CASE STUDY



Park City Dalmine — logo, sito e tour 3D per vendere 36 appartamenti sulla carta, poi il redesign previsto dal pacchetto. Per Val Company S.r.l., progettato e costruito da A|F MediaLab.



Park City è il nuovo complesso residenziale di via Pizzo Camino, a Dalmine: **due palazzine e 36 appartamenti** fra bilocali, trilocali, quadrilocali e attici, a fianco del Parco Falcone e Borsellino.

Committente Val Company S.r.l., costruttore Val Real S.r.l.; la vendita è affidata a Immobiliare Creocasa, senza provvigioni. Inizio lavori a marzo 2026, consegna della Palazzina A a fine 2027 e della B nella primavera 2028.

A|F MediaLab ha disegnato il logo, ha progettato e costruito il sito in due tempi — la prima versione e il redesign previsto dal pacchetto — e ha scritto il tour 3D delle palazzine.

Far scegliere una casa che ancora non esiste.



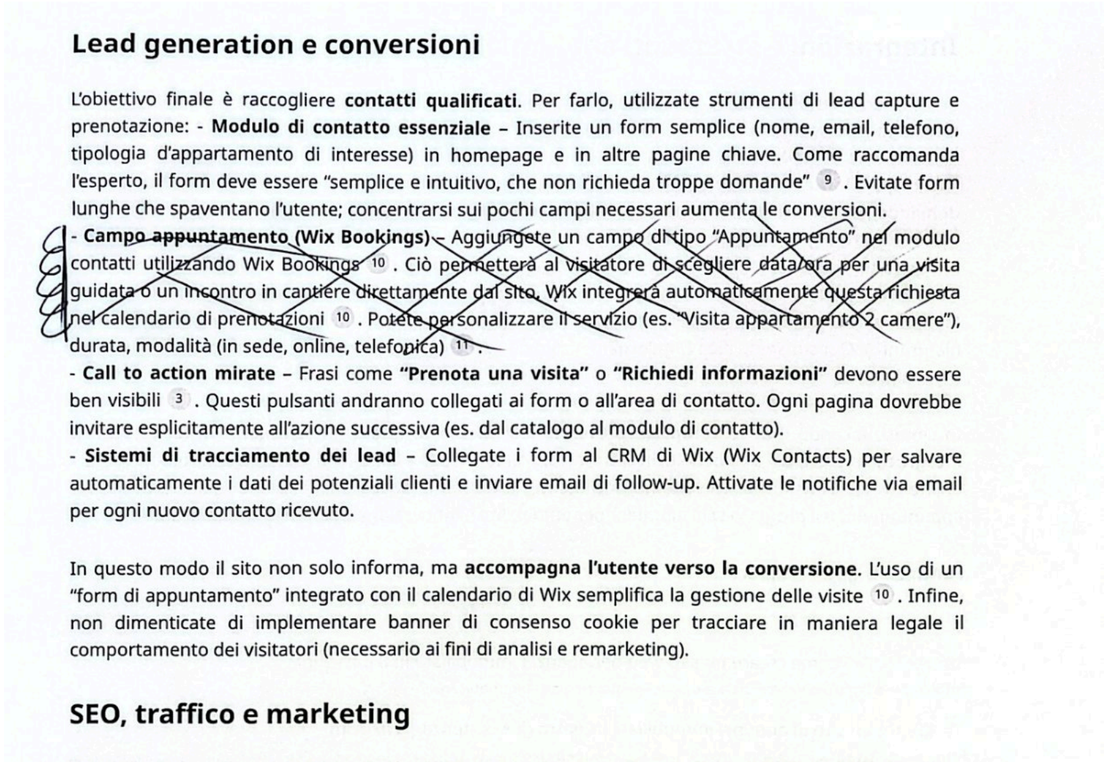
Chi compra sulla carta non può entrare in un appartamento. Il sito deve fargli capire dov'è, com'è fatto e se è ancora libero — e poi metterlo in contatto con chi vende.

IL BRIEF

01 · PUBBLICO	02 · OBIETTIVO	03 · PAGINE
Famiglie, giovani coppie e chi cerca una casa nuova e moderna.	Contatti qualificati: richieste di informazioni e di visita, non semplici visualizzazioni.	Home, il progetto, le tipologie con planimetrie e prezzi, la galleria, i contatti.

Quattro pagine di brief, su Wix. **Lo abbiamo tenuto quasi tutto — e corretto in due punti.**

COSA ABBIAMO TOLTO



Lead generation e conversioni

L'obiettivo finale è raccogliere **contatti qualificati**. Per farlo, utilizzate strumenti di lead capture e prenotazione: - **Modulo di contatto essenziale** – Inserite un form semplice (nome, email, telefono, tipologia d'appartamento di interesse) in homepage e in altre pagine chiave. Come raccomanda l'esperto, il form deve essere "semplice e intuitivo, che non richieda troppe domande" [9]. Evitate form lunghe che spaventano l'utente; concentrarsi sui pochi campi necessari aumenta le conversioni.

- **Campo appuntamento (Wix Bookings)** – Aggiungete un campo di tipo "Appuntamento" nel modulo contatti utilizzando Wix Bookings [10]. Ciò permetterà al visitatore di scegliere data/ora per una visita guidata o un incontro in cantiere direttamente dal sito. Wix integrerà automaticamente questa richiesta nel calendario di prenotazioni [10]. Potete personalizzare il servizio (es. "Visita appartamento 2 camere"), durata, modalità (in sede, online, telefonica) [11].
- **Call to action mirate** – Frasi come **"Prenota una visita"** o **"Richiedi informazioni"** devono essere ben visibili [3]. Questi pulsanti andranno collegati ai form o all'area di contatto. Ogni pagina dovrebbe invitare esplicitamente all'azione successiva (es. dal catalogo al modulo di contatto).
- **Sistemi di tracciamento dei lead** – Collegate i form al CRM di Wix (Wix Contacts) per salvare automaticamente i dati dei potenziali clienti e inviare email di follow-up. Attivate le notifiche via email per ogni nuovo contatto ricevuto.

In questo modo il sito non solo informa, ma **accompagna l'utente verso la conversione**. L'uso di un "form di appuntamento" integrato con il calendario di Wix semplifica la gestione delle visite [10]. Infine, non dimenticate di implementare banner di consenso cookie per tracciare in maniera legale il comportamento dei visitatori (necessario ai fini di analisi e remarketing).

SEO, traffico e marketing

Il brief proponeva un **calendario per prenotare le visite** dal sito. È barrato a mano: la richiesta resta una sola e semplice, e a richiamare è un collaboratore di Creocasa.

Suggeriva anche un **tour virtuale a 360°** negli appartamenti. Ma un tour a 360° si gira in una casa che esiste, e qui c'era un cantiere. Al suo posto: le palazzine ricostruite in 3D, nel loro quartiere.

IL LOGO



LOGO PRINCIPALE



PARK CITY

01 · IL SIMBOLO

La palazzina di Park City disegnata a tratto, in un solo blu: quattro toni dal più scuro al più chiaro.

02 · I DETTAGLI

Balconi a sbalzo, frangisole, piante ricadenti: è la facciata dei render, non un palazzo qualsiasi.

03 · IL LOGOTIPO

PARK CITY in Montserrat Light con spaziatura larga: sottile e orizzontale come le facciate.

Il simbolo non è un’icona generica di condominio: **è questo palazzo.**

IL SIMBOLO



Quattro toni di un solo blu. Il secondo è in pratica il blu dei bottoni e dei link del sito: **logo e interfaccia parlano la stessa lingua.**

Ombra	#1F587B
Facciata	#225D81
Balconi	#2D6B90
Vetro	#5C99BC

LE VERSIONI



ORIZZONTALE

Testata del sito e pop-up di richiesta.



VERTICALE

Schermata di caricamento, sulla fascia blu.



SIMBOLO

Icona del sito e del telefono.

Tre versioni, un disegno solo: **cambia la composizione, mai il simbolo.**

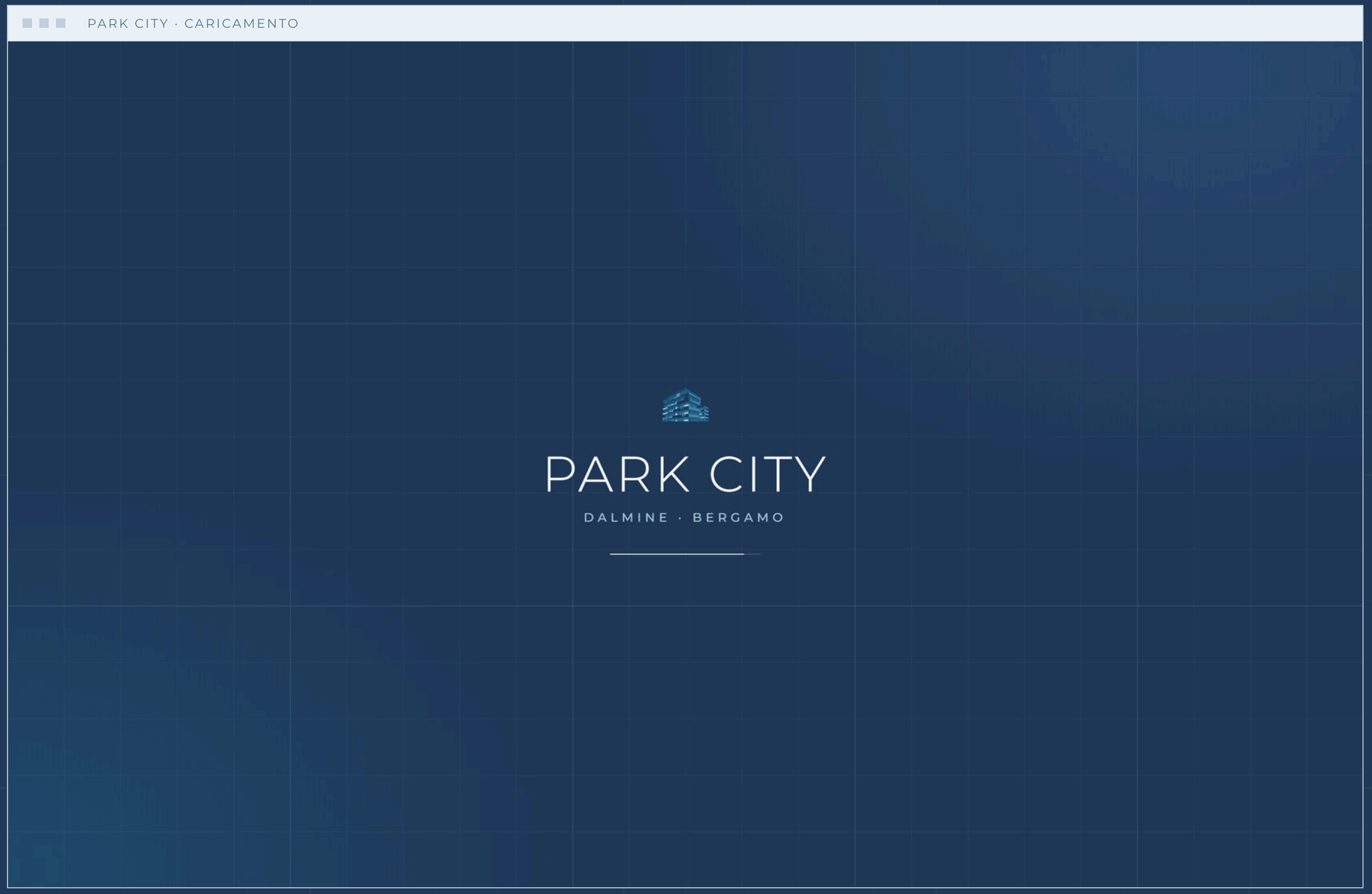
PARK CITY



SOPRA LA FOTO CAMBIA SOLO LA SCRITTA: IL SIMBOLO RESTA NEI SUOI COLORI, PER SCELTA DEL CLIENTE

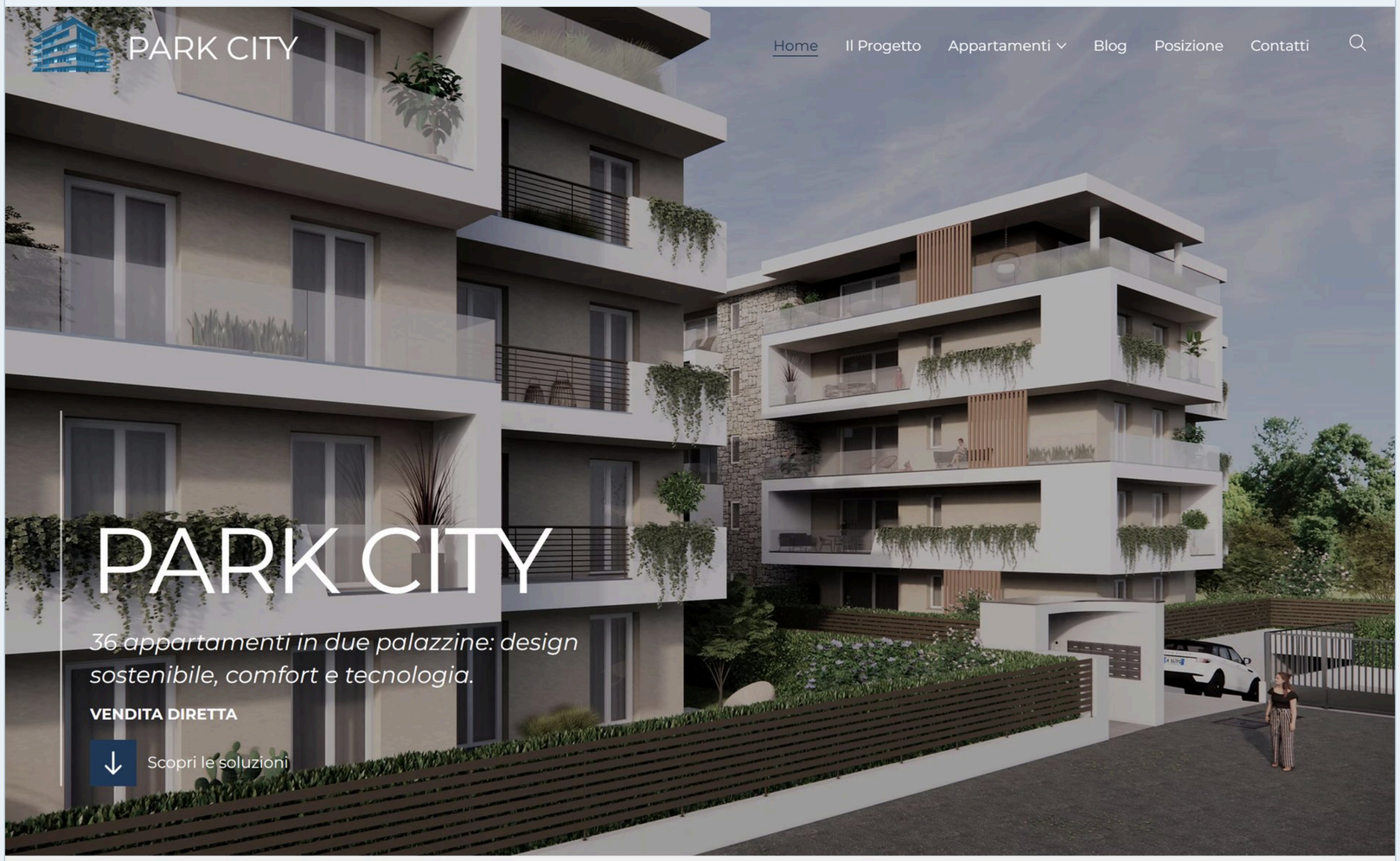
IN USO

PARK CITY · CARICAMENTO



LA SCHERMATA DI CARICAMENTO: LOGO VERTICALE E UNA LINEA CHE SI RIEMPIE

PRIMA VERSIONE · WIX



1 **Su Wix, come da brief**

Il sito nasce sulla piattaforma prevista dal brief, con il logo nuovo e i render del progetto.

2 **Quattro pagine tipologia**

Unità con il loro stato, planimetria, posizione nella palazzina, metrature e capitolato.

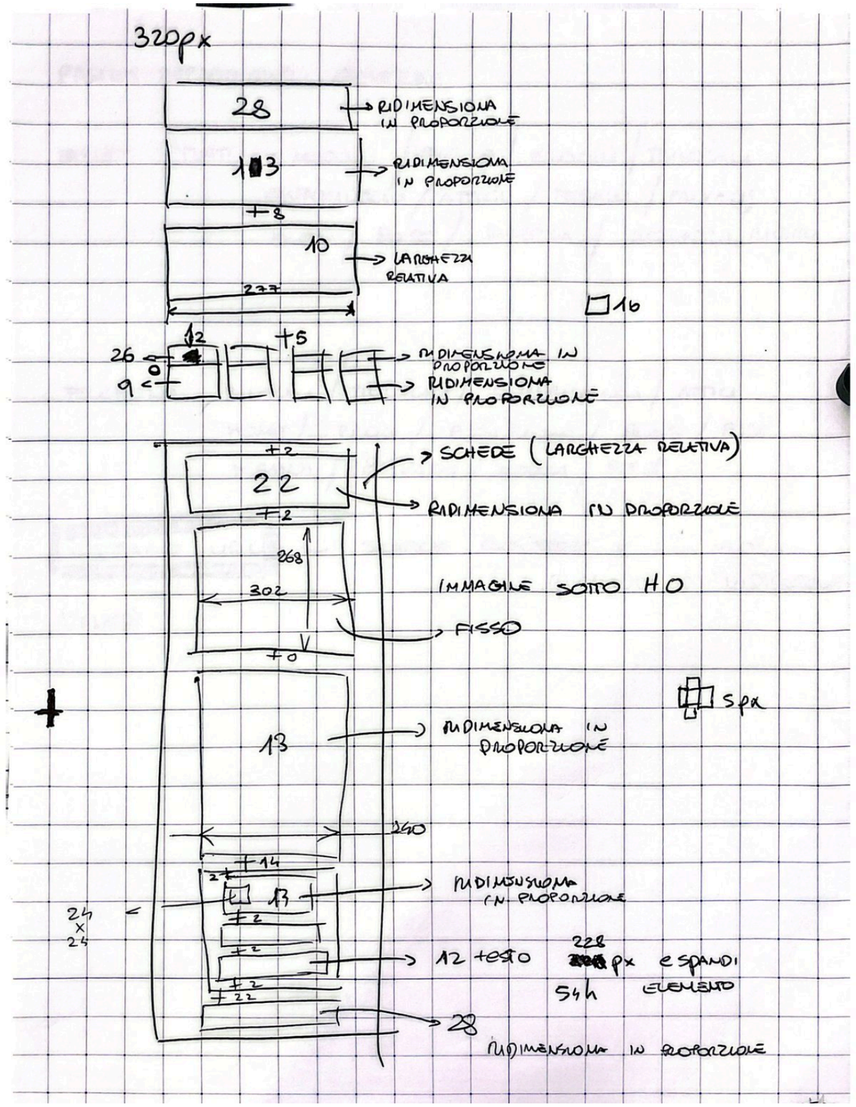
3 **Una richiesta in ogni pagina**

Ogni unità ha il suo «Richiedi informazioni»: il venditore sa già di quale casa si parla.

4 **Il tour 3D**

Le palazzine nel quartiere, verde libero e rosso venduto, al posto del tour a 360°.

IL METODO

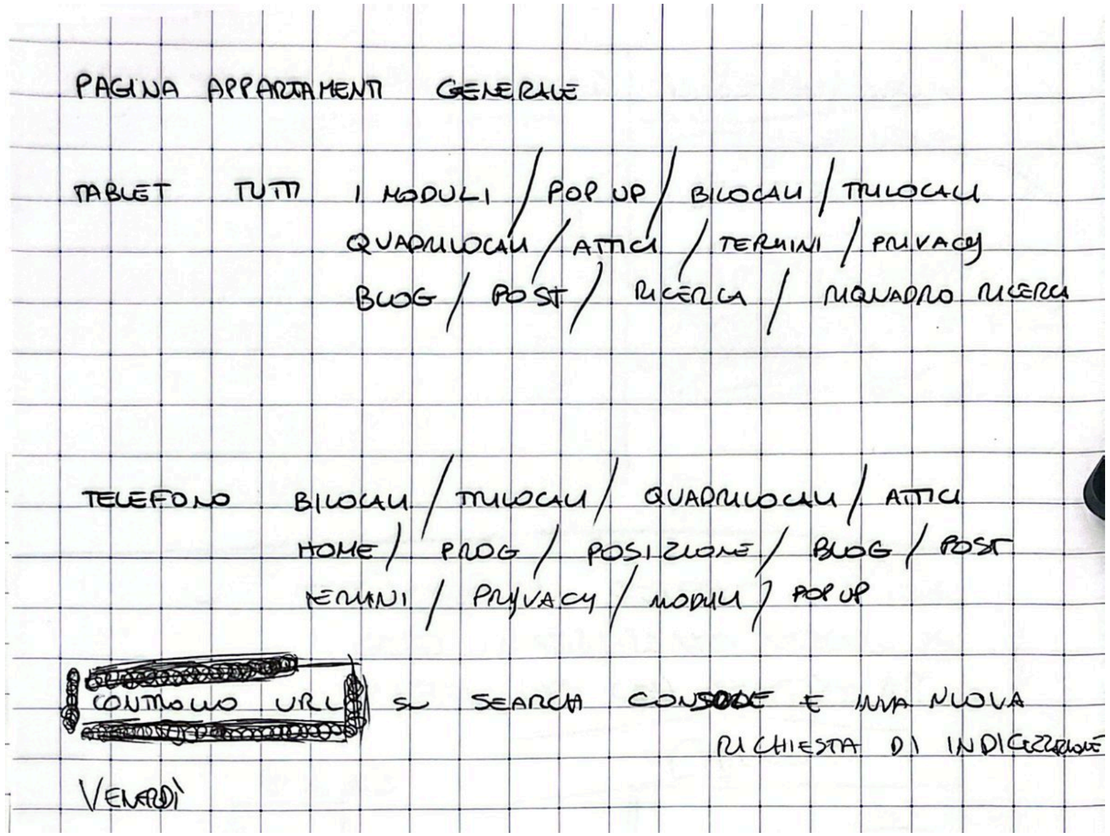


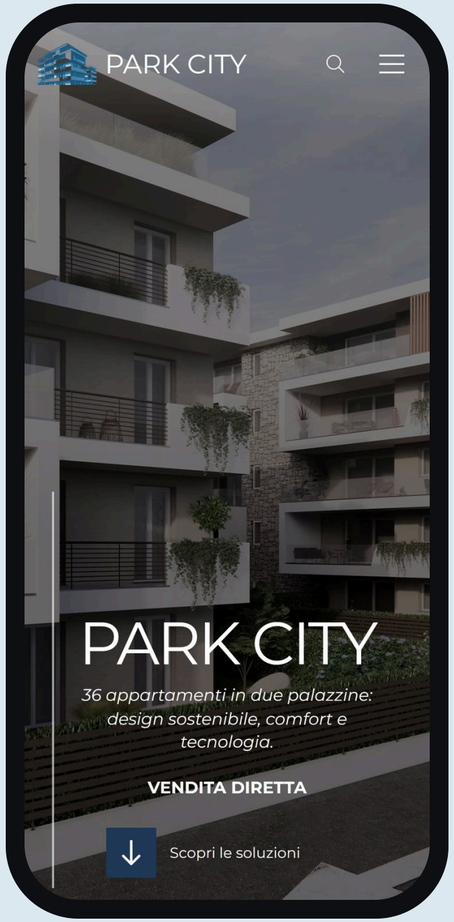
Su Wix l’adattamento al telefono è automatico, ma non basta. **Ogni sezione è stata ridisegnata su carta a 320 pixel di larghezza**, con la misura di ogni blocco — «ridimensiona in proporzione», «larghezza relativa» — e poi riportata nell’editor.

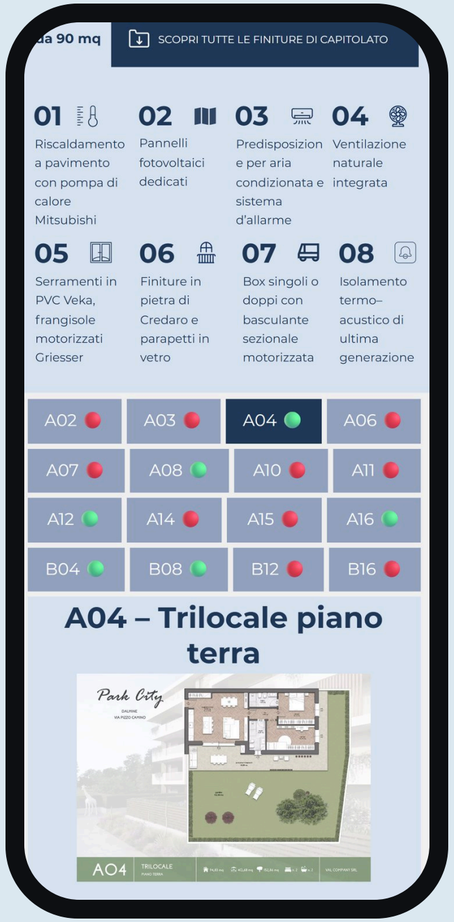
PRIMA DELLA CONSEGNA

Il giro di controllo: **tutte le pagine, i moduli e i pop-up**, prima su tablet e poi su telefono.

Infine gli indirizzi su Search Console, con una nuova richiesta di indicizzazione.







IL PRIMO SITO SUL TELEFONO: LA HOME E LA PAGINA DEI TRILOCALI

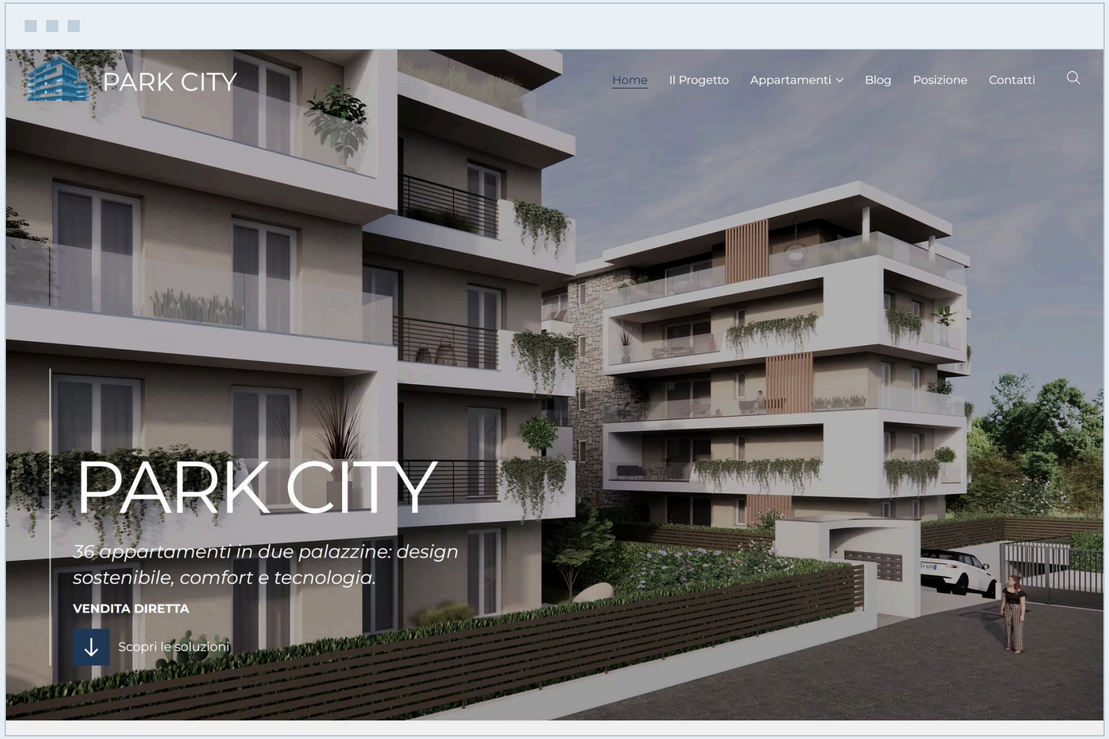
Il redesign era già nel pacchetto.



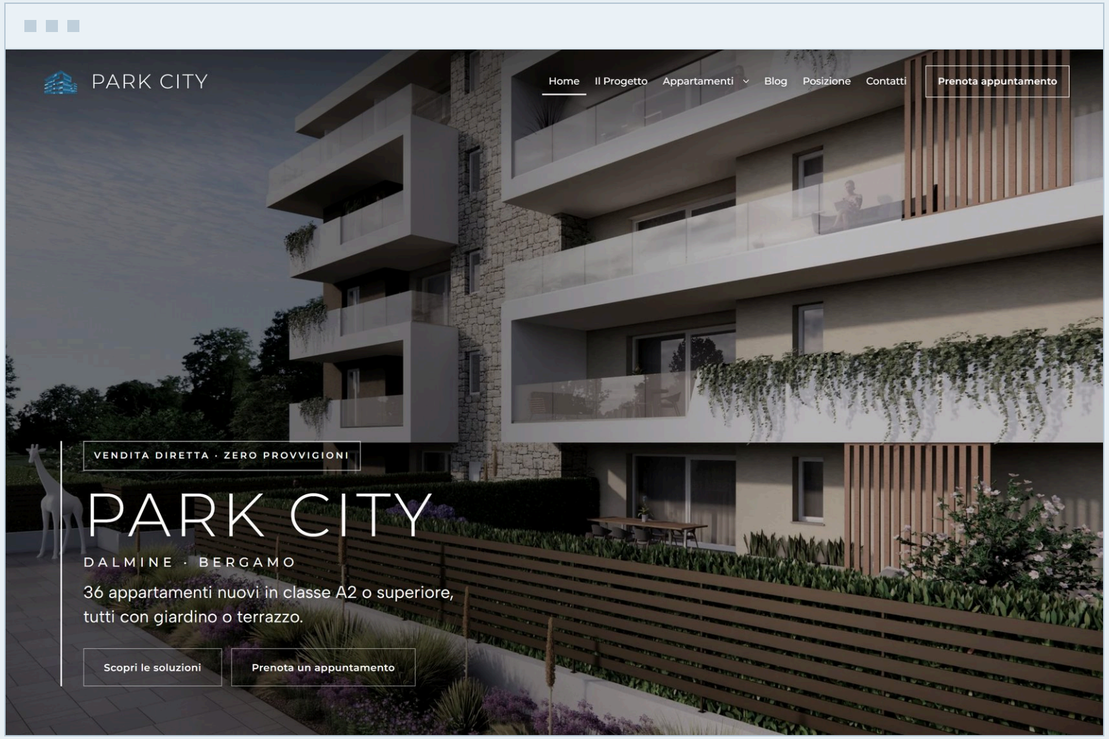
Il primo sito ha portato il 60% dei contatti per Park City. Con il cantiere aperto e le unità che si vendono una a una, il passaggio previsto dal pacchetto porta il sito su una base costruita su misura: dati che non si contraddicono, un diario facile da tenere, una struttura che cresce con i lavori.

PRIMA E DOPO

PRIMA VERSIONE · WIX



REDESIGN · SU MISURA



Stesso logo, stesso blu, stesse 36 case: **cambia il modo in cui il sito le tiene insieme.**

COSA PORTA IL REDESIGN

01 · I DATI

Un numero, un posto

Listino, tour 3D e pagine leggono lo stesso dato: a ogni vendita si aggiorna una cosa sola.

02 · IL TELEFONO

Nato per lo schermo piccolo

Sul primo sito ogni sezione era rifinita a mano a 320 pixel; ora le pagine nascono per il telefono.

03 · IL CANTIERE

Un diario che si tiene da sé

Un pannello fatto per scrivere gli aggiornamenti con le foto, e un’agenda del progetto che segue l’ultimo articolo.

04 · GLI INDIRIZZI

Nessun link perso

I vecchi indirizzi, già in Google e nei messaggi dei venditori, portano alla pagina giusta del sito nuovo.

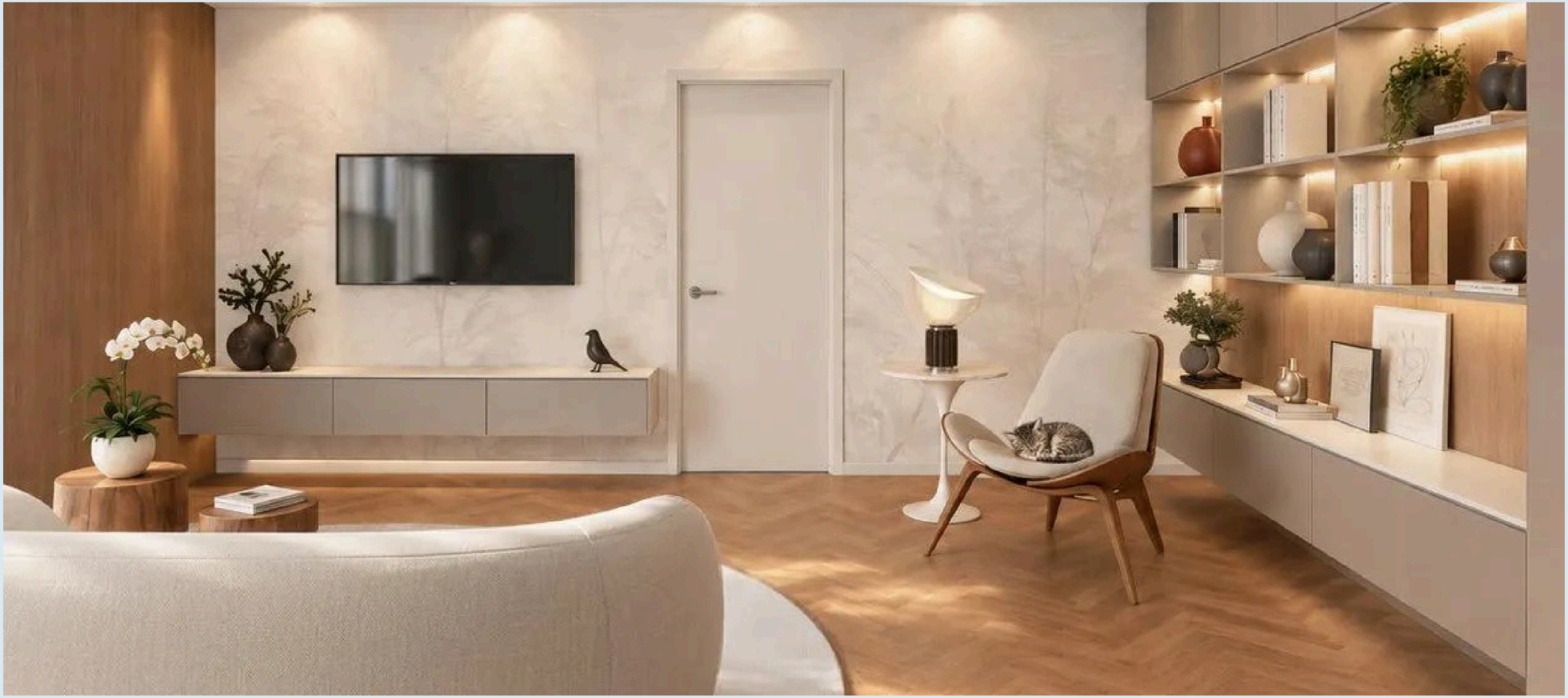
Il brief resta quello: **il redesign lo accompagna nei mesi in cui le case si vendono.**

STRUTTURA DEL NUOVO SITO



Quattro pagine tipologia, ognuna con le sue unità, la pianta e il capitolato: **è così che ragiona chi compra,** e ogni pagina si può cercare e inviare da sola.

IDENTITÀ DEL SITO



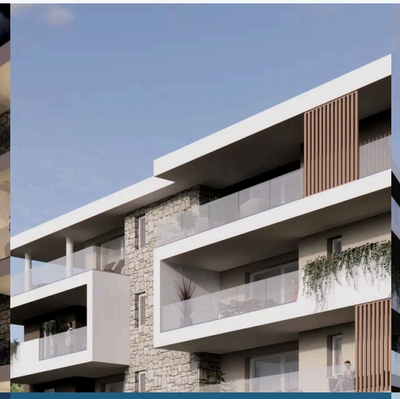
COLORE



NOTTE

Fasce, footer, titoli

HEX #203959
RGB 32 57 89
CMYK 64 36 0 65



BLU

Link, bottoni, stati attivi

HEX #225D80
RGB 34 93 128
CMYK 73 27 0 50



AZZURRO

Etichette sulle fasce scure

HEX #A8C6D8
RGB 168 198 216
CMYK 22 8 0 15



FONDO

Pagine, schede, moduli

HEX #F4F8FB
RGB 244 248 251
CMYK 3 1 0 2



LIBERO

Unità disponibili

HEX #1F5C3D
RGB 31 92 61
CMYK 66 0 34 64



GRAFITE

L’interfaccia del tour 3D

HEX #333835
RGB 51 56 53
CMYK 9 0 5 78

Un blu notte preso dal cantiere e dal cielo dei render; il verde dice una cosa sola, **«questa casa è libera»,** e il grafite tiene il 3D separato dalle pagine.

TIPOGRAFIA

36 appartamenti, due palazzine, un parco

Il testo da leggere sta in un carattere più compatto, perché Montserrat è largo e stanca nei paragrafi lunghi: le due famiglie si dividono il lavoro.

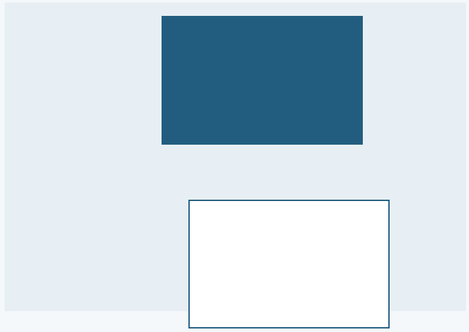
TITOLI E CIFRE
Montserrat 200–300 · −2%

ETICHETTE E BOTTONI
Montserrat 600 · maiuscolo spaziato

TESTI
Albert Sans 400 · 16,5 px · 1,65

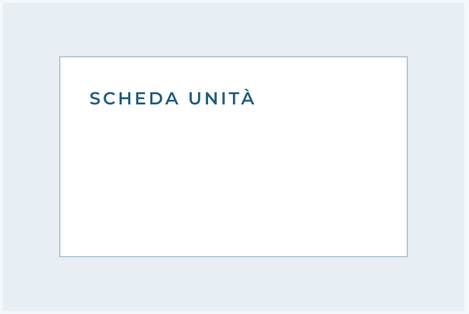
Un carattere largo e sottile per i titoli, **come le facciate;** uno più asciutto per le parole lunghe.

IL SISTEMA



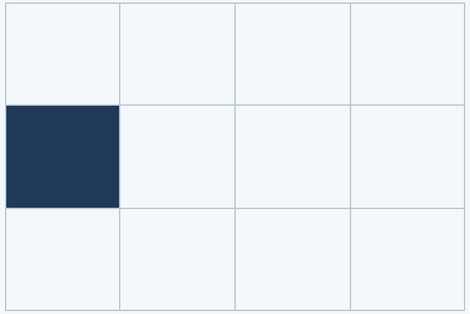
Angoli vivi

Nessun raggio sui riquadri: i blocchi si incastrano come i volumi del progetto.



Nessuna ombra

La profondità la fa il filo da 1 px e il cambio di fondo, non l’ombra.



Griglie a fuga

Righe da 1 px fra le celle: l’ultima riga spaiata si allarga e non lascia buchi.



Fasce a disegno tecnico

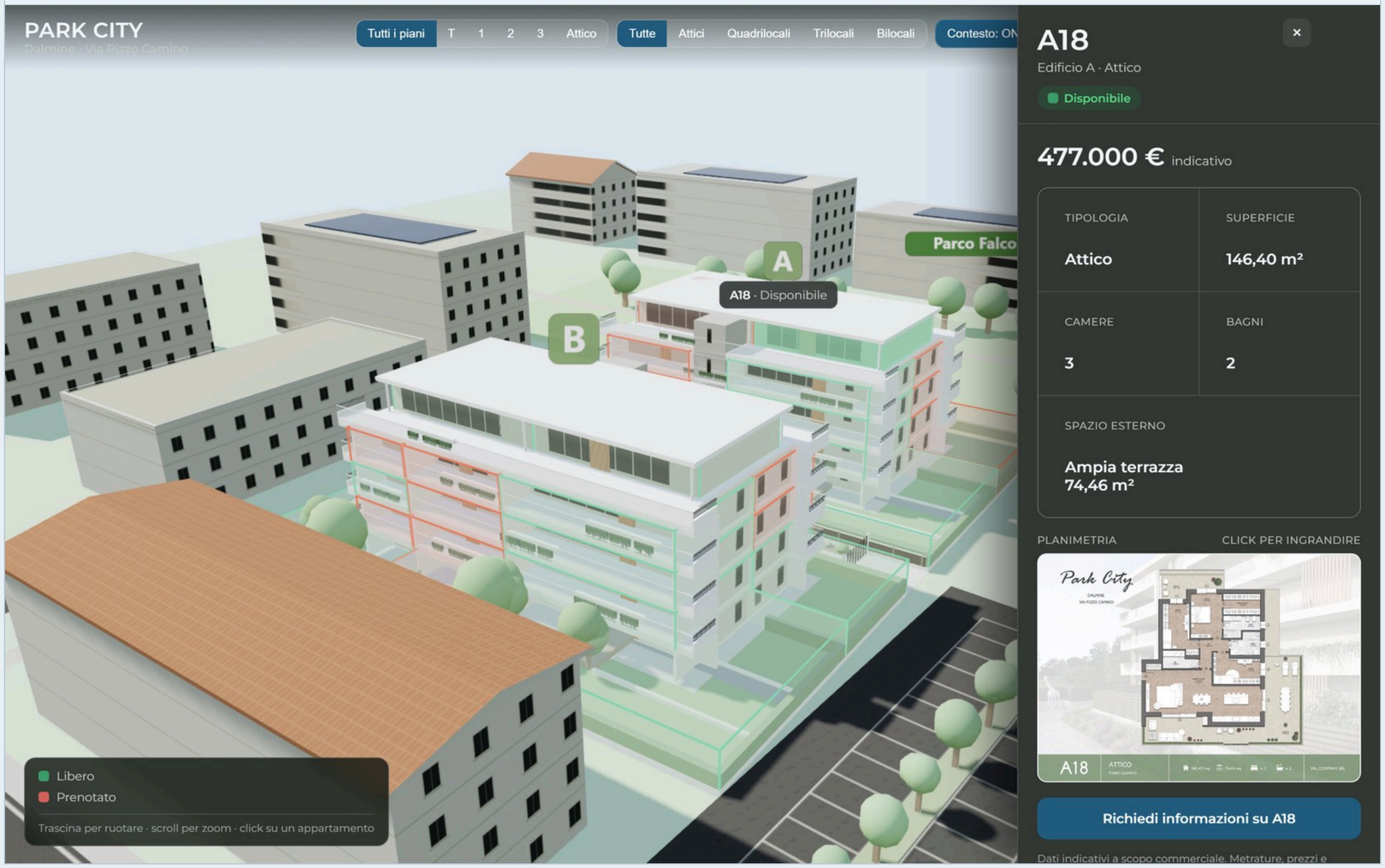
Maglia da 60 px sulle fasce blu, ripresa dal reel del cantiere.

Poche regole, applicate ovunque: **il sito sembra un disegno di progetto,** non un modello comprato.



LE DUE PALAZZINE RICOSTRUITE NEL LORO QUARTIERE

TOUR 3D · UNITÀ SELEZIONATA



1 **Ogni unità si clicca**

Tipologia, metri quadri, camere, bagni, spazio esterno e planimetria in un pannello laterale.

2 **Verde libero, rosso prenotato**

Un colore solo per stato, uguale nel tour, negli elenchi e nelle schede.

3 **Filtri per piano e tipologia**

Le unità escluse restano nel modello, in grigio: si capisce sempre dove sta quella scelta.

4 **Il quartiere vero**

Edifici e strade da OpenStreetMap, il Parco Falcone e Borsellino a nord e la bussola che segue la rotazione.

UN NUMERO DA CAMBIARE

IL LISTINO, DENTRO IL TOUR 3D

```
{ id: "A04", tipo: "Trilocale",
mq: 95, camere: 2,
prezzo: 283000
// prezzo: 0 → venduta }
```

Il tour 3D	L’unità cambia colore da sola.
Le schede unità	Stato, prezzo e planimetria.
Gli elenchi delle libere	Filtrabili per tipologia e piano.
Le pagine tipologia	Conteggi e prezzi «da».
La richiesta	L’elenco delle soluzioni offerte.

Il sito non ha un secondo listino da tenere allineato: **per segnare una vendita si cambia un numero,** e il resto segue.

IN NUMERI

UNITÀ

36

appartamenti cliccabili, ognuno con la sua planimetria e quella del lotto.

CHIAMATE DI DISEGNO

522

per fotogramma, dalle 1.590 di partenza.

MILLISECONDI

4,7

per disegnare un fotogramma, erano 13,8.

Three.js scritto da zero, nessuna libreria caricata da fuori: **il tour parte su richiesta e funziona anche senza rete.**

LE UNITÀ



LA SCHEDA

TRILOCALI · UNITÀ A04

16 trilocali in progetto

LIBERO · PRENOTATO

A02 Terra prenotato	A03 Terra prenotato	A04 Terra € 283.000	A06 Primo prenotato
A07 Primo prenotato	A08 Primo € 279.000	A10 Secondo prenotato	A11 Secondo prenotato
A12 Secondo € 284.000	A14 Terzo prenotato	A15 Terzo prenotato	A16 Terzo € 290.000
B04 Terra € 273.000	B08 Primo € 253.000	B12 Secondo prenotato	B16 Terzo prenotato

Planimetria | Posizione nel lotto



Trilocale A04 LIBERO

€ 283.000

Ampio trilocale con portico coperto di 41 mq e giardino privato di 153 mq. Zona giorno spaziosa e luminosa con accesso diretto all'esterno, due camere ben distribuite e ambienti ideali per chi desidera spazi aperti.

PALAZZINA A	PIANO Terra
SUPERFICIE 95 mq	CAMERE E BAGNI 2 camere · 2 bagni
SPAZIO ESTERNO Giardino 153 mq · portico 41 mq	

1 **Tutte le unità in una griglia**

Numero, piano, stato e prezzo: si salta da una all'altra senza cambiare pagina.

2 **La planimetria, con la rosa dei venti**

Stampata dentro le 36 tavole, con il nord in alto come in un progetto.

3 **Posizione nel lotto**

Una seconda tavola mostra dove sta l'appartamento nel complesso.

4 **Il prezzo e le misure**

Metri quadri, camere, bagni, giardino e portico, e il pulsante per chiedere di quella unità.

COM’È FATTO, E I BOX

LA TIPOLOGIA · PIANTA, DOTAZIONI, CAPITOLATO

ALTRE TIPOLOGIE | Bilocali | Quadrilocali | Attici | Tutte le tipologie



Com'è fatto un trilocale

I trilocali Park City sono progettati per offrire ambienti accoglienti e ben organizzati, perfetti per la vita quotidiana di coppie e famiglie. Zone giorno ampie e luminose, camere ben distribuite e terrazzi vivibili creano un equilibrio fra estetica e funzionalità, nel rispetto di standard energetici elevati.

- Due camere e doppio affaccio nella maggior parte delle unità
- Superfici da 82 a 95 m² a seconda della posizione
- Uno o due bagni secondo il taglio

Capitolato · Trilocali da 82 m² | PDF

Capitolato · Trilocali da 89 a 95 m² | PDF

Ogni capitolato copre le unità elencate in copertina: nella scheda di ogni appartamento trovi quello giusto.

Materiali, impianti e finiture

UGUALI PER TUTTE LE UNITÀ DEL COMPLESSO

Un capitolato per taglio: quattro PDF, ognuno con in copertina le unità che copre.

I BOX AUTO · SAGOME VERE

PLANIMETRIA · A04 — INGRANDISCI

I box auto

Diciotto box sotto ogni palazzina, serviti dalla rampa comune. Si acquistano a parte, insieme all’appartamento. Passa sopra un box — o toccalo — per vederne metratura e prezzo.

Palazzina A | Palazzina B

DISPONIBILE · PRENOTATO

Chiedi informazioni sui box



36 box, ognuno con la sua forma: la mappa mostra i posti liberi di ogni palazzina.

LE QUATTRO PORTE

APPARTAMENTI

Da dove vuoi partire?

OGNI TIPOLOGIA HA LA SUA PAGINA, CON CAPITOLATO E PLANIMETRIE



Bilocali

tutte prenotate

Bilocali moderni e funzionali con terrazzo o giardino, finiture di pregio e impianti a basso consumo.

58–59 MQ · 8 UNITÀ

VEDI I BILOCALI



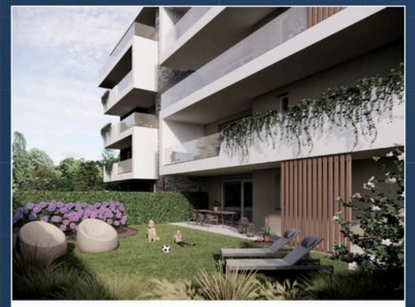
Trilocali

da € 253.000

Trilocali spaziosi e luminosi con giardino o terrazzo, anche con doppio affaccio, comfort elevato e tecnologia sostenibile.

82–95 MQ · 16 UNITÀ

VEDI I TRILOCALI



Quadrilocali

da € 304.000

Quadrilocali eleganti con ampi spazi, finiture di alto livello e design moderno, tutti nella palazzina B.

109–111 MQ · 8 UNITÀ

VEDI I QUADRILOCALI



Attici

da € 477.000

Attici esclusivi con terrazze panoramiche, finiture premium e massimo comfort abitativo.

145–156 MQ · 4 UNITÀ

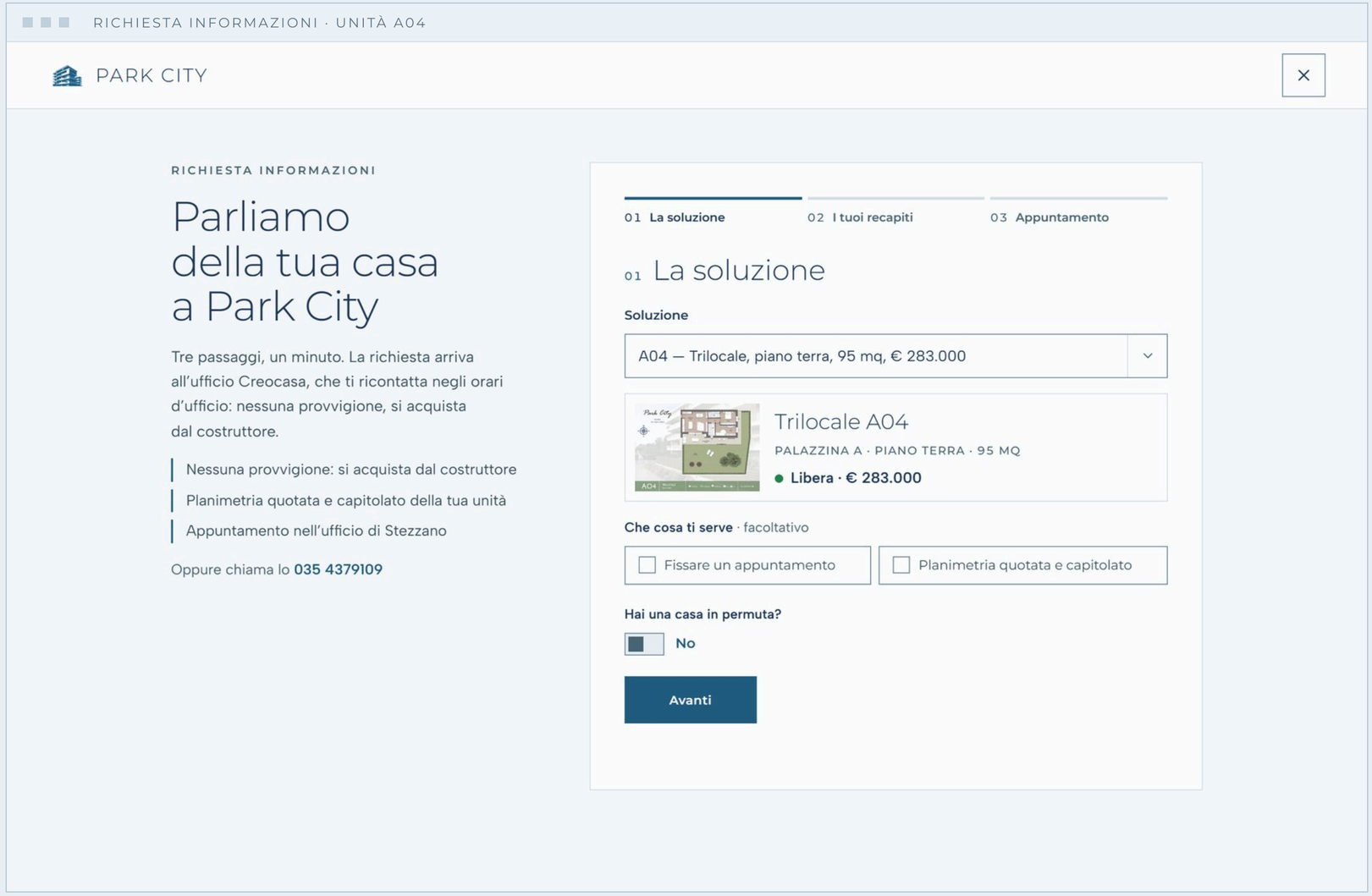
VEDI GLI ATTICI

BILOCALI, TRILOCALI, QUADRILOCALI, ATTICI: OGNI PORTA APRE UNA PAGINA VERA

LA RICHIESTA



DAL 3D AL MODULO



1 **La soluzione è già scelta**

Dal 3D e dalle schede il pulsante apre la richiesta con l'unità precompilata.

2 **Tre passaggi, un minuto**

La soluzione, i recapiti, l'appuntamento: una domanda per volta, e «indietro» non perde i dati.

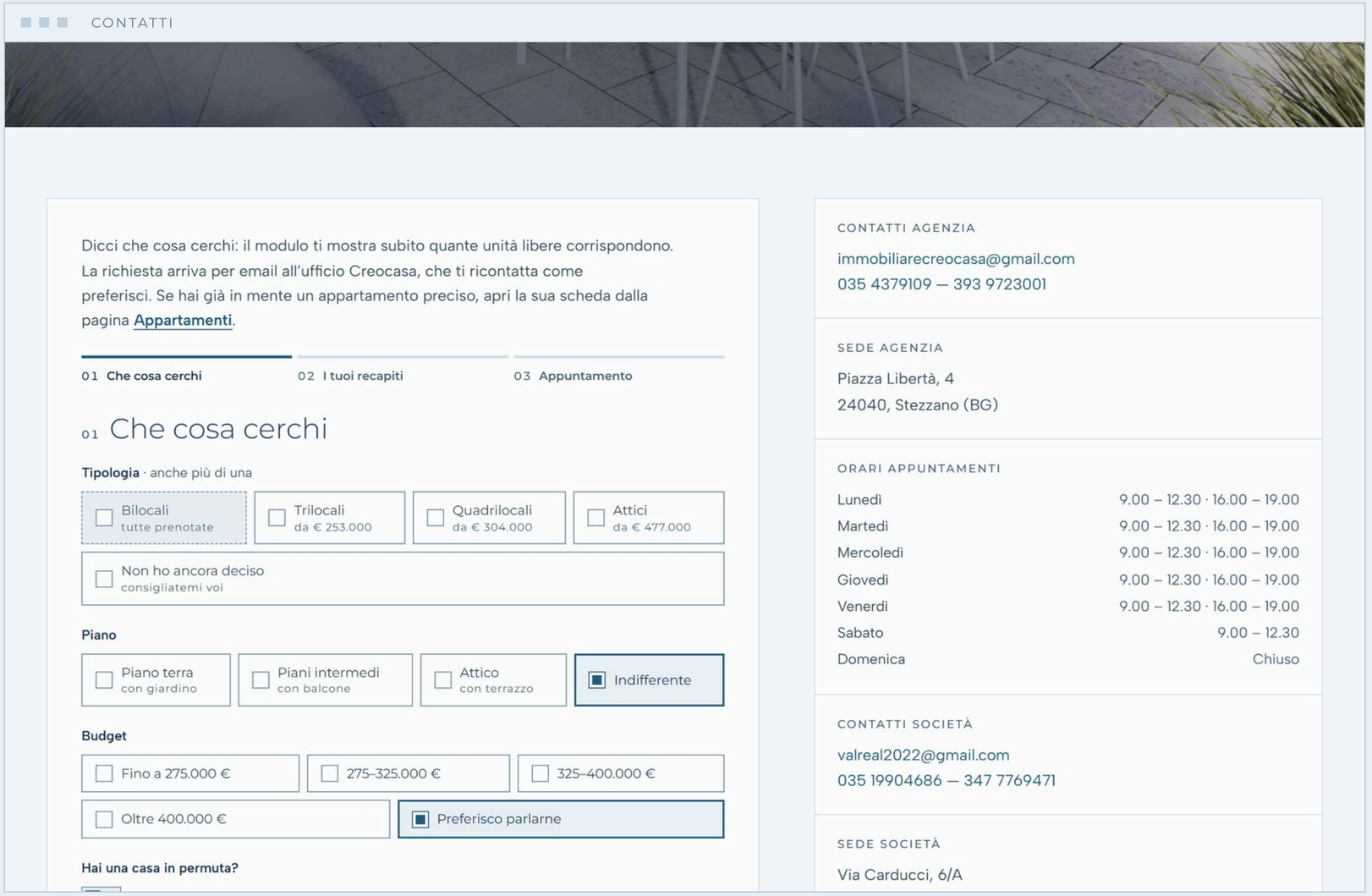
3 **Permuta, sì o no**

Un interruttore invece di un campo libero; niente domande che il venditore non userebbe.

4 **Chiama chi vende**

Il messaggio arriva a Immobiliare Creocasa, che richiama negli orari scelti.

LA PAGINA CONTATTI



1 **Che cosa cerchi**

Tipologia, piano, budget: il modulo mostra subito quante unità libere corrispondono.

2 **Il recapito che serve**

Obbligatorio solo quello del canale scelto: telefono, WhatsApp o email.

3 **Orari di chiamata**

Il visitatore indica la fascia, il venditore sa quando chiamare.

4 **Protetto**

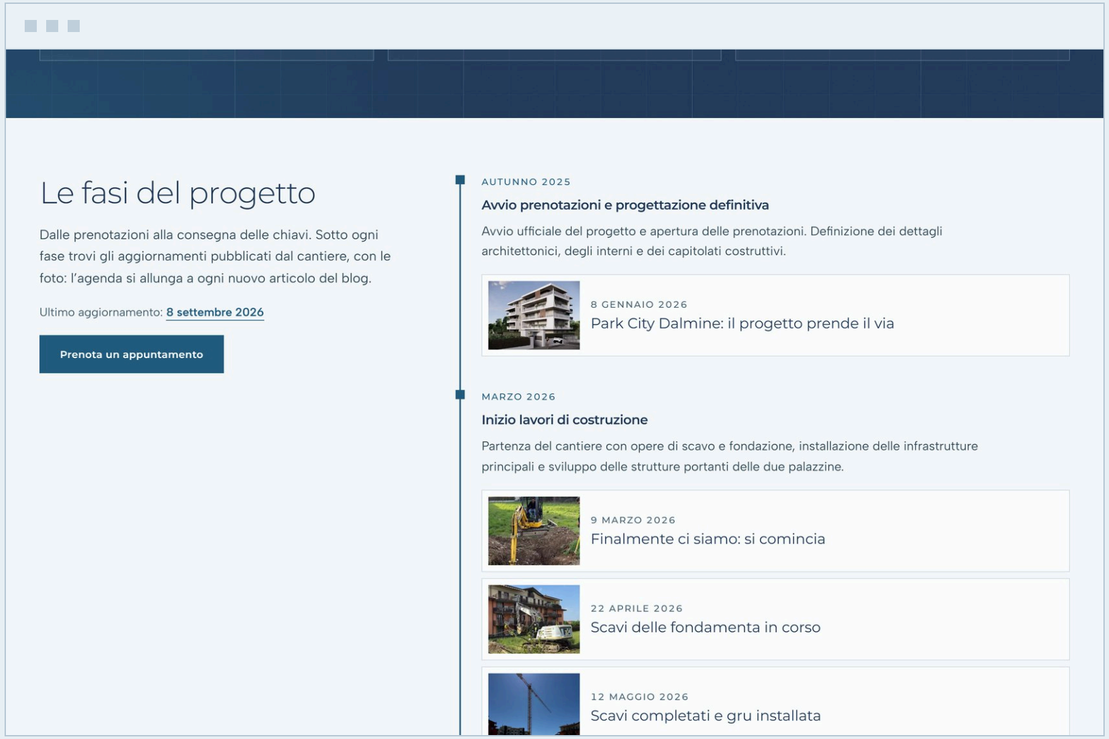
Un campo-trappola per i robot e un limite di richieste dallo stesso indirizzo: il modulo non si riempie di spam.

IL CANTIERE



IL DIARIO E L’AGENDA

IL PROGETTO · L’AGENDA DELLE FASI



«Siamo qui» segue l’ultimo articolo: sotto ogni fase, gli aggiornamenti di quella fase.

IL BLOG DEL CANTIERE

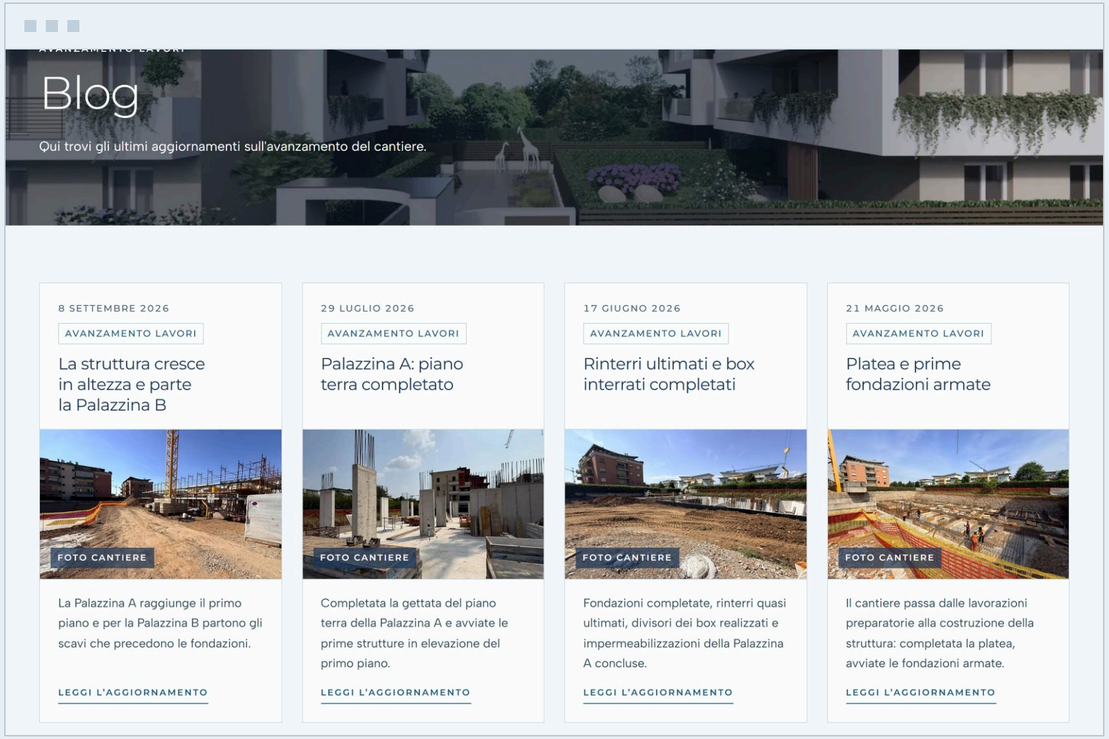


Foto di cantiere con la data, la categoria e un estratto, in ordine dal più recente.

SI AGGIORNA DA SOLO

01

Scrivi nel pannello

Un’area riservata per titolo, testo e fase del cantiere.

02

Carichi le foto

Le immagini vanno in un archivio proprio, nelle misure giuste per ogni schermo.

03

Pubblichi

L’articolo compare subito in blog e in home, senza ripubblicare il sito.

04

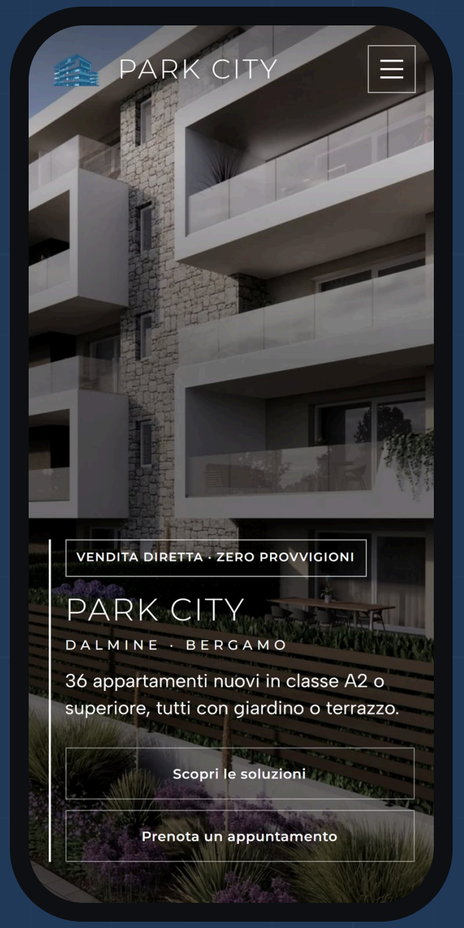
L’agenda si sposta

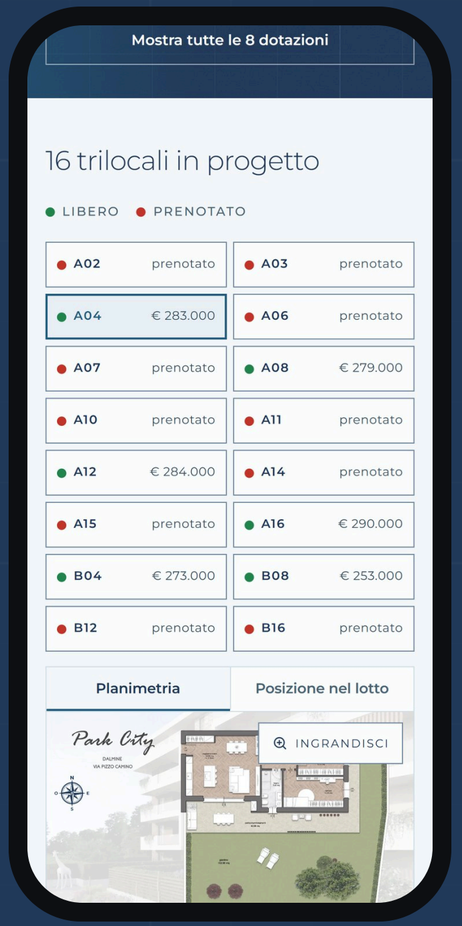
«Siamo qui» passa sulla fase scelta, con il quadratino che lampeggia.

Non serve uno sviluppatore per ogni foto: **il cantiere racconta se stesso,** e il sito resta vivo da solo.

IL TELEFONO









LA HOME · LE UNITÀ · LA RICHIESTA, SUL TELEFONO

88

controlli: 22 pagine a 375, 768, 1024 e 1440 px

288

prove sulle unità: pianta, lente quotata, lotto, su computer e telefono

70

link interni, tutti verificati

0

errori JavaScript, risorse rotte o sbordi orizzontali

Ogni pagina provata a quattro larghezze, ogni unità provata dalla lista fino alla planimetria: il sito arriva al dominio vero già controllato.

PLAYWRIGHT · AXE · LIGHTHOUSE · 9 OTTOBRE 2026

IL REDESIGN IN NUMERI

VELOCITÀ · TELEFONO

97

Lighthouse dopo il redesign; la prima versione su Wix, nelle stesse condizioni, 48.

CONTENUTO PRINCIPALE (LCP)

2,2 s

sul telefono, da 13,2 s della prima versione. Da computer: 98 contro 93.

ACCESSIBILITÀ

100

da 92 su telefono e da 89 su computer. Buone pratiche a 100 su entrambi.

Mediana di tre prove Lighthouse, 9 ottobre 2026, stesse impostazioni prima e dopo: **il «veloce» non è un’opinione.**

97

velocità su telefono (Lighthouse), 48 con la prima versione

100

accessibilità (Lighthouse), da 92 della prima versione

60%

dei contatti per Park City arrivava già dal primo sito

Un logo, un sito e un redesign già previsto: il progetto accompagnato dalla carta ai mesi in cui le case si vendono.

VAL COMPANY S.R.L. · PARK CITY DALMINE

MEDIALAB
A | F

Grazie

Alessandro Finco · A|F MediaLab
afmedialab.it · 333 137 3735