



Ministero per i Beni e le Attività Culturali
DIREZIONE REGIONALE PER I BENI CULTURALI E PAESAGGISTICI DELLA CAMPANIA

MBAC-DR-CAM
DIRCAM
0008660 27/06/2013
Cl. 28.16.00/6

Alla SCABEC
Via S.Lucia 81- 80132 Napoli
Fax 081/5628569

E.pc.
Alla Regione Campania
Coordinatore Area 13
c.a. Dott.ssa Ilva Pizzorno
Fax 081/7968511

SCABEC S.p.A.
Prot. n. 736
del 27.06.2013
IN ENTRATA

Oggetto : Gestione Sistema Artecard Plus – Parere ex c.1 art. 4 dell'accordo di Programma Quadro

Con riferimento al programma di gestione, commercializzazione e promozione del sistema Campania > Artcard Plus per il periodo Aprile – Dicembre 2013, predisposto da codesta società trasmesso alla scrivente in allegato alla nota prot. 601/DG del 11.06.2013, per l'acquisizione del parere di cui all'oggetto, la scrivente esprime, per quanto di competenza, parere positivo.

Il Direttore Regionale
Gregorio Angelini

EN/1



Via Eldorado, 1-Castel dell'Ovo
80132 - NAPOLI
tel. 081.2484111 - fax 081.7648305
e-mail: dr-cam@beniculturali.it



CAMPANIA>ARTECARD
Aprile – Dicembre 2013

Indice

1.	Campania>Artecard - progetto della gestione ordinaria Aprile-Dicembre 2013.....	3
2.	L'offerta Campania> Artecard.....	4
	2.1. Analisi dell'offerta attuale.....	4
	2.2. L'offerta sperimentale	4
	2.3. I servizi per la gestione ordinaria Campania>Artecard	6
	2.3.1. Il sistema di biglietteria e la gestione amministrativa.....	6
	2.3.2. Il sistema informatico.....	7
	2.3.3. Il servizio di Accoglienza ed Informazione sul Territorio.....	8
	2.3.4. Il servizio di Prenotazione ed Informazione telefonica.....	8
	2.4. Le azioni di Promozione.....	9
	2.5. Le azioni di Comunicazione.....	9
3.	Costi.....	10
4.	Tempi	11

1. Campania>Artecard - progetto della gestione ordinaria Aprile-Dicembre 2013

Campania>Artecard è il sistema integrato musei-trasporti ideato nel 2002 dalla Regione Campania e coordinato da Scabec - Società Campana per i beni Culturali, con l'obiettivo di potenziare la fruizione del patrimonio culturale della Campania attraverso uno strumento, la card, che offre servizi integrati e favorisce una più agevole e conveniente visita del territorio da parte del turista culturale.

La gestione del prodotto Campania>Artecard è realizzata sulla base di quanto previsto dal Protocollo di Intesa sottoscritto tra la Direzione Regionale, la Regione Campania, il Consorzio UnicoCampania e la Scabec in qualità, quest'ultima, di soggetto attuatore; l'intesa è finalizzata a migliorare la qualità dell'offerta culturale del territorio regionale, nonché incentivarne la fruizione mediante attività di promozione di itinerari e circuiti culturali.

Attualmente l'offerta Campania>Artecard si concretizza in 3 versioni preconfezionate, in *myartecard* che è un'offerta flessibile che si adatta alle esigenze del singolo fruitore, nonché in un'offerta valida 365 giorni all'anno, una sorta di "abbonamento" al patrimonio culturale. In definitiva, oggi la card mette in rete 50 siti culturali con il sistema dei trasporti pubblici regionali ed offre numerosi vantaggi, quali sconti presso le librerie museali e presso alcuni siti culturali convenzionati, accesso ai musei del circuito attraverso varchi dedicati, visite didattiche dedicate; rappresenta, così, uno strumento flessibile che può rispondere maggiormente alle esigenze di visita del turista culturale.

Tecnologicamente Campania>Artecard è uno strumento flessibile che può accogliere anche progetti di valorizzazione territoriale stagionali e ampliati rispetto alla sola fruizione del patrimonio culturale, con eventi ed attività che completino l'offerta al pubblico.

Con riferimento al periodo Aprile-Dicembre 2013, il progetto Campania>Artecard - oltre alla gestione ordinaria del prodotto - si pone anche obiettivi tesi a promuovere alcuni territori della regione mediante azioni di valorizzazione coerenti con l'offerta Campania>Artecard regionale, prediligendo territori fino ad oggi non ancora interessati da azioni di valorizzazione ad opera del sistema Artecard.

2. L'offerta Campania>Artecard

2.1. Analisi dell'offerta attuale

Nel corso del 2012 e dei primi mesi del 2013 l'offerta Campania>Artecard è stata completamente riprogettata per rispondere meglio alle caratteristiche di una mutata domanda di fruizione del patrimonio culturale. Con l'occasione sono stati riprogettati tutti i materiali di promozione che risultano ora più allineati alle esigenze del pubblico di riferimento. Contestualmente si è lavorato ad un ampliamento del circuito, annettendo alla rete artecard nuovi siti culturali di interesse ed arricchendo così l'offerta.

Con riferimento all'offerta turistica, si è proceduto ad una strutturazione diversificata che si articola in tre tipologie:

1. **Offerta base:** 3 principali itinerari turistico culturali preconfezionati
2. **Offerta avanzata:** itinerari tematici o geografici proposti in particolari periodi dell'anno e/o legati ad iniziative culturali
3. **Offerta myartecard:** creazione da parte dell'utente del proprio pacchetto in base alle proprie esigenze

L'**Offerta base** è articolata su 3 itinerari "preconfezionati" scelti sulla base dei dati di fruizione registrati dal sistema Campania>Artecard, ossia:

- A. **Napoli** - 3 giorni, con la versione giovani
- B. **Tutta la Regione** - 3 giorni, con la versione giovani
- C. **Tutta la Regione** - 7 giorni, con la versione giovani

L'**Offerta avanzata** si compone di itinerari tematici preconfezionati legati alla stagionalità o alle iniziative culturali, proposti agli utenti come suggerimento al percorso di visita.

L'**Offerta myartecard** consente al visitatore di costruire il proprio itinerario personalizzato, secondo criteri di territorialità, di tematismo, di tempo, a partire dall'intero circuito Campania>Artecard. La costruzione dell'itinerario può avvenire mediante il sito web o il servizio informativo telefonico o presso gli *infopoint* Campania Artecard abilitati.

2.2. L'offerta sperimentale

Com'è noto il sistema Campania>Artecard vuole essere promotore, attraverso azioni sperimentali e modelli innovativi di valorizzazione del territorio e mediante servizi diversificati di visita, della conoscenza dell'intero territorio campano per contribuire sostanzialmente all'attrattività turistica della Campania. A seguito di una specifica richiesta pervenuta da parte della Regione Campania, Campania>Artecard propone di realizzare "Scenes from Herculaneum - The Night Event", un'iniziativa serale che si pone

il duplice obiettivo di valorizzare l'area archeologica di Ercolano e per essa tutto il territorio e di incentivare la valorizzazione del territorio della Costa del Vesuvio incrementando la permanenza turistica. Il progetto verrà realizzato secondo la proposta che si riporta in allegato 1, in stretta collaborazione con il Consorzio Costa del Vesuvio il cui contributo resta indispensabile per la promozione dell'iniziativa. Il progetto di valorizzazione dell'Area archeologica di Ercolano potrà essere promosso a Londra, in occasione della mostra "*Life and Death in Pompeii and Herculaneum*" in corso presso il British Museum, nell'ambito della sinergia che si realizzerà con il Consorzio Costa del Vesuvio. Si ipotizza di realizzare il progetto di valorizzazione dell'area archeologica di Ercolano nel periodo Agosto-Ottobre 2013, compatibilmente alle procedure tecnico-amministrative richieste dalla realizzazione dello stesso.

Tra le azioni sperimentali, Campania>Artecard propone di realizzare un'iniziativa di valorizzazione turistico culturale nell'area di caserta, per migliorare la fruizione integrata dei siti che afferiscono al circuito Campania>Artecard e che ricadono in quell'area. L'iniziativa, tutta da verificare e progettare, potrà costruirsi attraverso itinerari che esaltino le ricchezze tipiche di ciascuna zona e che ricomprendano visite a siti culturali, castelli o borghi.

L'ultima proposta riguarda un'azione sperimentale volta a migliorare il collegamento tra alcuni siti museali della città di Napoli attraverso un sistema di *car sharing*, un'innovativa modalità di trasporto individuale da offrire ai turisti che vogliano fruire del patrimonio artistico della città di Napoli attraverso Campania>Artecard. Annettendo i siti museali che vorremmo collegare alla rete del *car sharing* gestita da BEE, azienda leader del settore e partner dell'iniziativa, offriremo ai turisti la possibilità di prendere una vettura elettrica in stazione, o all'aeroporto, o in prossimità dei principali alberghi cittadini, e con questa raggiungere uno dei musei della rete, che, per la fase sperimentale, proponiamo essere:

1. Palazzo Reale di Napoli
2. Museo Archeologico Nazionale
3. Museo di Capodimonte
4. Catacombe di San Gennaro
5. Castel S. Elmo

Per la realizzazione della presente proposta, che non comporterà spese aggiuntive alla gestione del progetto Campania>Artecard, è necessario che i siti museali coinvolti consentano la realizzazione di uno stallo di sosta e relativa colonnina per la ricarica elettrica della vettura, nelle aree adiacenti l'ingresso del pubblico.

2.3. I servizi per la gestione ordinaria Campania>Artecard

Il funzionamento del sistema Campania>Artecard si basa sulla realizzazione di un insieme di servizi e di attività, svolte in continuità, che garantiscono il corretto funzionamento dell'integrazione tariffaria, dell'accesso ai siti del circuito, delle azioni di informazione, promozione e comunicazione che risultano parte integrante e fondamentale dell'intera offerta. Si descrivono di seguito i servizi che vengono garantiti nell'ambito dell'ordinaria gestione del sistema Campania>Artecard e che vengono di volta in volta incrementati in funzione dei progetti di valorizzazione di cui al precedente paragrafo 2.2.

2.3.1. Il sistema di biglietteria e la gestione amministrativa

Il sistema di biglietteria Campania>Artecard prevede l'attività di produzione delle card, di confezionamento dei kit di vendita, di gestione della rete di vendita - composta dall'infopoint Campania>Artecard della stazione centrale di Napoli, da 50 siti del circuito, oltre 24 siti della rete della scontistica, oltre 60 esercizi commerciali convenzionati.

Tutti i soggetti coinvolti nella rete di vendita delle card versano periodicamente alla Scabec gli introiti derivanti dalla vendita delle card; la Scabec, di conseguenza, ripartisce l'incasso direttamente ai soggetti cui spettano gli introiti derivanti dalla vendita dei servizi ricompresi in Campania>Artecard, fungendo da tesoriere per il cosiddetto Fondo di Compensazione gestito dalla Direzione Regionale. Infine la Scabec provvede ad avere costantemente aggiornate le statistiche di vendita e di fruizione del sistema Campania>Artecard.

Il servizio di biglietteria e distribuzione prevede, nello specifico, l'espletamento delle seguenti attività:

- Stampa delle diverse tipologie di biglietto con sistema *barcode* contenente tutte le informazioni per l'accesso al circuito Campania>Artecard. Si prevede la stampa di circa 50.000 biglietti.
- Allestimento del kit Campania>Artecard: all'interno di un folder sono contenute il biglietto/card, una guida informativa dei siti del circuito, un depliant circa le modalità di utilizzo della card, una mappa che localizza i siti del circuito, correlati alla relativa descrizione nella guida.
- Servizio di assistenza, manutenzione e supervisione tecnica di tutti gli strumenti utili alla caricabilità degli itinerari (oltre 50 punti vendita intelligenti) e al controllo accessi presso i siti del circuito Campania>Artecard e servizio di manutenzione ordinaria e straordinaria dell'architettura infrastrutturale dei server che gestiscono il circuito Campania>Artecard. Il servizio di manutenzione prevede l'aggiornamento della struttura hardware, costituita da pc, monitor e scanner barcode, per circa 20 postazioni all'anno.

- Gestione e distribuzione delle card presso i punti vendita del circuito Campania>Artecard (musei, siti archeologici, infopoint) e presso tutta la rete distributiva Artecard per un totale circa di 134 punti.
- Assistenza amministrativa per la rendicontazione e ripartizione degli introiti da biglietteria.
- Archiviazione dei dati di distribuzione e fruizione.

Il sistema di biglietteria Campania>Artecard viene garantito attraverso un servizio che prevede mansioni sia tecnico-informatiche che amministrative, con l'impiego di personale altamente qualificato.

Inoltre, il sistema di biglietteria prevede la necessità di avvalersi di attività complementari al servizio quali: produzione materiali per il kit di vendita, approvvigionamenti hardware e software in casi di implementazione di nuovi siti del circuito e/o di necessaria sostituzione degli apparati a causa di guasti.

2.3.2. Il sistema informatico

Il sistema Campania>Artecard è gestito, sotto il profilo informatico, mediante un'infrastruttura hardware per la gestione dei controlli accessi nei musei e quella per la distribuzione e la prevendita. La rete informatica è composta da un database centrale (Centro Servizi) e dei *client* situati presso i siti del circuito, che, all'atto della lettura, "interrogano" il database centrale per verificare i diritti della card. In tempo reale si ha una risposta dal server che consente al *client* di verificare se la card è abilitata all'ingresso e consentirne quindi l'accesso, comunicando al database centrale che la card è stata utilizzata per l'accesso. Tutte le informazioni sono ovviamente registrate e fruibili attraverso reports personalizzati (per data, per tessera, per sito, per gestore etc.). L'unicità del codice delle card insieme all'interrogazione in real-time del database centrale garantiscono l'estrema sicurezza del sistema globale.

Sono previsti inoltre processi *batch* per garantire la funzionalità del sistema in caso di off line (down della rete internet).

Il servizio di assistenza informatica prevede l'implementazione del software che risponda all'offerta descritta al precedente paragrafo 2.1, secondo la quale il turista può costruire il proprio itinerario personalizzato, secondo criteri di territorialità, di tematismo, di tempo, a partire dall'intero circuito Campania>Artecard. La costruzione dell'itinerario potrà avvenire mediante il sito web o il servizio informativo telefonico o presso gli *infopoint* Campania Artecard abilitati.

Il servizio di assistenza e manutenzione per il sistema tecnologico di gestione della card è organizzato in base a due tipologie di interventi:

- assistenza da remoto con la possibilità di intervenire in modalità online per la risoluzione di problemi legati al software;

- assistenza in loco in caso di disfunzioni del sistema e sostituzione di apparati hardware non funzionanti o danneggiati.

L'assistenza straordinaria dell'hardware e del software sarà assicurata puntualmente, a seguito di una comunicazione da parte dei gestori delle biglietterie.

2.3.3. Il servizio di Accoglienza ed Informazione sul Territorio

Il servizio di accoglienza ed informazione sul territorio viene garantito presso i principali punti di accesso alla rete Campania>Artecard e, in via prioritaria, presso l'infopoint Campania>Artecard della stazione Centrale di Napoli, gestito in sinergia con l'Ente Provinciale del Turismo di Napoli in uno spazio condiviso della rinnovata sistemazione della stazione.

In particolare, il servizio di accoglienza ed informazione ha le seguenti caratteristiche:

- Viene svolto con l'impiego di risorse umane con buona competenza linguistica grazie all'ottima conoscenza di 2 o più lingue.
- Il personale si occupa di accogliere con professionalità e cortesia i turisti, fornendo loro informazioni relative all'offerta culturale in Campania, con particolare riferimento a Campania>Artecard.
- Gli operatori si occupano della promozione e della vendita del prodotto nonché della distribuzione di materiali informativi e promozionali dedicati.
- Gli operatori conoscono perfettamente tutte le procedure di Front Office inerenti l'organizzazione e la gestione dei servizi di accoglienza.

Nello specifico, l'infopoint della stazione Centrale di Napoli è dotato di una postazione utile alla vendita di Campania Artecard. La postazione prevede:

- Personal computer;
- Sistema operativo Windows;
- Collegamento ad internet tramite dispositivo GSM per mezzo di connect usb;
- Lettore di codice a barre portatile (pistola scanner).

Gli operatori utilizzano un software personalizzato per effettuare le procedure di vendita, caricabilità e consultazione dei codici di prenotazione di vendite effettuate attraverso il call center e sito web.

2.3.4. Il servizio di Prenotazione ed Informazione telefonica

Il servizio di informazioni e prenotazioni Campania>Artecard (numero verde 800 600 601), qualificato e dinamico, è attivo dal lunedì al venerdì dalle ore 9,00 alle ore 18,00, il sabato dalle ore 9.00 alle ore 14.00, la domenica ed i giorni festivi solo attraverso informazioni automatizzate. Il sistema telefonico prevede un servizio di prima accoglienza (in italiano e in inglese, attivo 24 ore su 24) con messaggi di benvenuto in automatico e informazioni automatizzate fruibili attraverso la tastiera telefonica. Le informazioni automatizzate sono registrate e organizzate in una struttura ad albero con approfondimenti successivi.

Gli operatori impegnati per il servizio svolgono le seguenti attività:

- erogazione di informazioni dettagliate sull'offerta Campania>Artecard (orari, costi, percorsi di visita, trasporti, punti vendita ecc.) e su eventi e servizi correlati;
- prenotazione di Campania>Artecard;
- assistenza e informazioni agli operatori del settore e agli enti turistici locali (informazioni sull'offerta Campania>Artecard, modalità di acquisto, richiesta materiale informativo e promozionale ecc.);

Gli operatori del servizio Campania>Artecard hanno una competenza specifica nel settore del turismo e dei beni culturali della Campania, maturata non solo attraverso la formazione ma anche attraverso l'esperienza diretta. Gli operatori possiedono inoltre una competenza linguistica grazie all'ottima conoscenza di una o più lingue straniere.

Per gli operatori del servizio informazioni e prenotazioni sono previsti aggiornamenti periodici sui percorsi di visita (variazione orari, attivazione nuovi percorsi etc...), sugli itinerari e sui servizi.

Il call center Campania>Artecard si avvale delle più avanzate tecnologie esistenti oggi sul mercato delle telecomunicazioni e permette la gestione informatizzata della coda, l'instradamento delle chiamate in modo da ripartire il carico degli operatori, la registrazione di fonie automatizzate, la produzione di statistiche per il controllo dell'operatività dell'addetto e per il monitoraggio del servizio (tempi di attesa, telefonate dissuase/evase, ascolto di fonie, durata media della chiamata, ecc.).

Tutte le postazioni sono dotate di software utili all'erogazione di informazioni(db info call center), alla caricabilità degli itinerari Campania>Artecard.

Gli strumenti utilizzati sono:

- un sistema di prenotazione Omnisale di Omniticket Network.
- un sistema telefonico (Xcally) che consente la gestione informatizzata della coda, l'instradamento delle chiamate e la produzione di statistiche utili al monitoraggio del servizio.

2.4. Le azioni di promozione

In continuità con quanto realizzato negli anni precedenti, la Scabec realizzerà un piano di promozione finalizzato alla più ampia diffusione della conoscenza del prodotto Campania>Artecard, da sviluppare in fase di progettazione esecutiva. La promozione ricomprenderà l'azione da realizzare al British Museum di Londra per la valorizzazione dell'area archeologica di Ercolano. Qualora richiesto dal piano esecutivo, si realizzeranno materiali promozionali ad hoc; si provvederà, inoltre, alla redazione di newsletter periodiche ed all'invio delle stesse alla mailing list di riferimento (circa 4000 contatti, nonché a mailing list specifiche per gli itinerari sperimentali e/o di nuova realizzazione). La promozione mirerà anzitutto ai luoghi di grande transito turistico (stazioni, aeroporti, porti turistici, strutture ricettive, IAT) con infopoint dedicati sul territorio e azioni di

distribuzione; tramite web verranno raggiunti gli operatori del settore e, tramite azioni web 2.0 si mirerà a far conoscere il prodotto al consumer.

Appositi accordi di co-marketing verranno studiati con soggetti portatori di interessi afferenti a business compatibili (auspicabilmente anche con altri vettori e società gerenti prodotti turistici analoghi sia in Italia che all'estero).

Al fine di supportare la commercializzazione, occorrerà partecipare alle fiere specializzate (es. BMT, TTI, WTM, ...)

Ed ancora, specie in occasione delle fiere, andrà effettuata attività di gadgeting, che ottiene sempre alto riscontro in termini di gradimento.

2.5. Le azioni di comunicazione

In continuità con quanto realizzato negli anni precedenti, la Scabec realizzerà un piano di comunicazione, concentrando le azioni di comunicazione sugli itinerari sperimentali che si andranno a realizzare.

Anche la comunicazione mirerà anzitutto ai luoghi di grande transito turistico (stazioni, aeroporti, porti turistici, strutture ricettive, IAT), con l'obiettivo di intercettare i turisti in arrivo a Napoli e in Campania, focalizzando due momenti topici nella strutturazione del viaggio:

- la fase di organizzazione/acquisto
- l'arrivo.

Obiettivi specifici saranno:

a) obiettivi di branding

1. rafforzare visibilità e conoscenza del brand Campania>Artecard
2. consolidare il posizionamento del brand declinando l'immagine ed i valori collegati al turismo in Campania
3. promuovere l'azione di valorizzazione dell'Area Archeologica di Ercolano e del casertano

b) obiettivi di direct response: ottenere visite al sito www.campaniartecard.it (e/o al portale in-campania.com), funzionali all'approfondimento dell'offerta

3. Costi

Il costo per la realizzazione di attività relative alla gestione ordinaria Campania>Artecard, con riferimento alle specifiche attività indicate nel paragrafo 1 e 2 della presente proposta, è pari a 1.000.000,00 euro lordi, come di seguito specificato in ALLEGATO 2.

Per i servizi ad affidarsi all' RTI risultato aggiudicatario della gara per l'affidamento della gestione dei servizi finalizzati al miglioramento della fruizione pubblica e della

valorizzazione del patrimonio artistico della Regione Campania e dei correlati interventi di manutenzione, pubblicata sul BURC n°3 bis del 17/01/05, i costi sono stati stimati sulla base delle tariffe orarie dei servizi offerti dall'RTL in fase di gara. Per le forniture dei servizi e dei materiali a reperirsi sul mercato, ivi incluse le attività complementari, i costi sono stati calcolati sulla base di indagini di mercato e risultano pertanto congrui; salvo eventuali condizioni economiche migliorative che verranno adottate in corso di attuazione.

4. Tempi

Il progetto di gestione ordinaria Campania>Artacard è riferito al periodo Aprile - Dicembre 2013.

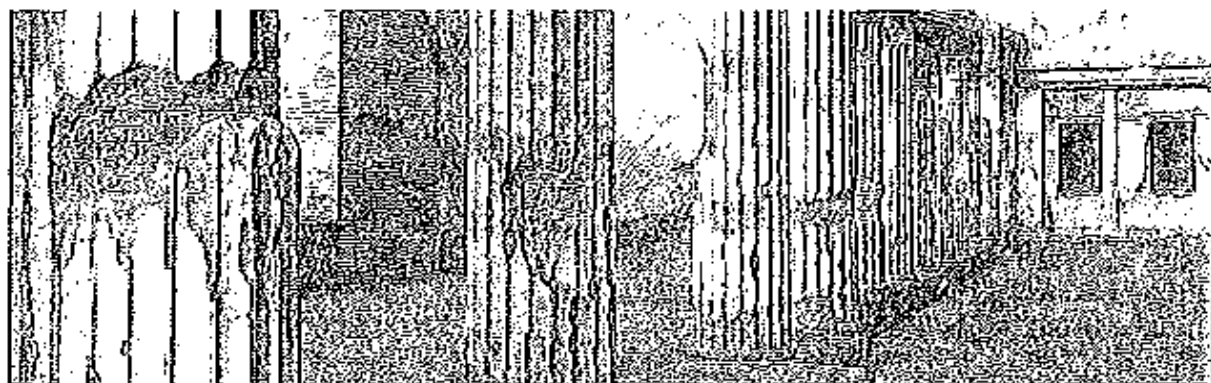
Nello specifico, il crono programma delle attività previste per la realizzazione della presente proposta è riportato in ALLEGATO 3.



COSTA DEL VESUVIO

SCENES FROM HERCULANEUM

THE NIGHT EVENT



L'apertura straordinaria per la visita notturna agli Scavi archeologici di Ercolano costituisce un'offerta culturale pilota da proporre al pubblico nazionale ed internazionale: non ci saranno quinte e fondali di cartapesta, ma uno scenario che conta 2000 anni di storia, animato da giochi di luci e suoni, dalla presenza di una serie di video installazioni che coinvolgeranno i visitatori lungo un percorso esterno alla città antica, fino a giungere verso l'angiporto, ultima via di scampo per sfuggire alla violenza dello Sterminator Vesevo. Voci narranti racconteranno usi e costumi, l'orrore e la tragedia; saranno descritti monumenti e luoghi suggestivi, avventure di donne e uomini scolpite nel tempo. Ma il momento culminante sarà rappresentato dalla visita – esclusiva ed eccezionale per i partecipanti alle visite notturne – della "Barca di Ercolano", uno dei reperti simbolo dell'antica città, poco conosciuto dal grande pubblico essendo ritornato alla luce soltanto di recente.

Attraverso la realizzazione di questo Progetto, si intende catalizzare l'attenzione sulle enormi potenzialità attrattive del territorio vesuviano, riattivando flussi turistici che ne valorizzino le capacità ricettive in un'ottica di sostenibilità ambientale, economica e socio-culturale. In particolare, attraverso questa iniziativa si pongono i seguenti obiettivi:

- sviluppare un'offerta turistica di qualità che valorizzi le risorse culturali, naturali, economiche e del patrimonio architettonico vesuviano
- valorizzare l'attrattività del territorio vesuviano, attraverso l'organizzazione di eventi e manifestazioni legati alla storia e alle tradizioni locali;
- assicurare uno sviluppo equilibrato del turismo, attraverso la destagionalizzazione, la diversificazione e la permanenza dei turisti nel territorio;
- promuovere la cultura dell'ospitalità e sostenere le piccole imprese operanti sul territorio a qualsiasi livello e in qualsiasi settore: dai servizi turistico-alberghieri all'artigianato, dai servizi culturali al commercio, giusto per citarne alcuni.

SCHEDA TECNICA DEL PROGETTO "SCENES FROM HERCULANEUM, THE NIGHT EVENT"

Premessa

La città antica di Herculaneum, riconosciuta dall'Unesco come un "World Heritage Site", apre una finestra sul passato grazie allo straordinario livello di conservazione dei resti della città romana, che conserva alcune peculiarità relative alla conservazione degli edifici: la visita agli Scavi di Ercolano rappresenta un'opportunità unica per toccare con mano l'assetto urbanistico di una città ultramillenaria, cristallizzata in un momento tipico della propria vita, sepolta da un imponderabile evento, tanto terrificante e prepotente da celare per lunghi secoli la memoria di quei luoghi.

La riscoperta settecentesca di questa città ha definito un modello culturale che ha influito sull'evoluzione del gusto del mondo occidentale e ha determinato un flusso costante di visitatori che, ininterrottamente da due secoli, si lasciano ancora affascinare dalla magia storica di questi luoghi.

Le esigenze di tutela di tale patrimonio devono necessariamente conciliarsi con l'esigenza - anch'essa determinante per la relativa conservazione - di aprire quanto più possibile questi luoghi alla visita, favorendone la fruizione attraverso iniziative che scoprano nuovi percorsi di conoscenza, da un lato, e che aumentino le capacità di accoglienza ed i relativi flussi economici necessari alla conservazione e tutela non solo degli Scavi ma dell'intero territorio circostante, dall'altro.

Gli Scavi di Ercolano rappresentano, infatti, il fiore all'occhiello di un territorio che può e deve essere in grado di offrire al mondo intero oltre che questo patrimonio anche tutti i servizi necessari ad un moderno modello di sviluppo turistico.

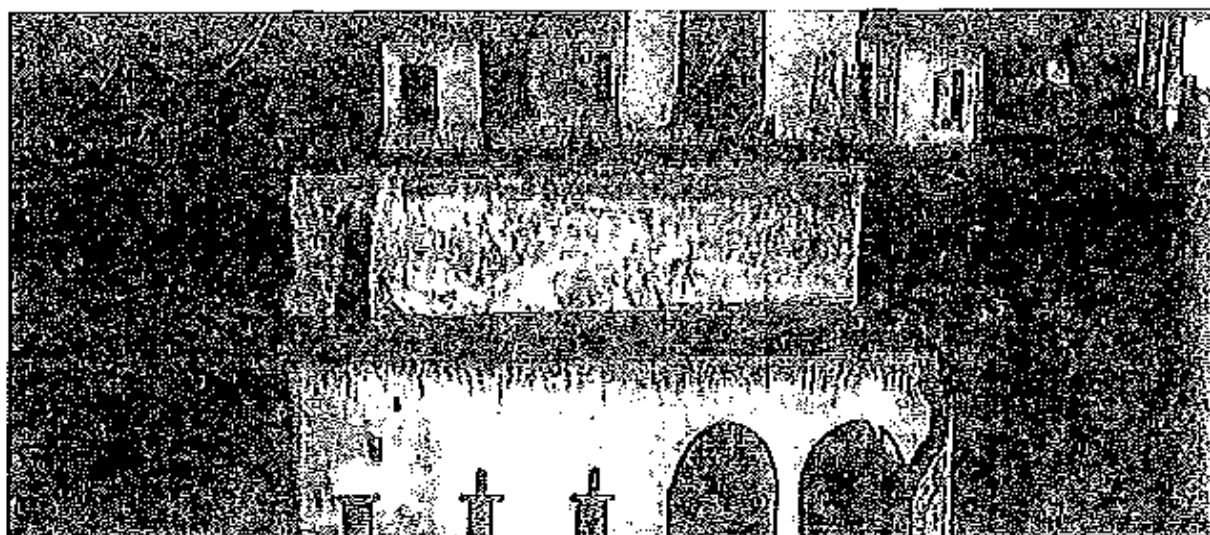
Secondo tali premesse, si aspira ad ampliare le attività culturali già esistenti nel territorio, per promuovere ed attirare una presenza turistica qualificata di livello nazionale ed internazionale, inserendosi dove è opportuno nell'alveo di iniziative già esistenti, potenziandole e migliorandole con nuove risorse e nuova energia. L'obiettivo non è quindi quello di promuovere il turismo di massa, ma tendere ad una valorizzazione di iniziative di alto livello, come quella dell'apertura notturna degli Scavi, tale che possa divenire un volano per migliorare la percezione e la reputazione dell'intero territorio.

L'idea

Numerose azioni di sviluppo territoriale prendono spunto dalla recente considerazione della possibilità di valorizzazione economica dei beni culturali, non più solo beni da conservare ma beni da proporre ad un pubblico sempre più ampio, da soddisfare attraverso operazioni di innalzamento della qualità urbana e della considerazione, anche in chiave di marketing, della molteplicità degli interessi del mercato turistico.

In questo contesto si intende realizzare un evento che racconti e descriva come era fatta la città, come si muoveva e si articolava, cosa facevano le persone che ci vivevano, cosa mangiavano, che musica ascoltavano; si intende restituire all'occhio ed all'orecchio la familiarità di un sottofondo che richiami ad una antica, ricca e vivace città di duemila anni fa; si ambisce a trasferire l'emozione di rivivere il pulsare della vita di Ercolano nel 79 D.C.

L'antica città di Ercolano non sarà proposta al pubblico come un "prodotto da acquistare in serie" come purtroppo si è soliti fare nel quotidiano di turisti, ma la visita ad Ercolano dovrà essere una esperienza di "emozioni e sentimenti da raccogliere, conservare e raccontare".



La realizzazione

La particolare condizione di tutela del sito impone vincoli importanti nella realizzazione tecnica dell'iniziativa: sarà necessario progettare strutture ed impianti a bassissimo impatto visivo e fortemente mimetici, per non intralciare la fruibilità giornaliera degli Scavi; sarà necessario puntare a prodotti altamente tecnologici di grande semplicità, pur puntando ad un'altissima resa di effetti sonori e visivi. Durante l'evento i visitatori non entreranno nello Scavo, ma fruiranno dell'evento dalla passeggiata che costeggia lo scavo, potendo assistere allo spettacolo sensoriale dall'alto, unico accesso allo Scavo sarà la discesa agli antichi Fornici, dove sarà ricreato con un impianto virtuale il mare.

L'impianto dell'idea determina una serie di scelte, perché non si svolgerà solo una semplice visita notturna, ma si realizzerà un "prodotto" teatrale e scenografico che necessita di interventi di specifica professionalità in tutte le sue fasi di progettazione, realizzazione e gestione: sceneggiatura, scenografia, regia sono i primi passi, oltre alla progettazione tecnica, sonora ed illuminotecnica di tutto il percorso, oltre alla organizzazione quotidiana di gestione di un

meccanismo che, fra la gestione del pubblico e la gestione del prodotto, dovrà essere impeccabile per giungere all'effetto voluto e consentire a quante più persone possibile di usufruirne.

I ritorni

La vista sarà articolata sul tema dell'emozione e sarà arricchita da elementi di vario interesse che rimandano ad una vista successiva alla luce del sole degli Scavi e del MAV – Museo Archeologico Virtuale: in questo modo sarà possibile articolare un pacchetto che consenta con un unico biglietto di partecipare alla visita notturna e completarla con la visita degli Scavi e del Museo MAV il giorno successivo. Nel caso di visitatori non campani, questo significherà la necessità di soggiornare in loco, al contrario di quanto succede attualmente; nel caso di visitatori campani, li indurrà comunque a tornare ed a portare un contributo al territorio.

Il pacchetto turistico

Sarà necessario produrre un'offerta che includa i tre ingressi citati e la possibilità di usufruire di vitto e alloggio nei dintorni. Sarà necessario provvedere ad un sistema di sbigliettamento online che consenta di controllare rigidamente le prenotazioni ed il numero di visitatori, considerando che, per le condizioni imposte dal sito, non si potrà superare per ogni gruppo il numero di 60 persone e che non si potrà andare oltre i 5 gruppi a sera. Sarà programmato un serio ed efficace piano di Comunicazione finalizzato alla massima diffusione dell'iniziativa.

Durata dell'evento e ripetizione

L'evento in oggetto dovrà essere replicato per 20 serate, divise in 7 settimane che comprendano i Venerdì, i Sabato e le Domeniche.

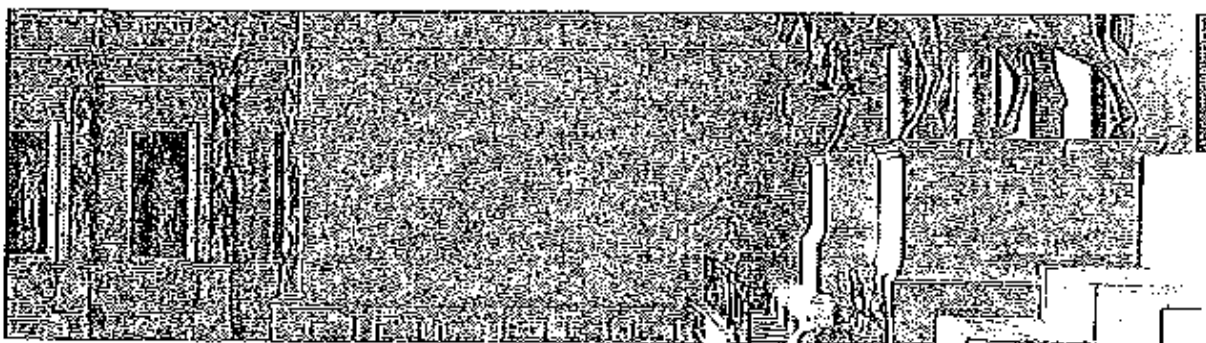
La presentazione dell'evento all'estero

La presentazione dell'evento all'estero avverrà attraverso un'iniziativa promozionale organizzata nella città di Londra.

La scelta è ricaduta su tale città Europea poiché fino a Settembre 2013 è in programma presso il British Museum la mostra "Life and Death in Pompeii and Herculaneum" dove sono esposti importanti reperti provenienti dai due siti archeologici, e che sta riscuotendo un enorme successo di pubblico e attenzione internazionale.

L'evento promozionale sarà organizzato in collaborazione con l'Enit e l'Ambasciata italiana.

Sarà organizzata una presentazione dell'evento alla stampa internazionale, che potrà assistere a un video promozionale in cui la presentazione dell'evento si fonderà a quella delle attrattive territoriali vesuviane. Ai giornalisti sarà poi diffusa cartella stampa con inseriti anche i pacchetti turistici elaborati ad hoc.



Piano di comunicazione

L'evento sarà diffuso attraverso i seguenti strumenti di comunicazione:

- conferenza stampa di presentazione
- affissione manifesti su territorio di Napoli e provincia
- distribuzione materiale cartaceo informativo (brochure, flyer, ecc...)
- creazione sito web
- ideazione video promozionale
- campagna pubblicitaria su social network (facebook, twitter, YouTube)
- redazionali e spazi pubblicitari su riviste cartacee e on-line del settore turismo ed eventi.

Appunti di messa in scena: regia e sceneggiatura

Siamo di notte e nel buio totale.

Una voce narrante di grande spessore timbrico accompagnerà gli spettatori raccontando l'ultimo giorno di Ercolano.

Gli spettatori camminano accompagnati in gruppi di massimo 60 persone, lungo un percorso di circa due chilometri che sarà compiuto in circa un'ora, fino a giungere al culmine della visita rappresentato dalla visione della Barca di Ercolano, suggestivo reperto poco conosciuto dal vasto pubblico.

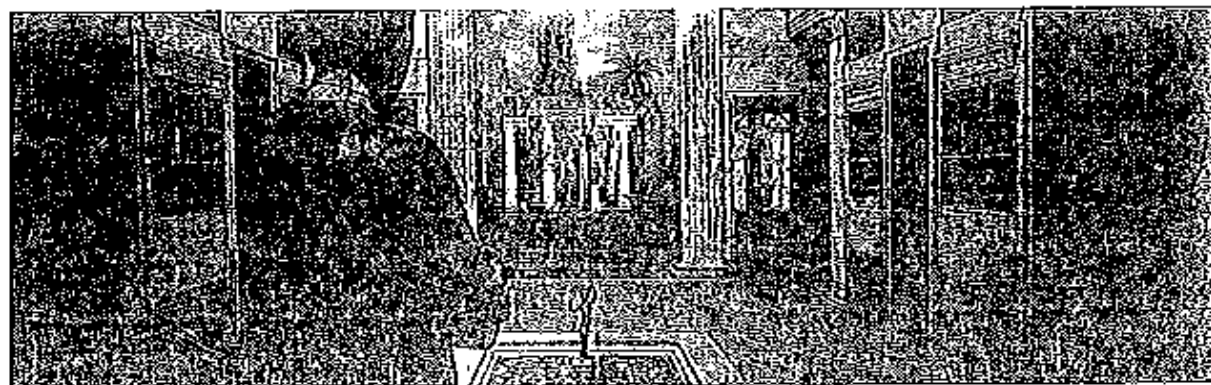
Si farà particolare riferimento alla vita nel luogo prima dell'eruzione e nel tempo successivo alla stessa eruzione.

Accompagnerà l'azione musica concreta d'ambiente (mare, gabbiani, vento e rumori di strada) con l'inserimento della voce recitante che, rispettando la costruzione metrica, leggerà la Cronaca dell'eruzione di Plinio il Vecchio facendola divenire musica (..la musica della parola), intercalata ed incastrata, musicalmente, con traduzioni dal latino e in varie lingue straniere (inglese, francese, spagnolo, tedesco, giapponese, cinese)

Per l'accompagnamento musicale saranno usati gli strumenti che si vedono negli affreschi: crotali, tammore, flauti "Panici".

Le mura si animeranno, si leggerà il passare del tempo, con appropriati effetti di luci, fino all'effetto lava ed eruzione. Ombre, figure e macchie sulle facciate degli scavi, ripopoleranno gli ambienti creando magiche suggestioni.

Ercolano che vive, accompagnata da suoni rumori e suggestioni, le case e le botteghe che lavorano. L'attuazione di queste emozioni sarà possibile anche grazie alla tecnologia 3D fruita dal MAV Museo Archeologico Virtuale di Ercolano.



Effetti Scenici:

1. Ombre, figure e macchie sulle facciate degli scavi, ripopoleranno gli ambienti creando suggestioni magiche
2. Suoni rumori e suggestioni, le case e le botteghe che lavorano daranno vita alla città
3. L'area archeologica sarà messa in movimento con varie tecniche: il fumo che esce dalle case o botteghe dell'epoca accompagnato dalla luce in forte evidenza scenica nel buio, la luce in movimento controllata con effetti architettonici creerà diversi ambienti.
4. L'illuminazione dei 4 Viali (decumano maggiore e minore) dell'antica Ercolano saranno il caposaldo della scenografia generale
5. Le suggestioni nel porto avranno un taglio cinematografico, il mare in movimento sarà attore della scena finale quando sarà mostrato al pubblico, in esclusiva, un eccezionale reperto: la "barca di Ercolano".

PIANO ECONOMICO PREVENTIVO PROGETTO CAMPANIA>ARTECARD		
PERIODO Aprile-Dicembre 2013		
DESCRIZIONE ATTIVITA'	importi in euro	
A BIGLIETTERIA		
A1 Produzione biglietti	€	21.560,00
A2 Allestimento kit vendita	€	16.141,60
A3 Distribuzione kit vendita	€	28.390,68
A4 Gestione Amministrativa e Statistiche	€	69.264,92
A5 Manutenzione ed assistenza informatica	€	76.649,92
B PROMOZIONE E COMMERCIALIZZAZIONE CARD		
B1 Progettazione e produzione materiali informativi e promozionali ordinari	€	75.000,00
B2 Gestione sito web	€	24.879,78
B3 Attività di promo-commercializzazione	€	71.172,18
B4 Servizio telefonico info-prenotazioni e vendita	€	30.500,00
B5 Servizio info-prenotazioni e vendita INFOPOINT stazione centrale	€	91.000,00
B6 Attività di ufficio stampa	€	15.000,00
C AZIONI SPECIFICHE DI VALORIZZAZIONE		
C1 Azione valorizzazione progetto serale Ercolano	€	198.687,20
C2 Azione valorizzazione progetto Caserta	€	15.000,00
D COORDINAMENTO E MONITORAGGIO (incluse spese generali)	€	93.200,00
TOTALE NETTO IVA	€	826.446,28
IVA (21%)	€	173.553,72
TOTALE LORDO IVA	€	1.000.000,00

ALLEGATO 3

SERVIZI CAMPANIA > ARTECARD 2013	APRILE	MAGGIO	GIUGNO	LUGLIO	AGOSTO	SETTEMBRE	OTTOBRE	NOVEMBRE	DICEMBRE
produzione card									
produzione materiali promozionali									
distribuzione e gestione commerciale/amministrativa									
manutenzione hardware e software									
servizi di informazione e prenotazione telefonica									
Comunicazione, promozione, gestione web									
Infopoint STAZIONE (spazio+personale)									
ufficio stampa									
Azione valorizzazione progetto serale Ercolano									
Azione valorizzazione progetto Caserta									
coordinamento progetto									

Handwritten signature



*Ministero dei beni e delle attività
culturali e del turismo*

Direzione regionale per i beni culturali
e paesaggistici della Campania

*Archi...
Don...
28/7*

*

MBAC-DR-CAM
DIRCAM
0010238 26/07/2013
Cl. 28.10.07/8

REGIONE CAMPANIA
Coordinatore Area 13
Dott.ssa Ilva Pizzorno
Fax 0817968511

Spett.le Scabec s.p.a.
c.a. Amministratore delegato dott. Franco Tumino
Direttore Generale ing. Francesca Maciocia
Fax 081 5628569

Oggetto: integrazione progetto Campania>Artec card per la Reggia di Caserta

Con riferimento all'oggetto, sulla base della pregressa corrispondenza e degli incontri di approfondimento riguardanti la progettualità integrativa finalizzata all'acquisizione dei dati propedeutici all'elaborazione di un modello di gestione e valorizzazione del Complesso vanvitelliano, questa Direzione esprime parere favorevole al programma di massima e al cronoprogramma presentato dalla Scabec s.p.a. in data 23 luglio u.s..

Il Direttore Regionale
Gregorio Angelini

G. Angelini

PN/



Via Eldorado, 1 - Castel dell'Ovo - 80132 Napoli

☎ 0812464111 ☎ 0817643305

✉ dr-cam@beniculturali.it ✉ pec: mbac-dr-cam@mailcert.beniculturali.it

www.campania.beniculturali.it

CAMPANIA>ARTECARD per la REGGIA DI CASERTA

Luglio 2013

1. Premessa

il complesso Vanvitelliano di Caserta, iscritto nel Patrimonio Unesco dal 1997, è oggetto di un piano di restauri e di miglioramenti della fruizione del Programma Operativo Interregionale "Attrattori culturali, naturali e turismo" POIn.

Nell'ambito di tale piano, considerate le criticità attuali del sito, afferenti sia alla conservazione per la manutenzione ordinaria sia alla fruizione turistico-culturale, il MIBACT, di concerto con la Regione Campania, ha individuato Campania>Artecard - *nelle more di una riorganizzazione della Soprintendenza e della impostazione di nuovi bandi dei servizi aggiuntivi sulle linee guida del Ministero* - quale migliore strumento per analizzare lo stato delle cose e per proporre soluzioni alle criticità, in modo da poter migliorare in tempi brevi la qualità della fruizione e la reputazione del sito, anche in previsione del miglioramento architettonico e di conservazione che si otterrà con le opere di restauro previste dal POIn.

2. Obiettivi

Campania>Artecard, su richiesta della Direzione Regionale MIBACT avvierà una analisi completa della situazione attuale, per raccogliere tutte le informazioni propedeutiche alla realizzazione e alla proposta di un modello organizzativo che abbia come obiettivo il miglioramento della fruizione della Reggia di Caserta nonché l'integrazione con gli altri siti culturali dell'area, in collaborazione con i gestori dei servizi di fruizione già esistenti ed in partenariato con tutti i soggetti istituzionali e del comparto produttivo coinvolti ovvero interessati alla valorizzazione del territorio e dunque all'incremento del flusso di visitatori.

3. Le fasi del progetto

- a. DESCRIZIONE SITUAZIONE ATTUALE
- b. ANALISI CRITICITA'
- c. ELABORAZIONE PRIMO MASTERPLAN DI ANALISI
- d. DEFINIZIONE STANDARD QUALITA'
- e. DEFINIZIONE MARCHIO d'AREA
- f. PROPOSTE INTEGRAZIONI OFFERTA VISITATORI
 - I servizi di prima accoglienza e preliminari alla visita
 - Gli appartamenti storici.
 - La fruizione del Parco.
 - Le azioni di valorizzazione

- g. I SERVIZI A REDDITO**
- h. I SERVIZI NON A REDDITO**
- i. IL COORDINAMENTO**

2. Tempi

01 settembre: screening dello stato dell'arte in preparazione di masterplan
30 settembre 2013: masterplan di analisi
30 ottobre 2013: masterplan e progetto esecutivo