# EXPERIENCE ROMA – COME TRASFORMARE UNA CITTÀ IN UN LABORATORIO DI INOVAZIONE CULTURALE

# GLI AUTORI

**Andrea Mondello** è presdente di Unioncamere (dal giugno 2006), della Camera di Commercio di Roma (dal 1993) e dell'Unioncamere Lazo. Mondello ricopre numerosi altri incarichi: è presidente della Fiera di Roma Spa e della Castel Romano Spa e vice presidente della Fondazione Musica per Roma Spa (Auditorium). In passatoè stato, ra l'altro, presidente degli industriali di Roma e del Lazio, vicepresidente di Confindustria (2000-2002) e ha svolto la sua attività imprenditoriale come vicepresidente e Amministratore Delegato della Spa Birra Peroni Industriale (1988-2005)

**Andrea Granelli** è presidente di Kanso, società di consulenza che si occupa di innovazione. Da diversi anni lavora su temi legati all'innovazione: è stato amministratore delegato di tin.it e dei laboratori di ricerca delGruppo Telecom. È in molti comitati scientifici e in commissioni di valutazione e siede in diversi consigli di amministrazione. È inoltre direttore scientifico della scuola internazionale di design Domus Academy

# IL PROGETTO EXPERIENCE ROMA

- Il territorio e nello specifico la città rappresentano i luoghi ideali dove sperimentare tecnologie, materiali e metodologie per la loro valorizzazione.
- Il "ritorno al territorio" consente di moltiplicare il valore degli oggetti che contiene e diventa uno straordinario meccanismo di protezione intellettuale
- La rinascita del ruolo economico-produttivo della città, che ritorna ad essere fabbrica dei servizi, il luogo dove si producono, si scambiano e si moltiplicano le conoscenze.

L'obiettivo dell' iniziativa Experience Roma è il poter **qualificare Roma come il più importante "centro dell'innovazione" relativamente al turismo culturale**, trasformando la "caput mundi" in un punto (idealmente IL punto) di riferimento internazionale per lo sviluppo di tecnologie e di strategie innovative in questo importante settore

# ASPETTI SPECIFICI E “STRATEGICI” DELL’INIZIATIVA “EXPERIENCE ROMA”

- **Implementazione di un “approccio progettuale”** che assicuri la coerenza relativamente alla visione, gli obiettivi, le logiche progettuali e i format comunicativi, e nel contempo assicuri una *reale estendibilità delle soluzioni sviluppate ad altri contesti territoriali*
- **Messa in opera di un meccanismo innovativo di *governance* sul territorio** fra le istituzioni e gli attori economici per contrastare la attuale frammentazione delle deleghe e dispersione delle informazioni.
- **Creazione di un laboratorio “a cielo aperto”** per sperimentare infrastrutture, servizi e modelli di business che coinvolga il turista non solo nella validazione ma anche nella progettazione di servizi e contenuti

# IL RUOLO DELL'ESPERIENZA

Esperienza come servizio "moltiplicatore" del valore di un prodotto o artefatto (che da "commodity" diventa catalizzatore di una esperienza coinvolgente, appassionante e memorabile)

- apprendimento affettivo (e non solo spettacolarizzazione da "edutainment")
- scambio/commercializzazione delle esperienze
- nuova centralità del consumATTORE (o dello spettAUTORE) che richiede nuovi metodi per una sua "comprensione"
- Experienced-in-Italy (più che Made-in-Italy)

# I PROGETTI ATTUALMENTE IN CORSO DI SVILUPPO

- ***Master internazionale in "cultural experience design" (MED)***: creazione di una scuola che formi i nuovi creatori del prodotto turistico-culturale. Tale scuola è caratterizzata dalla nuova centralità del design applicato anche al Patrimonio Culturale, da contenuti fortemente multidisciplinari e da un elevato grado di internazionalizzazione ed è realizzata insieme alla prestigiosa scuola di design Domus Academy
- ***Rete wireless***: copertura *Wi-Fi* nelle zone ad alto interesse turistico-culturale ma poco interessanti per gli operatori telefonici commerciali (es. grandi siti archeologici) per l'accesso a internet *on the move* nei luoghi di fruizione turistica
- ***Circuiti turistici digitali***: utilizzo dei nuovi media digitali (portali, palmari, web tv, mappe satellitari, print-on-demand, ecc.) per raccontare ai visitatori il territorio con maggiore efficacia e personalizzazione e con contenuti coerenti con gli interessi del turista (ad esempio utilizzando nuove logiche di segmentazione).
- ***Porta d'accesso a Roma Archeologica***: creazione nel cuore della città del "punto di partenza" per visitare il patrimonio archeologico di Roma. Tale luogo avrà la finalità primaria di accogliere e orientare il turista nella straordinaria, ma frammentata, dimensione archeologica romana. Avrà inoltre la funzione di fornire informazioni per comprendere e apprezzare tale patrimonio durante la visita unendo alla classica dimensione didascalica quella emozionale e, nel caso archeologico, dando quei modelli ricostruttivi necessari per capire cosa era l'oggetto di cui oggi rimangono solo tracce.

# MASTER IN CULTURAL EXPERIENCE DESIGN MANAGEMENT - LE DISCIPLINE

1. **Humanities**
2. **Scienze dell'uomo e della comunicazione**
3. **Economia e management**
4. **Tecnologia**

**5. Design**

*L'elemento essenziale è la contaminazione delle prime quattro aree e l'integrazione nella quinta. Si lavora più sulle interfacce che sull'apprendimento delle singole discipline.*

# “RETE WIRELESS” - L’INFRASTRUTTURA DI RETE

Oltre 60 hot-spot collocati nelle più importanti aree di interesse Archeologico e turistico.

- Installazione di una rete Wi-Fi nelle zone di Roma ad alto interesse turistico-culturale tra l’altro non interessanti per gli operatori commerciali
- Creazione di una serie di servizi e contenuti localizzati e personalizzati per il turista.

# PORTA D'ACCESSO A ROMA ARCHEOLOGICA

- **Racconto e preparazione (anche emozionale) alla visita**
  - Utilizzo di tecnologie innovative come supporto alla presentazione del Patrimonio storico – archeologico ed anticipazione/approfondimento dei contenuti essenziali per la visita
  - Supporto per la ricostruzione e la migliore comprensione degli attrattori
- Realizzare uno **strumento di *destination management*** per la valorizzazione della visita
  - Pianificazione della visita e concatenazione eventi in narrazioni
  - Predisposizione di una "cabina di regia" per la gestione dinamica dei contenuti e dei flussi turistici
- Creare un **laboratorio "a cielo aperto"** per sperimentare infrastrutture, servizi e modelli di business che coinvolga il turista non solo nella validazione ma anche nella progettazione e che consenta una osservazione permanente dei comportamenti e gusti dei visitatori

# STRUTTURA DEL PERCORSO IN AREE DI VISITA

**PREPARATORIA**

- Introdurre il Patrimonio Archeologico del territorio con particolare focus sugli attrattori maggiormente vicini
- Utilizzo di tecnologie innovative come supporto alla presentazione del Patrimonio
- Anticipazione ed approfondimento dei contenuti essenziali per la visita

**EDUCATIVA**

- Fornire informazioni e contenuti di tipo storico/artistico per consentire l'acquisizione di conoscenza e consapevolezza sul luogo visitato

**SENSORIALE/EMOTIVA**

- Immergere il visitatore nella vita dell'Antica Roma, attraverso ricostruzioni 3D ed installazioni multisensoriali
- Attenzione alla dimensione paesaggistica

**PERSONALIZZAZIONE/RICORDO**

- Creazione di un diario di viaggio personalizzato con i propri ricordi
- Tour virtuale scaricabile o stampabile di quello che ho visto
- Merchandising

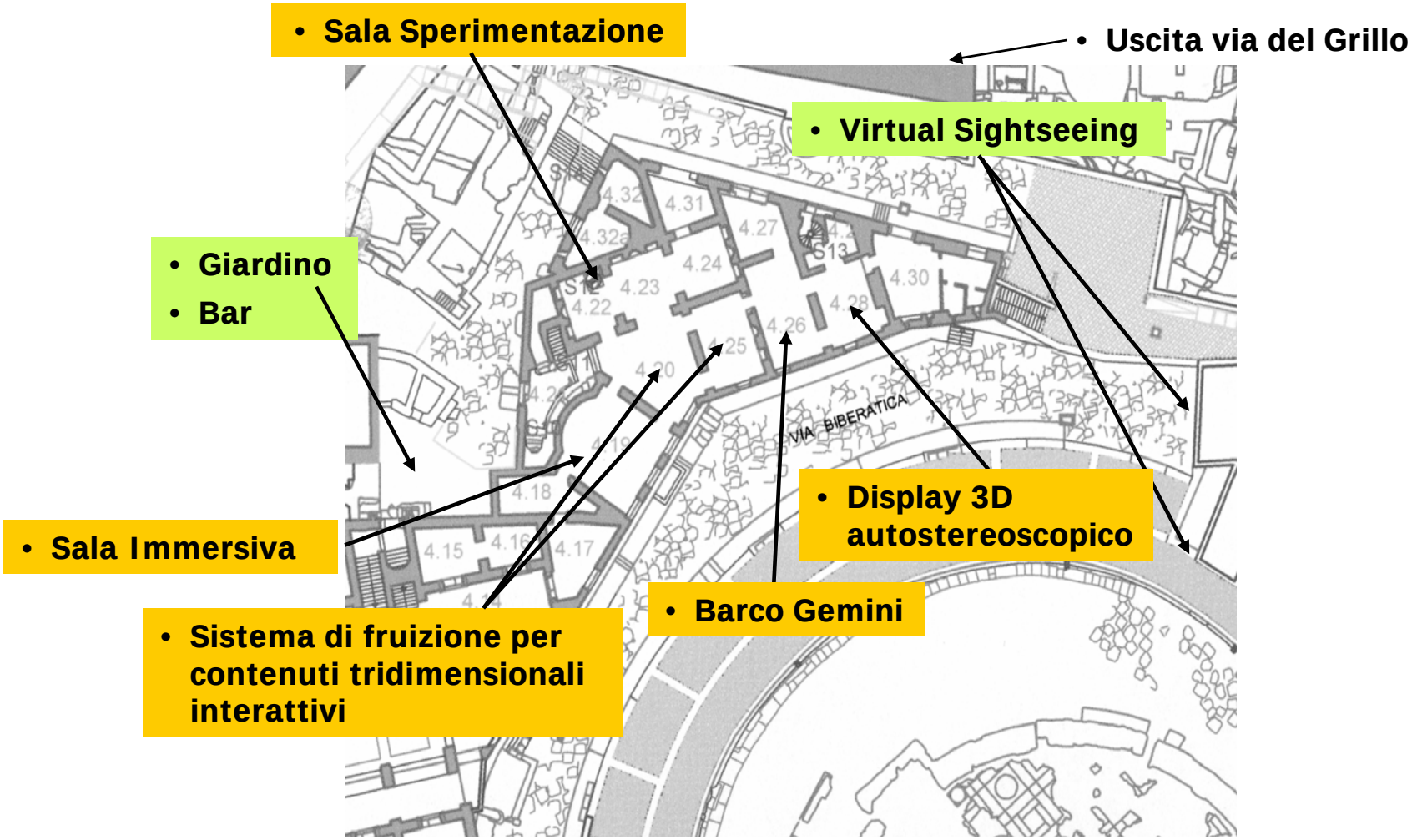
**DECOMPRESSIONE**

- Fornire un momento di relax e di ristoro prima di proseguire la visita

**AREA SPERIMENTALE**

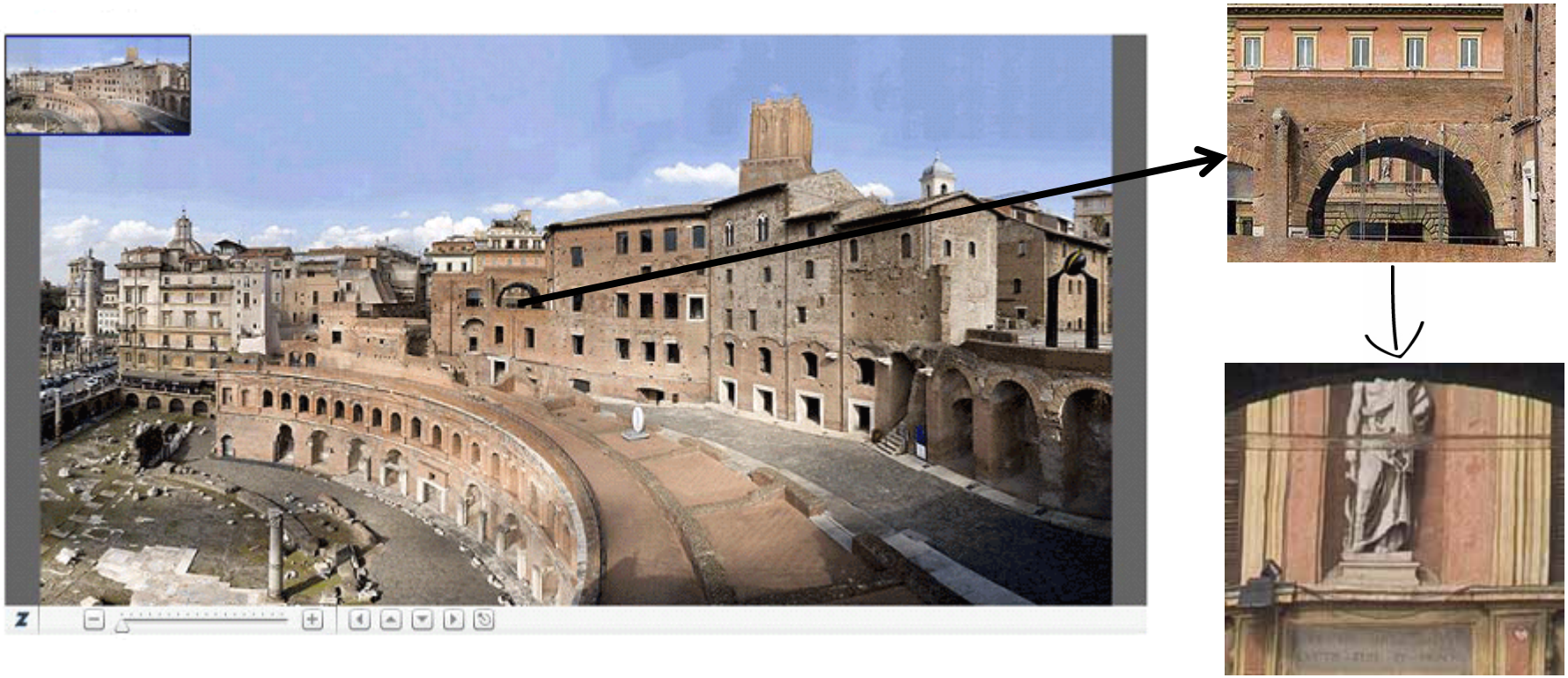
- Luogo di sperimentazione "plug and play" di nuove tecnologie dove realizzare user acceptance test

# MERCATI DI TRAIANO – UN ESEMPIO DI INSTALLAZIONI




L'accesso alle sale è svincolato dal flusso principale, può essere regolato da sistemi di prenotazione con attesa all'interno del giardino o sulle terrazze

# LE NUOVE FRONTIERE DEL CONSUMO CULTURALE - LO "ZOOM" DIGITALE ACCESSIBILE SU INTERNET



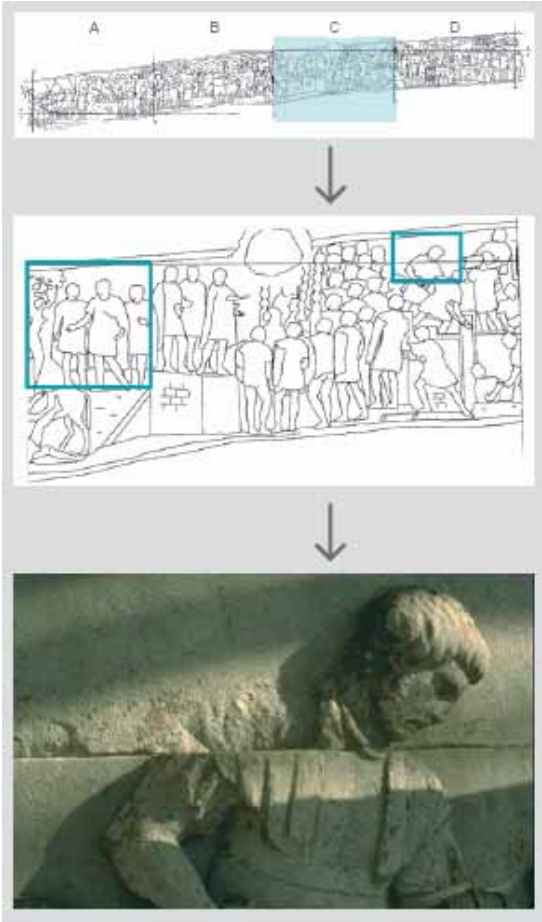
- Le **immagini GigaPixel** sono foto panoramiche molto ampie, la cui risoluzione è dell'ordine del miliardo di pixel. Questa tecnica di composizione delle immagini, che permette agli utenti di "navigare" all'interno delle fotografie, funziona componendo un mosaico con un numero elevatissimo di fotografie digitali ad alta risoluzione di cui ogni tassello è composto a sua volta da un immagine ad alta risoluzione

- E' una immagine impossibile dal punto di vista ottico: ha la definizione di un 300 mm l'inquadratura di un 28 mm la correzione prospettica di un 50 mm

- Grazie all'algoritmo di rete in grado di comporre le tessere di cui è fatta è esaltata e non limitata dalla tecnologia di rete

# UN ESEMPIO ANTICO DI “STORY TELLING”: LA COLONNA DI TRAIANO

## Il *McMaster Column of Trajan Project*

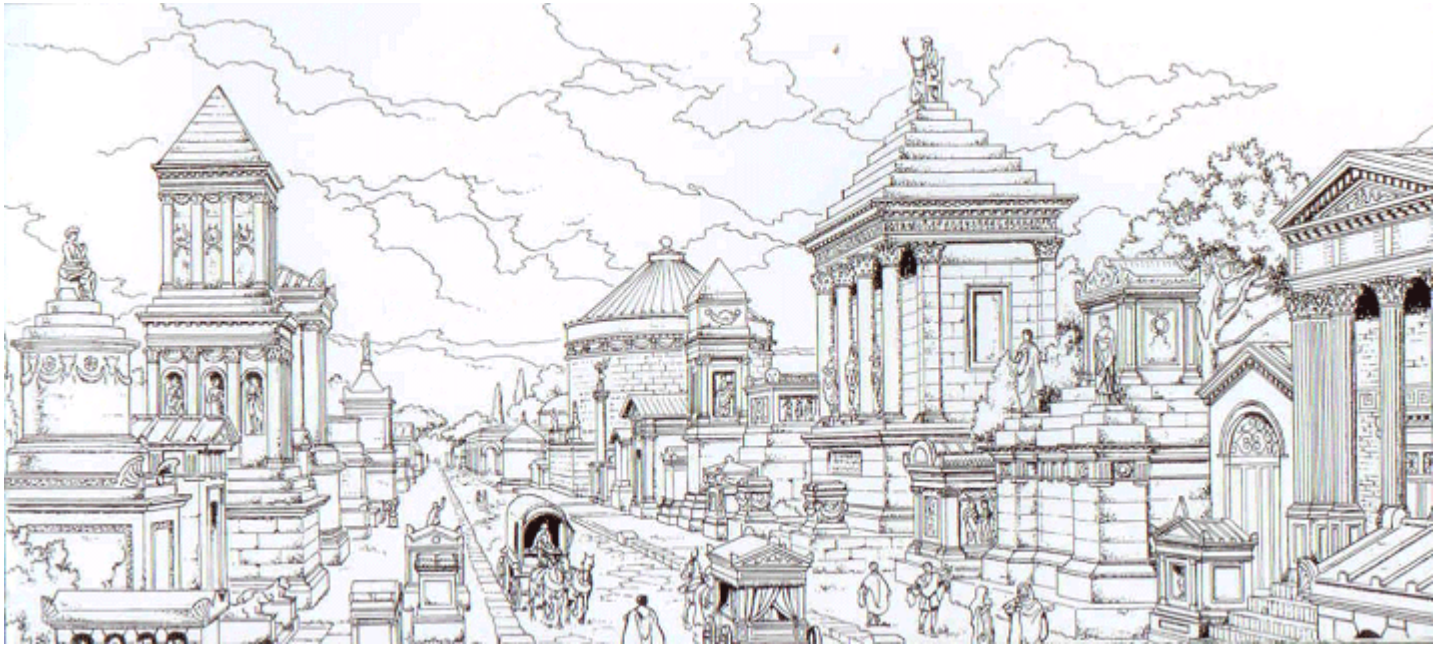


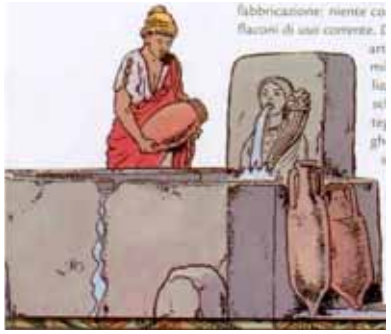

Il sito comprende un database di oltre 500 immagini ed una serie di disegni che ripercorrono, spirale per spirale, le decorazioni dell’intera colonna

## Il ruolo della luce

- Le colorimetrie riprodotte sui rilieviofrono allo spettatore della Colonna Traianala suggestione di un’immagine in cui la luce gioca un ruolo primario
- La luce diviene così il veicolo reversibile di una operazione compiuta di restauro e materiale essa stessa di fruizione e approfondimento scientifico

# FUMETTO COME STRUMENTO DI NARRAZIONE DEL TERRITORIO

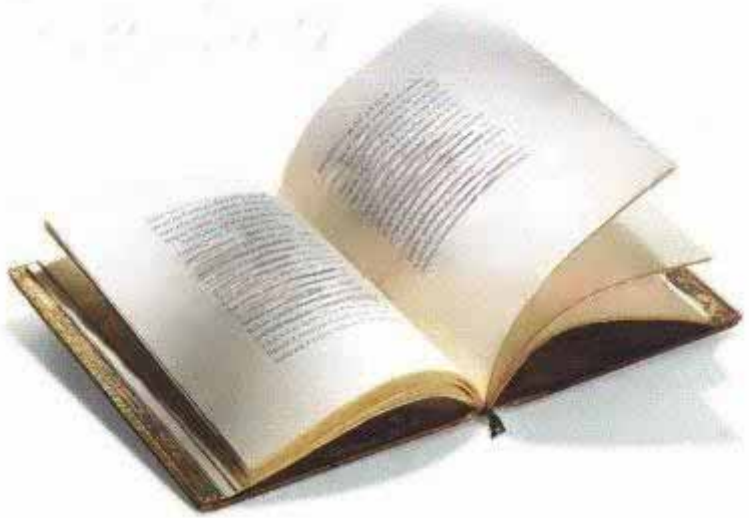




- Chi veniva da Napoli era obbligato ad “attraversare la città dei morti per accedere alla città dei vivi”.
- Questo passaggio obbligato aveva la funzione di *“memento mori”* evocando in chi veniva a Roma la mortalità della propria condizione

La sensibilità dello storico e del **fumettista** consentono la rievocazione dell’ambiente da peculiari prospettive

# PER SAPERNE DI PIÙ



La versione .pdf del libro è consultabile (o scaricabile) all'indirizzo

**http://www.agranelli.net/libro.html**