



Mostre e Musei

LE DOMUS DI PALAZZO VALENTINI

PROPOSTA PROGETTUALE DI PARTENARIATO SPECIALE PUBBLICO PRIVATO





Indice

INTRODUZIONE	pag. 3
1. SOGGETTO	pag. 6
PROPONENTE		
2. PROGETTO		pag. 11
	2.1 Contesto di riferimento.....	pag. 11
	2.2 Hub Metropolitano per luoghi culturali.....	pag. 12
	2.3 Promozione e comunicazione	pag. 13
	2.4 Personale.....	pag. 16
	2.5 Interventi e aspetti tecnici.....	pag. 18
	2.6 Aspetti gestionali.....	pag. 29
3. ASSUNZIONI		
PIANO ECONOMICO E		
FINANZIARIO (PEF)	pag. 40
4. CONCLUSIONI		pag. 48

ALLEGATI:

- All. A Company profile Civita Mostre e Musei
- All. B Company profile AvSet
- All. C Personale impiegato CV
- All. D PEF
- All. E Proposta Accordo di Partenariato Speciale
Pubblico – Privato



INTRODUZIONE

Le Domus di Palazzo Valentini e il suo percorso museale multimediale sono, dal 16 ottobre 2010, un'esposizione **permanente**, che **arricchisce** il patrimonio storico artistico dell'**area archeologica centrale di Roma**.

Il grande progetto di riqualificazione, ricerca e musealizzazione curato dai funzionari interni all'Amministrazione ha dato risultati di eccezionale rilevanza perché le scoperte hanno consentito di **ricostruire un importante tassello della topografia antica, medioevale e moderna della città**.

L'**impostazione museologica e l'impianto museografico** basato su uno storytelling scientifico e al tempo stesso coinvolgente e didattico **costituiscono il primo esempio in Europa di scavi archeologici raccontati al pubblico attraverso questa modalità e queste tecnologie**.

Il suggestivo percorso tra i resti di "**Domus**" **patrizie di età imperiale**, appartenenti a potenti famiglie dell'epoca, con mosaici, pareti decorate, pavimenti policromi, basolati e altri reperti, è stato supportato da **un intervento di valorizzazione curato da Piero Angela** e da un'équipe di tecnici ed esperti, quali **Paco Lanciano** e **Gaetano Capasso**, che hanno **ridato vita** alle testimonianze del passato **attraverso ricostruzioni virtuali, effetti grafici e filmati**. Il visitatore vede "rinascere" strutture murarie, ambienti, peristili, cucine, terme, decorazioni e arredi, compiendo un viaggio virtuale nel tempo e dentro una grande Domus dell'antica Roma.

Il **primo esempio** della storia **della museografia** di come il **patrimonio artistico dell'antichità, riconsegnato da un'opera attenta e rigorosa di restauro e riqualificazione, possa essere valorizzato attraverso l'utilizzo delle nuove tecnologie**. Purtroppo, negli **ultimi anni e ogni giorno sempre di più**, il sistema tecnologico motore della narrazione audio-visiva è **fortemente danneggiato** al punto che la **fruizione risulta fortemente compromessa e la valorizzazione del sito non efficace**.

Civita, che più di tutti gli operatori di mercato **conosce la storia e il valore delle Domus poiché in varie forme ha collaborato fin dalla fase progettuale** alla realizzazione di questo innovativo percorso, **propone** il presente **partenariato** al fine di **ridare vita al percorso multimediale** rinnovando la tecnologia, **migliorando la fruizione** ed **esaltando** al tempo stesso la **parte contenutistica dell'originario progetto**, ivi compresa ovviamente la narrazione di **Piero Angela**.



Il **partenariato proposto**, in linea con lo strumento legislativo – che garantisce la necessaria duttilità in fase di attuazione e di gestione – permetterà agli attori coinvolti i **vantaggi** di seguito descritti e soprattutto **ricONSEGNERÀ alla collettività un luogo unico e un’occasione imperdibile per percorrere un viaggio nel tempo arrivando attraverso le diverse stratigrafie al cuore di Roma.**

I **macro-vantaggi** ottenuti dal progetto di partenariato sono così sintetizzabili:

1. valorizzazione del Sito e adeguamento alle nuove tendenze manifestate dai visitatori;
2. garanzia di apertura almeno parziale del Sito anche durante il periodo degli interventi tecnologici necessari;
3. gestione elastica al fine di assecondare le esigenze del pubblico, dei gruppi (scolastici e non) nonché dei picchi nei flussi turistici;
4. particolare attenzione alle necessità e ad un maggiore coinvolgimento delle persone con disabilità, attraverso lo studio di progetti e percorsi per loro appositamente studiati; promozione *ad hoc* di tali attività;
5. trasformazione delle Domus in luogo propulsivo di cultura oltre che fruizione museale, attraverso le altre attività proposte, in particolar modo saranno studiate e valorizzate, in sinergia con Città Metropolitana ed altre istituzioni, nuovi e più ampi itinerari di visita che potranno vedere coinvolto Palazzo Valentini, il Vittoriano, l’area dei Fori della Colonna Traiana, come già fatto negli ultimi anni con l’iniziativa “Passeggiata ai Fori”;
6. relazione con il territorio cittadino e metropolitano che diverrà al tempo stesso proponente e fruitore;
7. creazione di un Hub dedicato a creare rete con le altre pertinenze del territorio della Città Metropolitana;
8. mantenimento degli attuali professionisti coinvolti;
9. nessun onere economico nella fase di progettazione e realizzazione del sistema tecnologico da parte della Città Metropolitana;
10. nessun onere economico negli aspetti manutentivi del sistema tecnologico per la Città Metropolitana, con assunzione della garanzia di funzionamento del sistema tecnologico;
11. ottenimento per la Città Metropolitana di un sistema tecnologicamente più moderno e funzionante rispetto a quello attuale, che sarà funzionante anche al termine del partenariato;
12. ottenimento di un sistema audio che consenta visite multilingue, senza che i visitatori debbano attendere la partenza della visita con il proprio idioma;
13. ottenimento di contenuti del progetto ad una qualità più alta e maggiormente godibili da parte del pubblico;
14. possibilità da parte di Città Metropolitana dell’utilizzo dell’enoteca sia in termini economici che di valorizzazione territoriale non essendo compresa nel progetto proposto;



15. possibilità di creazione di una relazione con la futura gestione dell'enoteca per l'individuazione di sinergie volte alla valorizzazione delle Domus da un lato e dei prodotti del territorio dall'altro;
16. creazione di un tavolo tecnico Città Metropolitana Civita al fine di supportare il Partenariato, promuovere le Domus da parte di ambo i partner, individuare correttivi condivisi tra le parti.

Si precisa che Civita ha ottenuto la bancabilità (di massima) del progetto sotteso al partenariato, subordinatamente alla definizione di ulteriori aspetti tecnici e finanziari. La finanziabilità dell'operazione è, con tutta evidenza, da un lato un presupposto necessario per la definizione di un accordo da parte di Civita, dall'altro un elemento di garanzia nella prospettiva dell'Amministrazione.

1. SOGGETTO PROPONENTE

Civita Mostre e Musei è un operatore globale nel settore dei beni culturali attivo da oltre 30 anni, capace di coprire l'intera filiera culturale: servizi di gestione museale, organizzazione e produzione di eventi espositivi, piani di comunicazione, progettazione e realizzazione di allestimenti e di grandi scenografie, valorizzazione del territorio.

Civita Mostre e Musei è membro fondatore di AICC – Associazione Imprese Culturali e Creative del sistema Confindustria.

Civita ritiene di essere il **soggetto proponente idoneo** per questo progetto di partenariato poiché ritiene di avere **le caratteristiche essenziali** alla proposizione di un progetto integrato.

Civita nella sua attività trentennale gestisce i servizi e le attività di alcuni tra i più importanti musei e luoghi archeologici italiani, di proprietà pubblica o privata. Tra questi, per dare anche la misura della trasversalità a livello nazionale, si ricordano: le Gallerie d'Italia nelle sue sedi di Milano, Napoli, Torino e Vicenza; la Pinacoteca di Brera a Milano; il Castello Sforzesco a Milano; le Domus Romane di Palazzo Valentini a Roma.

Civita negli anni ha sviluppato nel campo della **didattica** una **elevatissima professionalità**.

Proponiamo esperienze innovative nel campo della didattica, attraverso laboratori e percorsi frutto di un approccio integrato che coniuga contenuti culturali, piattaforme educative digitali ed emotional intelligence, in linea con i piani educativi proposti dalla Commissione Europea. L'offerta didattica è inoltre frutto di consolidate e dinamiche collaborazioni con enti, istituti culturali e amministrazioni locali, per lo sviluppo di progetti trasversali dedicati a tutte le tipologie di visitatori, con una particolare attenzione ai pubblici speciali.

Tale professionalità riteniamo sia fondamentale per gestire le attività ludico didattiche proposte di seguito.

Civita Mostre e Musei da sempre è attiva attraverso la propria area di **“Progettazione Territoriale”** che, nel connubio con le attività di gestione, rappresenta un **vero e proprio unicum nel panorama delle imprese culturali e creative**. Promuovere uno sviluppo del territorio coerente con la sua storia e rispettoso delle sue peculiarità ambientali e culturali è infatti un obiettivo prioritario di Civita che si è strutturato per fornire servizi e **progetti finalizzati alla valorizzazione del territorio e delle sue risorse**.

Tale specifico know how sarà utile per la creazione dell'hub di seguito descritto.

Di seguito alcune delle **esperienze ritenute essenziali** e utili per la creazione **dell'hub territoriale** di seguito proposte:

- **Palazzo Scarciglia (Lecce)**

La progettazione e realizzazione di un intervento in questo nuovo hub turistico/culturale di uno spazio che si propone come la porta multimediale attraverso la quale accedere al patrimonio dei beni ecclesiastici della provincia di Lecce.

- **Open Tourism**

Finanziato nell'ambito del Programma Comunitario Interregionale Italia-Albania-Montenegro, con la realizzazione di iniziative di comunicazione valorizzazione dei territori transnazionali coinvolti.

Si evidenzia, inoltre, che lo staff di Civita ha progettato diversi Distretti turistico-culturali di cui alcuni nel Lazio e nella Città Metropolitana.

Civita ha inoltre al suo interno un'area di **“Innovazione Culturale”** che ha l'obiettivo di **valorizzare i beni culturali tramite le nuove tecnologie**.

Tra gli ultimi lavori si evidenziano i seguenti:

- **Museo multimediale di Roccella Ionica (RC)**

La progettazione e realizzazione dell'allestimento multimediale del Castello Carafa di Roccella che diventa il luogo di narrazione della storia della città, e allo stesso tempo della costa ionica e di tutto il Meridione.

- **Nuovo allestimento multimediale del Museo “Rodolfo Valentino”**

Un intervento di trasformazione del percorso e degli allestimenti del museo omonimo, che prevede un ricorso massivo alle tecnologie digitali, alla multimedialità e all'interazione.

- **Allestimenti del nuovo “Museo Fellini” di Rimini**

Nell'ambito della realizzazione del Museo Fellini a Rimini, Civita ha realizzato diverse forniture scenografico-multimediali posizionate all'interno di due sale del castel Sismondo.



- **Virtual Tour - Villa Zito e Palazzo Branciforte**

Civita si è occupata dapprima della progettazione e successivamente della realizzazione e gestione di un prodotto fruibile da qualsiasi dispositivo, attraverso la creazione di un link-web che permette di entrare con qualsiasi dispositivo nel tour virtuale.

Il tour virtuale è stato realizzato utilizzando immagini a 360° gradi in alta risoluzione a navigabilità fluida con la disponibilità di contenuti quali: approfondimento mirato dei dettagli dell'opera, giochi interattivi legati ai contenuti dell'opera che portano essere aggiornati nel tempo, video realizzati con droni dell'esterno dei Siti.

PRINCIPALI DATI SOCIETARI RELATIVI ALL'ESPERIENZA SPECIFICA		
Fatturato medio annuo da attività di valorizzazione dei BB.CC. (gestione di musei e luoghi di cultura; organizzazione di mostre) negli ultimi 5 anni	Fatturato medio annuo bookshop negli ultimi 5 anni	N° progetti di valorizzazione integrata turistico-culturale progettati dallo staff di Civita nel corso degli ultimi 5 anni
€ 5.709.692,00	€ 473.393,57	n. 8

Civita ha inoltre individuato come **partner tecnologico AVSet**, da 27 anni **leader nella ricerca, applicazione e sviluppo di innovativi sistemi audio-video, laboratorio di tecnologie e soluzioni** orientato ad offrire un servizio personalizzato per comunicare in modo attraente ed emotivamente coinvolgente.

Riteniamo che AvSet possa essere il **partner tecnologico ideale per il progetto** poiché ha tra le sue esperienze essenziali quello della **gestione di sistemi integrati tecnologici come quelli delle Domus Romane** negli anni dal 2019 al 2021, ossia nella situazione gestionale e manutentiva più critica.

Ecco di seguito alcune delle esperienze più significative di AVSet:

Exhibition

- 2012 **Expo Corea** Italy Pavillion
- 2015 **Expo Milano** Enel Pavillion
- 2015 **Rolex Baselworld**
- **Ragusa Off** Roma
- **Expo Astana** 2017 Italy Pavillion



Installazioni museali

- 2014 **I Colori dell'Ara**, Roma, Ara Pacis
- 2014 – 2022 **Viaggio nei Fori**, Roma, **Foro di Augusto**, ideato da Piero Angela e Paco Lanciano
- 2017 - 2022 **Viaggio nei Fori**, Roma, **Foro di Cesare**, ideato da Piero Angela e Paco Lanciano
- 2017 Palazzo Altemps Roma Mostra “ **Fornasetti** “
- 2018 Uffizi Firenze Mostra “ **Spagna Italia in dialogo. Culture a confronto nell'Europa del Cinquecento** “
- 2018 Ara Pacis Mostra fotografica “ **Magnum**”
- 2018 Galleria Nazionale di Arte Antica Palazzo Barberini installazione dell'artista **Shirin Neshat**
- 2019 **Claudio Imperatore**, Roma, Ara Pacis
- 2019 Parco Archeologico Colosseo Mostra “ **Kronos e Kairos**”
- 2019-22 – **Domus di Palazzo Valentini**, Roma
- 2021 **Acquario Virtuale Villa Matarazzo**, Castellabate (SA)
- 2021 **Monastero Santa Maria in Valle**, Cividale del Friuli (UD)
- 2021 Galleria Nazionale Arte Moderna Mostra “ **Anton Giulio Bragaglia** “
- 2021 Galleria Nazionale Arte Moderna Mostra “ **Iodico Io** “
- 2021 Galleria Nazionale di Arte Antica Palazzo Barberini installazione video Mostra “**Artemisia e Caravaggio**”
- 2022 **Museo di Ostia Antica**, riapertura
- 2022 Scuderie del Quirinale Mostra “ **Superbarocco** “

Proiezioni immersive relative ai Beni Culturali

- 2012 **Lux in arcana**, Roma, Musei Capitolini
- 2017 Mercati di Traiano Roma Mostra “ **Costruire l'Impero**”
- 2017 Ara Pacis Mostra “ **Spartaco. Schiavi e padroni a Roma** “
- 2018-22 Terme Diocleziano Roma installazione per **video mapping Roma Antica**
- 2018-19 Colosseo e Tempio di Romolo Mostra “ **Roma Universalis. L'impero e la dinastia venuta dall'Africa** “
- 2018 Musei Capitolini, Mostra “ **Il tesoro di antichità. Winckelmann e il Museo Capitolino nella Roma del Settecento** “
- 2019 Ara Pacis Mostra “ **Claudio Imperatore. Messalina, Agrippina a le ombre di una dinastia** “
- 2019 Palazzo Braschi Roma Mostra “ **Amore e psiche** “



- 2021 Mostra “ **ReinvenTIAMO Roma** “ Palazzo dei Conservatori Campidoglio
- 2021 Palazzo Braschi Roma Mostra “ **Klimt. La secessione e l’Italia** “
- 2022 Palazzo dei Conservatori Mostra “ **Corsus Honorum il governo di Roma prima di Cesare** “
Musei Capitolini

Manutenzioni correttive ed evolutive ad impianto ed attrezzature audio-video

- 2019 – 2022 Parco archeologico del Colosseo, Roma
- Palazzo delle esposizioni, Roma
- Foro di Augusto, Roma

PRINCIPALI DATI SOCIETARI RELATIVI ALL’ESPERIENZA SPECIFICA	
Fatturato medio annuo per attività legate ai BB.CC. negli ultimi 5 anni	N° progetti per la realizzazione di impianti tecnologici nei BB.CC. di ammontare superiore a Euro 100.000 negli ultimi 5 anni
€ 103.398,18	n. 2

2. PROGETTO

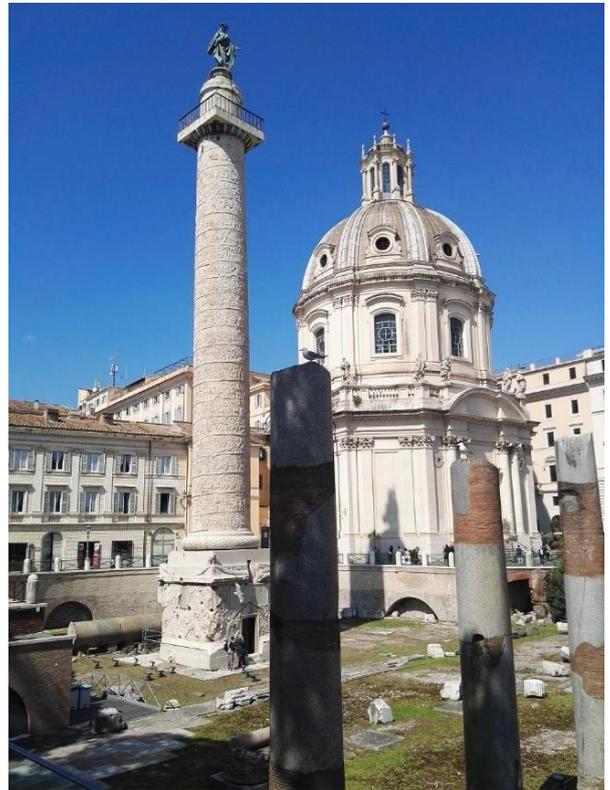
2.1 Contesto di riferimento

Le **Domus** di Palazzo Valentini sono ubicate nel centro di Roma e nel **cuore archeologico della Città**, esattamente di fronte alla **Colonna Traiana** e alla fine di **Via dei Fori Imperiali**.

Le politiche urbanistiche e a caduta quelle culturali fin dal 2013 hanno destinato **quest'area, unica al mondo, alla fruizione dei cittadini e dei turisti**; Via dei Fori Imperiali e le strade e piazze limitrofe sono ormai **una lunga passeggiata nella Roma Antica**.

In previsione della candidatura di Roma ad ospitare l'**Expo 2030**, a quanto ci è noto, è in corso di valutazione un ambizioso progetto di rendere completamente pedonale tutta l'area, amplificando così il ruolo di centro archeologico della Città.

In questo asse si pongono le Domus, sia come ubicazione che come presenza culturale, capace di raccontare in modo narrativo e al grande pubblico i temi che caratterizzano la nostra città: dalla stratigrafia al dettaglio decorativo, dalle strade antiche alle diverse parti delle case patrizie, dall'edilizia alla tecnica ad affresco, etc.



In questa grande area, tutta all'aperto, le **Domus rappresentano uno dei pochi siti al chiuso**, uno dei pochi siti che faccia **comprendere come sotto alla Roma dei grandi palazzi nobiliari esista spesso la Roma Repubblicana ed Imperiale**, in uno stato di conservazione tale da consentire ancora di raccontare il suo passato. Anche da un punto di vista museologico le Domus sono perfettamente in linea con il resto delle proposte culturali della zona, o meglio **sono pioniere nel raccontare attraverso proiezione e racconto il significato delle vestigia**. Il **progetto di riqualificazione gestionale e tecnico delle Domus**, che sarà di seguito proposto, è **quindi perfettamente in linea con la politica culturale della Città**.

2.2 Hub Metropolitano per luoghi culturali

La proposta progettuale intende sviluppare una nuova tematica mai introdotta fino ad ora: la **creazione di un rapporto tra le Domus e le istanze culturali della Città Metropolitana**.



Le **Domus**, in accordo con Città Metropolitana e con le linee di sviluppo culturale di quest'ultima, potranno diventare quindi **hub informativo e ove possibile gestionale** diventando punto di **partenza di una rete territoriale** che metta a **sistema** tutti i beni del territorio metropolitano. Già dai primi giorni di apertura il personale delle Domus potrà fornire informazioni sugli altri luoghi, consigliare itinerari personalizzati in base alle esigenze espresse dai fruitori e agli orari di apertura.

In un secondo momento, e ove si troverà l'accordo con i diversi gestori, dalla piattaforma della biglietteria delle Domus sarà possibile comprare i biglietti e i servizi per gli altri luoghi.

Al fine di potenziare il ruolo delle Domus come Hub dei BBCC della città Metropolitana si rende necessario **avere un locale negli spazi di Palazzo Valentini** che possa **ospitare eventi di promozione cultural – territoriali**, quali, presentazione di libri, laboratori per bambini, corsi di formazione per operatori territoriali della cultura, proiezioni docu film, particolari **attività studiate appositamente per le persone diversamente abili**, etc.

Gli **spazi** potranno essere utilizzati per **molteplici attività didattiche** nelle quali Civita esprime un'elevatissima professionalità (cfr. paragrafo 1, Soggetto Proponente).

Il progetto proposto, sempre previo assenso della Città Metropolitana, individua le Domus Romane come punto di raccordo per lo sviluppo e la partenza di tour cittadini. A tal proposito si segnala **l'accordo** in essere tra **Civita** e la compagnia **CS Open Bus**, società che gestisce gli Open Bus a marchio "Io Bus", primaria compagnia che opera su Roma con tutte le necessarie licenze. Su questa falsa riga, Civita potrà ricorrere ad **ulteriori accordi** (quadro e ad hoc) per amplificare la caratterizzazione del Sito quale punto nevralgico di attività didattiche, visite guidate, tour culturali e/o turistici. Lo **sviluppo dell'Hub territoriale** sarà **progettato** dall'area di Civita **"Progettazione Territoriale"**, un unicum nel panorama delle imprese culturali e creative (cfr. paragrafo 2, Soggetto Proponente).



2.3 Promozione e comunicazione

Il piano di comunicazione per la ripartenza a pieno regime delle Domus Romane di Palazzo Valentini è strategicamente fondamentale e presuppone un'articolazione che abbia come obiettivo primario il **raggiungimento del più ampio pubblico possibile e il conseguente aumento del numero di visitatori**. Scopo specifico del piano di comunicazione integrato sarà informare il “visitatore”, attirando l'attenzione sulla **storicità** in senso pionieristico del sito museale, sulle **peculiarità del luogo** e sul **rinnovato comparto tecnologico** in dotazione, oltre che sulle informazioni base riguardanti calendario, tariffazione e modalità di acquisto.

In questo senso il piano impiegherà una strategia di **comunicazione** che sia tanto **funzionale** quanto **accattivante**, improntata quindi sul **Visual Storytelling** oltre che **didattica e informativa** in senso tradizionale.

Consapevoli della **singularità della location** e della sua attività, andiamo a definire i **target** che vogliamo raggiungere tramite apposite attività di promozione:

- a) i **residenti della Città Metropolitana e della Regione Lazio**, che possono trovare nelle Domus un appuntamento culturale di proprio gradimento (anche per chi le avesse già visitate in passato);
- b) i **turisti italiani e stranieri**, ossia tutti coloro che per motivi diversi (ricreativi, culturali, professionali, religiosi) hanno, o potrebbero avere in programma, un viaggio a Roma, tenendo conto anche degli eventi che si svolgeranno in città nei prossimi 10 anni, e con particolare attenzione al **Giubileo del 2025**;
- c) gli **appassionati di archeologia** e di **storia romana** di tutto il territorio nazionale;
- d) i **gruppi organizzati**, italiani e stranieri, e le **scuole** di tutto il territorio nazionale.

Obiettivo principale del piano di comunicazione sarà dunque posizionare le **Domus di Palazzo Valentini** tra i **siti museali con il tasso di edutainment più alto della città**, facendo comprendere ed enfatizzando il valore della proposta culturale, nonché la **potenzialità della location** a ridosso dei Fori Imperiali e della Colonna Traiana, che potremmo valorizzare ulteriormente tramite il centro di sviluppo dei tour culturali e/o turistici oltreché mediante strumenti di realtà aumentata fra cui il **Binocolart®** (appositamente brevettato dall'area di Civita **“Innovazione Culturale”** (cfr. paragrafo 1, Soggetto Proponente).



Da questo punto di vista rientrano tra gli scopi del piano anche il **riallestimento dell'ingresso** del museo tramite alcune soluzioni che – coniugando l'ottimizzazione dei costi e la massima funzionalità operativa – possano **valorizzare lo spazio e attirare l'attenzione del visitatore sin dall'esterno** del sito museale. A tal proposito si suggeriscono – e si reputano essenziali – alcune soluzioni che vanno dalla segnaletica autoportante semovibile alla decorazione grafica dello spazio con possibile intervento d'artista, passando per l'installazione di una tenda-sipario in PVC a strisce trasparenti che possa fungere ad un tempo come “attrattore” e come canalizzatore dei flussi nel punto di accesso alle due aree distinte delle Domus e dell'Enoteca (che, anche se non sarà parte di questo progetto, dovrà continuare ad essere – su impulso della Città Metropolitana – un catalizzatore di visite e un veicolo attivo di promozione per le Domus). Tali soluzioni prevedono in tutti i casi l'installazione supplementare di una strumentazione audio percepibile anche dall'esterno e un intervento di rinnovamento delle grafiche su strada, tra cui vetrofanie (su tre porte finestre e una lunetta) e cartellonistica applicata al cancello di ingresso. Il tutto sarà integrabile con nuovi interventi ad hoc nella più vasta area pedonale, per massimizzare la portata della promozione e della corretta guida del visitatore all'interno del Sito.

Tra le opportunità da valutare, anche in considerazione della promozione di **eventi serali** che coinvolgano la terrazza, c'è quella di progettare l'allestimento dell'ingresso da **via di Sant'Eufemia** indipendente rispetto alla vita istituzionale di Palazzo Valentini e quindi in queste occasioni più facilmente gestibile.

Il **piano di promozione e comunicazione** dell'attività è articolato per soddisfare l'intero ventaglio di esigenze manifestate, sarà **condiviso con Città Metropolitana** che a sua volta promuoverà, attraverso eventi istituzionali e non, la notorietà del sito. In termini di piano di advertising, si propone un **mix di strumenti** che, coordinati tra loro, contribuiranno a raggiungere l'articolato e ampio target di riferimento. In particolare, sarà necessario un equilibrio tra mezzi di livello nazionale e mezzi localizzati nel territorio cittadino e regionale, in modo da mettere a conoscenza dell'iniziativa tutti coloro che abitano o si recheranno in zona. Per far questo ci serviremo in particolare delle **affissioni pubblicitarie** e di una **massiccia diffusione di materiale informativo**, in particolare di pieghevoli della sede museale. Contestualmente, sarà garantita una **presenza sul web**, che è sempre di più “il luogo” in cui i visitatori potenziali di eventi culturali oltre che i turisti, si informano.

Programma di attività e strumenti di comunicazione

La pianificazione di durata annuale si articola in **due momenti/azioni** chiave ai quali fanno riferimento specifiche attività di comunicazione: **Lancio – Storytelling/Mantenimento**.



Lancio

L'obiettivo della prima fase sarà quello di **rilanciare** la sede museale a **livello cittadino, regionale e nazionale** facendo percepire il **sito tecnologicamente e gestionalmente rinnovato** per coloro che lo hanno già visitato e essenziale per coloro che hanno in programma un viaggio a Roma e nei dintorni.

Per questo verrà anzitutto creata una **piattaforma web di riferimento dove trovare tutte le informazioni chiave per la visita e i riferimenti social**.

Per le attività sui **social network** è prevista la creazione delle pagine Facebook e Instagram delle Domus Romane di Palazzo Valentini, da utilizzare anche con **contenuti sponsorizzati** che intercetteranno le persone che non seguono l'account stesso e che possano essere interessate alle più ampie attività di valorizzazione dell'area.

Contestualmente ipotizziamo di avviare le altre attività utili alla diffusione dei contenuti e delle informazioni pratiche. Prevediamo altresì **uscite tabellari e/o web su quotidiani e riviste, nonché rapporti costanti con una o più agenzie di stampa**.

Storytelling - Mantenimento

Si prevede **un'attività continua sui social network** con grafiche dedicate, foto gallery e alcune clip video. I social coinvolti saranno Facebook e Instagram sui quali faremo due tipi di attività: garantiremo un piano editoriale con cadenza settimanale e sponsorizzeremo i contenuti per raggiungere la quota più ampia del target di riferimento.

A supporto del piano editoriale immaginiamo la realizzazione di alcuni contenuti video in piccole clip da 15/30 secondi da utilizzare durante la fase di mantenimento.

Rilancio

Per quanto riguarda la pianificazione a lungo raggio, le attività previste dal piano nella sua prima annualità, in particolare quelle relative alla fase di mantenimento, sono tutte potenzialmente replicabili negli anni a seguire. Mentre non vi rientrano gli interventi appartenenti alla fase di lancio, come ad esempio il rifacimento del sito web, per cui va pensato piuttosto un aggiornamento costante sui contenuti, ma non nella struttura.

Per quanto riguarda la pianificazione sulla distanza sono invece da preventivare, oltre che al monitoraggio continuo delle attività, anche le modifiche e i riadattamenti che eventualmente sono elaborare sulla base delle nuove esigenze che venissero a manifestarsi.



2.4 Personale

L'esperienza realizzata in questi anni a Palazzo Valentini con l'apertura al pubblico delle Domus è ormai diventata un punto di riferimento per la conoscenza delle testimonianze archeologiche dell'antica Roma e non solo ed è stata accompagnata da un sistema di **fruizione delle Domus esemplare**, per il modo in cui è stata **organizzata la visita** tenendo conto della **complessità degli spazi** e nel **rispetto** dei necessari **contingentamenti**. Civita ha affiancato la Città Metropolitana fin dall'inizio nella progettazione e poi nella realizzazione di questo **modello gestionale**. Il livello qualitativo raggiunto è frutto di un gruppo di lavoro collaudato nel tempo nei vari ambiti lavorativi di cui è composto, da coloro che svolgono la loro attività lavorativa in loco a coloro che svolgono la propria attività da remoto, dal **servizio di biglietteria** al **call center**, dall'**assistenza alla visita** al **coordinamento delle attività**, dalla **gestione amministrativa** e **del personale** all'area della **promozione e comunicazione**, personale che in questi anni ha dimostrato la massima integrazione tra tutte le funzioni organizzative coinvolte.

Proprio in virtù di questo alto livello qualitativo raggiunto sarà mantenuto lo stesso gruppo di lavoro e saranno garantiti gli attuali professionisti occupati in loco, senza escludere, laddove se ne ravvedessero le possibilità, di incrementarlo.

Con particolare riguardo alle attività di biglietteria, bookshop e assistenza alla visita, **alleghiamo i CV del personale che in questi anni ha lavorato alle Domus**, un **personale altamente qualificato**, in grado di relazionarsi con **visitatori** provenienti dalle **varie aree geografiche**, di **assisterli nella visita** al di là del semplice accompagnamento, interagendo con il visitatore più curioso con la **capacità di rispondere con competenza ai quesiti** che possono essere posti su Palazzo Valentini o sugli scavi; in grado di **gestire i flussi** con proposte diverse a seconda delle richieste del pubblico, proponendo soluzioni alternative e tagliate sull'esigenze dei gruppi, delle scuole, delle visite in lingua, dei visitatori singoli, etc. in modo da garantire a tutti la più ampia possibilità di ingresso; in grado di procedere all'**allocazione dei posti non riservati** per perseguire l'obiettivo di massima affluenza; in grado di trovare soluzioni alle eventuali necessità di Città Metropolitana per **eventuali esigenze istituzionali** che dovessero manifestarsi.

Altre figure di riferimento importanti per permettere un coordinamento con i responsabili di Città Metropolitana sono il **responsabile del progetto per l'ambito delle relazioni**, la dott.ssa Renata Sansone direttore operativo di Civita Mostre e Musei e il **responsabile del progetto per gli ambiti operativi**, la dott.ssa Maria Cristina Campo, che fungeranno da **referenti per tutte le attività e si raccorderanno con gli uffici di Civita coinvolti**.



Le predette figure avranno una linea diretta con il Coordinatore del Servizio di turno alle Domus in maniera da essere tempestivamente informate di eventuali anomalie nello svolgimento delle attività; monitoreranno il corretto svolgimento del servizio da parte di tutto il personale impiegato presso il sito di Palazzo Valentini; terranno i rapporti con le diverse aziende coinvolte, dai partner tecnologici ai fornitori di servizi; verificheranno il corretto svolgimento di tutti gli adempimenti connessi alla gestione (invio report, etc.).

In particolare: **la dott.ssa Renata Sansone vanta un'esperienza trentennale nella gestione e valorizzazione dei beni culturali e archeologici con una particolare attenzione a quelli de territorio di Roma e della Città Metropolitana** di Roma. La dott.ssa Sansone ha una specificità nella gestione e valorizzazione delle installazioni multimediali e immersive applicate ai siti archeologici, poiché ha coordinato la produzione, gestione e valorizzazione degli spettacoli del Comune di Roma “*Il viaggio nei Fori: Foro di Augusto e Foro di Cesare*” dall’inizio del progetto e sino al 2017.

La dott.ssa Maria Cristina Campo ha un'esperienza professionale specializzata prevalentemente nell'attività di organizzazione di eventi espositivi temporanei, che le hanno consentito di entrare in contatto con le principali istituzioni pubbliche e private, italiane e straniere del settore dei Beni Culturali, oltre che con le principali aziende operanti nel settore nei diversi campi, dalla progettazione agli allestimenti, dalla editoria ai trasporti d'arte, dal restauro alle compagnie assicurative, consentendole di perfezionare le proprie capacità lavorative nel coordinamento delle attività organizzative, nella gestione di budget e nei rapporti con il committente, i partner e i fornitori.

Il team di lavoro sarà supportato dalla figura del **Disability Manager** che in fase iniziale strutturerà tutte le attività necessarie

2.5 Interventi ed aspetti tecnici del progetto

Situazione attuale

Il percorso in realtà immersiva, parte caratterizzante della visita alle Domus, risale al 2010 e la presente proposta – che trae origine dalla relazione del nostro partner tecnologico AVSet, esperto nelle progettazioni e attività legate ai beni culturali (cfr. paragrafo 1, Soggetto Proponente) – di ammodernare dell’impianto nasce dalla constatazione che la **parte tecnologica è oramai così obsoleta da poter essere più, di fatto, oggetto di manutenzione.**

L’impianto multimediale è stato **progettato sulla base di mini pc Raspberry** che non riteniamo sufficientemente performanti per essere il motore di un sistema così importante sia dal lato culturale e di promozione turistica, sia dal lato tecnologico.

Le **schede Raspberry** sono estremamente conosciute in ambito educational e hobby, ma **presentano grossi problemi di stabilità e di robustezza.**

È questo l’elemento critico della catena audio-video, poiché all’interno di questi mini pc è contenuta la programmazione delle timeline audio e XML.

Non esistono più in commercio quei particolari modelli di Raspberry e i nuovi non sono compatibili con i vecchi modelli, il che rende non utilizzabili le programmazioni attuali in caso di cambio dispositivo.

Oltre alla sostituzione dei Pc, il secondo grosso blocco di apparecchiature da **sostituire** sono i **proiettori.**

Le macchine sono di una generazione passata i cui **componenti sono oramai fuori produzione** e le riparazioni, oltre che costose, sono soprattutto poco durature e, in definitiva, inefficaci e inefficienti. Si tratta infatti di proiettori a lampada per i quali è costoso anche il semplice cambio-lampada, con pezzi di ricambio spesso introvabili.

Allo stato dell’arte della tecnologia odierna, **i proiettori devono avere una sorgente luminosa al laser per aumentare la resa ottica.**

Ulteriore aspetto su cui ci vogliamo concentrare è la **sostituzione del sistema audio.** Il sistema immersivo e di filodiffusione verrà sostituito da un sistema di distribuzione audio tipo **personal monitor con dispositivi personali da distribuire ai visitatori.**



Nuova proposta

Fasi preliminari

1. Ri-masterizzazione dei contenuti
2. Bonifica cablaggio esistente
3. Identificazione nuovi proiettori e ottiche
4. Identificazione nuovo sistema playout video
5. Identificazione nuovo sistema audio
6. Revisione impianto luci
7. Identificazione sistema di supervisione locale
8. Identificazione sistema di controllo remoto

Fase 1. - Ri-masterizzazione dei contenuti

L'attento studio del **sistema attuale** dimostra che i **filmati sono stati “deformati”** dopo che i proiettori sono stati montati e settati, **per adattare il contenuto al mapping sulle pareti** senza necessità di software specifici.

In questo modo, un seppur minimo spostamento dei proiettori, porta ad un disallineamento del mapping sulla parete e il riallineamento risulta impossibile perché si sommano incognite di natura meccanica (altezza dei piedini, inclinazione rispetto al piano) con incognite elettroniche (keystone, blanding).

Pur mantenendo la posizione esatta, la sostituzione di un proiettore con un altro di marca differente non matcherà mai esattamente, poiché i rapporti delle ottiche cambiano leggermente da modello a modello e da HD-ready a FullHD.

Primariamente quindi andrà svolta un'operazione di remapping, cioè riadattare le aree di proiezione a nuovi proiettori e di eventuale ricodifica dei filmati per renderli compatibili con i nuovi player.

La soluzione più realistica e qui proposta è quella di proiettare i contenuti originali già deformati attraverso un videomapper e correggere l'output direttamente sul posto.

Questo metodo permetterà di salvare molti pixel che andrebbero persi se optassimo per deformare due volte il contenuto.

Anche nei casi di grafiche semplici sarebbe il caso di provare prima con questo metodo in modo da ritrovarci automaticamente con i timings e le sincronie giuste, garantendo così un'alta definizione, migliorativa rispetto al presente.

Solo in pochi casi potremo eseguire un semplice warping. Su molti contenuti sono presenti sottosquadri e volumi che si sviluppano in profondità. Avremo quindi bisogno di un software che permetta di isolare porzioni della clip di input ed assegnarle a diverse superfici di output.

Con un processo di upscaling si porterà quindi il nuovo filmato ad una risoluzione maggiore in formato 4:3 o 16:9 per sfruttare le capacità dei nuovi proiettori

Fase 2. - Bonifica cablaggio esistente

Volendo realizzare un nuovo impianto tecnologico per offrire al visitatore un'esperienza di qualità migliore, rispetto all'attuale, oltre alle macchine sarà necessario **aggiornare anche il cablaggio per la trasmissione dati/audio/video in alta definizione secondo gli standard tecnologici odierni.**

Allo stato attuale abbiamo avuto modo di verificare che sono presenti canale passacavi ingolfate di materiale, risalenti probabilmente ad installazioni precedenti, oltre al fatto che molti cavi sono semplicemente posati sulle rovine.



Per l'igiene delle canaline, per una manutenzione più ordinata e soprattutto per nascondere al visitatore elementi estranei al Sito, va recuperato spazio per il passaggio dei nuovi cavi all'interno delle canaline esistenti che possono essere mantenute e che saranno riutilizzate ove possibile.

Il cambio tecnologico, oltre alla sostituzione delle macchine porta con sé un cambio del sistema di trasmissione dei segnali audio, video e controllo (AVC).

La distribuzione attuale dei segnali video avviene con cavi e trasmettitori basati sullo standard WXGA (1280x768). **Passando ad un sistema in qualità Full-HD il vecchio cablaggio andrà sostituito con cavi adeguati al nuovo standard.**

Non si esclude, ma sarà necessario un più approfondito ed ulteriore studio della situazione esistente, **la possibilità di utilizzare cavi in fibra ottica per predisporre il cablaggio ad un ulteriore salto qualitativo futuro verso il video di risoluzione 4K.**

Fase 3. – Identificazione nuovi proiettori e ottiche

Per l'**identificazione del corretto modello di proiettori**, prima ancora di fare ragionamenti inerenti parametri tecnici di tipo ottico (DLP vs LCD vs LED, luminosità, contrasto, risoluzione, ecc...) dobbiamo **tenere conto delle condizioni climatiche assolutamente tipiche del sito.**

L'alto **tasso di umidità** rappresenta sicuramente la criticità maggiore per le elettroniche in genere, ancor più per i proiettori che di fatto sono l'elemento senza il quale l'installazione perde completamente di fascino ed interesse per il pubblico, nonché di caratterizzazione museografica e museologica del sito.

In secondo luogo, considerato il **valore storico dell'ambiente** in cui andrà fatta l'installazione e a seguire la manutenzione, va limitato al massimo il rischio di posizionare i proiettori e tutte le apparecchiature connesse in posizioni che rischino di mettere a repentaglio l'incolumità dei reperti sia durante la gestione ordinaria, sia durante gli interventi manutentivi fisici quando saranno necessari.

L'ottica sarà una variabile dipendente della posizione. La posizione che in molti punti è obbligata, in altri andrà rivista per consentire interventi di manutenzione facili e in sicurezza.



I proiettori devono avere possibilità di eseguire mapping, masking, soft-edge (preferibilmente automatico) con altri proiettori, correzioni geometriche su almeno 36 punti indipendenti così da limitare gli interventi di setup software o addirittura sui contenuti.

Allo stato attuale, i proiettori risultano essere tutti con raster 1280x768, sorgente luminosa a lampada. In alcuni punti, anche la potenza nominale risulta sottodimensionata e quindi la godibilità della fruizione compromessa.

Inoltre molti di questi proiettori **non consentono un controllo remotizzato**, feature che dovrà essere implementata nell'ottica di una manutenzione preventiva remota al fine di garantire l'intervento immediato e quindi un costante livello qualitativo della visita.

Vengono proposti nella nuova installazione tutti proiettori con sorgente luminosa laser. Così facendo, a fronte di un investimento decisamente maggiore rispetto ad un proiettore a lampade, si riduce ed ottimizza il costo di manutenzione e soprattutto si ottiene una maggiore efficacia degli interventi. Ricordiamo infatti che una **lampada standard** ha una **durata di massimo 2.500 ore** e che la sua intensità luminosa tende a diminuire con l'aumentare delle ore lavoro facendo diminuire la resa delle proiezioni. Inoltre, ogni cambio lampade richiede l'intervento di almeno un tecnico specializzato, nonché l'intervento fisico sul luogo. Una **sorgente laser**, invece, ha una **durata garantita di almeno 20.000 ore** senza necessità di interventi da parte dei tecnici. Da ultimo – ma si tratta di un punto da evidenziare – **il rischio di rottura di una lampada tradizionale di fatto si azzerava con l'utilizzo di un proiettore a sorgente laser.**

Fase 4. – Identificazione nuovo sistema playout video

Il percorso di visita al sito è scandito da precisi momenti, in specifici ambienti, con esatti contenuti audio/video.

Il sistema di playout dovrà avere come feature principale la possibilità di mettere in sync su una precisa timeline differenti dispositivi con diversi protocolli:

- i player collegati ai proiettori
- i player audio con le tracce audio (eventualmente in multi-lingua)
- i dimmer per gli effetti luci

- eventuali automazioni meccaniche

Il sistema attuale è basato su mini pc Raspberry che, seppur funzionali, hanno il limite notevole di non avere le garanzie tipiche dei prodotti professional, prima tra tutti l'assistenza post-vendita che deve garantire ricambi per un periodo di almeno 7 anni.

L'attuale impianto è di fatto un sistema custom realizzato *ad hoc*. Anche se ben progettato e funzionante non possiede le minime caratteristiche di un sistema AVC quali, ad esempio, contenitori per elettroniche idonei, garanzia di almeno 24 mesi sui componenti, possibilità di espansione, ecc

Un sistema di fascia alta garantisce una flessibilità tale da adattarsi anche ad esigenze momentanee e non permanenti nel caso di spettacoli o visite particolari.

Anche da un punto di vista software, il sistema deve essere aperto o comunque fornire le librerie e gli SDK per intervenire. Il sistema attuale non consente ciò e mancando anche i codici sorgenti non è nemmeno possibile eseguire un porting da un sistema ad un altro.

Fase 5. – Identificazione nuovo sistema audio

C'è da fare una premessa metodologica: il sistema di diffusione audio è dipendente del tipo di gestione visite e ora cercheremo di illustrarne il motivo. Nel caso di un gruppo di visitatori omogeneo per idioma, la soluzione di filodiffusione è dal punto di vista della resa acustica e della user experience indiscutibilmente la migliore, ma questa soluzione implica appunto gruppi precostituiti e “chiusi”.

Attualmente il sistema audio di filodiffusione è gestito da un mini pc Raspberry che si occupa di riprodurre l'audio quando riceve un segnale di start da un altro mini pc Raspberry che si comporta da unità master, che come già accennato nel punto precedente, essendo prodotti consumer non godono delle garanzie e delle assistenze dei prodotti professionali.

Alla luce dell'esperienza maturata in questi anni riteniamo che sia più efficace ed efficiente utilizzare **un sistema audio basato invece sul principio delle audio-guide con ascolto personalizzato tramite cuffie o auricolari**: a fronte di una user-experience che potrebbe essere percepita come meno immersiva, si garantirebbe una gestione dei tour indipendente dall'idioma dello spettatore.

Con tale soluzione non si rischia che i visitatori per tour debbano attendere il tour nella propria lingua.

La riproduzione del segnale audio sarà demandata ad uno dei player del sistema e distribuita nell'etere con tecnologia WiFi su rete dedicata.

Lo spettatore potrà scaricare su un suo dispositivo una app specifica tramite la quale scegliere la lingua e quindi utilizzare i propri auricolari per l'ascolto. Vantaggio implicito è il risparmio di tempo necessario per disinfettare le cuffie. La app potrà essere successivamente utilizzata per erogare servizi al visitatore anche post visita. **In alternativa, il visitatore potrà richiedere all'ingresso uno smartphone "basic" con eventuali auricolari**, che saranno ovviamente disinfettati e sanificati con prodotti idonei prima di essere consegnati al visitatore.

Fase 6. – Revisione impianto luci

Temporizzati sulla timeline del sistema di playout viaggiano anche i segnali DMX per la gestione dell'impianto illuminotecnico.

Come per il resto dei segnali, **anche in questo caso abbiamo un mini pc Rasperry che gestisce l'illuminazione** e come nei punti precedenti abbiamo le limitazioni legate a questo prodotto consumer.

L'impianto illuminotecnico riteniamo debba essere interamente revisionato andando a sostituire tutte le lampade. Anche se allo stato attuale non si riscontrano particolari criticità nella tipologia dei corpi illuminanti e nei dimmer che li alimentano, **in un'ottica di risparmio energetico e sostenibilità ambientale è nostra intenzione predisporre la sostituzione dei corpi illuminanti attuali con nuovi fari LED e dimmer a bordo** che andranno ad alleggerire l'impianto dalla gestione dei dimmer e a consentire di intervenire sul singolo faro in maniera indipendente. Questa soluzione anche in termini di manutenzione si prospetta decisamente più efficiente ed efficace e meno invasiva per il sito in termini di numero di interventi.

Fase 7. – Identificazione sistema di supervisione locale

Attualmente non esiste una "sala controllo" tramite la quale avere informazioni sullo stato delle macchine o verificare se ci sono criticità.



In ogni ambiente è presente un touch screen utile per avviare il sistema, selezionare la lingua e poche altre funzionalità.

L'idea di riprogettazione di questa funzione si basa sull'ottimizzazione dei tempi e dei flussi, facendo in modo che l'operatore abbia la possibilità di far partire lo spettacolo nel momento in cui il gruppo visitatori è pronto, valutando anche nel caso la possibilità di fare una pausa per integrare il racconto multimediale con alcune spiegazioni ulteriori o risposte a particolari e specifiche richieste dei visitatori.

I pannelli di controllo saranno montati in maniera fissa in punti strategici ed essere integrati con un'app dedicata per tablet che saranno forniti in dotazione al personale del sito.

Un sistema così fatto è legato alla timeline del sistema di playout con il quale deve essere in collegamento e quindi condividere lo stesso mezzo di comunicazione che nello specifico sarebbe la connessione Wi-Fi per accedere alla rete LAN delle macchine.

Fase 8. – Identificazione sistema di controllo remoto

In un'ottica di economicità e tempi di risoluzione delle eventuali problematiche riteniamo quindi risolutiva l'installazione di un **sistema di controllo a distanza**.

Questo sistema di controllo invierà degli alert alla centrale di controllo in caso di malfunzionamenti.

Dalla centrale di controllo sarà possibile monitorare lo stato di tutte le macchine e intervenire su di esse in modo tempestivo e senza la necessità essere fisicamente in loco.

Questi alert, in forma di mail o altro sistema verboso, saranno connessi ad una rete dati esterna. Chiaramente in fase esecutiva verrà fatto un approfondimento circa le macchine in grado di fornire nativamente questo servizio e occorre necessariamente rinviare a un successivo approfondimento.

Gantt delle attività – ipotesi dei tempi

Premessa: nelle tempistiche riportate nella tabella seguente, abbiamo ipotizzato i tempi globali per il ripristino totale dell'intera installazione multimediale.



I circa 4 mesi necessari verranno frazionati allo scopo di chiudere una sola sala alla volta, garantendo così la continuità del servizio di visita alle Domus seppure con delle limitazioni.

La conseguenza di questa proposta porterà ad un tempo complessivo di installazione probabilmente maggiore, ma riteniamo che la non chiusura totale delle visite al pubblico sia l'obiettivo principale da raggiungere.

Ammodernamento impianto tecnologico Domus Romane*

ROMA CITTA' METROPOLITANA

PALAZZO VALENTINI

Data inizio progetto: 01/07/22

Data fine lavori: 12/12/22

Descrizione attività cardine	Assegnato a	Avanzamento	Inizio	Giorni	Fine
Attività Preliminari					
Progetto esecutivo		0%	01/07/22	30	31/07/22
Consegna dei materiali		0%	01/08/22	60	30/09/22
Bonifica cablaggio esistente	SQ1 + SQ 2+ SQ 3	0%	01/07/22	21	22/07/22
Revisione impianto elettrico			01/08/22		01/08/22
Installazione					
Montaggio nuovi armadi rack		0%	01/08/22	15	16/08/22
Passaggio cavi		0%	16/08/22	21	06/09/22
Montaggio apparati (proiettori, player)	SQ 3 + SQ 4	0%	07/09/22	21	28/09/22
Montaggio audio	SQ 3 + SQ 4	0%	28/09/22	5	03/10/22
Montaggio impianto luci		0%	02/10/22	5	07/10/22



Setup

Programmazione timeline	0%	07/10/22	15	22/10/22
Taratura proiettori	0%	22/10/22	10	01/11/22
Taratura audio	0%	22/10/22	5	27/10/22
Verifica proiezioni	0%	02/11/22	10	12/11/22
Programmazione DMX luci	0%	12/11/22	10	22/11/22
Fine tuning timeline spettacolo	0%	22/11/22	5	27/11/22
Pulizie generali e recupero attrezzi	0%	27/11/22	3	30/11/22

Collaudo

Test finale	0%	01/12/22	1	02/12/22
Correzioni finali	0%	02/12/22	10	12/12/22

****I tempi indicati dovranno essere modificati in relazione all'avvio delle attività che trova nella definizione del partenariato il suo presupposto necessario***

Elenco indicativo apparati proposti nel progetto

Per completezza, ma a scopo illustrativo e non esaustivo, riportiamo le caratteristiche e le quantità degli oggetti principali necessari per il restyling del sistema tecnologico.

- **Proiettore Laser 30 pezzi**
 - videoproiettore laser con ottica corta
 - risoluzione WUXGA, 1920 x 1200, 16:10
 - 6000 lumen
 - Almeno n.2 ingressi con uscita link HDMI ed ingresso HdBaseT
 - Lens Shift manuale V:+\ -50, H:+\ -20%
 - Funzionalità di correzione della geometria e edge blending.
- **Media server con almeno 4 uscite 4 pezzi**
 - Caratteristiche: Socket R4 LGA 2066, DDR4-SDRAM, Serial ATA III, UEFI, Scheda grafica almeno Quadro RTX 5000 16GB GDDR6, processore Intel Core i9-10940X, Intel® Core™ i9



serie X, Corsair Vengeance CMW16GX4M2C3200C16, 16 GB, 2 x 8 GB, DDR4, 3200 MHz, 288-pin DIMM, Crucial P2, 500 GB, M.2, 2300 MB/s, Samsung 980 PRO, 1000 GB, M.2, 7000 MB/s,

- 2x SSD da 500gb
- Con software di messa in onda
- Gestione timeline
- Gestione comandi tramite UDP

- **Player multimediale 25 pezzi**

- Player con risoluzione video FullHD e 4K
- Supporto Dolby Vision e HDR10+
- Motore grafico HTML5
- Porta di rete LAN 1Gigabit
- Uscita audio S/PDIF digital e analogico
- Controlli interattivi via GPIO e UDP
- Memoria interna almeno di tipo SSD

- **Sistema audio multilingua**

- Fino a 8 canali audio indipendenti
- Almeno 100 client connessi su singolo canale audio
- Tecnologia WiFi
- Ingressi audio analogici e Dante



2.6 Aspetti gestionali del progetto

Situazione attuale

L'esperienza realizzata a Palazzo Valentini con l'apertura al pubblico delle **Domus** è stata per diversi anni un **punto di riferimento** per la conoscenza delle **testimonianze archeologiche dell'antica Roma** e non solo. Il lavoro di **divulgazione** concepito dall'allora Provincia di Roma con **Piero Angela e Paco Lanciano** ha conferito agli scavi una **valenza straordinaria**, quasi **un modello per la conoscenza dell'archeologia** riconosciuto dai romani e dal turismo internazionale, come testimoniavano in modo evidente le segnalazioni registrate nella rete e in particolare su TripAdvisor.

Questa esperienza è stata accompagnata da un **sistema di fruizione delle Domus** altrettanto **esemplare**, per il modo in cui è stata organizzata la visita tenendo conto della complessità degli spazi e nel rispetto dei necessari contingentamenti. **Civita ha affiancato l'Amministrazione fin dall'inizio**, nella **progettazione** e poi nella **realizzazione di questo modello gestionale**. Il livello qualitativo raggiunto è stato testimoniato dalla crescita costante del numero di visitatori nei primi anni di gestione e dall'apprezzamento del pubblico rilevato nella rete e nelle analisi di Customer Satisfaction che abbiamo effettuato negli anni.

Il lavoro sin qui condotto ci insegna che per la gestione dei servizi di accoglienza al pubblico, assistenza alle visite, controllo delle opere esposte negli spazi espositivi e relativa sorveglianza e custodia debba essere definito un **“modello organizzativo” puntuale ed efficiente**. In questi anni abbiamo gradualmente, ma con costanza, apportato modifiche ed implementazioni che hanno permesso di trovare nuove soluzioni organizzative, che tenessero conto del prolungamento del percorso di visita, dell'incremento del numero di visitatori e non ultimo dell'equilibrio economico.

Il Piano di organizzazione e gestione dei servizi sono l'elemento determinante nella percezione del visitatore per il soddisfacimento della visita. Infatti in questo caso l'organizzazione di servizi, che comportano rigidità in termini di durata e ingressi contingentati, sono stati fondamentali per garantire una visita piacevole.

Per quanto attiene lo svolgimento, l'organizzazione ed il servizio di visita a regime ordinario **pre-covid**, la situazione prevedeva **19 fasce orarie giornaliere con partenza ogni 30 minuti dalle 9.30 alle 18.30** (sei giorni alla settimana con chiusura il martedì), servizio garantito **attraverso l'impiego di circa 10 unità** di personale che si alternavano in **5 postazioni per turno** (mattina/pomeriggio) per un totale di circa 10.000 ore complessive (10.534 nel 2019).



La lunghezza del percorso (oltre 1,5 h di visita) ed il numero di fasce orarie ha comportato l'esigenza di impiegare personale in numero superiore alle esigenze, infatti, per assicurare le partenze fisse (anche con un 1 o 2 visitatori) abbiamo dovuto **prevedere la compresenza di più operatori**.

Negli **ultimi anni pre-covid la tendenza positiva si è invertita** a causa di due fattori principali:

- **fattore Tecnologico: usura, mal funzionamento**, mancata manutenzione e ricambio degli apparati tecnologici in dotazione;
- **fattore Competitivo: incremento di percorsi multimediali riconducibili** e/o percepibili ad un'esperienza di **visita simile**.

I dati relativi ai visitatori nel corso di durata della concessione, evidenziano una media annua di n. **37.126** (inclusi paganti e gratuiti). La **sostenibilità economica** della gestione è stata recentemente **influenzata dalla contrazione dei visitatori** ed è entrata ancor più in sofferenza, alla riapertura nel maggio 2021 dopo il periodo più critico dell'**epidemia Covid**, con la riduzione dei giorni e delle fasce orarie di visita.

Per quanto sopra riportato si ritiene necessario ripensare una proposta progettuale nuova capace di:

- ✓ **impiegare risorse finanziarie aggiuntive per rinnovare HW e SW;**
- ✓ **garantire una manutenzione costante;**
- ✓ **acquisire e rendere disponibili i codici sorgente;**
- ✓ **ripensare ad un modello gestionale nuovo, flessibile e modulabile;**
- ✓ **riposizionare sul mercato turistico le Domus;**
- ✓ **individuare un'attività nuova ed alternativa a quella dei servizi di ristorazione e caffetteria capace di contribuire economicamente al risultato di esercizio della gestione.**

Nuova Proposta

In questi anni abbiamo, insieme all'Amministrazione, rimodulato il servizio rispetto alle problematiche di contingenza di ingresso al percorso di visita, alle esigenze del Palazzo (che rimane un luogo con uffici dell'amministrazione pubblica) e alle richieste del pubblico, sia individuale che di gruppo, che negli anni sempre di più esige certezza negli orari e nella durata della visita.

Se per ogni museo le diverse attività devono essere integrate, nel caso delle Domus Romane di Palazzo Valentini, che rappresentano un sito archeologico *sui generis* nel panorama museografico italiano, questo elemento deve essere ancora più forte e consolidato. **L’obiettivo è introdurre il visitatore ad un’esperienza che risulta difficile da raccontare, ma che se raggiunto diventa generatore di “promotori culturali/influencer” del Sito.**



Le indagini statistiche effettuate presso le Domus Romane dimostrano come uno dei canali di promozione più utilizzati e più potenti sia stato il passa parola (*reputation*), in particolar modo per i visitatori italiani.

Per riaffermare un’identità specifica del brand Domus e per invertire il trend dei visitatori è importante **ripensare ad un’organizzazione integrata** per la gestione delle visite, partendo dai servizi di primo contatto con il pubblico: **prenotazioni, call center, sito web, biglietteria e assistenza alla visita.**

Se l’organizzazione delle fasce orarie deve infatti tener conto, per poter soddisfare le diverse tipologie di pubblico, di una serie di elementi come la lingua, se gruppo organizzato, se scuola, se visitatore estemporaneo, se disabile, ecc. **oggi proponiamo un sistema gestionale capace di integrare i servizi di prenotazione e biglietteria in modo da soddisfare il maggior numero di visitatori possibile**, senza alterare la qualità della visita e la sicurezza degli spazi. Per questo **l’organizzazione delle prenotazioni, del call center e della biglietteria è integrata**, non solo dal punto di vista tecnologico, ma anche attraverso canali di comunicazione diretti tra le strutture operative (call center e biglietteria) per uniformare e condividere procedure, problematiche e risoluzione dei problemi. Un sistema gestionale così strutturato potrà essere funzionale all’organizzazione dei tour cittadini oltretutto alla libera offerta di servizi in bundle.

A vigilare sull’andamento dei visitatori e per la verifica dei biglietti stampati, sarà installato un sistema di controllo accessi in grado di leggere codici a barre, con la predisposizione per comunicare con dispositivi di lettura RFID. Il sistema è **finalizzato al monitoraggio e alla verifica degli ingressi**, attraverso la lettura

tramite lettore palmare (pistola), dei titoli di ingresso. Il sistema sarà in grado di **estrarre delle statistiche** di frequentazione periodiche attraverso il modulo di controllo installato sul punto cassa. Il sistema si compone di un software di gestione/controllo, di un apparato per la creazione di una rete Wifi in prossimità della biglietteria e di un dispositivo di lettura a palmare.

Considerata la peculiarità del percorso di visita è opportuno che l'implementazione del servizio di biglietteria sia capace di garantire la distribuzione dei visitatori lungo l'intera giornata di visita. Prevediamo quindi di non diversificare il pubblico in relazione alla lingua, ma permettere l'accesso "multilingue" con il vantaggio immediato di rendere più veloce, agile e semplice l'accesso agli Scavi per il pubblico.

Come descritto nel paragrafo 2.5, Interventi ed aspetti tecnici del progetto, per procedere con **l'ingresso senza turni in lingua**, introdurremo il servizio di audioguida con l'ascolto delle tracce nella lingua preferita. Attraverso device, forniti da nostri partner tecnologici, siamo in grado di sincronizzare i diversi percorsi sonori, di luce e di proiezione durante la visita accompagnata.

Con questo sistema, tecnologicamente evoluto, avremo la possibilità di **accogliere in contemporanea, all'interno della stessa fascia oraria, visitatori di lingue diverse.**

L'intervento rappresenta un servizio migliorativo per il pubblico, pensato per assicurare la **tempestività di gestione dei flussi**, aspetto essenziale per evitare che si creino assembramenti che influenzano negativamente sulle ordinarie funzioni di sicurezza ed il lavoro degli uffici delle Amministrazioni Pubbliche presenti nel Palazzo, oltre che per meglio utilizzare le disponibilità di visita possibili e distribuire in modo uniforme in tutte le fasce qualsiasi tipo di visitatore.

A tale proposito intendiamo confermare la scelta di **consigliare la prenotazione** per i visitatori individuali e obbligatoria quella per gruppi e scuole, **indicando** sempre la **lingua** prescelta, in modo da poter **predisporre in anticipo l'audioguida.**

Ci avvarremo delle attrezzature tecniche, sistemi informatici e di **biglietteria** autorizzati dal Ministero delle Finanze e certificati dalla SIAE. I biglietti saranno emessi con l'indicazione della fascia oraria scelta per l'ingresso. La configurazione degli ingressi sarà definita con turni bloccati in modo tale che non si possa superare la soglia di ingressi prestabiliti per turno (importante per la tutela e sicurezza dell'area ed in caso di visite istituzionali). Riteniamo utile, tuttavia, per rispondere ad esigenze come ritardi o ingressi straordinari, di prevedere un minimo di tolleranza o, comunque, delle riserve di posti.

L'emissione dei biglietti sarà gestita con un sistema elettronico che consente la stampa di un biglietto su carta



termica con indicazioni in chiaro sul verso di tutte le specifiche (tipologia, prezzo, fascia oraria) oltre agli elementi identificativi previsti dal software. Inviteremo comunque gli acquirenti on line o al call center di prevedere la stampa a casa o di presentarsi con il proprio *device* avendo scaricato il biglietto virtuale (scelta ecologica).

Prevediamo l'installazione di una **cassa presso l'ingresso delle Domus**, che sarà coperta per tutto il periodo di apertura del sito da un operatore che provvederà ad accogliere i visitatori, verificare l'eventuale prenotazione e procederà alla stampa dei biglietti di ingresso, dando da subito indicazioni sulle modalità e tempistica della visita.

La **cassa** sarà in **linea con il server centrale**, che supervisionerà la correttezza e la regolarità delle operazioni in corso. A garanzia del funzionamento e della **velocità** del sistema sarà **installata una linea dati**. Per eventuali interruzioni dell'energia elettrica o dei collegamenti telefonici saranno previsti biglietti di emergenza prestampati e registrati per non interrompere il servizio.

Come anticipato è prevista l'**attivazione** del servizio di **call center**, della **prenotazione via internet ed eventualmente di punti vendita esterni** (librerie, punti informativi e centri commerciali). Il servizio di biglietteria sarà collegato con la rete di prenotazione/prevendita per assicurare lo scambio dinamico delle informazioni.

Saranno quindi caricati tutti i parametri iniziali (numero di visitatori individuali e gruppi per fascia oraria, prezzo e diritto di prenotazione/prevendita per tipologia di biglietto) e le informazioni necessarie (es. descrizione della tipologia di biglietto) secondo i criteri predefiniti sul software di prenotazione per l'avvio della rete di prevendita. La prenotazione sarà consigliata per i visitatori individuali ed obbligatoria per gruppi e scolaresche al fine di distribuire la loro presenza all'interno degli Scavi.

Nello specifico l'attivazione del **Call Center** opererà in ricevimento di chiamata e fornirà informazioni in **lingua italiana ed inglese** (potranno **all'occorrenza** essere aggiunte **altre lingue**), sarà raggiungibile tramite numero dedicato. La risposta alla chiamata sarà effettuata in modalità IVR (Interactive Voice Responder), risponditore ad arborescenze con voce interattiva TTS (Text to Speech). Con una navigazione semplice basata sulla digitazione dei tasti numerici della tastiera telefonica, l'utente sarà in grado di scegliere il tipo di informazione richiesta e di poter parlare con l'operatore, che potrà fornire ulteriori informazioni e procedere alla prenotazione. Il pagamento potrà essere perfezionato tramite carta di credito o bonifico bancario (per gruppi e scuole), con ritiro del biglietto alle Domus poco prima dell'ingresso.



Il servizio di IVR per le informazioni sarà operativo 24 ore su 24 tutta la settimana indicando l'indirizzo degli Scavi e come raggiungerli, orari e modalità di visita e prenotazione, costo del biglietto e riduzioni applicate.

I visitatori singoli avranno un loro servizio dedicato così come i visitatori in gruppo. Le modalità di prenotazione dei primi prevedranno la scelta da parte del cliente del turno di visita e del controllo contestuale da parte dell'operatore telefonico. In caso di disponibilità del turno prescelto l'operatore addetto chiederà al cliente i suoi dati anagrafici per consentire il riconoscimento al momento dell'ingresso. Sarà richiesto al cliente anche di fornire un recapito telefonico ed e-mail (qualora disponibile) per consentire eventuali comunicazioni. Si procederà quindi al pagamento degli ingressi prenotati, che avverrà con carta di credito.

Per quanto attiene i gruppi, il cliente sarà accolto da un operatore dedicato (ufficio gruppi e scuole) il quale darà tutte le informazioni necessarie e controllerà con il capogruppo la disponibilità o meno degli ingressi richiesti. Nel caso in cui il gruppo fosse composto da un numero eccessivo di partecipanti sarà richiesto di dividere il gruppo stesso in due o più turni di visita e sarà cura dell'operatore dedicato cercare di consentire, per quanto possibile, l'ingresso in fasce successive e più veloce possibile.

In tutti i casi ogni gruppo dovrà confermare la richiesta di ingresso per iscritto via mail, sarà loro inviata la procedura necessaria per la conferma degli ingressi ed il regolamento di accesso alle Domus. In tutti i casi ai gruppi sarà richiesto il prepagamento integrale della visita al fine di evitare qualsiasi possibile problema all'ingresso e/o il *no show*.

In questa gestione la funzione di Call Center svolge un ruolo cruciale, data l'importanza di una corretta e puntuale informazione al visitatore, per semplificare le operazioni di ingresso. A questo scopo è ancora più importante che questa funzione sia svolta con la massima efficienza ed efficacia.

In merito al **web**, una volta caricato il sistema con i parametri di visita (tipologia di biglietti, prezzo) sarà attivata automaticamente la vendita on-line. Realizzeremo una *landing page* di prevendita dal sito ufficiale degli Scavi, secondo le caratteristiche grafiche definite. La prenotazione on-line consentirà il pagamento con carta di credito in modalità sicura. All'avvenuto pagamento sarà visualizzata la ricevuta di conferma della prenotazione, che include il riassunto degli estremi di prenotazione, numero identificativo (codice transazione) ed inviata automaticamente un'e-mail all'utente con riepilogate le informazioni essenziali della prenotazione e le modalità di ingresso e di visita.

I biglietti acquistati on line dovranno essere ritirati presso la biglietteria prima dell'ingresso. L'acquirente presenterà alla biglietteria, per il ritiro del biglietto/i acquistato/i, la ricevuta di conferma prevista dal sistema oppure la trascrizione del numero relativo alla transazione o, la soluzione che verrà in modo più evidente



promossa, la presentazione del biglietto virtuale sul proprio *device*.

Naturalmente tutte le procedure saranno effettuate nel rispetto delle normative in vigore relative alla privacy.

In merito all'apertura delle Domus al pubblico di seguito la descrizione dei nuovi orari ed una **nuova organizzazione**. L'esperienza di questi anni ci induce a pensare che una riorganizzazione degli orari di visita diversi ci permetterebbe di ottenere delle *performance* migliori in termini di visitatori, servizio e efficientamento per l'allocazione delle risorse umane impiegate.

Nella tabella che segue riportiamo i possibili orari di visita che, divisi per trimestri, rispondono ad un'esigenza stagionale e di pubblico più che ad un'esigenza amministrativa.

	MESI	IN	OUT		L	M	M	G	V	S	D
1Q	Gennaio, Febbraio e Marzo	09:00	14:00	Mattina		-					
		14:00	19:00	Pomeriggio	-	-	-	-			
		19:00	00:00	Sera	-	-	-	-	-	-	-
2Q	Aprile, Maggio e Giugno	09:00	14:00	Mattina		-					
		14:00	19:00	Pomeriggio		-					
		19:00	00:00	Sera	-	-	-	-	-	-	-
3Q	Luglio, Agosto e Settembre	09:00	14:00	Mattina	-	-	-	-	-	-	-
		14:00	19:00	Pomeriggio		-					
		19:00	00:00	Sera		-					
4Q	Ottobre, Novembre e Dicembre	09:00	14:00	Mattina		-					
		14:00	19:00	Pomeriggio	-	-	-	-			
		19:00	00:00	Sera	-	-	-	-	-	-	-

Come si può notare sono stati mantenuti gli stessi giorni di apertura con la **chiusura** settimanale il **martedì** per le procedure di **manutenzione** ordinaria (mattina) e per **eventuali visite istituzionali ed eventi** (pomeriggio).



Ove ritenuto opportuno, la chiusura settimanale potrà essere modificata ovvero omessa anche solo in alcuni periodi dell'anno. Ogni periodo, 13 settimane per ciascun trimestre, prevede una diversificazione delle visite tra Mattina, Pomeriggio e Sera per permettere in ogni *Quarter* di andare incontro alle principali e diverse tipologie di pubblico:

- **periodo invernale/autunnale per le scuole e gruppi (1Q e 4Q);**
- **periodo primaverile per gruppi e singoli (2Q);**
- **periodo estivo per turisti (3Q).**

Prevediamo di sperimentare questo orario il primo anno, in cui è ipotizzabile un numero di visitatori ancora limitato. Successivamente (o nel caso durante il periodo di sperimentazione) ed in accordo con l'Amministrazione si potrà comunque procedere ad eventuali incrementi di orari e disponibilità di fasce di ingresso. La tabella successiva evidenzia, rispetto agli orari di apertura ipotizzati per il primo anno della nuova gestione ripartite sempre per singolo trimestre, le stime di visite e visitatori.

	MESI	IN	OUT		L	M	M	G	V	S	D	Settimane	N. Visite	N. Visitatori
1Q	Gennaio, Febbraio e Marzo	09:00	14:00	Mattina		-						13	936	8.424
		14:00	19:00	Pomeriggio	-	-	-	-						
		19:00	00:00	Sera	-	-	-	-	-	-	-			
2Q	Aprile, Maggio e Giugno	09:00	14:00	Mattina		-						13	1248	11.232
		14:00	19:00	Pomeriggio		-								
		19:00	00:00	Sera	-	-	-	-	-	-	-			
3Q	Luglio, Agosto e Settembre	09:00	14:00	Mattina	-	-	-	-	-	-	-	13	1248	11.232
		14:00	19:00	Pomeriggio		-								
		19:00	00:00	Sera		-								
4Q	Ottobre, Novembre e Dicembre	09:00	14:00	Mattina		-						13	936	8.424
		14:00	19:00	Pomeriggio	-	-	-	-						
		19:00	00:00	Sera	-	-	-	-	-	-	-			
TOTALE ANNO												52	4.368	39.312

La previsione totale del primo anno prevede quindi di realizzare 4.368 turni di visita con 39.312 ingressi:



- ogni sezione di giornata (mattina, pomeriggio e sera), identificato nella tabella dal quadratino blu, è composta da 8 turni di visita;
- per ogni turno di visita è stimata una presenza media in contemporanea di 9 visitatori.

Se prendiamo infatti il 1Q (primo trimestre) sono previste 9 sezioni di giornata (quadratini blu nello schema), ciascuna di 8 turni di visita con 9 visitatori.

Stima visitatori 1Q= $9 \times 8 \times 9 = 648 \times 13$ settimane = 8.424

Con l'introduzione del servizio di audioguida sincronizzata per lingua avremo la possibilità di incrementare i visitatori, abbiamo pertanto previsto una crescita lineare e costante che, ad oggi stimiamo al 2% rispetto all'anno precedente (CFR paragrafo n. 4 ASSUNZIONI PER IL PIANO ECONOMICO E FINANZIARIO)

Sintetizzando il funzionamento dell'**organizzazione gestionale** sopra riportata abbiamo considerato l'impegno annuale di circa 10 unità (tra operatori stabili e stagionali) per un complessivo di 8.736 ore tra l'attività svolta dagli Operatori e dal Coordinatore e precisamente:

- Operatori: 6.552
- Coordinatore: 2.184

Un elemento su cui è bene soffermarsi è l'integrazione della gestione ed il ruolo ricoperto dall'**Enoteca** (ristorazione/caffetteria). Si è trattato di una grande opportunità di sviluppo integrato delle diverse attività. Oggi questa attività, oltre a mancare dal punto di vista funzionale, crea un'evidente carenza in termini di risorse economiche da poter investire.

Per questo riteniamo opportuno, per la sostenibilità della nostra proposta, prevedere altre forme di intervento che, oltre a valorizzare e promuovere il territorio, siano in grado di generare risorse da destinare alla gestione ordinaria.

Nuove linee di intervento

A tale scopo proponiamo, concordando modalità e tempistica con l'Amministrazione nella logica della massima fruizione del Sito, alcune linee di intervento riguardanti:

- ✓ Centro Servizi;



- ✓ Attività didattica e laboratori;
- ✓ Eventi per la valorizzazione del territorio.

Centro Servizi

Il primo intervento riguarda la possibilità di creare una vera e propria area di accoglienza o centro servizi in cui concentrare tutti i servizi al pubblico: punto informativo, biglietteria, bookshop, area di preparazione alla visita, eventuali laboratori, ecc..

Così facendo oltre ad avere uno spazio dedicato avremmo la possibilità di avere un luogo abbastanza capiente per radunare il pubblico prima della visita, evitando che questo interferisca con le funzionalità degli uffici amministrativi presso il Palazzo.

A tale riguardo occorrerà la massima flessibilità nel bookshop, per garantire la presenza di libri e merchandising (dedicato o meno) anche attraverso l'uso degli NFT che, dietro consenso dell'Amministrazione, potrebbero risultare fra le prime applicazioni in tal senso nell'ambito archeologico.

Attività didattica e laboratori

La seconda linea di intervento è dedicata alla creazione di progetti didattici e laboratori che permetterebbero di implementare l'offerta culturale creando, accanto alla visita alle Domus, un'offerta rivolta al mondo della scuola e alle famiglie, nonché a quello delle persone con disabilità. La ricchezza e il fascino della visita agli Scavi è la premessa ideale per avviare un approfondimento sulla Roma antica, sulle terme, sulla Colonna Traiana, sul mestiere dell'archeologo, ecc.. La nostra proposta prevederebbe, avvalendoci di personale specializzato nella didattica museale, la creazione di laboratori didattici specifici, a seconda del target di riferimento (scuole di vario ordine e grado, famiglie), e appositamente studiati in relazione alle diverse fasce di età dei ragazzi.

La didattica sarebbe incentrata sia su specifici temi che prendono spunto da ciò che è visibile all'interno delle Domus, quali le tecniche costruttive utilizzate dai romani, i mosaici, la Colonna Traiana, etc. che momenti di attività laboratoriale vera e propria dove far misurare i ragazzi, attraverso attività manuali, con quello che è l'affascinante mondo dello scavo archeologico. La simulazione di come viene condotto uno scavo, approfondimenti su specifici temi affrontati durante la visita, piuttosto che l'illustrazione dei cosiddetti "ferri del mestiere" dell'archeologo sono elementi che a nostro avviso contribuiranno a rendere ancora più speciale l'esperienza di visita presso Palazzo Valentini.

Al fine di rendere possibile questa attività andrà individuato presso Palazzo Valentini, in accordo con l'Amministrazione, uno spazio dedicato che non interferisca con il normale percorso di visita. Naturalmente



sarà nostra cura allestire gli spazi e ad acquistare e fornire senza oneri per l'Amministrazione tutte le dotazioni di materiale necessarie per lo svolgimento dei laboratori ed attività didattiche.

Da un punto di vista organizzativo prevediamo, constatando che le scuole hanno ricominciato ad effettuare le uscite e gite, e sulla scorta dell'esperienza da noi condotta nella gestione della attività didattiche presso altri siti culturali, di organizzare degli educational gratuiti, dedicati agli insegnanti, che avranno modo di conoscere in anticipo, rispetto alla visita delle loro classi, tutte le caratteristiche e i contenuti dell'offerta didattica che andremo a realizzare. Sulla base della nostra esperienza possiamo affermare che lo strumento dell'educational, che di fatto comporta un incontro tra gli insegnanti e gli operatori che si occuperanno della didattica, è molto apprezzato dalle scuole ai fini della programmazione delle uscite scolastiche.

I laboratori didattici che andremo a realizzare avranno, per il pubblico, un prezzo contenuto a semplice copertura dei costi di gestione.

Eventi per la valorizzazione del territorio

Il terzo degli interventi che prevediamo di adottare, soprattutto venendo meno la gestione dell'Enoteca, è la possibilità di organizzare eventi con la finalità di valorizzare il territorio e le attività connesse.

Oltre alle politiche di comunicazione e promozione ordinaria degli Scavi riteniamo infatti indispensabile, per il rilancio e riposizionamento delle Domus, poter organizzare eventi quali mostre, spettacoli, visite straordinarie, concerti ed eventi di intrattenimento in generale, in grado di generare interesse, curiosità e novità.

Questi eventi saranno destinati ad un pubblico eterogeneo dalle famiglie ai gruppi, dalle istituzioni alle aziende (compreso il mondo turistico dei tour operator ed agenzie).

A tal proposito proponiamo di utilizzare alcuni spazi concordati con l'Amministrazione ed in particolare la terrazza di Palazzo Valentini che, per alcuni dei casi sopra citati, è la *location* ideale per prevedere ed organizzare un momento culturale/conviviale prima o dopo la visita all'area archeologica, facendo percepire al fruitore il prolungamento dell'esperienza di visita e dell'interazione con le Domus.

3. ASSUNZIONI PIANO ECONOMICO E FINANZIARIO (PEF)

In base alle **esperienze acquisite** e **dati storici** di seguito riportiamo **ipotesi ed assunzioni stimate** per la costruzione del **Piano Economico e Finanziario** finalizzato al progetto di Partenariato Speciale Pubblico Privato per le Domus Romane di Palazzo Valentini di Roma.

Durata

Per uno sviluppo coerente e consolidato delle attività si è considerato un arco temporale di **10 anni dal 2023 al 2032**. È bene precisare che l'arco di 10 anni partirà dalla data di ultimazione dei lavori e, pertanto, dall'apertura integrale del Sito a seguito della realizzazione delle attività preliminari e della realizzazione del nuovo sistema tecnologico.

Andamento

L'andamento dei visitatori **risulta decrescente** a seguito di una serie di fattori primo fra tutti il “**degrado tecnologico**” e la **mancata manutenzione della struttura hw e sw** che ne ha alterato la qualità della visita e di conseguenza la “reputation attrattiva”. Altro fattore che ha determinato la contrazione degli ingressi è dovuto al **moltiplicarsi di progetti simili, o percepiti come tali**, che negli ultimi anni sono apparsi (Domus Aurea, Viaggio nei Fori, la Scatola Archeologica, ecc...). Analogo discorso le **prenotazioni** che seguono lo **stesso andamento di contrazione**.

In base a quanto sopra riportato prevediamo che, **a seguito degli interventi strutturali, gestionali, di investimento promozionale e dei tempi di ripartenza del turismo individuale ed organizzato** (agenzie e tour operator), la nuova gestione (come visto nelle sezioni precedenti legate al Progetto) permetterà di **invertire l'andamento con una crescita annuale costante del 2%** (come da tabella seguente). Le **prenotazioni**, stimate al 75% degli ingressi, **seguono lo stesso trend**.

	1° Anno	2° Anno	3° Anno	4° Anno	5° Anno	6° Anno	7° Anno	8° Anno	9° Anno	10° Anno
Stima Andamento	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032
Visitatori	39.312	40.098	40.900	41.718	42.553	43.404	44.272	45.157	46.060	46.981
Prenotazioni	29.484	30.074	30.675	31.289	31.914	32.553	33.204	33.868	34.545	35.236

È quindi importante e necessario, per salvaguardare il progetto scientifico iniziale, il “**riposizionamento**” delle **Domus**. Quindi pur avendo rappresentato negli anni un progetto innovativo, anche a livello internazionale, non

possiamo non tener conto che, oltre all'aggiornamento tecnologico, in questi ultimi anni si sono sviluppati, nell'offerta turistico-culturale romana, altri progetti assimilabili e concorrenziali relativi a percorsi virtuali e di realtà aumentata, indirizzati al medesimo target di visitatori (domanda turistico-culturale).

A) Valore della Produzione

Visto il trend dei visitatori, principale indicatore dell'andamento, qui riportiamo le assunzioni in termini di valore. Dalla tabella che segue i valori di produzione crescono in rapporto ai visitatori (salvo l'importo minore dei contributi e sponsorizzazioni, 1% medio delle entrate, che prudenzialmente abbiamo mantenuto ad un importo minimo e costante).

	1° Anno	2° Anno	3° Anno	4° Anno	5° Anno	6° Anno	7° Anno	8° Anno	9° Anno	10° Anno
	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032
A) VALORE DELLA PRODUZIONE	543.658	553.791	661.283	673.805	686.598	699.668	713.021	726.664	740.604	754.847
Biglietteria e Prenotazioni (83%)	437.346	446.093	552.153	563.196	574.460	585.949	597.668	609.621	621.814	634.250
Bookshop ed altri servizi (16%)	101.312	102.698	104.130	105.609	107.139	108.719	110.353	112.042	113.790	115.597
Contributi e Sponsorizzazioni (1%)	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000

Biglietteria e Prenotazioni

Il giro d'affari e relativo fatturato del servizio di Biglietteria e Prenotazioni rappresenta con l'83% la maggior entrata del progetto. Il fatturato è calcolato tenendo conto delle attuali tariffe di ingresso, del prezzo medio di biglietto di € 10,00 e del diritto di prenotazione di € 1,50 per i primi due anni.

Dal terzo anno prevediamo un aumento delle tariffe: il biglietto intero potrà arrivare ad un massimo di 15 €, a fronte dell'attuale 12 €; il ridotto ad un massimo di 9 €, a fronte dell'attuale 8 €; il ridotto scuole sarà mantenuto all'attuale importo di 6 € e riconosciuto a tutti i dipendenti di Città Metropolitana.

La tariffa di prenotazione si incrementerà quindi di 0,50 € arrivando ad € 2,00.

Pertanto in termini di valori medi prevediamo quindi **un aumento delle tariffe di biglietteria con il relativo incremento del biglietto medio a € 12,00.** L'incremento potrà essere anticipato, d'intesa con l'Amministrazione, previa osservazione delle dinamiche macroeconomiche (e segnatamente inflattive) attualmente in atto.



Bookshop ed altri servizi

Le **vendite al bookshop** e degli **altri servizi** rappresentano sempre in termini di anno medio **il 16% delle entrate**. Nello specifico per la tipologia di visitatori e per l'andamento previsto abbiamo ipotizzato di realizzare **un valore netto procapite di spesa a visitatore di € 1,00**.

Gli **altri servizi** fanno riferimento alla **didattica, ai laboratori, agli eventi per la valorizzazione del territorio** (mostre, spettacoli, visite straordinarie, concerti, ecc...) **la cui crescita annuale viene stimato al 5%**.

Sempre in questa voce sono previsti **altri eventi** che prevedono l'utilizzo della **terrazza**, abbiamo ipotizzato una **marginalità costante annuale di € 50.000 (25 eventi/serate con una marginalità unitaria di € 2.000)**. Questo valore permette di compensare parzialmente la marginalità originata dall'Enoteca.

B) Costi di Produzione

Come per il valore di produzione in questa sezione riportiamo un estratto del **Costo di Produzione** i cui punti sono suddivisi in:

- ✓ **Costi di consumo (37%)**
- ✓ **Costi della manodopera (30%)**
- ✓ **Investimento tecnologico e adeguamento spazi (19%)**
- ✓ **Costi generali e di coordinamento (14%)**

	1° Anno	2° Anno	3° Anno	4° Anno	5° Anno	6° Anno	7° Anno	8° Anno	9° Anno	10° Anno
	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032
B) COSTI DELLA PRODUZIONE	617.675	579.210	620.859	616.883	625.158	624.021	635.444	636.481	650.534	653.274
Costi di consumo (37%)	205.928	209.922	220.077	224.476	229.028	233.741	238.620	243.673	248.907	254.329
Costi per materie prime, sussidiarie, di consumo e di merci (14%)	79.762	81.627	83.543	85.511	87.534	89.613	91.750	93.947	96.206	98.528
Costi per servizi (23%)	126.167	128.295	136.535	138.965	141.494	144.128	146.870	149.726	152.701	155.800
Costi della manodopera (30%)	161.616	161.616	171.717	171.717	182.449	182.449	193.852	193.852	205.968	205.968
Costi del personale (30%)	161.616	161.616	171.717	171.717	182.449	182.449	193.852	193.852	205.968	205.968
Investimento tecnologico e adeguamento spazi (19%)	156.000	121.000	141.000	132.000	124.350	117.848	112.320	107.622	103.629	100.235
Adeguamento spazi (1%)	7.500	7.500	7.500	7.500	7.500	7.500	7.500	7.500	7.500	7.500
Adeguamento Tecnologico (7%)	46.000	46.000	46.000	46.000	46.000	46.000	46.000	46.000	46.000	46.000
Garanzia Manutenzione Impianti Tecnologici (3%)	20.000	20.000	20.000	20.000	20.000	20.000	20.000	20.000	20.000	20.000
Progettazione e Collaborazioni (1%)	7.500	7.500	7.500	7.500	7.500	7.500	7.500	7.500	7.500	7.500
Promozione e Comunicazione (6%)	75.000	40.000	60.000	51.000	43.350	36.848	31.320	26.622	22.629	19.235
Costi generali e coordinamento (14%)	94.130	86.672	88.064	88.690	89.330	89.983	90.651	91.333	92.030	92.742
Altri costi generali d'impresa e oneri finanziari (14%)	94.130	86.672	88.064	88.690	89.330	89.983	90.651	91.333	92.030	92.742

Costi di consumo

Rappresentano il **37%** dei costi totali e sono tendenzialmente variabili essendo legati principalmente ai visitatori, alle performance di vendita, al costo del prodotto e al costo per servizi erogati dai fornitori.

Nei consumi sono stati pertanto calcolati gli importi relativi a:

- ✓ costo del prodotto del bookshop (55% del venduto);
- ✓ stampa dei biglietti personalizzati e materiale di consumo biglietteria (€ 0,5 a visitatore);
- ✓ servizio di call center (€ 1 a biglietto prenotato) e sistemi di biglietteria – HW e SW (€ 5.000 al mese);
- ✓ attività didattica, laboratori e organizzazione eventi (75% del ricavo delle attività considerate);
- ✓ gestione incassi (si prevedono 2 ritiri a settimana al costo di € 30,00 ciascuno);
- ✓ commissioni bancarie (stimiamo che l'80% degli incassi dei visitatori avvenga con carta di credito con un costo di acquiring di 1,5%);
- ✓ spese di pulizia (€ 30.000 per il primo anno con incremento del 5% gli anni successivi) che, oltre agli spazi relativi ai servizi in concessione, comprendono tutto il percorso di visita calpestabile dai visitatori;
- ✓ costi variabili ricompresi nei costi per servizi calcolati sul 5% dei ricavi:
 - linea dati e telefonia per attività di servizio;
 - formazione, amministrazione e assicurazione;
 - attuale importo forfettario di € 4.000/anno per le utenze da riconoscere all'Amministrazione;
 - la quota dello 0,5% sugli incassi netti di biglietteria (valore nominale dei titoli di accesso) da riconoscere all'Amministrazione;
 - la quota dello 0,5% sugli incassi netti di bookshop da riconoscere all'Amministrazione.

Costi della manodopera

Come si immagina le **spese per il personale** costituiscono una voce importante in termini di impatto sui **costi totali (30%)** e particolarmente delicata sul fronte sociale. Prevediamo di operare in **continuità con il personale attualmente impiegato**. In seguito alla nuova organizzazione di visita e per migliorare le performance dello staff è prevista **una nuova gestione delle visite accompagnate con giorni ed orari in linea con l'andamento turistico e richieste di visita**. Inoltre, prevediamo durante l'apertura delle Domus la **presenza costante di una figura di responsabile on site**.

Le **postazioni impiegate, inizialmente 4** per 8.736 ore annuali complessive, saranno chiamate a svolgere **funzioni operative di accoglienza, biglietteria, bookshop e accompagnamento alla visita**. Una parte delle ore soprariportate (2.184) sono dedicate al **coordinamento locale**, in quanto prevediamo la presenza di una figura che, oltre all'attività ordinaria, ricopra un ruolo di maggiore responsabilità.

Abbiamo espressamente parlato di postazioni e non di unità in quanto ciascuna postazione potrà prevedere turnazioni con 2 o 3 persone.

In termini di **costo della manodopera** prevediamo un **costo aziendale orario per il primo anno stimato ad € 18,00 per gli operatori ordinari e di € 20,00 per il responsabile**. Ogni due anni è previsto un **incremento del costo del lavoro del 6,25%**.

Investimento tecnologico e adeguamento spazi

Se la voce della manodopera rappresenta l'aspetto più delicato sul fronte sociale, **l'investimento tecnologico e l'adeguamento degli spazi (19% del costo di produzione) è l'antecedente logico necessario che consentirà il rilancio delle Domus**.

La mancanza di un rinnovamento complessivo della tecnologia di supporto alla visita (HW e SW) renderebbe vana qualsiasi politica di intervento mirata a rilanciare lo spazio nel rispetto del progetto originario di valorizzazione dell'Amministrazione. Prevediamo, quindi, **l'esecuzione di investimenti che suddividiamo in:**

- ✓ **analisi e progettazione per l'adeguamento dell'infrastruttura tecnologica;**
- ✓ **adeguamento degli spazi di accoglienza, biglietteria e bookshop con allestimenti personalizzati;**
- ✓ **adeguamento tecnologico per l'aggiornamento dell'hardware, rimasterizzazione dei contenuti e sincronizzazione multilingue per l'utilizzo di device (audioguide);**
- ✓ **manutenzione degli impianti e nuovo protocollo di intervento (garanzia);**
- ✓ **promozione e comunicazione che prevedono un impegno iniziale di lancio per il primo anno di € 75.000 e di "mantenimento" per il secondo anno (€ 40.000). Il terzo anno, in occasione del Giubilo 2025, prevediamo un nuovo incremento in termini di spese di comunicazione (€ 60.000) quindi una riduzione annuale graduale (-15%) per gli anni successivi.**

In termini economici l'impegno totale di investimento è attualmente stimato in € 885.000. Tale importo tiene conto dei **nuovi allestimenti**, acquisto e/o noleggio delle **nuove attrezzature**, delle **consulenze tecniche** e della **promozione** del solo primo anno, in considerazione dell'attività di start up.

Per quanto riportato sopra è bene specificare che:

- l'importo di € 460.000 è relativo all'investimento tecnologico iniziale che permetterà l'adeguamento dell'infrastruttura (HW e SW) per il corretto funzionamento sin dal primo anno. Nel PEF tale investimento è stato ripartito in quote annuali di ammortamento omogenee (€ 46.000) sull'intero arco temporale della concessione;



- per risolvere i problemi legati alla manutenzione e garantire la tempestività degli interventi abbiamo previsto l'attivazione di una garanzia con il nostro partner tecnologico per l'intero periodo di gestione. Pur attivando la garanzia ad inizio concessione abbiamo suddiviso l'importo di investimento in quote di competenza annuali costanti sull'intero periodo;
- per permettere che ad un adeguamento tecnologico corrisponda una risposta di pubblico e di rilancio degli spazi abbiamo previsto per il primo anno una quota di promozione e comunicazione in termini di "lancio del prodotto". Per questo motivo, a differenza degli anni successivi dove è previsto un consolidamento delle spese di comunicazione, l'importo iniziale è stato calcolato come investimento.

Se consideriamo **10 anni di gestione e l'intero intervento promozionale l'importo complessivo stimato è pari a € 1.216.004.**

Tenuto conto del rilevante apporto di investimento in merito alla realizzazione del sistema tecnologico – che si ribadisce essere integralmente a carico privato nella presente proposta, soggetto a finanziamento bancario con i connessi oneri finanziari – è di tutta evidenza che lo sforzo di Civita e del suo partner tecnologico, sarà quello di ottimizzazione sia in fase di progettazione esecutiva che realizzativa.

Costi generali e di coordinamento

L'ultimo valore dei costi di produzione analizzato fa riferimento ai **costi generali e di coordinamento (14%)** e rappresenta:

- ✓ **Coordinamento generale (€ 50.000 anno);**
- ✓ **Costi per la sicurezza (€ 5.000 anno);**
- ✓ **Altri costi vari (5% sui ricavi);**
- ✓ **Oneri finanziari.**



Risultato prima delle imposte

Il **risultato prima delle imposte** (tabella seguente) tende a migliorare evidenziando **un valore negativo nei primi due anni** (rilancio attività, minori ingressi e maggiore investimento). Già **dal terzo l'attività risulterà in utile** permettendo la copertura parziale delle perdite dei primi due anni. La tendenza **consoliderebbe il risultato** arrivando al valore più alto, in termini di marginalità, **alla fine del decimo anno con circa il 14%**. **Calcolando la media dei risultati annuali di tutta la gestione stimiamo che l'utile di esercizio sia del 7%**.

	1° Anno	2° Anno	3° Anno	4° Anno	5° Anno	6° Anno	7° Anno	8° Anno	9° Anno	10° Anno	TOTALE 10 anni
	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	
Risultato prima delle imposte (A - B)	- 74.017	- 25.419	40.424	56.922	61.441	75.647	77.577	90.183	90.070	101.573	494.401
% Utile (perdite) di esercizio	-13,6%	-4,6%	6,1%	8,4%	8,9%	10,8%	10,9%	12,4%	12,2%	13,5%	7,3%



4. CONCLUSIONI

Come descritto le Domus di Palazzo Valentini hanno rappresentato per diversi anni un punto di riferimento e testimonianza delle archeologiche dell'antica Roma.

L'esperienza fatta è stata accompagnata da un sistema di fruizione delle Domus esemplare, per il modo in cui è stata organizzata la visita tenendo conto della complessità degli spazi e nel rispetto dei necessari contingentamenti. Il livello qualitativo raggiunto è stato testimoniato dalla crescita costante del numero di visitatori nei primi anni di gestione e dall'apprezzamento del pubblico.

Se nei primi anni di gestione non possiamo dire altrettanto negli ultimi anni pre-covid in cui la tendenza positiva si è invertita principalmente a causa dell'usura, mal funzionamento e mancata manutenzione e ricambio degli apparati tecnologici in dotazione.

Per quanto descritto nel presente progetto abbiamo avanzato una proposta capace di ridisegnare un modello gestionale nuovo, flessibile e modulabile con l'obiettivo di riposizionare sul mercato turistico le Domus.

In caso di attuazione del progetto presentato impiegheremo risorse finanziarie aggiuntive per rinnovare HW e SW, garantendo una manutenzione costante ed un sistema gestionale e tecnologico capace di integrare e sincronizzare la visita in multilingua.

Prevediamo quindi di non diversificare necessariamente più il pubblico, in relazione alla lingua, ma permettere l'accesso "multilingue" introducendo un servizio di audioguida che permette l'ascolto delle tracce nella lingua preferita.

In sintesi il progetto di Partenariato Speciale Pubblico Privato per le Domus Romane di Palazzo Valentini di Roma è stato progettato per una durata di 10 anni dal 2023 al 2032 e, come descritto nelle sezioni precedenti prevede diversi interventi in grado di:

- valorizzare e mettere a sistema il Patrimonio culturale della Città Metropolitana;
- dotarsi dei contenuti in "alta definizione" (aspetto fondamentale per l'adeguamento di hw e sw);
- rendere disponibili i "codici sorgente";
- implementare un sistema sw ed hw funzionante e collegato in remoto per un pronto intervento;
- introdurre un sistema sincronizzato nelle diverse lingue, collegato a "device" messi a disposizione del pubblico per permettere visite in contemporanea nelle lingue preregistrate.

Alla fine dei 10 anni di partenariato oltre la proprietà dei “codici sorgente”, dell’HW e SW che resteranno in capo all’Amministrazione, la Città Metropolitana potrà pertanto contare su un sito con una infrastruttura tecnologica funzionante nell’hardware, rimasterizzata nei contenuti originali e sincronizzata multilingue per l’utilizzo di device (audioguide) grazie ad una garanzia che permetterà la perfetta funzionalità e il costante aggiornamento di tutti gli apparati tecnologici.

Abbiamo inoltre previsto per l’Amministrazione:

- una quota percentuale dello 0,5% degli introiti netti di biglietteria;
- una quota percentuale dello 0,5% degli introiti netti di bookshop;
- di garantire ogni anno n. 10 visite istituzionali gratuite;
- produrre uno studio di fattibilità per la realizzazione e gestione di un sistema di videosorveglianza negli spazi di visita delle Domus.

Nell’ottica di partenariato pubblico/privato proponiamo di prevedere un Comitato Tecnico permanente composto sia da membri dell’Amministrazione e sia soggetti indicati da Civita. Di seguito alcuni obiettivi (task) di cui il Comitato potrebbe occuparsi:

- verificare avanzamento dei lavori;
- analizzare l’andamento del Progetto, attraverso un monitoraggio costante degli indicatori delle performance;
- verificare eventuali problemi e dettare le linee per la soluzione;
- richiedere eventuali approfondimenti ed aggiornamenti;
- analizzare e/o proporre nuove iniziative/interventi;
- presentare una relazione annuale consuntiva e di previsione;
- riportare le istanze delle diverse controparti.