

RELAZIONE TECNICA



COMUNITÀ MONTANA VALLO DI DIANO - ENTE CAPOFILA

Titolo Progetto : Poli della memoria

INTERVENTO VDD 4.1 POLI DELLA MEMORIA - POR CAMPANIA FESR 2014-2020- OBIETTIVO SPECIFICO 6.8-AZIONE 3, IN ATTUAZIONE DELLA DGR n. 562 del 11/09/2018,- CUP D89F18000610006- CIG 8518215D61

Architetto Michele Sansevierio
Via Santelmo n. 6 - 84034 - Padula (SA)

Tel/Fax 0975.778269 Cell. 329.6291326
email:sansevierio.michele@libero.it - pec:michele.sansevierio@architettisalernopec.it



Architetto Michele Sanseviero

Via Santelmo n. 6 – 84034 – Padula (SA)

Tel/fax 0975.778269 – Cell. 3296291326

E-mail: sanseviero.michele@libero.it

Pec: michele.sanseviero@architettisalernopec.it



1

RELAZIONE TECNICA DESCRITTIVA

COMUNITÀ MONTANA VALLO DI DIANO - ENTE CAPOFILA

TITOLO PROGETTO : POLI DELLA MEMORIA

INTERVENTO VDD 4.1 POLI DELLA MEMORIA - POR CAMPANIA FESR 2014-2020 - OBIETTIVO SPECIFICO 6.8-AZIONE 3,
IN ATTUAZIONE DELLA DGR N. 562 DEL 11/09/2018.- CUP D89F18000610006- CIG 8518215D61



Strategia
Aree Interne



Città Vallo di Diano



INDICE

PREMESSA

L'ANALISI DEL CONTESTO

LA DOMANDA

IL TARGET

L'IDENTIKIT DEL CAMMINATORE

GLI INTERVENTI PRECEDENTI DELLA COMUNITA' MONTANA VALLO DI DIANO

L'OFFERTA

L'ANALISI SWOT

L'AREA PROTETTA: IL PARCO NAZIONALE DEL CILENTO, VALLO DI DIANO E ALBURNI.

LA PROPOSTA

DESCRIZIONE DEL PROGETTO

I PRODOTTI

LO STUDIO E LA RICERCA

LA PROGETTAZIONE E IL RILIEVO GPS

DOCUMENTAZIONE MULTIMEDIALE E CONTENUTI IMMATERIALI

CONTENUTI PER IL PORTALE TURISTICO DEL VALLO DI DIANO E ATTIVITA' SEO

L'APPLICAZIONE DI GESTIONE "ATLANTE DEI SAPERI DEL VALLO DI DIANO"

LA SALA ESPOSITIVA SALA ESPOSITIVA ATTREZZATA PRESSO LA CERTOSA DI S. LORENZO A PADULA

I POLI POLI INFORMATIVI TECNOLOGICI CON ALLESTIMENTO ED ATTREZZATURE E POLI SATELLITE DA INSERIRE SU TUTTO IL TERRITORIO DEL VALLO DI DIANO

CRONOPROGRAMMA ESECUTIVO DEI LAVORI



PREMESSA

Il presente progetto si inquadra all'interno dell'Accordo di Programma Quadro siglato tra Agenzia per la Coesione Territoriale Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca Ministero delle Infrastrutture e dei Trasporti Agenzia Nazionale per le Politiche Attive del Lavoro Ministero delle Politiche Agricole Alimentari, Forestali e del Turismo Ministero della Salute Regione Campania ed Presidente della Comunità Montana "Vallo di Diano" definito "AREA INTERNA -VALLO DI DIANO". Tale accordo definisce la strategia che si articola in diverse azioni quali:

Linea d'Azione 1 - Rafforzamento della coesione territoriale e innovazione di processi e servizi;

- Linea d'Azione 2 - Il posizionamento del Vallo di Diano come meta turistica internazionale;
- Linea d'Azione 3 - La valorizzazione delle aree protette e degli habitat;
- Linea d'Azione 4 - La Certosa di San Lorenzo - Cultural e Creative lab;
- Linea d'Azione 5 - Rafforzamento delle filiere di pregio e della dieta mediterranea;
- Linea d'Azione 6 - L'interazione scuola - imprenditoria locale;
- Linea d'Azione 7 - Il miglioramento dei servizi formativi per l'intero ciclo di istruzione;
- Linea d'Azione 8 - La razionalizzazione e il potenziamento dell'offerta di servizi di TPL;
- Linea d'Azione 9 - La riorganizzazione ed il potenziamento della rete territoriale dei servizi di diagnosi assistenza e cura.

Le azioni sono volte a ridurre il gap territoriale potenziando i servizi alla persona e migliorare la fruibilità e la vivibilità dei territori da una parte, e potenziare mediante una serie di interventi, i settori potenzialmente trainanti per lo sviluppo economico del Vallo di Diano, ovvero, il Turismo e l'agricoltura. Nell'ambito di azione n. 4 - VDD 4.2, si colloca il "Progetto Poli della Memoria".

Tale progetto, nella idea iniziale prevedeva:

"la realizzazione di n. 6 Poli informativi tecnologici intesi come veri e propri access point fisici e virtuali dove si conserva la memoria territoriale, e sale informative / access point presso la corte esterna della Certosa di San Lorenzo in Padula. Ogni polo sarà tematico. La localizzazione dei poli informativi tecnologici è finalizzata al recupero e alla messa a sistema del patrimonio naturale, architettonico e territoriale.

Presso i Poli il visitatore riceverà una informazione "olistica" di tutto ciò che si trova nel Vallo di Diano, dalla rete di sentieri, con indicazione tempi percorrenza e difficoltà, alle emergenze culturali con contatti per visita e orari apertura, all'albergo consigliato perché aderente al club di prodotto, ai ristoranti/agriturismo, alle aziende produttrici di prodotti tipici e artigianato, ecc. con immagini, contatti e indirizzi mappa, ecc.

E' inoltre previsto l'allestimento di sala informativa/vetrine e access point presso la Corte Esterna del Grande Attrattore Culturale Certosa di S. Lorenzo a Padula, che sarà allestita per esporre e vendere il merchandising del Vallo".

Appare quindi chiaro che la richiesta di output del progetto è volta a fornire un sistema informativo integrato di promozione turistica. Tale sistema è fatto di una parte contenutistica legata al sistema informativo multimediale che consiste nella elaborazione di un portale WEB cosiddetto "Portale di destinazione". Il portale di destinazione, suddiviso per argomenti che fanno riferimento ai "Poli", dovrà essere non solo il luogo dei contenuti, ma anche una "vetrina" virtuale che costituirà il motore del progetto. La stessa dovrà avere un taglio editoriale studiato in base al target dell'utenza ideale, individuata in base ad un attento studio delle attuali tendenze nel settore turistico, cercando di intercettare e sfruttare i trend positivi. Premesso che



L'idea a base del bando è stata elaborata in epoca antecedente alla pandemia da COVID 19 che imperversa ancora in tutto il pianeta e che probabilmente influenzerà le nostre abitudini e le nostre scelte per diversi anni, bisognerà tenere conto di come si sta evolvendo il mercato del turismo a seguito di tale situazione pandemica e quali sono le attuali richieste del mercato, i settori in crescita, che potranno fornire uno slancio al settore nel prossimo futuro, e le criticità legate al turismo di massa (principalmente i gruppi organizzati che erano il target principale ad esempio dei fruitori della Certosa di San Lorenzo e delle Grotte di Pertosa, attualmente fermi non si sa fino a quando).

Il presente progetto quindi si pone l'obiettivo di:

- ripensare l'intera offerta individuando i comparti/segmenti appetibili;
- definire il profilo dell'utenza a cui rivolgersi;
- elaborare una strategia comunicativa multilayer in cui è possibile sovrapporre diversi livelli di informazione per permettere all'utente di trovare facilmente e velocemente le informazioni che a lui interessano;
- Fornire degli itinerari tematici volti a guidare i fruitori all'interno del Vallo di Diano permettendo di arricchire il viaggio con esperienze immersive nel territorio;
- Realizzare dei punti informativi smart che possano essere dei punti di riferimento caratterizzanti, dislocati nei vari paesi del Vallo di Diano che dovranno servire non solo ad informare, ma anche a guidare e fornire servizi, informazioni e contenuti culturali di alto livello.

4

ANALISI DEL CONTESTO

LA DOMANDA

Il 2020 è stato l'anno del vero e proprio boom del turismo outdoor nel nostro Paese: è questa la sintesi del rapporto The Human Company che ha analizzato il settore, rilevando come nonostante l'incipiente crisi economica e i timori legati alla pandemia da Covid-19, gli italiani non si sono fatti scoraggiare ma hanno preferito questa forma di turismo, che privilegia non a caso gli spazi aperti, il contatto con la natura e la possibilità di perdersi in luoghi da favola rispetto alla tradizionale vacanza al mare o nelle più gettonate località di villeggiatura.

Nel suddetto rapporto, si valuta quale sia stato l'impatto del Coronavirus sui tradizionali flussi turistici internazionali e, anche se molte conseguenze saranno da valutare ancora nei prossimi mesi, uno degli ambiti che **non ha patito la crisi è stato quello del turismo outdoor**, dimostrando che gli amanti del genere non solo

non hanno perso la voglia di viaggiare ma sanno ingegnarsi per cercare mete alternative che siano in grado di coniugare da una parte la necessità di evadere dalla solita routine (e non dimentichiamo i mesi trascorsi in casa per via del lockdown...) e dall'altra delle vacanze che garantiscano





sicurezza e rispetto delle norme sanitarie.

Il Boom del Turismo Outdoor In Italia nel 2020

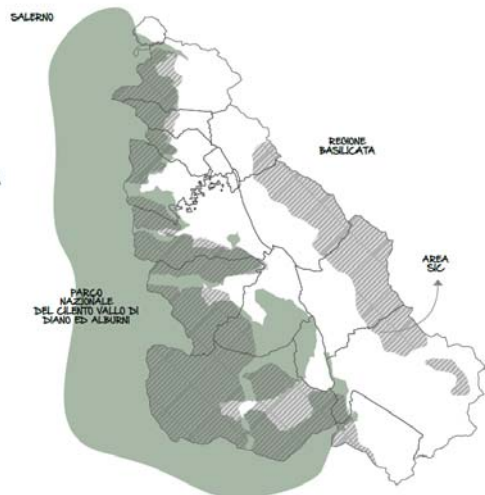
Come accennato, il rapporto di The Human Company (che lo ha stilato per la quarta edizione dell'Osservatorio del Turismo Outdoor) presenta alcune sorprese tra cui appunto il boom del turismo all'aria aperta, riscoprendo la natura e fuggendo

non solo dalle città ma pure dai luoghi affollati: questo un po' per i timori legati al contagio nei grandi centri e un po' per dire idealmente addio a quell'incubo claustrofobico che per alcune persone è stato il confinamento in casa tra la fine dell'inverno e l'inizio della primavera 2020. L'analisi di cui sopra ha provato a "mappare" non solo i flussi di questo sotto-comparto turistico ma pure i luoghi prediletti in relazione al periodo compreso tra gennaio e agosto e monitorando oltre 2000 strutture ricettive che, a differenza di altri settori,

hanno contenuto molto le perdite per una flessione contenuta. **Nel post lockdown il 70,5% degli italiani ha scelto il turismo outdoor (+26,6% rispetto al 2019) e il dato è significativo dal momento che ha avuto come ricaduta un incoraggiante +6% in termini di occupazione.**

I paesi

ATENA LUCANA
BUONABITACOLO
CASALBUONO
MONTE SAN GIACOMO
MONTESANO SULLA MARCELLANA
PADULA
PERTOSA
POLLA
SALA CONSILINA
SAN PIETRO AL TANAGRO
SAN RUFO
SANT'ARSENIO
SANZA
SASSANO
TEGGIANO



5

Natura e Vacanze "Open Air": Numeri in crescita nonostante Il virus

Ma quale è il target di elezione di questo tipo di turismo open air? **Sicuramente le famiglie (67,4%)** per un indice di soddisfazione medio che tocca vette dell'83,9%: questo non solo per il valore dell'offerta ma pure per gli standard di sicurezza in tema di misure anti-Covid (Covid Safety Index) che fa registrare un gradimento di 85 punti su 100 a differenza della media del 73,7 di tutte le altre strutture ricettive. Un passaggio interessante del rapporto di The Human Company infine riguarda il modo in cui i dati vengono scorporati a livello delle singole regioni: stando ai numeri, la Valle d'Aosta è la regione italiana che ottiene dai visitatori il gradimento massimo (89,5 punti su 100), seguita dal Trentino (88,7) e l'Alto Adige (88); chiudono questa speciale graduatoria invece la Sardegna con 80,3 punti e la Calabria con 81, mentre una menzione speciale va alla Basilicata che, confermando un trend in atto da oramai alcuni anni, è la regione che in questo 2020 registra il balzo più significativo rispetto ai dodici mesi precedenti e, pur restando ancora un po' nelle retrovie (82 punti), vede incrementare il proprio indice di gradimento di ben 4,3 punti percentuali.

Gli arrivi internazionali quasi annullati e le norme che impongono il distanziamento fisico hanno inferto un duro colpo alle destinazioni del turismo di massa. Allo stesso tempo sta continuando a crescere il turismo lento e outdoor. Le grandi città e le riviere più note stanno pagando il prezzo più alto della crisi del turismo, mete penalizzate dalla mancanza di arrivi dall'estero e dalla difficoltà di garantire distanziamenti.

L'E.N.I.T. – l'Agenzia Nazionale Italiana del Turismo – ha condotto alcune proiezioni sull'andamento del turismo nel 2020, le perdite maggiori sono delle città d'arte e delle località costiere, che avranno una riduzione di presenze addirittura del 50%.



Migliore la tenuta dei territori ricchi di patrimoni culturali, paesaggistici e naturalistici, che riescono ad offrire esperienze di viaggio immersive, all'insegna della natura, del trekking e dei cammini.

Numeri incoraggianti arrivano infatti dalle Dolomiti, da sempre meta privilegiata per gli appassionati di trekking e alpinismo, ma anche dall'Abruzzo e dalle Marche, due regioni che negli ultimi anni hanno puntato molto sulla valorizzazione delle aree interne e dei borghi, e che quest'anno sono visitati da migliaia di appassionati di trekking e mountain bike.

La crescita del turismo lento e dei viaggi outdoor è un trend consolidato ormai da anni, ulteriormente spinto dalla crisi sanitaria dovuta al COVID, che può rappresentare anche un'occasione di rinascita economica per molti territori autentici fino ad oggi esclusi dalle grandi rotte turistiche. Su alcuni profili, seguiti da milioni di persone, si stanno moltiplicando le immagini e i racconti di questa Italia ricca di natura, cultura e tradizioni, senza dubbio un altro importante supporto alla loro valorizzazione di queste località. **Questi cambiamenti negli stili e nelle abitudini di viaggio avranno un forte impatto nelle strategie turistiche locali e nazionali, l'Italia infatti ha un enorme patrimonio di natura e biodiversità ancora da valorizzare. Territori incontaminati, puntellati da borghi storici, attraversati da itinerari e cammini, e custodi di tradizioni secolari possono diventare il fulcro di una rinnovata crescita turistica del paese.**

FONTI

<https://group.humancompany.com/news/turismo-open-air-in-italia-e-impatto-covid-19>

IL TARGET

Il turismo mondiale cresce e si evolve. Sempre più viaggiatori cercano mete di turismo lento e sostenibile, esperienze per incontrare la cultura locale, il rispetto per l'ambiente e la ricerca del benessere. Si evolve in maniera così veloce, che già si sta passando dall'esperienza all'ispirazione.

La definizione che dà di turismo sostenibile l'americana International Ecotourism Society è quella di "un viaggio responsabile nelle aree naturali che preserva l'ambiente e migliora il benessere delle popolazioni locali".

All'interno di questa tipologia di turismo slow, green e outdoor, si inserisce il camminatore in cerca di un'esperienza spirituale capace di regalare suggestioni ed emozioni nuove.

Il turismo dei cammini, infatti, cresce ad un ritmo del 10%, associato al turismo slow (16%).

In Italia è diventato importante negli ultimi 5 anni circa e coinvolge fasce di utenza sempre più vaste. La media del soggiorno è di 9/10 giorni (per gli stranieri anche 15/16). Il 25% dei camminatori preferisce viaggiare per un weekend di 3-4 giorni. Mentre il Cammino di Santiago in Spagna ha superato i 300.000 viandanti, in Italia se ne stimano oltre 50.000, su tutti i cammini e in particolare sulla Via Francigena

I viaggiatori responsabili sono in aumento, così come sono in aumento i viaggiatori che cercano esperienze da personalizzare piuttosto che pacchetti classici tradizionali. In quest'ottica vi è un ampliamento della domanda anche per le destinazioni minori fuori dai grandi circuiti.

FONTI

<https://www.findyouritaly.com/new-travel-trends-italy-experiential-travel-inspirational-travel/>

<https://www.camminideuropa.it>



L'IDENTIKIT DEL CAMMINATORE

Terre di mezzo, editore specializzato nelle guide sui cammini, ha realizzato dei questionari per tracciare l'identikit del camminatore (circa 3.000 questionari somministrati). Sono in maggioranza uomini (57%), con un buon livello culturale: diplomati e laureati entrambi al 44%. Il 73% ha un impiego, come dipendente (49%) o libero professionista (18%): segno che si può scegliere uno stile di viaggio lento anche quando (almeno in teoria) si ha poco tempo. Per ora i camminatori in Italia sono in maggioranza over 40: il 19,7% tra 41 e 50 anni, il 28,9% ha tra 51 e 60 anni, il 24,1% tra 61 e 70 anni. Il 74% ha fatto più di un cammino, non solo in Italia. I camminatori italiani di questo campione vivono soprattutto nelle regioni del centro nord: 28% in Lombardia, 13% in Emilia, 11% in Veneto, 10% nel Lazio, 8% in Piemonte e 8% in Toscana.

Il 7,4% del campione dichiara di richiedere l'accompagnamento quale servizio aggiuntivo, mentre il 3% una guida professionale. Di 80.000 camminatori italiani censiti tra Santiago e i Cammini italiani, pertanto, se ne stimano 4.000 che hanno usufruito di un servizio di guida e/o Tour organizzato.



7

FONTI

[https://www.percorsiditerre.it/cammini-in-italia-ecco-tutti-i-](https://www.percorsiditerre.it/cammini-in-italia-ecco-tutti-i-numeri/?fbclid=IwAR0kgJM_YwIcDQg1Nd_a1wVBeh7weTx8P4DtXGouvIRf1DFhPPzh2gol1Hg)

[numeri/?fbclid=IwAR0kgJM_YwIcDQg1Nd_a1wVBeh7weTx8P4DtXGouvIRf1DFhPPzh2gol1Hg](https://www.percorsiditerre.it/cammini-in-italia-ecco-tutti-i-numeri/?fbclid=IwAR0kgJM_YwIcDQg1Nd_a1wVBeh7weTx8P4DtXGouvIRf1DFhPPzh2gol1Hg)

<https://www.terre.it/cammini-percorsi/italia-paese-di-cammini-ecco-tutti-i-numeri-del-2020/>



GLI INTERVENTI PRECEDENTI DELLA COMUNITA' MONTANA VALLO DI DIANO

La Comunità Montana Vallo di Diano da tempo lavora alla promozione e allo sviluppo turistico del territorio. Tanti, infatti, sono stati i progetti finanziati con le risorse comunitarie. Ai fini di questo studio ne ricordiamo tra i più significativi due:

1. POR CAMPANIA 200-2006 FESR P.I.G.A.C. Certosa di Padula

All'interno del Ciclo dei "Quaderni" di studio, il quarto quaderno si definiscono le strategie per uno sviluppo sostenibile del turismo nel Vallo di Diano e si propongono le linee guida per la pianificazione turistica della Destinazione. In particolare, ai fini di questa relazione, si richiama il **progetto "Diano Trekking"** nel quale sono state descritte ed analizzate le azioni ed i prodotti del turismo verde con una interessante analisi sui sentieri divisi per VERSANTE EST E VERSANTE OVEST con una sezione specifica sulla segnaletica.

Negli allegati alla pubblicazione troviamo, inoltre, la Carta per un turismo sostenibile "Lanzarote 1995", la guida turistica, le mappe tematiche ed il portale web www.vallodidiano.info

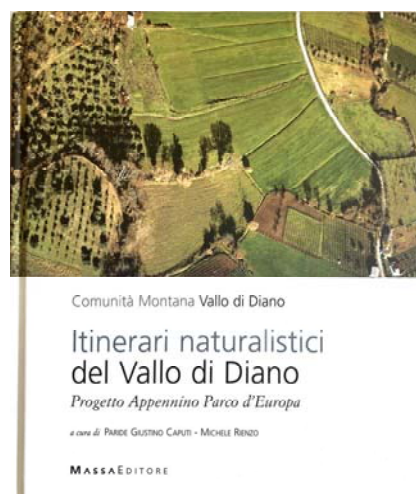
2. PROGETTO A.P.E. (Appennino Parco d'Europa) - Itinerari Naturalistici del Vallo di Diano

Il progetto Appennino Parco d'Europa, conosciuto da tutti come progetto Ape, nasce nel lontano 2001 all'indomani dell'accordo tra il Ministero dell'Ambiente, le amministrazioni regionali capofila ed alcuni Enti locali particolarmente interessati allo sviluppo del territorio montano. In Campania, è indirizzato alla valorizzazione di risorse immobili, alla costruzione di un ambiente sociale adatto allo sviluppo, al miglioramento della qualità di vita nelle aree in ritardo ed al potenziamento dell'offerta di servizi innovativi e qualificati per i residenti e per i visitatori.

Nell'ambito del progetto APE, la Comunità Montana Vallo di Diano ha lavorato all'elaborazione di un programma di itinerari turistici del Vallo di Diano che si inserisce nel quadro complessivo di valorizzazione del territorio e di promozione delle eccellenze prodotte in questa specifica area di riferimento.



8





L'OFFERTA

Pur essendo la Campania una regione con un grande potenziale, non esiste un mercato strutturato dei cammini e dell'outdoor, anche se negli ultimi anni sono cresciute le proposte di camminate ed escursioni, soprattutto nei Parchi e nelle aree protette.

Nel Parco Regionale dei Monti Lattari sono oltre 300.000 i camminatori, e sono in forte aumento quelli che attraversano "Il Sentiero degli Dei" che porta da Agerola a Positano lungo un percorso panoramico di 8Km.



9

Lo stesso Comune di Agerola ha visto aumentare in maniera esponenziale le presenze proprio grazie al turismo escursionistico (oltre 100.000 nel 2017). Anche la Riserva naturale della "Valle delle Ferriere" di Scala ha visto crescere i propri visitatori, a testimonianza della ricerca di questo tipo di esperienza.

I visitatori totali del Parco Nazionale del Vesuvio nel 2018, come da primi dati dell'Ente Parco Nazionale, sono stati 665.945 a fronte dei 610.305 del 2017. Il mese di maggiore afflusso è stato Aprile 2018 con 103.588 visitatori. Questo dato indica anche una tendenza urbana a cercare destinazioni nella natura non troppo lontane.



FONTI

https://www.ilmattino.it/napoli/cronaca/vesuvio_vulcano_cratere_visitatori-4953932.html



ANALISI SWOT

ANALISI SWOT ANALISI CONTESTO TERRITORIALE

Elementi favorevoli

Il Sud Italia è il **territorio perfetto** per i viaggi a piedi. Le estese **aree protette** sono una cornice perfetta per godere di **aria pulita**, mentre la ricca **storia** dà contenuto ad ogni singola pietra che si incontra lungo il cammino.

Punti di forza

CULTURA E DI BELLEZZE PAESAGGISTICHE E STORICO-ARTISTICHE

ATTRATTORI TURISTICI DI ALTO LIVELLO

TRADIZIONI CULTURALI ED ENOGASTRONOMICHE DI PREGIO

PRESENZA DI DIVERSI SCENARI PAESAGGISTICI, MONTANI, VALLIVI, BORCHI CARATTERISTICI ecc.

PRESENZA DI NUMEROSE SPECIE DI FLORA AUTOCTONA

PRESENZA DI NUMEROSE SPECIE DI ANIMALI SELVATICI PROTETTI

Opportunità

Possibile riconversione in chiave turistica del patrimonio storico culturale e naturalistico mediante una serie di **azioni mirate a migliorare la fruibilità**, la dotazione di servizi e incentivare l'**economia rurale**. (diverse azioni sono già in atto con la presente Strategia, Con la Programmazione PSR e con altri canali di finanziamento Regionale e Nazionale)

Aumento della richiesta turistica outdoor che apre scenari di crescita economica per i territori interni come il Vallo di Diano, il quale possiede un grande potenziale in termine di potenziale diversificazione dell'offerta turistica (naturalistica, artistica, culturale ecc.)

Elementi sfavorevoli

L'**infrastruttura è deficitaria**. Se non si conosce il territorio c'è il rischio di percorsi pericolosi e con scarsa manutenzione.

Settore privato **non sempre cosciente delle potenzialità**

Punti di debolezza

CARENZA DI TRASPORTO PUBBLICO SIA LOCALE CHE REGIONALE

SPOPOLAMENTO ED ABBANDONO GRADUALE DEI CENTRI STORICI

GRADUALE ABBANDONO DELL' AGRICOLTURA, DELLA PASTORIZIA E DELLE ATTIVITÀ BOSCHIVE

PRESENZA INSUFFICIENTE DI RETI DI TURISMO ORGANIZZATO

ASSENZA DI SISTEMI INFORMATIVI TURISTICI CHE POSSANO PERMETTERE DI VISITARE E VIVERE IL TERRITORIO IN AUTONOMIA

Minacce

Rischio di **perdita del bagaglio culturale** del territorio legato alla difficoltà di tramandare i saperi dagli anziani ai giovani che sono per la maggior parte emigrati;

Rischio **aumento dell'inquinamento e della criminalità**, legato ad infiltrazioni mafiose che vedono l'abbandono dei territori quale elemento favorevole per l'aumento di traffici illeciti;

Rischio **chiusura di molte attività commerciali del settore turistico** ed agricolo legata alla grave crisi economica del comparto dovuta alla Emergenza pandemica da Covid-19



LA DESTINAZIONE

L'area protetta: IL PARCO NAZIONALE DEL CILENTO, VALLO DI DIANO E ALBURNI.

Il crescente interesse turistico nei confronti delle aree protette evidenzia come queste possano costituire una grande opportunità di valorizzazione territoriale. **Attualmente l'Italia può vantare oltre mille aree protette (1.366), che costituiscono più dell'11% del territorio nazionale.** Il primo dato che risalta è la forte eterogeneità di queste aree, che presentano caratteristiche molto differenti e di conseguenza ecosistemi diversi, ma di ognuno dei quali è riconosciuto il valore ambientale.

Le ragioni per cui un'area protetta merita di essere preservata e valorizzata sono molteplici:

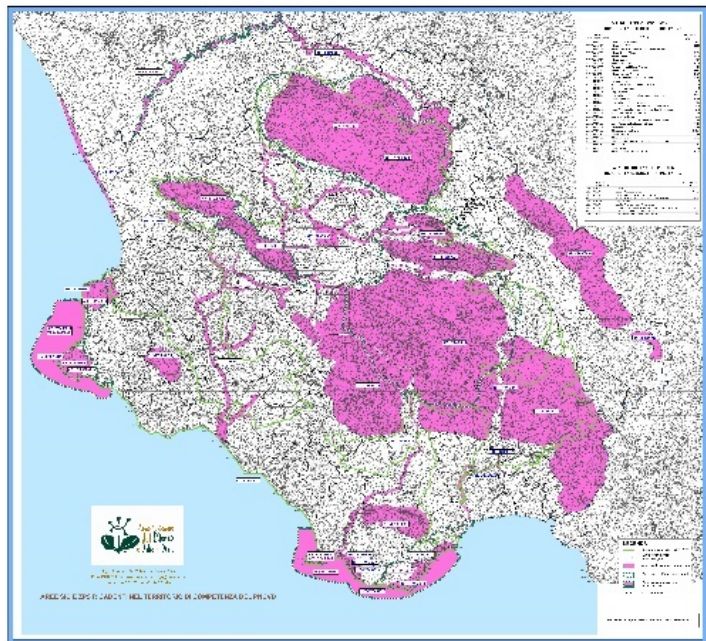
11

a) la biodiversità presente all'interno di queste zone costituisce un patrimonio prezioso che deve essere difeso da attività umane dannose che rischierebbero di ridurre la varietà di specie;

b) la tutela della cultura e delle tradizioni locali è un ulteriore aspetto che necessita di essere garantito, allo scopo che sia le attività tipiche sia le produzioni locali (ad esempio agricole, alimentari, artigianali etc.) non vadano a scomparire;

c) l'ambiente dev'essere conservato per evitare inquinamento, erosione, dissesti idrogeologici ed altre calamità naturali;

d) le risorse naturali sono di per sé limitate ed il loro utilizzo deve rispondere ai canoni della sostenibilità;



e) le attività umane praticate all'interno dell'area protetta rischiano di essere più nocive che altrove. Flora, fauna, paesaggio, natura e tradizioni del luogo possono subire alterazioni o addirittura essere distrutte. Per questa ragione è necessario che le istituzioni vigilino sul comportamento dell'uomo e favoriscano una pacifica convivenza tra l'essere umano stesso e l'ambiente;

Le tipologie di turismo che possono interessare un'area protetta sono molteplici. Ciò è dovuto sia a peculiarità del patrimonio locale, sia a fattori legati all'offerta (strutture ricettive, eventi ecc.) e in parte alla domanda caratterizzata da una crescente diversificazione delle esigenze e delle scelte del turista. Parliamo, infatti, di turismo rurale, verde, naturalistico, culturale e di ecoturismo

Di fatto le caratteristiche del viaggio devono essere:

- deve trattarsi di un viaggio in cui sia prevalente l'aspetto educativo ed interpretativo
- deve essere organizzato, anche se non in forma esclusiva, da piccoli operatori e per piccoli gruppi.
- deve cercare di minimizzare l'impatto sull'ambiente naturale e socioculturale
- deve contribuire alla protezione ed al mantenimento delle aree naturali su cui si fonda generando benefici economici per le comunità locali e per le organizzazioni preposte alla loro salvaguardia,



cercando nuove opportunità di lavoro e di reddito per le comunità locali e sensibilizzando i turisti e le comunità locali ai temi della conservazione.

L'ecoturismo è definito a livello internazionale dalla dichiarazione di Quebec (Nel 2002 si è svolto a Quebec il vertice mondiale sull'ecoturismo, nel corso del quale è stata approvata una dichiarazione che ne definisce i principi basilari. Sempre durante il summit le Nazioni Unite hanno proclamato il 2002 Anno Internazionale dell'ecoturismo, a riprova di quanto questa forma di turismo responsabile abbia assunto importanza negli anni) come un tipo di turismo praticato in aree naturali relativamente indisturbate, con il principale scopo di goderne, di osservarle, di studiarne ed apprezzarne la natura ed ogni caratteristica culturale ad essa associata, al fine di promuoverne la tutela, minimizzare l'impatto sull'ambiente e fornire sostanziali benefici economici alle popolazioni locali.



12

Tale tipologia di turismo è definibile come un modo di viaggiare responsabile in aree naturali, conservando l'ambiente in cui la comunità locale ospitante è direttamente coinvolta nel suo sviluppo e nella sua gestione, e in cui la maggior parte dei benefici restano alla comunità stessa. L'ecoturismo, quindi, si basa sul concetto di sostenibilità, dal momento che lo scopo del viaggio non è soltanto quello di stare a contatto con la natura ma anche di rispettarla e addirittura promuoverne la tutela.

Tale tipologia di turismo è definibile come un modo di viaggiare responsabile in aree naturali, conservando l'ambiente in cui la comunità locale ospitante è direttamente coinvolta nel suo sviluppo e nella sua gestione, e in cui la maggior parte dei benefici restano alla comunità stessa. L'ecoturismo, quindi, si basa sul concetto di sostenibilità, dal momento che lo scopo del viaggio non è soltanto quello di stare a contatto con la natura ma anche di rispettarla e addirittura promuoverne la tutela.

I dati, rafforzati dal COVID, dimostrano che:

Le presenze nelle strutture ricettive delle aree protette hanno visto un costante aumento negli ultimi 10 anni. Tra i parchi più visitati risultano essere i due più antichi, cioè il Parco Nazionale d'Abruzzo e il Gran Paradiso, seguono due parchi del Nord Italia, cioè le Cinque Terre e le Dolomiti Bellunesi.



È importante considerare il Vallo di Diano come area di destinazione del Parco Nazionale del Cilento Vallo di Diano e Alburni, in modo da poter sfruttare positivamente l'immagine del CILENTO come meta naturalistica e culturale di eccellenza conosciuta a

livello internazionale e già inserita tra le mete preferite dei turisti outdoor. Inoltre le forti relazioni territoriali e culturali con il Cilento, ma anche con la Basilicata e la Calabria, storicamente cementate nel tessuto culturale ed Etnoantropologico del Vallo di Diano costituiscono un nodo fondamentale per la futura costruzione di una rete turistica interterritoriale che possa dare slancio alle economie di questi territori in una ottica sistemica.



LA PROPOSTA

Descrizione del progetto

Dalla analisi sopra descritta si evidenzia come il territorio non sia ancora pronto per accogliere e gestire flussi copiosi di turisti che dovrebbero fornire la base per lo sviluppo di economie basate sull' indotto ricettivo-agricolo. In particolare si ravvisano:

- Presenza insufficiente di reti di turismo organizzato;
- Assenza di sistemi informativi turistici che possano permettere di visitare e vivere il territorio in autonomia;

L' assenza quindi di una dotazioni minime a servizio del comparto turistico mina lo sviluppo e la crescita del territorio. In questa ottica, la volontà da parte dell' Ente Comprensoriale Comunità Montana Vallo di Diano di attuare una serie di interventi di potenziamento in tal senso, mediante il Progetto Aree Interne, offre di per se una grande occasione di incidere positivamente con azioni incentrate sullo sviluppo sostenibile del Vallo di Diano.

Il progetto "Poli della Memoria", come si evince già dal titolo, è volto non solo al recupero, ma anche alla promozione delle "Conoscenze" che siano esse materiali oppure immateriali, e che rappresentano le identità del territorio, portandole a diventare la base per lo sviluppo di una offerta turistica integrata sostenibile.

Con il termine "sostenibile" si intende la realizzazione di un prodotto di facile utilizzo, flessibile, integrabile con costo di gestione contenuto.

L'intervento si compone di una serie di azioni volte alla realizzazione di un sistema di informazione turistica integrata composta da:

1. Lo studio, la ricerca, la progettazione e la produzione di contenuti riguardo a 6 diversi tipi di itinerari turistici nel Vallo di Diano. Oltre gli aspetti descrittivi, il corredo documentale di ogni itinerario sarà composto da foto, video, audioguide, ricostruzioni 3D di complessi architettonici e tour virtuali.
2. Contenuti per il portale turistico del Vallo di Diano e attività SEO. I contenuti testuali prodotti sui 6 itinerari dovranno essere tradotti in inglese, francese, tedesco e spagnolo. Il corredo documentale dovrà quindi essere organizzato e caricato sul portale turistico. Inoltre sono previste le attività di SEO, ottimizzazione per i motori di ricerca, per lo stesso portale.
3. App di gestione "Atlante dei saperi del Vallo di Diano", di supporto alla fruizione dei contenuti del portale di destinazione, con funzioni aggiuntive volte a:
 - Informare il turista con informazioni specifiche su percorsi, itinerari tematici (distanze, difficoltà, tempi di percorrenza, equipaggiamento minimo ed ogni altra informazione utile alla fornitura di un servizio informativo completo)
 - Fornire approfondimenti sui tematismi individuati dai vari "Poli", ovvero foto, testi, video, ricostruzioni 3D, realtà aumentata, marketplace ecc.
 - Comunicare in maniera dinamica le informazioni mediante la interazione con il sistema geolocalizzazione gps, in modo da permettere l'attivazione di notifiche sui dispositivi smart dei fruitori sulle attrazioni, sulle attività commerciali e sui servizi in prossimità dal punto in cui si trovano i fruitori;



- Permettere la attivazione di “esperienze in realtà aumentata” quali giochi, ricostruzioni 3D commentate con didascalie interattive, credenziali elettroniche, funzioni di dialogo con le installazioni dei vari “Poli della memoria” e con gli allestimenti della “Vetrina del Vallo di Diano.

Tale strumento è volto a permettere una esperienza immersiva nel territorio utilizzando la tecnologia smart in possesso ai visitatori, ormai largamente diffusa ed estremamente sofisticata.

4. Vetrina del Vallo di Diano, consistente in un luogo fisico all’interno della Certosa di San Lorenzo, dove poter realizzare un allestimento promozionale che tocchi le tematiche dei vari Poli e che possa fungere da luogo di costruzione di una esperienza personalizzata volta ad incuriosire ed informare in maniera dinamica ed immersiva il fruitore.
5. Poli della memoria. costituiti da sei luoghi fisici principali ed otto satelliti (nei restanti paesi del Vallo di Diano) da allestire secondo delle tematizzazioni specifiche, ognuno con un focus già individuato dalla stazione appaltante:
 - Pertosa - Auletta - MUSEI IN RETE
 - Padula - I LUOGHI DELLA FEDE
 - Sassano - DIETA MEDITERRANEA
 - Monte S. Giacomo - I LUOGHI DELLA MEMORIA
 - Sanza - LA VETTA DELLA CAMPANIA.MONTE CERVATI
 - Teggiano - I CENTRI STORICI DEL VALLO DI DIANO

14

Nella idea iniziale della scheda a base del presente progetto vi era la realizzazione di infopoint di tipo tradizionale da realizzare previa verifica della disponibilità delle varie amministrazioni, di locali idonei da fornire in comodato d’uso o con altre modalità di accordo per gestione, alla stazione appaltante. Di fatto tale idea iniziale poneva una serie di criticità:

- In primis, la difficoltà di gestione legata alla impossibilità di prevedere personale preposto alla apertura ed alla gestione materiale degli spazi, che sarebbe dovuto poi essere affidata ad attori sul territorio quali associazioni, cooperative ecc. e che potrebbero non avere la possibilità di farsi carico di tali oneri. Le stesse amministrazioni avrebbero difficoltà in tal senso per cui una soluzione di infopoint di tipo tradizionale costituirebbe un onere impegnativo e quindi una potenziale criticità per il funzionamento del progetto.
- Inoltre l’evoluzione della pandemia da Covid 19 ha posto tutta una serie di problematiche di tipo igienico sanitario nella fruizione di spazi espositivi al chiuso, che potrebbero perdurare nel tempo ponendo ulteriori limitazioni alla possibilità di garantire la fruizione in sicurezza degli spazi.

**ITINERARI TEMATICI
POLI DELLA MEMORIA**

Per tali motivi ci si è interrogati sulla possibilità di pensare delle soluzioni all’ aperto, come exhibit o installazioni artistiche interattive, che possano fungere da “segno” ed allo stesso tempo permettere di fungere da punto informativo per così dire tradizionale. Tale condizione rappresenta un punto focale come accade per installazioni allestite in diverse città che sono ormai diventate iconiche, e possono concretizzarsi in caratterizzazioni artistiche ed Elementi di design che rappresentano in maniera fisica



lo sviluppo dei temi di progetto e che possono “dialogare con il viaggiatore” mediante lo sviluppo di applicazioni multimediali che fungono da tramite per la interazione tra l’utente ed il territorio utilizzando i propri dispositivi smart. In questo modo saranno disponibili in tempo reale informazioni di vario tipo ed esperienze immersive mediante temi in realtà aumentata che diventano l’elemento di interazione tra il Polo e visitatore.

Tale scelta ribalta il concetto di Polo informativo permettendo una informazione diffusa sul territorio (e quindi diffusa, ottenibile senza dover per forza raggiungere il punto informativo, ma con possibilità di ottenerla nel punto esatto in cui è necessaria) ma allo stesso tempo focalizzata in punti strategici (dove verranno collocati i Poli), che costituiranno non solo dei segni che individuano un percorso, permettono approfondimenti tematici ma soprattutto permettono di ottenere in maniera facile e veloce informazioni. Tutto quello che un normale infopoint normalmente fa, ma con la possibilità di ottenere risposte dirette in autonomia, senza vincolo di orari di apertura e chiusura. Un tipo di smaterializzazione fisica del polo inteso come luogo della conoscenza diffuso nel territorio che lo racchiude. Questa evoluzione del concetto di Polo è in linea con le finalità del progetto e non snatura l’idea iniziale concepita dalla Stazione Appaltante.



I PRODOTTI

In dettaglio si realizzerà un prodotto di destinazione turistica coordinato che si compone dei seguenti elementi:

STUDIO E RICERCA

Le attività che costituiranno **il network a base della costruzione di itinerari tematici che toccheranno i Poli e che permetteranno di raggiungere i vari punti di interesse saranno sostanziate da uno studio che riguarderà i nuovi contenuti da proporre al mercato turistico nazionale ed internazionale con altre azioni previste dalla Strategia che definisce il Progetto Aree Interne.**

16

L'analisi dovrà tenere in considerazione la valorizzazione dei centri storici di tutti i borghi del Vallo di Diano, anche mediante l'attraversamento degli stessi, la rete dei musei, i luoghi della fede, la dieta mediterranea, i luoghi della memoria, il Monte Cervati (la Vetta più alta della Campania), i crinale della Maddalena e le altre emergenze naturalistiche.



Per lo studio di tutti gli itinerari sarà fondamentale garantire le condizioni minime di sicurezza di tutte le tipologie di viaggiatori, in modo tale da permettere a tutti di camminare e di esplorare le bellezze del vallo di Diano. In particolare l'analisi dovrà tenere in considerazione la modalità di fruizione "inclusiva" (ogni itinerario dovrà avere una parte fruibile per i disabili).

1. Lo studio/analisi per la realizzazione di un itinerario a piedi tipologia "Cammino Storico", recuperando gli antichi sentieri religiosi medievali; Le tappe, oltre a collegare i borghi, dovranno essere bidirezionali ed avere una lunghezza minima giornaliera tra i 15 e i 20 Km con possibilità eventuale di realizzare più tappe giornaliere con un calcolo preciso dei dislivelli e delle difficoltà.
2. Lo Studio/analisi di un nuovo prodotto cicloturistico versante OVEST Monte Cervati e versante EST Monti della Maddalena di lunghezza adeguata articolato in modo da fornire diversi livelli di difficoltà.
3. Lo studio/analisi di un itinerario a piedi, in bici e a cavallo lungo l'asse vallivo che valorizzi il fiume Tanagro e le sue peculiarità naturalistiche (flora, fauna, in particolare avio-fauna tipica, cicogna, airone cinerino, piccoli rapaci, ecc.).
4. Lo studio/analisi di un itinerario a piedi lungo l'asse ferroviario dismesso Sicignano – Lagonegro.
5. Lo Studio/analisi di un nuovo itinerario a cavallo di lunghezza adeguata articolato in modo da fornire diversi livelli di difficoltà.



6. Lo studio/analisi su un nuovo itinerario recuperando le vie della transumanza e le Vie del Sale nel Vallo di Diano all'interno del Parco Nazionale del Cilento Vallo di Diano e Alburni di lunghezza adeguata articolato in modo da fornire diversi livelli di difficoltà.

La scheda descrittiva per ciascun itinerario dovrà contenere:

- Titolo
- Sottotitolo (che evidenzia le peculiarità ma che sia anche accattivante)
- Descrizione breve (max 500 caratteri spazi inclusi)
- Descrizione media (max 1.500 caratteri spazi inclusi)
- Descrizione lunga (max 5.000 caratteri spazi inclusi)
- Storytelling (max 600 caratteri spazi inclusi)
- Informazioni turistiche (dove inizia, tappe, periodo dell'anno consigliato, collegamenti, parcheggi, ecc.)
- Informazioni di percorso per intero e suddiviso per tappe (lunghezza, dislivello in salita, dislivello in discesa, tempo di andata, tempo di ritorno, caratteristiche del fondo, equipaggiamento, grado di difficoltà, percorribilità con passeggino per i percorsi a piedi, tipo di bicicletta consigliata per i percorsi ciclabili).

17

Alla scheda dovranno essere allegati:

- tracciato GPS in formato GPX e shape
- documentazione multimediale
- copertura geografica in formato shape indicante i punti di interesse, i punti panoramici, i punti di servizio (fonti d'acqua/fontane e altre fonti di approvvigionamento), aree di sosta, altri servizi utili
- copertura geografica in formato shape contenente la posizione della segnaletica (in ambedue i sensi) nei punti di ambiguità, la cartellonistica, e i tratti da mettere in sicurezza
- copertura geografica degli eventuali tratti da mettere in sicurezza
- progettazione esecutiva firmata da un progettista abilitato (messa in sicurezza e segnaletica) e computo metrico Verifiche di sicurezza, al fine di individuare, localizzare ed informatizzare le informazioni relative ai percorsi più sicuri fornendo segnalazioni di potenziale pericolo, informazioni di servizio ed ogni altra informazione si ritenga necessaria ad agevolare gli utenti.

Output /prodotti (schede, contenuti, file, progetto esecutivo e computo metrico): 6 itinerari

- 1 cammino storico su base religiosa ad anello bidirezionale
- 1 una ciclovie / prodotto cicloturistico sui due versanti
- 1 prodotto turistico/ itinerario per la valorizzazione del Tanagro
- 1 itinerario sull'asse ferroviario
- 1 un'ippovia del vallo di Diano
- 1 itinerario legato alle vie della transumanza/ vie del sale

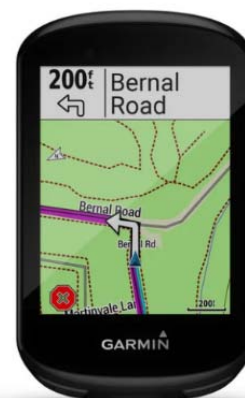


PROGETTAZIONE E RILIEVI GPS

Dopo la ricerca e la fase di studio, è prevista la progettazione integrata degli itinerari di mobilità lenta: a piedi, in bici a cavallo ed in auto/moto, con particolare attenzione al target FAMIGLIA e avendo cura di prevedere ipotesi di itinerari modulari da personalizzare in base alle specifiche esigenze dei viaggiatori (tipologia di viaggiatore, durata del viaggio, etc).

La progettazione include le seguenti attività specifiche:

- Georeferenziazione percorsi ed elaborazione webgis
- Ideazione e realizzazione di una sezione ~~del sito WEB~~ dell' APP, dedicata alla consultazione interattiva dei percorsi tramite interfaccia cartografica dinamica 2D e 3D (e Google)
- Integrazione dell'applicazione ~~nel sito WEB~~ nell' APP del progetto
- Fornitura del servizio di mappaggio, rilievo GPS, classificazione delle difficoltà dei percorsi basato su parametri oggettivi lungo tutto il percorso. Restituzione dei dati in formato digitale, informazioni tematiche digitalizzate in formato vettoriale ShapeFile, incluse tabelle alfanumeriche descrittive: Tracciati dei percorsi; Punti Tappa; Punti di Ristoro; Strutture Ricettive; Aree/Punti di Interesse Turistico. Definizione di una scala di difficoltà per una chiara ed univoca identificazione delle difficoltà dei percorsi e per uniformare i criteri di valutazione dei requisiti dei partecipanti alle singole escursioni ai fini della sicurezza. Vengono identificate le caratteristiche del percorso, le caratteristiche del fondo, la sua percorribilità, la pendenza, etc... ma in particolare dovranno essere evidenziati i punti di interesse afferenti al percorso. Identificazione dei parametri di difficoltà fisico/atletica e quelli che vengono considerati i parametri di difficoltà tecnica di un percorso



18

13 km
LUNGHEZZA
TAPPA

94 m
DISLIVELLO
IN SALITA

410 m
DISLIVELLO
IN DISCESA

 Scarica le tracce GPS

ACQUISIZIONE ED ELABORAZIONE DI DOCUMENTAZIONE MULTIMEDIALE E CONTENUTI IMMATERIALI

Materiale Audio Video

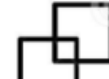
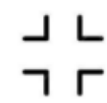
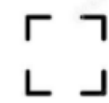
La documentazione multimediale sarà di fondamentale importanza per la riuscita del progetto. Dovrà essere dettagliata di tutti i borghi, le emergenze, i percorsi, le tradizioni, i punti di interesse (attrazioni, musei ecc.), rappresentativa delle quattro stagioni con un focus di tutte le bellezze naturalistiche.

Il materiale fotografico dovrà essere consegnato in formato RAW e jpeg elaborato con una risoluzione minima di 20MPixel a 300 dpi per la stampa e ottimizzazione web.



Il materiale video dovrà essere consegnato in formato standard 4K ad altissima definizione con una risoluzione minima idonea all' utilizzo web e duplicati ad alta definizione idonee alla proiezione su schermi e videoproiettori, ed una durata minima di 3 minuti per il video standard e da 1 minuto per la video pillola derivata..

Il materiale audio dovrà essere consegnato in formato WAVE non compresso ad alta definizione ed MP3 ottimizzato per i web con narrazione in italiano e in altre quattro lingue. (inglese, francese, tedesco e spagnolo), scomposto per singole descrizioni georiferite (punti di ascolto).



Ricostruzioni 3D

La digitalizzazione dei beni culturali parte dalla misurazione e studio del bene culturale e dallo studio delle modificazioni e integrazioni avvenute nei secoli, per poi passare alla replica digitale. Tali attività richiedono uno studio attraverso tecnologie innovative, rilievo geometrico diretto oppure rilievo fotogrammetrico dello stato di fatto dei volumi e degli spazi. Al rilievo si aggiungono poi gli studi storici per ricostruire anche dal punto di vista dei volumi e delle misure, le variazioni avvenute sul bene nei secoli. Il modello digitale del bene dovrà essere finalizzato a raccontare l'evoluzione planivolumetrica del complesso architettonico nel tempo con tecniche di virtualizzazione del contesto al fine di ottimizzare la resa durante la fruizione. In pratica la ricostruzione planivolumetrica dovrà contenere bucaure, tetti, chiostri, arcate, colonnati, anche delle strutture interne ma senza necessariamente la parte decorativa (cornici, rilievi, decorazioni, affreschi, ecc.) che il fruitore potrà invece vedere dal vivo. La ricostruzione dell'evoluzione temporale del bene è essenziale per comprenderne l'evoluzione nei secoli dovute anche spesso ai cambi di destinazione d'uso. Sarà quindi necessario ideare lo storytelling prima di procedere con la ricostruzione del modello digitale che dovrà prevedere campagne fotografiche/fotogrammetriche, rilievi diretti e studi storici per acquisire la geometria del modello nelle forme richieste dal racconto. La produzione dei contenuti digitali sarà composta da 2 fasi: la prima è relativa alla ricostruzione di modelli digitali da utilizzare nell'applicazione; la seconda è relativa alla ricostruzione del contesto in cui inserire i diversi modelli. Per questa ragione si propone un continuo confronto e una validazione sui modelli finali sia con la committenza sia con esperti e storici locali. Una volta pronti i contenuti digitali si procederà con lo sviluppo vero e proprio dello storytelling che potrà prevedere una applicazione multimediale Android/iOS e una applicazione desktop, partendo dal design e implementazione di un'interfaccia utente, graficamente in linea con il messaggio da comunicare e ottimizzata per l'ambiente di fruizione e inoltre con la realizzazione di video che raccontano l'evoluzione del bene.

Tours Virtuali

Elaborazione di ricostruzioni fotografiche sferiche finalizzate alla elaborazione di Tours Virtuali con foto orbitali tematizzate, navigabili via app e con didascalie localizzate sulle emergenze architettoniche, artistiche e paesaggistiche presenti nell'ambiente per le quali attivare didascalie pop-up di approfondimento (ad



esempio sculture, dipinti, elementi decorativi ecc. dove leggere ad esempio, epoca, autore, notizie, curiosità ecc.).

I prodotti consegnati saranno:

Modelli 3D di complessi architettonici presenti nel Vallo di Diano, multitemporali in formati editabili e facilmente convertibili in altri formati; software interattivi di visualizzazione dei modelli sia per Android/iOS che per desktop; video di presentazione e racconto del bene culturale e della sua evoluzione nel tempo.

Immagini sferiche o equirettangolari, in formato jpeg, per le equirettangolari aspect ratio 2:1, per le immagini sferiche le dimensioni massime saranno di 23000x11500px. Sulla base delle informazioni storiche e turistiche dei vari siti in oggetto dovranno essere elaborati tours virtuali mediante caricamento su browser online specifico tipo www.my.matterport.com, www.marzipano.net, www.sketchfab.com e similari sul quale verrà elaborata la tematizzazione resa disponibile mediante embedding sul portale turistico.

20

Output/prodotto:

- Realizzazione di almeno 100 foto artistiche per ogni Itinerario (totale 600 foto)
- Realizzazione n. 1 video per ogni itinerario anche con l'utilizzo di tecnologie tipo drone etc della durata di 3 minuti e di una pillola della durata di 1 minuto (totale 6 video da 3 minuti e 6 pillole video da 1 minuto)
- Realizzazione di 1 audioguida in 5 lingue (italiano, inglese, francese, tedesco, spagnolo) divisa per punti di ascolto (almeno 5) per ogni itinerario (totale 6 audioguide in 5 lingue)
- Realizzazione di 10 modelli 3D multitemporali di complessi architettonici; software per la visualizzazione interattiva dei modelli, video, per ogni complesso architettonico sulla evoluzione storica del bene culturale dal punto di vista architettonico e d'uso (totale 10 modelli 3D multitemporali, software di visualizzazione, 10 video sui modelli 3D)
- Realizzazione di n. 10 tours virtuali con foto 360

CONTENUTI PER IL PORTALE TURISTICO DEL VALLO DI DIANO E ATTIVITA' SEO

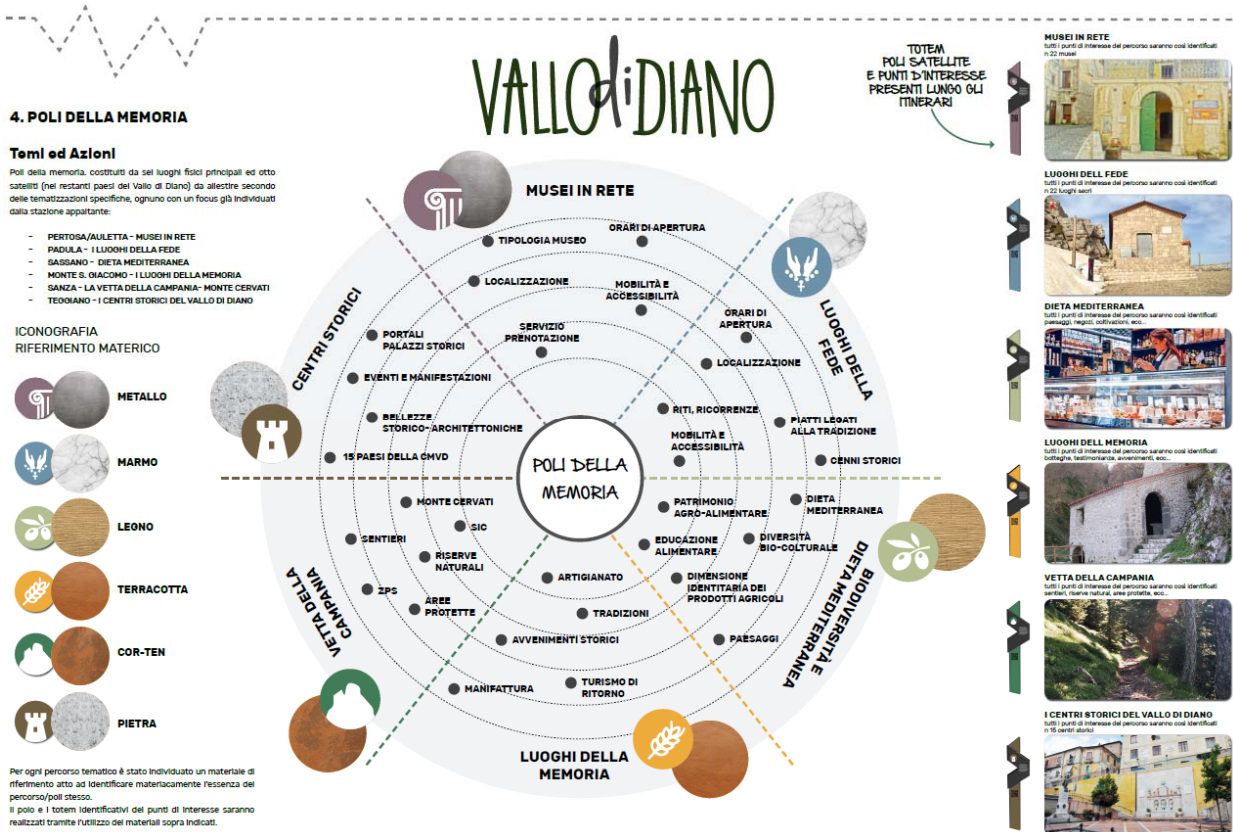
Traduzione dei contenuti

I testi prodotti dovranno avere traduzione in inglese, tedesco, francese, spagnolo, con le seguenti specifiche:

- Il servizio si riferisce alla traduzione dei testi dall'italiano in altre lingue di tutte le parti necessarie del portale eseguite da traduttori madrelingua (dimostrato al committente da incarico diretto);
- si dovrà garantire che il testo tradotto rispetti fedelmente il testo originario tenendo in considerazione le differenze di cultura e di contesto;
- il testo tradotto dovrà mantenere il medesimo stile comunicativo di testo originario ed un alto livello comunicativo del testo finale;
- Impegnarsi a segnalare alla Stazione Appaltante le difficoltà o di dubbi di fondo che dovesse incontrare nella esecuzione della traduzione;
- mantenere la riservatezza su tutto il materiale e la documentazione, garantendo che i dati e le informazioni non saranno divulgati e fatti conoscere a terzi.



Dovranno essere tradotte una media di 400 cartelle (1.500 battute spazi inclusi a cartella) nelle 4 lingue. E' possibile che le cartelle da tradurre in inglese siano di più di quelle da tradurre nelle altre tre lingue, ma il totale dovrà comunque essere di 1.600 cartelle tradotte.



Redazione contenuti del portale turistico del Vallo di Diano

I servizi redazionali per la pubblicazione sul portale turistico del Vallo di Diano dei contenuti prodotti e tradotti in altre lingue, comprendono tutto ciò che è necessario per garantire la fruibilità delle informazioni secondo gli standard indicati nei documenti di gara. Per la pubblicazione definitiva delle varie informazioni sarà necessaria la preventiva validazione della D.L. e del R.U.P. in rappresentanza della Stazione Appaltante, con riferimento sia alla correttezza dei contenuti, sia alla effettiva fruibilità delle stesse, sia alla correttezza formale delle modalità di presentazione delle stesse.

Per la pubblicazione sul portale di contenuti particolari (es. modelli 3D e virtual tour), si potrebbe rendere necessaria l'acquisizione e fornitura di software e/o di plugin specifici. Sarà cura del fornitore acquisire e installare le componenti necessarie in accordo con il personale che gestisce il portale turistico. Eventuali licenze dovranno essere intestate alla Comunità Montana.



PROGETTAZIONE GRAFICA

La progettazione grafica deve prevedere la presentazione di bozze di layout grafico per operare la scelta di quello più idoneo. La grafica rappresentata nelle tavole di progetto è a scopo prettamente esemplificativo, per cui viene lasciata libertà propositiva all'appaltatore;

E' richiesta la realizzazione e l'utilizzo di un logotipo e dei domini Internet registrati; predisposizione alla localizzazione multilingue, con la possibilità di inserire testi in versione italiana ed altre lingue; approccio informativo con ricerca testuale e cartografica; articolazione degli spazi in modo da favorire la documentazione fotografica e video, con lunghezza ridotta delle parti testuali; progettazione modulare della grafica delle pagine in base a dimensione e contenuti; definizione di un numero minimo di contenuti digitali per pagina; definizione di un modulo per i contenuti costantemente in evidenza; gestione di un modulo per campagne con banner multiformato schedulabili per inizio e durata di pubblicazione. Visualizzazioni contestualizzabili alla navigazione; integrazione con il sistema di cartografia in modo da prevedere adeguati



22

HOME



spazi per la presenza di rappresentazioni cartografiche; rispetto delle norme e delle direttive sulla realizzazione, accessibilità e usabilità dei siti Internet.



SEO per il portale turistico del Vallo di Diano

Il servizio sarà composto dalle seguenti attività:

a) Controllo SERP dei motori di ricerca (On page seo):

- Attività di controllo e analisi: attività di controllo del posizionamento del portale nei principali motori di ricerca secondo gli obiettivi fissati sul territorio nazionale e nei paesi esteri di interesse per le fasce e le caratteristiche di utenza individuate; suggerimento di soluzioni tecnologiche e di eventuali contenuti per il suo miglioramento. Verifica costante dei livelli di posizionamento in SERP organica sia desktop che mobile, segnalazione tempestiva di eventuali anomalie nei dati e nelle indicizzazioni URL, nei risultati di posizionamento, fine tuning dove necessario (con attenzione particolare alle SERP mobile);
- Segnalazioni di upgrade dell'algoritmo in particolare del motore Google e specifiche di intervento; - Affiancamento su nuove implementazioni (es. Landing page, nuovi servizi, ecc) sia per il portale, sia per eventuali campagne o iniziative speciali;

b) Controllo e check up portale:

- Supporto alla revisione e ottimizzazione tecnica del portale, sia desktop che mobile, in collaborazione con il fornitore tecnologico almeno per le seguenti attività: - Internal linking - Ottimizzazione pagine per SERP mobile - Supporto all'approntamento e settaggio dei metadati (schema.org, speakable ecc)
- Supporto all'implementazione AMP - Supporto alla strutturazione delle sitemap - Monitoraggio e "pulizia" del sito: pagine di errore, link non funzionanti ecc.
- Ottimizzazione metadati immagini e video - Ottimizzazione UX e metadati specifica sulle landing page di campagna



c) Supporto alle attività di CRO:

- Attività di supporto all'ottimizzazione delle conversioni e delle performance del traffico organico con indicazioni specifiche e check up periodici.

d) Affiancamento nel set-up di codice di Google Analytics, Tag Manager e Google Data Studio, Google Search Console, pixel e cataloghi Facebook:

- Supporto tecnico nella configurazione di Google Analytics e degli script di tracciamento



- Supporto nella predisposizione di “rapporti personalizzati” e sulla configurazione di “obiettivi”, “eventi”, alert anomalie o di altre funzionalità avanzate di Google Analytics. - Consulenza sull'utilizzo della Search Console ed eventuali set-up
- Consulenza sull'utilizzo di Google Data Studio o di altri tool di web analytics che Google potrebbe offrire in futuro - Consulenza e gestione di Google Tag Manager nell'implementazione dei molteplici pixel e codici di tracciamento - Supporto tecnico per configurazione e utilizzo di Google Actions.
- Supporto tecnico alla creazione, configurazione e manutenzione di feed a partire da dati forniti da TM.

e) off page SEO:

Attività di link monitoring Affiancamento e consulenza nell'attività di link monitoring. Tra le altre attività: - Monitoraggio, segnalazione e supporto alla rimozione degli spam links

- Monitoraggio dei referral e segnalazione di eventuali cali di traffico derivanti da problemi nei link da una fonte abituale (rimozione contenuto, redirect errato ecc).

- Ottimizzazione metadati specifici per altri canali/piattaforme (ad esempio YouTube, Amazon ecc...)

f) Attività di aggiornamento rispetto ai temi dell'appalto, per un minimo di 24 ore annue, da svolgersi presso la sede della stazione appaltante.

Tutto il materiale testuale e fotografico dovrà essere post-prodotto e adattato al sito web in ottica SEO, così da essere perfettamente raggiungibile da tutti i motori di ricerca.

App di gestione “Atlante dei saperi del Vallo di Diano”

APP ATLANTE DEI SAPERI DEL VALLO DI DIANO

L' app è lo strumento di gestione e di connessione tra il fruitore ed il luogo dei contenuti. Tramite dispositivi smart sarà possibile accedere ad informazioni, interagendo, vivendo e visitando il territorio e i poli della memoria. Il funzionamento dell'app permetterà:

1. la gestione veloce delle informazioni contenute nel sito come ad esempio, informazioni turistiche, itinerari, percorsi, mappe tematiche, videoguide, audioguide, video e spot, contenuti provenienti da altre progettualità come vetrine e stand virtuali, contenuti fruibili e studiati per persone disabili ecc.





2. l'accesso tramite dispositivo smart (ormai diffusissimo ed in dotazione alla maggior parte dei visitatori). Tutti gli allestimenti, sia tecnologici che non, devono avere la possibilità di interagire con i dispositivi smart mediante collegamento diretto (ad esempio geolocalizzazione, QRcode, NFC, Beacon, ecc). In questo modo sarà possibile evitare il più possibile l'utilizzo di infrastrutture tecnologiche, negli allestimenti, che sono soggette a veloce obsolescenza. Sfruttando il potenziale tecnologico degli smartphone sarà possibile contenere i costi di gestione, ma soprattutto mantenere



MECCANISMI INTERATTIVI DI NOTIFICA POP-UP ATTIVABILI MEDIANTE GEOLOCALIZZAZIONE PER FORNIRE INFORMAZIONI IN TEMPO REALE AL FRUTTORE CHE SI DOVESSE TROVARE NELLE PROSSIMITÀ DEI POI

25

aggiornato tecnologicamente il sistema dei poli in quanto ogni utente di solito cambia il proprio dispositivo ogni 2-3 anni. Concentrandosi sulla qualità dei contenuti web sarà quindi possibile ottenere un sistema informativo sostenibile e facilmente gestibile.

L' app potrà interagire con il fruitore sia all' interno dei poli, sia durante la permanenza. Con i servizi di geo localizzazione ad esempio si possono attivare delle notifiche sul dispositivo smart dell'utente con informazioni turistiche sui siti nelle vicinanze, attività commerciali come bar, ristoranti e servizi di prima necessità (banca, farmacia, ufficio postale ecc.) Tali notifiche saranno cliccabili, per permettere di raggiungere diversi livelli di informazione (ad esempio notizie storiche, curiosità, leggende, tradizioni collegate al sito di interesse), nonché le informazioni su come raggiungere i siti, il tragitto più breve ed i tempi di permanenza consigliati, in modo da poter programmare la permanenza e costruire autonomamente il proprio itinerario. L' app permetterà di ottenere anche delle credenziali virtuali, molto diffuse tra i camminatori ad esempio, che saranno acquisibili nei vari poli. Tale credenziale permetterà l'acquisizione di un attestato virtuale che potrà essere scaricato e stampato dal camminatore a completamento degli itinerari. Tale soluzione potrebbe essere ad esempio una delle possibili forme di incentivo ad aumentare la permanenza, a





raggiungere tutti i siti (e quindi visitare tutti i paesi del vallo di Diano) e a scoprire le peculiarità dell'intero territorio.

Il servizio comprende:

- Progettazione e realizzazione dell'infrastruttura
- Funzione di gestione lunghi itinerari a tappe e vaste reti di percorsi
- Funzione Prenota (Booking)
- Funzione di gestione "reti locali", con diversi livelli di approfondimento della conoscenza dei territori
- Funzione di gestione degli itinerari con abbinamento alle strutture di accoglienza, eventualmente prenotabili su Booking.com o altre piattaforme
- Funzione notifiche con georeferenziazione (POI)
- Funzione mappa interattiva
- Funzione audioguida
- Funzione visualizzatore 3D di modelli architettonici con barra del tempo
- Funzione Virtual tour
- Funzione di navigazione interattiva immersiva con il territorio e dialogo mediante pop-up attivabili con QRcode, NFC o Beacon e geolocalizzazione, con i Poli fisici siano essi principali o satellite, con la Vetrina del Vallo di Diano e con i punti di interesse (chiese, monumenti, punti di interesse, skylines, ecc.)

26

L'applicazione (obbligatoriamente di default in Italiano, con opzione per l'Inglese, francese, spagnolo, tedesco), scaricata sul proprio smartphone, dovrà fornire agli utenti funzionalità di natura partecipativa relativamente agli "oggetti multimediali" che questi stessi andranno ad inserire. La APP dovrà consentire agli utenti la funzione partecipativa del viaggio attraverso il tracciamento della mappa dell'itinerario percorso. Ogni mappa sarà fruibile direttamente dal proprio smartphone oppure dovrà poter essere esportata sulla piattaforma web per condividerla con i propri amici.

Ogni percorso creato dovrà essere suddiviso per tappe e ad ognuna di esse dovranno poter essere associati contenuti georeferenziati (foto scattate direttamente dallo smartphone, testi o immagini scelte dal proprio archivio, commenti, tag, eccetera). Nel dettaglio dovrà essere possibile per ogni utente taggare i contenuti inseriti con le seguenti caratteristiche:

- ☐ inserire POI (point of interest, punti di interesse) completi di informazioni testuali ed immagini
- ☐ condividere con altri utenti i contenuti inseriti (funzione privato/pubblico)
- ☐ commentare i contenuti degli altri utenti
- ☐ georeferenziare i contenuti
- ☐ visualizzare su Google Maps i POI e gli itinerari inseriti
- ☐ inviare ai propri amici segnalazioni su nuovi itinerari o POI inseriti

Le mappe create dovranno essere fruibili tramite la tipica visualizzazione dello smartphone a livelli oppure direttamente interagendo con i POI creati nella mappa stessa. Ogni contenuto dovrà essere modificabile in qualsiasi momento. Tutti i percorsi resi pubblici dagli utenti dovranno essere ricercabili e visibili sui social media che sul sito web dedicato e dovrà essere preferibilmente presente una funzionalità di ricerca per prossimità rispetto alla posizione corrente di ogni utente (e comunque sviluppata in seguito all'immissione in commercio).



Si potrà valutare la possibilità di creazione di webservice di collegamento che permettano il trasferimento e l'adattamento di contenuti dal CMS usato per il portale turistico Web. Questo anche al fine di mantenere costante l'allineamento dei contenuti portale - APP.

Devono essere predisposti meccanismi interattivi di notifica Pop-up attivabili mediante geolocalizzazione per fornire informazioni in tempo reale al fruitore che si dovesse trovare nelle prossimità dei POI. Inoltre bisogna predisporre meccanismi di interazione con i “Poli fisici” e con l’allestimento chiamato “la Vetrina del Vallo di Diano”, in modo da permettere di dialogare con l’istallazione in maniera esaustiva mediante mediante l’ accesso a contenuti web attivabili mediante Links del tipo Qr code o similari.

27

B. Servizi accessori/complementari.

manutenzione correttiva; manutenzione evolutiva, da intendersi come adeguamento delle APP alle eventuali nuove versioni dei sistemi operativi, delle librerie e dei software di base. In corrispondenza delle fasi relative allo stato di avanzamento e, in ogni caso, entro la scadenza del termine contrattuale, verranno acquisite/i:

1) licenza di utilizzo, in via esclusiva illimitata nel tempo, delle APP, comprensiva delle risultanze/migliorie determinatesi a fronte degli interventi (eventuali) relativi sia alle attività che compongono il “servizio principale” sia a quelle inerenti gli interventi di manutenzione correttiva e/o evolutiva;

2) La Stazione appaltante si riserva, altresì, di fornire al Contraente precise indicazioni vincolanti, anche in corso d'opera, relative a eventuali integrazioni e modifiche dell’oggetto e delle caratteristiche tecniche dell’appalto, che sono indicati nel presente capitolato speciale e nello schema di contratto.



L’APP da realizzarsi dovrà presentare le seguenti caratteristiche tecniche:

Deve essere “native”, ovvero compilata in codice specifico per il dispositivo; devono essere dotate di layout grafico progettato e realizzato per dispositivi mobile sia di tipo smartphone sia di tipo tablet; deve essere fruibile secondo modalità “cross-platform”, funzionando correttamente sia su dispositivi iOS sia su Android; deve garantire il funzionamento mediante utilizzo di dispositivi di diffusione comune; deve consentire la fruizione di contenuti statici precaricati e dinamici, prelevati direttamente da risorse presenti sul web o appositamente creati; deve consentire la piena integrazione con i moduli cartografici nativi presenti nei diversi tipi di device; deve prevedere l'utilizzo di GPS, bussola, accelerometro, fotocamera, ecc.; deve assicurare il massimo grado di interoperabilità con il mondo dei social network, garantendo la possibilità di interazione con le APP social presenti sui device, all’interno delle community di appassionati; deve consentire



il pieno supporto alle visualizzazioni in 3D real-time, che sfruttino appieno le potenzialità delle CPU presenti a bordo dei vari dispositivi. In particolare è prevista l'integrazione con videogames e simulazioni interattive.

Sala espositiva attrezzata presso la Certosa di S. Lorenzo a Padula.

COSA SARA'

Sarà vetrina anch'essa multimediale con dotazioni di realtà aumentata volta ad illustrare le attrazioni culturali del Vallo di diano. L' allestimento, in linea con l'idea di sostenibilità sarà così realizzata:

- Avrà una dotazione semplice, di facile lettura e fruibile anche a persone diversamente abili con delle sezioni specifiche dedicate a loro (mappe e modelli tattili, contenuti ad hoc attivabili tramite il proprio smartphone (audioguide ad esempio)
- Potrà avere diversi livelli di fruizione in modo da poter raggiungere varie tipologie di utenza (ad esempio potrebbe essere utile studiare momenti di intrattenimento per bambini mediante animazioni e avatar che raccontano storie, oppure giochi attivabili tramite l'app (a titolo esemplificativo si potrebbe realizzare il gioco dell'oca versione Vallo di Diano)
- Avrà una linea di comunicazione innovativa, accattivante e compatibile con i luoghi che la ospitano

28

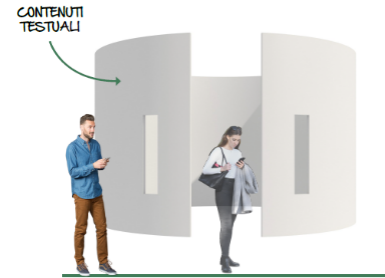
PROBLEMATICHE DA RISOLVERE PER UNA GESTIONE SOSTENIBILE:

L' installazione:

1. Deve avere una comunicazione essenziale e snella (il turista medio deve poter acquisire la maggior parte delle informazioni in un intervallo breve di 5-10 min) quindi sono da privilegiare elementi di comunicazione per immagini, siano esse proiettate, stampate, in forma di grafico, anche con tecniche innovative (proiezioni sferiche, ologrammi ecc....) e da suoni sottoforma di suggestioni musicali, rumori naturali, testi raccontati o recitati. Tale scelta è facilmente fruibile da diversi target di utenti sia normodotati che disabili, poco impegnativa per il fruitore.
2. Deve essere posizionata in un posto "intelligente", possibilmente in prossimità di un punto visibile da raggiungere all' uscita dalla Certosa, poiché il turista che arriva a Padula lo fa di solito per visitare il Cenobio per la quale probabilmente si è documentato ampiamente prima di partire e a cui potrebbe non voler sottrarre tempo all'inizio della visita. La vetrina dovrebbe avere un momento di approfondimento dei temi culturali che offre il territorio di supporto alla permanenza (ad esempio cosa fare se uno ha a disposizione poche ore, una giornata intera o diversi giorni da passare ancora nel Vallo di Diano). Il posizionamento intelligente potrebbe anche fornire le basi per incuriosire il fruitore per indurlo a tornare programmando magari una intera vacanza nel Vallo di Diano.

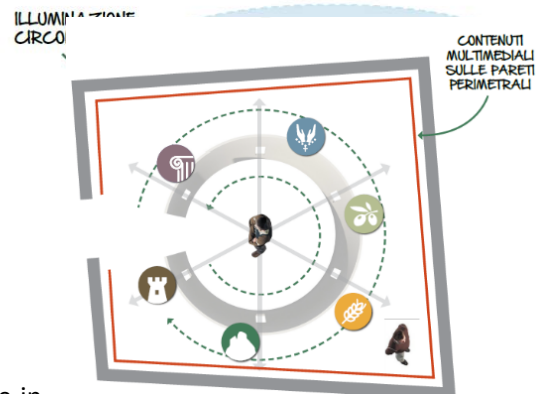


3. Immaginare di poter programmare diversi livelli di approfondimento, da intendere come una specie di layers da accendere a seconda delle informazioni che si vogliono ottenere, e che si possono intrecciare e sovrapporre in una serie di maglie collegate per nodi (concettualmente come si fa con una programmazione GIS ma utilizzando altre forme di rappresentazioni per immagini).
4. Privilegiare forme di rappresentazioni interattive che possano interagire con i propri smartphones, tablets ecc. ormai largamente diffusi ed aggiornati periodicamente dai fruitori che normalmente li sostituiscono in media una volta ogni 2-3 anni. Concentrando la chiave di lettura dei contenuti mediante l'utilizzo di dispositivi personali si migliora anche la fruibilità in sicurezza in periodi di pandemia da Covid, tema quanto mai attuale e che di fatto sta limitando in maniera catastrofica la fruizione dei musei, che man mano stanno provando a trovare soluzioni alternative per garantire i propri servizi. Ormai anche l'interazione tra questi dispositivi e le fonti di informazioni sono quanto mai sofisticate ed affidabili ed utilizzano segnali wifi, bluetooth, geolocalizzazione oppure riconoscimento per immagini come lo scanner ed il QR Code.



29

Alla luce di quanto sopra descritto si prevede la realizzazione di un allestimento semplice all'interno di uno dei locali all'ingresso della Certosa di San Lorenzo costituito da una serie di immagini interattive da stampare su supporto tipo dibond, con rimandi interattivi da poter fruire mediante interazione con lo smartphone a modi tour virtuale, dove sarà possibile ottenere approfondimenti immersivi. Dovranno essere previsti supporti e pannellature autoportanti che limitino il più possibile l'ancoraggio alle pareti del monumento in modo da garantire la perfetta reversibilità. Al Centro della Stanza verrà realizzato un cilindro autoportante in lastre metalliche in



pannelli assemblati in loco ed autoportanti, sui quali verranno prodotti ulteriori tematismi immersivi a 360 gradi. Attraverso delle feritoie sarà possibile inquadrare punti di vista particolari in modo da enfatizzare dei punti di vista sull'allestimento che verranno trattati in maniera specifica rispetto ai temi dei vari Poli. La vetrina così concepita avrà una struttura statica che diventa dinamica interagendo con lo smartphone del visitatore, il quale attiva funzionalità specifiche quali navigazione 3d, didascalie pop-up, podcast, video, tours virtuali ecc. La gestione materiale in questo modo si riduce al minimo ed evita la necessità di guide turistiche, operatori custodi ecc., non vi sono dotazioni tecnologiche soggette ad obsolescenza veloce come computers, proiettori ecc. ma solo pannellature che offrono la base per rimandi multimediali da fruire con gli smartphone. Tale soluzione risulterà essere vincente perché limita il contatto con le superfici per una maggiore igiene in ottica di una riduzione del rischio di contagio da malattie infettive. I podcast, i video e tutti i contenuti prodotti potranno essere visionati in anteprima nella vetrina, ma anche approfonditi direttamente sul territorio che diventa esso stesso la "Vetrina del Vallo di Diano".



Realizzazione di n. 6 Poli informativi tecnologici con allestimento ed attrezzature e Poli satellite da inserire su tutto il territorio del Vallo di Diano

I Poli fisici principali saranno sei luoghi simbolici da caratterizzare secondo delle installazioni specifiche, ognuno con un focus già individuato dalla stazione appaltante:

Pertosa-Auletta - MUSEI IN RETE

Padula - I LUOGHI DELLA FEDE

Sassano - DIETA MEDITERRANEA

Monte S. Giacomo - I LUOGHI DELLA MEMORIA

Sanza - LA VETTA DELLA CAMPANIA.MONTE CERVATI

Teggiano - I CENTRI STORICI DEL VALLO DI DIANO

FUNZIONALITA'

Sono segni sul territorio che evocano il tema, che sarà caratterizzato da una texture specifica di materiale che ne identificherà il tema in maniera univoca. Analogamente al meccanismo di comunicazione interattivo descritto per la Vetrina del Vallo di Diano, verranno proposte informazioni ed esperienze immersive di realtà aumentata volte ad incuriosire il fruitore ad approfondire le tematiche individuate. Si è pensato di preferire delle soluzioni all'aperto, come exhibit interattivi, che possano fungere da "segno". Tale condizione potrebbe rappresentare un punto focale come accade per installazioni allestite in diverse città che sono ormai diventate iconiche.

QUALI SONO LE PROBLEMATICHE DA RISOLVERE PER UNA GESTIONE SOSTENIBILE DEI VARI PUNTI:

1. Devono essere pensati per poter funzionare in assenza di personale in modo da non gravare sulle stazioni appaltanti
2. Devono essere collocati in posti aperti al pubblico, liberamente fruibili senza necessità di apertura e chiusura
3. Devono essere collocati in luoghi protetti e sorvegliabili (anche da remoto)
4. Potrebbero ospitare momenti di realtà aumentata realizzabile mediante l'interazione delle installazioni con il proprio smartphone. Tale possibilità potrebbe limitare il contatto con le superfici, cosa molto importante da considerare dato il periodo pandemico.



SCELTA DI PROGETTO

POLI PRINCIPALI

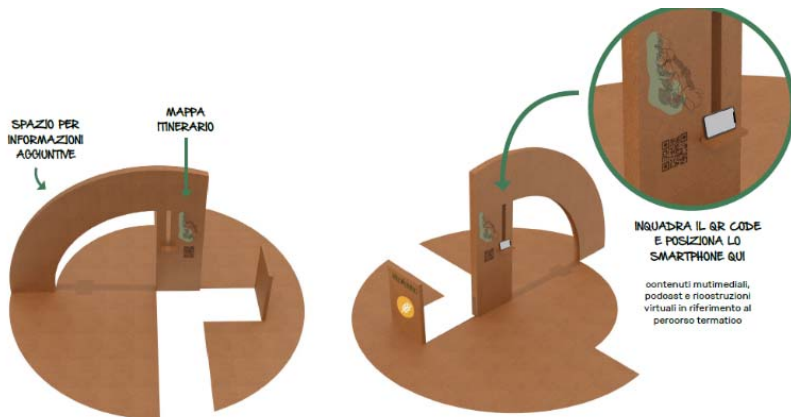
Si è pensato ad una serie postazioni all'area aperta da realizzare in materiale metallico corredate da un Totem informativo in pannelli di acciaio Corten da 3 mm scatolati con bordo da 3 cm a formare una nicchia per l'alloggiamento di altro materiale identificativo del «POLO» (legno, altro metallo, pietra marmo ecc). Sul pannello verrà applicata grafica a bassorilievo con lavorazione a pantografo e rimando Qr Code che permette la interazione del Polo Con l'App che attiva esperienze immersive da fare con il proprio smartphone, oltre a rimandi specifici relativi ad informazioni turistiche di vario tipo, tipiche di un infopoint tradizionale. Inoltre è previsto un pannello informativo inclusivo più piccolo. Sul pannello verrà applicata grafica a bassorilievo con lavorazione a pantografo e rimando Qr Code che permette la interazione del Polo Con l'App. Si prevede la possibilità di inserire didascalie anche in braille, podcast e contenuti fruibili da persone diversamente abili.

POLO TEMATICO

UBICAZIONE: Monte San Giacomo



31



**POLI SATELLITE**

I Poli satellite saranno dislocati su tutto il territorio del Vallo di Diano in punti specifici da individuare in fase di progetto. Avranno la stessa funzione dei Poli principali, ma avranno una dimensione contenuta ed una forma accattivante. Avranno colorazioni che rimandano ai tematismi dei poli. Avranno anch' essi la possibilità di attivare didascalie, files multimediali audio video ecc.

**TOTEM
POLI SATELLITE
E PUNTI D'INTERESSE
PRESENTI LUNGO GLI
ITINERARI**

**MUSEI IN RETE**

tutti i punti di interesse del percorso saranno così identificati
n 22 musei



32

Per le informazioni di dettaglio si faccia riferimento alle tavole esplicative a corredo della stessa.

CRONOPROGRAMMA ESECUTIVO DEI LAVORI

I lavori si svolgeranno nell' arco temporale di 19 mesi naturali e consecutivi. La sintesi della programmazione temporale degli stessi è riportata nel seguente diagramma:

DESCRIZIONE	MESI																		
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19
ATTIVITA' DI STUDIO E RICERCA RELATIVA ALLA REALIZZAZIONE DI ITINERARI TURISTICI OUTDOOR E TURISTICO-CULTURALI																			
PROGETTAZIONE E RILIEVI GPS																			
ACQUISIZIONE DOCUMENTAZIONE MULTIMEDIALE E CONTENUTI IMMATERIALI																			
ATTIVITA' SEO																			
PROGETTAZIONE APP																			
CONSEGNA FORNITURE																			
ALLESTIMENTI POLI DELLA MEMORIA																			
ALLESTIMENTI VETRINA DEL VALLO DI DIANO																			
ULTIMAZIONE LAVORI, CONTABILITA', VERIFICHE E COLLAUDI AMMINISTRATIVI																			

Padula Aprile 2021

Il progettista
Arch. Michele Sanseviero