

CITTA' DI TRICASE

PROVINCIA DI LECCE

Programma Operativo Interregionale "Attrattori culturali, naturali e turismo"

POLO SALENTO

"La Rena e le Sette Bocche", l'antico approdo di Tricase. Interventi di recupero, restauro, valorizzazione e fruizione delle storiche grotte (complesso rupestre), delle antiche abitazioni dei pescatori e delle aree esterne di pertinenza del Porto di Tricase.

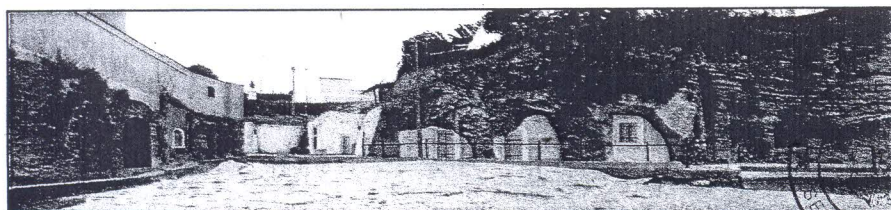
Progetto esecutivo - € 1.150.000,00

All. 03

Relazione tecnica
Servizi produzione Video
Servizi forniture arredi ed attrezzature

scala: varie

Data Aprile 2014



Il Sindaco
Dott. Antonio G. Coppola

R.U.P.
geom. Blagio Accogli

Il Progettista
Ing. Vito Ferramosca

Collaboratori
Geom. Francesco Cassiano
Istrutt. Amm.vo Giuseppe De Paola



COMUNE DI TRICASE
Settore LL.PP.

Espresso parere favorevole in linea
tecnica, ai sensi della L.R. 13/2001

Tricase li

Il Responsabile del Settore LL.PP.
Ing. Vito Ferramosca

POIN - Programma Operativo Interregionale "Attrattori culturali, naturali e turismo"
Progetto: "La Rena e le Sette Bocche", l'antico approdo di Tricase.

FORNITURE

Descrizione

La scelta delle attrezzature e arredi è stata condotta sulla base della destinazione funzionale e delle particolari condizioni di microclima degli ambienti, estrema vicinanza al mare e specificità di essere scavati nel tufo.

Segue elencazione delle attrezzature e arredi per singolo ambiente/grotte.

1) **Casa/grotta dei pescatori.** Considerate le caratteristiche strutturali del vano, la struttura si presta per ospitare un **INFOPOINT/SERVICE** dell'area recuperata e dell'intero porto museo. Pertanto, il vano sarà attrezzato al fine di consentire l'accesso agli ospiti per:

- i) **richiedere informazioni** e prendere materiale informativo (**info desk**). A tal fine sarà necessario che il desk sia costituito da una scrivania, cassetiera e 4 sedie. Inoltre saranno disponibili 4 librerie e 2 vetrinette per il materiale informativo. 2 PC (uno di servizio e uno disponibile per gli ospiti) e uno schermo da 60 pollici per proiettare informazioni, foto e video dell'area completeranno lo spazio informativo;
- ii) **Service per le escursioni a mare e terra** (percorsi costieri e marini). dotazione di attrezzatura per diving e sea watching, walewatching (avvistamento e recupero cetacei, tartarughe, ...) per 10 persone (maschere, pinne); n. 10 biciclette per visite guidate/escursioni lungo la costa; inoltre, saranno acquistate una telecamera e una macchina fotografica.
- iii) La vecchia **cucinetta**, scavata nella roccia, con l'antico camino (focalire), sarà riattivata per riproporre le tradizionali ricette della tradizione marinaiasca, un vero e proprio laboratorio storico di cucina mediterranea al servizio della grotta stalla (dove non sarà possibile cucinare per l'impossibilità di portare servizi idrici, cappe di aspirazione e quanto necessario per una cucina). A tal fine detto spazio sarà allestito con frigorifero, cucina e forno, lavello e lavastoviglie e stoviglie.

2) **GROTTA SLOW SEA**, uno spazio dedicato alla cultura del mare e delle attività connesse. Le principali funzioni sono:

- i) La grotta 1 diventa un **Centro di educazione ambientale del mare**, uno spazio da dedicare ad attività didattica, seminari, momenti di incontro della comunità locale. Lo scopo è formare e/o educare ai mestieri del mare (pesca, maestri d'ascia, ecc); a guide turistiche ambientali; all'artigianato. Lo spazio sarà allestito con un tavolo per relatori, 20 postazioni a sedere, La sala sarà dotata di un PC, videoproiettore e impianto audio-video.
- ii) la grotta 2 diventa uno spazio collegato al primo e destinato a diventare un **hub per giovani** aspiranti imprese nel settore della valorizzazione culturale, ambientale e turistica del territorio ambientale. Uno spazio attrezzato di coworking con collegamento internet dotato di 6 scrivanie, un tavolo riunioni, 18 sedie, n.7 armadi; 3 librerie/credenze e uno spazio caffè (macchina caffè, frigo e lavabo); n.7 PC e un video proiettore/tv.

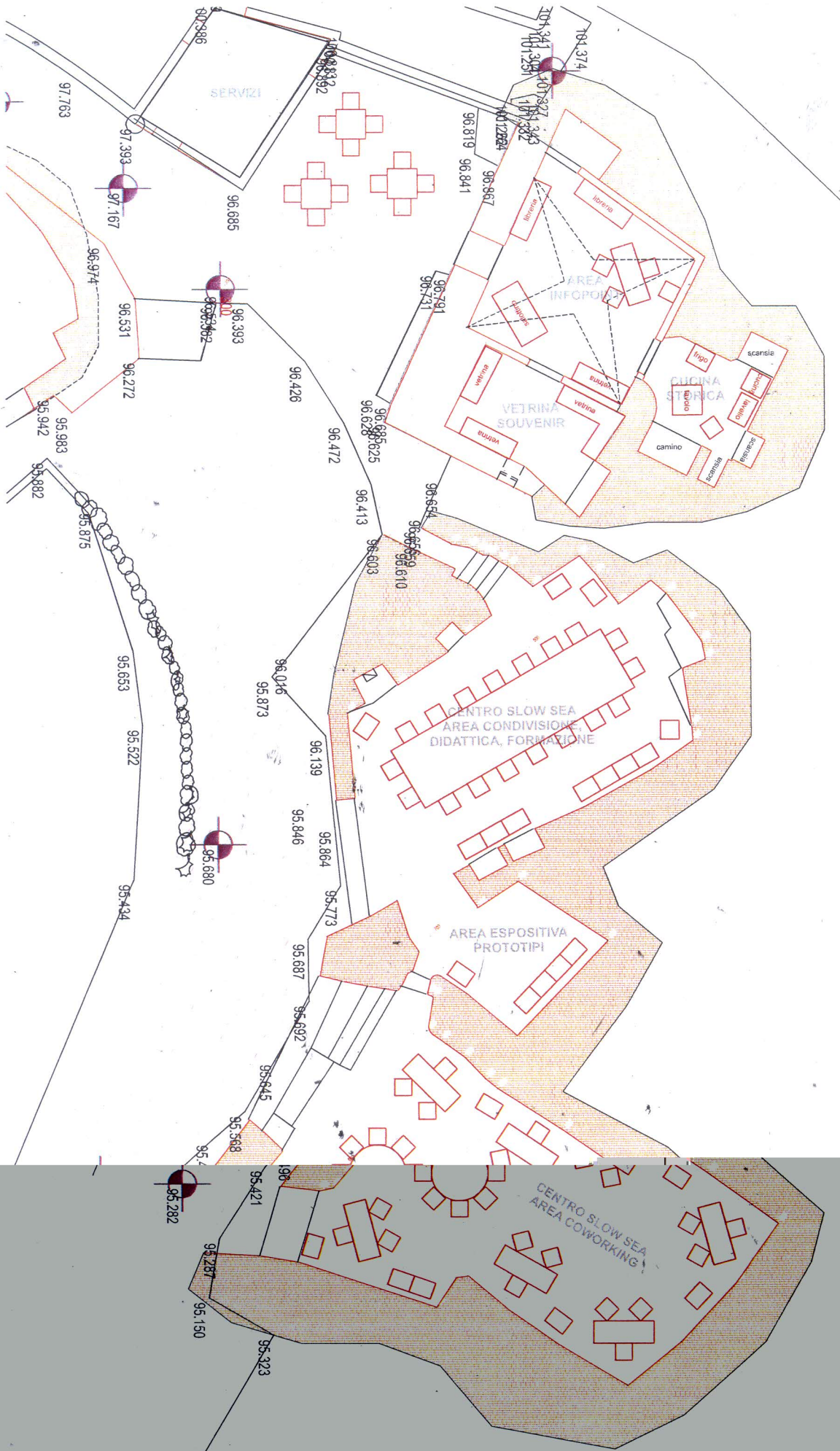
3) **Grotta Stalla.** La grotta stalla, insieme alla adiacente **grotta 3**, diventa la parte riservata all'alimentazione, al cibo, **AREA LOCAL FOOD**. La "Grotta Stalla" sarà dedicata al momento "conviviale", tipico della Dieta Mediterranea, dove intorno al mangiare, al cibo, ai prodotti tradizionali di questo mare e terra, si scopre la cultura locale, le caratteristiche dell'ambiente e paesaggio circostante, del racconto di storie di mare. Lo spazio sarà dedicato a:

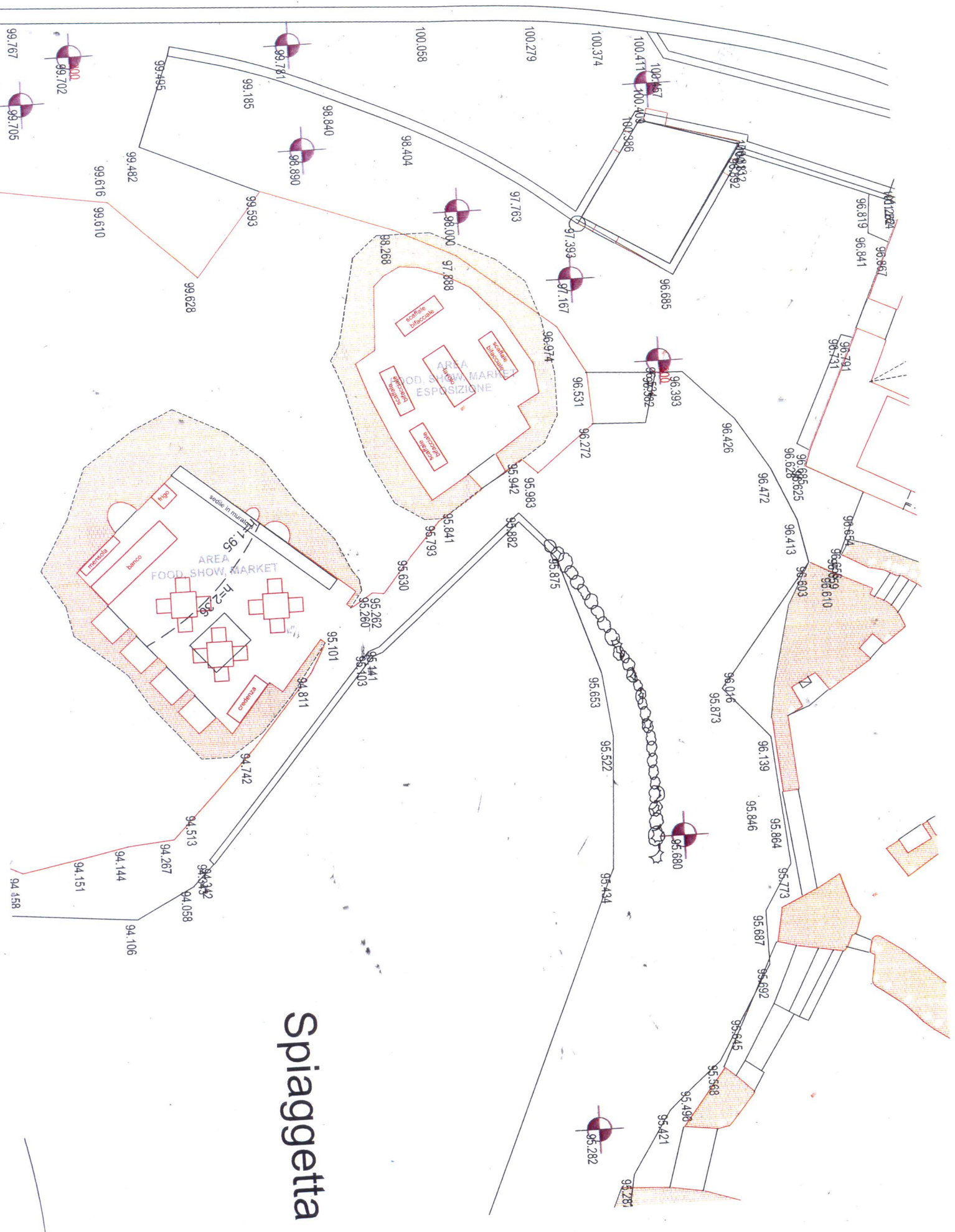
- i) **"taverna degustazioni prodotti enogastronomici della cultura locale"** in cui il visitatore, guidato da esperti in gastronomia, storia e tradizioni locali, può entrare, assaggiare vino, olio, pesce conservato (alici, sardine, tonno sott'olio, ...) ma anche ortaggi, conserve, marmellate, formaggi stagionati, prodotti da forno ed eventualmente acquistare. Gli allestimenti necessari sono: un banco da miscita del vino/olio, n.1 credenza; un frigo; n.3 tavoli e 12 sedie, un tv led.
- ii) **Grotta esposizione prodotti della cultura enogastronomica e dell'artigianato locale.** Un piccolo spazio adiacente la grotta stalla che sarà dedicato a vetrina permanente dei prodotti locali sia alimentari che dell'artigianato. L'ambiente sarà allestito con n.4 vetrine espositori, un tavolo espositore e uno schermo da 60 pollici e pc touch che proietteranno tradizioni, ricette, tecniche legate al prodotto esposto, realtà locali (artigiani, aziende agricole, ecc) da visitare.

Inoltre è previsto l'acquisto di attrezzature per il collegamento internet dell'intera area e per la videosorveglianza.

| Area | Descrizione | Stima | |
|--|---|--------------------|--------------------|
| Generale | Allacciamento Telecom-ADSL | € 1.000,00 | |
| | Router | € 100,00 | |
| | Switch | € 200,00 | |
| | Cablaggio strutturato n.10 punti rete | € 1.500,00 | |
| | N. 10 AP wireless | € 1.000,00 | |
| | Antenna parabolica con 8 uscite indipendenti | € 100,00 | |
| | Cablaggio cavi antenna parabola n. 8 punti TV satellitare | € 300,00 | |
| | Sistema videosorveglianza telecamere esterne alta resistenza agenti atmosferici | € 2.000,00 | |
| | Sistema di storage multimediale centralizzato 32TB | € 2.500,00 | € 8.700,00 |
| | | | |
| Area InfoPoint | TV LED 46" | € 1.500,00 | |
| | PC All-in-one touchscreen | € 1.500,00 | |
| | Notebook | € 1.000,00 | € 4.000,00 |
| | | | € - |
| | | | |
| Centro Slow Sea- educazione ambientale | Sharp AQUOS BOARD™ interactive display system | € 4.500,00 | |
| | Smart Podium | € 3.000,00 | |
| | Sistema traduzione simultanea da sala | € 2.500,00 | |
| | Sistema traduzione simultanea per visite guidate | € 1.000,00 | |
| | Sistema audio-video conferencing con registrazione sessioni e sistema di supervisione e controllo (es. QuickMedia Classroom della Crestron) | € 2.500,00 | |
| | TV LED 55" | € 2.000,00 | |
| | Notebook | € 1.000,00 | € 16.500,00 |
| Centro Slow Sea- Coworking | videoproiettore e schermo | € 1.500,00 | |
| | PC All-in-one touchscreen | € 1.500,00 | |
| | n.5 Notebook | € 2.500,00 | € 5.500,00 |
| | | | |
| Area Local Food 1 | TV LED 46" | € 1.500,00 | |
| | | | € 1.500,00 |
| | | | |
| Area local Food 2 (esposizione) | TV LED 46" | € 1.500,00 | |
| | PC All-in-one touchscreen | € 1.500,00 | € 3.000,00 |
| | | | |
| TOTALE | | € 39.200,00 | € 39.200,00 |

| Area | Descrizione | numero | costo unitario | costo totale |
|---|--------------------------------------|--------|----------------|--------------|
| grotta stalla – area local food - taverna degustazioni | tavoli quadrati | 3 | 500,00 | 1.500,00 |
| | sedie | 12 | 100,00 | 1.200,00 |
| | credenza | 1 | 1.200,00 | 1.200,00 |
| | banco mescita | 1 | 1.000,00 | 1.000,00 |
| | frigorifero | 1 | 700,00 | 700,00 |
| | | | | 5.600,00 |
| Grotta esposizione prodotti (area local food) | vetrine espositori | 4 | 500,00 | 2.000,00 |
| | tavolo | 1 | 400,00 | 400,00 |
| | | | | 2.400,00 |
| Info point (casa pescatore) | librerie | 4 | 600,00 | 2.400,00 |
| | vetrine | 2 | 700,00 | 1.400,00 |
| | scrivania | 1 | 400,00 | 400,00 |
| | cassettiera | 1 | 600,00 | 600,00 |
| | sedie | 4 | 100,00 | 400,00 |
| | tavoli | 4 | 400,00 | 1.600,00 |
| | sgabelli | 12 | 65,00 | 780,00 |
| | frigorifero | 1 | 700,00 | 700,00 |
| | cucina+ forno | 1 | 900,00 | 900,00 |
| | lavello | 1 | 500,00 | 500,00 |
| | lavastoviglie +stoviglie | 1 | 920,00 | 920,00 |
| | attrezzatura snorkeling | 10 | 100,00 | 1.000,00 |
| | bicicletta | 10 | 200,00 | 2.000,00 |
| | telecamera | 1 | 800,00 | 800,00 |
| macchina fotografica | 1 | 800,00 | 800,00 | |
| | | | | 13.600,00 |
| centro slow sea educazione ambientale | tavolo | 1 | 3.000,00 | 3.000,00 |
| | sedie | 20 | 100,00 | 2.000,00 |
| | | | | 5.000,00 |
| Centro slowsea - coworking | scrivanie | 6 | 400,00 | 2.400,00 |
| | tavolo tondo riunioni | 1 | 1.000,00 | 1.000,00 |
| | sedie | 18 | 100,00 | 1.800,00 |
| | armadi | 5 | 400,00 | 2.000,00 |
| | area caffè (macchinetta, frigo, ecc) | 1 | 2.000,00 | 2.000,00 |
| | | | | 9.200,00 |
| | | | | 35.800,00 |





Spiaggetta

POIN – Programma Operativo Interregionale “Attrattori culturali, naturali e turismo”
Progetto: “La Rena e le Sette Bocche”, l’antico approdo di Tricase.

Servizi per la produzione di video, filmati e stampa/realizzazione di materiale divulgativo.

Descrizione degli interventi.

La finalizzazione culturale delle grotte è legata allo sviluppo di iniziative mirate alla valorizzazione ed alla conoscenza della cultura tipica dei piccoli borghi di mare, in un territorio di confine.

In sintesi, le attività riguarderanno:

- 1) CASA/GROTTA dei pescatori come INFO POINT E SERVICE per accompagnare la conoscenza dei percorsi costieri e marini dell’area Parco Otranto – S.Maria di Leuca – Bosco di Tricase
- 2) Grotta CENTRO SLOW SEA: centro di educazione ambientale e di informazione/formazione ai mestieri del mare; guide turistiche; artigianato; Uno spazio specifico sarà dedicato ai giovani per sviluppare le loro idee di impresa, in continuità ed integrazione con l’aspetto formativo.
- 3) GROTTA STALLA dedicata all’alimentazione – AREA LOCAL FOOD (conoscenza, proposta al pubblico e degustazione di prodotti locali, tipici della tradizione di un piccolo borgo sulla costa)

La destinazione culturale delle grotte si integra in un percorso più complesso di valorizzazione dell’intera area portuale allargata: Centro Culturale Permanente sulle Antiche Tradizioni Marinaresche, Scuola di Antica Marineria, Cantiere del Gusto e Bibliomediateca del Mare presso il “Casotto sul porto”; Museo delle Imbarcazioni Tradizionali (in acqua); il Museo Diffuso del Porto di Tricase; l’Osservatorio sulla biodiversità costiera e marina con relativo Laboratorio di Biologia Marina (aperto ai “curiosi”). Un sistema che si riconosce nell’istituto Ecomuseo del Porto di Tricase (in fase di riconoscimento come “ecomuseo di interesse regionale”).

In altri termini, un sistema integrato completamente fruibile dai visitatori per una “immersione” nella cultura marinara tipica di un piccolo borgo sul mare, strettamente collegato con l’entroterra di un territorio di confine, di una penisola proiettata nel mezzo del Mediterraneo.

Tutto ciò premesso, entrando nello specifico del progetto “La Rena e le Sette Bocche” l’antico approdo di Tricase, l’attività di divulgazione è mirata principalmente ad un target di riferimento rappresentato da “turisti culturali” e da giovani impegnati nella progettazione del loro futuro.

Partendo dal target di riferimento, si è individuato un piano di divulgazione fortemente incentrato sull’uso del web e dei social network, per veicolare i contenuti culturali dell’iniziativa, diffonderne i risultati, condividerne le proposte, comunicarne le attività, fornire informazioni circa i servizi offerti ... anche in futuro.

Considerazioni preliminari alla scelta dello strumento principale di divulgazione.

Quattro italiani su cinque prenotano le vacanze on line. Parola di TripAdvisor che con il sondaggio TripBarometer ha analizzato più di 35.000 viaggiatori e albergatori in tutto il mondo, dei quali 4.911 italiani. Nello specifico, la prenotazione delle vacanze avviene online per il 78% degli italiani.

Turisti prenotati tramite internet per tipologia ricettiva (%)

| | dal sito di proprietà | grandi portali | tramite e-mail | Totale turisti Internet |
|------------------------|-----------------------|----------------|----------------|-------------------------|
| Alberghiero | | | | |
| 2010 | 11,5 | 7,3 | 15,7 | 34,6 |
| 2011 | 11,7 | 9,6 | 18,4 | 39,8 |
| Extralberghiero | | | | |
| 2010 | 11,1 | 6,0 | 18,7 | 35,8 |
| 2011 | 10,7 | 7,4 | 23,9 | 42,1 |
| Totale | | | | |
| 2010 | 11,3 | 6,6 | 17,3 | 35,2 |
| 2011 | 11,2 | 8,4 | 21,4 | 41,0 |

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

- **8 milioni** di italiani modificano le loro scelte d'acquisto in base alle **informazioni** dei **social media**;
- **15 milioni** di italiani si **fidano pienamente** di quanto trovano nei **blog** e nei **forum**;
- **12 milioni** di consumatori si **fidano delle informazioni** recuperate sui **social network**;
- **10 milioni** cercano nella rete **ulteriori informazioni** sui prodotti che vedono pubblicizzati attraverso i media tradizionali (stampa, radio e tv);
- il **consumatore 2.0** ha una spiccata propensione a **condividere anche le informazioni**

(Indagine Politecnico di Milano / Mimesi --- giugno 2012).

In altri termini con il web 2.0 il "consumatore" è diventato davvero il "Re del mercato" ma non solo. Aspetto rilevante è la capacità del web di creare relazioni (networking) e spazi di partecipazione attiva. Ingredienti fondamentali che hanno permesso lo sviluppo delle iniziative che gravitano intorno all'area portuale. La comunità locale è il motore di un sistema di sviluppo che si alimenta delle interazioni di altre comunità tra le quali quella del web ne moltiplica le dimensioni.

Una esperienza di fruizione/visita è sempre più influenzata da racconti di viaggi di altri; è una esperienza che sempre più si tende a condividere in tempo reale e che produce una enormità di testimonianze (racconti, video, foto, ecc) utili alla diffusione della conoscenza. Tutto ciò trova ospitalità nel web.

Pertanto, il piano di divulgazione del progetto non potrebbe non essere "web centrico" e "social centrico", anche in considerazione dei costi necessari al mantenimento futuro della comunicazione.

Gli interventi previsti sono:

Creazione di un **sito internet** e di una **piattaforma di gestione dei social network** contenente, sia una parte descrittiva ed informativa sulle eccellenze culturali del sito, che una relativa ai servizi disponibili presso l'antico approdo di Tricase.

Il sito web ospiterà:

- un Database di servizi al turista (posti letto, ristoranti, imbarcazioni visite guidate, ecc);
- le guide in digitale: booklet (anche cartaceo) di descrizione delle aree naturalistiche marine e costiere; Realizzazione di una breve guida (anche cartacea) sui servizi offerti;

- iii) I video su: Produzione di un documentario del restauro conservativo e della storia delle sette bocche; Produzione di un video promo servizi offerti e fruibilità degli spazi; Un video sulla cultura enogastronomica e dell'artigianato locale.
- iv) Uno spazio web dedicato ai “naviganti”, ovvero agli ospiti che vogliono condividere la loro esperienza.

Per la **promozione del progetto** sono previste due forme di intervento: una tradizionale, consistente in una conferenza stampa ed in un seminario dedicato al progetto; ed una “aggiornata” attraverso l’utilizzo dei sistemi di promozione disponibili sul web (es. Google AdWords, Google AdSense, ...)

La sostenibilità nella gestione del sito web sarà prevalentemente garantita dagli stessi fruitori del sito internet, postando le loro esperienze, e dai giovani che utilizzeranno lo spazio a loro dedicato (grotte), mettendo in rete i loro “prodotti”. A completamento, chi si occuperà della web maintenance (sia grafica che di contenuti) del sito internet, a regime, dovrà essere sostenuto attraverso i servizi ed i programmi che saranno forniti e sviluppati grazie al progetto “la Rena e le Sette Bocche”.

COMUNICAZIONE WEB

| | | |
|----------|--|------------|
| 1 | Sito internet e piattaforma social | € 5.000,00 |
| 2 | Database di servizi al turista (posti letto, ristoranti, imbarcazioni visite guidate, ecc) | € 3.000,00 |
| 3 | Utilizzo dei sistemi di promozione disponibili sul web (es. Google AdWords, Google AdSense, ...) | € 3.000,00 |

PUBBLICAZIONI

| | | |
|----------|--|------------|
| 1 | Produzione di un booklet (anche cartaceo) di descrizione delle aree naturalistiche marine e costiere | € 5.000,00 |
| 2 | Realizzazione di una breve guida (anche cartacea) sui servizi offerti | € 3.000,00 |
| 3 | Produzione di un documentario del restauro conservativo e della storia delle sette bocche. | € 8.000,00 |
| 4 | Produzione di un video promo servizi offerti e fruibilità degli spazi | € 4.000,00 |
| 5 | Video sulla cultura enogastronomica e dell'artigianato locale | € 4.000,00 |

COMUNICAZIONE ESTERNA

| | | |
|----------|--|-------------|
| 1 | Organizzazione di un evento-lancio | € 6.000,00 |
| 2 | Cartellonistica e segnaletica stradale indicante il sito | € 2.000,00 |
| 3 | Gestione comunicazione | € 22.000,00 |

TOTALE € 65.000,00