

L'Esperienza in evidenza

Il progetto Campania artecard della Regione Campania

Intervista con la Dott.ssa Ilva Pizzorno, responsabile dell'iniziativa¹.

A cura di Donatella Imparato



.....tutto in una card

Dal 2002 visitare la Campania è più facile e comodo. Il turista può visitare i musei, numerosi siti archeologici, monumentali e ambientali, e molto altro ancora, utilizzando un'unica card che offre anche l'opportunità di viaggiare gratuitamente sul trasporto pubblico e dedicato².

La carta può essere acquistata un po' dovunque. All'aeroporto, nelle stazioni ferroviarie, in molti alberghi, nelle agenzie di viaggio, sul web e tramite call center, nelle principali edicole, in alcuni parcheggi, negli stessi musei, ed anche nei principali luoghi balneari.

Campania artecard - l'evoluzione della prima *Napoli Artecard* - ha registrato negli anni un notevole successo, grazie alla sua capacità di riunire in un unico supporto itinerari turistici e culturali, accesso ai trasporti e varie altre agevolazioni - sconti sui biglietti degli spettacoli teatrali, di concerti ed eventi culturali, sul costo dei parcheggi pubblici e su libri e pubblicazioni d'arte - compresa la possibilità di effettuare prenotazioni alberghiere e teatrali.

L'Amministrazione Regionale ha puntato sul progetto per promuovere e risvegliare l'interesse per il patrimonio culturale ed artistico della Campania, variando l'offerta dai grandi attrattori culturali - come Pompei e i siti monumentali del capoluogo - fino ai siti minori.

L'integrazione di vari servizi ed agevolazioni in un'unica card facilita il turista nel soggiorno e stimola l'incremento degli afflussi, anche per quelle fasce di utenza più problematiche. Ad esempio per i giovani e gli studenti sono stati pensati sconti ad hoc.

La strategia messa in campo dall'Assessorato ai Beni Culturali della Regione Campania è consistita in un attento lavoro di concertazione con i diversi enti interessati e coinvolti nel



¹ Dirigente del Settore Beni Culturali.

² L'Archeobus Flegreo, linea di trasporto dedicata che collega tutti i luoghi d'arte dell'area flegrea; l'Archeobus Vesuviano, che collega i siti archeologici dell'area Vesuviana tra i quali Pompei ed Oplontis, e le navette dedicate da Salerno a Paestum, Velia, Padula, Pertosa, ecc..

progetto, come partner attivi: la Regione – inoltre - con l'Assessorato ai Trasporti e quello al Turismo, le diverse Soprintendenze territoriali della Campania, i Comuni di Napoli e di Pertosa, l'Ente Parco del Cilento e Vallo di Diano, la Fondazione IDIS – Città della Scienza e l'Azienda Napoletana Mobilità.

La tecnologia *smart card*, invece, facilita la gestione del sistema e garantisce rapidità degli accessi ai turisti, e ne fa un servizio sempre in continua evoluzione. I pacchetti possono sempre essere facilmente integrati con nuove offerte - siti e linee di trasporto - così come le possibilità di acquisto della card.

Regione Campania
> l'arte conta



Questi i punti di forza di un progetto efficace. Più volte al centro degli interessi degli addetti ai lavori e vincitore della seconda edizione del Premio Cultura di Gestione per la Sezione *Politiche di gestione e di valorizzazione di beni e attività culturali*.



1. Gentile Dott.ssa Pizzorno quali sono le finalità del progetto Campania artecard?



Campania artecard è un sistema di card – attualmente disponibile in tre tipologie differenziate per siti inseriti, durata e utilizzabilità dei trasporti – creato per dar vita ad un **sistema di offerta culturale integrato**, in cui trovano spazio i beni culturali pubblici e privati, teatri e tutto ciò che è cultura nella Regione. Inoltre, con l’iniziativa intendiamo promuovere la conoscenza del patrimonio culturale attraverso azioni di comunicazione mirata; e migliorarne la fruizione

con un coordinamento attivo dei sistemi di erogazione dell’offerta culturale e l’adozione di nuove tecnologie. Lo scopo principale di queste azioni è quello di **incrementare i flussi turistici e il numero di visitatori nei musei della rete**, con particolare attenzione a quelli meno conosciuti e visitati; accrescere il flusso dei visitatori più giovani; e dar vita a veri e propri distretti culturali.

2. Quali sono i servizi offerti?



Con il biglietto integrato Campania artecard è possibile accedere senza file ai principali musei e siti archeologici della Regione e viaggiare su tutta la rete dei trasporti pubblici inseriti nel circuito e su navette dedicate. Attualmente sono attive **tre tipologie di card** - pensate per rispondere alle varie esigenze del turista - che si diversificano **in base alla durata, all’accesso ai siti, e**

all’utilizzo dei trasporti. E per incrementare il flusso dei visitatori più giovani abbiamo pensato per tutte le card ad una *formula giovani* (tra i 18 e i 25 anni), con un costo ridotto. Tutte le card offrono - poi - una serie di sconti e facilitazioni sull’ingresso ad altri musei e siti campani, sull’ingresso agli spettacoli di numerosi teatri – tra i quali il Teatro Lirico San Carlo e l’Associazione Scarlatti di Napoli -, sulle visite guidate e/o didattiche a numerosi siti archeologici, sugli acquisti nelle librerie museali, sul costo dei parcheggi; ecc..

Per agevolare il turista nella fruizione del pacchetto di itinerari offerto con la card, abbiamo - anche - realizzato una guida ai musei e ai servizi in italiano ed inglese, inclusa nel kit contenente la card prescelta e il pass per i trasporti pubblici “Unico Campania”.

3. A chi si rivolgono?

Il target di *Campania artecard* è prevalentemente il turista culturale, il turista di passaggio verso altre località amene della Regione, e in particolare i giovani e gli studenti.

4. E' possibile leggere l'esperienza di Campania artecard come la validazione di un nuovo modello di sviluppo culturale e turistico, caratterizzato da una forte collaborazione e da una programmazione comune tra i numerosi attori istituzionali che operano sul territorio campano?

“Rendere facilmente fruibili i Beni culturali di un territorio significa non soltanto rendere accessibili musei, siti archeologici, monumentali, ambientali, ecc., ma anche qualificare la rete dei servizi primari che ne favoriscono la corretta fruizione”.

Per il raggiungimento di questo obiettivo abbiamo puntato sul **coinvolgimento di una pluralità di soggetti partner dell'iniziativa**, superando le fisiologiche difficoltà di concertazione tra vari attori.

La Giunta Regionale della Campania ha operato, infatti, sin dal 2001 per offrire ai visitatori **un'accoglienza facilitata nei modi di accesso e nei costi**, promuovendo d'intesa con le competenti Amministrazioni statali e locali uno studio per l'integrazione dei sistemi museali attivi nel territorio metropolitano di Napoli, e destinando - con propria deliberazione del dicembre 2001 - un finanziamento da ripartire, previa sottoscrizione di apposite convenzioni, tra le varie Soprintendenze di Napoli e Caserta³; il Comune di Napoli⁴ e l'Azienda Napoletana di Mobilità (ANM).

Inizialmente per semplificare l'iter procedurale e passare in tempi brevi dalla fase della progettazione a quella di realizzazione del progetto di integrazione dei servizi con la “carta dei Musei” - denominata *Napoli artecard* -, abbiamo lavorato molto anche attraverso **numerosi tavoli tecnici**, ai quali hanno partecipato vari soggetti pubblici e altri organismi privati.

Nel gennaio 2002 insieme ai principali cinque partner del progetto abbiamo stabilito attraverso un Accordo di Programma la fase di sperimentazione dell'iniziativa per un periodo di 90 giorni⁵.

Terminata la fase di sperimentazione - su proposta della Regione - il 5 luglio 2002 è stato sottoscritto dagli stessi partner un atto integrativo al precedente accordo, con il quale - visto il successo dell'iniziativa - è stata disposta la proroga fino a tutto il 31 gennaio 2003 e ampliato il pacchetto delle offerte con l'inserimento, fra gli altri, dei siti archeologici dell'Area Flegrea.

Successivamente è stato elaborato un ulteriore progetto di servizi integrati musei/trasporti esteso a tutto il territorio regionale *Campania artecard*, stanziando un contributo finanziario

La sperimentazione di Napoli ArteCard. I contenuti dell'Accordo di Programma del 25 gennaio 2002.

I partner: la Regione Campania, la Soprintendenza per il Patrimonio Storico, Artistico e Demoetnoantropologico di Napoli e provincia, la Soprintendenza per i Beni Architettonici e per il Paesaggio di Napoli e provincia; la Soprintendenza per i Beni Archeologici delle province di Napoli e Caserta, il Comune di Napoli e l'Azienda Napoletana di Mobilità (ANM).

I principali contenuti:

- Sperimentazione della card per un periodo di 90 giorni (marzo – giugno 2002)
- Definizione delle competenze, oneri e responsabilità tra i vari partner.
- Definizione delle modalità di collaborazione con la Regione Campania.
- Delega alla Soprintendenza per i Beni Archeologici delle province di Napoli e Caserta, attraverso sottoscrizione di una convenzione con la Regione Campania, per l'erogazione dei finanziamenti.
 - Nomina di un responsabile unico del procedimento e un responsabile della qualità.
 - Designazione dell'ATI Electa Napoli - già gestore a seguito di licitazione privata ad evidenza europea del servizio di biglietteria presso i più importanti e frequentati musei napoletani - quale esecutrice materiale del progetto e coordinatrice di tutte le operazioni contabili, dando mandato alla stessa ATI per la stipula di apposite convenzioni con soggetti terzi per tutte le agevolazioni collaterali.
 - Realizzazione da parte dell'ANM di una mappa specifica per il turista, attraverso la creazione di una rete di trasporti dedicata.

3 La Soprintendenza per il Patrimonio Storico, Artistico e Demoetnoantropologico di Napoli e provincia; la Soprintendenza per i Beni Architettonici e per il Paesaggio di Napoli e provincia; la Soprintendenza per i Beni Archeologici delle province di Napoli e Caserta.

4 Il Comune di Napoli – Assessorato alla Cultura

5 Tra la fine di marzo e la fine di giugno 2002.

a copertura dei costi per la promozione e l'attivazione della card regionale, nonché per l'integrazione dei trasporti.

L'ampliamento del progetto all'intero territorio regionale ha reso necessario il coinvolgimento di altre amministrazioni⁶.

Successivi Accordi di Programma hanno dato avvio a pieno regime all'iniziativa *Campania Artecard*. Gli accordi hanno previsto l'istituzione di un **Comitato di Pilotaggio**, costituito dai rappresentanti dei soggetti partner, con compiti di indirizzo delle scelte strategiche e di validazione delle iniziative da intraprendere; e la creazione di un Ufficio di Segreteria, con compiti di gestione amministrativa. Inoltre, gli altri partner hanno delegato, con la sottoscrizione di un'unica convenzione, la Soprintendenza per i Beni e le Attività Culturali della Regione Campania ad essere beneficiaria dei contributi regionali; ed è stato definito che i vari soggetti privati - gestori dei cosiddetti Servizi Ronchey - a seguito di licitazione privata ad evidenza europea, svolgano le diverse attività operative legate all'iniziativa.

5. Quale soggetto ha svolto le attività di coordinamento e gestione del progetto?

Nel dicembre 2003, la Regione ha approvato il progetto di coordinamento del sistema *Campania artecard* presentato dalla società a totale partecipazione regionale SCABEC s.r.l.. Il progetto ha previsto, anche, una rimodulazione delle funzioni del *Comitato di Pilotaggio*, snellendone la struttura e l'organizzazione.

Da allora il *Comitato di Pilotaggio* si occupa prevalentemente dell'assistenza e del coordinamento tecnico-scientifico delle iniziative legate al progetto, mentre alla società SCABEC s.r.l. sono riservate le attività di coordinamento operativo del sistema.

Sempre nel dicembre 2003 un nuovo Accordo di Programma dà avvio definitivamente al sistema *Campania artecard*. Sono confermate le responsabilità e i compiti dell'Ufficio di Segreteria e vengono individuati per SCABEC s.r.l. - soggetto operativo della Regione Campania per la gestione dei Beni Culturali - i compiti di: coordinamento delle attività; programmazione e progettazione delle attività di promozione e gestione della card; raccordo tra i vari soggetti sottoscrittori, attuatori e la Regione; monitoraggio delle azioni intraprese e degli obiettivi conseguiti; cura dei rapporti con altri soggetti pubblici e privati potenzialmente interessati al sistema.

⁶ Soprintendenza per i Beni e le Attività Culturali della Regione Campania; Soprintendenza per i Beni Archeologici di Pompei; Soprintendenza per i Beni Architettonici e per il Paesaggio e per il Patrimonio Storico, Artistico e Demoetnoantropologico di Benevento e Caserta; Soprintendenza per i Beni Architettonici e per il Paesaggio e per il Patrimonio Storico, Artistico e Demoetnoantropologico di Avellino e Salerno; Soprintendenza per i Beni Archeologici delle province di Avellino, Benevento e Salerno; Comune di Pertosa; Ente Parco del Cilento e Vallo di Diano; Consorzio UNICOCAMPANIA; SEPSA S.p.a.; Circumvesuviana S.r.l.

6. Come vengono ripartiti gli incassi tra i vari soggetti coinvolti nel progetto?

E' stata delegata una società mandante dell'ATI Electa – Napoli s.r.l.⁷ per le attività di distribuzione delle card, di tesoreria e di redistribuzione delle quote di ripartizione relative alla vendita delle card tra i vari soggetti coinvolti. I soggetti autorizzati alla vendita delle card versano periodicamente alla società - secondo accordi specifici - gli introiti derivanti dalle vendite, che vengono successivamente ripartiti tra i vari soggetti coinvolti.

Per le diverse tipologie di card esistono modelli di ripartizione degli incassi che prevedono: una quota da distribuire ai diversi musei in base agli effettivi ingressi e a un valore prestabilito differente per ogni singolo museo; una quota destinata ai sistemi di trasporto; ed infine una quota assegnata al sistema di distribuzione delle card.

E' stato, inoltre, istituito un **fondo di compensazione**, nel quale confluiscono le quote di rimborso relative ad economie derivanti dal mancato utilizzo di parte della quota spettante ai musei, che viene ripartito in base all'incidenza percentuale degli ingressi di ogni museo sul totale delle visite registrate in tutti i musei della rete.



⁷ Vedi riquadro *Sperimentazione*

7. Qual è la strategia di comunicazione del progetto?

Nel Accordo di Programma del gennaio 2002 venne affidata, tra l'altro, all'ATI Electa - Napoli s.r.l. la redazione di un piano di comunicazione per la promozione della card.

La strategia di comunicazione - che tuttora adottiamo - è finalizzata alla promozione del sistema sul mercato nazionale e internazionale; al miglioramento dell'accessibilità fisica e informativa dell'offerta culturale del sistema; al potenziamento dell'immagine presso i diversi target group e all'incremento delle vendite presso gli operatori turistici.

Il piano di comunicazione viene realizzato attraverso azioni di marketing e di advertising sui media nazionali ed esteri, produzione di materiali informativi, call center, sito internet⁸ e punti informativi.

8. E adesso un po' di dati. Quanti sono gli utilizzatori di Campania artecard? Si è riscontrato un incremento del flusso dei visitatori nei siti museali ed archeologici conseguente all'attivazione della carta? E' possibile definire l'utilizzatore tipo del servizio?

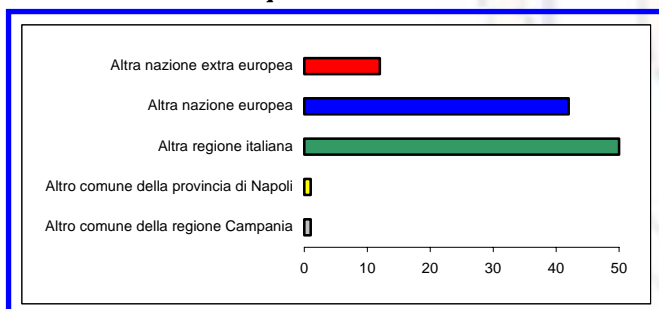
Dal 22 dicembre '02 al 31 ottobre '03 sono state vendute complessivamente **27.647** card, prevalentemente la vendita si è concentrata sul territorio napoletano.

Il principale acquirente della card è il turista straniero, di provenienza europea o extra europea, seguito dal turista italiano e, infine, da quello locale. Rispetto all'incremento dei flussi nei siti museali sono molto significativi alcuni dati relativi all'anno di esordio della card. Nel

Area	Vendita totale (22 dicembre '02 - 31 ottobre '03)						Totale
	Associazioni di Categoria	Esercizi commerciali	Alberghi	Agenzie di viaggio	Musei	Altri	
Napoli	76	1574	1690	4119	12959	2158	22576
Campi Flegrei		126	42	49	141		358
Area Vesuviana e Cost. Amalfitana		18	52		1775	26	1871
Isole							
Salerno e Cost. Amalfitana		6	2				8
Cilento			10		387		397
Caserta		3			226		229
Altri						2208	2208
	76	1727	1796	4168	15488	4392	27647

2002, ad esempio i musei minori di San Martino e Maschio Angioino hanno registrato un incremento degli ingressi di oltre il 40%.

Gli utilizzatori di Campania artecard



E, complessivamente, nel periodo marzo-novembre 2002 il 15% delle persone che hanno visitato i musei di Napoli e Campi Flegrei lo ha fatto con la card.

“Il nuovo sistema si è subito dimostrato un valido strumento per la crescita delle visite.”

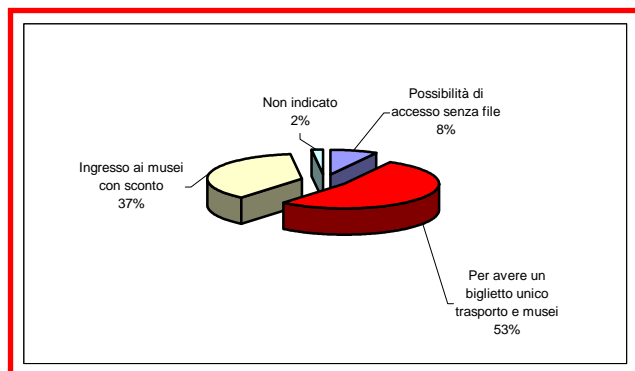
Solo la prima visita costituisce quella che il turista avrebbe comunque svolto; dalla seconda visita in poi si tratta di visite aggiuntive,

⁸ Il sito internet www.campaniartecard.it è stato pensato anche per fornire informazioni agli operatori.

che il visitatore non avrebbe effettuato senza la card. E' a tale comportamento che si associa la crescita esponenziale delle visite nei musei minori.

9. Sono state effettuate indagini di customer satisfaction?

Le ragioni di acquisto



Si. Dopo la prima rilevazione sui flussi svolta nel 2002 al termine della fase di sperimentazione, abbiamo effettuato una indagine di customer satisfaction, su un campione di 1300 visitatori, volta a rilevare il comportamento del turista culturale, il suo livello di soddisfazione e le principali criticità del sistema di offerta. L'indagine ha evidenziato che: più di un visitatore su due acquista la card perché **con un solo biglietto può accedere con facilità ai musei e ai trasporti**; la

card è uno strumento per ottenere un ingresso scontato nei musei - questa caratteristica risulta molto apprezzata dal turista italiano - ; la card è, anche, uno strumento per **l'accesso senza fila ai musei** - fattore di scelta determinante specialmente per il turista straniero.

E' risultato, inoltre, che **più dell'80% dei turisti fruitori della card utilizza i trasporti pubblici**, ed hanno ricevuto un buon gradimento, anche, i servizi di navetta dedicati.

Il livello di adeguatezza del costo, della durata e della reperibilità della card è risultato, infine, molto elevato.

Riguardo, invece, al servizio di biglietteria i dati disponibili per l'anno 2003, rilevano che il mese che ha riscontrato le maggiori vendite è aprile. Questo è probabilmente spiegato dal consistente afflusso di turisti per il lungo periodo festivo pasquale.

Dal punto di vista delle preferenze, la card Napoli e Campi Flegrei è quella più venduta (50%) nel corso dell'anno. La card che prevede, invece, la possibilità di utilizzazione nell'intero circuito riscontra un picco di vendite nel periodo che va da giugno a ottobre.

Nel 2003 l'indiscusso successo dell'iniziativa può essere misurato ancora una volta con **l'incremento degli ingressi ai musei**. Anche per il 2003 si è, infatti, registrato un incremento di quasi il 33% rispetto all'anno precedente.

Inoltre, chi ha acquistato la card nel 2003 ha visitato mediamente quasi 3 musei, contro i 2,4 musei visitati nel 2002. Tale aumento nella propensione alla visita dimostra la capacità della card di indurre a una maggiore fruizione del patrimonio culturale.

Siamo molto soddisfatti dei risultati raggiunti. Con *Campania artecard* siamo riusciti anche nell'obiettivo di valorizzare i siti minori. Infatti, fermo restando che gli utilizzatori della card privilegiano i siti più noti, la loro distribuzione avviene in misura - per così dire - più equa in tutti i musei e nelle aree archeologiche. Dal 2002 ad oggi, i visitatori dei musei con presenze medie annuali inferiori alle 100.000 unità sono aumentati ogni anno di circa il 13% sul totale.

SCABEC s.r.l. svolge, inoltre, un monitoraggio del livello di servizio offerto ai fruitori del sistema, evidenziando le criticità e fornendo ipotesi di possibili azioni di aggiustamento.

Un primo rapporto sull'attività di monitoraggio, realizzata presso i siti del circuito, è stato trasmesso alla Regione proprio nel mese di maggio 2004. Le rilevazioni si sono svolte tra febbraio e marzo 2004. La relazione raccoglie le valutazioni su ogni sito, con l'indicazione dello stato di fatto, delle modalità di accesso e del grado di utilizzo degli strumenti

informativi dedicati al sistema; e un riepilogo dello stato di conservazione dei siti e degli interventi da realizzare in futuro.

Sempre nel periodo tra febbraio e marzo 2004, SCABEC s.r.l ha realizzato una ulteriore indagine di customer satisfaction. I risultati, attualmente in fase di elaborazione, saranno presto messi a disposizione, soprattutto per individuare le eventuali misure correttive.

10. Durante l'iter progettuale si sono presentate delle criticità? E quali soluzioni sono state adottate?



Si, certo, come in ogni progetto complesso, ma abbiamo investito molto in termini di risorse⁹ ed impegno e non ci siamo scoraggiati. Inizialmente si sono incontrate **difficoltà di coordinamento tra i vari partner**, dovute ad una scarsa circolazione delle informazioni e a difficoltà nella definizione delle responsabilità. A questi problemi abbiamo fatto fronte attraverso *tavoli di lavoro comuni*, che hanno coinvolto tutti i rappresentanti dei vari enti partner, e successivamente abbiamo creato il *Comitato di Pilotaggio* del progetto con funzioni di indirizzo sulle

scelte strategiche e di validazione delle iniziative.

11. Come è composto il gruppo di lavoro interno?



Complessivamente partecipano alle attività del progetto sei dipendenti del Settore Beni Culturali. Il nostro gruppo di lavoro si contraddistingue per l'intenso **lavoro di squadra** e per la grande capacità operativa dimostrata. Potremmo, infatti, definire le attività interne del gruppo di lavoro come un

processo di **traduzione operativa delle linee di indirizzo** - definite dal *Comitato di Pilotaggio* - nel quale sono comprese anche le funzioni di coordinamento e gestione della comunicazione tra i vari partner e istituzioni coinvolte nell'iniziativa.



⁹ Ad oggi, la Regione Campania per l'iniziativa *Campania ArteCard* ha investito la somma complessiva di oltre 7 milioni di Euro.

12. Che cosa ha comportato l'utilizzo della tecnologia smart card? E che cosa consentirà di fare in futuro?

La scelta tecnologica della **smart card** consente al sistema culturale di evolvere in maniera coerente con le nuove tecnologie. Si pensi alla possibilità di integrare diverse soluzioni ICT a favore di un circuito turistico locale ma che utilizza un sistema web oriented collegabile on line e aperto a tutti gli operatori locali, nazionali e internazionali. La smart card, inoltre, ottimizza e velocizza le operazioni di gestione dei flussi e consentirà in futuro di trasformare *Campania artecard* in un vero e proprio **borsellino culturale**.

Grazie per la collaborazione

