

ECODEVS



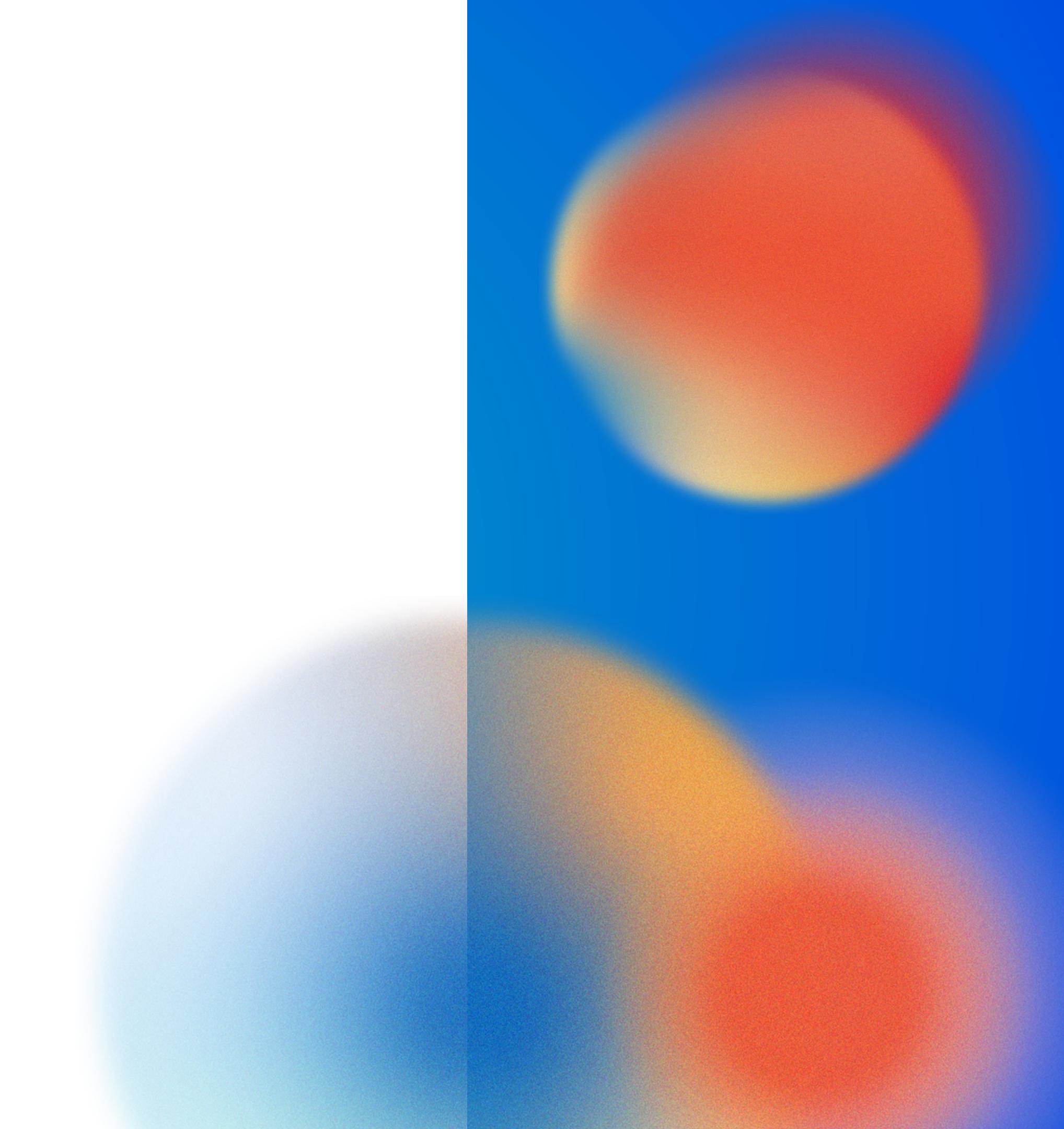
# ZAMPILLO

## IL nuovo approccio alle vedovelle

GIORGIO BRENNA, ANDREA ROBERTO BENVENUTI,  
VALERIO CIPOLLONI, EMANUELE VIANI,  
MICHELANGELO STEFANINI, MATTEO PRIMERANO  
27 OTTOBRE 2025

# Indice

- Introduzione
- Attività
- Bisogni
- Personas e scenari
- Nome e value proposition
- Idee innovative
- Soluzioni
- Citazioni chiave



# **SOSTENIBILITÀ E TRADIZIONE**

*Crediamo che Milano possa riscoprire se stessa attraverso l'acqua: un patrimonio condiviso che unisce passato, innovazione e senso di appartenenza.*

*Ogni goccia racconta una storia: una storia di cultura, sostenibilità e comunità.*

# IL PARADOSSO DELLA VEDOVELLA

*Le vedovelle (Draghi Verdi) sono fontanelle storiche prodotte dalle Fonderie Lamperti fin dal 1932.*

*Simbolo iconico di Milano - tutti le vedono, nessuno conosce il nome*

**SOLO IL  
41,1% SA  
COSA È  
UNA  
VEDOVELLA**



# LA NOSTRA MISSIONE

*La nostra missione è promuovere un uso consapevole e sostenibile dell'acqua pubblica, valorizzando il patrimonio storico delle vedovelle e restituendo all'acqua di Milano il suo valore autentico: accessibile, affidabile e parte della vita quotidiana di ogni cittadino.*

# NEEDLEFINDING



## Sondaggi

abbiamo fatto due sondaggi, uno più generico per raggiungere il pubblico più ampio possibile ed uno più approfondito per sentire le opinioni delle persone più interessate



## Interviste

Scelti fra amici, colleghi e volontari dal sondaggio, abbiamo condotto delle interviste faccia a faccia per poter avere dettagli più approfonditi



## Intervista Lamperti

siamo andati a parlare con il proprietario delle fonderie che fanno le vedovelle, ovvero il signor Andrea Lamperti, per poter scoprire i dettagli tecnici e storici delle vedovelle

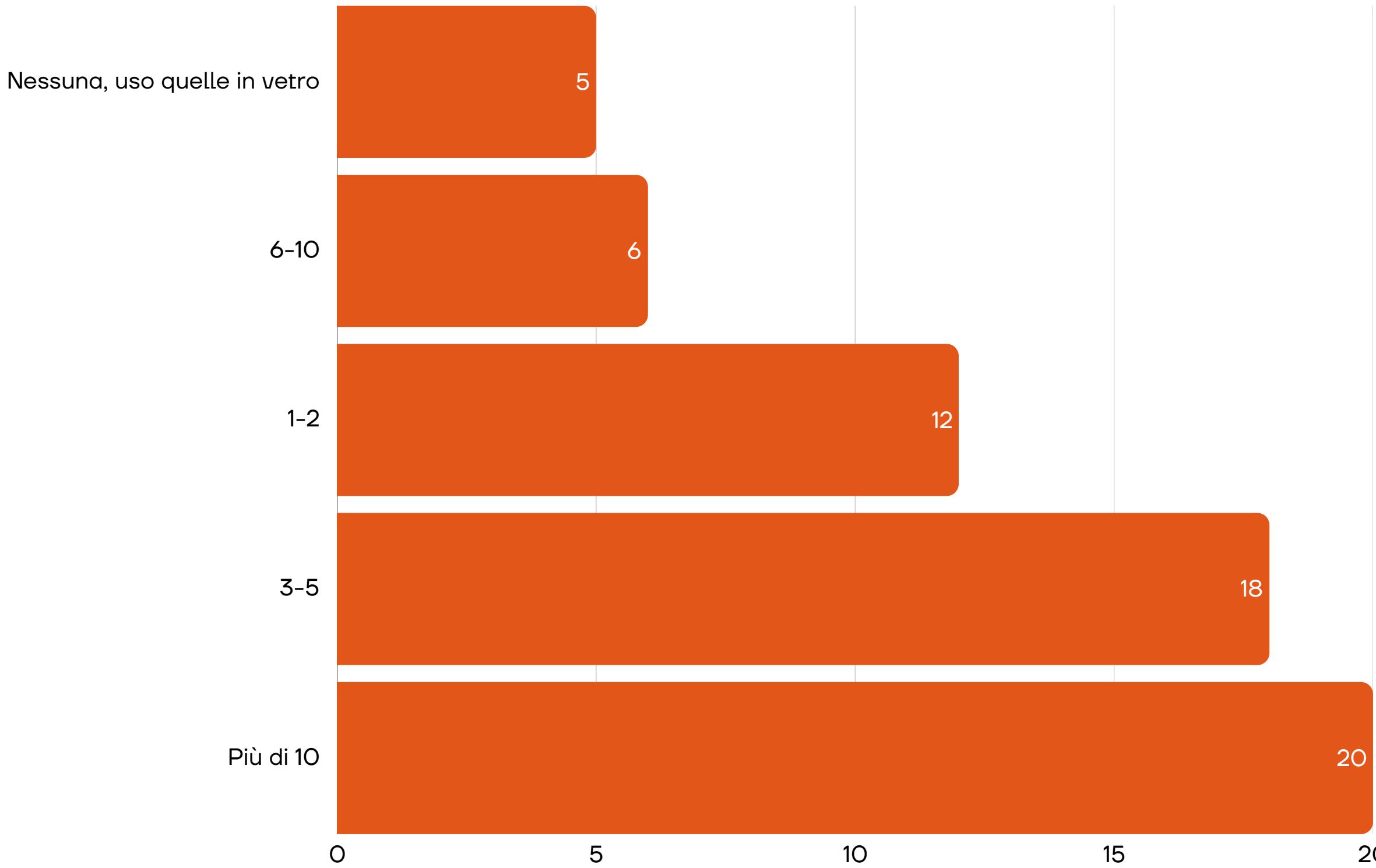


## Focus group

basandoci sui dati ottenuti dalle interviste e dal sondaggio abbiamo fatto un focus group studenti, che sono risultati una demografia molto importante, per sentire i loro pareri

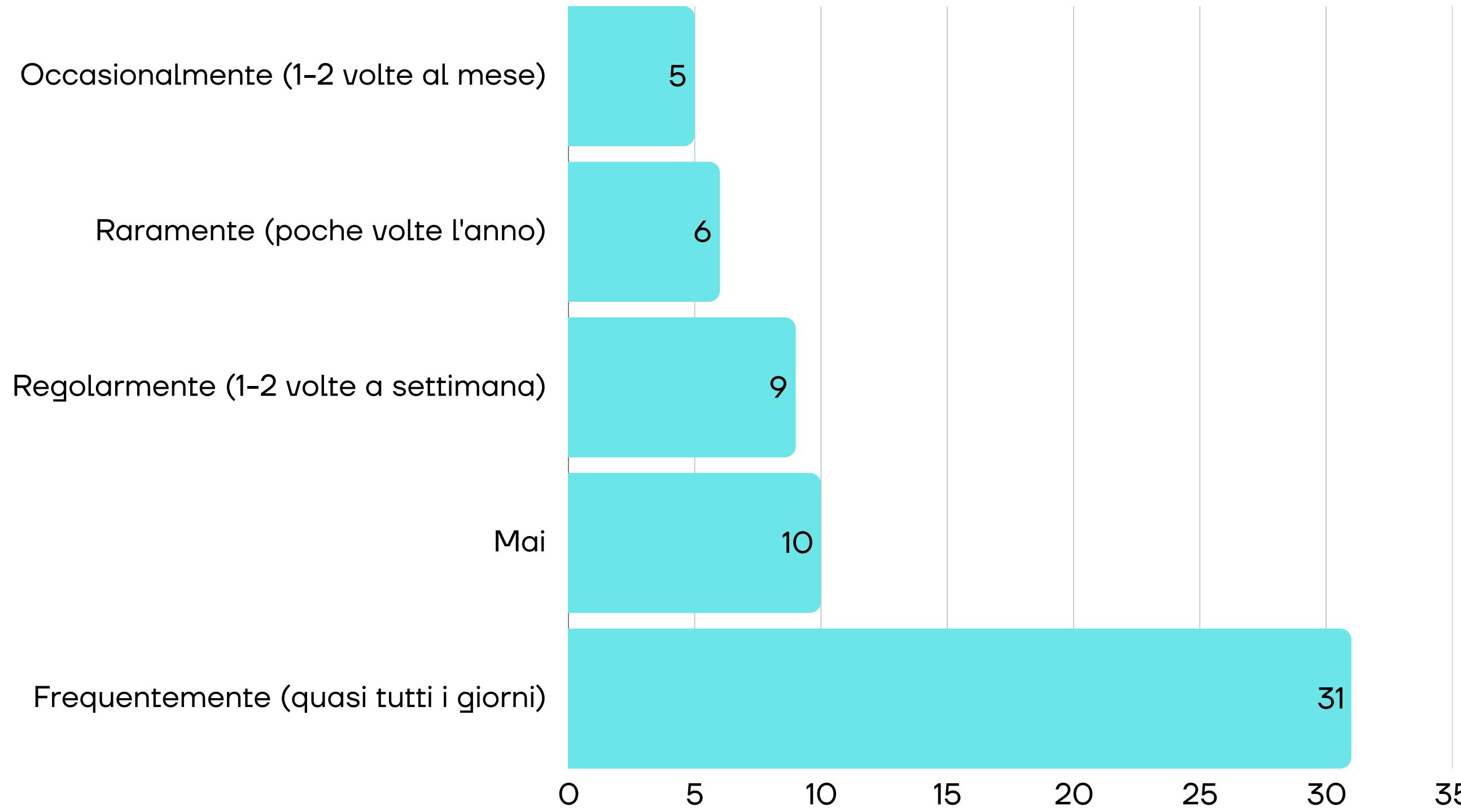
# DATI DAL QUESTIONARIO

Quante bottiglie compri



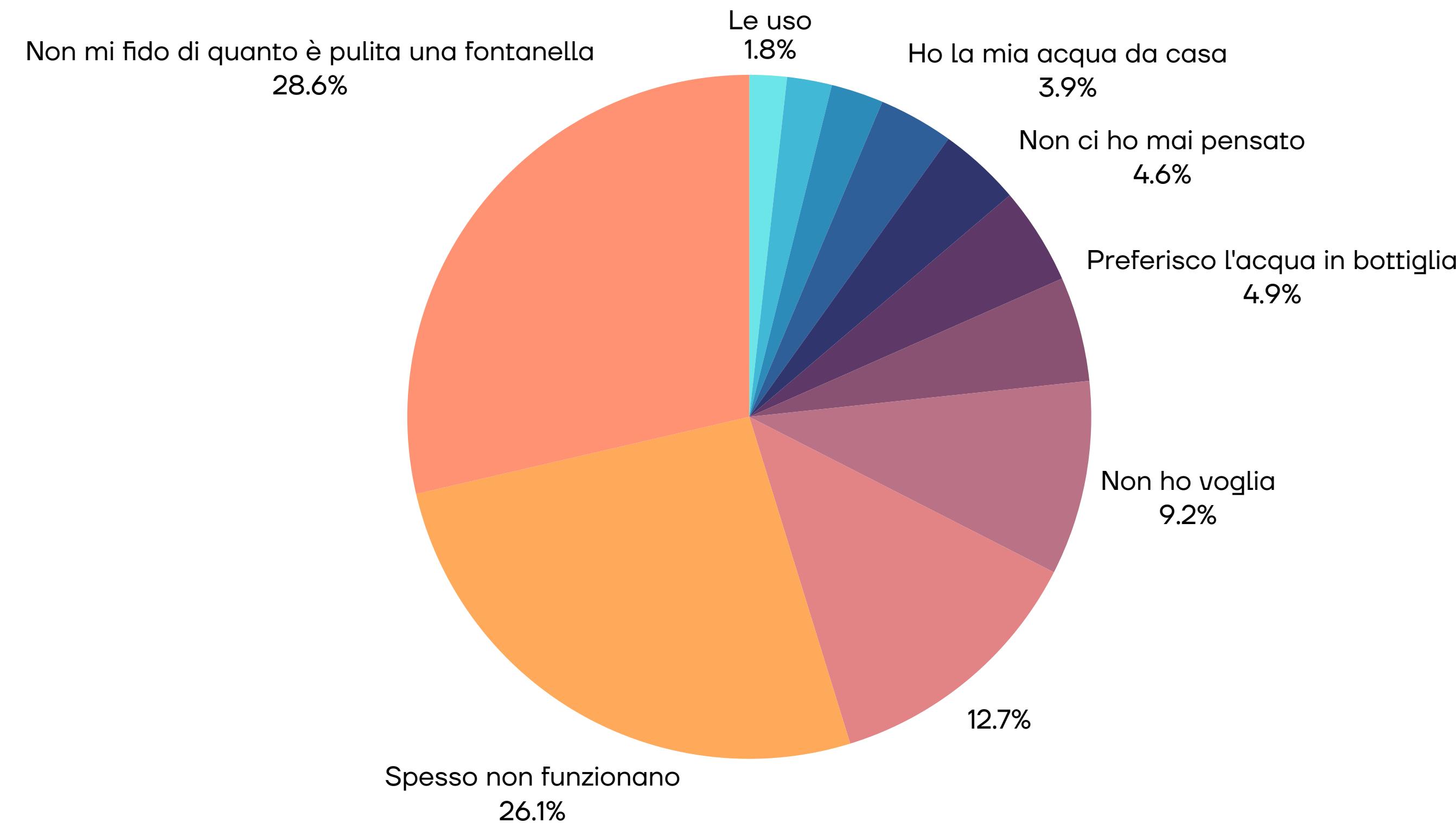
# DATI DAL QUESTIONARIO

quanto spesso usi le vedovelle?



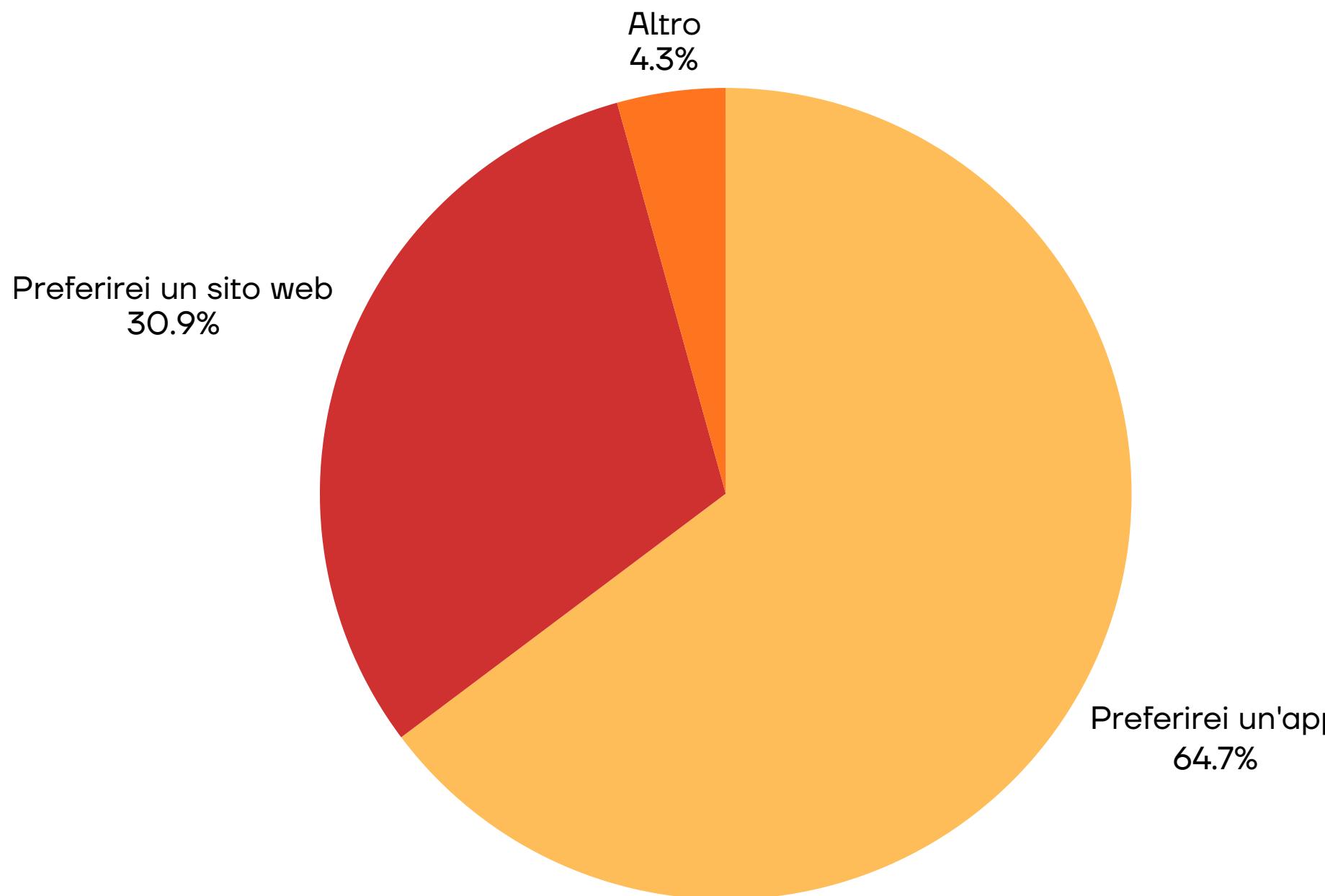
# DATI DAL QUESTIONARIO

## Perche non usi le vedovelle



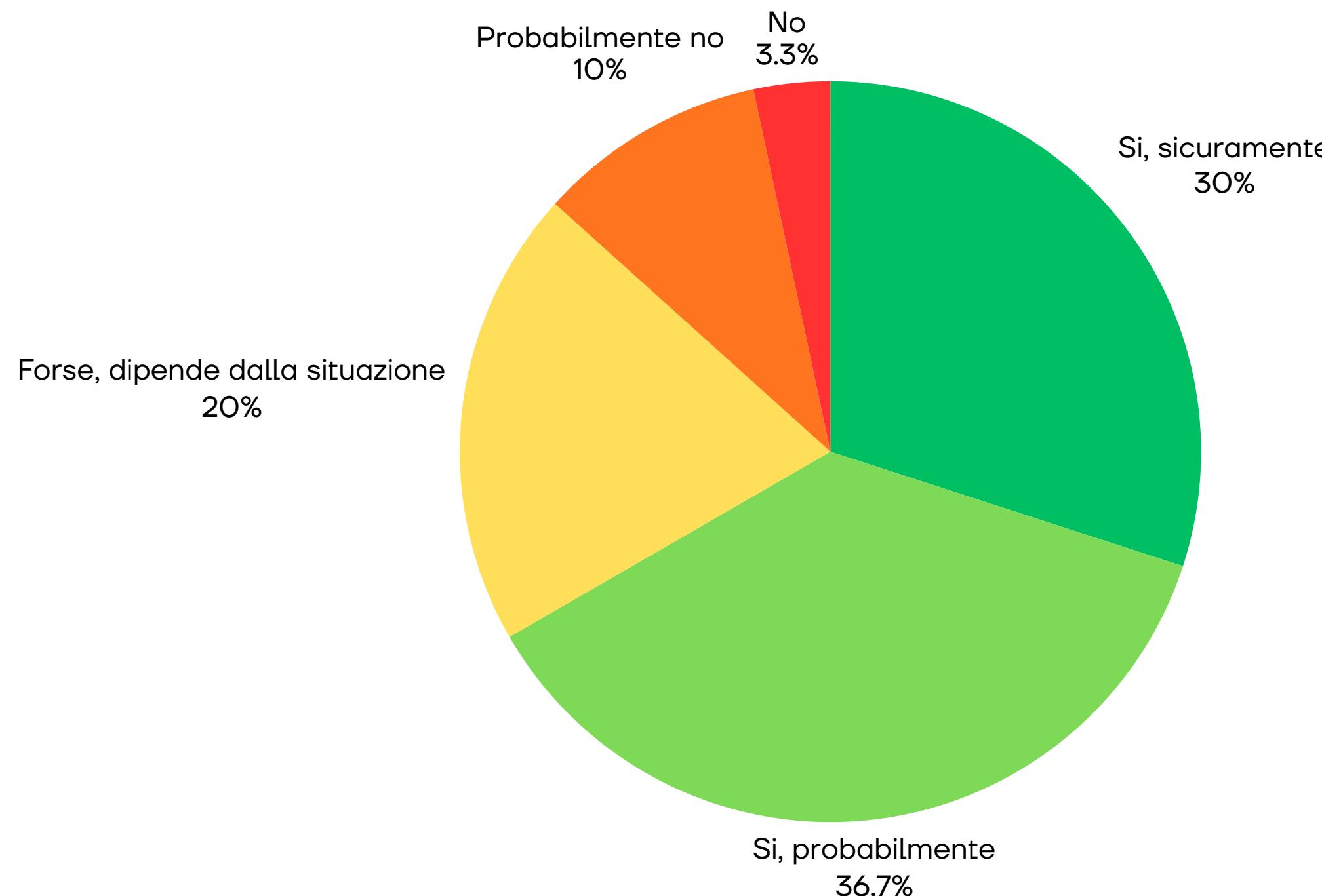
# DATI DAL QUESTIONARIO

Come preferiresti fosse un servizio  
servizio che ti aiuta a trovare le  
fontanelle vicine a te?



# DATI DAL QUESTIONARIO

Se un'app le mostrasse una vedovella a 3 minuti da te, la useresti?



# L'INTERVISTA CON LAMPERTI

LE VEDOVELLE, SIMBOLO INCONFONDIBILE DI MILANO, RAPPRESENTANO UN VERO E PROPRIO VALORE ARTIGIANALE VIVENTE. LA LORO PRODUZIONE È INFATTI PORTATA AVANTI DALLA FAMIGLIA LAMPERTI DA QUATTRO GENERAZIONI, DAL 1908 A OGGI. IL MODELLO ATTUALE MANTIENE LO STESSO DISEGNO ORIGINARIO DELL'ARCHITETTO LUCA BELTRAMI DEL 1932, UN CASO UNICO DI CONTINUITÀ PRODUTTIVA NEL PANORAMA URBANO ITALIANO.

## PUNTI PRINCIPALI:

- **ORGOGLIO PERSONALE E ANONIMATO PARADossalE:** Andrea esprime l'orgoglio di partecipare in una tradizione del genere e il dispiacere che, nonostante l'utilizzo intensivo che può arrivare a 10 milioni di persone all'anno in posti come la piazza della Scala, la vedovella è rimasta così al di fuori dell'immaginario comune al contrario, per esempio, dei Tori di Torino
- **L'INCOMPRENSIONE SULL'ACQUA A SCORRIMENTO CONTINUO:** Al contrario di quello che si pensa l'acqua non scorre continuamente senza un motivo ma ha una funzione fondamentale nel mantenere la qualità dell'acqua ed ad evitate bolle d'aria nel sistema idrico. Inoltre l'acqua non viene buttata ma dirottata nel sistema di irrigazione dei campi di Medaglia
- **IL SUO IMPEGNO NEL PUBBLICIZZARE LE VEDOVELLE:** Per provare a fare pubblicità alle vedovelle il signor Lamperti ha provato varie cosa dal merchandise a tema fino alla vedovella in LEGO esposta fatta da Luca Petraglia



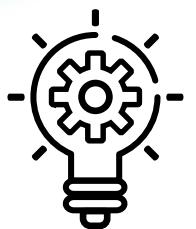
# FOCUS GROUP

data 25/10/2025, 6 partecipanti

## PUNTI DI INTERESSE

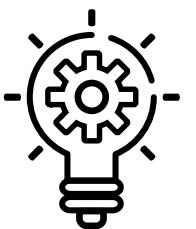
FIDUCIA ACQUA DOMESTICA	AUTORITÀ PREFERITA	BARRIERA ALL'UTILIZZO
<p><i>Il Livello di fiducia nei confronti dell'acqua del rubinetto risulta piuttosto basso, con una media di 4 su 10. I partecipanti percepiscono invece l'acqua delle vedovelle come più sicura e di qualità superiore, probabilmente per la sensazione di freschezza e il continuo ricambio d'acqua.</i></p>	<p><i>Quando si tratta di ricevere informazioni sulla qualità dell'acqua, le fonti ritenute più autorevoli sono l'Istituto Superiore di Sanità (ISS) e le università. Il Comune di Milano viene invece percepito come meno credibile o meno coinvolto in modo diretto.</i></p>	<p><i>Le condizioni igieniche delle fontanelle rappresentano un ostacolo all'utilizzo. In particolare, la presenza di piccioni e la vernice scrostata generano diffidenza e trasmettono un'immagine di scarsa manutenzione.</i></p>
INCENTIVO EFFICACE	SOLUZIONE TECH	DESIGN
<p><i>Un possibile incentivo per aumentare l'uso delle vedovelle potrebbe essere l'introduzione di acqua frizzante, percepita come un'opzione "premium" e più appetibile per il pubblico urbano.</i></p>	<p><i>I partecipanti hanno accolto positivamente l'idea di integrare un QR code che rimandi a una web app informativa, utile per conoscere la storia, i dati e la qualità dell'acqua. È però emersa una preferenza chiara per soluzioni leggere, che non richiedano il download di un'app dedicata.</i></p>	<p><i>Dal punto di vista estetico, il gruppo ha espresso il desiderio di preservare lo stile storico delle vedovelle, rifiutando qualsiasi forma di modernizzazione evidente che possa alterarne l'identità e il valore simbolico per la città.</i></p>

# I Problemi Chiave Emersi



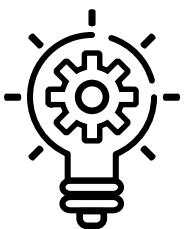
## GAP DI CONSAPEVOLEZZA

58.9% non conosce il termine, nessuna connessione emotiva con il patrimonio storico



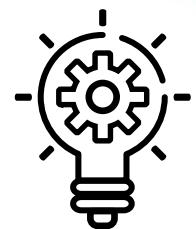
## BARRIERE PERCETTIVE

33.6% usa raramente/mai per mancanza info (24.4%) e diffidenza qualità (17.1%)



## DIFFIDENZA SULLA QUALITÀ

34.2% giudica acqua solo “accettabile o scarsa”



## BARRIERE INFORMATIVE

piu del 25% non le usa perchè non sa dove sono

# BRAINSTORMING

App mobile con mappa interattiva fontanelle	Comparazione con acqua in bottiglia: mostra residuo fisso vs brand noti	Storytelling su ogni vedovella (chi l'ha fatta, quando, perché)	Sfide esplorazione: "Unisci i puntini" tra vedovelle diverse
Mappe fisiche in città (modello metropolitana) posizionate strategicamente	Foto recenti fontanelle: verifica visiva pulizia prima di andarci	Collaborazione con Lamperti per contenuti esclusivi	Comunicazione via influencer/testimonial (NON solo Comune)
Modalità "Runner": pianificazione percorsi con checkpoint idratazione	Sistema rating/recensioni utenti (stelline 1-5)	Valorizzare stile storico: NO design moderno "anonimo"	ACQUA FRIZZANTE come funzionalità premium (incentivo più allettante)
Notifiche push quando sei vicino a una vedovella	Certificazione enti scientifici: Badge ISS/ Università (NON solo Comune)	QR code resistente integrato nella struttura (no vandalismo)	Web app accessibile via browser (NO app da scaricare obbligatoria)

# Bisogni Selezionati

## **Accesso Immediato all'Informazione di Localizzazione**

*Gli utenti hanno bisogno di sapere rapidamente dove si trova la fontanella più vicina quando ne hanno bisogno, senza dover esplorare fisicamente la città o affidarsi alla memoria.*

## **Garanzia sulla Qualità e Stato Funzionale**

*Gli utenti hanno bisogno di essere rassicurati sulla qualità dell'acqua e sapere se la fontanella è funzionante PRIMA di raggiungerla, per evitare perdite di tempo e aumentare la fiducia nell'uso.*

## **Scoperta del Valore Culturale e Identitario**

*Gli utenti hanno bisogno di scoprire la storia, il significato e il valore culturale delle vedovelle per sviluppare un legame emotivo con questo patrimonio urbano, trasformando un semplice servizio in un elemento identitario.*

## **Facilitazione del Comportamento Sostenibile**

*Gli utenti hanno bisogno di vedere e misurare l'impatto positivo delle loro scelte sostenibili per essere motivati a mantenere il comportamento nel tempo, trasformando l'intenzione in azione costante.*



BIO: 23 ANNI, GIOVANE PROFESSIONISTA, USA BORRACCIA MA NON SA DOVE RICARICARLA. VUOLE RIDURRE LA PLASTICA MA LE BARRIERE LOGISTICHE LO FERMANO.

# PERSONAS : Marco - Lo Studente Sostenibile

## Motivazioni:

- Valori ambientalisti autentici, vuole essere coerente con le proprie idee
- Ridurre l'impatto ambientale e la plastica monouso
- Consolidare l'abitudine di usare la borraccia

## Obiettivi:

- Sapere dove ricaricare quando la borraccia è vuota
- Trasformare intenzioni sostenibili in azioni concrete
- Vedere l'impatto reale delle sue scelte (plastica/CO<sub>2</sub> risparmiata)
- Avere feedback continuo che rinforzi il comportamento virtuoso

## Frustrazioni:

- Gap tra intenzioni e azioni: vuole essere sostenibile ma non riesce
- Barriere logistiche: non sa dove sono le fontanelle
- Nessun feedback quando fa scelte giuste → comportamento non si rafforza
- La borraccia diventa accessorio Instagram, non strumento pratico



BIO: 28 ANNI, GRAPHIC DESIGNER ROMANA IN VISITA A MILANO. VIAGGIATRICE ATTENTA, PORTA SEMPRE LA BORRACCIA MA VUOLE SCOPRIRE LA STORIA AUTENTICA DELLA CITTÀ.

# PERSONAS : Alessia - La Turista Curiosa

## Motivazioni:

- Scoprire l'autenticità di Milano oltre i luoghi turistici mainstream
- Viaggiare in modo sostenibile e comprendere il significato culturale di ciò che vede
- Avere conferma che l'acqua è sicura prima di berla
- Condividere scoperte autentiche su Instagram senza scaricare app dedicate

## Obiettivi:

- Capire immediatamente che le fontanelle sono potabili e sicure
- Conoscere origine del nome e tradizione artigianale Lamperti
- Vedere dove sono posizionate le altre vedovelle sulla mappa

## Frustrazioni:

- Non sa cosa sono le vedovelle né perché si chiamano così
- Vedovelle rovinate con vernice scrostata: aspetto trascurato rovina l'impressione
- Non vuole scaricare app dedicate per informazioni puntuali



BIO: 26 ANNI, CONTENT CREATOR CON  
BORRACCIA DA €35 COMPRATA 6 MESI FA.  
VUOLE ESSERE SOSTENIBILE MA COMPRA 4-5  
BOTTIGLIE A SETTIMANA PER SFIDUCIA E  
MANCANZA DI INCENTIVI.

# PERSONAS : Giulia - La Giovane Professionista

- **Motivazioni:**

- Ridurre *impatto ambientale* e sentirsi coerente con i valori che comunica online
- Ottenere *ricompense tangibili*: sconti su servizi che usa
- Seguire *influencer sostenibili* ed essere raggiunta da *testimonial* che segue
- Consolidare l'abitudine di usare la borraccia con motivazione continua

- **Obiettivi:**

- Sapere dove ricaricare in sicurezza quando la borraccia è vuota
- Vedere l'impatto reale e cumulativo delle proprie scelte
- Avere garanzie scientifiche serie sulla qualità dell'acqua (ISS/Università)

- **Frustrazioni:**

- Barriere igieniche concrete: fontanelle rovinate, piccioni, aspetto trascurato
- Bassa fiducia nell'acqua del rubinetto (calcare) estesa alle fontanelle
- Gap tra intenzioni e azioni: senso di colpa intermittente ma nessun cambiamento reale



@stingstonig

BIO: 32 ANNI, ACCOUNT MANAGER CHE CORRE  
4-5 VOLTE A SETTIMANA. NON PORTA  
BORRACCIA DURANTE LA CORSA MA CERCA  
FONTANELLE NEI PARCHI PER IDRATARSI.

# PERSONAS : Matteo - IL Runner Urbano

## Motivazioni:

- Pianificare percorsi running con checkpoint idratazione strategici
- Correre senza portare borraccia scomoda ma potersi idratare comunque
- Condividere percorsi e vedovelle preferite con la community runner
- Integrare idratazione sostenibile nella routine sportiva quotidiana

## Obiettivi:

- Vedere vedovelle lungo percorsi running popolari con mappe dedicate
- Pianificare corse tipo "10km con 3 checkpoint idratazione"
- Integrazione con app fitness (Strava, Garmin, Nike Run Club)
- Completare sfide di esplorazione e sbloccare badge runner

## Frustrazioni:

- Non sa dove sono le fontanelle lungo i suoi percorsi abituali
- Deve interrompere la corsa per cercare fontanelle senza pianificazione
- Mancanza di integrazione con le app di fitness che usa quotidianamente

# **SOLUZIONE: ZAMPILLO**

*Piattaforma ibrida: App mobile + Web app (QR code) + Mappe fisiche  
cittadine + Integrazione wearables*

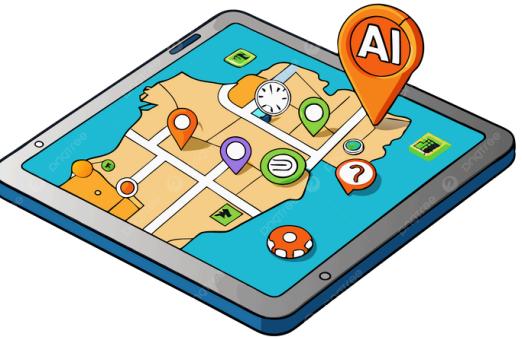


**zampillo**

# FUNZIONALITÀ CORE

## Mappa Intelligente

- Geolocalizzazione vedovelle con filtri
- Navigazione turn-by-turn
- Info real-time: disponibilità, temperatura, pressione
- Segnalazione problemi community-driven



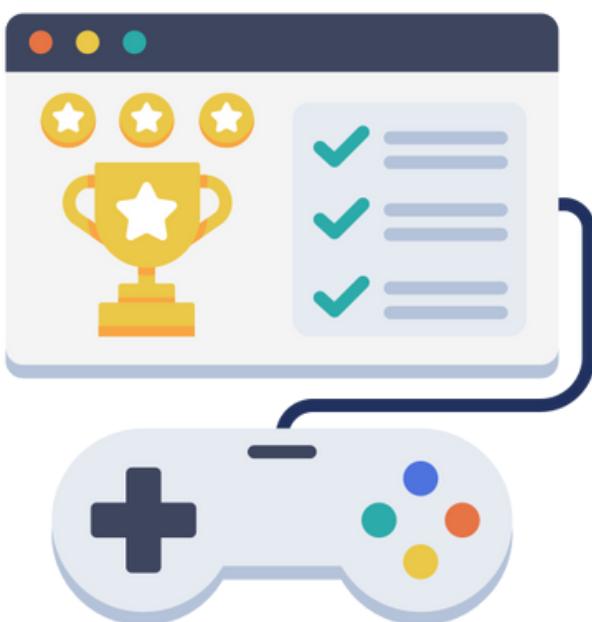
## Certificazione Scientifica

- Partnership ISS/Politecnico per dati ufficiali
- Dashboard parametri acqua (pH, durezza, contaminanti)
- Comparazione acqua domestica vs vedovelle



## Discovery culturale

- Storia Draghi Verdi e Fonderie Lamperti
- Tour tematici cittadini
- Contenuti esclusivi da archivio storico



## Gamification Tangibile:

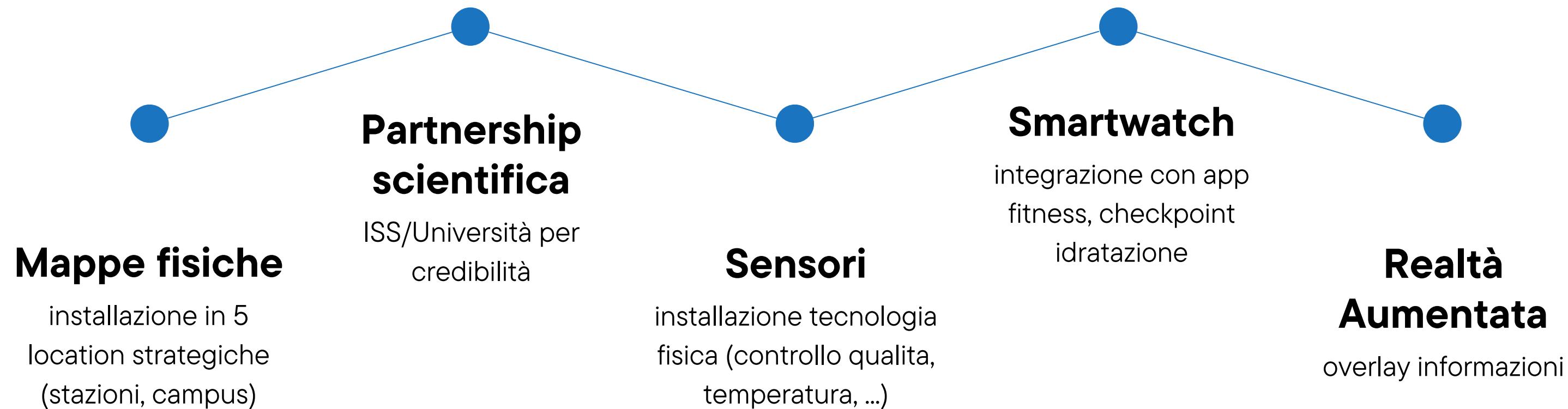
- Sistema punti per ogni ricarica 3
- Rewards concreti: buoni bikeMi, sconti eventi partner
- Achievement: sblocco acqua frizzante dopo N ricariche
- Classifiche settimanali con premi reali



## QR code + WebApp

- QR resistenti integrati su vedovelle e punti strategici per Milano
- Accesso immediato senza download
- Info localizzata + storia specifica fontanella

# IDEE INNOVATIVE FUTURE



# Citazioni Chiave

”

**“TUTTI SANNO COS’È  
LA VEDOVELLA, MA  
NESSUNO  
PROBABILMENTE TI  
DICE DA DOVE  
ARRIVA.”**

Andrea Lamperti

”

**“SAPERE DA DOVE  
VIENE IL NOME E LA  
STORIA MI FA  
GUARDARE LE  
FONTANELLE CON  
OCCHI DIVERSI.”**

Claudia Colamorena

”

**“L’IDEA DI SBLOCCARE  
ACQUA FRIZZANTE  
DOPO TOT RICARICHE  
È FANTASTICA!”**

Focus group

”

**“SONO GIÀ PERFETTE, LA  
MAPPA ESISTE GIA MA  
È SCOMODA DA USARE,  
L’IDEA DI UN APP (CHE  
POSSA ANCHE COPRIRE  
FUORI MILANO) È  
BUONA**

Anonimo dal questionario

# **REPORT COMPLETO**

***ABBIAMO PREPARATO UN  
REPORT PIÙ COMPLETO  
DISPONIBILE AL LINK:***

**C2\_EXTENDED-REPORT.PDF**



ECODEVS

# GRAZIE!

GIORGIO BRENNA, ANDREA ROBERTO BENVENUTI,  
VALERIO CIPOLLONI, EMANUELE VIANI,  
MICHELANGELO STEFANINI, MATTEO PRIMERANO  
27 OTTOBRE 2025