



EUROPE IS CULTURE
YOUTH WITHOUT BORDERS
SANTA MARIA CAPUA VETERE
28 APRILE - 1 MAGGIO 2018

Giovani, patrimonio culturale ed arte contemporanea



Anfiteatro romano di Santa Maria Capua Vetere, 28 Aprile – 1 Maggio 2018

Informazioni di contesto: il puzzle da comporre

In Italia ci sono circa 4.500 musei, 501 monumenti e complessi monumentali, 240 aree archeologiche, 53 siti UNESCO. Un comune su tre, quindi, ospita almeno una struttura museale: un patrimonio diffuso con 1,5 musei ogni 100 kmq, uno ogni 13.000 abitanti: il patrimonio artistico e culturale Italiano è immenso. I visitatori, stranieri e Italiani, tendono a concentrarsi in poche destinazioni, le più significative e quelle promosse meglio. La concentrazione porta alla congestione di pochi *hotspot* e al **progressivo degrado ed abbandono dei siti culturali meno visitati**. Il Paese richiede soluzioni innovative per ridare competitività e attrattività ad ogni polo culturale, integrando e potenziando l'offerta per i visitatori.

Il turismo scolastico rappresenta una grande opportunità per destagionalizzare il flusso di turismo, ma è una possibilità che viene poco sfruttata nel nostro paese, principalmente per due motivi:

- il volume delle «gite scolastiche» si è drasticamente ridimensionato a partire dal 2011, per motivi di budget;
- la selezione delle destinazioni è sempre stata affidata alla libera scelta di professori e alunni, senza un indirizzo nazionale. Le proposte risultano molto spesso inadeguate, perché non considerano che il viaggio degli studenti può essere un'esperienza di vita e socialità, oltre e prima che culturale. Alcune gite, di conseguenza, non vengono effettuate per difficoltà di organizzazione e mancanza di entusiasmo. Inoltre, la mancanza di un indirizzo italiano polarizzante, porta molte gite scolastiche al di là dei confini nazionali, disperdendo importanti opportunità turistiche e culturali.

Più ancora che in passato, i giovani detengono oggi **talenti artistici, culturali ed espressivi marginalizzati** dagli adulti che non trovano sbocchi e vetrine per essere esposti e mostrati pubblicamente, se non attraverso internet.

OBIETTIVO

Costruire un piano sistemico a livello nazionale che consenta di vivacizzare e rilanciare i siti del patrimonio artistico/culturale Italiano attraverso le energie, le idee e la cultura dei giovani.

IDEA

- Una competizione artistica aperta a **tutti gli studenti delle scuole medie superiori**. I vincitori delle varie sezioni e coloro che si aggiudicheranno i “premi speciali” verranno selezionati attraverso un **processo di votazione** espresso dagli spettatori della finale nazionale.
- L'attribuzione dei premi sarà suddivisa nelle principali discipline artistiche, visive e di performance. La competizione, nel suo complesso, rappresenterà la vera **anteprima** di ciò che esprimerà **l'arte contemporanea** nel nostro paese nei prossimi anni.
- Ai vincitori verrà offerta la possibilità di accedere a una **borsa di studio universitaria** e di **partecipare alla gestione** di un sito culturale, avendo la possibilità unica di contribuire direttamente alla sua crescita.

FATTORI ABILITANTI

Il progetto prevede:

- il commitment del MIBACT, del MIUR e del MAECI;
- il commitment dei licei coreutici, delle Accademie di danza e di arte drammatica, dei Conservatori italiani;
- amministrazioni locali che facilitino un'area test su cui sperimentare il modello di gestione.

Output attesi dal progetto

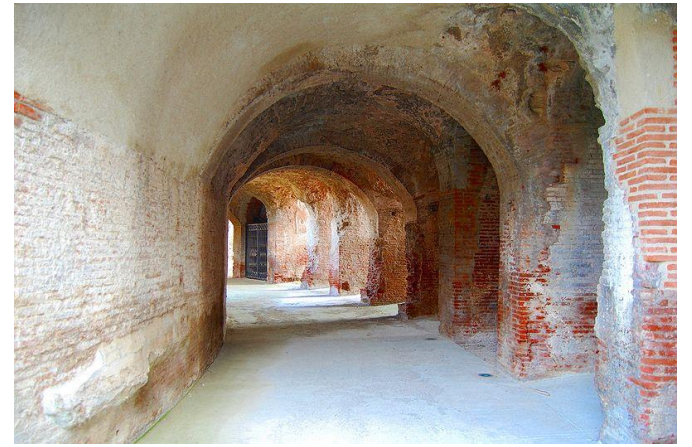
- Avviare al lavoro, attraverso un trasparente sistema meritocratico, quei giovani che oltre alle doti artistiche abbiano dimostrato produttività, voglia di fare, disciplina e capacità di leadership, caratteristiche indispensabili al rilancio di poli culturali minori italiani. Portare questi ultimi alla sostenibilità economica:
 - alimentando l'interesse delle comunità verso i propri poli culturali locali;
 - attirando turisti con iniziative e palinsesti moderni e ben pubblicizzati.
- Costruire una proposta di «gita scolastica» in linea con le finalità didattiche e sociali che questo tipo di esperienza deve avere per i giovani. Una proposta di questo tipo gestita centralmente consente di:
 - aumentare il numero complessivo di gite grazie ad una maggiore attrattività per i giovani e minor lavoro organizzativo per il corpo docente;
 - recuperare valore attualmente disperso dalle gite destinate all'estero (è possibile che studenti esteri siano attratti dal format e vengano in Italia);
 - selezionare di anno in anno la destinazione dell'evento in base ad una logica strategica (es. aree in ritardo di sviluppo);
 - creare posti di lavoro e competenze di accoglienza nella località che annualmente verrà scelta come sede dell'evento nazionale che potrà anche diventare permanente se l'opportunità verrà ben utilizzata e seguita dalle Amministrazioni locali.

Destinazione 2018

Anfiteatro di Santa Maria Capua Vetere

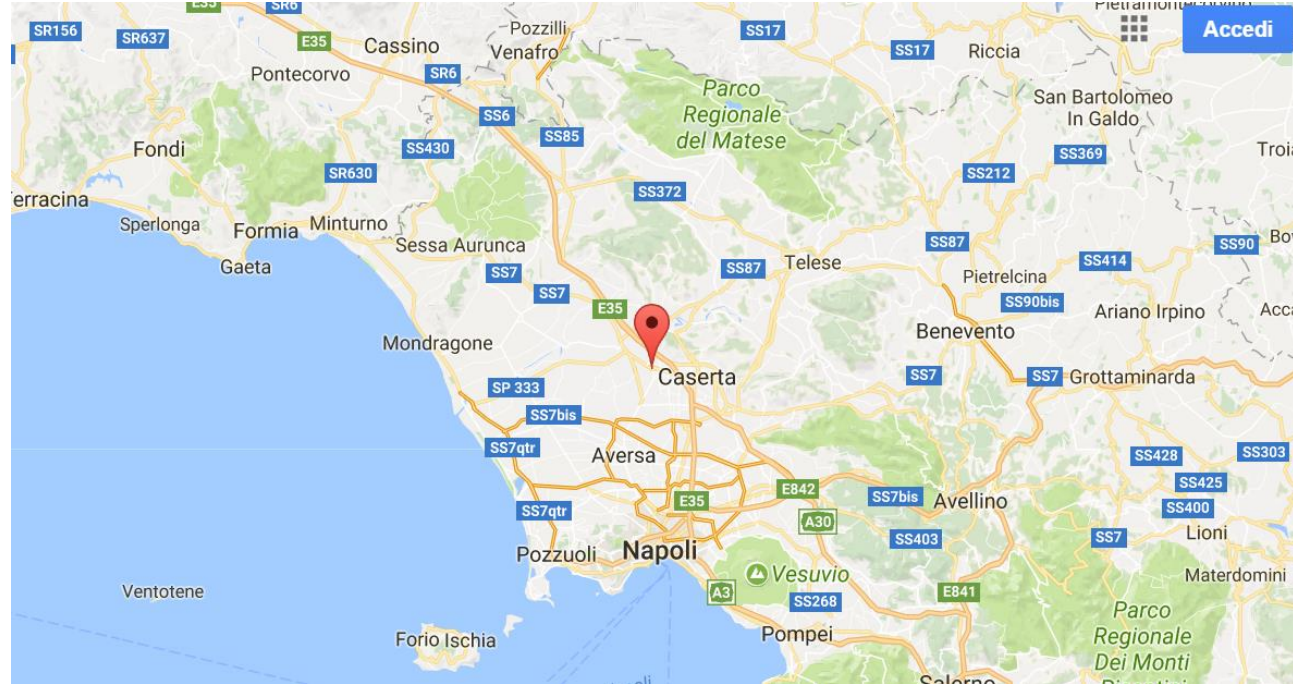


- È l'anfiteatro di epoca romana della città di Capua, secondo per dimensioni solo al Colosseo.
- Fu sede della prima e rinomatissima scuola di gladiatori; da qui il gladiatore Spartaco guidò, nel 73 a.C., la rivolta che per due anni tenne sotto scacco Roma negli anni immediatamente precedenti il primo triumvirato.



Una destinazione raggiungibile facilmente

Provincia
di Caserta



COME ARRIVARE A CASERTA

In auto

Autostrada A1 – Roma-Napoli

- 2 ore di pullman da Roma
- 30 minuti di pullman da Napoli
- 3 ore di pullman da Bari
- 3 ore di pullman da Pescara

In treno

- 30 minuti da Napoli
- 2 ore da Roma
- 3 ore da Firenze
- 3 ore e 30 minuti da Bologna
- 4 ore e 30 minuti Milano
- 4 ore e 30 minuti da Venezia

In aereo (APT Capodichino + bus)

- 1 ora e 30 minuti da Palermo e Catania
- 1 ora e 30 minuti da Cagliari
- 1 ora e 30 minuti da Torino

Il concorso è un format ideale quale proposta nazionale di gita scolastica per il biennio finale delle Scuole Medie Superiori

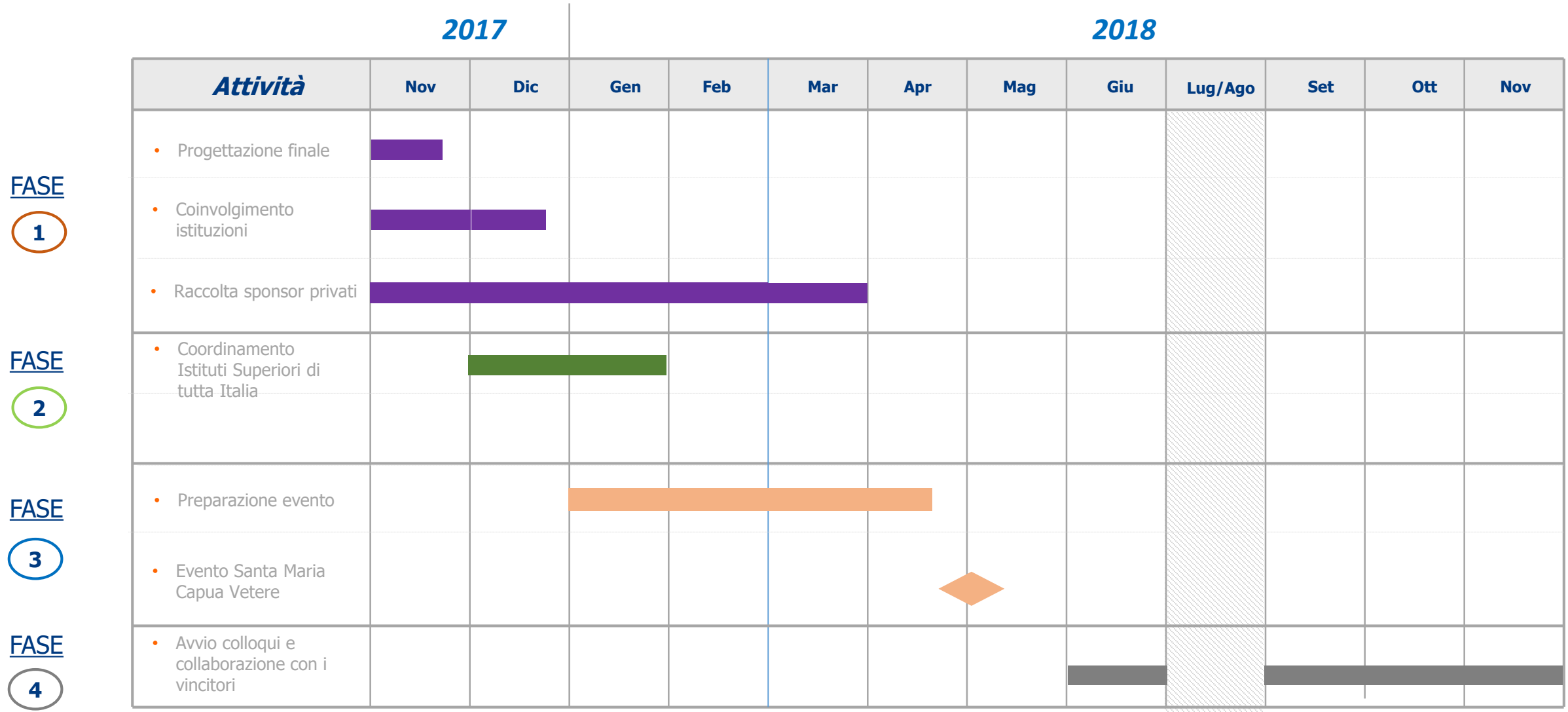
GITE SCOLASTICHE IN NUMERI

- In Italia sono circa un milione gli studenti iscritti al 4° e 5° anno della scuola media superiore;
- circa 380.000 studenti ogni anno, considerando solo le scuole medie superiori, svolgono la cosiddetta «gita scolastica», prevalentemente durante la primavera (il 50% in aprile);
- si stima che l'evento nazionale, se ben promosso e diffuso in tutto il sistema dell'istruzione, abbia la capacità di attrarre almeno il 5% della popolazione di riferimento;
- (18.000-20.000 partecipanti). Si prevedono anche spettatori locali, turisti, amici, famiglie e compagni di scuola dei concorrenti.

PROPOSTA NAZIONALE di GITA SCOLASTICA 2018

In occasione della finale nazionale molti giovani sarebbero attratti nell'area campana, permettendo così la visita di altre attrazioni storico-culturali del luogo, come la Reggia di Caserta, le rovine di Ercolano e di Pompei, Napoli, il Vesuvio, etc.

Il progetto è suddiviso in 4 fasi: l'evento avrà luogo nell'ultima settimana di aprile 2018



Principali metriche obiettivo

ARTISTICHE

Proposte Artistiche: 300 (oltre 750 giovani)

Ore di esibizione su palco: 34; 3 giorni completi oltre alla finale del 1° Maggio 2018

SPETTATORI

Spettatori unici complessivi durante i 4 giorni: 30.000 (di cui 18.000-20.000 studenti in gita)

Spettatori medi per ogni giornata: 20.000

Presenze turistiche: 60.000

ECONOMICHE

Giornate di lavoro richieste per la finale: 1.000 (equivalenti a 5 impieghi full time della durata di un anno).

Indotto economico sul territorio di Caserta e Santa Maria Capua Vetere: 3.600.000 (stima minima).

Incassi dell'evento (solo ticket): 300.000 € (5 euro a ticket).

Il progetto è pensato e disegnato per non impattare, se non in modo minimale, su risorse pubbliche

- **Organizzazione dell'iniziativa nazionale:** finanziata dai visitatori attraverso biglietto di ingresso simbolico (5 €) e sponsorship di aziende locali e non. Questo tipo di evento sarà attrattivo in chiave marketing perché in grado di intercettare migliaia di giovani che rappresentano per le aziende tribù di consumatori "inafferrabili", perché non esposti ai media;
- **Trasporto & hospitality spettatori:** a carico delle famiglie degli studenti, come già avviene per le gite scolastiche.

Nessun contributo economico, solo supporto nell'individuare sponsor

Nessun contributo

Possibili sponsor privati



Trasporto



Ospitality

INTESA  SANPAOLO



Pagamenti



Ferrarelle



Drink

Altri partner

Filmmaster
EVENTS 




WV
WAVEMAKER
MEDIA. CONTENT. TECHNOLOGY.

La finale può essere un'ottima occasione di contaminazioni con giovani di altri Paesi

Altre istituzioni da coinvolgere:

Ambasciate
europee e di altri
Paesi extra-EU

Per attirare studenti da altri paesi che vogliono conoscere la cultura Italiana attraverso un evento nazionale in cui i protagonisti sono giovani loro coetanei;

Rappresentanti
EU

Per condividere le finalità sociali, artistiche e culturali del progetto;

Altre fondazioni

Per trovare sinergie e permettere l'espressione e la crescita dei migliori artisti anche in altri contesti successivi all'evento.

ALLEGATO A

Elenco attività operative
per ogni fase

Organizzazione e lancio

- Condivisione del progetto con MIUR e MIBACT e MAECI:
 - definizione della location;
 - definizione del calendario.
- Diffusione a titolo informativo a tutti gli istituti di Scuola Media Superiore per candidare il progetto a gita scolastica 2018.
- Inizio contatti con gli sponsor.

Il concorso

- Il concorso avrà luogo l'ultima settimana di Aprile 2018. Ai giovani artisti verrà chiesto di effettuare delle prove prima della performance.
- Le performance migliori saranno selezionate attraverso la votazione del pubblico presente effettuata con sistemi smart (App su telefono).
- I componenti dello staff necessario all'organizzazione e gestione dell'evento (hospitality, casse, info point, accompagnatori) saranno selezionati attraverso candidature volontarie di giovani under-20 residenti nel circondario del comprensorio che ospita la manifestazione.
- A tutti gli istituti di Scuola Media Superiore italiani saranno inviati "pacchetti turistici promozionali" affinché l'evento venga contemplato come alternativa possibile alle destinazioni classiche delle gite scolastiche, che di solito si svolgono nei mesi di marzo e aprile.
- Le Amministrazioni locali ospitanti e le strutture ricettive forniranno servizi per ottenere condizioni economiche più favorevoli per il trasporto locale e per pernottamenti degli studenti e degli altri visitatori.

Il follow up della prima edizione

- La finalità del progetto è quella di selezionare, con un sistema meritocratico e auto-disciplinato, i profili di giovani a cui affidare la gestione dei poli culturali locali, partendo dal presupposto che “solo un buon artista può gestire correttamente un polo culturale”. Ai team vincitori delle finali, sarà offerta, dopo il diploma, una borsa di studio universitaria e l’opportunità di partecipare alle selezioni dei ruoli di **local promoter** per il rilancio nazionale del patrimonio artistico italiano
- Il piano di rilancio nazionale, da un punto di vista organizzativo, si baserà su 2 livelli di *governance*:
 - un gruppo di coordinamento e di indirizzo nazionale, i cui membri saranno nominati/selezionati su base meritocratica con la collaborazione del MIBACT, del MIUR e del MAECI;
 - i local promoter.
- Al gruppo di coordinamento e indirizzo spetterà il compito di:
 - tracciare tematiche e strategie comuni da implementare localmente in termini di contenuti e messaggi;
 - coordinare le attività trasversali di promozione del network dei predetti poli culturali;
 - formare i **local manager** per svolgere le attività da perseguire per promuovere la location.
- Ai *local promoter* spetterà il compito di:
 - raccogliere e implementare le *guideline* nazionali;
 - promuovere e fare rete con gli altri local manager limitrofi per creare percorsi culturali congiunti e scambiare contenuti.

Patrocini:



Ministero
dei beni e delle
attività culturali
e del turismo



Partners:



Ministero dei beni e delle
attività culturali e del turismo

Polo museale della Campania



Provincia di Caserta



Comune di
Santa Maria Capua Vetere



Organizzatori:

