

Nel 2013 l'impianto passò dalla gestione della Circumvesuviana a quella dell'EAV, Ente Autonomo Volturno. Negli ultimi mesi del 2015 furono avviati i lavori di manutenzione. Il servizio di trasporto in funivia fu riaperto il 4 maggio 2016. I lavori di ristrutturazione, senza mai interrompere l'attività dell'impianto, proseguirono nel 2017 per terminare nella prima decade del 2018. Oggi il servizio pubblico della Funivia del Faito è solitamente attivo nel periodo primaverile ed estivo.

3.2. caratteristiche tecniche

L'impianto della Funivia del Faito consiste in due stazioni: una, a valle e chiamata 'stazione motrice', è situata nella stazione di Castellammare di Stabia dove si trovano tutti gli organi necessari per il funzio-

namento; l'altra, sul monte Faito, è definita 'stazione di rinvio', ed è posta all'altezza di circa 1.100 metri. Durante il percorso su fune si incrociano tre cavalletti per regolare il cambio di pendenza. La distanza aerea di circa 3 chilometri viene coperto in 8 minuti grazie a una velocità di 7,5 metri al secondo. Le cabine sono due e partono in contemporanea dalle due stazioni. Esse hanno una capacità di trasporto di 35 persone e garantiscono una portata di 500 utenti per ora. La potenza dei due motori è di circa 180 kW.

La Funivia del Faito è denominata tecnicamente 'funivia bifune a va e vieni'. Essa è formata da due funi portanti, da cui sono sospese e scorrono le vetture. Le cabine sono collegate da una fune ad anello chiuso, che svolge la funzione di fune traente per far muovere le vetture fra le stazioni. La funivia è bifune per le due tipologie di fune, portante e traente. Il movimento è detto 'a va e vieni' perché mentre una vettura sale, l'altra contemporaneamente scende. Tutte le funi sono 'contrappesate' per tenere sotto controllo le forze variabili a cui sono sottoposte.

Così descritta, la funivia è apparentemente semplice. In realtà, per poter far funzionare un impianto di questo genere occorre un sistema molto complesso, formato, oltreché dalle funi di cui sopra, da una serie di apparati, che si possono riassumere in trazione, frenata, comando, controllo e comunicazione. Per evidenti motivi di sicurezza, ognuno di questi apparati è duplicato. In particolare, e semplificando, la Funivia del Faito ha due motori (cosiddetti 'principali'), utilizzati per la trazione, ciascuno della potenza di 180 Kw, che sono uno di riserva all'altro e alternati nel normale esercizio. Vi sono poi ulteriori due motori (di tipo oleodinamico), che fungono da motori di riserva e soccorso nel caso di guasto ai motori principali. Tutto è supportato da un

gruppo elettrogeno dedicato, che entra in funzione in caso di mancanza di energia elettrica. L'avvicinamento delle due vetture alle stazioni è effettuato con un rallentamento progressivo e graduale negli ultimi 100 metri di tragitto. Il percorso su fune è costantemente monitorato in modo automatico.

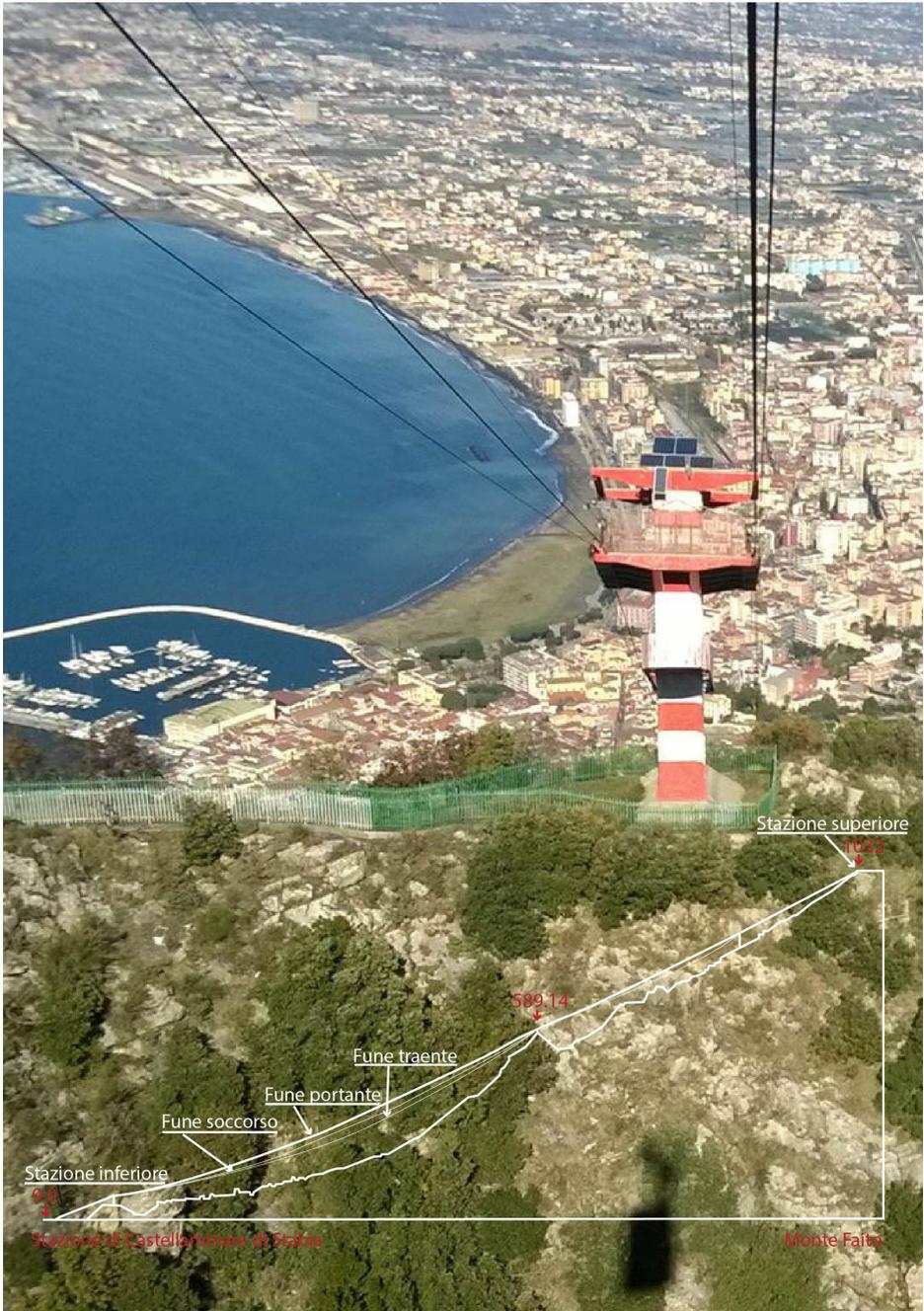
Tutto il movimento delle vetture è controllato da un banco di manovra, costantemente presenziato da un agente 'guidatore' appositamente abilitato, ubicato presso la stazione inferiore a cui arrivano tutti i dati caratteristici e significativi. Il banco è dotato del cosiddetto 'uomo morto' che, per i non addetti ai lavori, è un pedale che deve essere premuto dal guidatore e che serve a tenerlo 'sveglio': in caso contrario, l'impianto si blocca. Tutto il sistema è costantemente comandato, controllato e monitorato da un apparato elettrico formato da due circuiti duplicati e perfettamente uguali, che funzionano contemporaneamente.

Fra le stazioni e fra le stazioni e le vetture, esiste un sistema di comunicazione, anch'esso duplicato, per trasmettere tutti i dati per il normale funzionamento della funivia e per far comunicare gli agenti fra loro. In caso di anomalie, il sistema ferma l'impianto in modo automatico. Il sistema è dotato da una cosiddetta 'scatola nera' ovvero da un registratore di eventi, che provvede ad acquisire tutti i dati caratteristici di ogni singola corsa e a memorizzare quelli significativi.

La funivia è anche costantemente presenziata da personale addestrato e abilitato a gestire il normale esercizio nonché a intervenire in caso di emergenza.

Tutti gli elementi e gli apparati descritti sono periodicamente verificati, mantenuti e revisionati.

Tutte le operazioni sono effettuate e documentate nel pieno rispetto della normativa di legge in vigore in Italia, che è considerata fra le più rigide d'Europa.



Funivia del Faito (in tratto bianco il profilo altimetrico)



Esterno stazione inferiore



Segnaletica



Esposizione museale



Sala macchine



Banco di guida



Profilo altimetrico



Vista frontale della cabina



Vista laterale della cabina



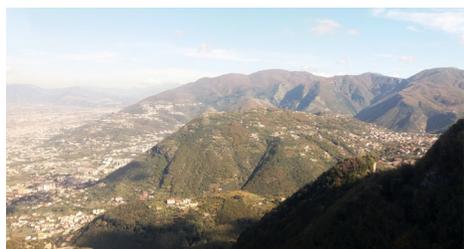
Stazioni della Funivia del Faito e della Circumvesuviana



Vista panoramica sul golfo di Napoli



Vista sottostante dalla cabina



Vista panoramica sui monti circostanti



Vista panoramica dal Monte Faito

4. L'ILLUSTRAZIONE GRAFICA PER IL MONTE E LA FUNIVIA DEL FAITO

4.1. pieghevoli e fotografie per il monte Faito

L'illustrazione a destinazione turistica ha da sempre svolto un ruolo rilevante nella promozione di una località e nell'orientare l'attenzione dei turisti alla scelta di un luogo invece di un altro.

Per la promozione dell'immagine turistica del monte Faito esistono diversi pieghevoli, cartoline e fotografie d'epoca attraverso cui è possibile avere conferma non soltanto del ruolo promozionale svolto da questi prodotti grafici ma anche dello stile grafico e delle modalità con cui è stata costruita l'immagine del luogo.

I più antichi pieghevoli sono prevalentemente monocromatici, con foto in bianco-nero e mettono in risalto i villaggi costruiti sul monte Faito per praticare attività sciistiche. Le cartine allegate, altrettanto riprodotte in bianco-nero, sono di grande formato per meglio fornire informazioni visive sui percorsi suggeriti per le escursioni. In questi pieghevoli, l'uso del colore e del disegno al posto della fotografia è generalmente utilizzato nelle facciate principali, che illustrano con scene prospettiche accattivanti i panorami visibili dal monte Faito e le architetture visitabili a Castellammare di Stabia. In questi opuscoli compare anche la funivia con la cabina sospesa alla fune e il paesaggio sottostante.

Altrettanto accattivanti sono le fotografie d'epoca, i cui scatti riprendono sia la stazione della funivia a valle che il percorso lungo il profilo del monte Faito con le cabine sospese. Caratteristica ricorrente è anche la vista fotografica dal lungomare di Castellammare di Stabia con il monte Faito sullo sfondo.

Opuscoli anni '50



4.2. disegni per la funivia del Faito

Una locandina del 1952 promuove la realizzazione dell'impianto di funivia che collega il monte Faito con Castellammare di Stabia. Il disegno, particolarmente espressivo, impegna alcuni elementi fondamentali della progettazione grafica come il rapporto figura-fondo, l'integrazione fra testo e immagine, l'uso di indicatori di profondità e soprattutto il taglio obliquo della composizione, che restituisce dinamicità all'illustrazione. Inoltre, centro della composizione è la cabina della funivia, dalla quale si sporgono alcune braccia nell'atto di salutare. Il contesto è sereno e gioioso: il progetto tecnologico della funivia porta allegria e meritato riposo ai villeggianti, facendoli superare in meno di 1.100 metri di altezza e spostandoli, vicendevolmente, dal mare al monte e dal monte al mare.

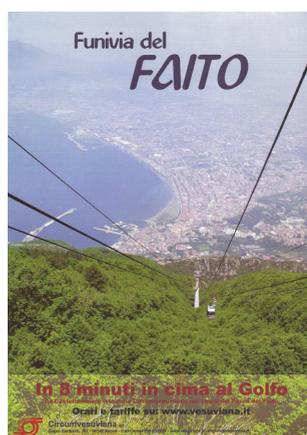
Analogamente, anche una cartolina dei primi anni '50 del secolo scorso prodotta dalla Circumvesuviana promuove il progresso tecnologico dei trasporti, illustrando fra il profilo marittimo in basso e gli abeti in alto un veloce treno in transito e il lento scorrere della cabina sospesa alla fune.

Altrettanto significativa dal punto di vista dell'analisi grafica è un opuscolo del 1950 a cura dell'Azienda Autonoma Soggiorno di Castellammare di Stabia che, con pochissimi segni e colori allude ai due diversi paesaggi collegati dalla funivia: quello boschivo del monte Faito e quello marittimo e urbano della cittadina. Con un carattere molto impattante, la scritta 'monte faito' è visivamente attrattiva così come l'immagine di una

giovane donna in costume che, distesa su una sdraio, riposa all'ombra di un grande abete. Alle loro spalle, la funivia rassicura il collegamento rapido con Castellammare di Stabia (di cui si allude al porto).

A queste cartoline seguono gli opuscoli sulla Funivia del Faito, che riportano gli orari delle corse, alcune note storiche e tecniche e la classica fotografia, questa volta a colore, della cabina sospesa alla fune sul panorama marittimo chiuso dal profilo del Vesuvio.

Locandine
1952, 2000



Cartolina
postale anni '50



5. PROGETTO GRAFICO DI IDENTITÀ VISIVA PER LA FUNIVIA DEL FAITO

5.1. configurazione del marchio

In diritto, il marchio (*brand*) indica un segno rappresentato graficamente e idoneo a descrivere l'identità di un prodotto o di un servizio di un'impresa. Spesso all'idea di marchio si associa anche quella di logo con lo scopo di distinguere chiaramente il prodotto o un servizio di un'impresa da quelli analoghi di altre imprese. In questo caso si parla di competitors.

Per progettare il marchio della Funivia del Faito si è fatto dunque riferimento ai competitors, ovvero ai marchi di altri impianti di funivia. Questi marchi descrivono impianti di montagna per lo più diretti a un'utenza turistica e sono in generale contraddistinti dal disegno della cabina sospesa alla fune per alludere innanzitutto al trasporto funiviario così come dal profilo del rilievo montuoso. Altro elemento grafico che connota questi marchi è il ricorso alla direzione obliqua per alludere all'idea di movimento.

Altro elemento fondamentale per guidare il concept è stata la conoscenza dei luoghi e la presenza di elementi chiari ed essenziali da porre in evidenza: montagna, mare, funivia. Pertanto, l'idea configurativa di una linea semplice, essenziale, capace di rappresentare con pochi tratti i concetti fondamentali da racchiudere nel marchio, è stata la guida ispiratrice del marchio. In tal senso, dovendo riprodurre l'onda del



Seilbahnen Schweiz
Remontées Mécaniques Suisses
Funivie Svizzere



mare, il dinamismo della funivia e la sinuosità della montagna, occorreano linee curve, capaci di restituire un ambiente naturale, da contrapporre a quello artificiale della funivia.

L'idea grafica è stata dunque quella di rappresentare il collegamento del mare con la montagna attraverso l'uso di un triangolo equilatero, in cui la base allude al mare. Questa linea di base è stata disegnata accostando quattro linee ondulate e arrotondate agli estremi secondo un unico cerchio. Gli altri due lati del triangolo rappresentano la montagna e la funivia. In particolare, il lato sinistro è stato disegnato con una linea dello stesso spessore del mare, ma costituita da un unico tratto mentre quello destro rappresenta la funivia che, tracciata come un segmento dallo spessore sottile, unisce il mare alla montagna. Inoltre, per alludere alle cabine, sul segmento sono stati posti due cerchi. Particolare attenzione è stata riposta nei raccordi geometrici fra le tre linee nonché nella scelta del colore: verde, per la montagna; blu, per il mare; rosso, per la funivia.

Infine, al marchio è stata associata la scritta 'Funivia del Faito' e, dopo varie prove di carattere e posizione, la scritta è stata allocata al di sotto della linea del mare e spezzata in 'Funivia/del Faito'. Il carattere, *Midiet Bold*, è stato scelto per la forza impattante e per la chiara leggibilità a distanza.

Così configurato, il marchio della Funivia del Faito è stato proporzionato per essere collocato sui fronti e sul fondo delle cabine in sostituzione del marchio della Circumvesuviana attualmente presente. Pertanto, sulla base del disegno di rilievo delle cabine sono state effettuate diverse simulazioni fotorealistiche per valutare l'aspetto visivo-percettivo del marchio a distanza.

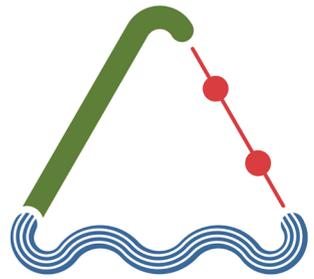
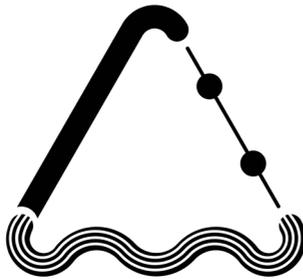
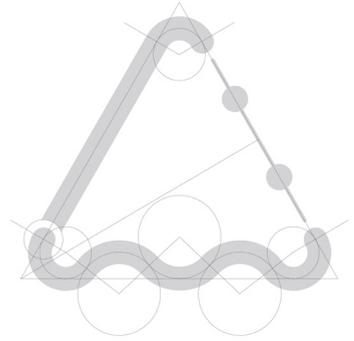
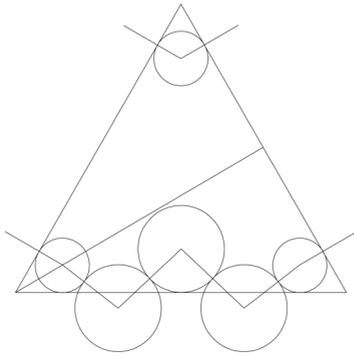
Per dare maggiore risalto al marchio, per le vetture sono stati scelti i colori pastello azzurro e verde per il fondo dei cabinati mentre per le modanature in basso e per la copertura delle cabine sono stati utilizzati gli stessi colori del marchio. In tal senso, una cabina è in colore pastello azzurro e l'altra, in pastello verde. Questi colori si combinano anche con i colori naturali del mare e del cielo nonché del manto boschivo.

Per ogni cabina il marchio è stato disposto centralmente sui fronti e, lateralmente, sulle due porte scorrevoli. In questo caso, si è preferito disporre, sull'anta di sinistra, il marchio mentre su quella di destra, la scritta 'Funivia del Faito'. I quattro marchi sono stati raccordati da linee orizzontali: uniche, in corrispondenza della scritta; doppie, in corrispondenza dei cerchietti del marchio, che alludono alle cabine. Le linee sono state coordinate nei colori azzurro e verde.

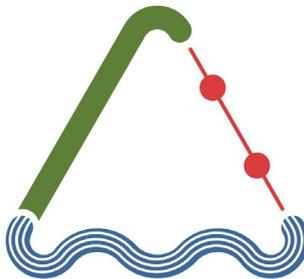
Infine, il marchio è stato collocato in scala maggiore anche sul fondo del cabinato, ponendo particolare attenzione alla direzione di lettura sia dal basso verso l'alto che dalle stazioni di Castellammare e del Faito.



Disegni a mano libera per il concept del marchio



**FUNIVIA
DEL FAITO**



**FUNIVIA
DEL FAITO**

Pantone 385C

C: 0 M: 0
Y: 87 K: 56

Pantone Proc. Blue C

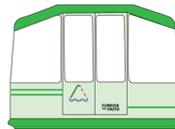
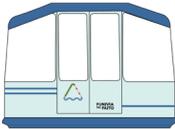
C: 100 M: 8,5
Y: 0 K: 6

Pantone Red 032 C

C: 0 M: 91
Y: 87 K: 0

Pantone Black

C: 0 M: 0
Y: 0 K: 100



5.2. identità visiva

Accanto alla progettazione grafica del marchio quale segno capace di comunicare in sintesi visiva la diversa specificità dei luoghi e il collegamento fra di essi, sono stati realizzati altri artefatti comunicativi utili a diffondere il ruolo della Funivia del Faito come mezzo di trasporto sostenibile.

In tal senso, è stato predisposto un manifesto in formato A2 da posizionare nelle due stazioni della funivia, a Castellammare e al Faito, e in altre stazioni della linea Circumvesuviana. Graficamente, il manifesto si compone di tre scorci fotografici raccordati tramite linee rette oblique. I testi sono immediati: "La funivia del Faito è un impianto funiviario che collega la città di Castellammare di Stabia con il monte Faito"; "Solo 8 minuti per collegare mare e monte con 3 km di fune per superare un dislivello di 1200 m slm"; "Viaggia con noi: un'esperienza unica!". A quest'ultima frase, è associato il marchio della funivia del Faito.

I testi sono spezzati e sovrapposti alle foto. Per garantire la leggibilità, fondi opacizzati sono stati collocati sotto le scritte. Nell'insieme, pur se composto da tre fotografie differenti, l'immagine visiva sembra unica: in alto a sinistra, il Vesuvio e la cabina con il nuovo marchio in transito; in basso, il porto turistico di Castellammare di Stabia; a destra, una dorsale del monte Faito.

Per una più puntuale diffusione per la sostenibilità del mezzo di trasporto e la valorizzazione dei luoghi, sono stati progettati anche un depliant e un video-spot.

Il depliant presenta quattro ante: due esterne, dedicate al progetto e al marchio della Funivia del Faito; due interne, dedicate al monte Faito. Nel complesso, il depliant è stato progettato simmetricamente. La prima e la seconda anta presentano immagini fotografiche mentre la terza e la quarta, testi descrittivi. Il marchio compare sulla prima anta e, in tal senso, la prima e la seconda anta sono dedicate alla Funivia del Faito mentre la terza e la quarta, al monte Faito. Analogamente, i colori delle ante (a due a due) sono rispettivamente azzurro e verde, così come i colori del marchio.

Il video-spot ha durata breve (10 secondi) per essere trasmesso come messaggio rapido ed essenziale nei terminali delle stazioni della Circumvesuviana. In campo bianco e in posizione centrata, compaiono in fermo la scritta 'Funivia del Faito' e la linea rossa con i due cerchietti. A seguire, in animazione unica secondo una rotazione antioraria compaiono le linee grafiche della montagna, del mare e un'altra scritta (in colore grigio): "dal mare alla montagna dalla montagna al mare". Tutto si compone in fermo immagine per i secondi necessari a memorizzare il messaggio. In loop il video-spot riparte, alternando la frase nelle bilingue italiano e inglese.



La funivia del Faito

collega la città di Castellammare di Stabia
con il monte Faito.

Solo 8 minuti per collegare mare e monte con 3 Km di fune
per superare un dislivello di 1200 m slm.

Viaggia con noi: un'esperienza unica!



Il progetto della Funivia del Faito

La Funivia del Faito è un impianto funiviario, che collega il comune di Castellammare di Stabia con il monte Faito, dal quale la funivia prende il nome.

Fu aperta al pubblico il 24 agosto 1952. Lo scopo fu prevalentemente turistico, ovvero collegare rapidamente il Faito con la costiera. L'impianto della Funivia del Faito consiste in due stazioni: una è situata nella stazione di Castellammare di Stabia; l'altra, sul monte Faito, ed è posta all'altezza di circa 1.100 metri. La distanza aerea di circa 3 Km viene coperto in 8 minuti grazie a una velocità di 7,5 m/s.

Le cabine sono due e partono in contemporanea dalle due stazioni. Esse hanno una capacità di trasporto di 35 persone e garantiscono una portata di 500 utenti per ora.

Il marchio

Il marchio della Funivia del Faito è stato progettato nel 2018 dalla studentessa Ilaria Balzano sulla base del protocollo d'intesa fra EAV srl, società interamente partecipata dalla Regione Campania, e Dipartimento di Architettura e Disegno industriale dell'Università degli Studi della Campania 'Luigi Vanvitelli' nell'ambito della Terza Missione per le attività didattico-formative e di accrescimento culturale per la sostenibilità e valorizzazione dell'ambiente.



Per ulteriori informazioni:
www.eavsl.it
 EAV - Ente Autonomo Volturno srl | Facebook



dal mare alla montagna-dalla montagna al mare
 from the sea to the mountain-from the mountain to the sea

MONTE FAITO



la montagna che affaccia sul mare
 the mountain facing the sea

Un gigante dalle mille risorse

Il monte Faito fa parte della catena montuosa dei monti Lattari ed è alto 1131 m. È formato da rocce prevalentemente di tipo calcareo e deve il suo nome alle faggete che crescono sulle pendici.

Appena ci si comincia a inerpicare per la strada che conduce alla vetta del monte Faito, ciò che immediatamente colpisce è la straordinarietà dei panorami, che si ammirano, fra i faggi e la caratteristica atmosfera di montagna. I punti dove gli appassionati possono dedicarsi alle riprese fotografiche sono diversi e, uno dei migliori, è certamente il Belvedere: uno strapiombo naturale, che guarda sulla collina di Pozzano e che apre le porte al golfo.

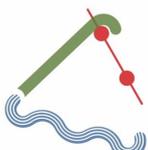
Passeggiando nella natura fra i tanti sentieri e vialetti pedonali è possibile osservare anche una grande varietà di piante e diverse specie di animali, che trovano rifugio nella fitta vegetazione. I boschi sono ricchi di faggi, abeti bianchi e rossi, pini, conifere, ontani e numerose altre essenze centenarie come i castagni, che sono utilizzati per il legname e, soprattutto, per i dolcissimi frutti protagonisti di golose sagre autunnali. Nel sottobosco si trovano fragole, ciclamini, rose selvatiche e, più a valle, il finocchio selvatico, profumatissimo aroma di molte ricette gastronomiche locali.



**FUNIVIA
DEL FAITO**



**FUNIVIA
DEL FAITO**



**FUNIVIA
DEL FAITO**

dal mare alla montagna · dalla montagna al mare



**FUNIVIA
DEL FAITO**

dal mare alla montagna · dalla montagna al mare

Protocollo d'Intesa

per attività culturali, didattico-formative e di ricerca:

Umberto De Gregorio (Presidente Ente Autonomo Volturmo);

Luigi Maffei (Direttore del Dipartimento di Architettura e disegno industriale, Università degli Studi della Campania 'Luigi Vanvitelli');

Ornella Zerlenga (Responsabile scientifico delle attività didattico-formative e di ricerca).

Tutor

Ornella Zerlenga (coordinamento scientifico);

Antonio Rozza (direttore Funivia del Faito).

Elaborazione del marchio e comunicazione Funivia del Faito

Ilaria Balzano.

Si ringrazia l'agenzia di comunicazione R&MAG Partners per aver fornito copia dei depliant turistici su Castellammare di Stabia.

Si ringrazia l'EAV, Ente Autonomo Volturmo, per aver dato accesso agli archivi iconografici sulla Funivia del Faito.

Si ringraziano la dott.ssa Luisa Fiengo, il dott. Roberto Vallefucio e la dott.ssa Imma Nuzzolo.

5 Temi e frontiere della conoscenza e del progetto

Il Protocollo d'Intesa firmato fra EAV, Ente Autonomo Volturno, e il Dipartimento di Architettura e Disegno industriale dell'Università della Campania *Luigi Vanvitelli* contiene un valore aggiunto, quello della Terza Missione a cui oggi le Università sono chiamate a rispondere in termini di interazione con il territorio. Già in passato il Dipartimento ha firmato protocolli d'intesa con associazioni, fondazioni, enti, ecc., per condividere il comune impegno etico-culturale verso i temi di valorizzazione e sostenibilità ambientale (fra cui le più recenti giornate di sensibilizzazione contro l'uso della plastica monouso con la redazione del marchio *V:plasticfree*), aprendo le porte delle proprie attività scientifico-formative a comunità, società e territorio.

Con la costruzione grafica dell'identità visiva per il marchio della Funivia del Faito, elaborato dalla studentessa Ilaria Balzano, Dipartimento e EAV lanciano una sfida: incentivare l'economia, sostenere la salute dell'ambiente e valorizzare il territorio del monte Faito giungendovi sempre più in funivia.