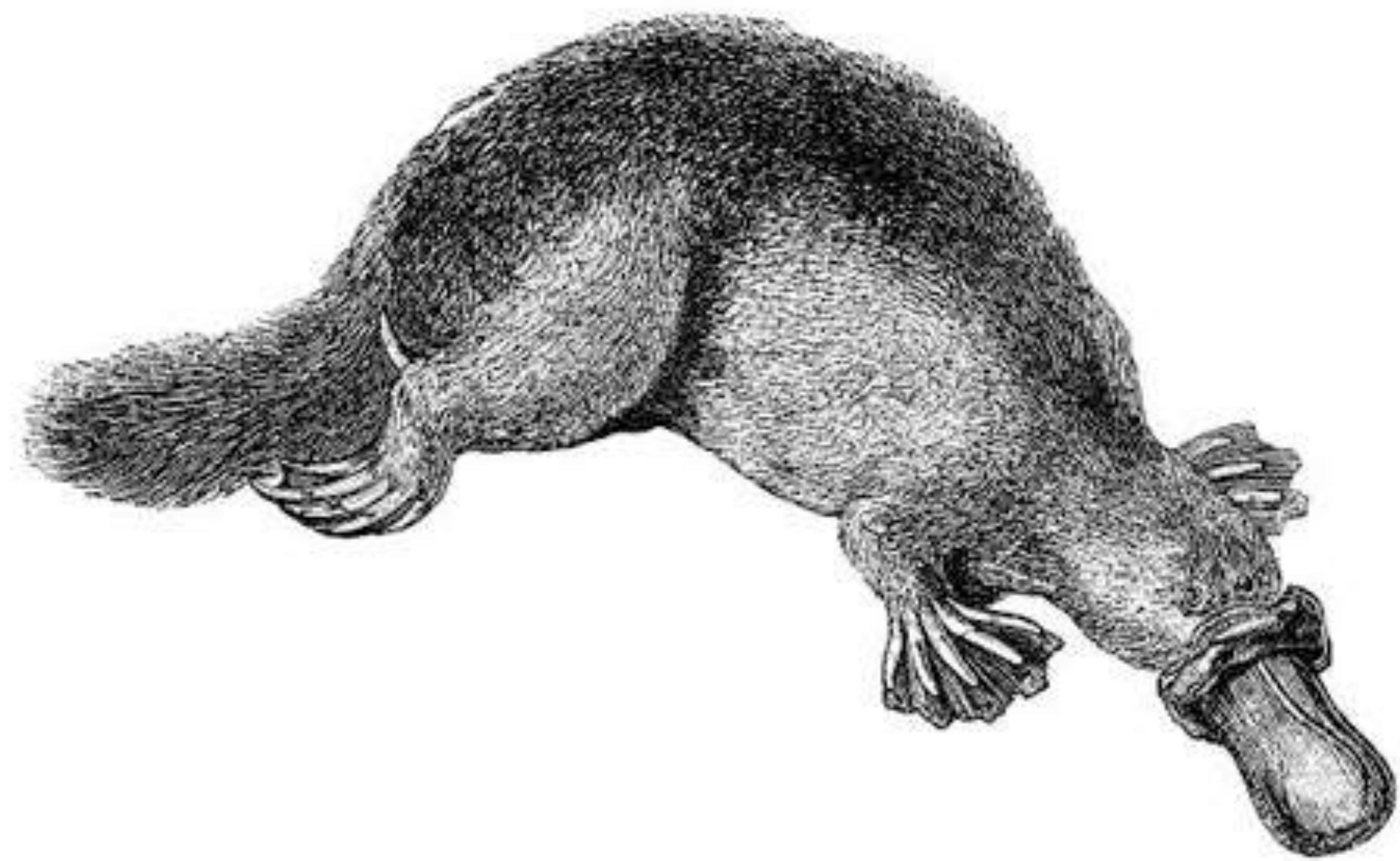


Progettare esperienze inclusive

MUSE
Trento - 13 Giugno 2023

Andrea Cattabriga



Sono un designer (di processi) e ricercatore.

Sviluppo (e indago) flussi di innovazione **responsabile** e le strategie progettuali per renderli efficaci, inclusivi e aperti.

Co-foundatore

slow'd

junto
INNOVATION HUB

Principali Riconoscimenti

GRANT 2013

#WCAP

WORKING CAPITAL ACCELERATOR

TELECOM ITALIA



Insegnamento e ricerca



2014-15

Adj. Prof. Marketing & Management
CDL in Design del Prodotto



2017-18-23

Project & Innovation Management
Master MUMEC, TAAC, Industria Ceramica



ALMA MATER STUDIORUM
UNIVERSITÀ DI BOLOGNA

2019-20

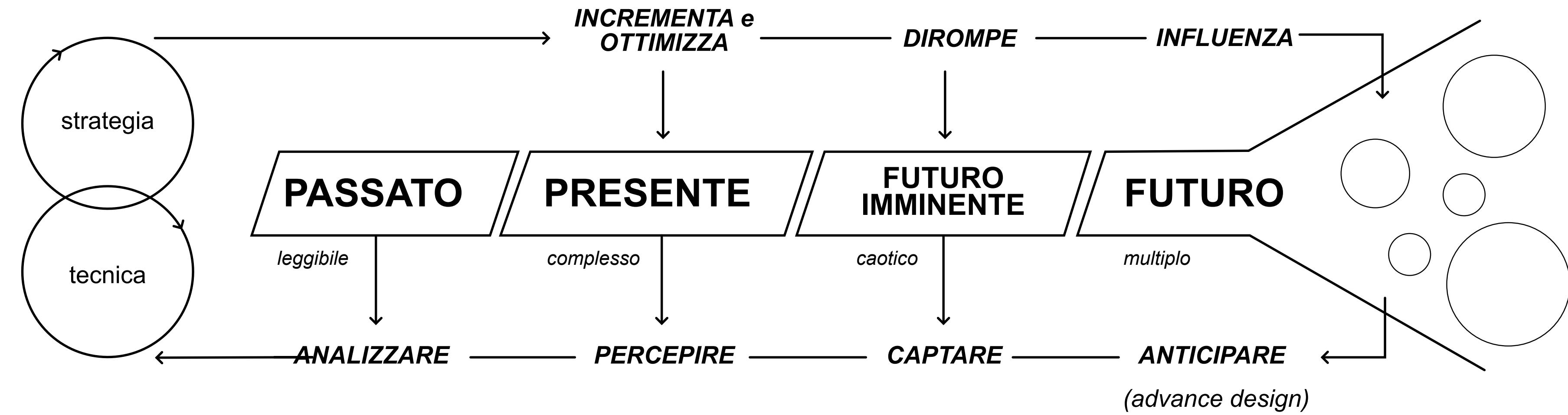
Researcher project SUPER Craft, CIRI - ICT
Adj. Prof. - Morfologia del Prodotto
CDL mag. Advance Design del Prodotto

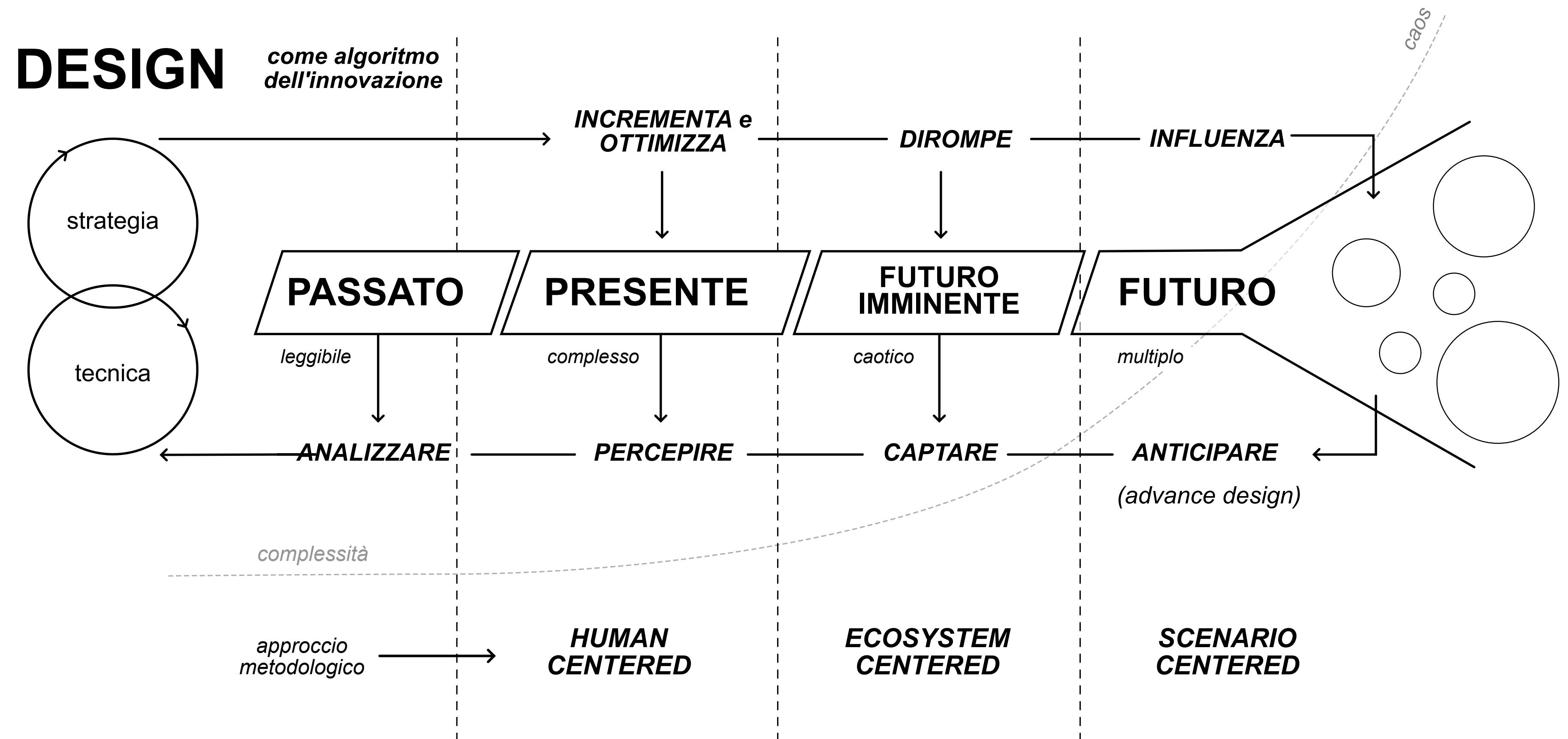
2020-23

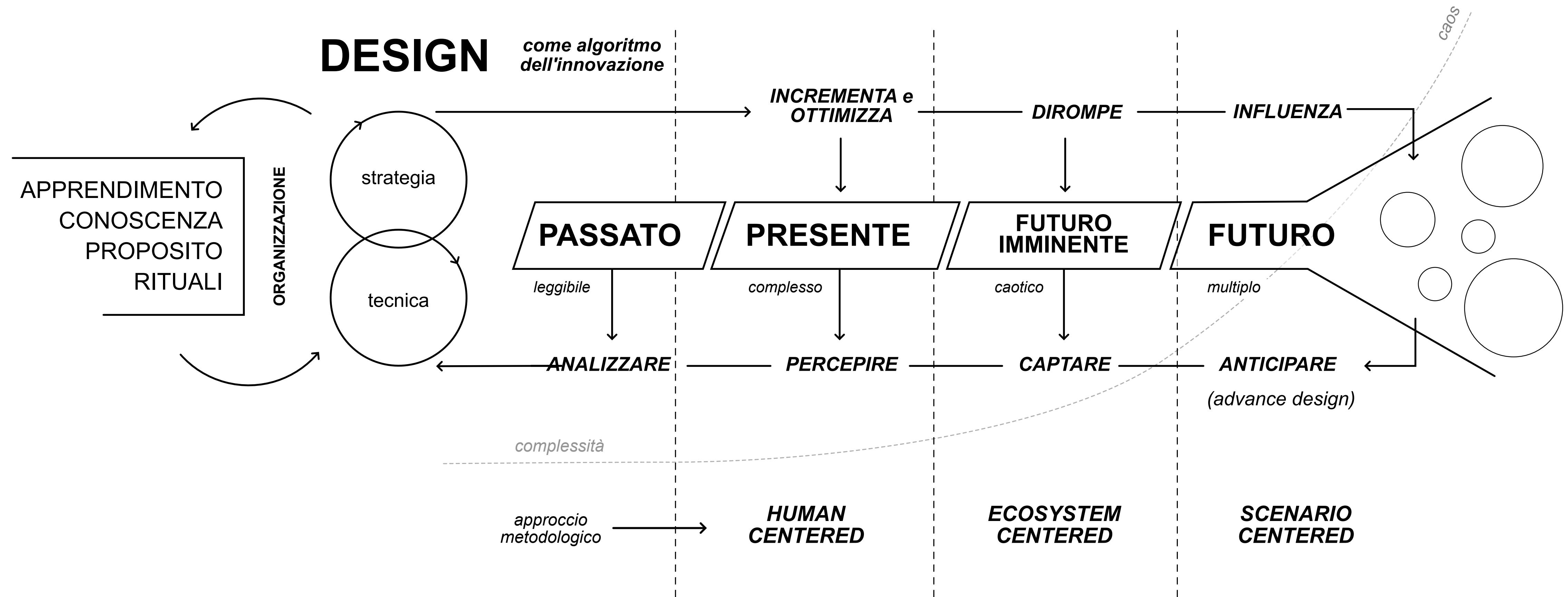
PhD Candidate inDesign Cultures

DESIGN

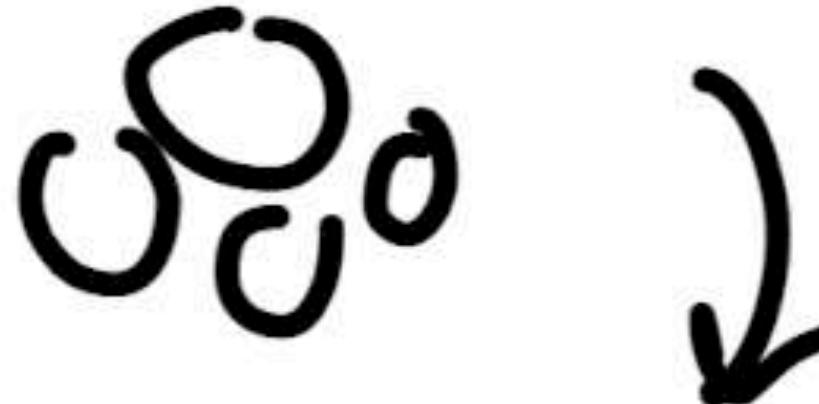
*come algoritmo
dell'innovazione*







Corpi/Indiv.

-  meute
- reazioni del corpo (cyborg)

- nuove interazioni

pratiche
alla
Tecnologia

società

- Other-Thou (relz.)
- nuovi agenti
→ agentività

mercati (commodità?)

Tramite Ai

- netflix
paziente 72

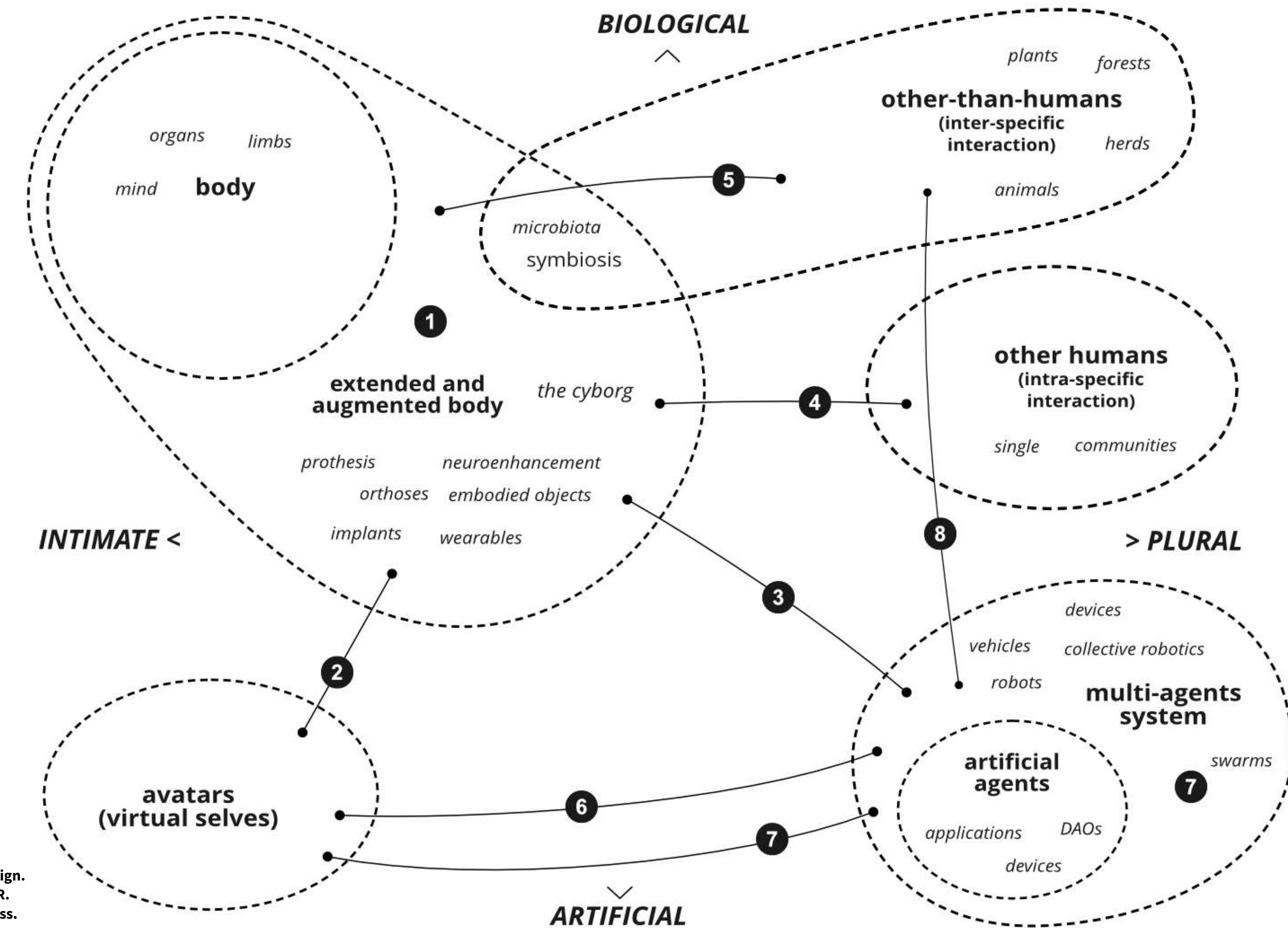
nuovi ruoli

mondi

- simulazioni

↳
sistemi
confrontabili

**il corpo esteso e aumentato
diviene fulcro di nuove
categorie di interazioni
veicolate dalle IA**





tutto è in
relazione

Jeremy Rose, Matthew Jones (2005) The Double
Dance of Agency: a socio-theoretic account of
how machines and humans interact

inclusione come questione di giustizia sociale

Kinsley, Rose Paquet. 2016. "Inclusion in Museums: A Matter of Social Justice." *Museum Management and Curatorship* 31(5): 474–90.

Non concentriamoci sull'aumento degli accessi, dobbiamo ripensare i dettagli e i processi del lavoro museale.

Kinsley, R. P. (2016). Inclusion in museums: A matter of social justice. *Museum Management and Curatorship*, 31(5), 474–490.

Non concentriamoci sull'aumento degli accessi, dobbiamo ripensare i dettagli e i processi del lavoro museale.

Kinsley, R. P. (2016). Inclusion in museums: A matter of social justice. *Museum Management and Curatorship*, 31(5), 474–490.

Non concentriamoci sull'aumento degli accessi, dobbiamo ripensare i dettagli e i processi del lavoro museale.

Una mostra diventa un processo di costruzione di relazioni con i membri della comunità.

Kinsley, R. P. (2016). Inclusion in museums: A matter of social justice. *Museum Management and Curatorship*, 31(5), 474–490.

Non concentriamoci sull'aumento degli accessi, dobbiamo ripensare i dettagli e i processi del lavoro museale.

Una mostra diventa un processo di costruzione di relazioni con i membri della comunità.

Kinsley, R. P. (2016). Inclusion in museums: A matter of social justice. *Museum Management and Curatorship*, 31(5), 474–490.

Non concentriamoci sull'aumento degli accessi, dobbiamo ripensare i dettagli e i processi del lavoro museale.

Una mostra diventa un processo di costruzione di relazioni con i membri della comunità.

L'atto di allestire una mostra non è solo una questione di consumo di risorse, ma è un atto di rimedio all'ingiustizia.

Kinsley, R. P. (2016). Inclusion in museums: A matter of social justice. *Museum Management and Curatorship*, 31(5), 474–490.

Non concentriamoci sull'aumento degli accessi, dobbiamo ripensare i dettagli e i processi del lavoro museale.

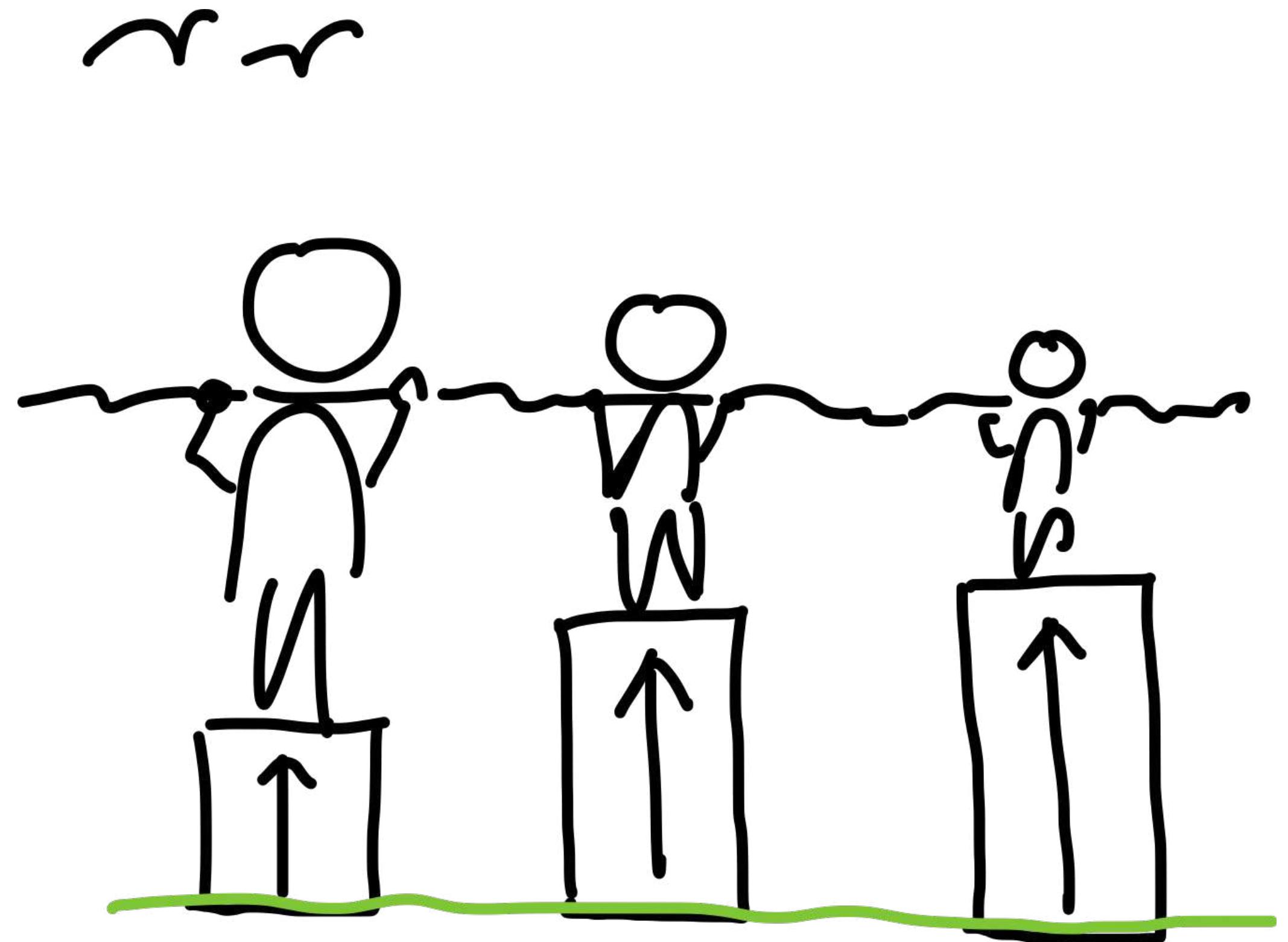
Una mostra diventa un processo di costruzione di relazioni con i membri della comunità.

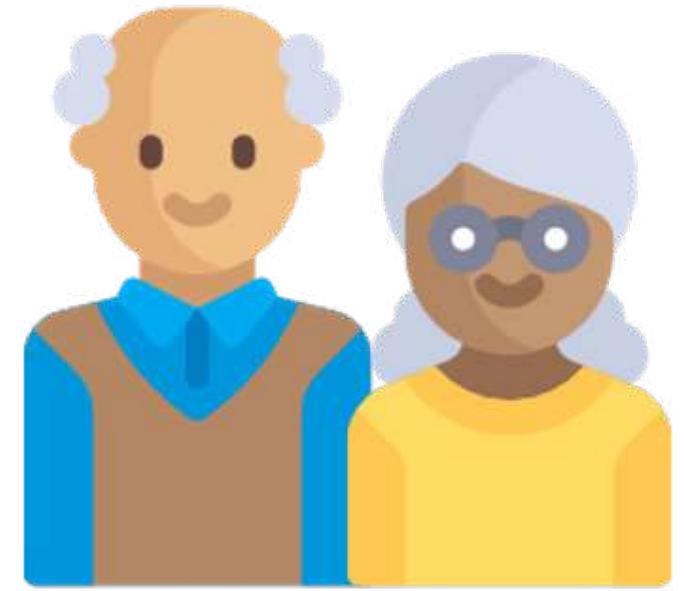
L'atto di allestire una mostra non è solo una questione di consumo di risorse, ma è un atto di rimedio all'ingiustizia.

Kinsley, R. P. (2016). Inclusion in museums: A matter of social justice. *Museum Management and Curatorship*, 31(5), 474–490.

DEAI

diversity
equity
accessibility
inclusion





anziani



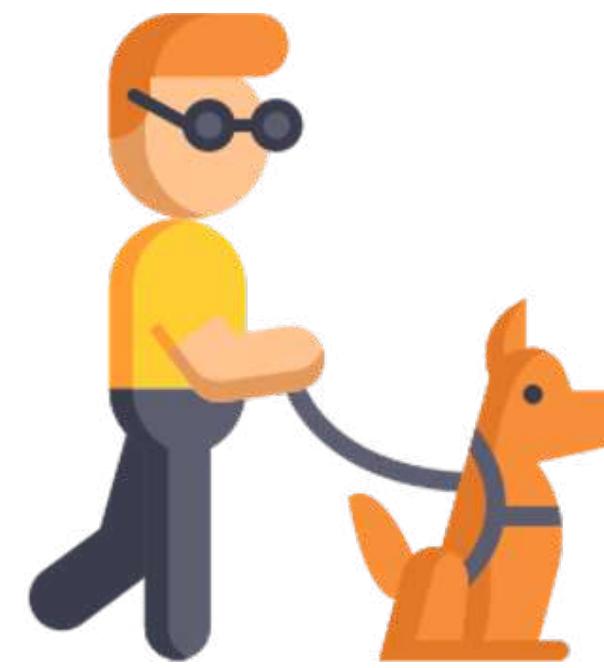
remoto/rurale



donne



immigrati



disabili



razializzati



LGBTQ2S+



basso
reddito



scarsa
educazione



comunità
indigene

disabilità come attributo personale

**disabilità come
attributo
personale**

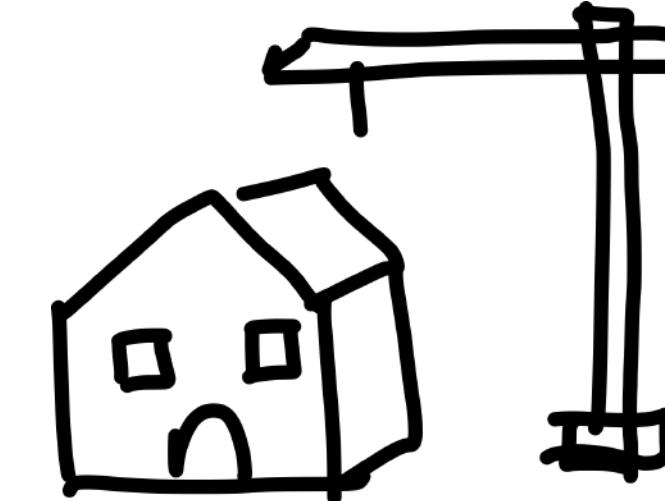
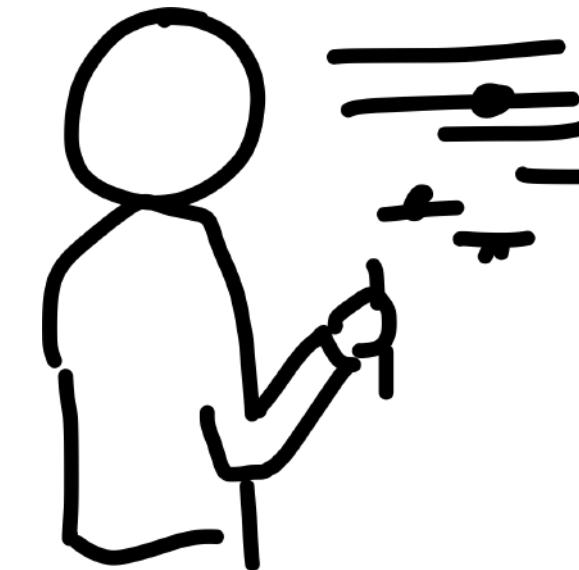
**disabilità come mancata
corrispondenza tra le
caratteristiche corporee di
una persona e le
caratteristiche della società**

gestione dell'inclusione

La gestione dell'inclusione è un approccio strategico per garantire che i musei siano accessibili e accoglienti per tutti.

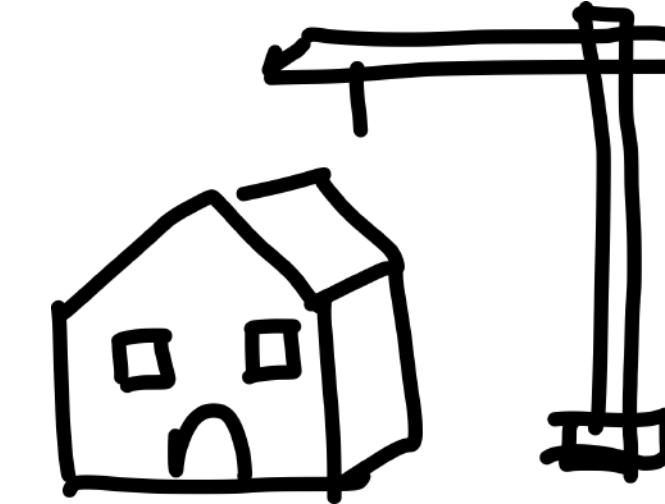
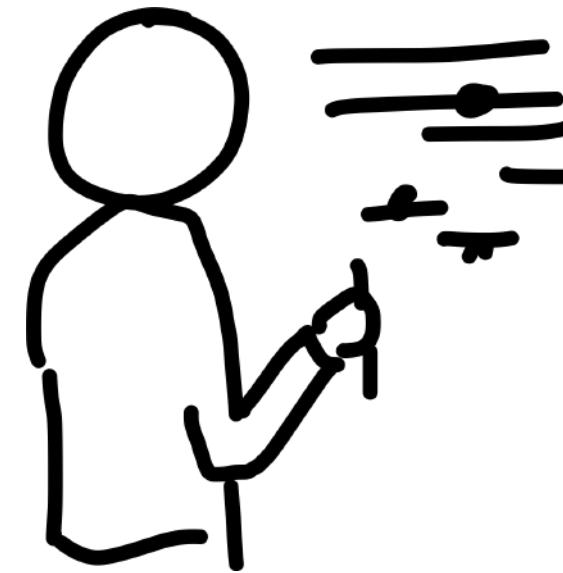
La gestione dell'inclusione è un approccio strategico per garantire che i musei siano accessibili e accoglienti per tutti.

Comporta la pianificazione, l'attuazione e la valutazione



La gestione dell'inclusione è un approccio strategico per garantire che i musei siano accessibili e accoglienti per tutti.

Comporta la pianificazione, l'attuazione e la valutazione

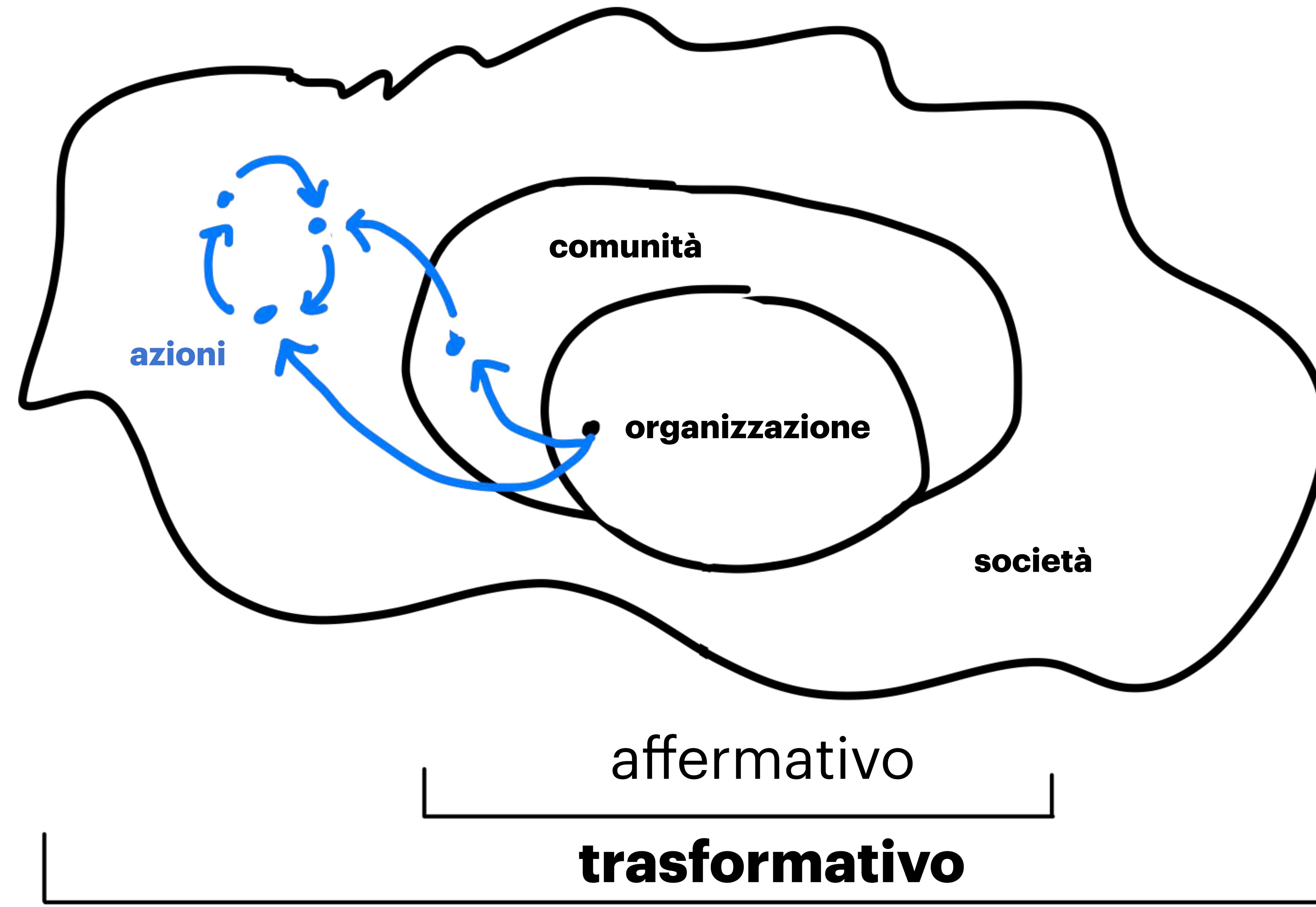


di pratiche volte a promuovere la diversità e l'inclusione.

trasformativo
vs. affermativo

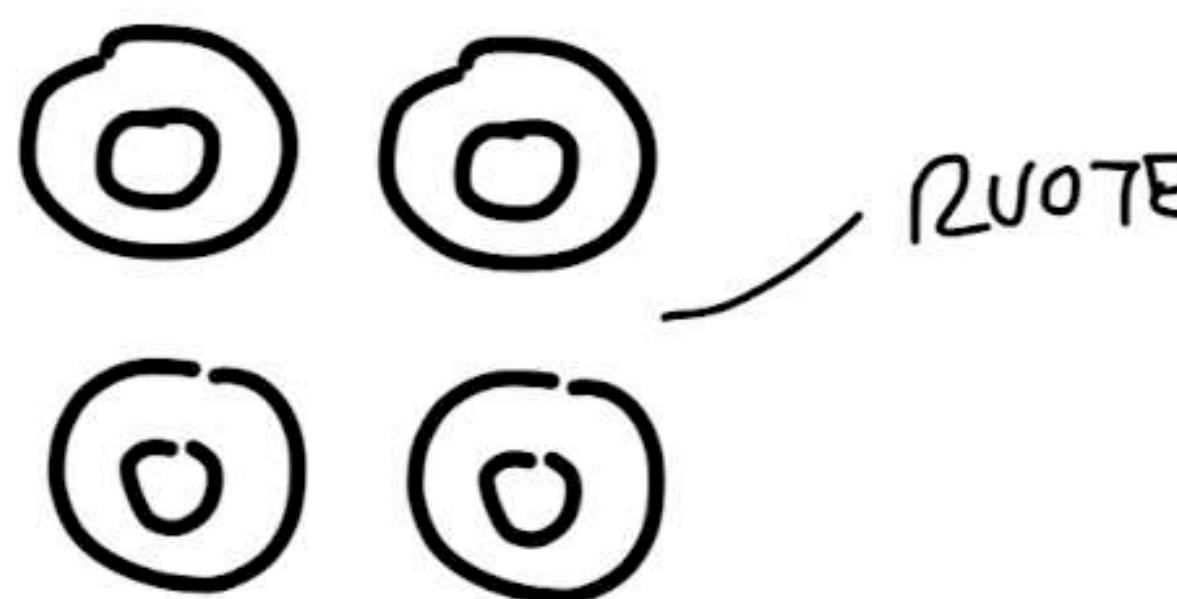
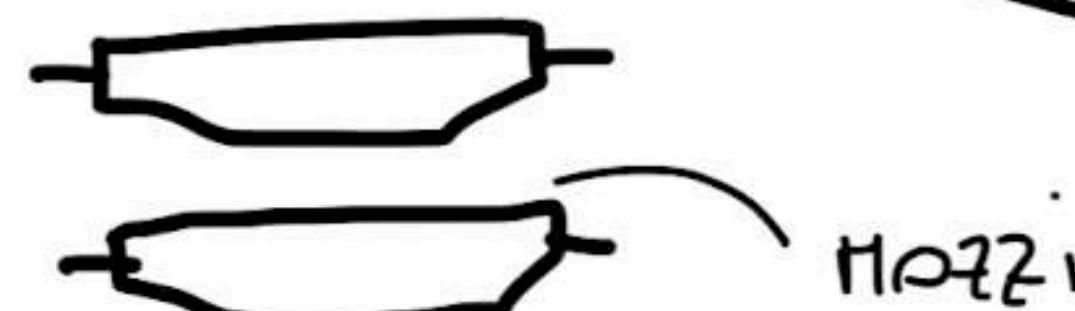
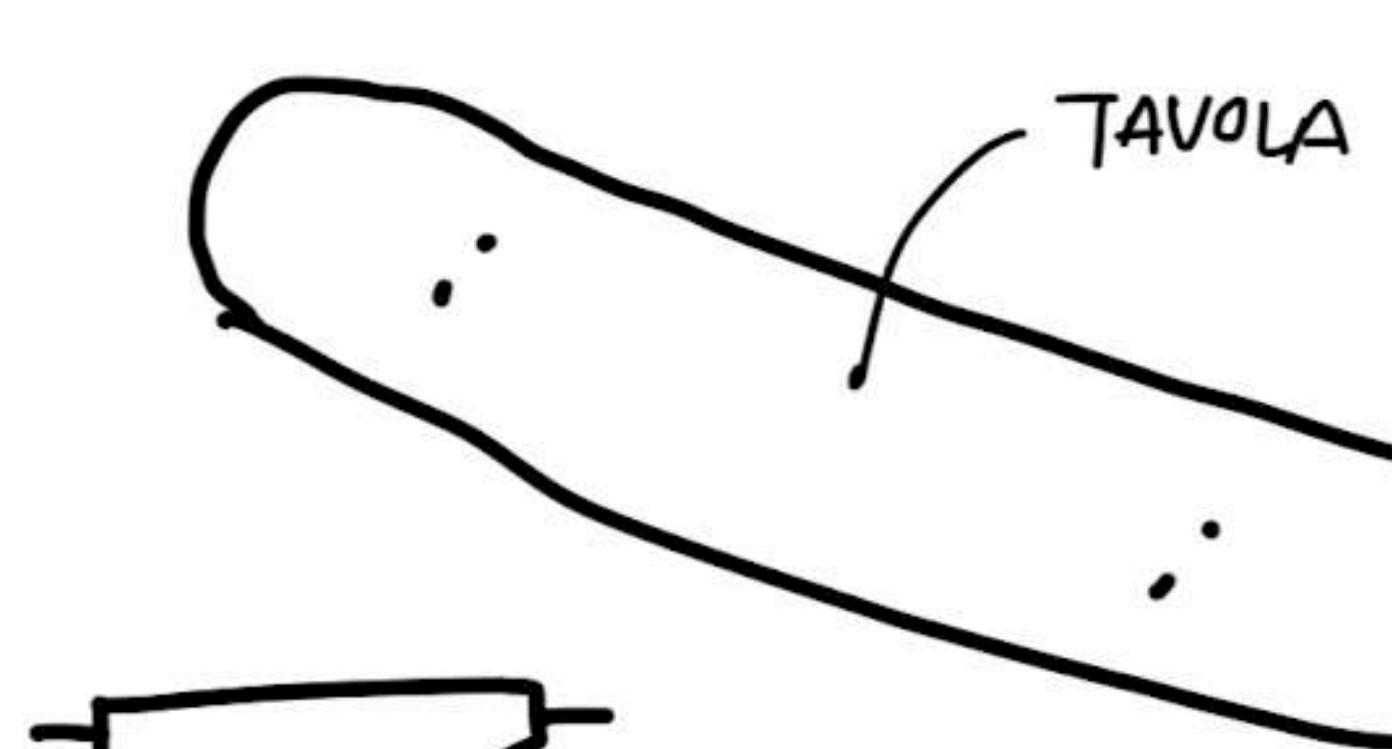
episodico > continuo

		Approcci Affermativi	Rimedi Trasformativi
Obiettivo	Agire nell'immediato	Rimediare alle distorsioni della società	
Strategia	Attuazione di riforme o programmi specifici	Cambiamenti istituzionali e strutturali	
Focus	Iniziative puntuale per questioni specifiche	Cause profonde delle disuguaglianze	
Impatto	Cambiamenti immediati	Cambiamenti a lungo termine	
Esempi	Programma di iscrizione gratuita per le famiglie, mostre che mettono in evidenza i risultati scientifici delle donne	Rivisitazione della struttura organizzativa del museo, riformulazione delle politiche di acquisizione dell'arte, riconsiderazione delle dinamiche di potere e dei valori culturali	



Perchè parliamo di esperienza?

ANCHE SE
COMPRANDO QUESTO



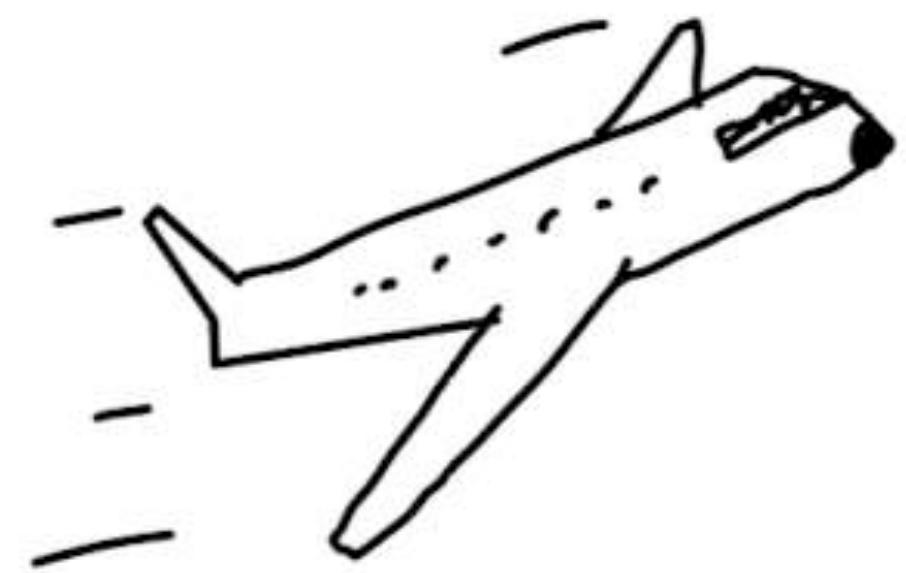
DESIDERANO
QUESTO ↓







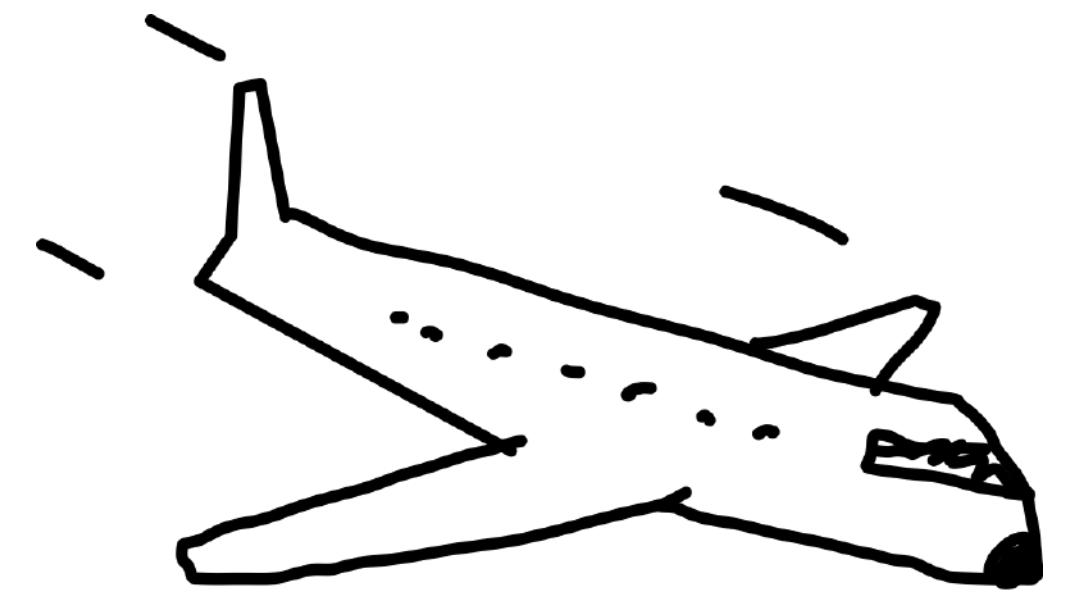
DUNAW7E



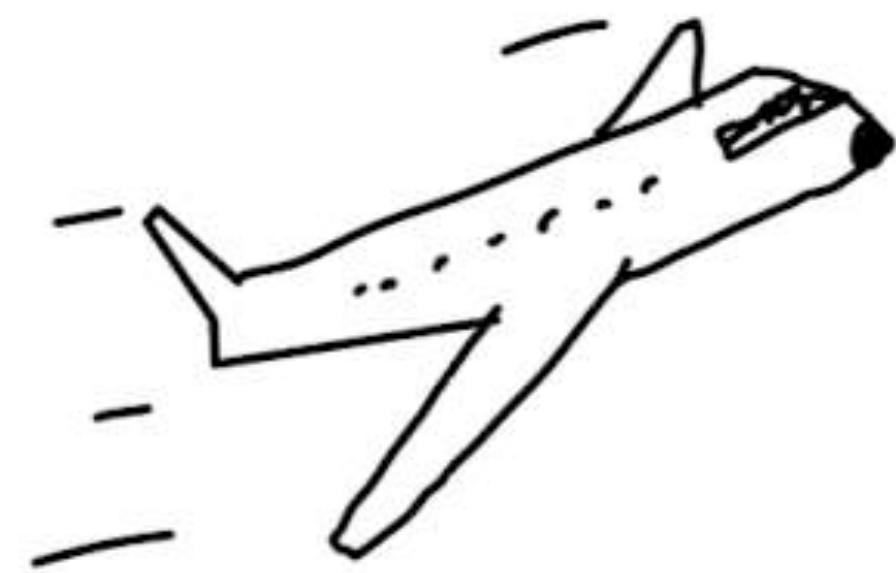
PRIMA



DURANTE



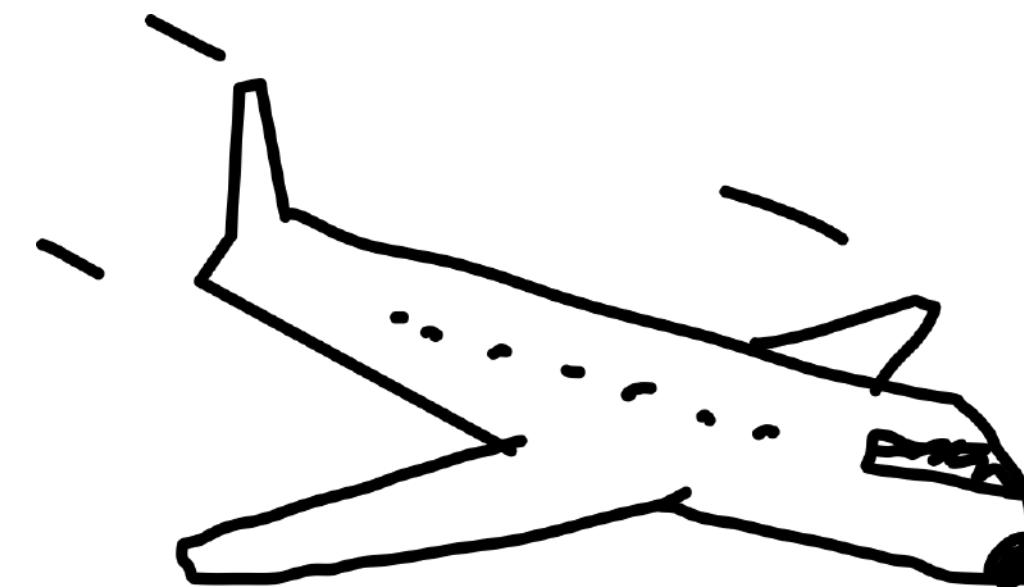
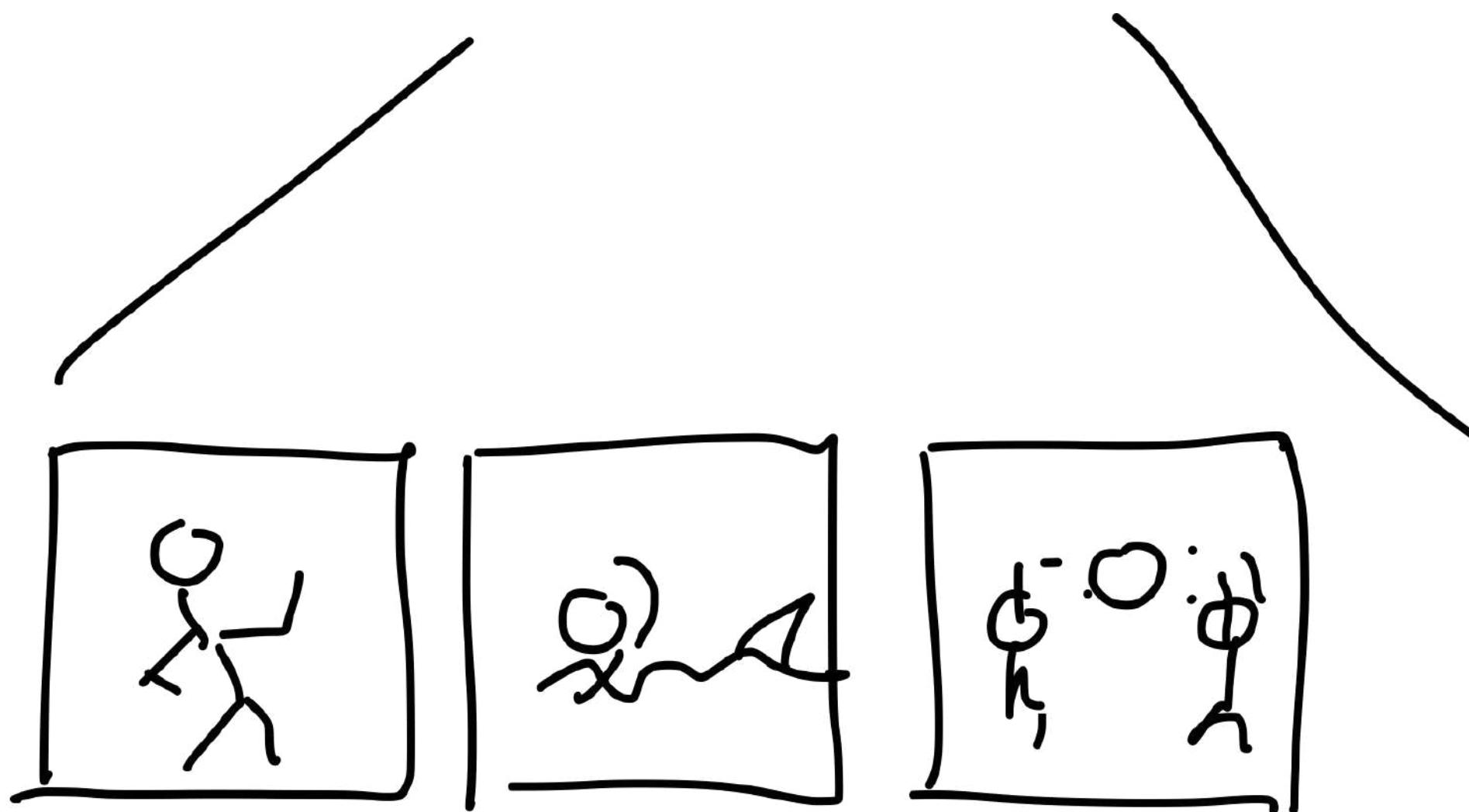
DOPO



PRIMA

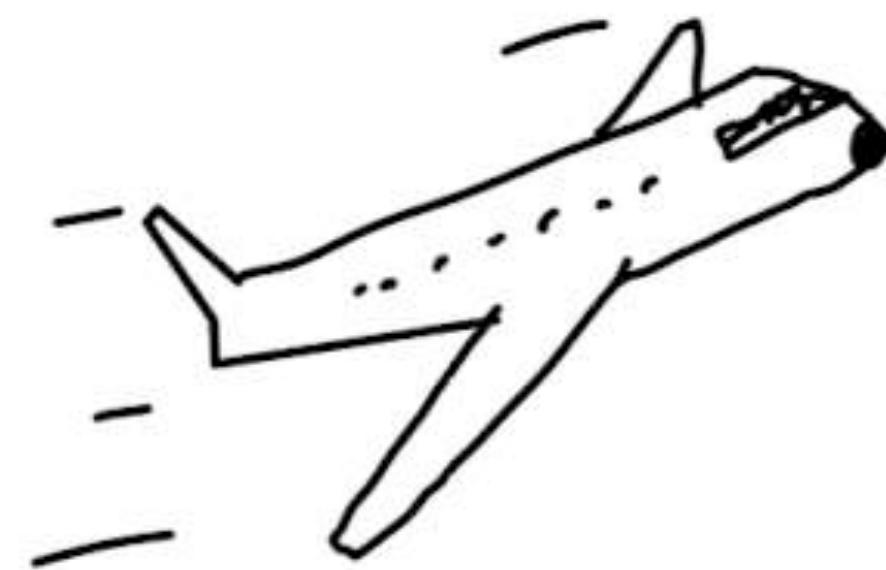


DURANTE



DOPO

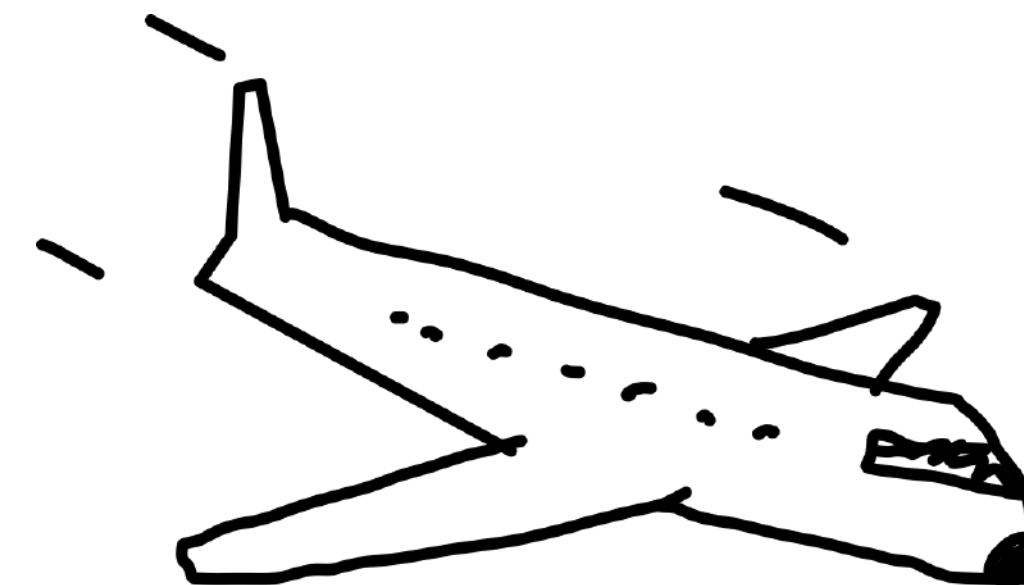




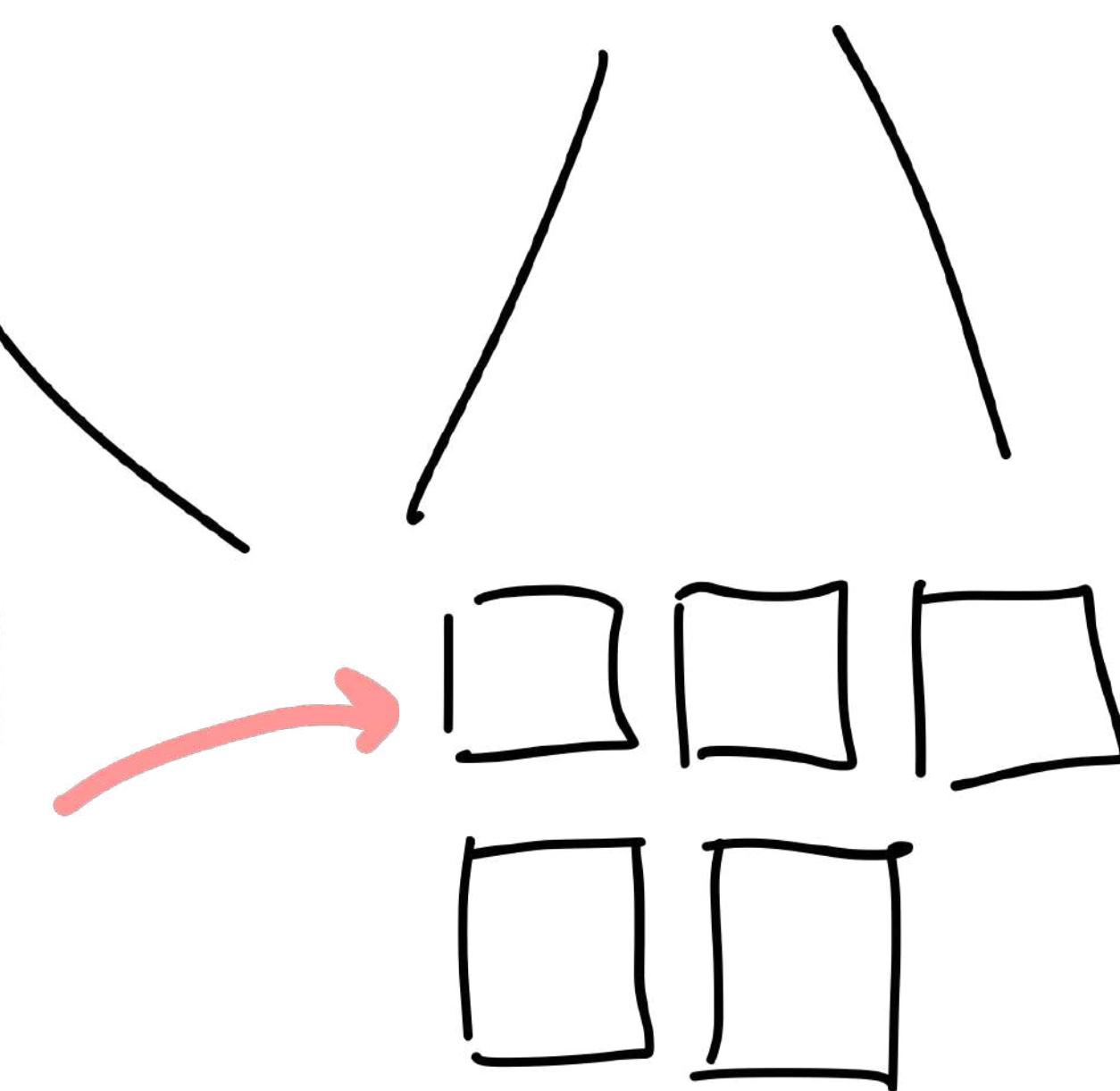
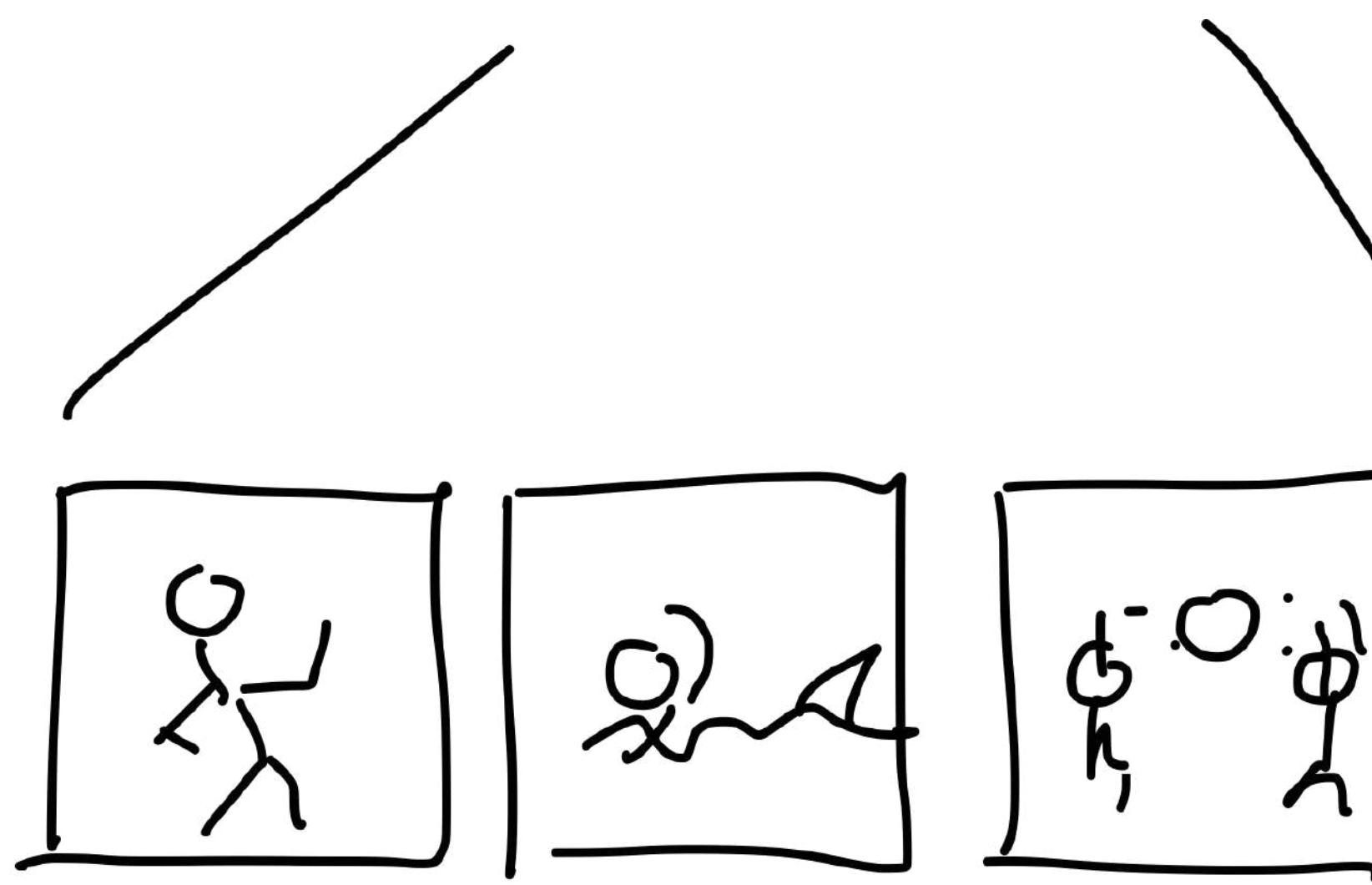
PRIMA

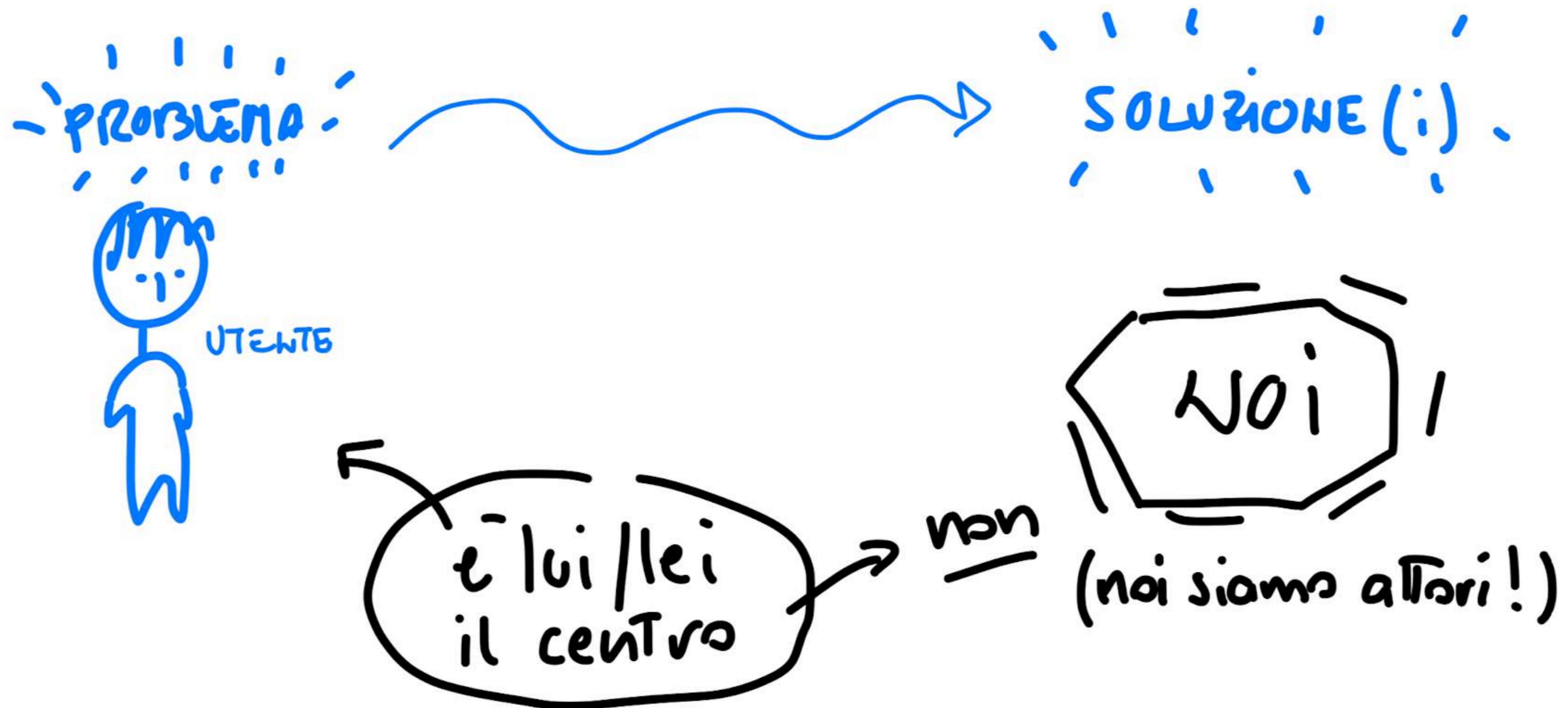


DURANTE



DOPO

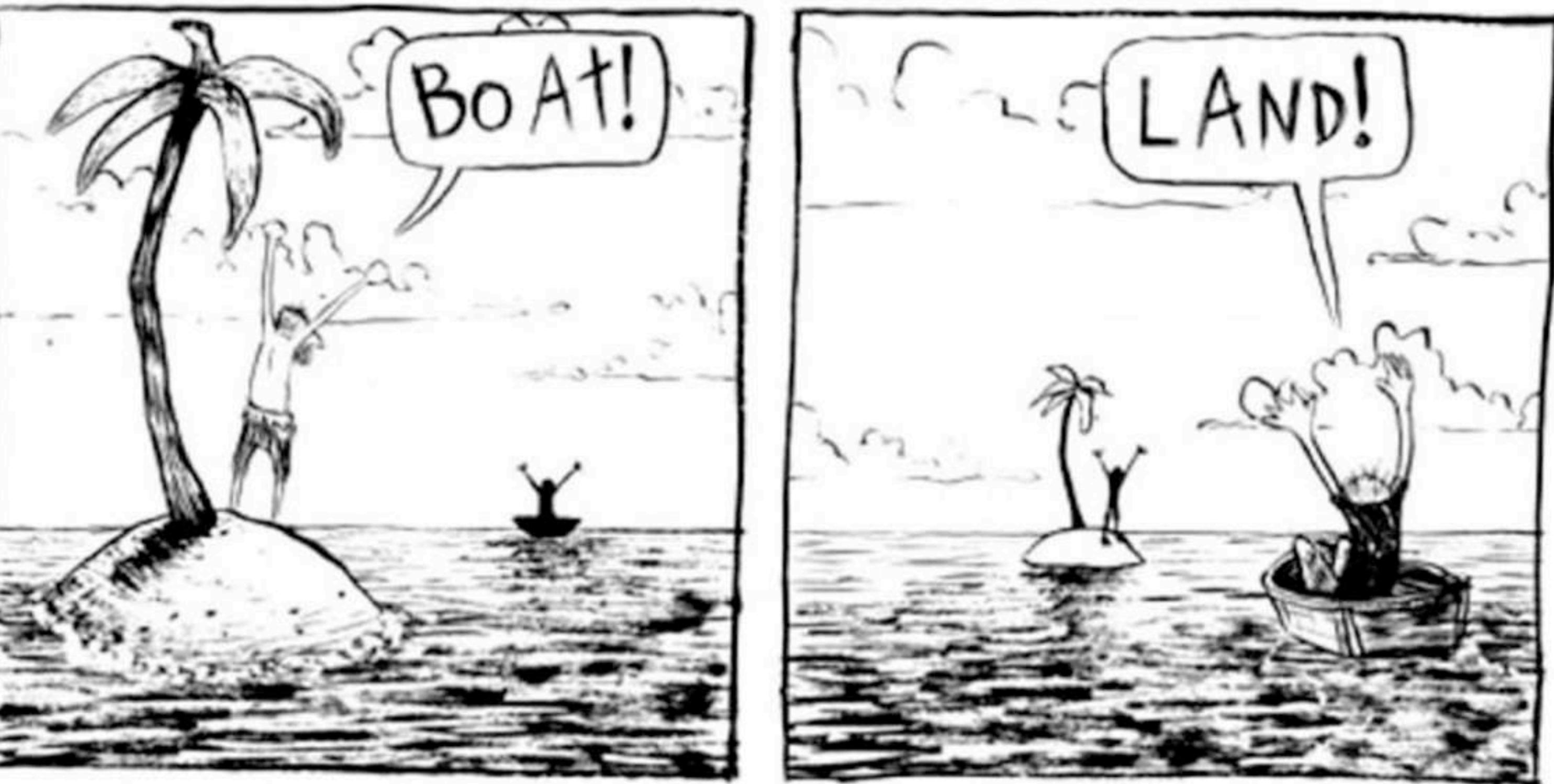




Esperienza Utente (UX)

“insieme delle percezioni e reazioni di una persona che risultano dall'uso e/o dalla previsione di uso di un sistema, di un prodotto o di un servizio”

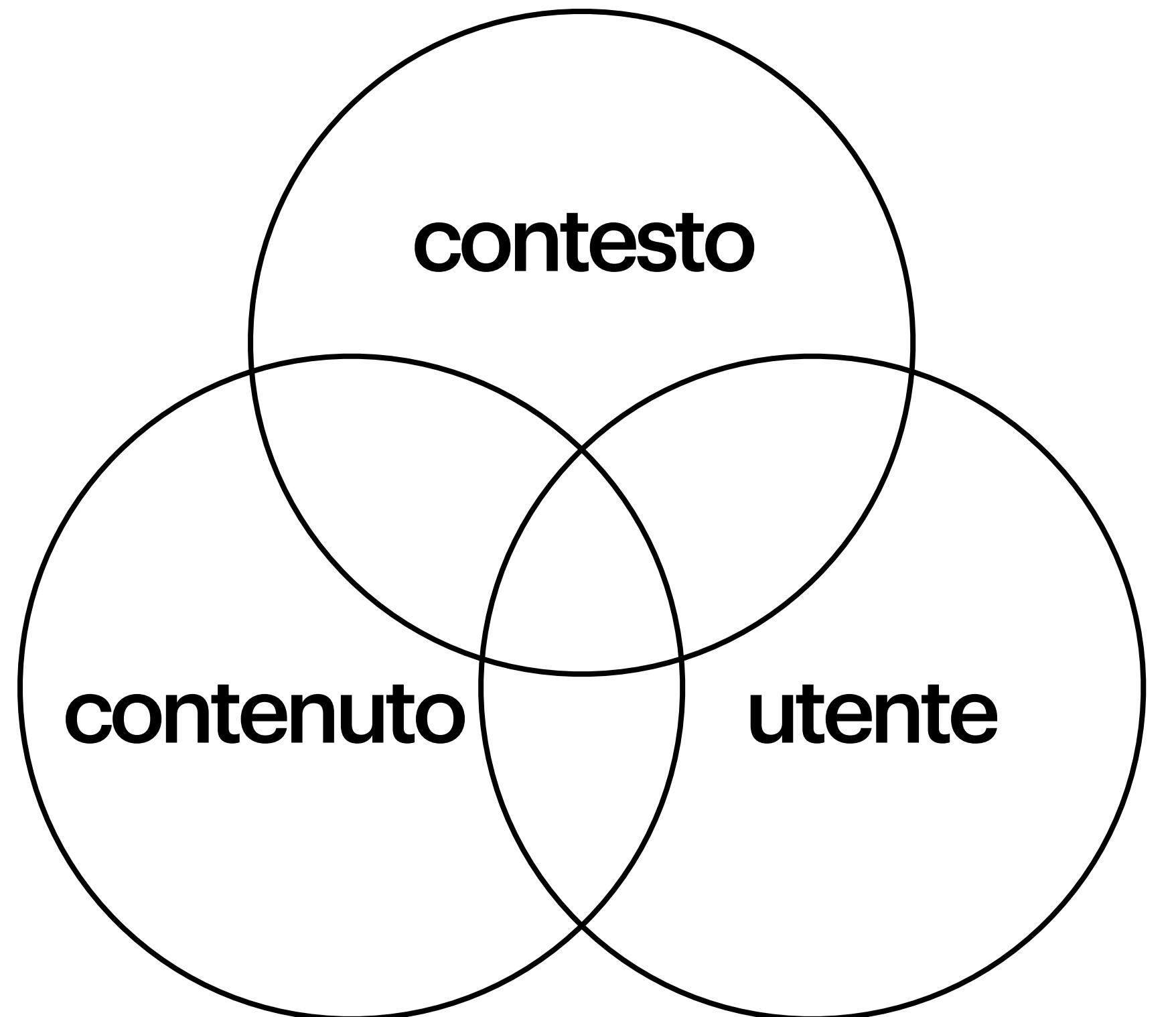
ISO 9241-940, 2017



La UX è **dinamica**,
legata al **contesto**
e **soggettiva**.

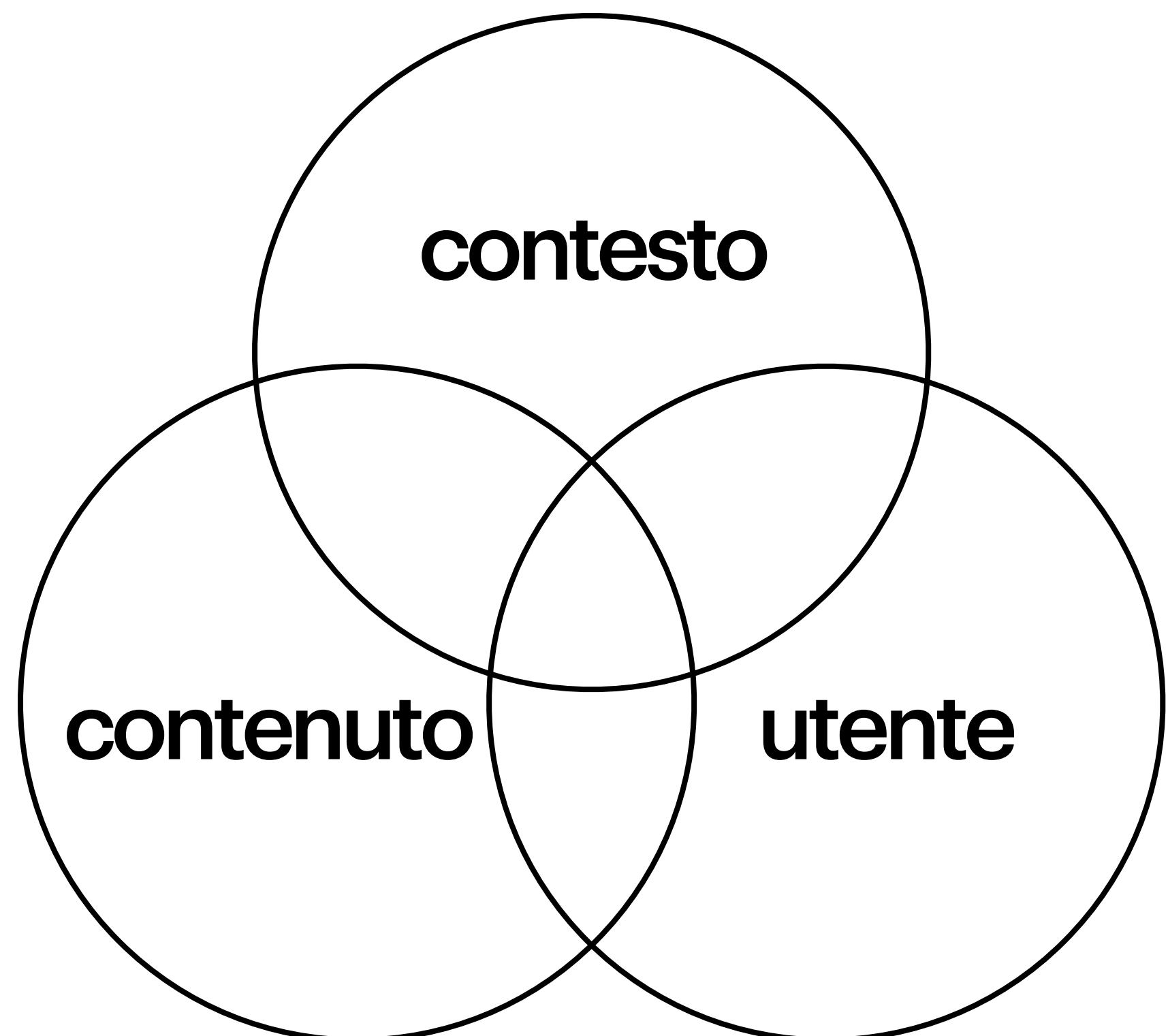
(Law, Roto, Hassenzahl, Vermeeren, & Kort, 2009)

Three Circles of Information Architecture

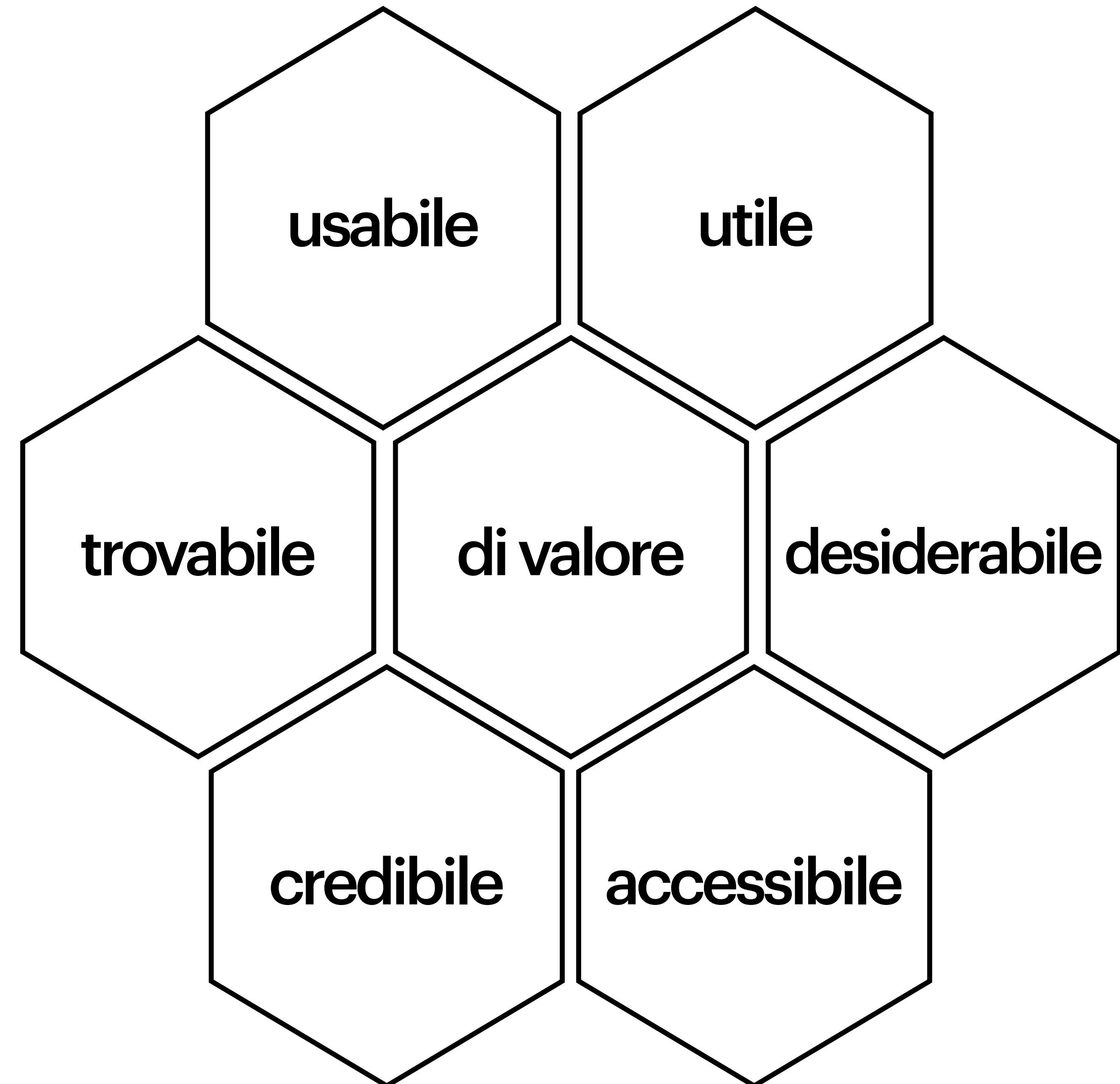


Morville, P. (n.d.). *User Experience Design*. Retrieved June 11, 2023, from http://semanticstudios.com/user_experience_design/

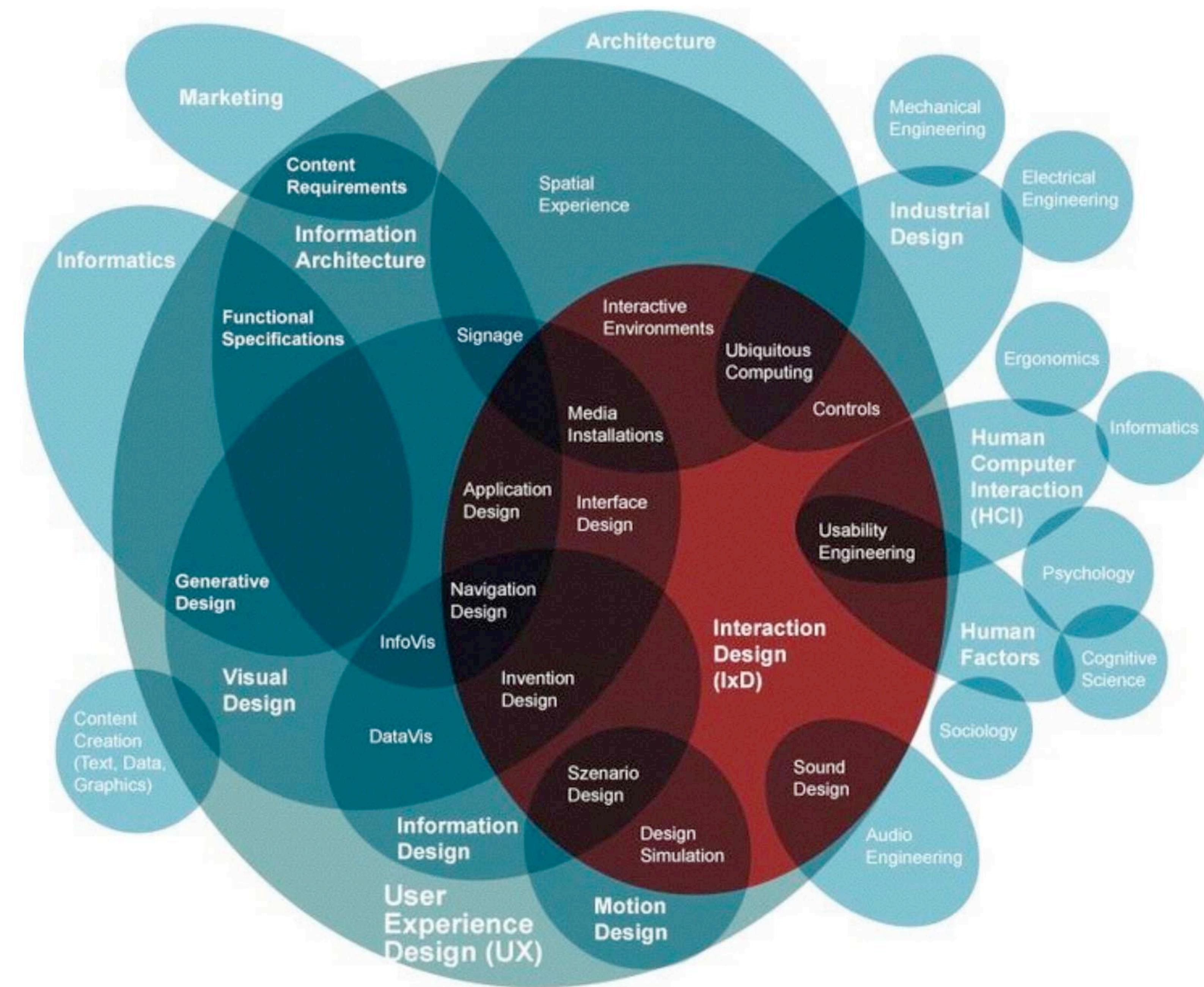
Three Circles of Information Architecture



User Experience Honeycomb



Morville, P. (n.d.). *User Experience Design*. Retrieved June 11, 2023, from http://semanticstudios.com/user_experience_design/



Usabilità

La misura in cui un sistema, un prodotto o un servizio può essere utilizzato da utenti specifici per raggiungere obiettivi specifici con efficacia, efficienza e soddisfazione in un contesto d'uso specifico (ISO, 2010).

ISO 9241-940, 2017

Accessibilità

L'usabilità di un prodotto, di un servizio, di un ambiente o di una struttura da parte di persone con la più ampia gamma di capacità" (ISO, 2010).

ISO 9241-940, 2017

Usabilità

La misura in cui un sistema, un prodotto o un servizio può essere utilizzato da utenti specifici per raggiungere obiettivi specifici con efficacia, efficienza e soddisfazione in un contesto d'uso specifico (ISO, 2010).

ISO 9241-940, 2017



Accessibilità

L'usabilità di un prodotto, di un servizio, di un ambiente o di una struttura da parte di persone con la più ampia gamma di capacità" (ISO, 2010).

ISO 9241-940, 2017

Usabilità

La misura in cui un sistema, un prodotto o un servizio può essere utilizzato da utenti specifici per raggiungere obiettivi specifici con efficacia, efficienza e soddisfazione in un contesto d'uso specifico (ISO, 2010).

ISO 9241-940, 2017

Accessibilità

L'usabilità di un prodotto, di un servizio, di un ambiente o di una struttura da parte di persone con la più ampia gamma di capacità" (ISO, 2010).

ISO 9241-940, 2017

- > fisica (edificio, personale),
- > delle strutture,
- > dei contenuti (accesso alla collezione, programmi),
- > delle informazioni,
- > digitale,
- > sociale,
- > finanziaria
- > rappresentazione

(de Vrijer et al., 2019)

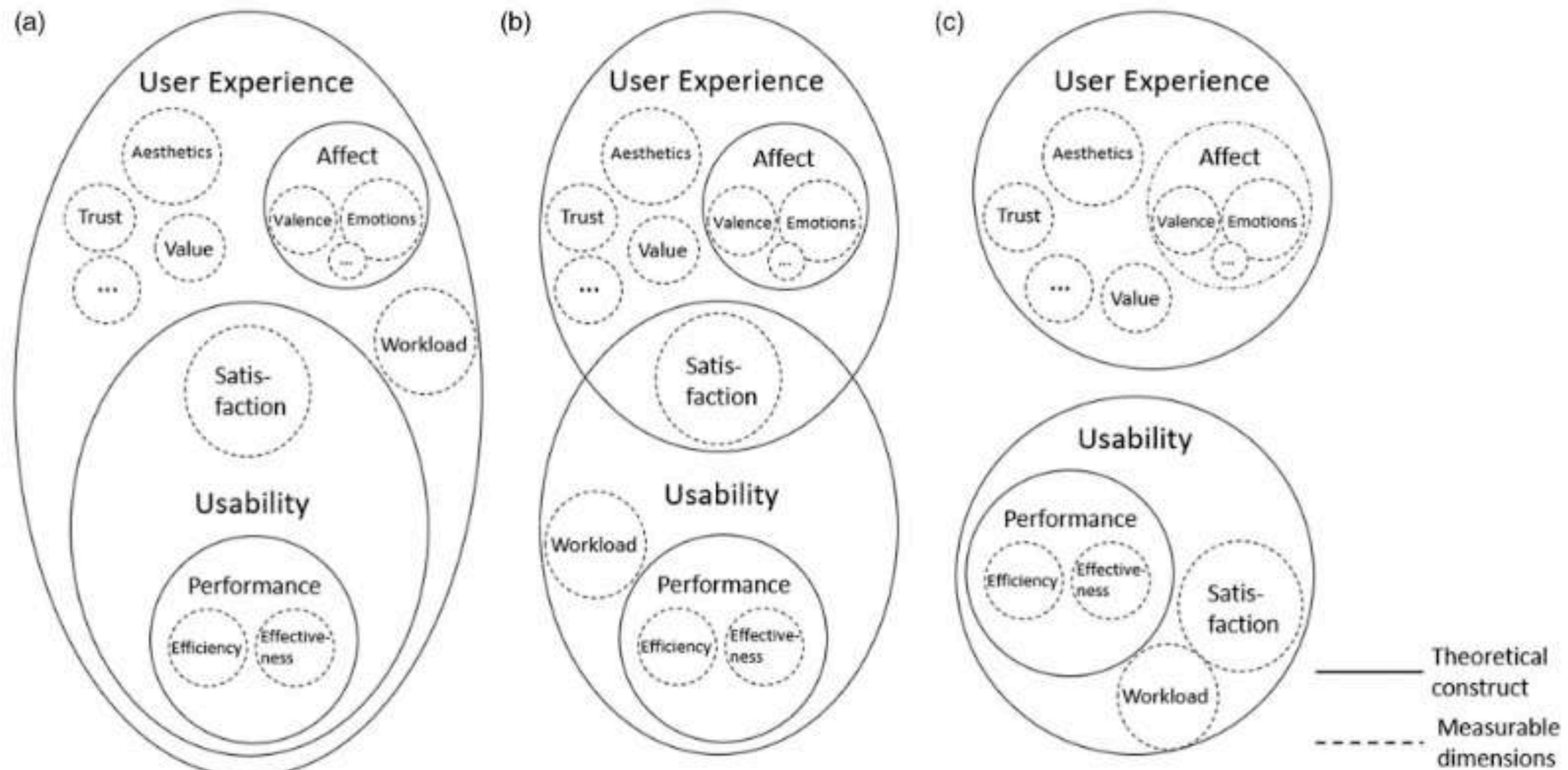
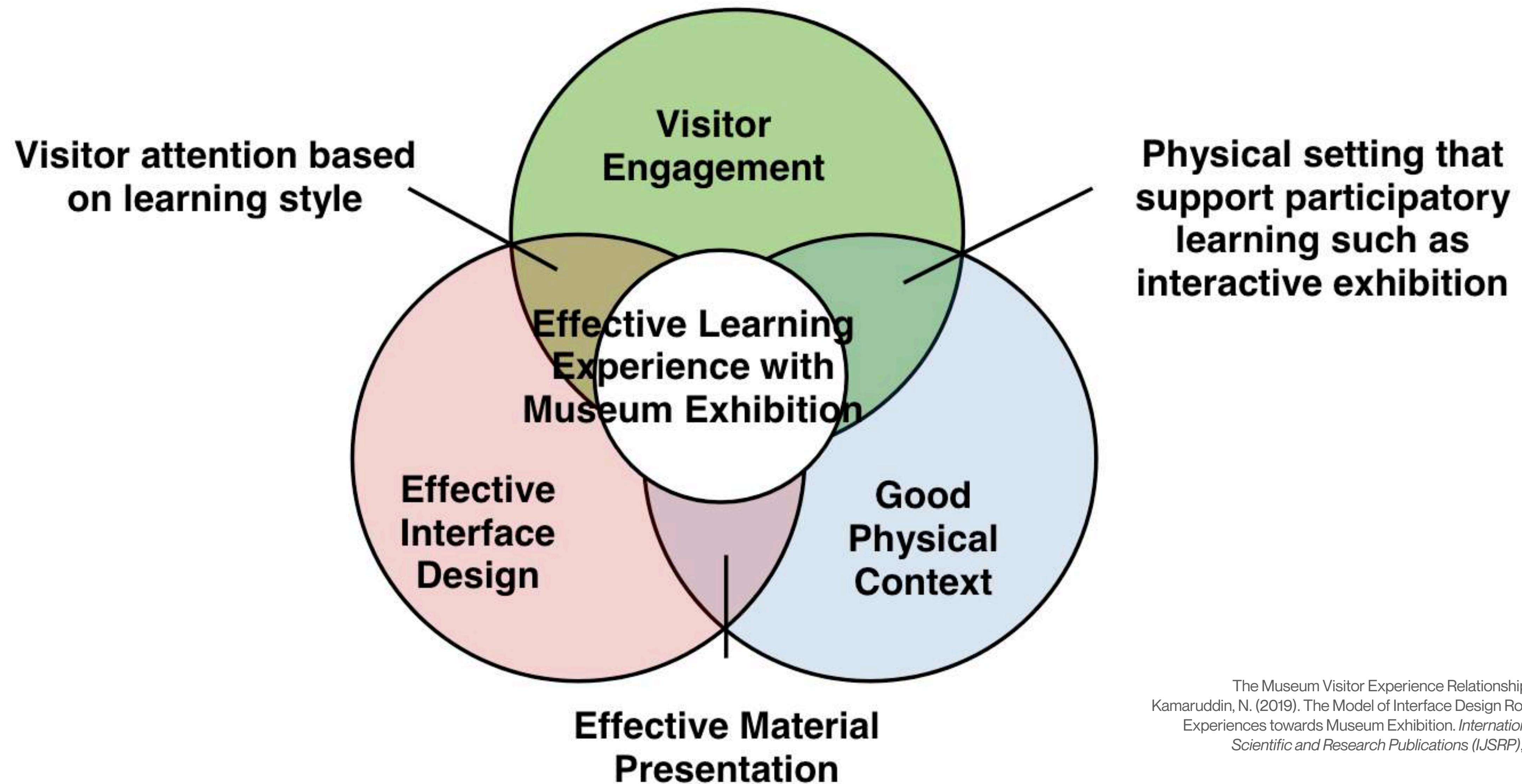


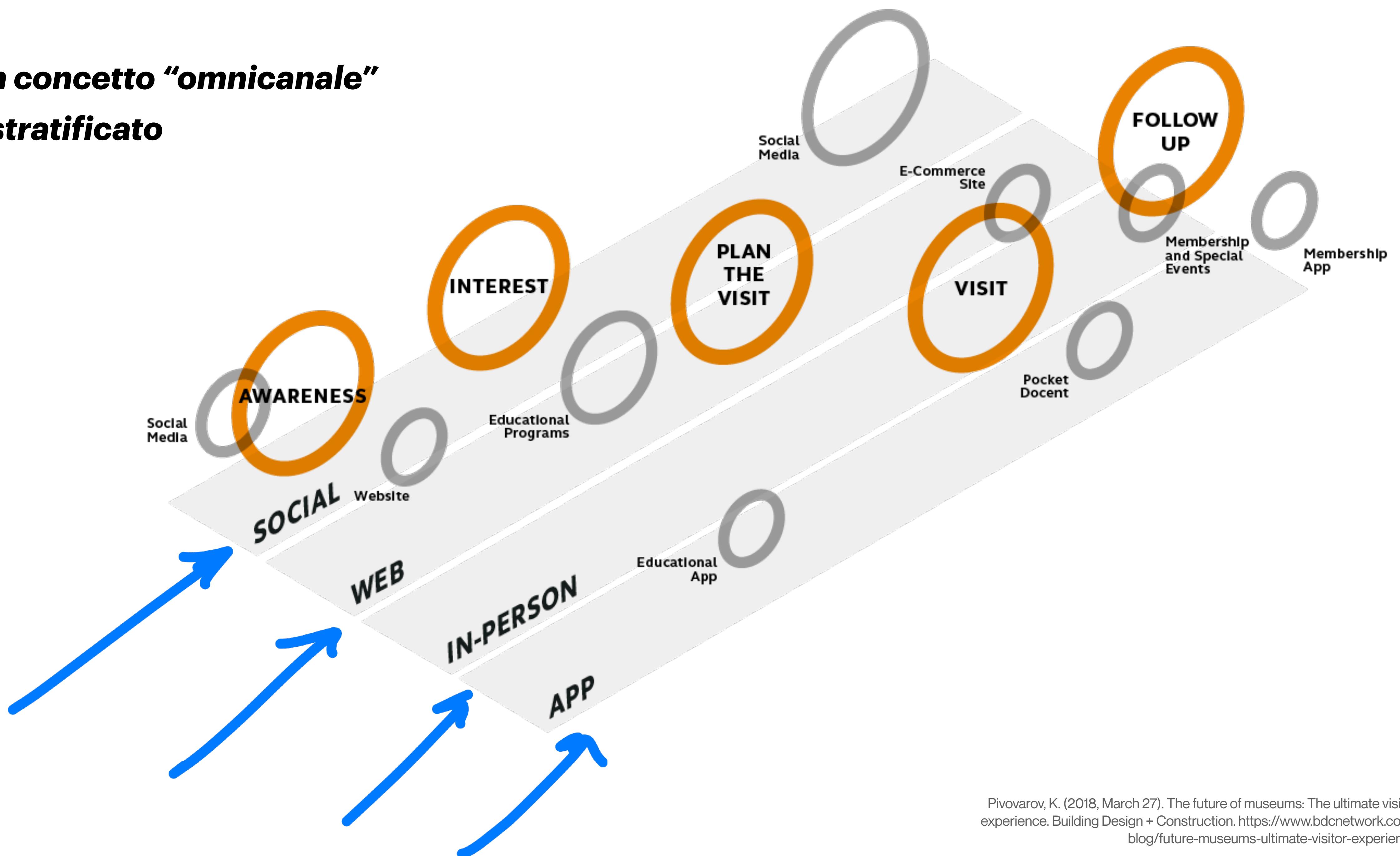
Figure 1. Different views on the relationship between usability and user experience: (a) broad-scope definition of user experience, (b) medium-scope definition of user experience, (c) narrow-scope definition of user experience.

Esistono modelli molto specializzati di analisi dell'UX



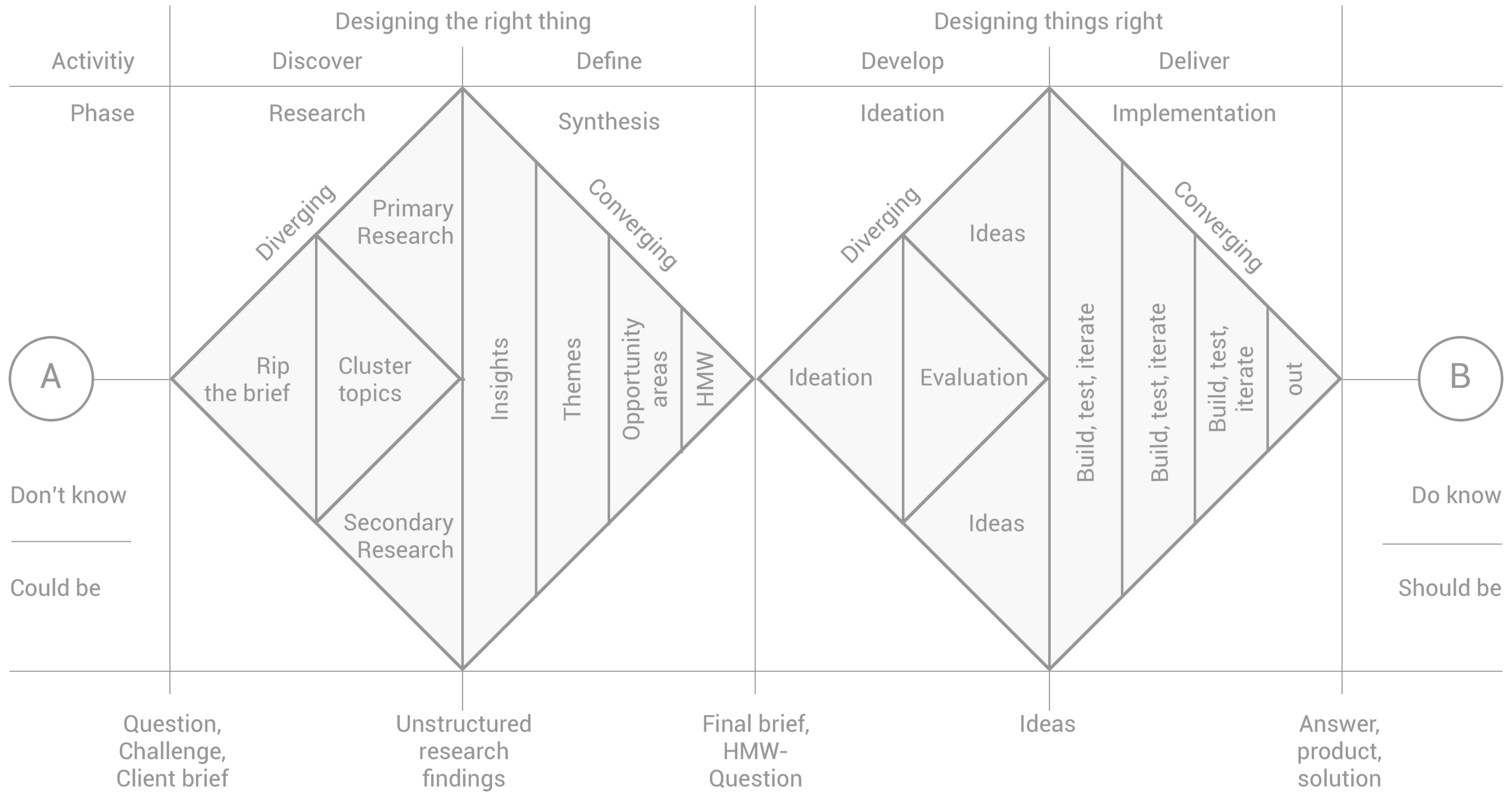
The Museum Visitor Experience Relationship Model from
Kamaruddin, N. (2019). The Model of Interface Design Roles on Visitor
Experiences towards Museum Exhibition. *International Journal of
Scientific and Research Publications (IJSRP)*, 9(9), p93116

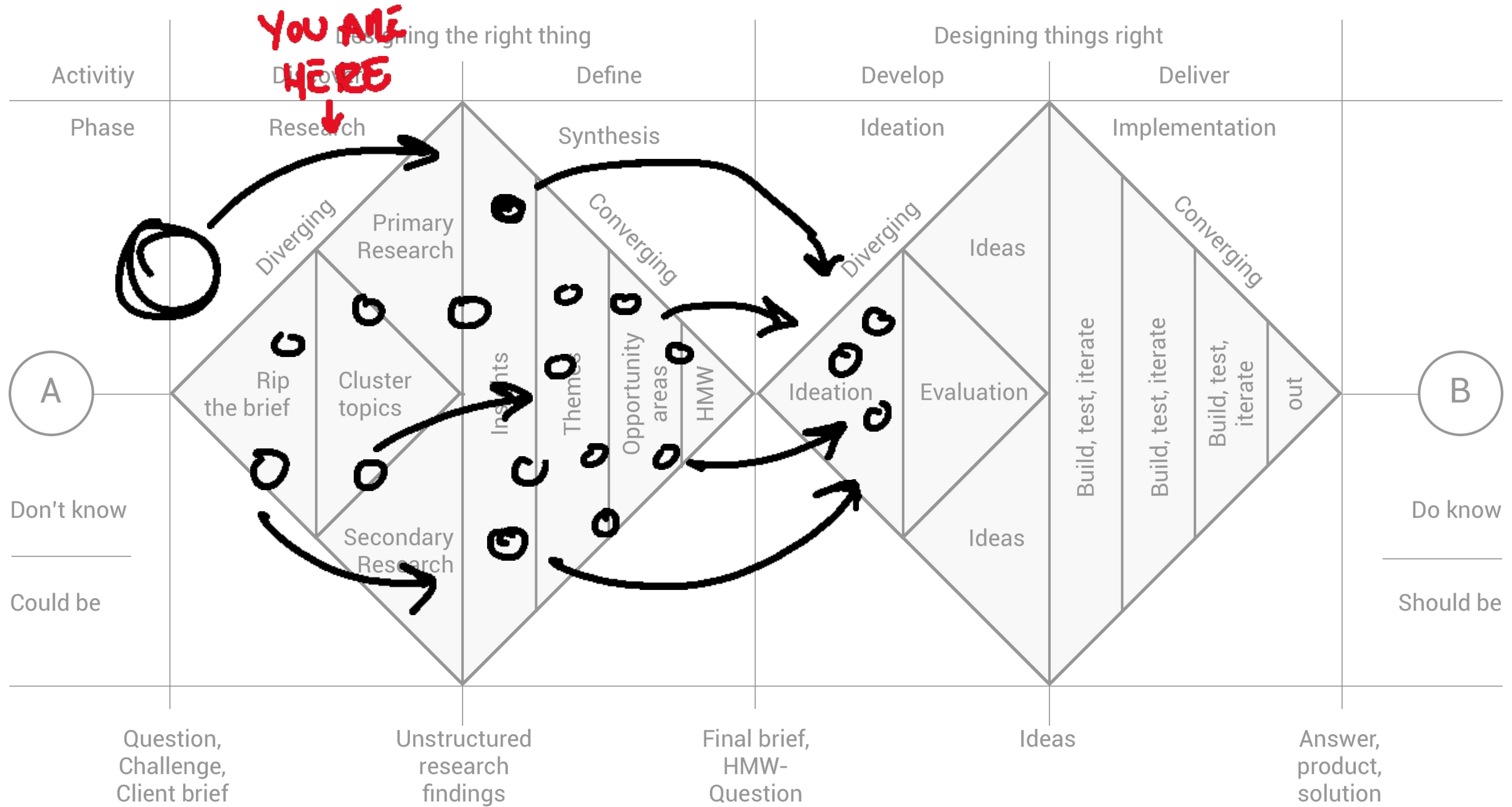
Un concetto “omnicanale” e stratificato

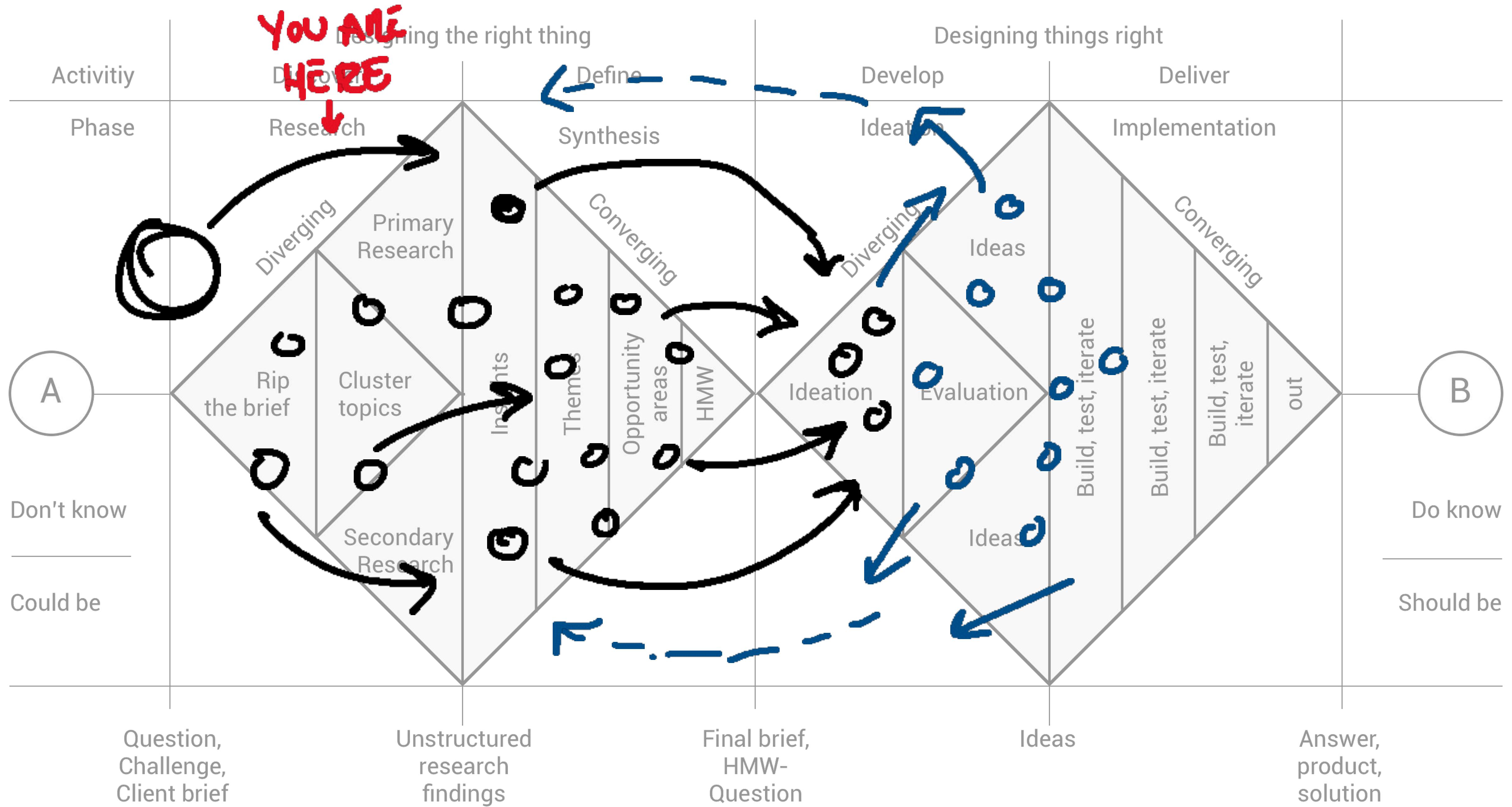


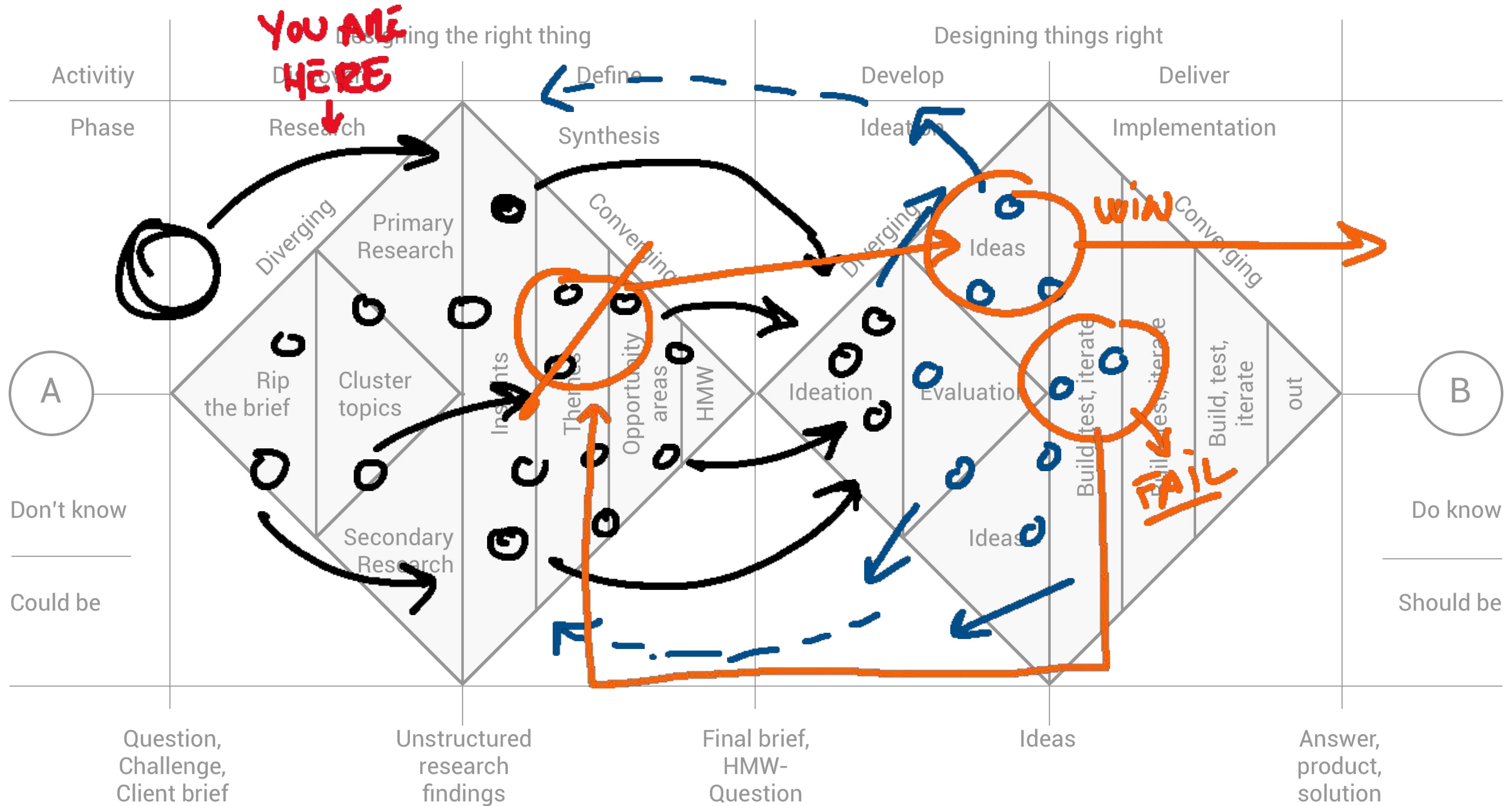
design per l'inclusione

van der Veer, Gerrit, Teresa Consiglio, and Selene Uras. 2018. “One Museum, Multiple Doors—Design for Experience of Living Cultural Heritage for Different Stakeholders.” In *Museum Experience Design: Crowds, Ecosystems and Novel Technologies*, Springer Series on Cultural Computing, eds. Arnold Vermeeren, Licia Calvi, and Amalia Sabiescu. Cham: Springer International Publishing, 181–202









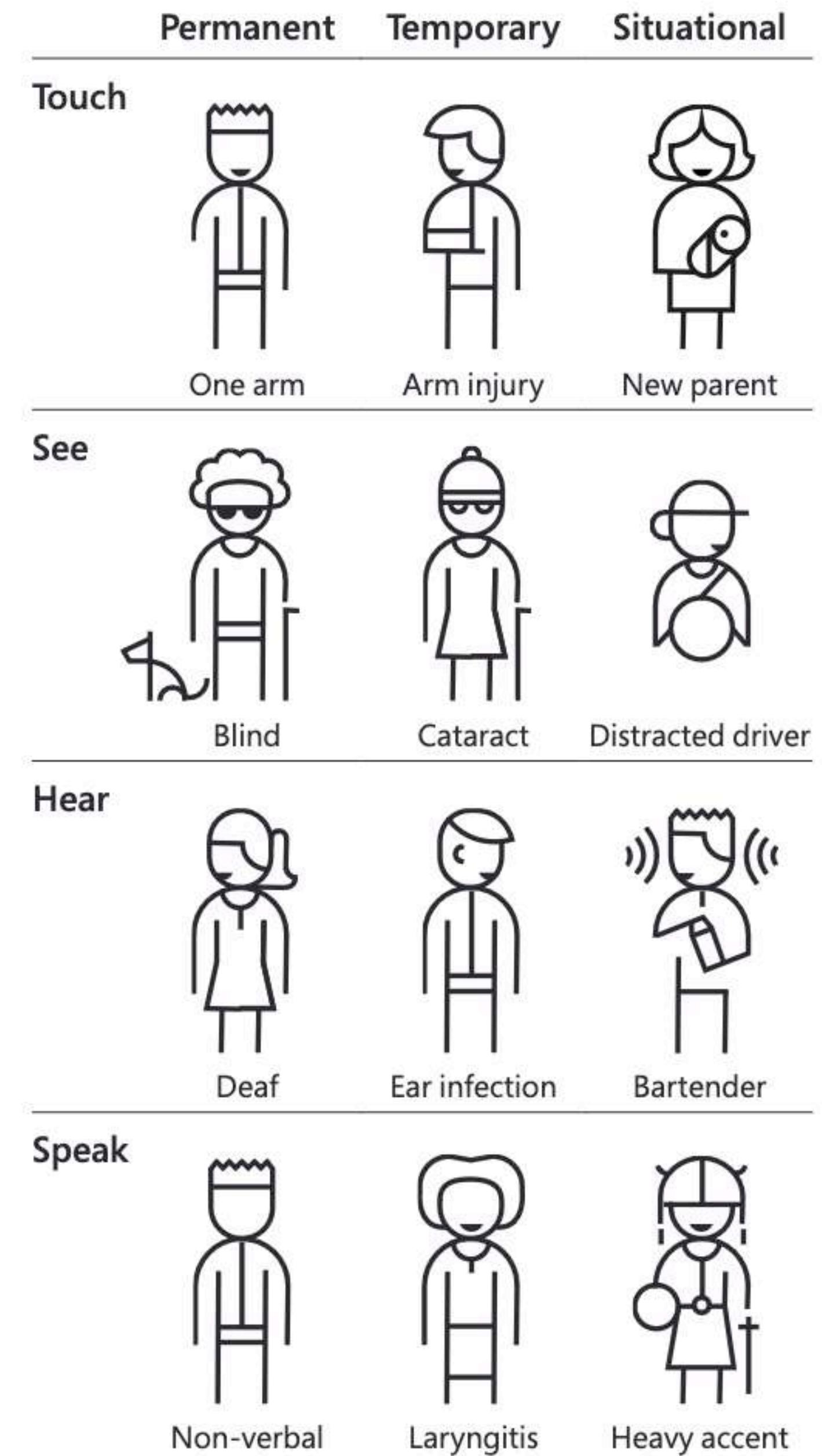
L'inclusione è la pratica o la politica di includere tutti in un'interazione o in un'esperienza, abbracciando la diversità e riconoscendo l'universalità.

Dooren, K. (2021). Designing a more inclusive museum experience: A strategic service concept to contribute to inclusion in the museum sector, by facilitating a mutually beneficial relationship between museums and their audiences.

A photograph of three young children, two boys and one girl, sitting at a row of desks in a classroom. They are all wearing yellow headphones and looking at computer monitors. The girl in the foreground is smiling. The background shows other children and classroom equipment.

sol...
chi è “disabile”?

image courtesy by Rukmini Chopra



Io status di una persona è in realtà uno spettro di combinazioni

The Persona Spectrum

We use the Persona Spectrum to understand related mismatches and motivations across a spectrum of permanent, temporary, and situational scenarios. It's a quick tool to help foster empathy and to show how a solution scales to a broader audience.

***i bisogni cambiano a seconda del
contesto (e nel tempo)***



la progettazione che considera l'intera gamma delle diversità umane in relazione alle capacità, alla lingua, alla cultura, al genere, all'età e ad altre forme di differenza^{IDRC} tra persone

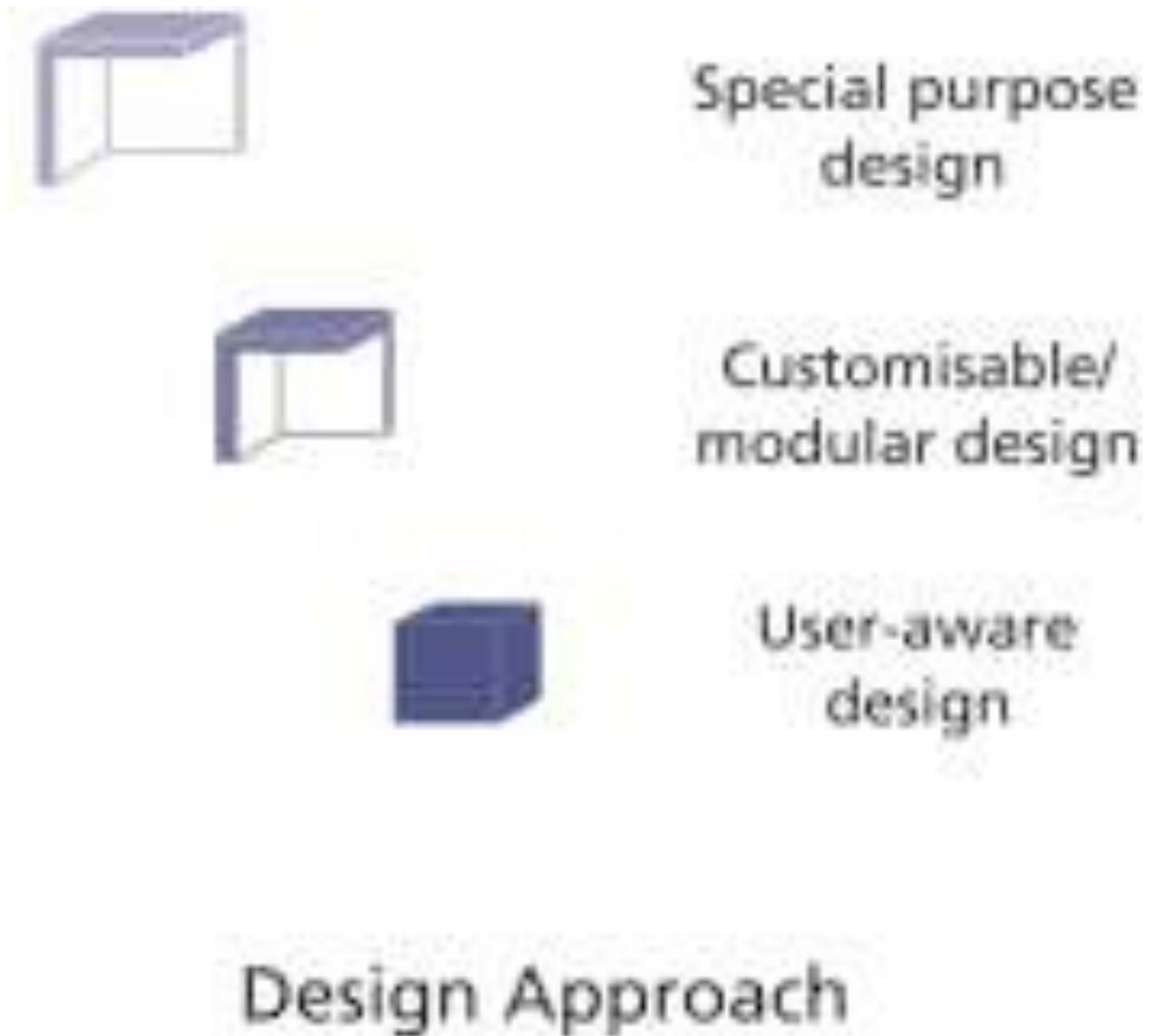
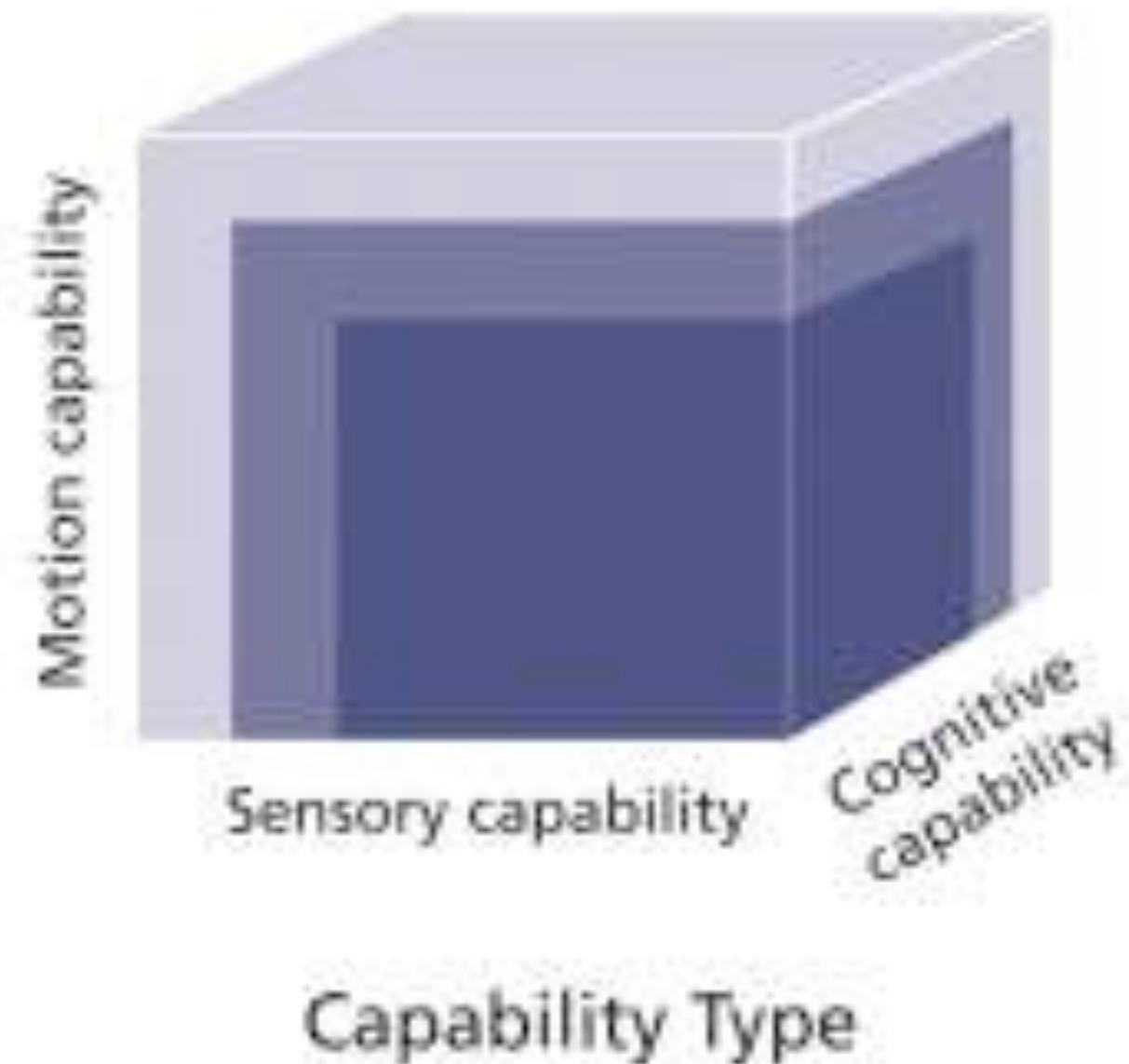
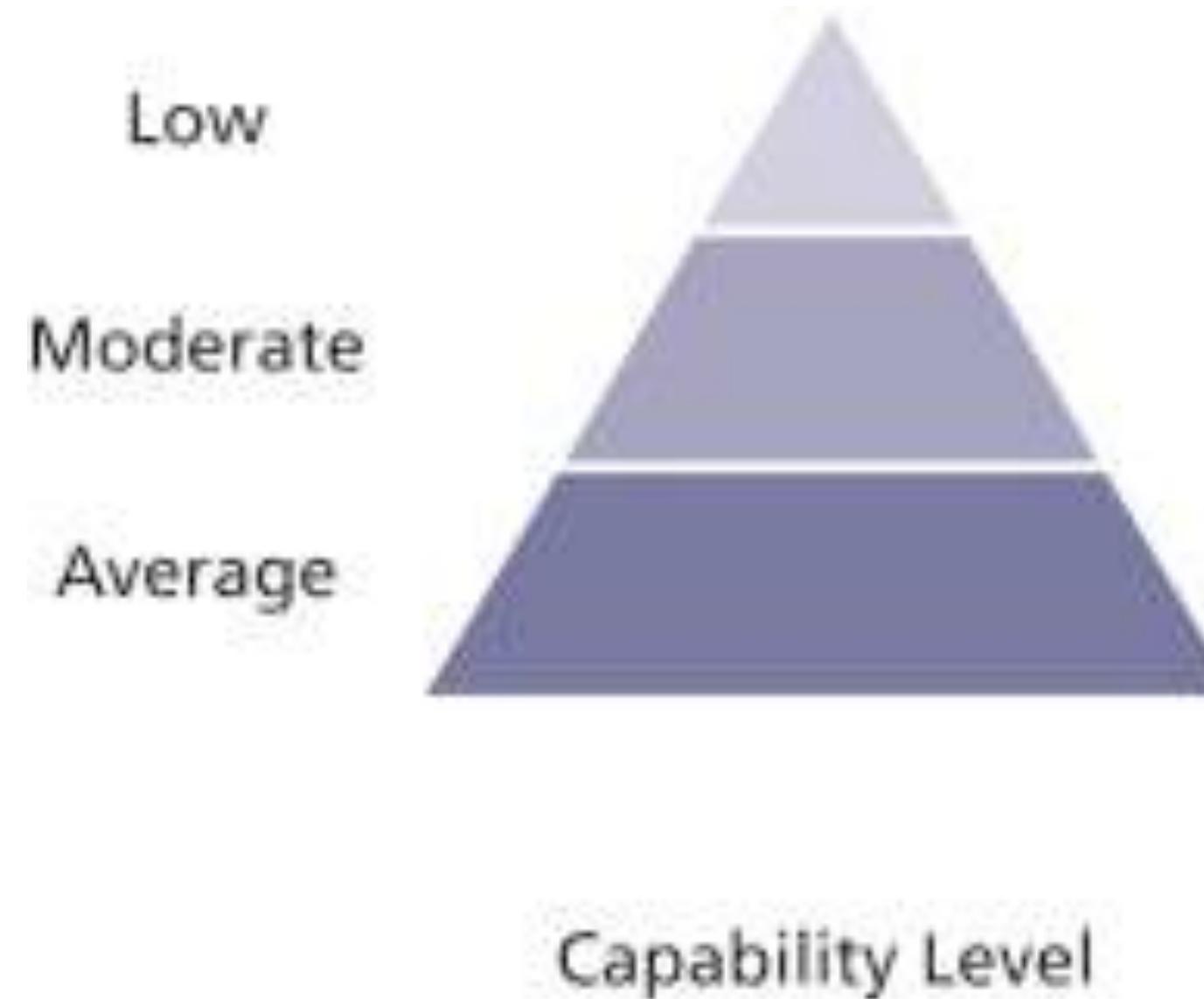
IDRC

<https://legacy.idrc.ocadu.ca/about-the-idrc/49-resources/online-resources/articles-and-papers/443-whatisinclusivedesign>

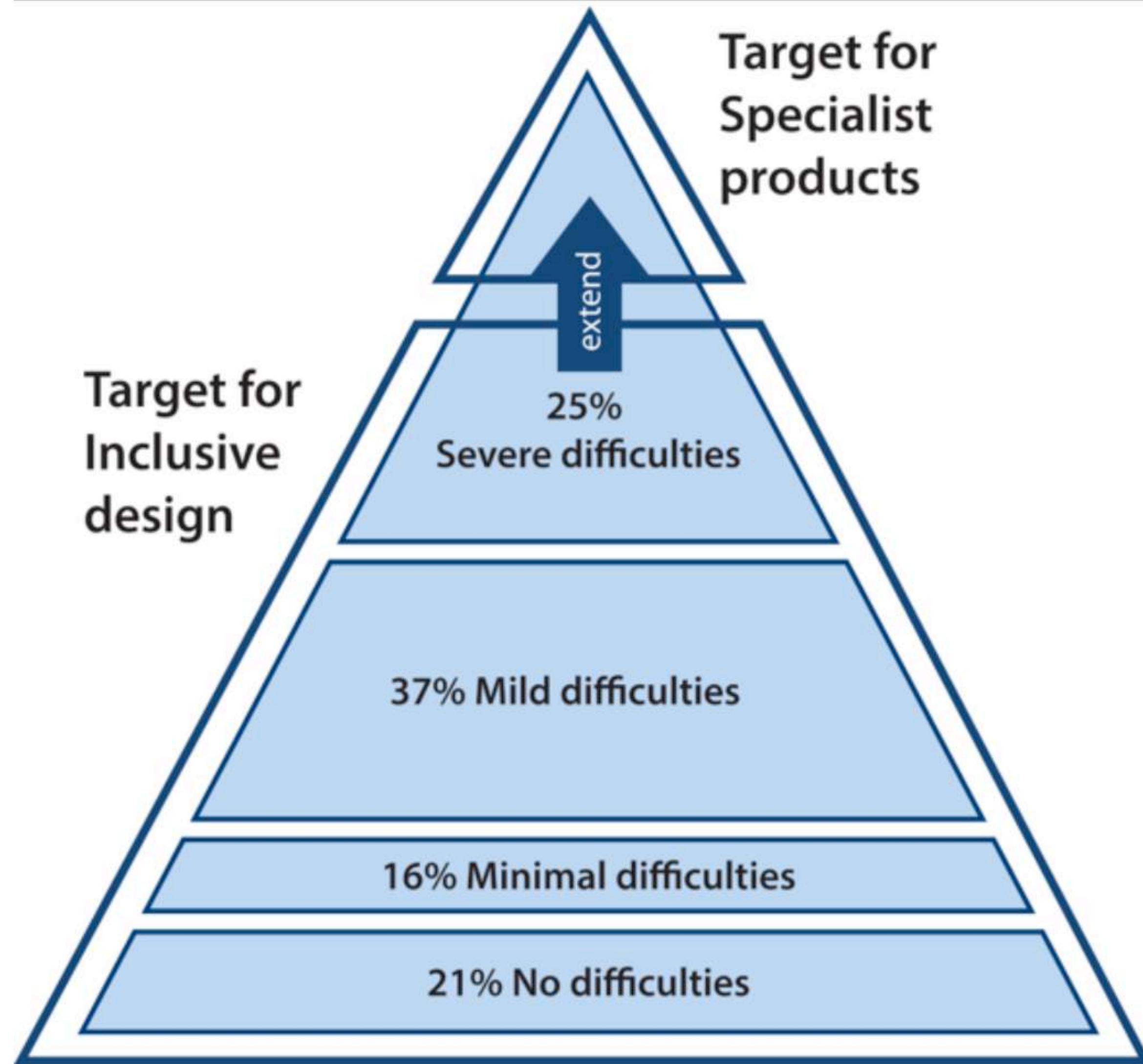
due sfide per il design dell'inclusione

- 1 progettare per la nicchia e generalizzare vs. progettare per tutti e poi specializzare**
- 2 conciliare bisogni universali e contestuali**

per chi si progetta?



Keates, S., & Clarkson, J. (2004). Countering design exclusion. In S. Keates & J. Clarkson (Eds.), Countering design exclusion: An introduction to inclusive design (pp. 140–156). Springer.



Non è sempre possibile o appropriato progettare un prodotto che risponda alle esigenze dell'intera popolazione. Il design inclusivo, cerca una risposta appropriata attraverso:

IDRC

<https://legacy.idrc.ocadu.ca/about-the-idrc/49-resources/online-resources/articles-and-papers/443-whatisinclusivedesign>

Non è sempre possibile o appropriato progettare un prodotto che risponda alle esigenze dell'intera popolazione. Il design inclusivo, cerca una risposta appropriata attraverso:

IDRC

<https://legacy.idrc.ocadu.ca/about-the-idrc/49-resources/online-resources/articles-and-papers/443-whatisinclusivedesign>

Non è sempre possibile o appropriato progettare un prodotto che risponda alle esigenze dell'intera popolazione. Il design inclusivo, cerca una risposta appropriata attraverso:

1. lo sviluppo di un **famiglie di soluzioni e derivati** per fornire la migliore copertura di pubblici;

IDRC

<https://legacy.idrc.ocadu.ca/about-the-idrc/49-resources/online-resources/articles-and-papers/443-whatisinclusivedesign>

Non è sempre possibile o appropriato progettare un prodotto che risponda alle esigenze dell'intera popolazione. Il design inclusivo, cerca una risposta appropriata attraverso:

1. lo sviluppo di un **famiglie di soluzioni e derivati** per fornire la migliore copertura di pubblici;
2. **riducendo il livello di abilità richiesto per l'utilizzo** di ciascun prodotto/servizio, per migliorare l'esperienza d'uso per un'ampia gamma di persone, in una varietà di situazioni

IDRC

<https://legacy.idrc.ocadu.ca/about-the-idrc/49-resources/online-resources/articles-and-papers/443-whatisinclusivedesign>

Non è sempre possibile o appropriato progettare un prodotto che risponda alle esigenze dell'intera popolazione. Il design inclusivo, cerca una risposta appropriata attraverso:

1. lo sviluppo di un **famiglie di soluzioni e derivati** per fornire la migliore copertura di pubblici;
2. **riducendo il livello di abilità richiesto per l'utilizzo** di ciascun prodotto/servizio, per migliorare l'esperienza d'uso per un'ampia gamma di persone, in una varietà di situazioni

IDRC

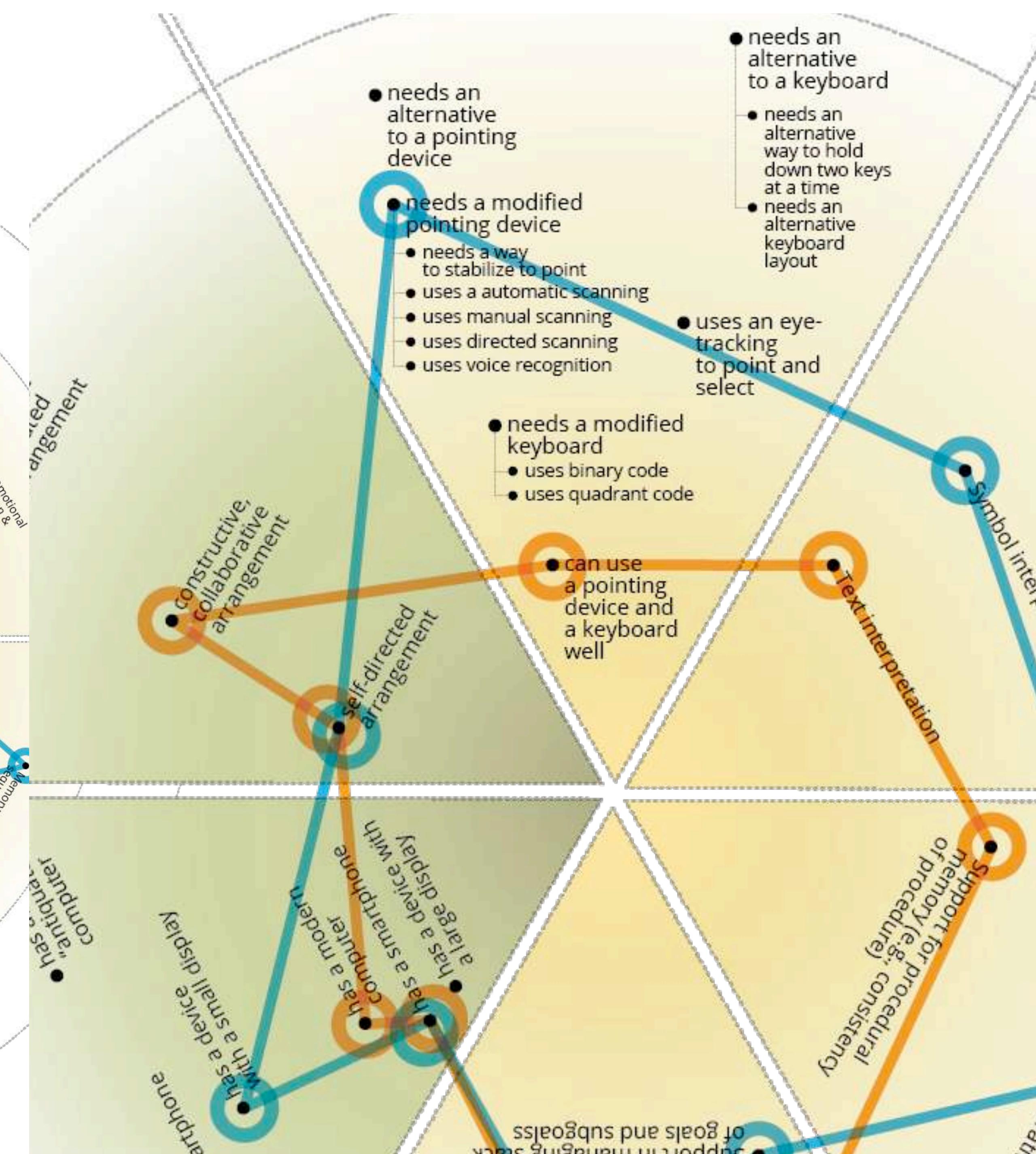
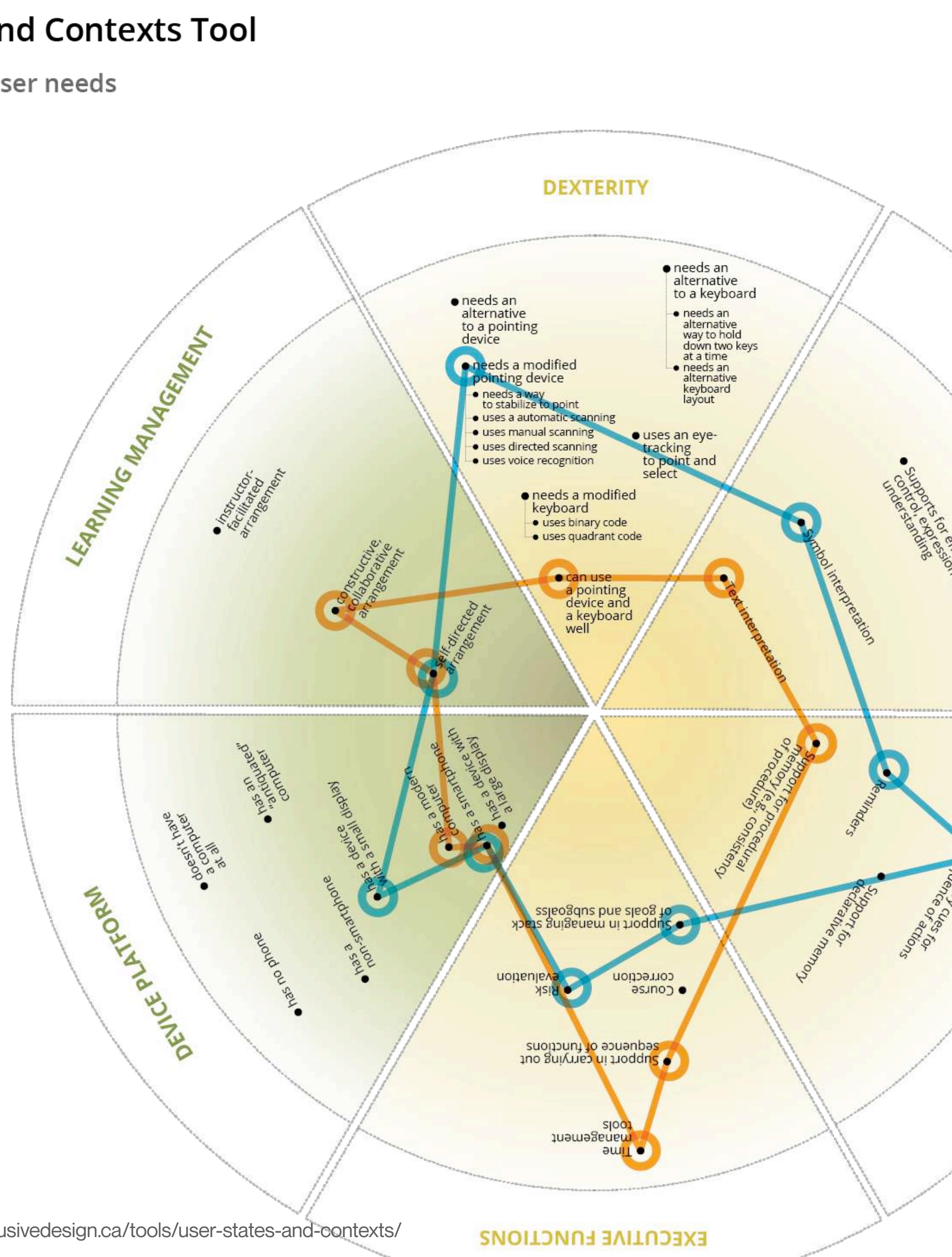
<https://legacy.idrc.ocadu.ca/about-the-idrc/49-resources/online-resources/articles-and-papers/443-whatisinclusivedesign>

States and Contexts Tool

Mapping user needs

 Sarah

 Jitesh

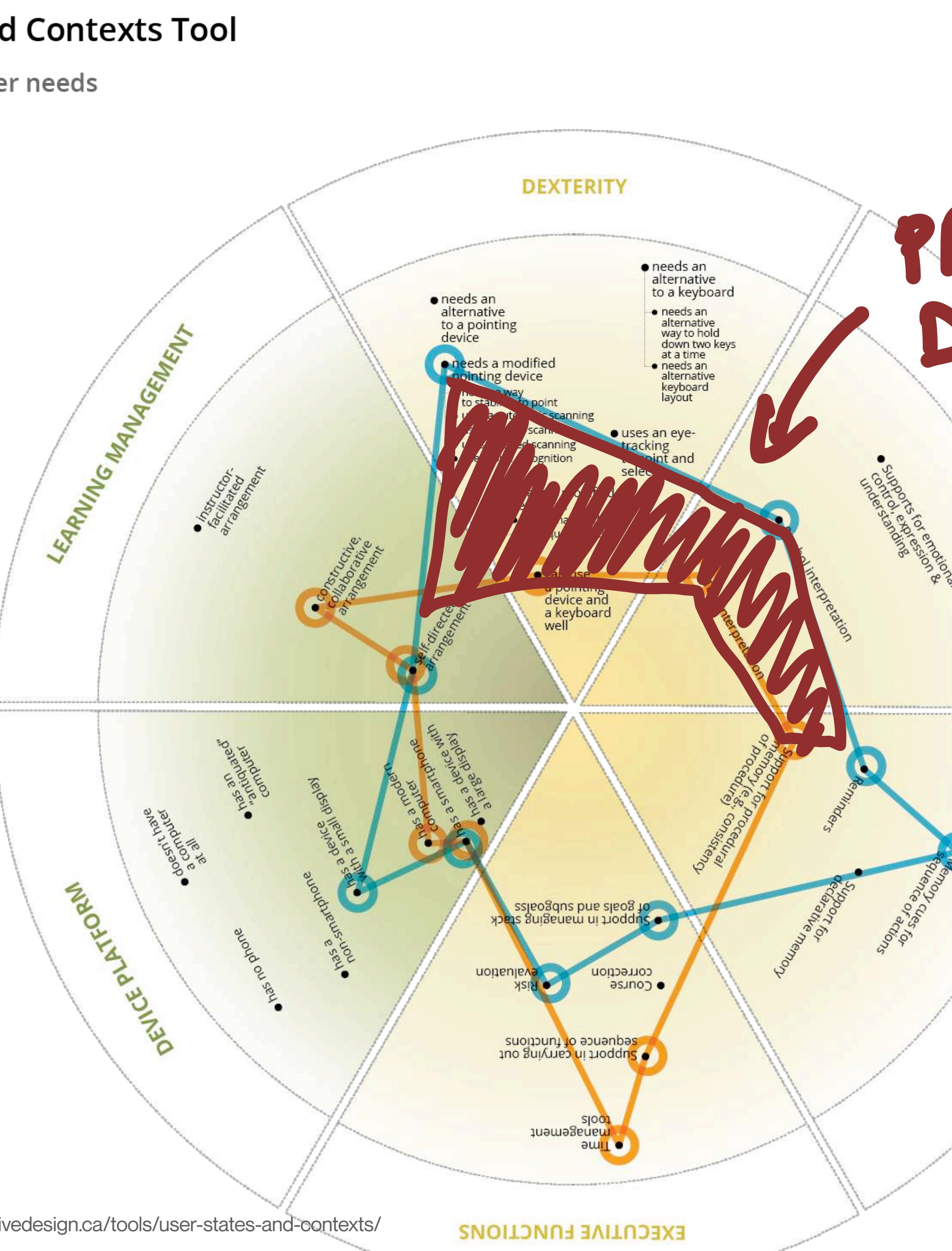


States and Contexts Tool

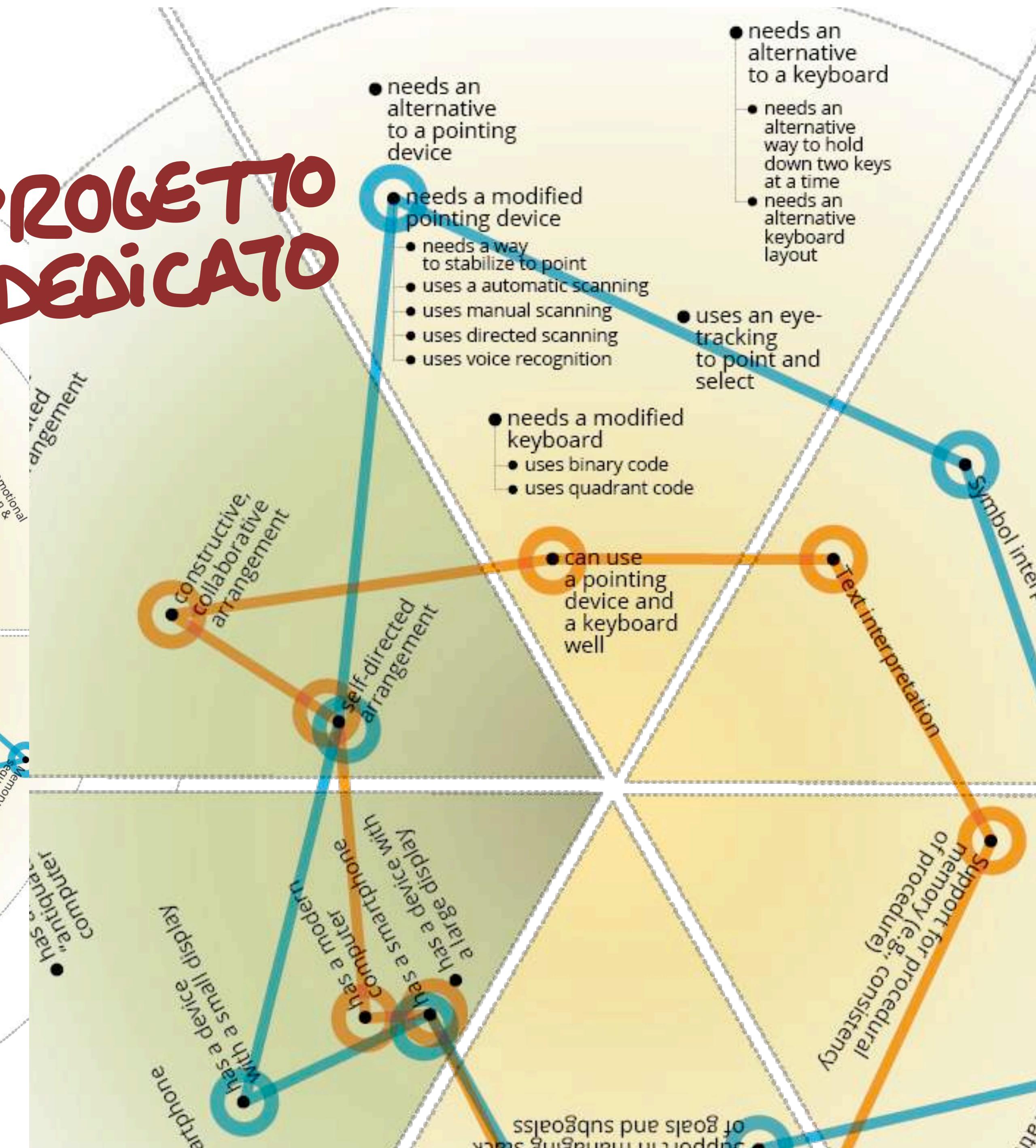
Mapping user needs

 Sarah

 Jitesh



PROGETTO DEDICATO



Bisogni UNIVERSALI



Bisogni CONTESTUALI



	Universal Design	Inclusive Design	Design for All
Origine	Nato negli Stati Uniti presso la North Carolina State University, da Roland Mace nel 1985.	Si è sviluppato principalmente nel Regno Unito e in altri paesi sotto influenza britannica. Il termine è stato coniato da Roger Coleman nel 1994.	Emergente e diffuso principalmente in Europa occidentale. È legato al contesto sociale e legale di tipo prescrittivo e deterministico (diritto civile).
Approccio	Si concentra sugli obiettivi di progettazione, lasciando ai progettisti l'identificazione delle soluzioni più adatte. Utilizza i "7 Principi del Universal Design". Utilizza strumenti di verifica del progetto come le checklist.	Priorizza la costruzione di un convincente "business case". Impiega una base di conoscenza più organica e strutturata e considera la diversità umana. Nessun principio o linea guida di progettazione può essere assoluto, poiché deve fare i conti con utenti, contesti e obiettivi diversi.	Approccio di progettazione olistico in reazione a un sistema legale di eccessiva normalizzazione delle soluzioni. Sottolinea il dialogo, la partecipazione attiva e si concentra principalmente sul processo di progettazione. Promuove una partecipazione diffusa e mira allo sviluppo sostenibile. Svolge anche una dimensione di servizio educativo e sociale.
Utenti	L'utente è definito in modo estensivo, e tutti i prodotti e gli spazi dovrebbero essere il più accessibili e utilizzabili possibile. Non si concentra solo sulle persone con disabilità.	Basa il suo approccio su tre dimensioni: riconoscere la diversità e l'unicità tra gli individui, l'inclusività degli strumenti e delle metodologie di progettazione, e l'estensione degli effetti in termini di benefici.	Si concentra sulla diversità umana, sull'inclusione sociale e sull'uguaglianza. Considera la diversità umana come una risorsa e non un limite. DfA mira a rendere gli ambienti, le attrezzature e i servizi utilizzabili autonomamente da persone con esigenze e abilità diverse.
Valutazione	Le azioni di valutazione e verifica sono a posteriori, condotte su progetti esistenti o sviluppati.	Considerato come un approccio attento alla diversità umana e basato sull'idea che nessun criterio, principio o linea guida possa essere assoluto.	Valuta la partecipazione attiva e si concentra sul processo di progettazione. Prende in considerazione i principi di sviluppo sostenibile e il coinvolgimento partecipativo di tutti gli stakeholder del progetto.

co-progettare per non cadere nei pregiudizi e per empatizzare



Identificazione degli attori chiave

Identificazione degli attori chiave

Identificazione degli attori chiave

Identificare tutti gli attori coinvolti nella rete del museo d'arte contemporanea, prestando particolare attenzione a coloro che potrebbero essere esclusi o svantaggiati, per promuovere l'Enabling Opportunities.

Identificazione degli attori chiave

Identificare tutti gli attori coinvolti nella rete del museo d'arte contemporanea, prestando particolare attenzione a coloro che potrebbero essere esclusi o svantaggiati, per promuovere l'Enabling Opportunities.

Identificazione degli attori chiave

Identificare tutti gli attori coinvolti nella rete del museo d'arte contemporanea, prestando particolare attenzione a coloro che potrebbero essere esclusi o svantaggiati, per promuovere l'Enabling Opportunities.

Esempio: Gli attori identificati includono visitatori, personale del museo, artisti, curatori, donatori, partner dell'evento e fornitori di servizi.

Comprensione delle esperienze degli attori e delle interazioni della rete di valore

Comprensione delle esperienze degli attori e delle interazioni della rete di valore

Comprendere delle esperienze degli attori e delle interazioni della rete di valore

Comprendere le aspettative, le esigenze e le interazioni di ciascun attore. Identificare le scelte offerte ai visitatori e il loro grado di autonomia, per alimentare la varietà dell'offerta.

IDRC

<https://legacy.idrc.ocadu.ca/about-the-idrc/49-resources/online-resources/articles-and-papers/443-whatisinclusivedesign>

Comprendere delle esperienze degli attori e delle interazioni della rete di valore

Comprendere le aspettative, le esigenze e le interazioni di ciascun attore. Identificare le scelte offerte ai visitatori e il loro grado di autonomia, per alimentare la varietà dell'offerta.

Metodi: Interviste, focus group, questionari.

IDRC

<https://legacy.idrc.ocadu.ca/about-the-idrc/49-resources/online-resources/articles-and-papers/443-whatisinclusivedesign>

Comprendere delle esperienze degli attori e delle interazioni della rete di valore

Comprendere le aspettative, le esigenze e le interazioni di ciascun attore. Identificare le scelte offerte ai visitatori e il loro grado di autonomia, per alimentare la varietà dell'offerta.

Metodi: Interviste, focus group, questionari.

Strumenti: Trascrizioni delle interviste, dati dei sondaggi.

Comprendere delle esperienze degli attori e delle interazioni della rete di valore

Comprendere le aspettative, le esigenze e le interazioni di ciascun attore. Identificare le scelte offerte ai visitatori e il loro grado di autonomia, per alimentare la varietà dell'offerta.

Metodi: Interviste, focus group, questionari.

Strumenti: Trascrizioni delle interviste, dati dei sondaggi.

Esempio: Tramite interviste, abbiamo scoperto che i visitatori desiderano una maggiore interazione con gli artisti.

IDRC

<https://legacy.idrc.ocadu.ca/about-the-idrc/49-resources/online-resources/articles-and-papers/443-whatisinclusivedesign>

Comprensione delle esperienze degli attori e delle interazioni della rete di valore

I 4 pilastri dell'inclusione del servizio

Comprensione delle esperienze degli attori e delle interazioni della rete di valore

Comprendere delle esperienze degli attori e delle interazioni della rete di valore

Comprendere le aspettative, le esigenze e le interazioni di ciascun attore. Identificare le scelte offerte ai visitatori e il loro grado di autonomia, per alimentare la varietà dell'offerta.

IDRC

<https://legacy.idrc.ocadu.ca/about-the-idrc/49-resources/online-resources/articles-and-papers/443-whatisinclusivedesign>

Comprendere delle esperienze degli attori e delle interazioni della rete di valore

Comprendere le aspettative, le esigenze e le interazioni di ciascun attore. Identificare le scelte offerte ai visitatori e il loro grado di autonomia, per alimentare la varietà dell'offerta.

Metodi: Interviste, focus group, questionari.

IDRC

<https://legacy.idrc.ocadu.ca/about-the-idrc/49-resources/online-resources/articles-and-papers/443-whatisinclusivedesign>

Comprendere delle esperienze degli attori e delle interazioni della rete di valore

Comprendere le aspettative, le esigenze e le interazioni di ciascun attore. Identificare le scelte offerte ai visitatori e il loro grado di autonomia, per alimentare la varietà dell'offerta.

Metodi: Interviste, focus group, questionari.

Strumenti: Trascrizioni delle interviste, dati dei sondaggi.

Comprendere delle esperienze degli attori e delle interazioni della rete di valore

Comprendere le aspettative, le esigenze e le interazioni di ciascun attore. Identificare le scelte offerte ai visitatori e il loro grado di autonomia, per alimentare la varietà dell'offerta.

Metodi: Interviste, focus group, questionari.

Strumenti: Trascrizioni delle interviste, dati dei sondaggi.

Esempio: Tramite interviste, abbiamo scoperto che i visitatori desiderano una maggiore interazione con gli artisti.

IDRC

<https://legacy.idrc.ocadu.ca/about-the-idrc/49-resources/online-resources/articles-and-papers/443-whatisinclusivedesign>

design UX Progettare Esperienze Inclusive



identità umana

- > materiale (classe, luogo, situazione familiare),
- > corporea (età, razza, sesso e sessualità, caratteristiche fisiche e mentali) e
- > simboliche (cultura, lingua, genere, famiglia, affinità e persona).

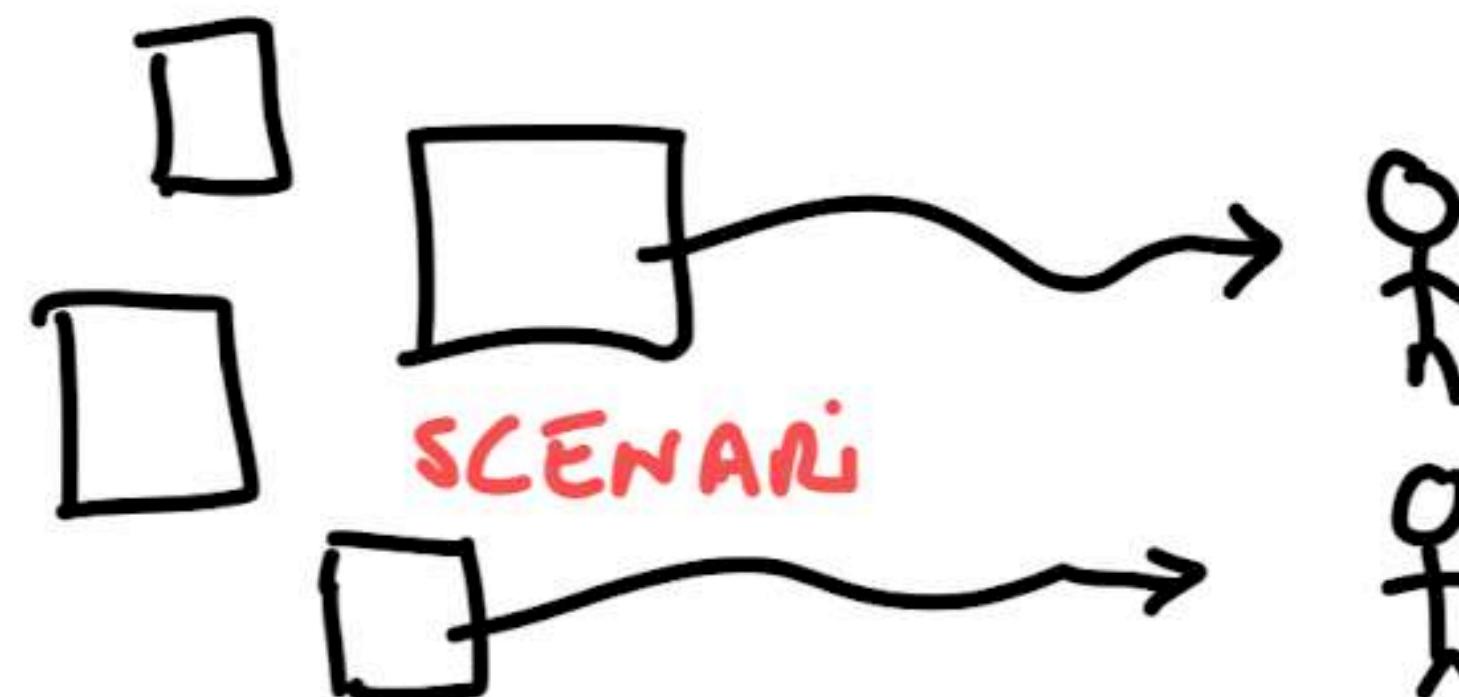
empatia



→ chi è il nostro utente? (socio
clicnico
utente)

↓
DATI * (non possiamo affidarci alle sensazioni...)

↓
CLUSTER = **PROFILO** (persona,
buyer persona, ecc...)



make latent thoughts emerge → generative approach



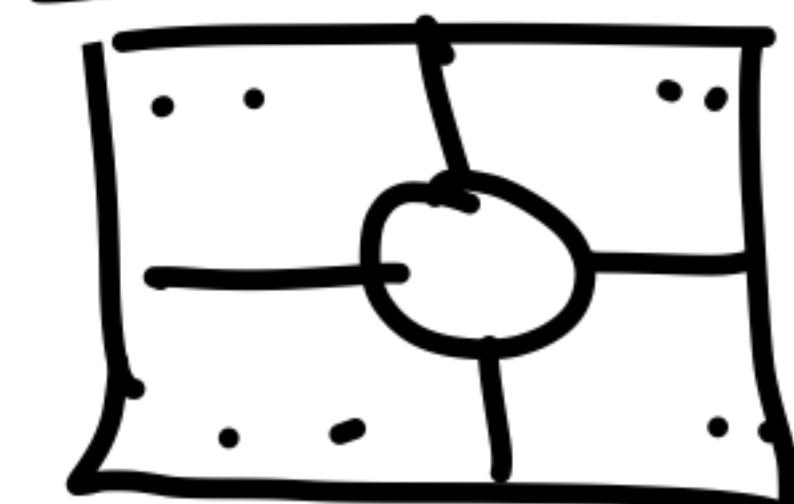
→ TRANSCRIPT

INTERVIEW
semi-struct.



thoughts

[ACTIONS
PROFILES]
↑
EMPATHY/IZS

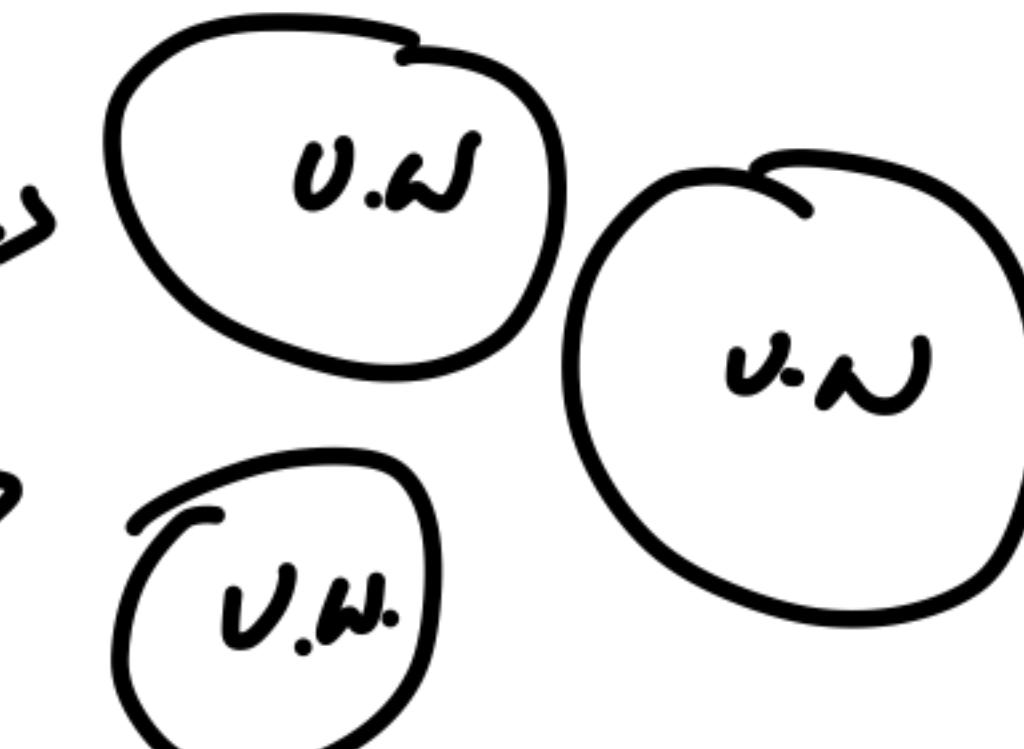


ve-cluster

UNIVERSAL
NEEDS
(Desmet
Fokkinga)

CONTEXTUAL
NEEDS
[museums]

+ OBSERVE / WALKS / SURVEYS



Giovanni

Il cittadino

[Trova un aggettivo rappresentativo]



ESEMPIO

Giovanni in questa
situazione direbbe...

ATTIVITÀ

La giornata di Giovanni
consiste in...

NECESSITÀ

I bisogni più importanti
di Giovanni sono...

OBIETTIVI E ASPIRAZIONI

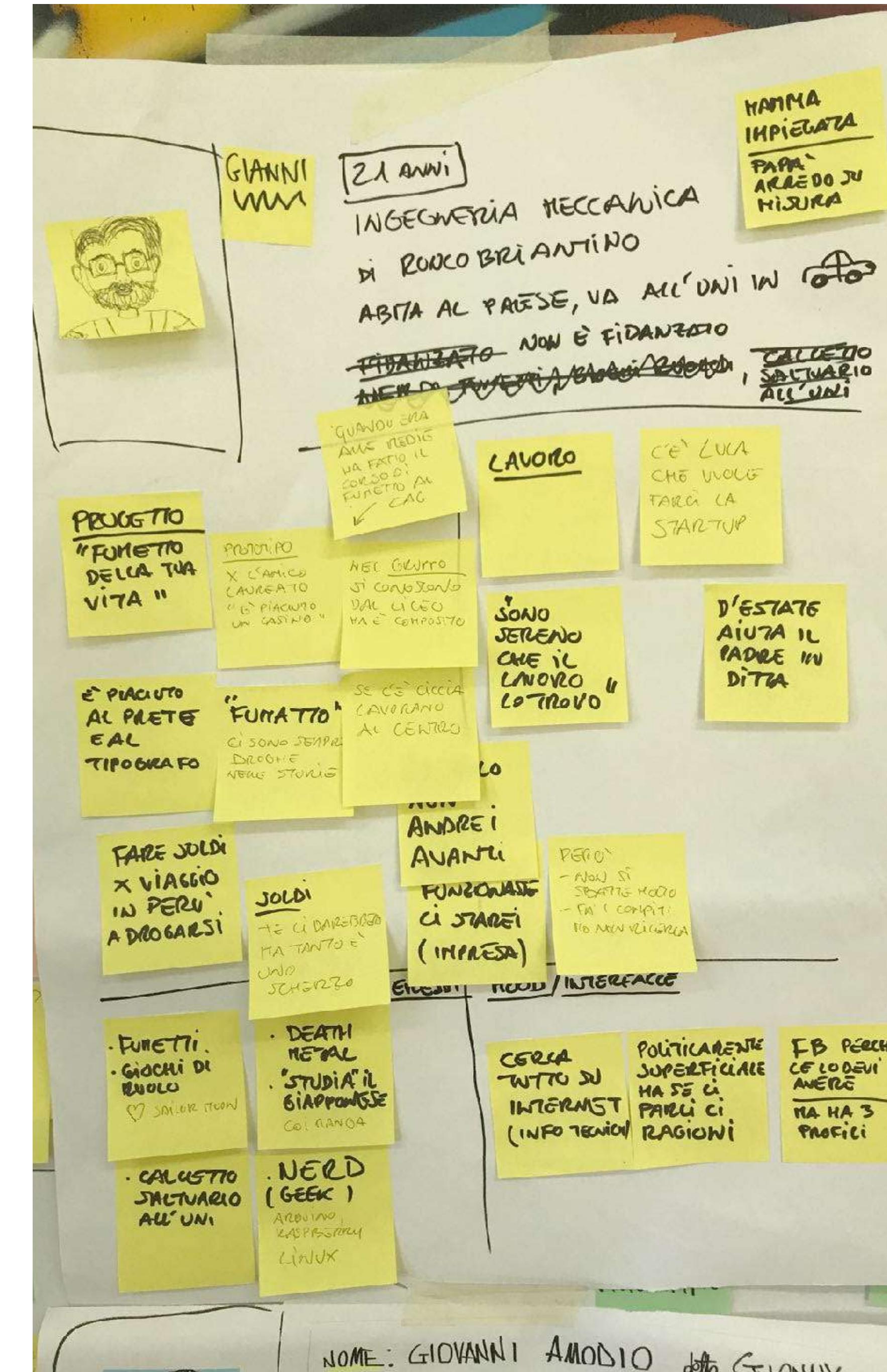
Giovanni vorrebbe
migliorare la propria vita
con/grazie a ...

DIFFICOLTÀ E FRUSTRAZIONI

Giovanni è ostacolato nel
raggiungimento dei suoi
obiettivi da...

STRUMENTI DIGITALI

[Qual è o quali sono le piattaforme di riferimento]





Joshua
is in cluster 2, which contains 3% of survey participants

Competence with technology*	Use of technology*		Attitudes to technology*	
	Frequency of use	Range of activities	Desire to engage	Willingness to explore
Very low (2.0/8)	Very high	Moderate	Moderate	Low

Lifestyle

Joshua is studying hospitality at college, and lives at home with his parents and younger sister. He would like to move out but can't afford it. He enjoys hanging out with friends, playing football and going to the cinema.

Competence with technology

Gets stuck easily on an unfamiliar interface and only got two of the performance tests correct.

Use of technology

Uses a computer and smartphone everyday, mostly for news, e-mail, social media and browsing the internet. He can install a new app on his smartphone but does not install software or manage files on a computer.

Physical and sensory capabilities

Short-sighted but can see reasonably well with glasses.

Attitudes to technology

Moderately keen to engage in technology use, although he is not interested in technology for its own sake. He is hesitant about tapping or clicking on things on an interface in case something breaks.

* More details on the variables used to create these personas are provided at the bottom of this page. Willingness to explore refers to the willingness to explore an unfamiliar interface.

Overview of the persona set

Persona	Cluster size	Competence with technology*	Use of technology*		Attitudes to technology*	
			Frequency of use	Range of activities	Desire to engage	Willingness to explore
Derek	12%	Very low (0.5)	Very low	Very low	Very low	Very low
Joshua	3%	Very low (2.0)	Very high	Moderate	Moderate	Low
Ida	8%	Very low (2.5)	Very low	Very low	Low	Moderate
William	9%	Low (4.0)	Low	Low	Low	Low
Nancy	6%	Low (4.0)	High	Moderate	Low	High
Maria	6%	Low (4.5)	Very high	Very high	High	High
Kamal	7%	Moderate (6.0)	High	Moderate	Low	Low
Anna	14%	Moderate (6.5)	High	High	Moderate	High
Robert	2%	High (7.0)	Very low	Very low	Low	Moderate
Laura	8%	High (7.0)	High	Low	Low	High
Eric	9%	High (7.5)	Very high	Very high	High	Moderate
Sam	16%	High (7.5)	Very high	Very high	High	Very high

<http://www.inclusive design toolkit.com/digital personas>

Attenzione a

Attenzione a

1. Stereotipi: Le personas possono rafforzare gli stereotipi sui diversi gruppi di utenti, limitando la capacità del progettista di identificare informazioni utili al processo progettuale specifico.

Attenzione a

- 1. Stereotipi:** Le personas possono rafforzare gli stereotipi sui diversi gruppi di utenti, limitando la capacità del progettista di identificare informazioni utili al processo progettuale specifico.
- 2. Dati incompleti o imprecisi:** Se i dati utilizzati per creare la persona sono incompleti o imprecisi, la persona risultante potrebbe non riflettere accuratamente le esigenze e i comportamenti del gruppo di utenti target.

Attenzione a

- 1. Stereotipi:** Le personas possono rafforzare gli stereotipi sui diversi gruppi di utenti, limitando la capacità del progettista di identificare informazioni utili al processo progettuale specifico.
- 2. Dati incompleti o imprecisi:** Se i dati utilizzati per creare la persona sono incompleti o imprecisi, la persona risultante potrebbe non riflettere accuratamente le esigenze e i comportamenti del gruppo di utenti target.
- 3. Bias di conferma:** i progettisti possono essere inclini a selezionare i dati che confermano le loro idee preconcette sul gruppo di utenti target, piuttosto che cercare nuovi spunti che mettano in discussione le loro ipotesi.

Attenzione a

- 1. Stereotipi:** Le personas possono rafforzare gli stereotipi sui diversi gruppi di utenti, limitando la capacità del progettista di identificare informazioni utili al processo progettuale specifico.
- 2. Dati incompleti o imprecisi:** Se i dati utilizzati per creare la persona sono incompleti o imprecisi, la persona risultante potrebbe non riflettere accuratamente le esigenze e i comportamenti del gruppo di utenti target.
- 3. Bias di conferma:** i progettisti possono essere inclini a selezionare i dati che confermano le loro idee preconcette sul gruppo di utenti target, piuttosto che cercare nuovi spunti che mettano in discussione le loro ipotesi.

Attenzione a

- 1. Stereotipi:** Le personas possono rafforzare gli stereotipi sui diversi gruppi di utenti, limitando la capacità del progettista di identificare informazioni utili al processo progettuale specifico.
- 2. Dati incompleti o imprecisi:** Se i dati utilizzati per creare la persona sono incompleti o imprecisi, la persona risultante potrebbe non riflettere accuratamente le esigenze e i comportamenti del gruppo di utenti target.
- 3. Bias di conferma:** i progettisti possono essere inclini a selezionare i dati che confermano le loro idee preconcette sul gruppo di utenti target, piuttosto che cercare nuovi spunti che mettano in discussione le loro ipotesi.

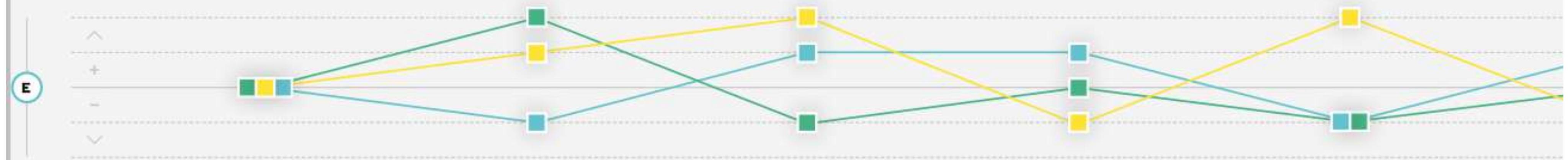
→ **Tenere in mente l'obiettivo della mappatura**

→ **Fare user-research**

→ **Chiedere alle persone se si riconoscono**

B Information phase **Purchase** **Usage and change**

A  **TOM** 1. Old product breaks 2. Seeking advice in shop 3. Purchasing online 4. Waiting for delivery 5. Setting up product 6. In





JAMES BOND	First stunt scene	Credits and briefing	New location and risk	New location	James in danger	New location	James in danger	Enter evil headquarters	Save the world	James fails at the end	
CRUISE SHIP	Arrival and first ball	Sleeping in private cabin	Visit port, evening shows	Sleeping in private cabin	Visit port, evening shows	Sleeping in private cabin	Visit port, evening shows	Sleeping in private cabin	Captain's ball and dinner	Sleeping in private cabin	Goodbyes, ship departs
DISNEY PARK	View down Main St	Short pee break	Visit interesting Weenie	Shop and eat	Visit interesting Weenie	Shop and eat	Visit interesting Weenie	Shop and eat	Big parade and fireworks	Stream out, talk with strangers	



JAMES BOND	First stunt scene	Credits and briefing	New location and risk	New location	James in danger	New location	James in danger	Enter evil headquarters	Save the world	James fails at the end
CRUISE SHIP	Arrival and first ball	Sleeping in private cabin	Visit port, evening shows	Sleeping in private cabin	Visit port, evening shows	Sleeping in private cabin	Visit port, evening shows	Sleeping in private cabin	Captain's ball and dinner	Sleeping in private cabin
DISNEY PARK	View down Main St	Short pee break	Visit interesting Weenie	Shop and eat	Visit interesting Weenie	Shop and eat	Visit interesting Weenie	Shop and eat	Big parade and fireworks	Stream out, talk with strangers

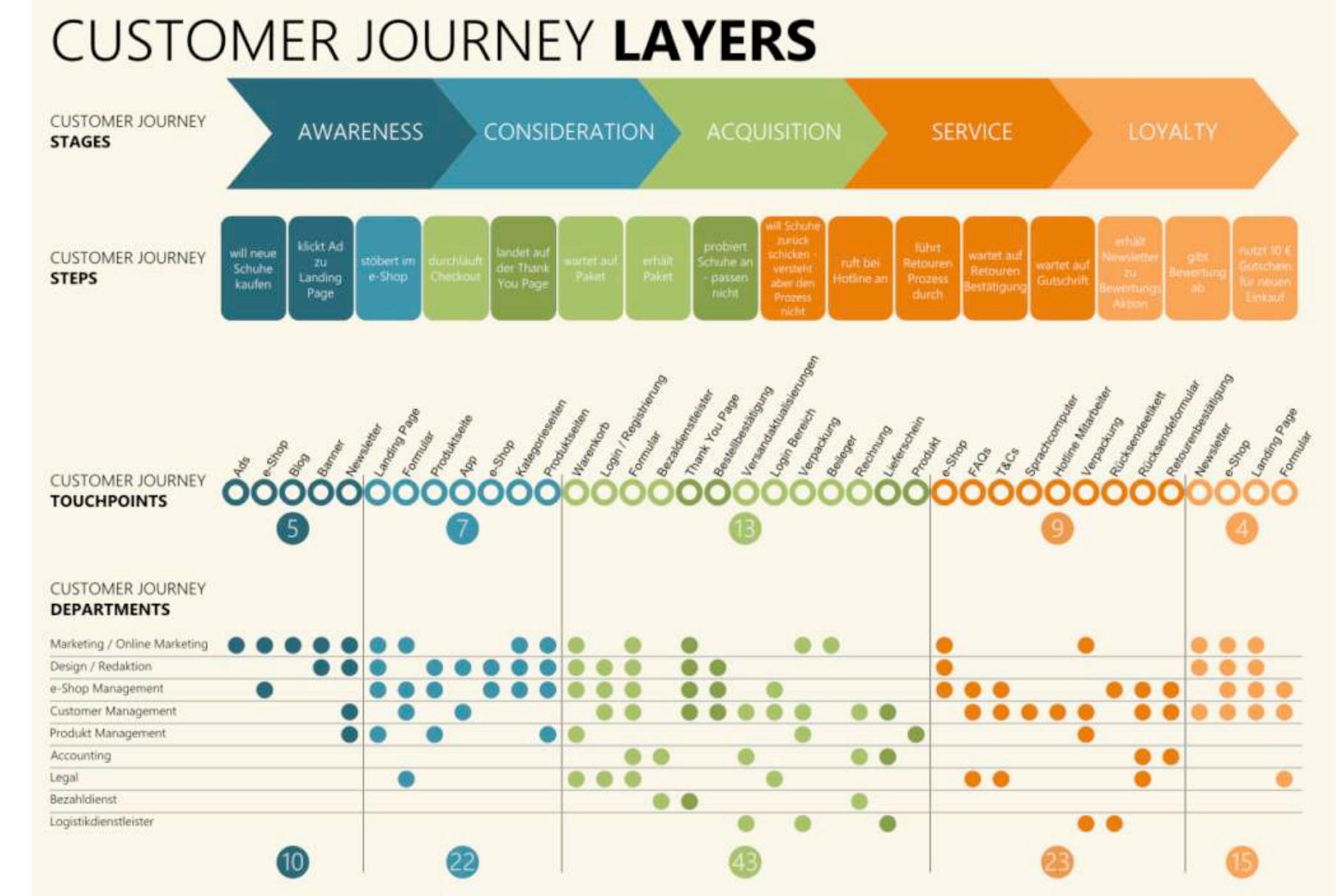
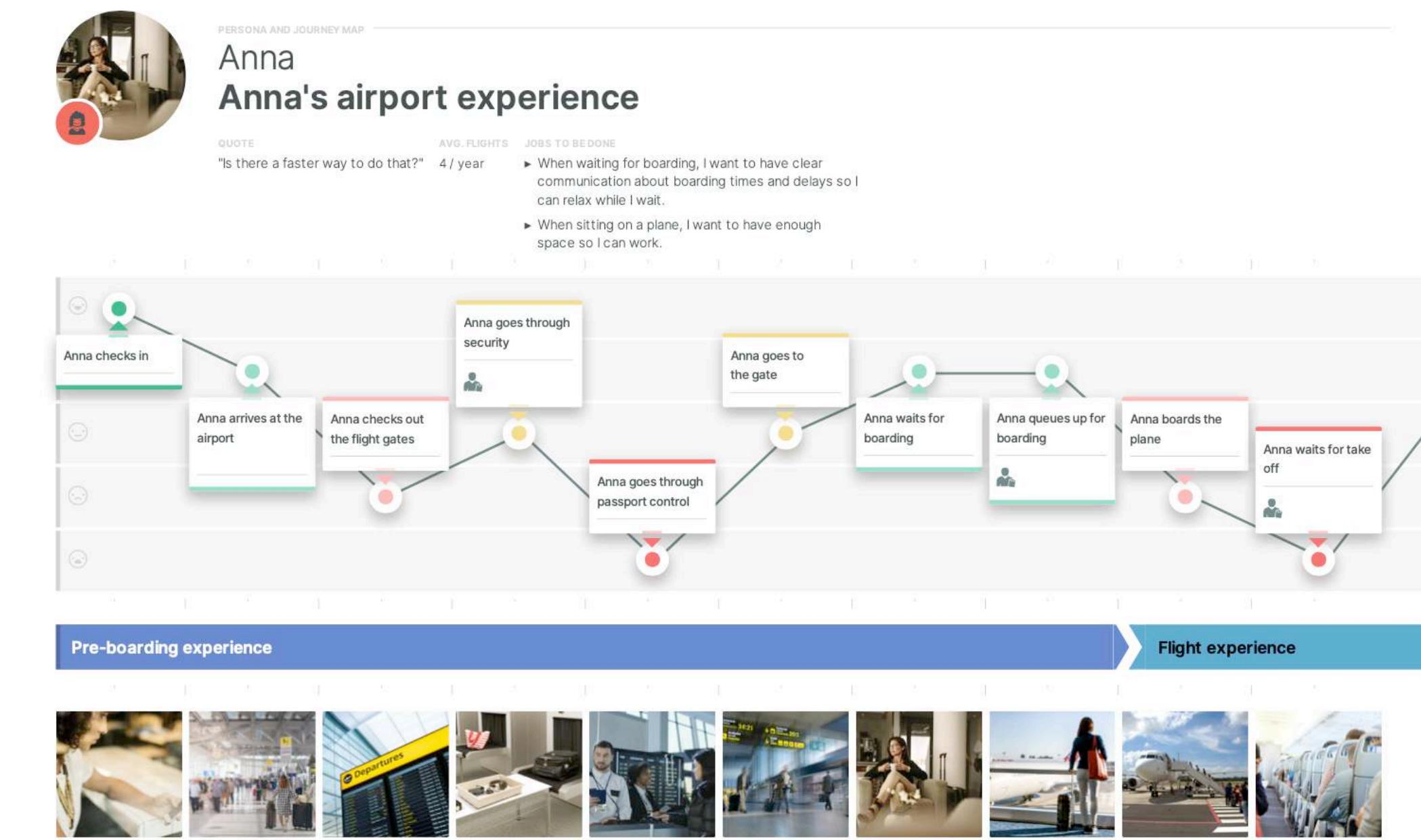
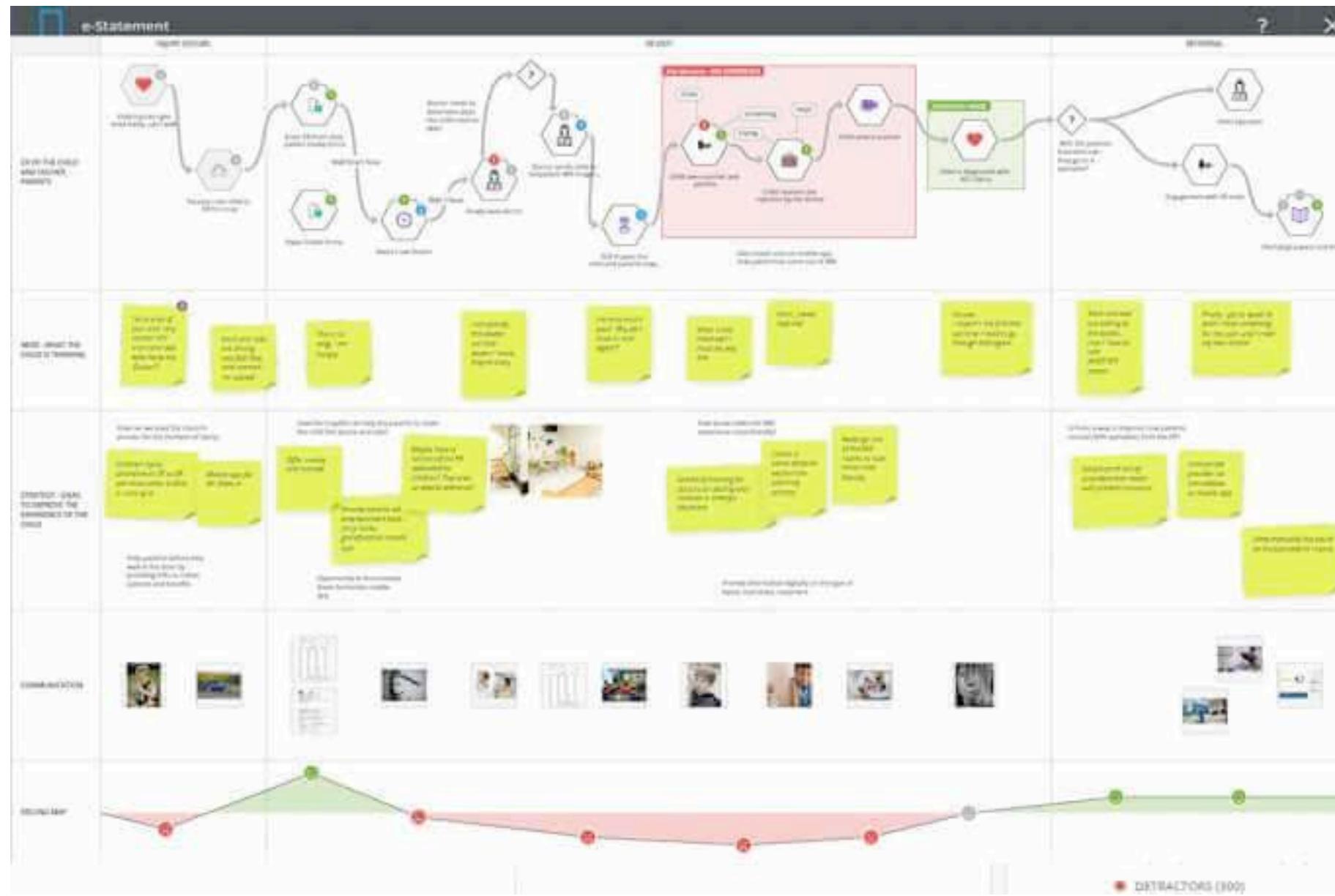


epica

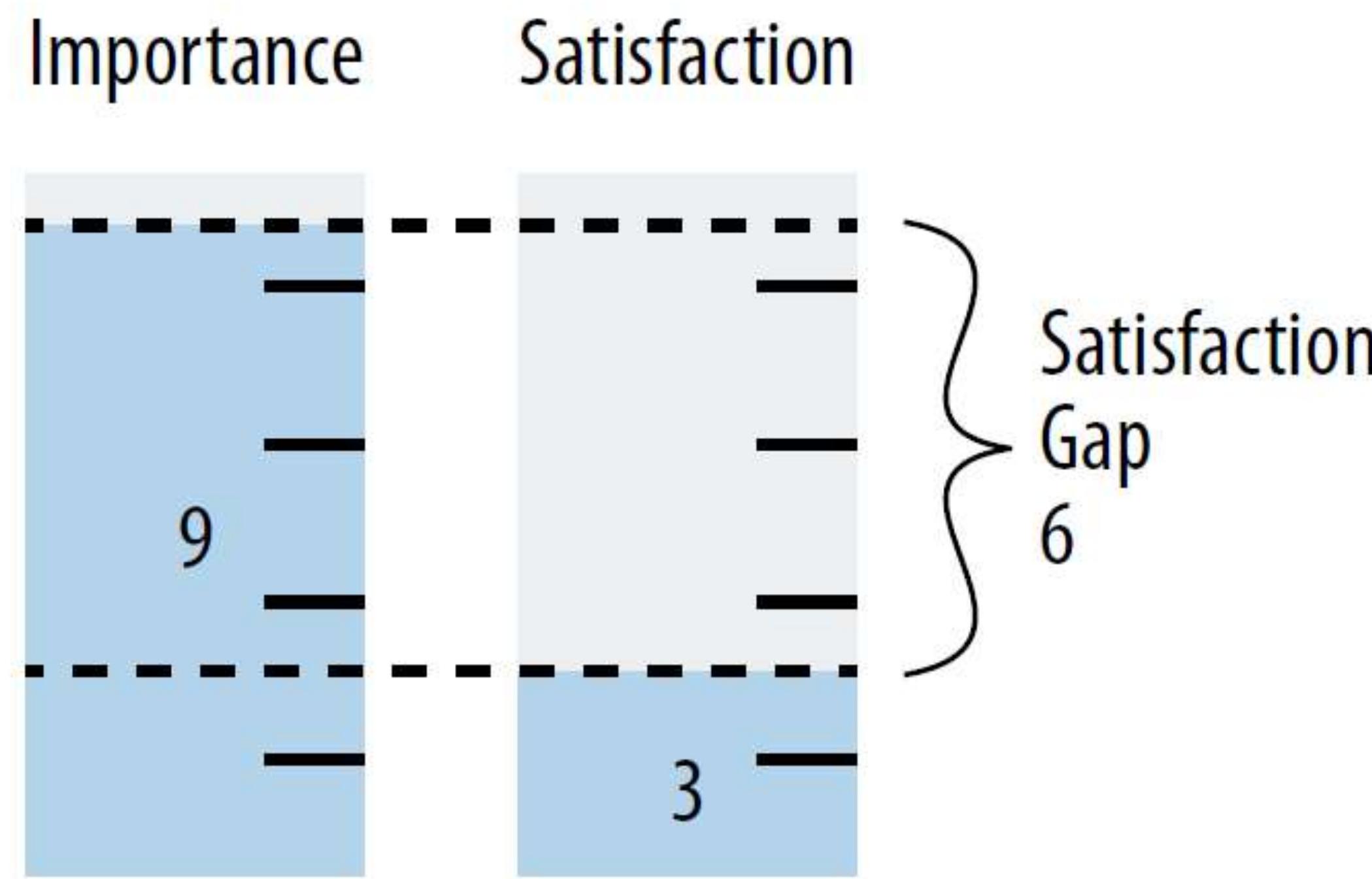
Signora in Giallo



Soap Opera







Importance + Satisfaction Gap = **Opportunity Score**

$$9 + 6 = 15$$

Lo logica del servizio

Kinsley, Rose Paquet. 2016. "Inclusion in Museums: A Matter of Social Justice." *Museum Management and Curatorship* 31(5): 474–90.

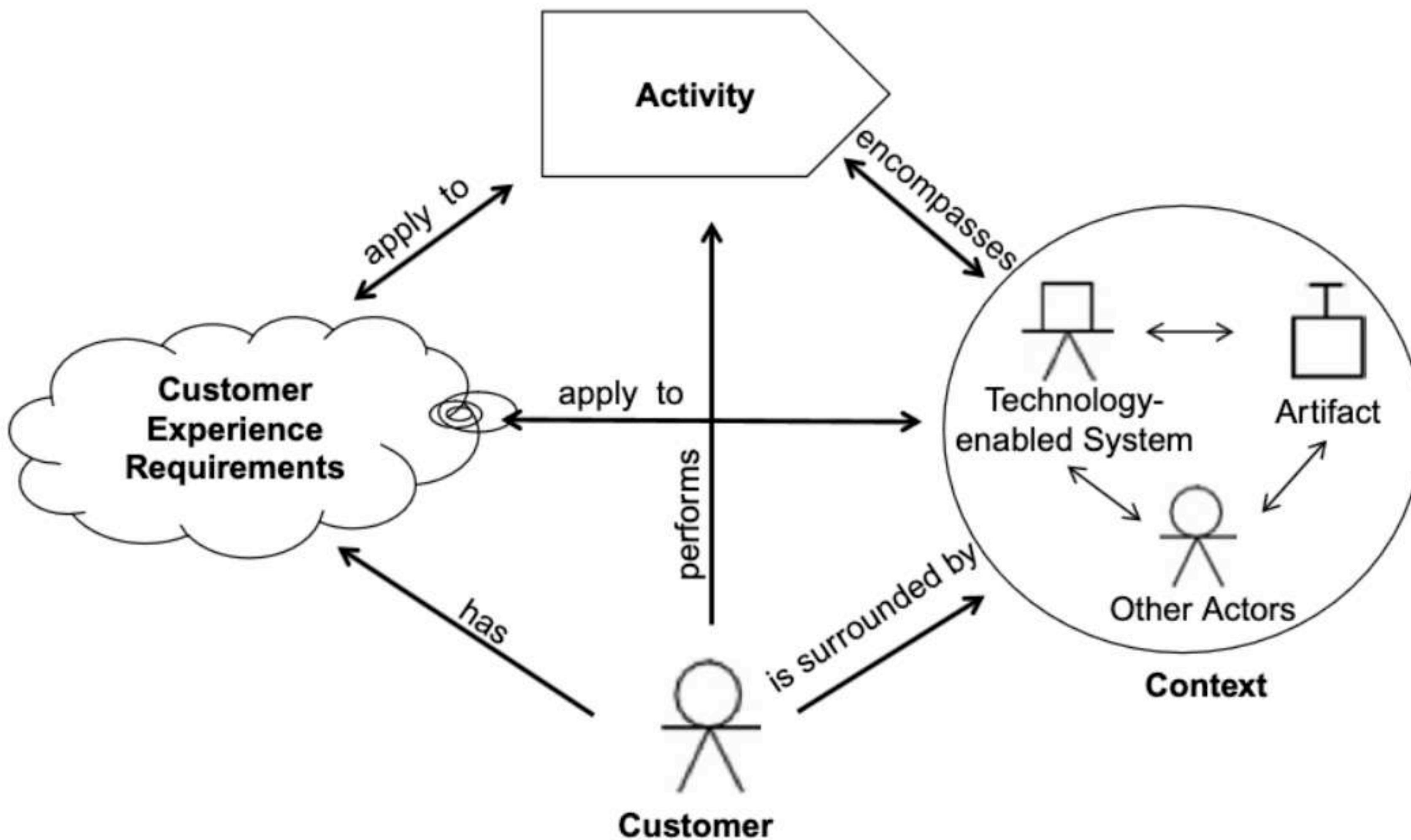
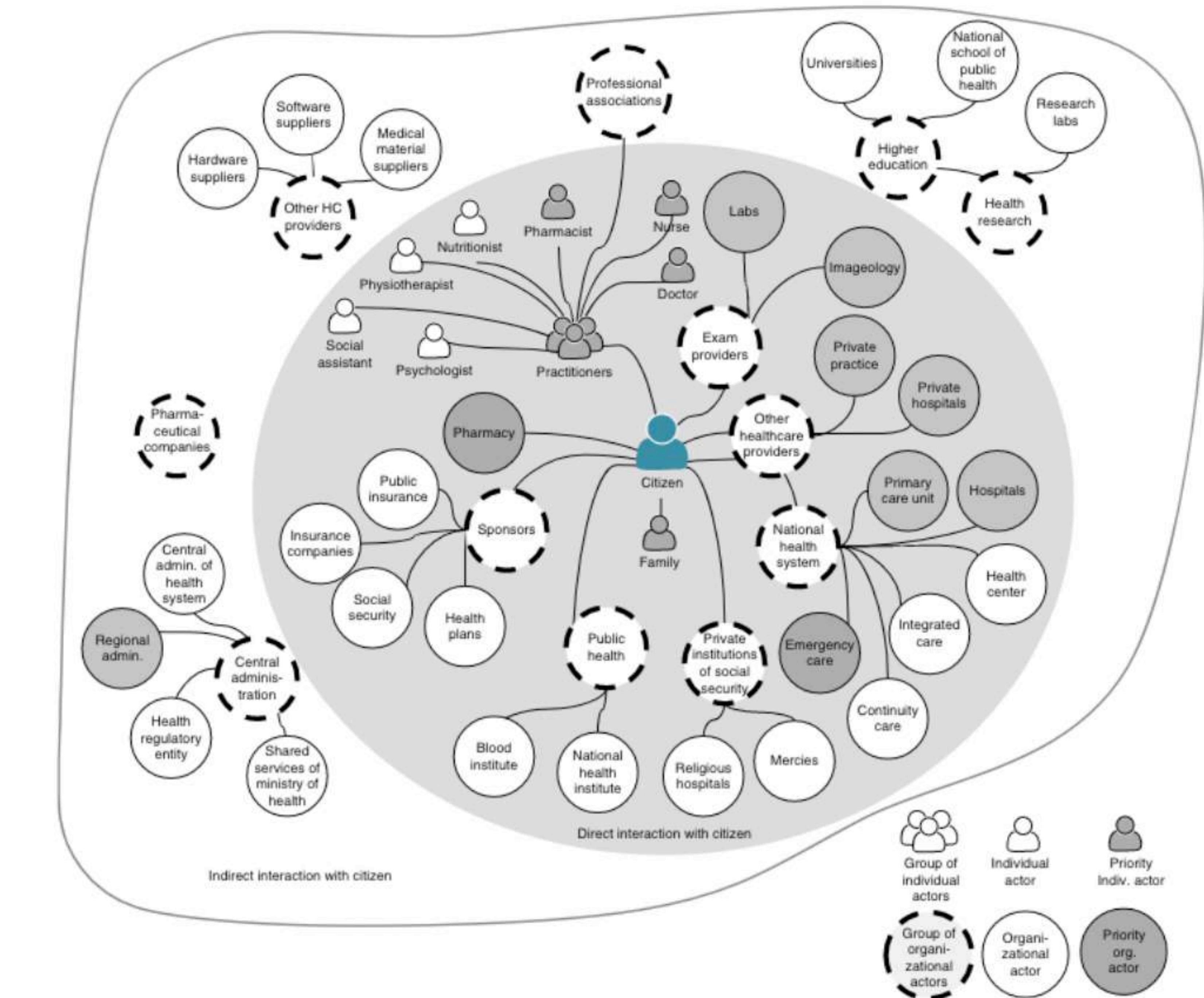
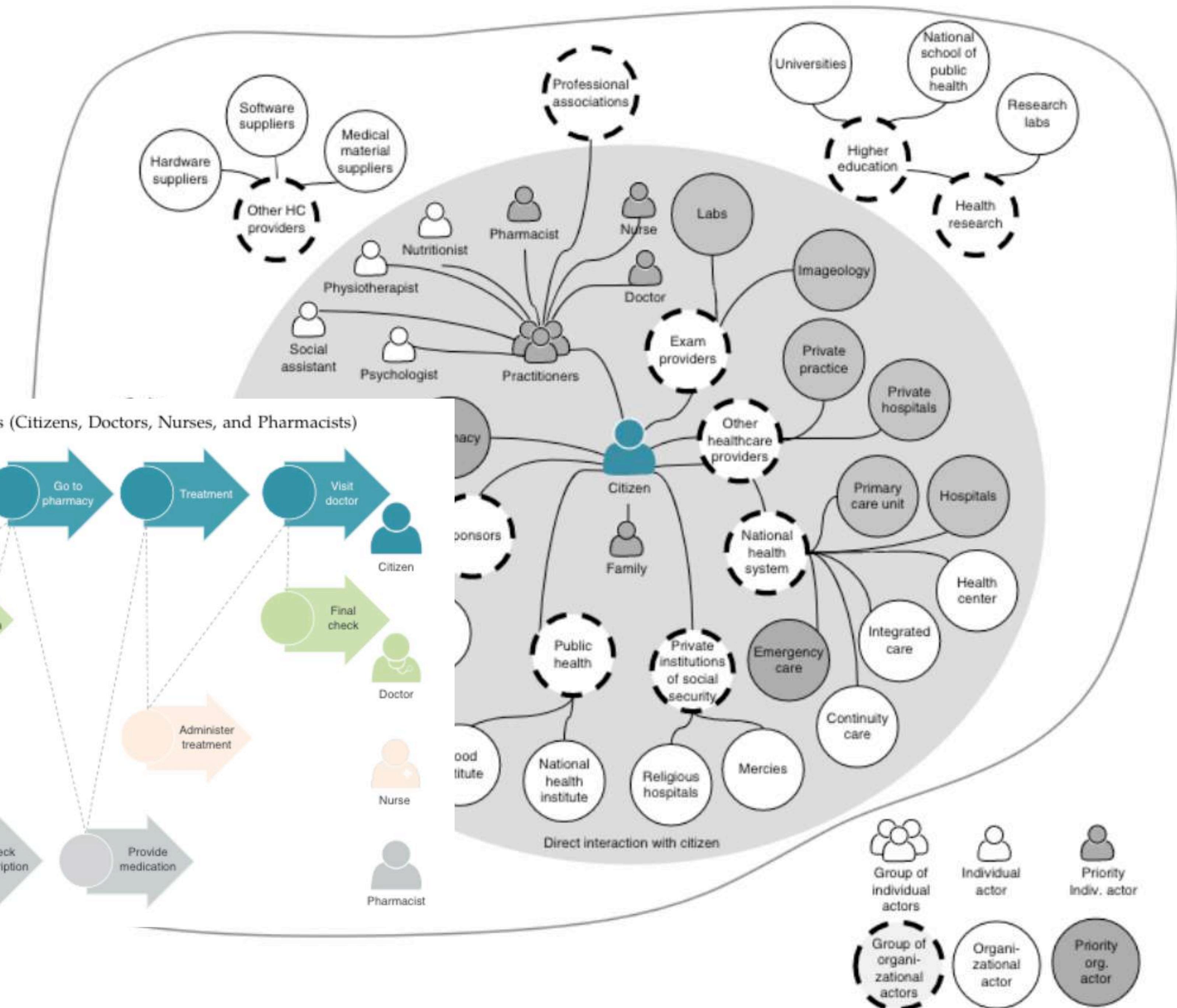


Figure 1.
CEM concepts and their
relationships

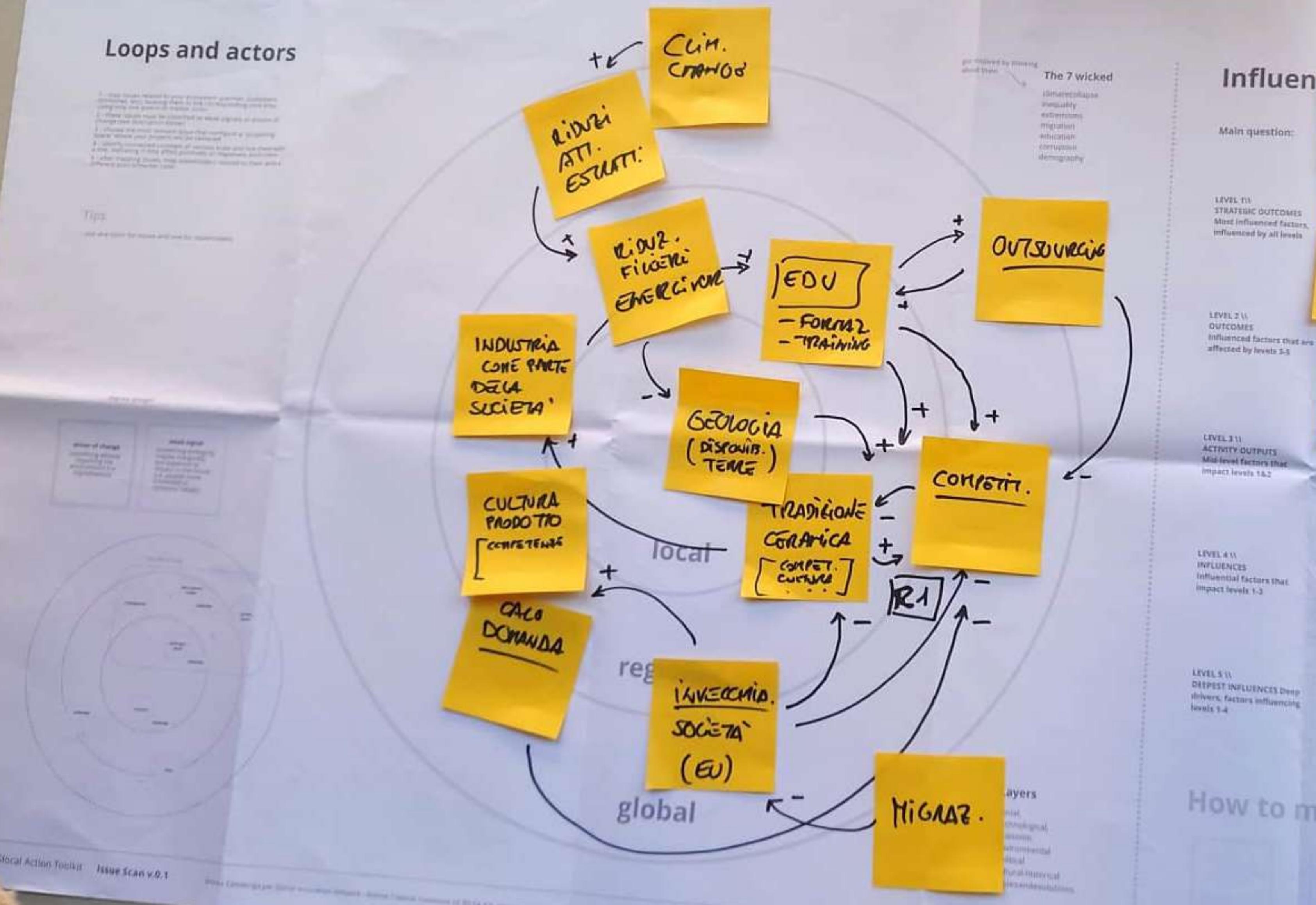
reti di attori, non utenti



reti di attori, non utenti

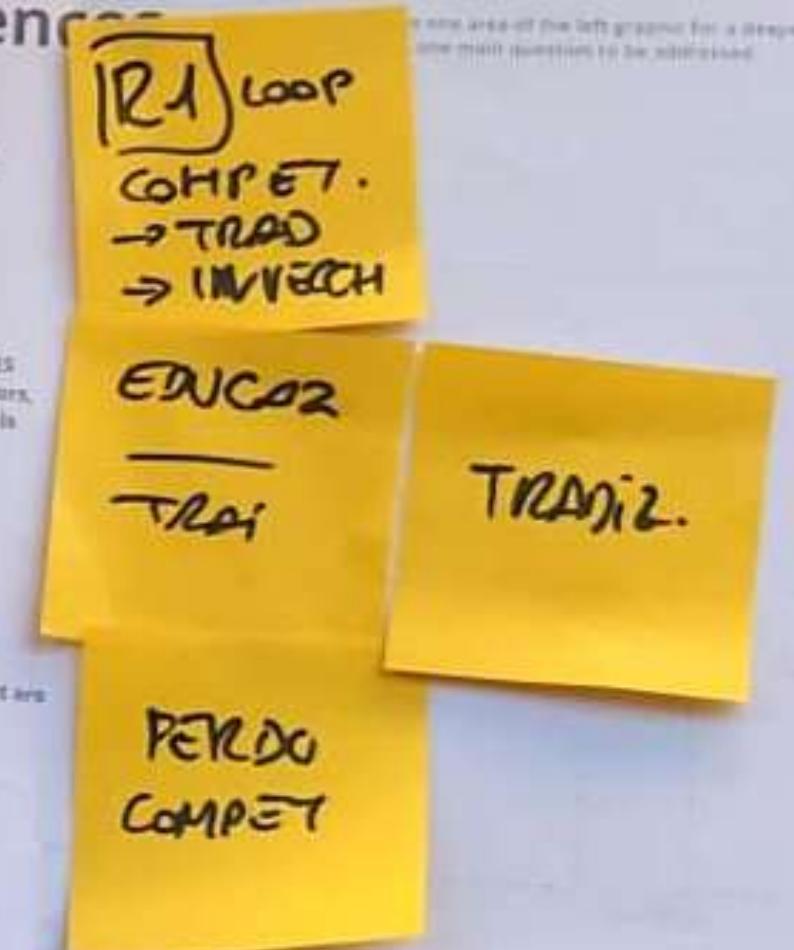


Loops and actors



Influence

Main question



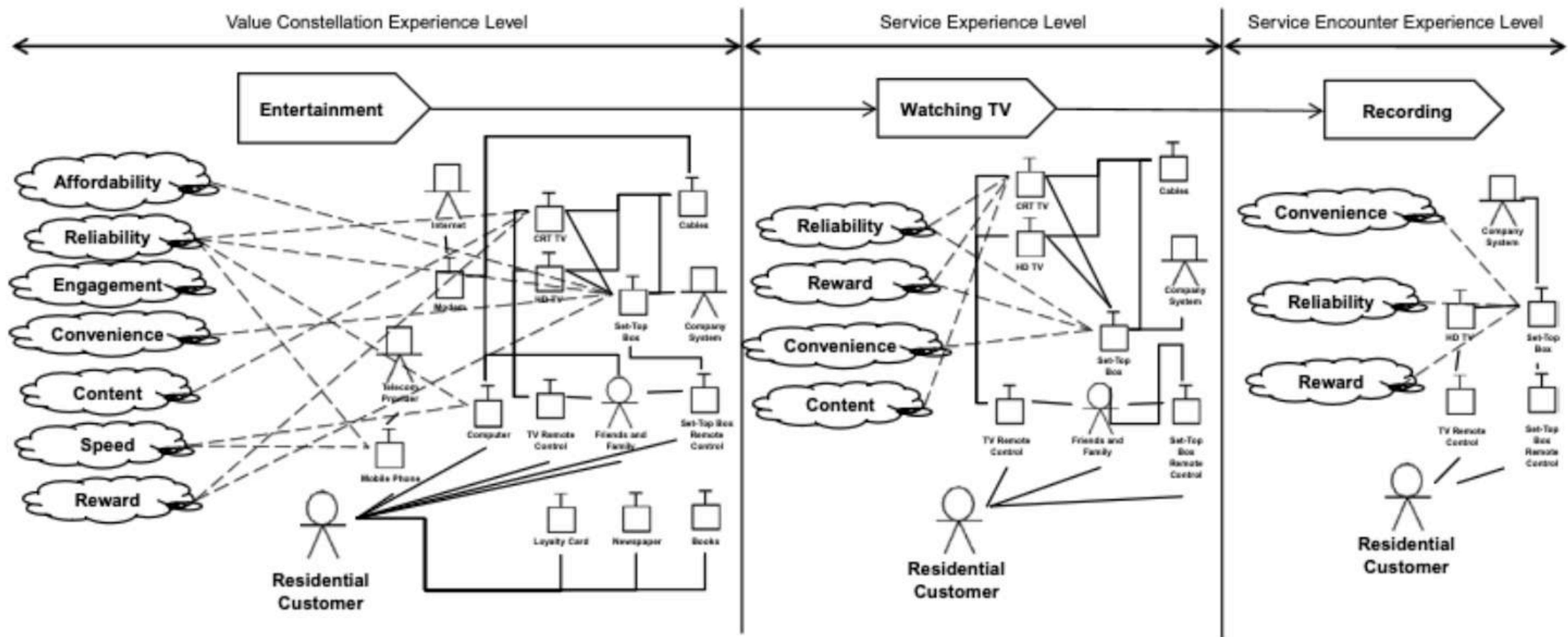
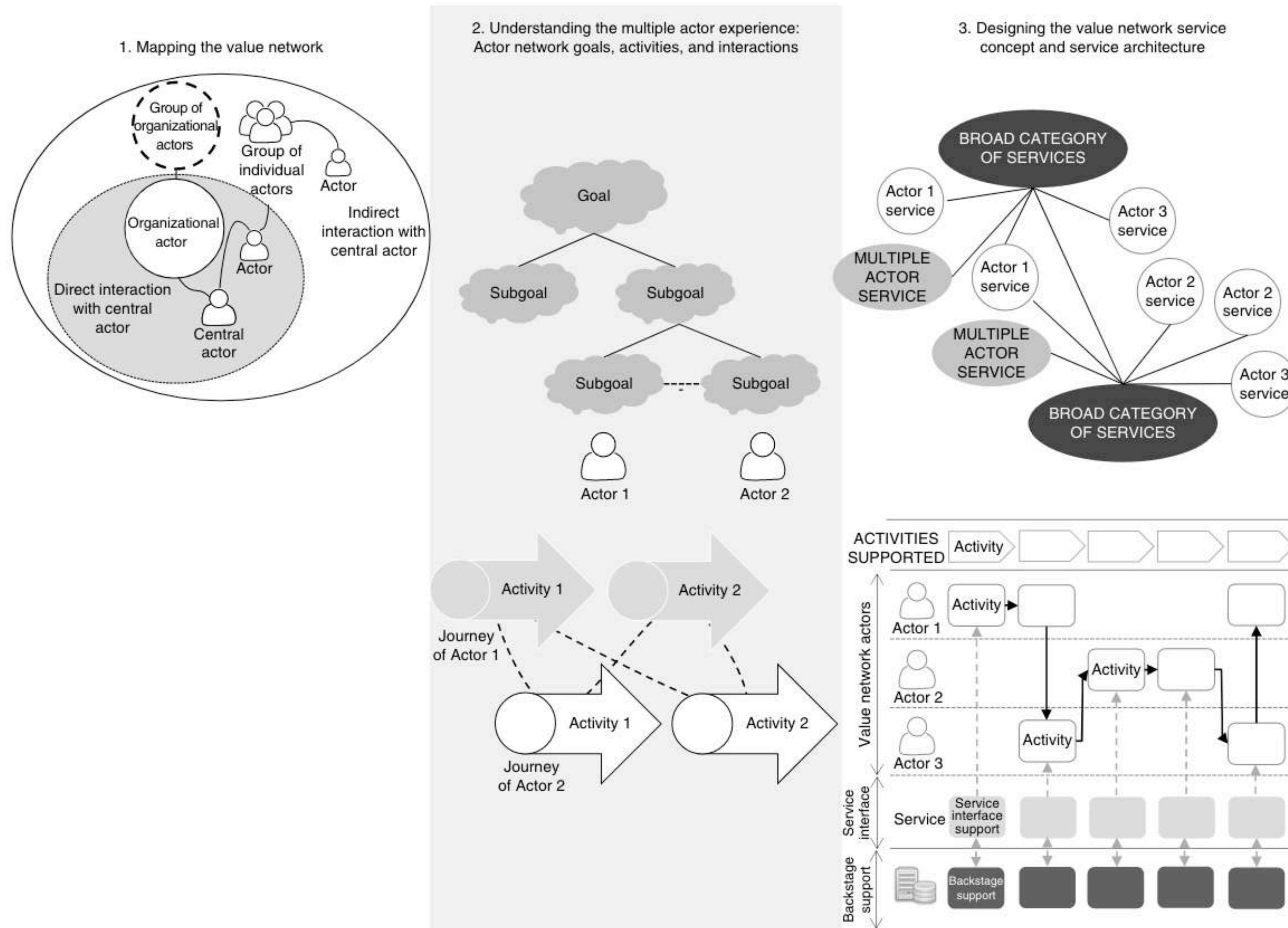
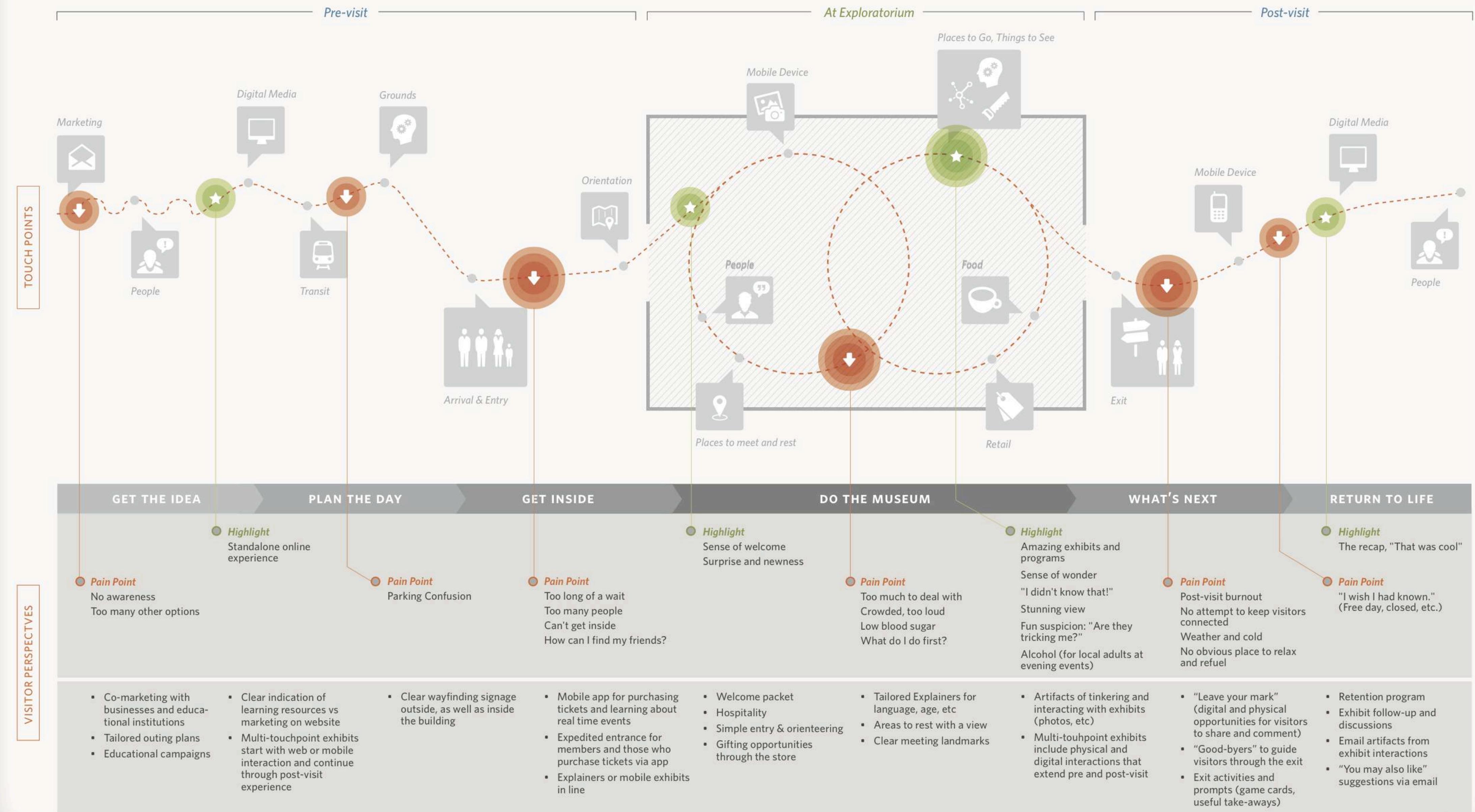


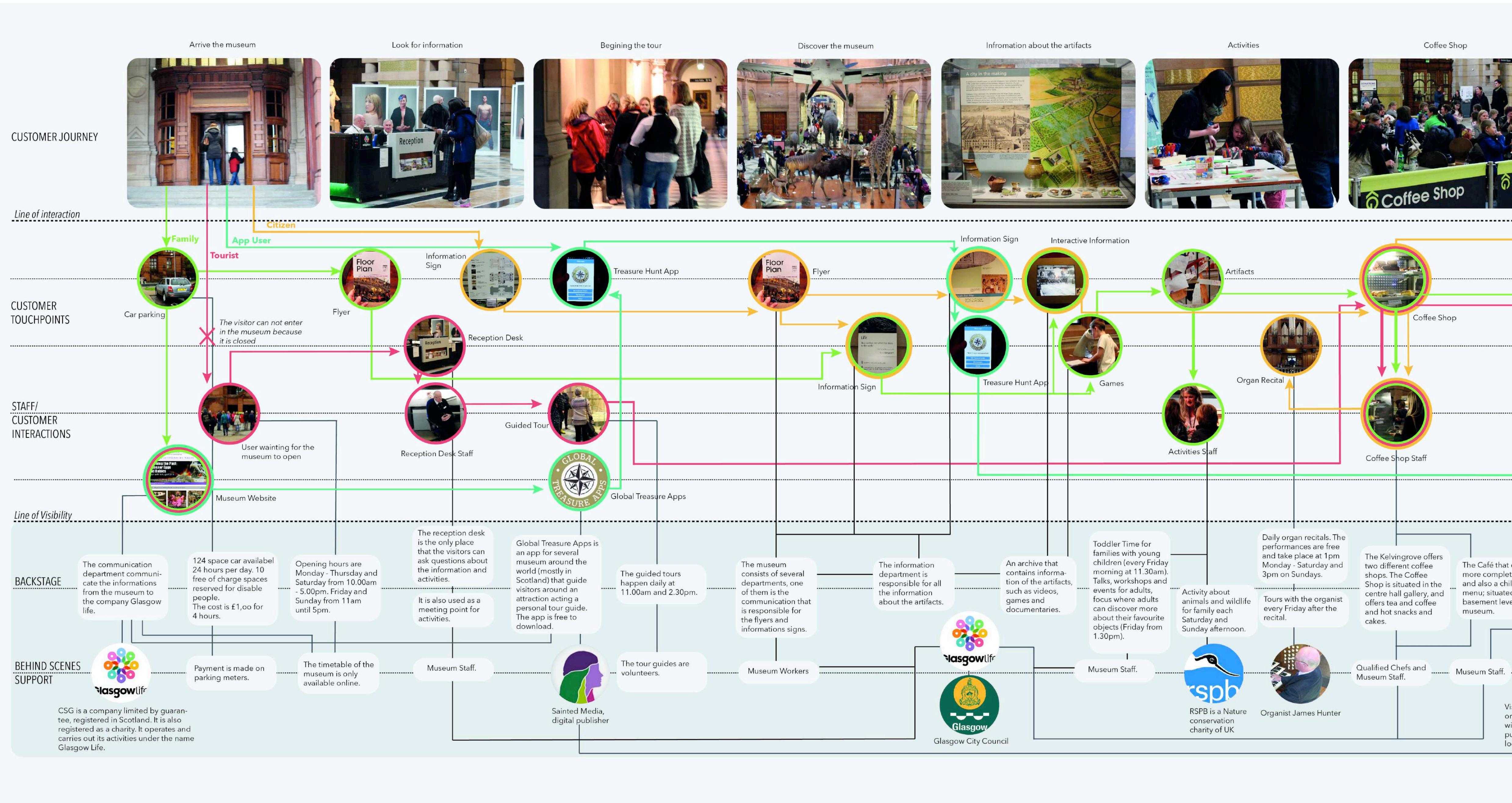
Figure 1. SD4VN Models



Exploratorium Visitor Experience Map

What opportunities exist to impact the experience at scale?





4 pilastri del 4 design service inclusion

Opportunità di abilitazione

Offrire una scelta

Alleviare la sofferenza

Favorire la felicità

@Fisk2018DesignService

l'approccio SD4VN potrebbe essere integrato nel processo dei quattro pilastri dell'inclusione del servizio:

1. Identificazione degli attori chiave

- Obiettivi: Identificare tutti gli attori coinvolti nella rete del museo d'arte contemporanea, prestando particolare attenzione a coloro che potrebbero essere esclusi o svantaggiati, per promuovere l'Enabling Opportunities.
- Metodi: Brainstorming, sessioni di discussione con lo staff del museo.
- Strumenti: Lista degli attori.
- Esempio: Gli attori identificati includono visitatori, personale del museo, artisti, curatori, donatori, partner dell'evento e fornitori di servizi.

2. Comprensione delle esperienze degli attori e delle interazioni della rete di valore

- Obiettivi: Comprendere le aspettative, le esigenze e le interazioni di ciascun attore. Identificare le scelte offerte ai visitatori e il loro grado di autonomia, per alimentare l'Offering Choice.
- Metodi: Interviste, focus group, questionari.
- Strumenti: Trascrizioni delle interviste, dati dei sondaggi.
- Esempio: Tramite interviste, abbiamo scoperto che i visitatori desiderano una maggiore interazione con gli artisti.

3. Mappatura delle attività di ogni attore attraverso il loro percorso

- Obiettivi: Identificare le tappe chiave del viaggio di ogni attore. Verificare in che misura le esperienze di servizio possono contribuire a sollevare il disagio e promuovere il benessere, per contribuire al "Relieving Suffering".
- Metodi: Osservazione, questionari di feedback, interviste di follow-up.
- Strumenti: Percorso del cliente, storyboard.
- Esempio: Il viaggio del visitatore include la scoperta della mostra, l'acquisto dei biglietti, la visita alla mostra, la partecipazione a un workshop.

4. Mappatura delle molteplici interazioni tra gli attori

- Obiettivi: Comprendere come i vari attori interagiscono tra loro e come queste interazioni possono essere progettate per promuovere un'atmosfera positiva e allegra alimentando così il "Fostering Happiness".
- Metodi: Osservazione, feedback di gruppo.
- Strumenti: Mappe di interazione tra attori.
- Esempio: Un visitatore può interagire con il personale del museo per ottenere informazioni sulla mostra.

5. Mappatura degli obiettivi della rete di attori e analisi dei potenziali conflitti

- Obiettivi: Identificare gli obiettivi di tutti gli attori e capire potenziali conflitti o sinergie.
- Metodi: Interviste, questionari.
- Strumenti: Mappe degli obiettivi degli attori.
- Esempio: Mentre i visitatori desiderano una maggiore interazione con gli artisti, gli artisti preferiscono limitare le interazioni per concentrarsi sul loro lavoro.

6. Progettazione e implementazione di soluzioni

- Obiettivi: Sviluppare soluzioni basate sulle informazioni raccolte per migliorare l'esperienza del servizio e promuovere l'inclusione del servizio.
- Metodi: Workshop di ideazione, prototipazione, iterazione.

Strumenti: Prototipi del servizio, piani di implementaz

3 livelli strategici per gestire l'inclusione

comunicazione
utilizzo
servizio

Fase

Mappatura interazioni

Incontri con le Informazioni

interazioni in cui il visitatore riceve o cerca informazioni. Potrebbero includere la lettura di cartelli, l'uso di una guida digitale, la lettura di etichette espositive, o anche la ricerca online prima della visita.

Incontri di Utilizzo

Interazioni fisiche che il visitatore ha durante una fase. Per esempio, come naviga lo spazio espositivo? Con quali oggetti o elementi espositivi interagisce e in che modo?

Incontri di Servizio

Interazioni che il visitatore ha con il personale del museo o i servizi offerti durante una fase. Potrebbero includere l'acquisto di un biglietto, la richiesta di indicazioni, o la partecipazione a un tour guidato

communication encounter

usage encounter

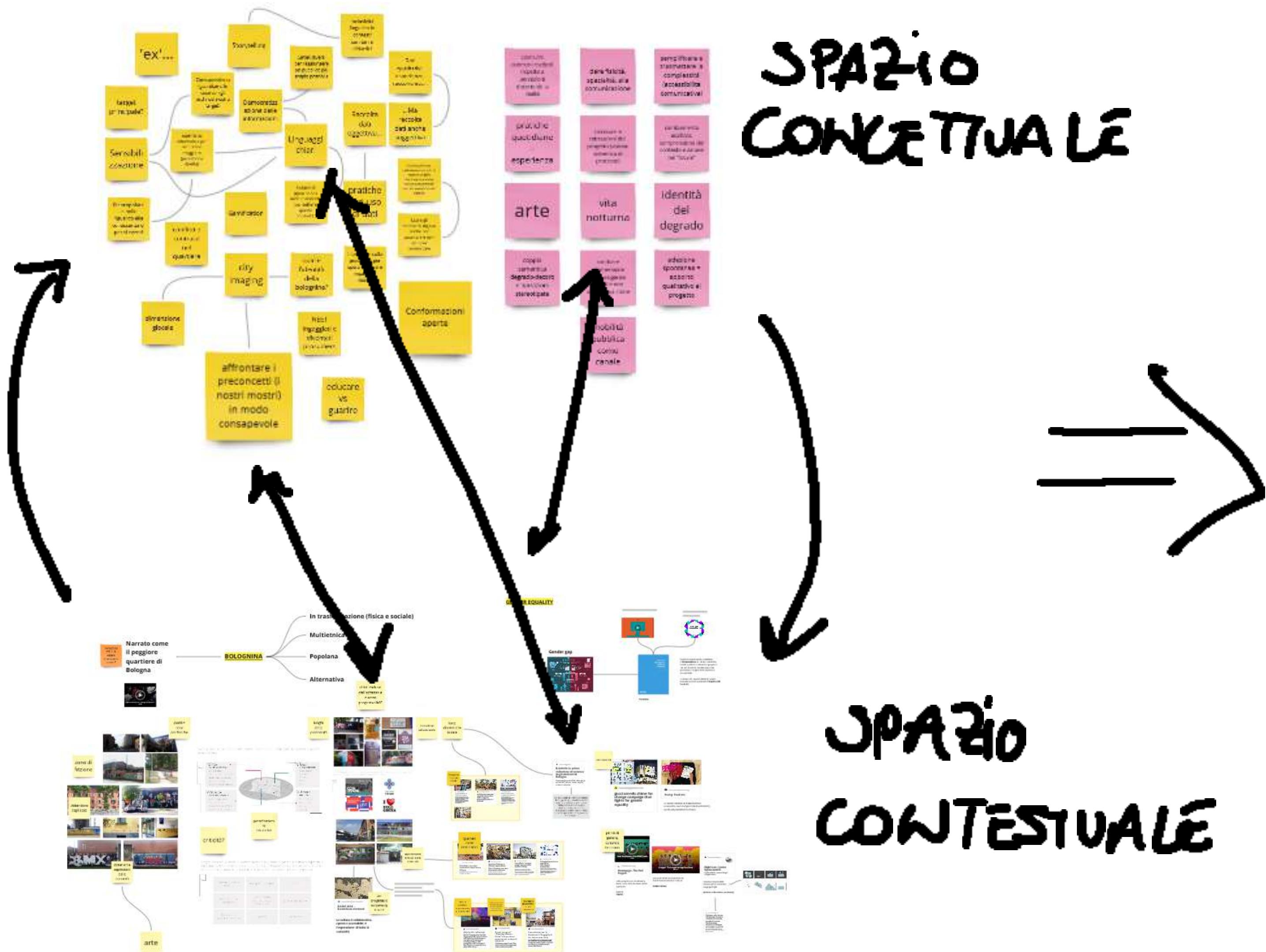
In the lobby with Luz

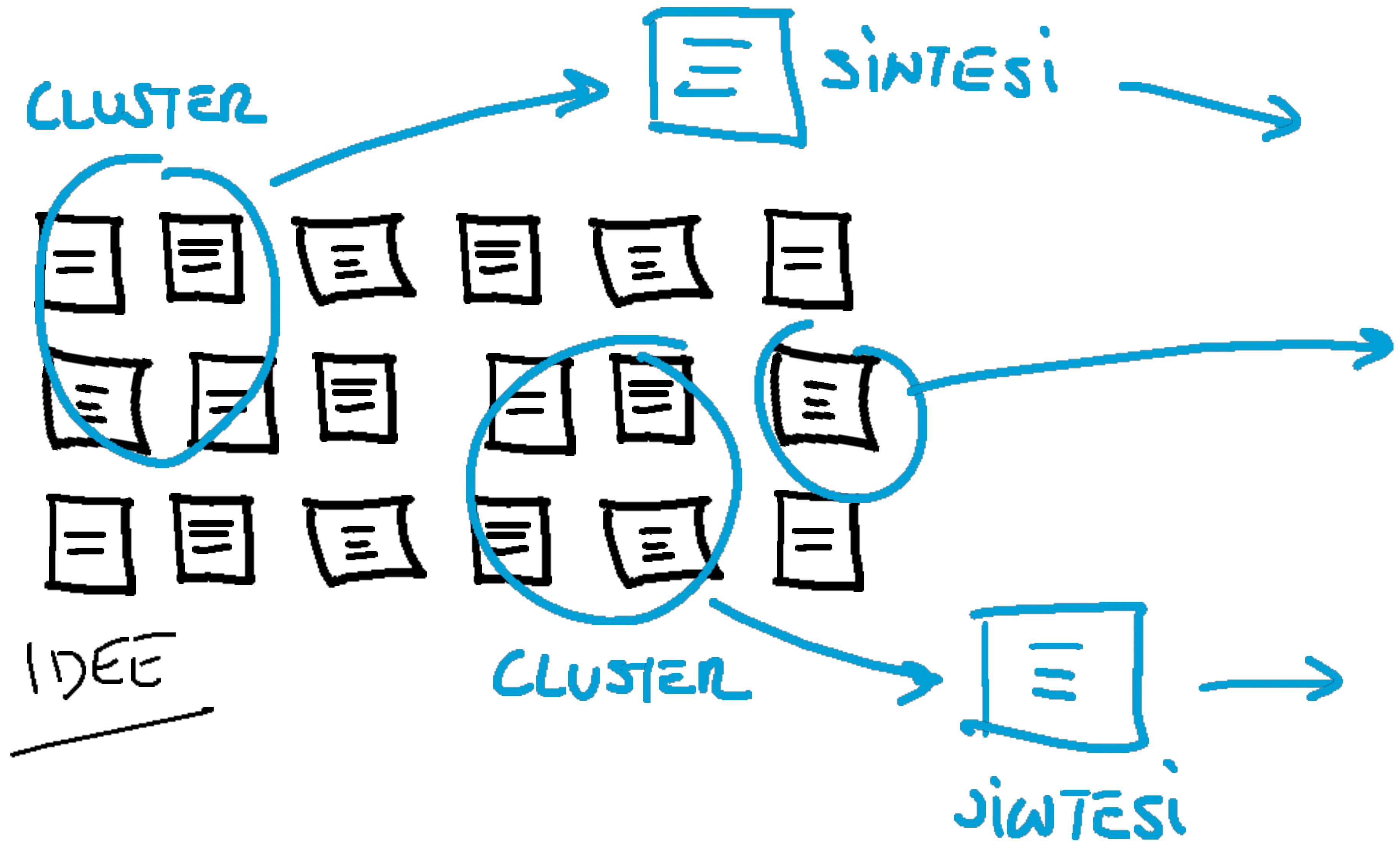
In the lobby with Luz

service encounter

**In the lobby
with Nefertiti**

**In the lobby
with Nefertiti**



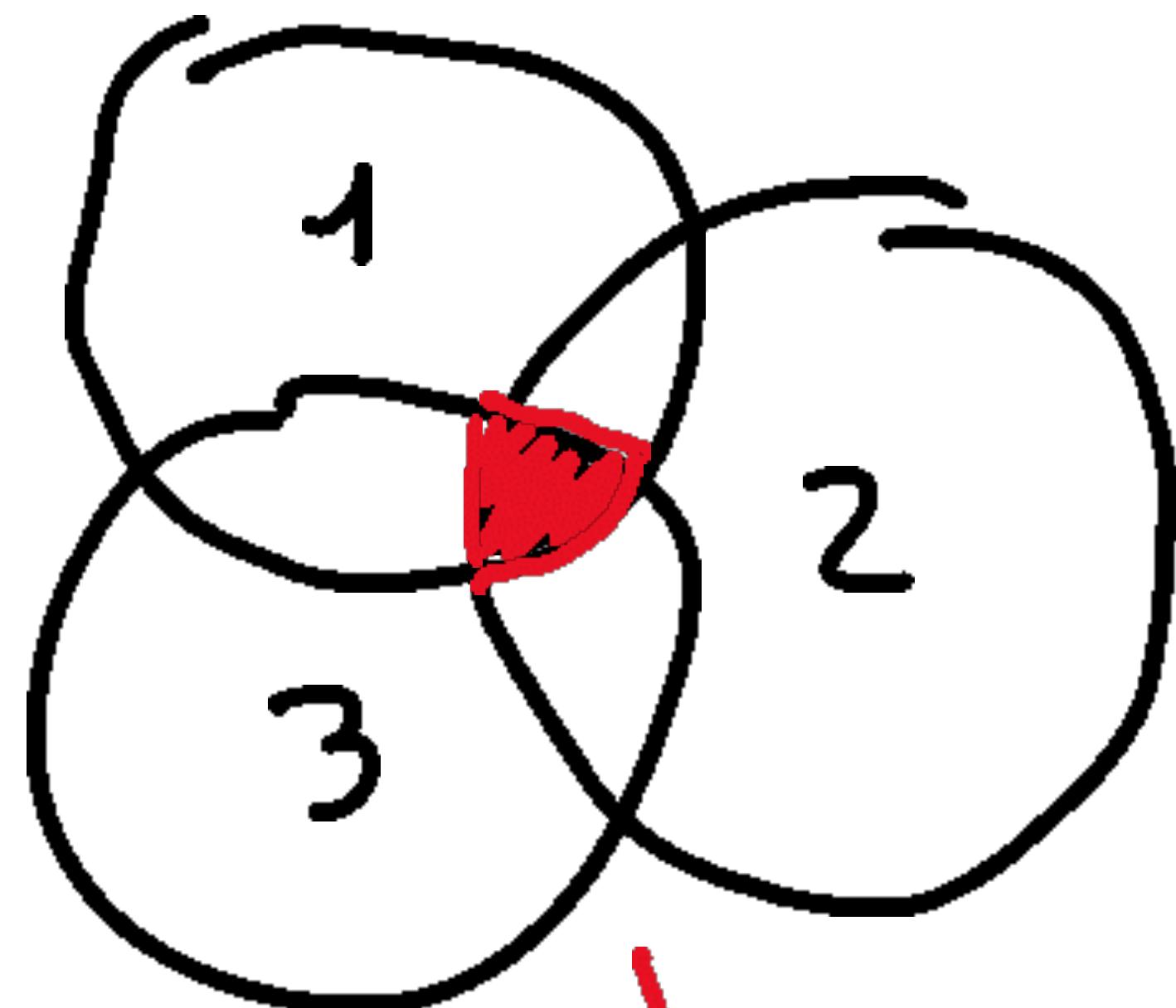


SOLUZIONI



CRITERI SCELTA

- ① IMPATTO
- ② FATTIBILITÀ
- ③ SOSTENIBILITÀ

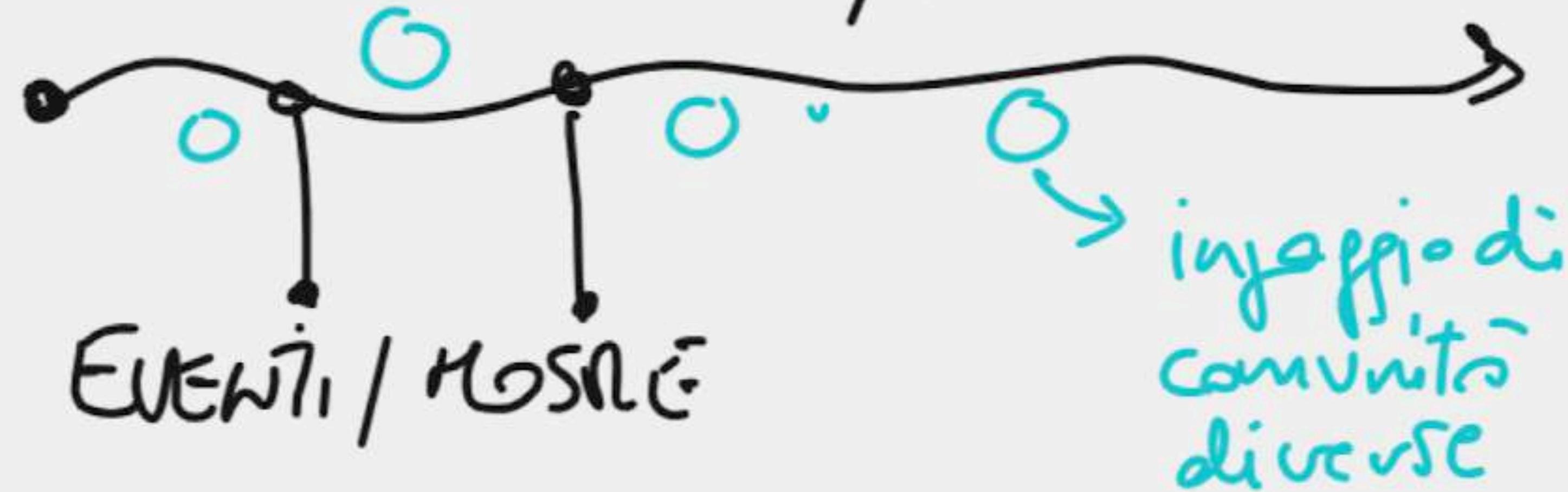


QUESTE
SONO DA
VALIDARE

deve diventare un impegno costante

Affirmativo
vs. Trasformativo

TRAIETTORIA radio/wns



CONOSCENZA \rightarrow Q-DESIGN \rightarrow LINEE GUIDA



**Tutti gli esseri umani
desiderano sperimentare il
bene e il positivo.
Poiché i servizi sono progettati
per fornire valore, una parte
intrinseca di questo valore
dovrebbe essere la
promozione della positività e
della felicità.**

Fisk, R. P., Dean, A. M., Alkire (Née Nasr), L., Joubert, A., Previte, J., Robertson, N., & Rosenbaum, M. S. (2018). Design for service inclusion: Creating inclusive service systems by 2050. *Journal of Service Management*,

grazie

