



MADE IN-LAND. Management and Development of INLANDs

Axis: Environmental and cultural heritage

Specific Objective: 3.1. Make natural and cultural heritage a leverage for a sustainable and more balanced territorial development

D.4.5.1 Eco Museum Map

D.4.5.2 Virtual Eco Museum

D.4.5.3 Training Programme

1 January 2022- 30 June 2022

WP 4: Development and testing of an action plan for inland areas valorisation

Activity 4.5.: Development of Virtual Ecomuseums

Deliverable 4.5.1: Eco Museum Map

PP in charge: PP1

PPs Involved: PP3/PP4

Status: Final

Distribution : Public

Date: 30/06/2022

27. 06. 2022.

www.italy-croatia.eu/madein-land

This content reflects the author's views, the Programme authorities are not liable for any use that may be made of the information contained therein.

MADE IN-LAND. Management and Development of INLANDs

Axis: Environmental and cultural heritage

Specific Objective: 3.1. Make natural and cultural heritage a leverage for a sustainable and more balanced territorial development

D.4.5.1 Eco Museum Map

1 January 2022- 30 June 2022

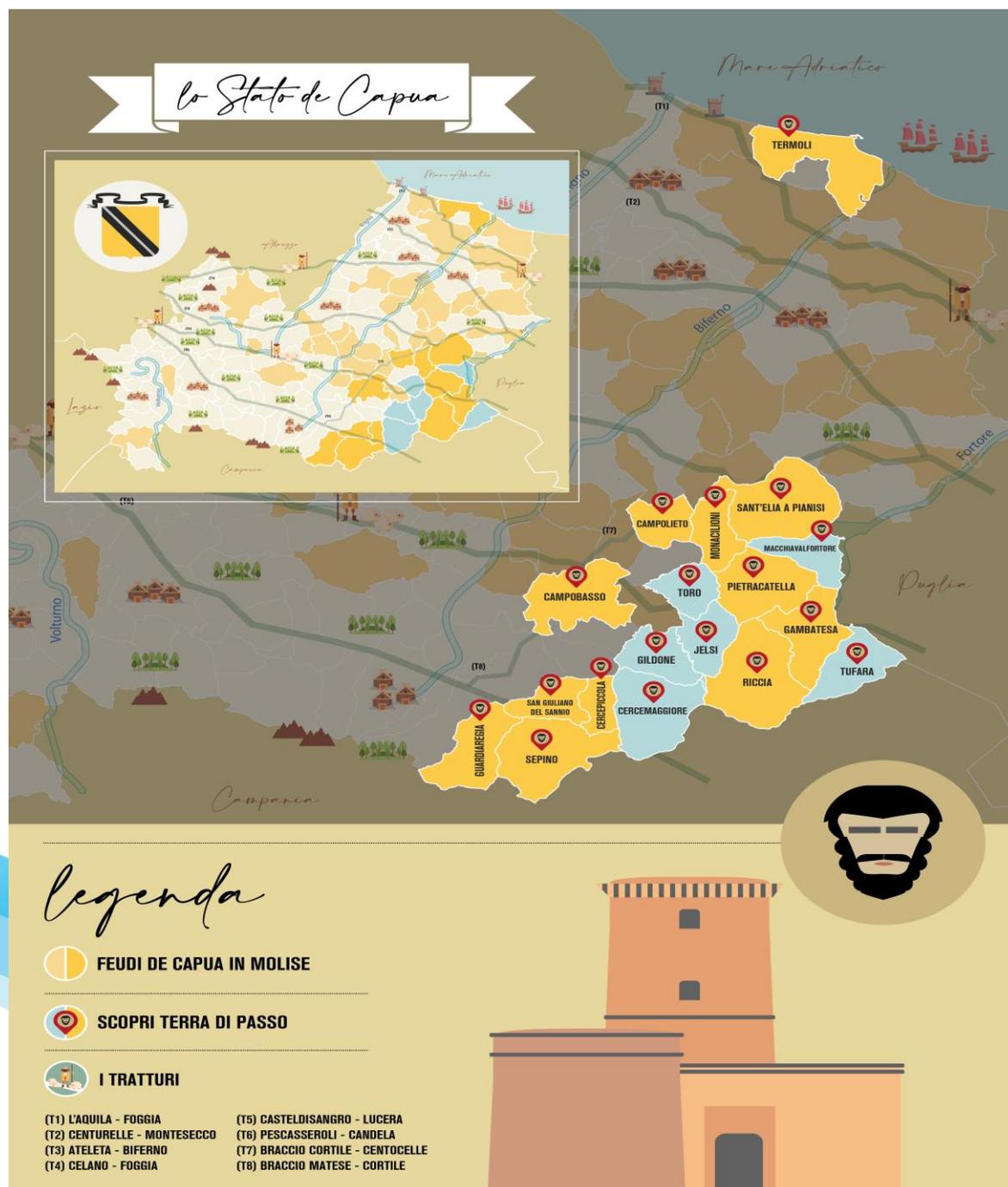
MADE IN-LAND Project

(Id 10048184)

| | |
|--------------------|---|
| WP 4: | Development and testing of an action plan for inland areas valorisation |
| Activity 4.5.: | Development of Virtual Ecomuseums |
| Deliverable 4.5.1: | Eco Museum Map |
| PP in charge: | PP1 |
| PPs Involved: | PP4 |
| Status: | Final |
| Distribution: | Public |
| Date: | 30/06/2022 |

D.4.5.1 Eco Museum Map

The Virtuale Eco Museum “Terr@ di Passo” embraces a vast area of the Molise Regione dominated by the De Capua Family as indicated in the map below:



<https://www.terradipasso.it/bartolomeo.html>

Furthermore, in the framework of the Virtual Eco Museum “Terr@ di Passo”, a physical museum has been realised and has been located in the Tower of Riccia, where many rooms have been set up:



https://www.google.com/search?q=foto+castello+riccia&rlz=1C1OKWM_itIT977IT977&oq=foto+castello+riccia+&aqs=chrome..69i57j0i546l2j0i30i546j0i546l2.3789j0j15&sourceid=chrome&ie=UTF-8#imgrc=WENK9xwFX_FQQM

MADE IN-LAND. Management and Development of INLANDs

Axis: Environmental and cultural heritage

Specific Objective: 3.1. Make natural and cultural heritage a leverage for a sustainable and more balanced territorial development

D.4.5.1 Eco Museum Map

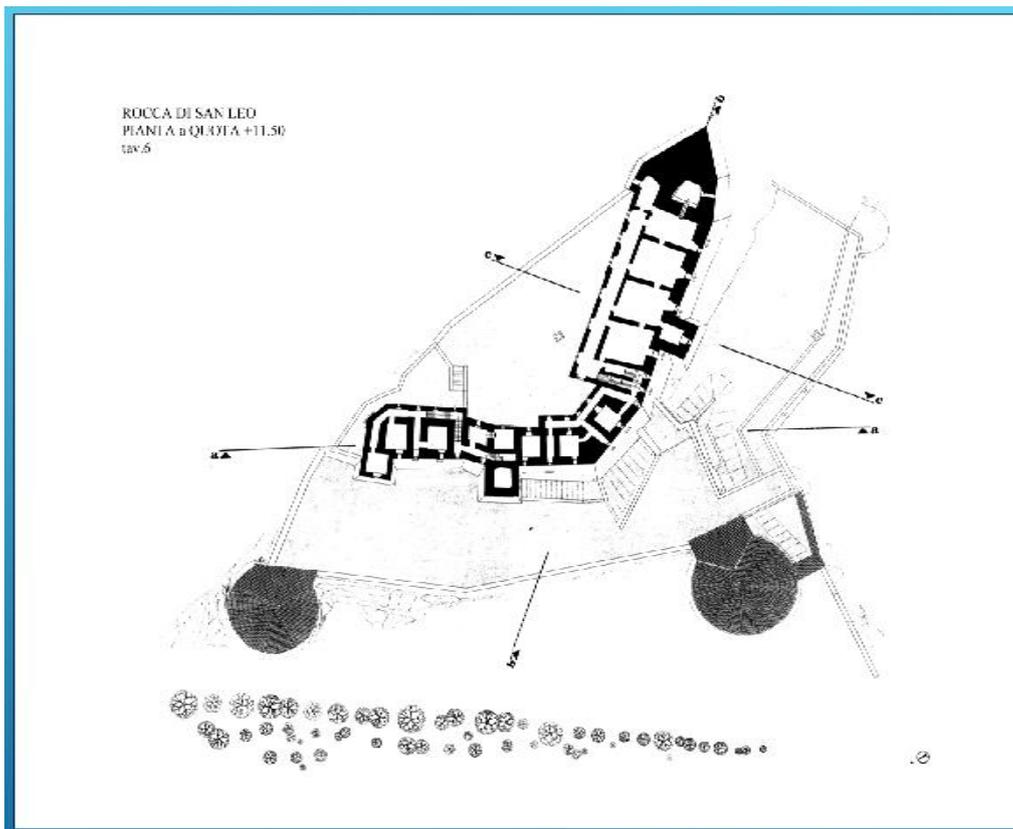
1 January 2022- 30 June 2022

MADE IN-LAND Project

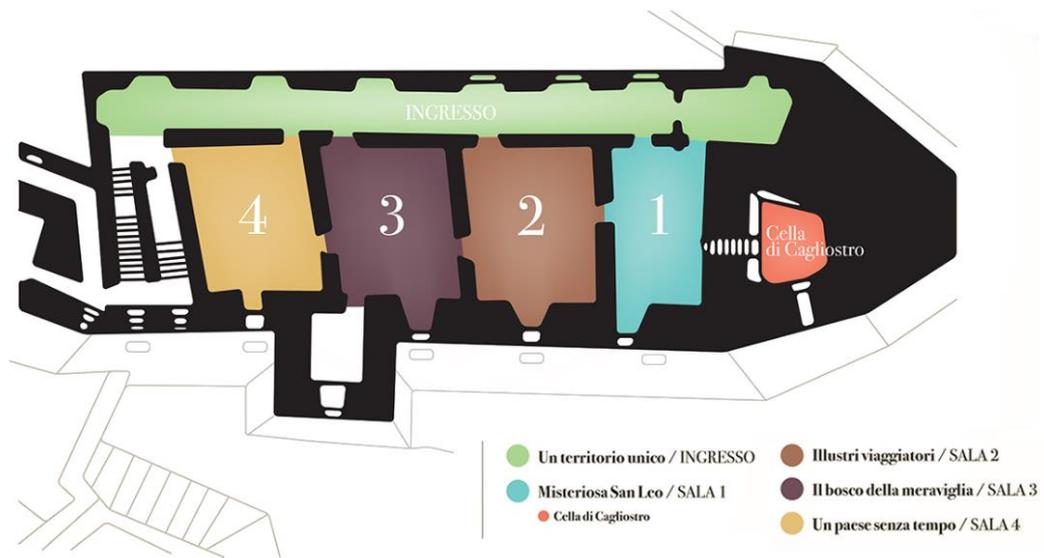
(Id 10048184)

| | |
|--------------------|---|
| WP 4: | Development and testing of an action plan for inland areas valorisation |
| Activity 4.5.: | Development of Virtual Ecomuseums |
| Deliverable 4.5.1: | Ecomuseum map "MUSLEO" |
| PP in charge: | PP1 |
| PPs Involved: | PP3 |
| Status: | Final |
| Distribution: | Public |
| Date: | 30/06/2022 |

The Virtual Ecomuseum “MUSLEO” will be located inside the Rocca di San Leo, in particular on the first floor of the Ducal Residence as shown in the map below:



Picture 1 - San Leo Rock: fortress plan



Picture 2 - Virtual Ecomusem "Musleo": plan - first floor

MADE IN-LAND. Management and Development of INLANDs

Axis: Environmental and cultural heritage

Specific Objective: 3.1. Make natural and cultural heritage a leverage for a sustainable and more balanced territorial development

D.4.5.2 Virtual Eco Museum

1 January 2022- 30 June 2022

MADE IN-LAND Project

(Id 10048184)

| | |
|--------------------|---|
| WP 4: | Development and testing of an action plan for inland areas valorisation |
| Activity 4.5.: | Development of Virtual Ecomuseums |
| Deliverable 4.5.2: | Virtual Eco Museum |
| PP in charge: | PP1 |
| PPs Involved: | PP4 |
| Status: | Final |
| Distribution: | Public |
| Date: | 30/06/2022 |

Terr@ di passo

nelle Corti dei De Capua



INDICE

| | |
|--|---------|
| PARTE 1_ MADE IN LAND: IL PROGETTO | pag. 3 |
| • Definizione Area 1 | pag. 6 |
| • Definizione Area 2 | pag. 12 |
| PARTE 2_ PIANO DELLA CONOSCENZA | pag. 17 |
| • Individuazione degli elementi di interesse | pag. 18 |
| • Area 2: Individuazione degli Assets | pag. 22 |
| • Il disegno del territorio: le mappe dei tracciati fluviali e viari | pag. 40 |
| PARTE 3_ UN MUSEO VIRTUALE PER VIVERE IL FORTORE | pag. 41 |
| • Il nome dell'ecomuseo virtuale | pag. 42 |
| • I De Capua: individuazione del brand culturale | pag. 44 |
| • Schedatura e mappatura Gis per la realizzazione della Piattaforma di consultazione user friendly | pag. 46 |
| • Comunità e turismo. Turismo di comunità | pag. 51 |
| PARTE 4_ PIANO DELLA COMUNICAZIONE | pag. 56 |
| • Il museo e la comunicazione | pag. 57 |
| INTEGRAZIONE SUGGERITE DAGLI STAKEHOLDERS | pag. 65 |
| PIANO FINANZIARIO (PROPOSTA) | Pag. 66 |
| PARTE 5_ ALLEGATI | pag. 70 |
| BIBLIOGRAFIA E LETTERATURA ESISTENTE | pag. 80 |

PARTE 1
Terr@ di passo
Made in Land: il progetto

IL PROGETTO

Terr@ di passo. Nelle corti dei De Capua è la proposta progettuale pensata per MadeinLand, progetto europeo del Programma Italia – Croazia, di cui il Comune di Riccia è partner. Capofila del programma è la Regione Marche (Italia) mentre gli altri partner sono:

- Università degli Studi di Camerino (Italia)
- Comune di San Leo (Italia)
- Molise Verso il 2000 (Italia)
- Università di Zadar (Croazia)
- Zadar County Development Agency – Zadra Nova (Croazia)
- Ente di gestione per i parchi e la biodiversità (Croazia)
- Azrri – Agency for Rural Development of Istria ltd. Pazin (Croazia)

Gli obiettivi prefissati nell'Interreg riguardano il patrimonio culturale e naturale dei comuni delle aree interne, ricche di risorse endogene che tuttavia restano non adeguatamente sfruttate e valorizzate nonostante il loro notevole potenziale. MadeinLand vuole sviluppare nuove soluzioni per rendere accessibile, realmente e virtualmente, l'entroterra attraverso una gestione integrata dei processi di sviluppo intesi come azioni per la valorizzazione e conservazione dei patrimoni naturali e culturali, ma anche pensati per l'ideazione e la condivisione di modelli innovati di gestione dei beni individuati.

Per tale motivo sono state coinvolte due aree operative, quella costiera, scelta come porta di accesso verso l'interno giacché composta da reti fisiche "veloci", e l'area interna che diversamente si caratterizza per dinamiche "lente". L'intersezione di questi due ambiti territoriali mira alla creazione di un nuovo approccio turistico sostenibile, in grado di creare nuovi canali di accessibilità e conoscenza delle risorse interne, che avrà come impatto la rivitalizzazione delle comunità locali attraverso un nuovo sviluppo economico e territoriale attuato mediante lo sfruttamento consapevole delle risorse naturali e del patrimonio culturale che saranno preservate, aumentandone il loro valore.

Come descritto dalle linee guida proposte da MadeinLand, le aree scelte in cui opereranno i partner del Molise sono l'area costiera gravante attorno a Termoli, mediante la quale intercettare e deviare i flussi turistici verso l'entroterra al fine di

ridurre la pressione umana sulla costa e collegare così le risorse naturali e culturali interne a mercati turistici più ampi, e l'area interna pertinente al Comune di Riccia che mediante *Terr@ di passo* valorizzerà il cosiddetto "capitale territoriale inesplorato", con l'obiettivo di promuovere connessioni fisiche e virtuali tra le due reti (le coste e l'interno), che al contempo mira al rilancio delle comunità locali come custodi e gestori dei patrimoni naturali e culturali, anche attraverso la creazione di nuove opportunità di lavoro e di benessere della popolazione.

Il principale risultato atteso di MadeinLand è il miglioramento dello sviluppo economico e territoriale di aree interne grazie alla diversificazione dell'economia locale, e lo sviluppo di opportunità di lavoro, servizi di inclusione sociale e contenimento dei fenomeni di invecchiamento. Grazie ai processi di cooperazione, si potrà migliorare il benessere della popolazione, preconditione per la conservazione del patrimonio naturale e culturale a lungo termine dato il ruolo svolto dalle stesse comunità locali nella loro gestione.

Nel progetto *Terr@ di passo*, dopo la definizione dell'Area 1 e Area 2, saranno descritte le azioni mediante le quali si intende rendere il patrimonio naturale e culturale, legato al paesaggio storico dalla famiglia De Capua, la leva per uno sviluppo territoriale sostenibile e più equilibrato. Diverse saranno le attività progettuali proposte: la mappatura dei principali beni naturali e culturali, materiali e immateriali, comprensiva della valutazione del loro stato di conservazione, fragilità e condizioni di accessibilità; l'analisi delle connessioni con le aree costiere, del potenziale di attrazione e di mercato; l'analisi delle politiche, programmi e pratiche di pianificazione per la gestione del patrimonio naturale e culturale interno con valutazione degli investimenti effettuati e dei risultati raggiunti. Dal piano della conoscenza, si produrranno modelli innovati per la gestione e la valorizzazione dei paesaggi interni, contribuendo alla loro conservazione e tutela, sviluppando strategie multisettoriali per accrescere l'offerta culturale e turistica dei territori compresi nell'Area 2, anche attraverso l'ideazione e la strutturazione di una piattaforma digitale accessibile al pubblico di viaggiatori e di residenti. Con azioni mirate di promozione, comunicazione e disseminazione integrata del progetto e dei suoi prodotti, si produrrà il movimento dei viaggiatori che dai luoghi di vacanza e di permanenza individuati nell'Area 1 vorranno conoscere e recarsi a Riccia e nei territori compresi nell'Area 2.

DEFINIZIONE DELL'AREA 1

Come indicato dalle linee guida del progetto Made in Land, la Costa Adriatica intorno a Termoli e Lesina è stata definita come Area 1 in quanto corrispondente al territorio costiero più densamente urbanizzato e popolato.

La popolazione complessiva dell'Area 1 è pari a 64.355 abitanti residenti nei comuni molisani costieri di Termoli, Campomarino, Guglionesi, Petacciato, Montenero, Portocannone, San Martino in Pensilis, come indicato nella sintesi demografica:

| | |
|--------------------------|-----------------|
| Termoli: | 33.739 abitanti |
| Campomarino: | 7.712 abitanti |
| Montenero di Bisaccia: | 6.538 abitanti |
| Guglionesi: | 5.321 abitanti |
| San Martino in Pensilis: | 4.721 abitanti |
| Petacciato: | 3.848 abitanti |
| Portocannone: | 2.476 abitanti |

All'interno dell'area costiera, il comune di Termoli rappresenta l'amministrazione di riferimento dell'intero territorio, da un punto di vista economico, demografico e sociale. Il Comune di Termoli è inoltre capofila della strategia di sviluppo "Areaurbana di Termoli" comprendente le amministrazioni di Campomarino, Guglionesi e San Giacomo degli Schiavoni.

Il territorio costiero, compreso tra i fiumi Trigno e Fortore, include due ecosistemi diversi, marino e terrestre, costituendo una zona di transazione tra terra e mare in cui sono presenti sistemi di dune costiere e boschi litoranei sempreverdi, importanti corridoi ecologici verso l'entroterra. La progressiva antropizzazione ha condotto alla metamorfosi dell'ambiente, l'urbanizzazione e la realizzazione delle grandi infrastrutture hanno modificato il paesaggio originario che ha assunto l'aspetto attuale.

Da un punto di vista economico e sociale, Termoli è il comune di riferimento per l'area basso molisana per via delle infrastrutture disponibili e per la presenza dell'area industriale sviluppatasi negli anni '60 e '70 fungendo da attrazione per le popolazioni dei comuni limitrofi. L'analisi di dati sulla popolazione, di seguito

riportata, conferma la vitalità demografica della città rispetto alle dinamiche regionali. I dati sulla popolazione dimostrano che quella in età giovanile (0-14) si attesta al 13,4% del totale, percentuale superiore a media molisana (11,7%), mentre la classe in età lavorativa (15-64) è pari a 66,3%, a fronte di un 64,7% relativo all'intera regione, segno che la popolazione attiva residente è in percentuale maggiore alla media regionale.

L'area interessata è quella più facilmente raggiungibile da fuori regione, infatti, il territorio risulta il più dotato di infrastrutture. Come si può evincere anche dai dati sulla mobilità la zona può contare su un buon complesso d'impianti di serviziocostituito da rete ferrata, autostrada, canali energetici e reti di comunicazione elettronica, anche a fibra ottica.

In questo contesto, Termoli rappresenta la principale stazione molisana sulla direttrice adriatica nonché uno dei due ingressi alla linea autostradale nazionale e si configura, quindi, quale centro di smistamento dei flussi provenienti dalle zone limitrofe e dai comuni dell'interno.

La descrizione delle infrastrutture di trasporto è completabile con la menzione del porto di Termoli e del porto turistico di Montenero di Bisaccia, utilizzati per i collegamenti da e verso l'arcipelago delle Isole Tremiti, in particolare durante il periodo estivo.

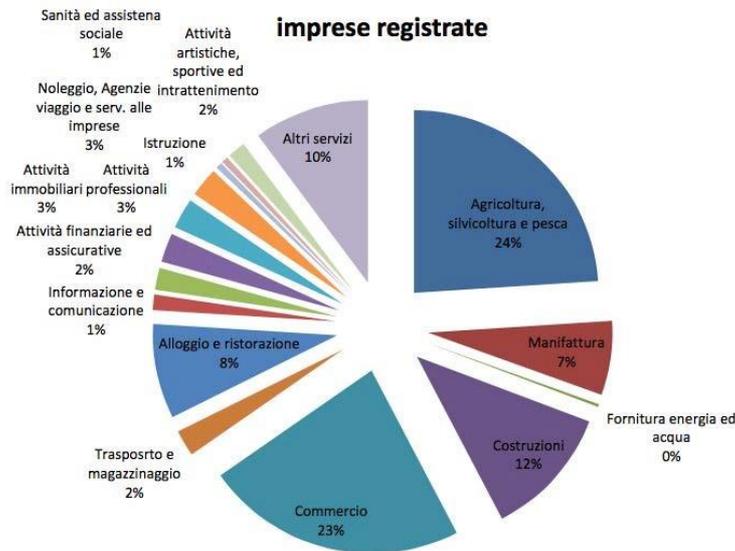
Per quanto riguarda il sistema dell'offerta turistica va detto che questa si identifica come un sistema diffuso, concentrato per lo più sul territorio della costa (Montenero, Petacciato, Campomarino e Termoli), ma troppo spesso destrutturato e disomogeneo, non riuscendo in modo sistemico ad affermarsi con un'identità forte e riconoscibile nell'ambito di un bacino di utenza nazionale e sovranazionale: un sistema quindi storicamente esposto alla concorrenza.

Per quel che concerne, invece, l'analisi quantitativa del fenomeno turistico nell'area va precisato che esso risente della difficile disponibilità di dati ufficiali soprattutto in relazione ai flussi su Campomarino, Petacciato e Montenero, comuni caratterizzati da un'offerta del tutto peculiare, basata sul sistema delle seconde case spesso utilizzate direttamente dai proprietari o da loro familiari e amici. Ad esempio, in base ad una analisi catastale fornita dal Comune di Campomarino (dove il fenomeno delle seconde case è maggiore che negli altri due comuni oggetto di analisi) si evince che circa il 70% delle 11.000 unità abitative ricadenti nel territorio comunale è costituito da seconde case o case per vacanza.

Tale situazione insieme alla scarsa presenza di strutture ricettive classiche (alberghi, residence, B&B, etc.) non agevola la formulazione di statistiche ufficiali su arrivi e presenze, sebbene stime indirette conducano a ipotizzare un aumento della popolazione sul comune di oltre dieci volte nei mesi di luglio ed agosto.

Diverso discorso va fatto per Termoli, dove la presenza di strutture ricettive classiche come alberghi, B&B o residence, permette un dato più preciso riguardo la

GRAFICO 1: numero imprese attive registrate nei comuni dell'Area Urbana



Fonte: Elaborazioni Ufficio studi e ricerche Unioncamere Molise su dati Movimprese- 2015

sua capacità ricettiva, che secondo i recenti dati acquisiti, dispone di una offerta totale di 1.840 posti letto. Anche nel caso di Termoli, però, va precisato che ai dati ufficiali si aggiungono i numeri, non rilevati statisticamente, relativi all'utilizzo di case vacanze in affitto o seconde case che rappresentano una fetta consistente del movimento turistico anche in questa località.

TIPOLOGIA DEL TURISTA

Il turista tipo che sceglie la costa molisana come meta di soggiorno è in prevalenza italiano (90,3% di presenze di clienti residenti sul totale regionale) spesso residente nelle regioni limitrofe (ad eccezione dei lombardi) e si muove per vacanze con la famiglia.

Generalmente, la scelta della costa molisana come destinazione di vacanza è fatta quasi esclusivamente sulla base di suggerimenti e inviti di parenti e amici. Tale evidenza mostra che i canali informativi siano di tipo informale e come la costa, e più in generale il Molise, sia di fatto escluso dai canali commerciali classici. In base ai numeri registrati dai diversi uffici turistici regionali si può facilmente evincere che i flussi turistici si concentrino soprattutto sul turismo balneare, tanto che la costa attrae la maggioranza dei viaggiatori che scelgono il Molise. Di conseguenza, si

registra un'elevata stagionalità della domanda che, come è noto, produce problemi di sostenibilità ambientale, sociale ed economica.

E' bene ricordare che quattro comuni interessati dall'analisi, nello specifico quelli che affacciano direttamente sul mare (Montenero, Petacciato, Termoli e Campomarino) hanno dato vita ad un progetto di marketing turistico denominato "Costa dei Delfini" per spingere tutto il territorio interessato, a livello *istituzionale e imprenditoriale*, a proporre una nuova strategia basata sulla natura, sui patrimoni della costa molisana, sulle infrastrutture e la professionalità degli imprenditori che possono, in un network effettivo, contare su dei numeri di accoglienza che conta 3 porti turistici per quasi 1000 posti barca, circa 150 ristoranti, più di 100 tra alberghi, B&B, campeggi e agriturismi, 30 lidi balneari e centinaia di appartamenti da affittare.

Alcuni dei comuni ricadenti nell'Area 1 sono caratterizzati dalla forte presenza di aziende vinicole che negli anni hanno contrassegnato sia l'ambiente naturale che le attività turistiche locali. Alcune delle cantine dell'Area 1 sono infatti organizzate per l'accoglienza turistica (sia di breve che di lungo periodo), ospitano frequentemente turisti nazionali e internazionali alla ricerca di un turismo enologico ed esperienziale. Un target di fruitori attenti alla qualità della proposta di viaggio, disponibile ad esperienze diverse dai classici percorsi turistici e capaci di apprezzare la proposta di visita di "Terr@ di passo".

OLTRE IL MOLISE

L'Area 1 comprende località che superano i confini regionali ma che restano comunque prossimi per distanza e frequentazione culturale all'Area 2. La costa e i luoghi turistici in provincia di Foggia dovranno sicuramente entrare nel circuito comunicativo del progetto "Terr@ di passo".

I dati ufficiali della Regione Puglia del 2016 offrono diversi spunti di riflessione sull'importanza dei flussi turistici in queste aree che potrebbero essere utilizzate come bacini di pesca e indirizzare i turisti verso le aree più interne. Numeri che fanno riferimento all'arrivo di turisti italiani e visitatori dall'estero oltre alle presenze, ovvero il numero di notti trascorse dai turisti nelle strutture ricettive. Da una prima lettura dei dati un aspetto è chiaro: sono sempre di più le persone che scelgono il Gargano come meta dove trascorrere le vacanze estive o per il turismo di natura religiosa.

I numeri indicano la città di Vieste come meta maggiormente scelta nel Gargano, nella Capitanata e anche nell'intera Regione. Si contano, infatti, 283.517 arrivi (oltre 53mila gli stranieri) per un totale di oltre 1 milione e 935mila presenze, in aumento rispetto al 2015. Numeri importanti se rapportati a quelli di altre importanti mete turistiche come Ugento (poco più di 100mila arrivi e 800mila presenze) e Otranto (137mila arrivi e 727mila presenze), e considerando che nei dati non sono compresi turisti che hanno comprato casa e vi risiedono d'estate. Importanti dati si registrano anche Peschici, che supera 700mila presenze a fronte di oltre 89mila arrivi e Rodi (54mila arrivi e 356mila presenze), ottimo risultato per Mattinata che ha meno visitatori rispetto a Manfredonia, ma un numero maggiore di presenze (quasi 187mila). Indici positivi anche nell'ambito del turismo religioso, con le presenze registrate a San Giovanni Rotondo e a seguire Monte Sant'Angelo.

La distanza, ad esempio, che intercorre tra Gambatesa (comune nell'Area 2) in provincia di Campobasso e comuni come San Giovanni Rotondo o Lesina è contenuta nel raggio dei 100 km. Nel 2018 questi comuni hanno raggiunto notevoli risultati turistici e sarebbe interessante per il progetto "Terr@ di passo" volgere uno sguardo e prevedere delle azioni di promozione in queste aree.

Nello specifico, si propongono alcuni indici rilevati nei seguenti comuni:

SAN GIOVANNI ROTONDO ha registrato il maggior numero di presenze per quanto riguarda il movimento turistico in Provincia di Foggia, con 243.705 arrivi (un dato migliore di quello relativo a Peschici) e 437.723 presenze così suddivisi: 181.443 arrivi di cui 331.702 presenze dall'Italia; 62.262 arrivi e 106.021 presenze dall'estero. Il dato sulle presenze a San Giovanni Rotondo, tuttavia, sconta flussi di arrivi e presenze ancorati al turismo "mordi e fuggi".

MANFREDONIA rientra tra i primi 7 comuni della Capitanata per flussi turistici. La città sipontina ha registrato 41.373 arrivi e 138.545 presenze in totale: 33.182 arrivi di cui 113.029 dall'Italia, 8.191 arrivi e 25.516 presenze dall'estero.

FOGGIA è l'unico comune non garganico presente nei primi dieci posti della graduatoria tecnica. La città capoluogo ha totalizzato 62.036 arrivi e 126.376 presenze in totale: 56.383 arrivi di cui 113.626 presenze dall'Italia; 5.653 arrivi con 12.750 presenze dall'estero.

LESINA chiude al decimo posto del rilevamento con 11.422 arrivi e 67.994 presenze in totale: 10.932 arrivi, con 66.177 presenze dall'Italia; 490 arrivi di cui 1.817 presenze dall'estero.

DEFINIZIONE DELL'AREA 2

L'area 2 corrisponde al territorio ricadente nelle aree interne meno popolate che, in qualche modo, risultano svantaggiate e marginali con risorse culturali e naturalistiche difficili da raggiungere e da apprezzare, non sempre conosciute, spesso abbandonate o in decadenza.

Come indicato dal Progetto, il Comune di Riccia rappresenterà l'ente capofila dell'Area 2 che include i comuni dell'area interna del Fortore (Jelsi, Gambatesa, Macchia Valfortore, Sant'Elia a Pianisi, Pietracatella, Campolieto, Cercemaggiore, Gildone, Monacilioni, Toro, Tufara) e di alcune amministrazioni dell'area interna del Matese (Sepino, Guardiaregia, San Giuliano, Cercepiccola, Bojano, Campochiaro) che per continuità storica, culturale o naturalistica hanno riferimenti evidenti con gli Assets proposti.

L'area progetto afferente all'Area Interna del Fortore in Molise si estende in una vallata collinare al confine con la Puglia e la Campania e risulta composta da 12 Comuni (di cui Jelsi è l'ente Capofila). La zona occupa una superficie complessiva pari a 481,63 chilometri quadrati e conta 22.511 abitanti, all'interno della quale i centri più grandi e quelli con maggiori servizi sono rappresentati da Riccia (5.403 abitanti, Comune periferico) e Cercemaggiore (3.927 abitanti, Comune intermedio).

Il territorio, caratterizzato da insediamenti piuttosto frammentati, trova nel bassolivello di antropizzazione uno dei suoi pregi fondamentali. Le caratteristiche naturali ben conservate, alternate con aree agricole, ne fanno un'area dalle elevate qualità paesaggistico-ambientali. Nell'area è presente, anche se non completamente incluso al suo interno, l'invaso del Lago di Occhito, uno sbarramento artificiale realizzato lungo il Fiume Fortore, che interessa prevalentemente il territorio di Macchia Valfortore e per tratti di minore rilievo anche quelli di Gambatesa e Sant'Elia a Pianisi.

I piccoli borghi che caratterizzano l'area conservano forti tradizioni e specifiche identità comunitarie e, nonostante gli sforzi per garantire la struttura più elementare dei servizi di prossimità, dal commercio ai pubblici esercizi a quelli sanitari, appaiono ancora lontani nel garantire i fondamentali livelli assistenziali. Le problematiche dell'area sono legate principalmente alla struttura demografica; una significativa perdita di popolazione (27,2% dal 1971) si è registrata in tutti i Comuni, con indici di vecchiaia molto elevati e con valori più alti della media regionale e

nazionale. I dati dimostrano che negli ultimi anni le fasce di popolazione più giovane hanno lasciato l'area, con un mancato rinnovamento per gli abitanti che inesorabilmente stanno invecchiando insieme ai loro borghi.

Le principali direttrici relazionali per le attività economiche si concentrano in direzione di Campobasso sia per le questioni lavorative che per le attività di svago e cultura. Relativamente alla dimensione del lavoro, circa il 27,9% della popolazione è impiegato nel settore secondario ed il 16,5% in quello del commercio (dati censimento ISTAT-2011), mentre il 14,6% degli occupati è impiegato in agricoltura. Questi dati contribuiscono a delineare comportamenti e abitudini dei cittadini dell'area. Infatti, gran parte della popolazione si sposta per raggiungere il posto di lavoro perché ha deciso di rimanere a vivere nel proprio paese. Diversamente, chi vive quotidianamente nel proprio comune è dedito alle attività agricole.

Altre dinamiche territoriali spiegano le relazioni socio-economiche del territorio. Infatti, nonostante una condivisione *de facto* dei momenti della tradizione, dei servizi essenziali forniti in alcuni centri dell'area, delle strutture scolastiche, e a dispetto dell'impegno nel costituirsi Unione o nell'adesione alla Strategia Nazionale Aree Interne, si sono avviate solo di recente alcune più specifiche linee di collaborazione reciproca tra i diversi centri. Questo aspetto rende piuttosto frammentata l'offerta di "idee" e sottolinea la centralità e l'importanza di un processo di progettazione che coinvolga tutti i comuni interessati.

Per quel che riguarda la mobilità si evidenzia che il territorio interessato è attraversato dalla Strada Statale 17 dell'Appennino Abruzzese e Appulo Sannitico, importante asse di comunicazione tra diverse Regioni (oggi collega Foggia, in Puglia, al Lazio più interno della Provincia di Rieti, passando per Molise e Abruzzo) e rappresenta la risorsa infrastrutturale principale anche per i flussi turistici. Lungo il tratto di Statale 17, infatti, sono localizzati gli accessi alle principali mete attrattive dell'area che vi si innestano perpendicolarmente.

In assenza di un'offerta intermodale di scambio e spostamento che incroci efficacemente i bisogni dei cittadini, la mobilità dell'area fa largo riferimento al mezzo privato.

La rete viaria è affiancata dalla linea ferroviaria Campobasso-Isernia che attraversa la zona periferica dell'area garantendo i collegamenti con Napoli e Roma ma che, fermando esclusivamente a Bojano e Campobasso (comuni più vicini alla zona di interesse), non garantisce un arrivo presso quelli interni dei piccoli centri urbani e ai

principali poli di riferimento. La maggior parte dei piccoli comuni toccati dalla ferrovia presenta, infatti, stazioni che sono state dismesse negli ultimi anni.

L'esistente rete infrastrutturale dell'area ha quindi bisogno di essere potenziata ed innovata con l'erogazione di servizi maggiormente orientati alla flessibilità, con l'obiettivo della creazione di una rete che colleghi l'asse principale con i comuni circostanti.

Analizzando il territorio, la storia e la cultura dell'area 2 emerge che le potenzialità offerte sono sfruttate in maniera del tutto limitata. La zona può essere definita come un'area di transizione, per diversi motivi. È l'area che, confinando con la Campania e la Puglia, ha da sempre rappresentato un punto di connessione tra le regioni e, di conseguenza, un punto di sosta per pastori e commercianti. Allo stesso tempo, essendo un territorio collinare caratterizzato da aree produttive con terreni fertili alternati ad aree improduttive con terreni sterili e dissesti idrogeologici, le pratiche agricole stentano ad affermarsi.

Le pratiche colturali esercitate in passato, in maniera manuale, oggi non sono ripetibili o considerate economicamente non vantaggiose per l'agricoltura meccanizzata. Le conseguenze sono sotto gli occhi di tutti e si manifestano con un continuo incremento di abbandono di aree agricole, di spopolamento degli ambienti rurali ma anche urbani, di invecchiamento della popolazione e calo demografico. Ciò comporta la perdita di manodopera e d'interesse verso un'area che non gode della produttività agricola del Basso Molise e del flusso turistico dell'area costiera. A ciò si aggiungono tutte le conseguenze di natura idrogeologica con perdita di superficie agricola, avanzamento di superficie boschiva, riduzione di spazi aperti e impatto sulla biodiversità, accentuati dai cambiamenti climatici. La fase di abbandono è nella maggior parte dei casi seguita da una fase di degrado, con aumento del rischio di incendi e ulteriore impatto sull'ambiente e sullo stile di vita degli abitanti di queste aree che rischiano di restare sempre più nel baratro della marginalità. Questa posizione di "transizione" limita lo sviluppo di questa area che necessita di ritrovare la propria identità e valorizzare il proprio territorio.

Dal punto di vista dell'uso del suolo, l'area presenta una notevole vocazione agricola, con il 68% della superficie e il 14,6% degli occupati, impiegato in agricoltura. La superficie forestale, caratterizzata da 17 tipologie forestali, occupa circa il 25% dell'area, di cui la maggior parte di proprietà privata. Fatta eccezione per poche decine di ettari di bosco ad alto fusto, i boschi della zona sono gestiti con

la forma di governo a ceduo, con legna da ardere come assortimento principale, e nella maggior parte dei casi sono soggetti ad usi civici.

Dal punto di vista naturalistico e di conservazione della biodiversità, l'area è caratterizzata dalla presenza di 17 siti Natura 2000, con una superficie totale di 6500 ha.

Il mosaico paesaggistico, caratterizzato dall'alternanza di superfici agricole e forestali, pur mantenendo un adeguato grado di conservazione, è in continua evoluzione con non pochi fenomeni di smottamenti e frane. I cambiamenti sono dovuti principalmente all'abbandono delle pratiche agricole e forestali degli appezzamenti più difficili da raggiungere. La complessità del paesaggio conferisce all'area un aspetto estetico apprezzabile, nonostante non sia molto valorizzato e rinomato. Le attività intraprese nel corso degli anni hanno portato a benefici puntuali (sporadici) e non significativi, spesso dei singoli e non dell'area, con il risultato che l'area, seppur affascinante, non è organizzata (o non è efficiente) per favorire lo sviluppo del turismo.

Una particolare menzione va al territorio del Matese, anch'esso parzialmente interessato dall'Area 2 attraverso i territori di Sepino, Cercepiccola, San Giuliano del Sannio e Cercemaggiore. La zona è caratterizzata da una forte connotazione naturalistica: il 48% (200 Km²) del territorio è infatti attualmente oggetto di misure di conservazione. Inoltre, quale elemento di ulteriore specifico valore, va sottolineato che è stato approvato (novembre 2016) in Senato il Disegno di legge che istituisce il Parco Nazionale del Matese. Pertanto gli strumenti di conservazione e tutela possono e devono rappresentare un volano per lo sviluppo territoriale.

Il patrimonio culturale, fatto di elementi infrastrutturali come il tratturo, i castelli di epoca medievale, ubicati nei vari centri storici, oppure chiese e casolari immersi negli spazi rurali, la presenza di pratiche e attività tradizionali, che fanno parte della cultura popolare dell'area (dalle pratiche agricole, alle feste-tradizioni e musei) e il paesaggio rurale rappresentano gli elementi da cui ripartire per promuovere una gestione attiva del territorio e favorire lo sviluppo locale e il benessere comune.

I piccoli borghi che caratterizzano l'area conservano forti tradizioni e specifiche identità comunitarie e, nonostante gli sforzi per garantire la struttura più elementare dei servizi di prossimità - dal commercio, ai pubblici esercizi, ai servizi sanitari - appaiono ancora lontani dal poter garantire fondamentali livelli assistenziali.

In questa analisi va dedicata una lettura a parte per il sito di Altilia, nel territorio comunale di Sepino, che con i suoi 3.000 anni di storia e la sovrapposizione delle diverse epoche romano-sannita, longobarda e medievale e moderne, tuttora perfettamente leggibili, risulta un'area archeologica di grande interesse storico ma ancora poco valorizzata in base al potenziale che potrebbe esprimere.

A completamento di tali elementi, e quale aspetto distintivo del territorio protagonista dell'attuale analisi, va evidenziato che l'area interessata conserva un importante patrimonio di saperi artigianali, che trovano la propria peculiare espressione nella produzione di manufatti artistici e ispirazione nel patrimonio culturale locale, in particolare in quello associato alle tradizioni popolari delle feste.

PARTE 2
Terr@ di passo
Piano della conoscenza

INDIVIDUAZIONE DEGLI ELEMENTI DI INTERESSE

I Borghi sono l'insieme di strade, palazzi, negozi e tutti i luoghi nei quali le persone s'incontrano, condividono tempo, esperienze e relazioni. L'individuazione degli elementi di interesse consentirà di acquisire dati di diversa natura che tuttavia saranno utili per implementare lo strumento mappa pensato per la catalogazione e georeferenziazione delle informazioni. Mediante questi indici saranno rilevati dati inerenti il patrimonio culturale, naturalistico e dei beni immateriali ma anche ciò che oggi caratterizza le comunità con le produzioni artigianali (manifatturiere, alimentari ecc), produzioni di qualità, o con certificazioni, e i luoghi sentiti e maggiormente vissuti dagli abitanti. L'individuazione degli elementi di interesse permetterà di comprendere la percezione che i residenti hanno rispetto alla propria comunità, tuttavia un rilevamento tecnico consentirà di effettuare una analisi dei bisogni, dei punti di forza e delle criticità.

Mappare i borghi attraverso gli occhi delle comunità significa comprendere quale idea essi hanno degli spazi che li compongono, quali di questi sono fisicamente accessibili e quali no, quali sono i luoghi centrali in cui si svolgono le tradizioni, quelli in cui più forte è l'esperienza storica o quelli il cui potenziale attrattivo deve essere sostenuto.

Di seguito sono indicati, sia per l'Area1 sia per l'Area2, alcuni punti di interesse che risultano attrattivi, già capaci di coinvolgere pubblici eterogenei, punti di forza e di accesso, esperienze.

| Area 1 - Elenco Comuni | Elementi Attrattivi | Eventi |
|--------------------------------|---|----------------------------|
| Termoli | Stazioni di transito | Processione di San Basso - |
| | Castello svevo | Festival del Folklore |
| | Macte | Eventi estivi |
| | Albergo diffuso "Residenza Sveva" | |
| | Albergo diffuso "Locanda Alfieri" | Incendio del Castello |
| | Costa - lidi | |
| Montenero di Bisaccia | Porto turistico "Marina Sveva" | |
| | Fattoria Di Vaira | |
| | Cantina Terresacre/ Cantina San Zenone | |
| Petacciato | Cea - Dune | |
| Campomarino | Borgo di Colloredo | |
| Guglionesi | Cantina Valbiferno: certificazione kosher | |
| San Martino in Pensilis | Luogo di vendita Pampanella | Carrese |
| Lago di Lesina | Riserva naturale Lago di Lesina (Lipu) | |
| | Museo etnografico "La Casa del Pescatore" | |
| | AcquaFantasy | |
| | Centro visite Lesina | |

| | | | |
|---------------------|---------------------------------|-------------------------------|---|
| Riccia | Chiesa dell'Annunziata | Bosco Mazzocca | Pranzo di San Giuseppe |
| | Chiesa Madre | Sentiero natura Torre | Fuoco di San Vitale |
| | Chiesa del Carmine | | Processione del Carmine |
| | Chiesa di San Michele | | Bottega del Liutaio |
| | Chiesa dell'Immacolata | | Bottega della ceramista |
| | Piano della Corte | | Azienda agricola casearia |
| | | | Palio di S. Agostino |
| | | | |
| | | | Bar Cuparelle (passatella) |
| | | | Novena Ciaramella (Natale) |
| | | 15 agosto (Bosco Mazzocca) | |
| | | Raccolta delle erbe nel bosco | |
| | | Presepe vivente | |
| | | | |
| Jelsi | Cripta Annunziata | Via Micaelica | Festa di Sant'Anna |
| | Mufeg | Fosse Civitavecchia | Festa di San Amanzio |
| | Palazzo Valiante | | Cedisa (Centro di archeologia) |
| | Casa Pinabello | | Forno Cianciullo |
| | Torre dell'orologio | | Festa del Mais |
| | | | Sagra del Funnateglie |
| | | | L'Uomo/orso |
| | | | |
| Gambatesa | Castello De Capua | | Maitunate |
| | Taverna (rudere) | | |
| | | | |
| Macchia Valfortore | Museo civiltà contadina | Lago d'Occhito | Equitazione |
| | Castello - Museo civico | | Mountain bike |
| | Mulino | | Campeggio |
| | | | |
| Sant'Elia a Pianisi | Convento | | Sacra rappresentazione - La Passione |
| | Museo Padre Pio | | Pastificio |
| | Castello di Pianisi | | Oleificio |
| | | | |
| Pietracatella | Ruderi del castello - paesaggio | Parco eolico | Processione della Madonna della ricotta |
| | Chiesa di san Giacono | | Caseificio "C'era una volta" |
| | Taverna | | Premio letterario "De Andrè" |

| | | | |
|---------------|-----------------------------------|----------------------------------|--|
| Ceremaggiore | Convento della Libera | Baita Capoiaccio | Festa della Libera |
| | Area archeologica Monte Saraceno | | Pastifici |
| | | | Presepe vivente |
| | | | Tessitura |
| Gildone | Santa Maria a Quadrano | | 15 agosto |
| | Chiesa San Sabino | | |
| Tufara | Castello | Bosco Pianella (area attrezzata) | Il Diavolo |
| | San Giovanni da Tufara | | |
| Monacilioni | Insurrezione Briganti | Parco eolico (area attrezzata) | Santa Benedetta /Sagra soppressa |
| Toro | Convento di Santa Maria di Loreto | tratturo | Pasquetta di gennaio |
| | Ponte di Toro | | Convito di San Giuseppe |
| | | | |
| Matese | | | |
| | | | |
| Cercepiccola | Pattinodromo | | I mesi |
| San Giuliano | Villa dei Nerazi | Parco | Fucilieri |
| | | | Scuderie del pesco |
| Sepino | Area archeologica Saepinum | Campitello di Sepino | Serenate Bufù (31 dicembre/1 gennaio) |
| | Chiesa di Santa Cristina | Terme Tre fontane | Stabilimento Sepinia |
| | Fontana della Canala (De Capua) | | Festa di Santa Cristina - luglio |
| | | | Festa di Santa Cristina - gennaio (campa |
| | | | Sepino Cashemere |

AREA 2: INDIVIDUAZIONE DEGLI ASSETS

Di seguito vengono elencati e descritti, sulla base dei criteri di valutazione dati dal progetto *MadeinLand*, gli assets principali individuati sul territorio dell'area 2 come significativi rispetto alla costruzione del progetto di ecomuseo virtuale che abbia nel paesaggio culturale e naturalistico e nelle comunità radicate sul territorio il proprio riferimento.

Dalla lettura e valutazione critica dei dati raccolti in questa fase, che andranno poi approfonditi e strutturati nel piano della conoscenza del progetto esecutivo, emerge l'individuazione e definizione del *fil rouge* che tiene le fila dello storytelling territoriale più significativo e più forte in fase di promozione dell'area.

Gli assets individuati sono diffusi nell'intera Area 2 e riguardano i tre ambiti principali individuati dal progetto europeo: beni culturali materiali, beni culturali immateriali e beni naturalistici.

ASSET

SEPINO (CB) - CENTRO STORICO

| | |
|---------------------------------|--|
| <p>Radicamento territoriale</p> | <p>Il centro storico di Sepino sorge intorno al IX secolo, quando l'insediamento di pianura, il <i>municipium</i> romano di <i>Saepinum</i>, fu abbandonato a causa della crisi economica e delle incursioni saracene. La popolazione preferì rifugiarsi in altura dove, con l'arrivo dei Normanni, fu costruito il "Castellum Saepini". La città era circondata da una cinta muraria quasi ellittica, con quattro porte munite di torri. Ci sono ancora alcune torri e tre porte: la porta meridionale, la porta orientale, la porta della corte o la porta Borrelli. Il castello fu distrutto da un disastroso terremoto nel 1805. Ci sono molti elementi materiali presenti nel centro storico e nelle chiese che raccontano la successione delle famiglie feudali che governavano la città, in particolare quelle collegate alle famiglie De Capua, Carafa e della Leonessa.</p> |
| <p>Rappresentatività</p> | <p>La fase della fortificazione è un momento storico alla base della nascita di molti degli attuali villaggi molisani. Il rapporto tra l'abbandono del semplice insediamento, ancora oggi visibile nell'area archeologica di <i>Saepinum</i>, e la nascita del Castello di Sepino, in una posizione di controllo, sono molto evidenti e comprensibili nel territorio sepinese. Il centro storico e le altre emergenze storiche riconoscibili nell'area circostante sono offerti come modello per comprendere le dinamiche di insediamento dell'area di riferimento.</p> |
| <p>Valore / valori identità</p> | <p>Il ricco patrimonio storico e culturale presente nell'area sepinese è un ottimo esempio delle dinamiche storiche, sociali, economiche e culturali delle zone interne del Molise. Particolarmente significativo è il collegamento con la pista del bestiame Pescasseroli - Candela che si snoda ai piedi del Matese, un elemento che ha lasciato molte tracce ancora leggibili sul patrimonio architettonico, urbano, religioso, artistico e immateriale del villaggio molisano. L'area archeologica di <i>Saepinum</i> - Altilia è un esempio significativo della stratificazione storica degli insediamenti in un'area caratterizzata da incroci e un'economia legata alla pastorizia.</p> |
| <p>References</p> | <p>1: http://www.comune.sepino.cb.it/ 2: http://www.comitatosantacristinasepino.it/go/ 3: https://www.sepino.net/ 4: http://archeologicamolise.beniculturali.it/index.php?it/185/sepino-la-citt-romana</p> |

ASSET

CENTRO STORICO DI PIETRACATELLA

| | |
|---------------------------------|--|
| <p>Radicamento territoriale</p> | <p>Secondo la tradizione esistevano originariamente due villaggi, "Catella", situato in pianura, e "Petra", situato in collina e protetto da un enorme masso. Gli abitanti del primo confluirono nel secondo che prese il nome di entrambi gli insediamenti. Sulla cima della "Morgia" (masso roccioso) sorgeva la fortezza normanna per controllare l'area sottostante, attraversata da sentieri e tratturi. La fortezza acquisì l'aspetto di una residenza nobiliare nel XVI secolo grazie all'intervento della famiglia De Capua. Del castello rimangono le rovine e il complesso architettonico che sorgeva ai suoi piedi, tra cui la primitiva chiesa di Santa Margherita, in parte ancora affrescata, e la chiesa sovrastante di San Giacomo, costruita in parte sulla roccia e in parte sulla cripta di Santa Margherita.</p> |
| <p>Rappresentatività</p> | <p>Il centro storico di Pietracatella conserva la qualità dell'antico assetto urbano e, insieme al Castello di Gambatesa, fa parte della rete di luoghi fortificati in altitudine che ha permesso al potere feudale di avere il controllo totale sul territorio sottostante, attraversato dalle più importanti strade di transito.</p> |
| <p>Valore / valori identità</p> | <p>La qualità storica e architettonica delle chiese e la qualità artistica delle opere che contengono sono significative per l'importanza strategica di questo centro nella rete di valori economici, politici e sociali che caratterizzavano l'area circostante e le sue relazioni con il Regno di Napoli.</p> |
| <p>References</p> | <p>1: http://www.comune.pietracatella.cb.it/hh/index.php 2: https://it.wikivoyage.org/wiki/Pietracatella 3: https://www.mondimedievali.net/Castelli/Molise/campobasso/pietracatella.htm 4: https://www.cittadellolio.it/citta/pietracatella/</p> |

ASSET

GAMBATESA (CB) - CASTELLO DI CAPUA

| | |
|---------------------------------|--|
| <p>Radicamento territoriale</p> | <p>Il castello ha origini medievali ma, a partire dal XV secolo, fu trasformato in residenza rinascimentale dalla famiglia de Capua. Lesale del piano nobile sono decorate con un ciclo di affreschi commissionato da Vincenzo de Capua e realizzato nel 1550 da Donato da Copertino, seguace di Giorgio Vasari. I dipinti rappresentano episodi mitologici e biblici, personaggi della storia antica, vedute del paesaggio e allegorie, attraverso le quali vengono esaltate le virtù della famiglia Capua.</p> |
| <p>Rappresentatività</p> | <p>Gli affreschi del Castello di Gambatesa rappresentano la testimonianza artistica più significativa, in termini di qualità e quantità, del XVI secolo nel territorio molisano. Mostrano come il Molise in generale e la Valle del Fortore in particolare fossero in quel momento al centro dei grandi movimenti politici, economici e artistici che caratterizzano la storia del Regno di Napoli e che hanno lasciato il segno sul territorio riconoscibile ancora oggi.</p> |
| <p>Valore / valori identità</p> | <p>Il castello di Gambatesa è riconosciuto dalla comunità locale come un tesoro di storia e arte, un luogo da promuovere e valorizzare. Nei piani di promozione regionali è identificato come uno dei principali attrattori della promozione turistica per completezza, leggibilità e qualità del ciclo di affreschi conservati al suo interno. In occasione dello stand Molise allestito a Bit 2018 a Milano, le immagini del castello, nonché quelle delle più importanti aree archeologiche (Sepino, Pietrabbondante) e della costa adriatica, sono state utilizzate per far conoscere e comprendere qualità dell'offerta turistico-culturale della regione. Ad oggi, sono in atto numerosi interventi di finanziamento per la creazione e produzione di contenuti digitali che consentiranno la comprensione della storia del castello utilizzando i diversi tipi di dispositivi disponibili per l'utente.</p> |
| <p>References</p> | <p>1: http://www.musei.molise.beniculturali.it/musei?mid=870&nome=castello-di-capua 2: http://www.istitutoitalianocastelli.it/risorse/il-castello-del-mese/castello-di-gambatesa.html 3: https://www.focusjunior.it/musei/museo-castello-di-capua-a-gambatesa/ 4: http://www.regione.molise.it/web/turismo/turismo.nsf/0/6CCF285D5206F539C125753E00389F91?OpenDocument</p> |

ASSET

JELSI (CB) - FESTA DEL GRANO E MUSEO DI COMUNITÀ DELLA FESTA DEL GRANO (MUFEG)

| | |
|---------------------------------|--|
| <p>Radicamento territoriale</p> | <p>La Festa del Grano in onore di Sant'Anna di Jelsi ha le sue radici nella tradizione contadina jelsese. La scelta, simbolica del grano, rappresenta un omaggio da offrire alla santa.</p> <p>L'evento è nato come un rito di ringraziamento e devozione alla santa che, nel 1805 (214 anni fa) secondo la credenza popolare, preservò il paese dagli effetti di un terribile terremoto. Da allora, ogni 26 luglio, il grano viene modellato in meravigliose composizioni che ornano le Traglie (antichi mezzi di trasporto trainati da buoi con cui veniva trasportato il grano) e carri allegorici di varie dimensioni e diverse tematiche che insieme al carro di Sant'Anna, su cui è collocata la statua, sfilano in processione in un trionfo di decorazioni. La festa per mesi impegna la cittadinanza in un'opera certosina e artistica utilizzando chicchi e paglia di grano.</p> |
| <p>Rappresentatività</p> | <p>La manifestazione di Sant'Anna è profondamente sentita, sia dagli altri paesi vicini, che partecipano all'evento, sia da altri stati europei che si uniscono alla festa ogni anno dove vivono un gran numero di emigrati locali.</p> |
| <p>Valore / valori identità</p> | <p>La festa di Sant'Anna è tradizionalmente percepita come un momento di identificazione da parte della comunità jelsese e contribuisce alla valorizzazione del Molise, offrendo un ricco programma che unisce religione, arte e turismo.</p> |
| <p>References</p> | <p>1: https://festadelgranojelsi.it/ 2: http://www.mufeg.it/ 3: www.comune.jelsi.cb.it 4: www.jelsi.com</p> |

ASSET

CAMMINI STORICI E RELIGIOSI

| | |
|---------------------------------|---|
| <p>Radicamento territoriale</p> | <p>L'area è interessata da un elevato numero di Cammini sia storici che religiosi. Alcuni di questi percorsi sono integrati con strade moderne. Altri, come il Cammino Micaelico (da Roma al santuario di San Michele di Monte Sant'Angelo - patrimonio dell'UNESCO - nella regione Puglia) risalente al VI secolo. D.C., è ancora percorso da pellegrini locali, ma anche da pellegrini provenienti da tutta Europa. Questo cammino ha identificato, segnato e trasformato negli anni la cultura popolare e religiosa di tutta l'area.</p> |
| <p>Rappresentatività</p> | <p>I cammini storici e religiosi rappresentano un'antica e particolare rete di relazione tra i borghi presenti nell'area. Questi cammini mettono in contatto i luoghi simili tra loro. Sono stati inoltre per molti secoli strumenti per la diffusione culturale nelle aree interne.</p> |
| <p>Valore / valori identità</p> | <p>La nascita stessa dei borghi presenti nell'area è strettamente connessa alla rete dei cammini presenti nell'area. I luoghi di maggiore interesse storico e culturale (castelli, palazzi, chiese, conventi, fontane, tradizioni popolari) sono stati interessati per secoli dal passaggio di persone, animali e cose lungo queste Vie, tanto da modificare l'aspetto paesaggistico del territorio. Ancora oggi alcune di queste sono frequentate ed altre riscoperte nel tentativo di costruire un'identità storica delle comunità attraversate.</p> |
| <p>References</p> | <p>1: https://www.iubilantes.it/ 2: https://viestoriche.net/indexold/ViaMicaelica/120%20La%20Via%20Micaelica,%20importanza%20di%20un%20itinerario%20europeo.pdf3 3: https://www.lifeintravel.it/via-micaelica-racconto-di-un-cammino.html 4: https://www.youtube.com/watch?v=au01IZ2QnJ8 5: https://molise2000.wordpress.com/2016/09/09/29/l-unione-europea-e-la-via-micaelica/ 6: https://www.borghiautenticiditalia.it/vie-molisane-dei-cammini-d'Europa 7: https://www.ilbenecomune.it/2018/07/12/il-molise-dei-cammini/</p> |

ASSET

RICCIA (CB) - FESTA DELL'UVA

| | |
|---------------------------------|--|
| <p>Radicamento territoriale</p> | <p>La festa dei carri d'uva è sempre stata una manifestazione sentita dal profondo dell'anima dagli abitanti di Riccia. I carri, in origine, erano molto piccoli e semplici, nel corso degli anni sono diventati sofisticati e precisi nelle decorazioni fatte con l'uva e nelle composizioni figurative; la sfilata è preceduta da una processione di gruppi folk e sbandieratori medievali. Ogni anno la festa mostra una partecipazione attiva di un numero sempre crescente di turisti. È un bell'esempio di come un evento, giunto alla sua ottantasettesima edizione, mantenga i valori di solidarietà e rispetto per il patrimonio culturale tramandato da generazioni.</p> |
| <p>Rappresentatività</p> | <p>Riccia è il borgo più grande e popolato dell'intera area. La festa dell'Uva è senz'altro una delle feste più conosciute e frequentate, anche dalle regioni limitrofe come la Campania e la Puglia. Migliaia di persone vengono attratte a Riccia dalla festa che si caratterizza principalmente per gli aspetti ludici naturalmente legati al vino, ma anche per la particolarità delle lavorazioni artistiche dei carri allegorici. Questa è la festa tradizionale che attira maggiormente un pubblico giovane. Una festa che mette insieme tradizione e modernità, spiritualità e divertimento, cultura e gioco.</p> |
| <p>Valore / valori identità</p> | <p>La Festa dell'Uva rappresenta, più di ogni altra tradizione nell'area, l'esempio di come una festa relativamente moderna possa diventare tradizione. La festa ha avuto inizio negli anni 30', ma si è affermata fortemente solo negli anni 60'. In pochi anni è diventata motivo di orgoglio e riconoscimento per l'intera comunità locale e delle aree limitrofe. Oggi ogni molisano è a conoscenza della festa e del profondo legame culturale che la lega a Riccia.</p> |
| <p>References</p> | <p>1: http://sagradelluva-riccia.net/ 2: https://www.ilturista.info/blog/13168-La_Festa_dell_Uva_a_Riccia_e_i_suoi_carri/ 3: www.prolocoriccia.it/it/turismo/sagra-dell-uva-di-riccia.html 4: http://colibrimagazine.it/eccellenze-del-molise/la-festa-delluva-riccia-le-origini-tradizione-dura-87-anni/</p> |

ASSET

RICCIA (CB) - PALIO DI SANT'AGOSTINO

| | |
|---------------------------------|---|
| <p>Radicamento territoriale</p> | <p>A Riccia, in occasione della festa del Santo Patrono, Sant'Agostino, ricorre la tradizione del Palio. Gli abitanti delle contrade di Riccia si sfidano tra corse di cavalli e giochi popolari. Prima di dare inizio ai giochi si tiene una sfilata per le strade del paese a cui prendono parte i cavalieri. La contrada vincitrice ha il diritto alla custodia per un anno dell'arazzo del Santo. L'origine del Palio è molto probabilmente legata ai giochi medievali che si tenevano nel periodo in cui Riccia era feudo di proprietà della famiglia De Capua.</p> |
| <p>Rappresentatività</p> | <p>Il Palio di Sant'Agostino rappresenta l'esempio maggiormente riconoscibile di festa medievale presente nell'area di progetto. Tra le feste tradizionali è certamente l'unica con un chiaro riferimento alla tradizione aristocratica delle famiglie nobili del 500' come la famiglia De Capua.</p> |
| <p>Valore / valori identità</p> | <p>Il Palio non è solo una festa in costume ma un appuntamento con un passato che, attraverso questo evento, torna a vivere mostrando, con tutta la sua carica emotiva, un affresco unico dell'identità culturale di un luogo. Il Palio non rappresenta unicamente una corsa di cavalli ma l'apice di un percorso annuale di vita comunitaria delle diverse realtà locali che rispondono al nome di Contrade. E, nondimeno, un omaggio a quello che è storicamente considerato uno dei Santi più influenti della religione cristiana "Sant'Agostino".</p> |
| <p>References</p> | <p>1: https://www.informamolise.com/spettacoli-a-cultura/riccia-per-le-feste-di-santagostinogiochi-popolari-danza-musica-sport-e-il-famoso-palio/</p> <p>2: https://www.primonumero.it/2014/08/giochi-popolari-musica-e-palio-per-la-festa-di-s-agostino-a-riccia/1409147983/</p> <p>3: https://it-it.facebook.com/cavalierisagostino/</p> |

ASSET

RICCIA (CB) - FESTA DI SAN GIUSEPPE

| | |
|---------------------------------|---|
| <p>Radicamento territoriale</p> | <p>La festa di San Giuseppe è sicuramente la ricorrenza più radicata e riconosciuta nella comunità di Riccia. È fortemente legata all'numerose famiglie che ogni anno il 19 marzo la ripropongono. Non si svolge necessariamente nelle case del territorio comunale, ma ovunque si trovino le famiglie che la realizzano, anche in altre città, nazioni o continenti. È un evento familiare ed intimo, un pranzo formato da tredici portate (la carne è esclusa). Un pranzo sacro, condiviso e accogliente. Un tempo destinato ad ospitare le famiglie povere del territorio, oggi un momento di ritrovo identitario e spirituale. Molto probabilmente di origine rinascimentale e legato alle famiglie nobili del luogo vista anche la complessità della preparazione di alcune ricette e la particolarità di alcuni ingredienti. Tra le varie ricette emerge sicuramente il "Calzone di San Giuseppe" un dolce molto complesso nella sua preparazione, fatto di pasta sfoglia, crema di ceci, miele e cannella. Oggi questo dolce ha ottenuto la DECO (Denominazione Comunale) è unico della comunità di Riccia e riconosciuto nell'intera regione. Secondo alcuni un dolce di origine nobiliare introdotto nella tradizione popolare dall'influenza della famiglia De Capua.</p> |
| <p>Rappresentatività</p> | <p>La Festa di San Giuseppe rappresenta la comunità di Riccia, è la tradizione di riferimento per ogni cittadino riccese sparso nel mondo. Questa si trasmette di generazione in generazione, all'interno delle mura familiari. Se si parla di Festa di San Giuseppe si parla automaticamente della comunità di Riccia. Nei secoli la pratica della festa si è distribuita anche nell'area limitrofa, in famiglie legate alla città di Riccia o legate al santo.</p> |
| <p>Valore / valori identità</p> | <p>Partecipare al pranzo della festa significa entrare nell'identità storica e religiosa delle genti dell'entroterra molisano. È una festa che porta a riscoprire la dimensione familiare e domestica. Niente della festa, se non la processione del santo, si svolge nella piazza. Tutta la comunità si ritrova a tavola, nelle proprie case, con ospiti che si ripetono negli anni (e solo in questa occasione) quasi a costruire una nuova famiglia temporanea. Condivisione e accoglienza verso chi ha più bisogno sono le basi sulla quale si fonda questa straordinaria ritualità.</p> |
| <p>References</p> | <p>1: http://www.prolocoriccia.it/it/turismo/san-giuseppe.html/ 2: https://www.e-borghi.com/it/in-tavola/557/ricetta-il-calzone-di-san-giuseppe-a-riccia.html 3: http://www.turismoinmolise.com/calzoni-san-giuseppe-riccia/ 4: https://www.youtube.com/watch?v=btSXbBnkWh4</p> |

ASSET

I TRATTURI, L'ANTICO TRACCIATO ERBOSO

| | |
|---------------------------------|---|
| <p>Radicamento territoriale</p> | <p>Un elemento caratterizzante il paesaggio molisano sono i Tratturi, sentieri a fondo naturale, originati dal passaggio delle greggi transumanti, che uniscono e attraversano da nord a sud la regione. Nel territorio molisano sono presenti sei tratturi e i bracci di collegamento che consentivano di unire i pascoli di montagna con quelli di pianura, unendo così un'area compresa tra Abruzzo e Puglia. In Molise è ancora possibile scorgere importanti tratti caratterizzanti il paesaggio; negli ultimi anni infatti numerose sono state le azioni di tutela dei tracciati e quelle di sostegno all'attività di pascolo e di transumanza.</p> <p>Mediante i Tratturi era possibile spostare il bestiame da un territorio all'altro, favorendo un'economia definita pastorale che non riguardava solamente l'allevamento del bestiame e la trasformazione dei prodotti alimentari, ma che invece era capace di sostenere le produzioni artigianali di una filiera più complessa legata alla lavorazione di tessuti e pellami. Nel XV secolo, i tracciati di antica origine (la città romana di Saepinum sorge sul tratturo) sono strutturati secondo nuove regole sostenute dal governo aragonese che creò l'infrastruttura economica moderna, strutturandone la dimensione (116 metri di ampiezza), formalizzando dazi e dogane, sostenendo la creazione di mercati, taverne e botteghe. Una fitta rete di comunicazione e di trasporti di merce, animali e culture attraversava montagne e colline intrecciandosi con i percorsi legati ai fiumi, pertanto i maggiori centri di controllo e potere erano posizionati in prossimità di questi percorsi. Una civiltà transumante da gestire e governare, per tale motivo le famiglie nobilipù importanti, come ad esempio i Di Capua nel Cinquecento, rafforzarono i propri feudi per sostenere le economie dei tratturi, non solo creando palazzi rinascimentali di rappresentanza ma favorendo la costruzione di edifici religiosi, sviluppando opportunità di scambio con la gestione di nuovi mercati, monitorando le attività produttive con la gestione di dogane.</p> |
| <p>Rappresentatività</p> | <p>Il patrimonio immateriale e tangibile legato alla cultura transumante e ai Tratturi caratterizzano l'Area 2 del progetto, e non solo, principalmente come valore naturalistico ma attraverso questi percorsi è facile comprendere un governo antico del territorio con la presenza antropica indicata da borghi, castelli e taverne che rappresentano ancora la linea temporale di un antico potere (Piano della Corte di Riccia, Castelli di Capua di Gambatesa, il villaggio di Sepino e Pietracatella, il Palazzo di Capua di Campolieto, il Castello di Pianisi ecc.). I Tratturi non erano solo tracciati di comunicazione e di pascolo per le greggi, ma erano luoghi di incontro, preghiera, scambio e contaminazione culturale. Oltre 60 centri abitati sono sorti sui Tratturi, dove si conservano preziose testimonianze architettoniche, archeologiche e naturalistiche. Paesaggi dell'uomo e paesaggi della natura che ancora oggi, sotto la tutela demaniale, rappresentano una matrice storica che viene percepita e percepita dalla comunità.</p> |
| <p>Valore / valori identità</p> | <p>I patrimoni intangibili e tangibili legati alla cultura transumante e ai Tratturi caratterizzano l'area 2 del progetto, non solo per la presenza antropica di borghi e castelli che ancora oggi rappresentano le linee di un potere antico (Piano della Corte di Riccia, Castelli di Capua di Gambatesa, il borgo di Sepino e Pietracatella, Palazzo di Capua di Campolieto, Castello di Pianisi ecc) ma anche per il valore naturalistico che questi tracciati viari rappresentano. I tratturi non erano solo vie di comunicazione e pascolo per le greggi bensì costituivano dei luoghi di incontro, di preghiera, di scambio e di contaminazione culturale. Sui tratturi sono sorti più di 60 centri abitati pertanto essi custodiscono</p> |

| | |
|------------|---|
| | preziose testimonianze architettoniche, archeologiche, naturalistiche. Paesaggi dell'uomo e paesaggi di natura che ancora oggi, sotto forma di bene demaniale, rappresentano una matrice storica sentita e percepita dalla comunità. |
| References | http://www.regione.molise.it/web/turismo/turismo.nsf https://it.wikipedia.org/wiki/Tratturo http://www.italia.it/it/idee-di-viaggio/natura-e-paesaggio/i-tratturi-del-molise.html http://www.leviedetratturi.com/i-tratturi/ http://archeologicamolise.beniculturali.it/index.php?it/145/tratturi |

ASSET 33

CAMPOLIETO (CB) - PALAZZO DI CAPUA

| | |
|---------------------------------|--|
| <p>Radicamento territoriale</p> | <p>Il Palazzo ducale di Capua oggi mostra le caratteristiche di un edificio profondamente modificato nella sua struttura originaria essendo il risultato delle trasformazioni che da fortezza medievale lo hanno tramutato in palazzo rinascimentale e, infine, abitazione. Posto al centro di Campolieto, l'edificio sorge dove era il castello, la cui costruzione risale al periodo normanno (XI secolo) e di cui rimangono alcuni tratti della cinta muraria. Attorno alla fortificazione si sviluppò il primo nucleo medievale del borgo, che oggi costituisce la parte più antica del paese e comprende la chiesa parrocchiale di San Michele, il cui impianto urbanistico era compreso tra la Porta da Capo e Porta da Piedi, ovvero la porta inferiore con il Casale estensione esterna alle mura. L'edificio è un ulteriore testimonianza della rivoluzione culturale ed economica promossa dalla famiglia De Capua all'interno dei propri feudi durante il Cinquecento.</p> |
| <p>Rappresentatività</p> | <p>Primo signore del feudo di cui abbiamo notizia fu Roberto De Russa, famoso per aver partecipato alla prima crociata in Terra Santa. Il castello e il feudo furono tuttavia concessi nel corso dei secoli a diversi feudatari fin quando, nel 1495 il re Ferrante II lo diede ad Andrea De Capua, duca di Termoli. I De Capua mantennero il feudo fino al 1584, in seguito venduto ad altri feudatari, e anche a Campolieto lasciarono monumentali tracce del loro operato. Il borgo sorge in un luogo fondamentale per il controllo della viabilità essendo a ridosso del braccio tratturale Cortile-Centocelle, asse di collegamento tra i Tratturi Castel di Sangro-Lucera e Celano – Foggia. Il controllo della transumanza, e quindi delle economie e delle rendite per il feudo, necessitava anche di una residenza nobiliare di rappresentanza e, come avvenuto nei luoghi strategici del casato, il severo aspetto fortificato del castello fu modificato a favore di una sontuosa dimora rinascimentale. Della struttura originaria del palazzo si conserva l'elegante portale rinascimentale con arco a tutto sesto sostenuto da due semicolonne, che conserva la data del 1551.</p> |
| <p>Valore / valori identità</p> | <p>Palazzo di Capua simboleggia l'origine del borgo medievale e quindi della comunità, tuttavia esso è anche la testimonianza di una visione e di una strategia politica messa in atto dalla famiglia di Capua che, nel Rinascimento, ha provveduto a modificare gli antichi castelli in palazzi di rappresentanza del proprio casato, adatti ad accogliere ospiti e delegati secondo una rinnovata visione dei feudi.</p> |
| <p>References</p> | <p>http://www.comune.campolieto.cb.it/hh/index.php http://www.nobili- napoletani.it/Capua.htm https://www.visitmolise.eu/it https://www.visitmolise.eu/it/Percorso/santelia-a-pianisi-roccavivara https://it.wikipedia.org/wiki/Campolieto</p> |

ASSET 34

SANT'ELIA A PIANISI (CB) - IL CASTELLO DI PIANISI, SITO ARCHEOLOGICO

| | |
|---------------------------------|--|
| <p>Radicamento territoriale</p> | <p>Il Castello di Pianisi è un'area archeologica situata a circa 3,7 km a nord-ovest del comune di Sant'Elia a Pianisi. Essa rappresenta un nuovo sito di ricerca scientifica mediante il quale ricostruire le dinamiche insediative dell'età medievale e post-medievale nel comparto territoriale situato sulla sinistra idrografica del fiume Fortore.</p> |
| <p>Rappresentatività</p> | <p>Da qualche anno è iniziata la ricerca archeologica a Pianisi, la collina non lontano da Sant'Elia a Pianisi e vicino al fiume Fortore, qui sorgeva un castello distrutto alla fine del XVI secolo dall'incursione spagnola. La tradizione storica ha tramandato l'abbandono delle alture da parte degli abitanti che, non avendo più un riferimento nel castello di Pianisi, si rifugiarono nel vicino villaggio di Sant'Elia (divenuto in seguito "a Pianisi"). Da fonti scritte sappiamo che alla fine del XV secolo Ferdinando II d'Aragona donò a Bartolomeo III De Capua, conte di Altavilla, il castello di Pianisi che da allora ha seguito il destino del vicino feudo di Sant'Elia. Nell'area archeologica è stata messa in luce la Chiesa di Santa Maria di Pianisi, identificata ma non del tutto evidenziata, analogamente alla torre e al circuito murario che si estendeva per diverse centinaia di metri attorno alla collina; le case, le cisterne, i magazzini, le botteghe artigiane rimangono da identificare, aprendo nuove prospettive di ricerca.</p> |
| <p>Valore / valori identità</p> | <p>Il colle Pianisi si trova in una zona incontaminata e ricca di vegetazione, un'area archeologica che ha ottenuto importanti finanziamenti affinché si possano portare a termine le ricerche scientifiche e iniziare i necessari lavori di restauro delle strutture. Oltre al valore naturalistico del sito, il Castello di Pianisi potrebbe diventare un vero e proprio parco archeologico in grado di raccontare il Medioevo e le fasi rinascimentali della valle del Fortore, una sperimentazione di racconto di archeologia postmedievale.</p> |
| <p>References</p> | <p>http://www.comune.santeliaapianisi.cb.it/hh/index.php https://it.wikipedia.org/wiki/Castello_di_Pianisi https://www.unimol.it/blog/unimol-archeologia-cristiana-e-medievale-e-lamministrazione-comunale-di-santelia-a-pianisi-progetto-prope-castello-planisi-dal-1-al-26-luglio-la-campagna-56056/ https://www.visitmolise.eu/it https://www.visitmolise.eu/it/Percorso/santelia-a-pianisi-roccavivara</p> |

ASSET 35

RICCIA (CB) – BOSCO MAZZOCCA

| | |
|---------------------------------|--|
| <p>Radicamento territoriale</p> | <p>L'importanza della foresta è stata a lungo radicata nel territorio. Ricordato già alla fine del XVIII secolo da Lorenzo Giustiniani come uno dei più grandi del Regno di Napoli, negli ultimi due secoli, inseguito alla vendita e alla bonifica di porzioni di territorio, la foresta subì una drastica riduzione della sua estensione primitiva, stimato in oltre 900 ettari. Oggi si estende su una superficie di circa 400 ettari ed è formata principalmente da querce decidue.</p> <p>Alla fine degli anni Cinquanta, l'area fu coinvolta in un ambizioso progetto di sviluppo turistico con la creazione di strade di accesso interne, campi da gioco, piazzole e strutture ricettive. Questi includono un hotel con piscina e una colonia elioterapica. I lavori di costruzione che, nel corso degli anni, hanno subito restauri e ammodernamenti continuano a funzionare.</p> <p>Nel cuore del bosco c'è anche una graziosa chiesetta dedicata a San Giovanni Gualberto, patrono del Corpo Forestale dello Stato. Ultimamente è stato allestito il "Bosco delle favole" nella zona, un percorso didattico-naturalistico progettato per i bambini ma anche per gli adulti, un vero parco tematico costruito adottando tecniche di architettura eco-compatibili e dotato di percorsi, piazzole e aree dedicate per giocare e rilassarsi.</p> |
| <p>Rappresentatività</p> | <p>Per diversi anni il Bosco Mazzocca è stata una delle destinazioni preferite dell'Associazione italiana Scaut "Assoraider", che lo preferisce ad altre destinazioni nel sud Italia grazie alle sue risorse naturali. In generale, durante il fine settimana dei mesi estivi, la foresta diventa un luogo di incontro per molte famiglie, campeggiatori, amanti della natura, provenienti dai comuni della vicina Campania e dalle città del Molise, raggiungendo il massimo, insieme all'adiacente la foresta di Castelvete in Val Fortore (Bn), costituisce una presenza ai tempi di Ferragosto, durante la quale rende difficile persino trovare uno spazio per il tradizionale picnic all'aperto.</p> |
| <p>Valore / valori identità</p> | <p>L'importanza ecologica del Bosco Mazzocca è stata riconosciuta a livello comunitario nella rete Natura 2000. L'intero complesso boschivo è il sito di importanza comunitaria Bosco Mazzocca-Castelvete, con l'identificazione dell'habitat comunitario codificato 91M0.</p> |
| <p>References</p> | <p>1: http://www.ilboscodellefavole.it/ 2: http://www.prolocoriccia.it/it/turismo/bosco-mazzocca-riccia.html</p> |

ASSET 36

LAGO DI OCCHITO

| | |
|---------------------------------|---|
| <p>Radicamento territoriale</p> | <p>Ci sono 8 comuni che si affacciano su questo lago, 5 nella provincia di Campobasso (Gambatesa, Macchia Valfortore, Pietracatella, Sant'Elia a Pianisi e Tufara), 3 nella provincia di Foggia (Carlantino, Celenza Valfortore, San Marco la Catola). Molto affascinante è la vista che regala nelle sue numerose vedute panoramiche, tra cui quella senza eguali dal castello di Capua di Gambatesa. Dalle finestre del castello o dal belvedere all'ingresso si gode una vista unica.</p> |
| <p>Rappresentatività</p> | <p>Il lago Occhito, che segna per alcuni chilometri il confine tra Molise e Puglia, è una meta turistica suggestiva per le sue caratteristiche naturali e l'abbondanza di acqua. Dal lago è possibile effettuare escursioni ai vicini paesi di Macchia Valfortore, Gambatesa, con il castello del XIII secolo che conserva uno splendido ciclo di affreschi rinascimentali e Tufara, un piccolo villaggio di origine longobarda, dominato dalla massa di un'imponente fortezza.</p> |
| <p>Valore / valori identità</p> | <p>Il lago di Occhito è in realtà un grande serbatoio artificiale, il più grande lago artificiale in Italia e il secondo in Europa. Fu costruito alla fine degli anni '50 per compensare la cronica mancanza di acqua nella zona di Foggia, con una diga sul torrente Fortore all'altezza dell'abitato di Carlantino, al confine con il Molise. Ha una lunghezza di circa 12 km di cui la metà appartenente alla Provincia di Foggia e il resto alla Provincia di Campobasso.</p> |
| <p>References</p> | <p>1: http://www.regione.molise.it/web/turismo/turismo.nsf/0/F9E1A5AC3DA3EE11C12575380033E122?OpenDocument 2: https://moli.se/cosa/vedere-macchia-valfortore/lago-di-occhito/ 3: http://www.dauniatur.it/wp/2014/04/03/la-diga-di-occhito</p> |

ASSET 37

RICCIA (CB) – CENTRO STORICO

| | |
|---------------------------------|---|
| <p>Radicamento territoriale</p> | <p>I tre elementi chiave del complesso architettonico di Piano della Corte - il Castello, la chiesa di Beato Stefano e l'antico Magazzino - conferiscono allo spazio racchiuso nel perimetro poligonale un effetto prospettico davvero notevole, grazie al loro rispettivo aspetto sulla piazza. Questo luogo strategico e vitale del borgo medievale può essere considerato un chiaro esempio della rivoluzione culturale e architettonica del periodo rinascimentale, voluto dal feudatario Bartolomeo III di Capua nei primi anni del 1500, a cui si aggiungono le caratteristiche case, i vicoli e le scale dell'antico borgo.</p> |
| <p>Rappresentatività</p> | <p>Per l'area circostante e in particolare per gli altri comuni limitrofi, in particolare per quanto riguarda il progetto del villaggio benessere ancora in corso, l'area è diventata un buon piano di riqualificazione per i centri storici.</p> |
| <p>Valore / valori identità</p> | <p>La torre Riccia e il complesso architettonico che la circonda rappresentano il simbolo di appartenenza alla comunità Riccia. Non a caso, la torre è presente anche nello stemma del Comune di Riccia.</p> |
| <p>References</p> | <p>1: http://www.comune.riccia.cb.it/borgobenessere.html 2: http://www.iborghisrl.it/new/wp-content/uploads/2014/03/Borgo-Benessere_Scheda-marzo-2016.pdf 3: http://www.prolocoriccia.it/it/turismo/centro-storico/castello.html 4: http://www.prolocoriccia.it/it/turismo/chiese/chiesa-santa-maria-delle-grazie.html 5: http://www.prolocoriccia.it/it/turismo/museo-delle-arti.html 6: http://www.regione.molise.it/web/turismo/turismo.nsf/0/C18B775E81F96C2FC125754C00345BD3?OpenDocument 7: http://www.comunediriccia1.it/borgo_doc/borghidelmolise.pdf</p> |

ASSET 38

SEPINO (CB) – SITO ARCHEOLOGICO DI ALTILIA - SAEPINUM

| | |
|---------------------------------|---|
| <p>Radicamento territoriale</p> | <p>La città di Sepino si trova nella pianura ai piedi del Matese, rivolta verso la valle del Tammaro. Il nome stesso deriva probabilmente da saepire = "recintare" indicando gli antichi ovili murati collegati a migrazioni transumanti di bestiame, attività che in seguito continuò come forum pecuarium.</p> |
| <p>Rappresentatività</p> | <p>Altilia è uno dei tanti siti archeologici presenti in Molise, ma, sicuramente, rappresenta il più grande e il meglio conservato. L'antica città romana di Altilia-Saepinum, si estende su una superficie di 12 ettari e risale al II secolo a.C., quando nel periodo agostiniano la città ebbe il suo massimo splendore. Con le mura della città, le porte monumentali, il foro, il tempio romano, il macello (mercato), i bagni e molto altro, rappresenta uno degli esempi più brillanti dell'epoca romana in Molise.</p> |
| <p>Valore / valori identità</p> | <p>L'analisi delle mura cittadine di Saepinum e dei loro ingressi rivela un quadro complesso, che può aiutarci a comprendere meglio il contesto politico e culturale della città durante il periodo di Augusto. Costruito per impressionare e promuovere più che per difendere, le mura dovrebbero essere interpretate come un potente strumento nel desiderio della famiglia imperiale di imprimere la propria autorità attraverso l'uso del patrocinio anche negli angoli più distanti dell'Italia romana. Immediatamente simbolo di paura e intimidazione, sicurezza e protezione, le pareti trasmettevano messaggi differenziati a coloro che le vivevano. Il loro significato fisico e ideologico è stato proiettato da una potente combinazione di architettura, scultura ed epigrafia.</p> |
| <p>References</p> | <p>1: http://archeologicamolise.beniculturali.it/index.php?it/185/sepino-la-citt-romana 2: http://www.musei.molise.beniculturali.it/musei?mid=209&nome=museo-della-citta-e-del-territorio-sepino 3: https://www.sepino.net/uncategorized/itinerari-turistici/</p> |

ASSET 39

MACCHIA VAL FORTORE (CB) – CENTRO STORICO

| | |
|---------------------------------|---|
| <p>Radicamento territoriale</p> | <p>L'agro di Macchia Valfortore è oggi situato sulle rive del Lago di Occhito, uno dei bacini artificiali più grandi d'Europa. Segna il confine geografico tra il Molise e la Puglia. La fondazione del borgo risale all'XI secolo, nei pressi del fiume Fortore. Feudo della famiglia Gambacorta dal XVII secolo, nel 1701 diede il nome ad una celeberrima Congiura, la Congiura di Macchia: la nobiltà napoletana, capitanata dal principe di Macchia Gaetano Gambacorta, tentò di rovesciare il governo vicereale spagnolo ma la congiura fallì perché il Viceré fu avvisato e i congiurati furono arrestati e condannati. Gaetano Gambacorta riuscì a fuggire e si rifugiò a Vienna dove morì due anni dopo.</p> |
| <p>Rappresentatività</p> | <p>Il centro storico di Macchia Valfortore è caratterizzato dalla presenza dell'imponente edificio che un tempo era residenza dei Principi di Macchia. Nei pressi del castello è posizionata la chiesa di San Nicola nella quale è custodito un pregiatissimo altare ligneo contenente 12 sculture/ reliquiario databili al XVII secolo e commissionate per la chiesa dalla famiglia Gambacorta. Nel centro storico sono visitabili su prenotazione due Musei, quello Civico di Storia Naturale e quello della Memoria Contadina. A pochi chilometri dal centro abitato è stato di recente restaurato e aperto al pubblico un antico mulino che sfruttava le acque del fiume Fortore.</p> |
| <p>Valore / valori identità</p> | <p>La storia insediativa, urbanistica ed economica di Macchia Valfortore pone in evidenza lo stretto rapporto tra l'uomo e la presenza di corsi d'acqua: ieri il fiume che forniva energia ai mulini, oggi il lago e le sue molteplici attività.</p> |
| <p>References</p> | <p>1: http://www.comune.macchiavalfortore.cb.it 2: http://www.macchiavalfortore.info/ 3: https://www.cittadellolio.it/citta/macchia-valfortore/</p> |

IL DISEGNO DEL TERRITORIO: LE MAPPE DEI TRACCIATI FLUVIALI E VIARI

Partendo dalla schedatura del patrimonio tangibile e intangibile dei paesi individuati nell'area 2, in riferimento agli Assets descritti, sarà necessario disegnare- digitalizzare il territorio affinché vengano prodotte mappe tematiche sui tracciatifluviali e viari, antichi e moderni, anche in riferimento - collegamento con l'Area1 del progetto. La mappatura del patrimonio sarà prodotta dall'incrocio con i dati analizzati mediante la schedatura tecnica, realizzata dagli operatori esperti, e quelli emersi dal lavoro con le comunità. Rendere partecipi gli abitanti alla costruzione del progetto sarà fondamentale per evitare la predisposizione di un prodotto calato dall'esterno sul territorio e per rendere partecipi e consapevoli coloro che lo vivono e ne sono di fatto i custodi delle scelte, delle modalità di costruzione del racconto del proprio patrimonio, che riceveranno i viaggiatori "di passo" attraverso le terre dei De Capua.

PARTE 3

Terr@ di passo

Un museo virtuale per vivere
il Fortore

IL NOME DELL'ECOMUSEO VIRTUALE

Quando torno al mio paese, potrei camminare a occhi bendati e indicare i metri esatti in cui finiscono gli alberi della passeggiata e inizia la piazza principale. Potrei riconoscere le nuvole e le stelle solo dal soffio della brezza.

I luoghi che amiamo sono come le persone, identificabili da un nonnulla. Da quel profumo del cielo, da quella asperità del terreno, da quel suono degli alberi.

[Fabrizio Caramagna, scrittore e "ricercatore di meraviglie"]

La "Terra" è il luogo di origine, il luogo dove ognuno di noi si riconosce, da dove ha avviato i primi passi nella ricerca della propria vita e delle proprie gratificazioni. La terra è allo stesso tempo locale e globale, è la materia solida e granulosa che si può contenere nel palmo di una mano e il luogo da cui si può osservare l'universo. Ognuno di noi ha la propria terra, quell'insieme di luoghi, di paesaggi e di esperienze che ci hanno originato. "Terra" è di certo una parola comune ad ogni uomo e che per tutti ha lo stesso significato.

Per gli abitanti dei luoghi compresi nell'Area 2, il termine Terra nel linguaggio comune definisce un luogo puntuale: il centro abitato di Riccia. "A Terra" è, per la quasi totalità degli abitanti della provincia campobassana, sinonimo di Riccia. Probabilmente la definizione dialettale si riferisce al riconoscimento del borgo come luogo centrale del territorio, luogo dove rientrare al termine della giornata di lavoro svolta nella campagna fuori dalle mura cittadine. Entrambe le definizioni, quella più comune e globale e quella particolarmente locale, sono funzionali a raccontare, in un titolo, le azioni e i contenuti dell'Ecomuseo virtuale che si intende sviluppare.

Nella nostra "Terr@" la vocale finale A è sostituita con il simbolo @, logogramma adoperato soprattutto in informatica, che in questo caso ha il compito di riportarci idealmente e immediatamente alla caratteristica virtuale dell'ecomuseo.

Il simbolo grafico, in inglese at, nasce come unione stilizzata delle lettere "a" e "d" formanti la locuzione latina *ad* (cioè "verso", nei moti a luogo). I popoli anglofoni modificarono il suo significato da *ad* a *at*, e quindi da verso a presso (grammaticalmente, da moto a luogo a stato in luogo). Un simbolo che insieme

riassume il concetto di modernità e movimento e che ci riporta quindi all'“informazione automatica”, la cosiddetta *informatica*.

Nel titolo, all'indicazione Terr@ è stato aggiunta la specifica “di passo”, riferimento alla tradizionale caratteristica dei luoghi oggetto dell'intervento progettuale, di costituire luoghi di attraversamento e di passaggio, “terre di passo” appunto, terre influenzate ed arricchite dall'attraversamento di popoli, mercati, mode e religiosità. Il passaggio ha costruito il paesaggio, la rete di viabilità ha fatto nascere le comunità. Qui si riconoscono tratturi, vie di pellegrinaggio e sentieri Reali.

Attraverso questi territori e percorrendo questi tracciati, sono passati animali, santi, briganti, Re e sicuramente Regine. Tra queste una in particolare, Costanza di Chiaromonte, regina del Regno di Napoli, ripudiata pubblicamente dal marito, si risposa con Andrea De Capua, signore di queste terre. I De Capua per diversi secoli hanno segnato le vicende storiche e politiche di questo territorio, dal Matese all'Adriatico, ne hanno modellato l'immagine artistica ed architettonica e certamente hanno condizionato le pratiche e le ritualità tradizionali.

I De Capua rappresentano il *fil rouge* che unisce i luoghi, le storie e il patrimonio demoetnoantropologico di questa “Terr@”, nella quale l'ecomuseo virtuale accompagnerà cittadini permanenti e temporanei nella scoperta, nella formazione e nello svago.

I DE CAPUA: INDIVIDUAZIONE DEL BRAND CULTURALE

L'individuazione di un tema storico è tra i presupposti per un programma ampio di valorizzazione del territorio purché esso sia caratterizzato da tre elementi: la capacità di coinvolgere le realtà locali intorno a dinamiche di innovazione, un forte legame con l'identità e la cultura delle comunità e dei cittadini che le popolano, la possibilità di essere narrato attraverso lo spazio, gli edifici, gli oggetti, le caratteristiche geoambientali complessive del territorio.

Nelle aree ricadenti nel Progetto Made in Land spicca la presenza di una famiglia nobile napoletana i cui esponenti hanno governato, nel periodo del massimo splendore (XVI secolo), come feudatari su oltre trenta paesi presenti in esse, tra i quali: Riccia, Campobasso, Termoli, Gambatesa, Sepino, Sant'Elia a Pianisi, Pietracatella, Monacilioni, Campolieto, ecc.

Un vero e proprio "Stato" che si estendeva dal Biferno al Fortore, partendo dal mare, ed inoltrandosi nell'interno del Molise, fino al Matese, lambendo la Capitanata, lungo le direttrici dei Regi Tratturi. Un dominio non solo politico-militare, ma anche economico che rifletteva i suoi effetti su un quarto della popolazione molisana del tempo e, indirettamente sull'intero Contado per il vasto e fitto sistema di parentele e di alleanze instaurato.

Di tale dominio e presenza ne sono testimonianza i palazzi e i castelli residenza dei De Capua, ma anche le tante opere d'arte per le quali sono stati propugnatori o mecenati, ne sono testimonianza inoltre gli antichi impianti urbani dei centri antichi, le memorie documentarie e orali che riaffiorano dalle carte d'archivio o dalle storie tramandate nelle comunità. Ma le vicende dei De Capua e dei loro sudditi mettono in evidenza anche la profonda connessione tra l'Italia meridionale e l'Europa, tra l'Italia meridionale e i Balcani, rendendo evanescente il concetto stesso di confine e spingendoci ad interrogarci oggi su quanto di quel periodo sia restato nel Molise, nel suo paesaggio rurale ed urbano e quanto di questo lascito sia necessario per la conoscenza e la valorizzazione della nostra terra.

Riccia è il feudo più antico dei de Capua, Carlo I d'Angiò lo donò a Bartolomeo I De Capua tra il 1283 e il 1284 e da allora per cinque secoli, fino al 1792, la famiglia ne fu feudataria con il titolo prima baronale e poi principesco. Considerato antico feudo non fu mai ceduto e fu trasmesso sempre in linea diretta, diventando con Bartolomeo III il luogo scelto per dare sepoltura agli antenati della famiglia erigendo allo scopo una cappella funeraria all'interno di una chiesa fatta ricostruire in buona parte dallo stesso Bartolomeo.

La città diventò punto centrale e di unione dei due rami della famiglia nonché importante snodo commerciale per le attività commerciali legate alla transumanza con la vicina Puglia e al trasporto di cereali e suini con Napoli. Sul Piano della Corte Bartolomeo fece costruire un imponente e solido castello, a simboleggiare la potenza raggiunta dal suo nobile lignaggio, e un capiente Magazzino utile agli scopi prefissati.

Nella redazione e nella realizzazione di un progetto che ha tra i suoi presupposti quelli di portare visitatori dalla costa (Area 1) all'interno (Area 2) creando un corridoio di transito su un territorio antropizzato e profondamente modificatosi nel tempo. La schedatura e la rilevazione dei dati all'interno del territorio terrà conto della mappatura tematica che potrà coincidere con la rete tratturale, con l'antica rete viaria, con gli aspetti della cultura immateriale presenti nelle comunità interessate. Si faranno convivere sia l'approccio tecnologico di un'utenza di visitatori legati all'uso delle nuove tecnologie sia quella di tipo più tradizionale.

SCHEMATURA E MAPPATURA GIS PER LA REALIZZAZIONE DELLA PIATTAFORMA DI CONSULTAZIONE USER FRIENDLY

Attraverso la rappresentazione cartografica lo spazio diviene “verità della storia”, per cui la carta non è strumento neutro, non ha un significato di mero arricchimento illustrativo, ma precisa e scandisce il tempo storico con i suoi valori culturali.

[Trucchi A.]

La digitalizzazione del patrimonio culturale materiale e immateriale rappresenta una straordinaria opportunità d’informazione, condivisione della conoscenza esostenibilità dei patrimoni “tramandati”. La possibilità di trasferire in forma digitale ogni tipologia di contenuto (testo, immagini, suoni), attraverso la diffusione delle reti di comunicazione, permette di diffondere, e quindi rendere accessibile a un numero infinito di persone, le risorse presenti e caratterizzanti un ambito geografico. La digitalizzazione è ormai un obiettivo essenziale per garantire la conservazione dei beni, soprattutto quelli a rischio o intangibili, poiché essa integra diversi percorsi di ricerca rielaborando i dati raccolti in metadati, ovvero in strumenti innovativi di accesso e fruizione dei contenuti.

La sperimentazione proposta in “Terr@ di passo” prevede la digitalizzazione del paesaggio culturale cinquecentesco legato all’organizzazione socio-economico-culturale promossa dalla famiglia De Capua, come definito negli assetti individuati, paesaggio caratterizzante un ambito geografico e uno schema cronologico ben definiti a livello regionale, ma percepiti dalle comunità contemporanee in modo puntuale, isolato (per la presenza di tracce architettoniche, toponimi, materiali lapidei ecc) e non in una visione collettiva e condivisa, o addirittura considerati in modo marginale rispetto a una ulteriore composizione storica maggiormente sentita e avvertita dalle comunità.

La costruzione di un database digitale consentirà di unire luoghi caratterizzati da una storia più o meno nota dalla società odierna, che tuttavia si correla all’oggi mediante diverse forme e testimonianze materiali e immateriali. Insieme alla produzione di un piano della conoscenza diffuso sull’intera area 2, elaborato mediante la compilazione di schede di rilevamento tecnico utili a documentare le emergenze tangibili e intangibili legate al paesaggio culturale dei De Capua, sarà necessario comporre una mappa GIS dei dati raccolti. La scelta di una mappa digitale come strumento di raccolta e di diffusione del paesaggio culturale “Terr@ di passo” deriva dalle possibilità che i Sistemi Informativi Geografici (GIS) offrono,

essendo pensati per gestire e organizzare i dati spaziali con la possibilità di arricchire l'elemento cartografico con tutte quelle informazioni derivanti dall'analisi delle differenti componenti che interessano lo spazio, diventando così uno strumento fondamentale per valutare, analizzare e rappresentare ogni tipo di fenomeno geografico – spaziale in chiave storica - antropologica.

L'applicazione della tecnologia GIS è uno strumento di consultazione integrato di tutte le informazioni utili alla ricerca ma è anche mezzo di conoscenza per ulteriori elaborazioni di carattere divulgativo o promozionale. La caratteristica essenziale del GIS è la capacità di georeferenziare il dato, ossia attribuire a ogni elemento le sue coordinate spaziali secondo un sistema di riferimento geografico scelto, al quale è possibile associare in modo relazionale qualsiasi informazione alfanumerica e grafica. Mediante la creazione di opportuni collegamenti informatici, il dato può essere reso sensibile richiamando a esso le informazioni fotografiche o descrittive a esso pertinenti. Inoltre, la produzione dei contenuti georeferenziati comprenderà la collocazione del rilevamento all'interno del tessuto urbano di appartenenza, mettendo così in relazione il bene culturale materiale o immateriale con le dinamiche urbanistiche dei luoghi in cui essi sono presenti.

Per la struttura della una mappa digitale si dovrà quindi partire da un programma di studio e ricerca inerente i beni e le espressioni culturali prodotte dai De Capua all'interno dell'Area2, comprensivi di una lettura contemporanea dei borghi e delle comunità. Il piano della conoscenza partirà da una ricognizione bibliografica, ricerca necessaria per raccogliere il maggior numero d'informazioni e ulteriori materiali utili per la realizzazione di prospetti riassuntivi di conoscenza, anche in considerazione di eventuali indagini dirette presso i siti individuati. Contestualmente alla ricerca bibliografica, si dovrà programmare la strutturazione di una scheda di rilevamento dati mediante la quale descrivere la complessità storico-culturale del bene identificato, anche considerando paragrafi specifici come la gestione, gli aspetti di fruizione reale e virtuale, le informazioni generiche e annotazioni ecc. La compilazione di questi strumenti d'indagine sarà accompagnata da documentazione fotografica, cartografica e video, per rendere più esaustive e agevoli le informazioni acquisite. Il monitoraggio dovrà individuare e far emergere le caratteristiche dei beni non solo per quanto concerne una conoscenza descrittiva ma dovrà anche considerare elementi dai quali produrre una diagnosi dello stato di conservazione, ed eventuale degrado, al fine di proporre o accrescere le azioni di tutela, conservazione, accessibilità e valorizzazione.

Insieme al rilevamento specialistico dei dati, per studiare tecnicamente edifici e oggetti, sarà necessario documentare gli ambienti contemporanei in cui le

testimonianze si trovano per monitorare aspetti legati a una fruizione efficace del patrimonio culturale censito. Saranno quindi da inserire nelle schede valutazioni tecniche sull'accessibilità fisica, sulla necessità di interventi di tutela e restauro, se il bene è facilmente raggiungibile a piedi o con mezzi pubblici, se esistono parcheggi o indicazioni stradali reali e virtuali, come il bene è comunicato sul territorio (anche attraverso riconoscimenti o inserimento in progetti nazionali ed internazionali) e nell'ambiente media e virtuale del web (siti internet, social, video promozionali) ecc.

La realizzazione di un GIS dell'Area2, in cui acquisire dati geografici, storici e antropici e antropologici, consentirà da un lato di avere un archivio digitale tecnico mediante il quale analizzare, gestire e monitorare i dati informativi rilevati, dall'altro la processazione dei dati geografici in modalità grafica amichevole consentirà di trasmettere le informazioni spaziali culturali ad una utenza non addetta ai lavori (popolazione locale, turisti, viaggiatori) destinataria dell'intervento. Il sistema informativo territoriale applicato all'heritage culturale e naturale consentirà di diffondere rapidamente i dati catalogati trasformandosi in strumento di promozione multi-canale dell'informazione elaborata, veicolata automaticamente per un impiego informativo o turistico. Lo strumento tecnico del GIS necessiterà di una interfaccia amichevole da rivolgere a un pubblico eterogeneo (interni ed esterni alle comunità interessate) facilmente consultabile anche nei contenuti forniti, con processi partecipativi finalizzati alla produzione delle azioni di conoscenza. Nella pianificazione e gestione dei contenuti per la progettazione di una piattaforma web user friendly bisognerà prevedere la produzione di ulteriori contenuti per un racconto della comunità oggi, che prenderà "parte all'essere parte" non solo come custode di informazione ma anche come espressione del patrimonio rilevato. Il coinvolgimento dei residenti potrà inoltre contribuire alla realizzazione di ulteriori temi descrittivi di beni materiali e immateriali da affiancare alle ricostruzioni virtuali, a due dimensioni o tre dimensioni, con fotografie a 360° o di realtà aumentata ecc, capaci di riprodurre contenuti non più realmente disponibili o semplicemente per aggiungere ulteriori informazioni in grado di ricostruire ambienti, edifici, personaggi, paesaggi.

Dall'ambiente GIS saranno prodotte una serie di viste e livelli tematici e cronologici per dare valore al patrimonio culturale mappato affinché, una volta trasferito nella piattaforma web, gli utenti esterni possano riconoscere e conoscere l'immagine storico-territoriale di "Terr@ di Passo", decidendo di muoversi realmente o in modo virtuale nel territorio, mentre le comunità di residenti potranno recuperare una storia significativa, non sempre compresa del tutto proprio per l'assenza di un dialogo di conoscenza e di una visione d'insieme finora mai creato.

All'interno dell'Area 2, il Comune di Riccia, e in particolare il Piano della Corte dei De Capua, rappresenterà la postazione reale da cui accedere in modo più completo alla piattaforma web per "entrare" alla mappatura tematica partendo dalle principali linee storiche, economiche e culturali prodotte dai De Capua in merito alla zona identificata. Tutte queste linee parallele confluiranno in un punto fisico e virtuale da considerare sia quale punto di arrivo, che di partenza, in un continuo feedback del sistema nella fruizione e scoperta delle Aree considerate.

Ma il Comune di Riccia sarà anche il borgo in cui sperimentare una mappa di comunità digitale in cui gli abitanti avranno la possibilità di rappresentare il patrimonio, il paesaggio, i saperi nei quali si riconoscono e che desiderano trasmettere. La costruzione di questa immagine condivisa partirà dal coinvolgimento del territorio e a esso dovrà tornare sotto forma di rappresentazione cartografica della storia e della memoria, una mappa-archivio permanente, e sempre aggiornabile, delle persone e dei luoghi di un territorio disegnata dalla stessa comunità che definisce i contorni del proprio patrimonio diffuso. La costruzione di una mappa partecipata dalla comunità è un processo culturale che comprenderà il percorso con cui si giungerà a realizzarla. Tramite questo strumento, tecnicamente guidato nella sua elaborazione, la popolazione locale potrà suggerire e indicare ciò che vede, percepisce, come attribuisce valore al proprio territorio, alle sue memorie, alle sue trasformazioni, alla sua realtà attuale e come vorrebbe che fosse in futuro, ma si potranno produrre effetti di riappropriazione di temi e di auto-produzione di contenuti per conservare e per creare nuove azioni e relazioni. Sarà quindi da ideare un dedicato sviluppo grafico per la visualizzazione dinamica dei racconti rilevati e prodotti dalla stessa comunità, contributi che potranno avvicinare gli utenti esterni che si percepiranno parte della nuova collettività incontrata.

La piattaforma digitale con un'interfaccia accattivante, grazie all'uso di menu, pulsanti, icone, mouse, accompagnerà amichevolmente il visitatore del museo virtuale alla costruzione del proprio percorso di conoscenza attraverso le Terre dei De Capua e tutto il territorio compreso nell'Area 2.

Con il punto di accesso reale e virtuale, ad esempio un touchscreen posizionato nella Torre di Riccia, il visitatore potrà accedere a ulteriori contenuti e creare percorsi che risponderanno alle proprie esigenze, curiosità ed interessi. Una volta individuati luoghi da visitare ed esperienze da vivere, il visitatore potrà iniziare il proprio viaggio prima virtuale e poi reale per conoscere la storia, la natura e le tradizioni più significative dell'area interessata. Dal punto di accesso reale, sarà anche possibile accedere ai contenuti che introdurranno il viaggiatore agli altri luoghi di particolare interesse e pregio grazie all'applicazione della realtà aumentata. In alcuni casi i contenuti in esclusiva potranno essere racconti vocali o

di storie speciali, in altri casi raccontati per immagine e video che permettano di approfondire e confrontare avvenimenti e momenti lontani nel tempo e nello spazio.

La piattaforma metterà a disposizione del viaggiatore anche informazioni complementari e si supporto al viaggio come negli esempi proposti:

- Mappatura delle fontane pubbliche presenti nell'area 2 dove ricaricare le borracce di acqua ed essere ecologicamente sostenibili;
- Mappatura delle soste energetiche per la ricarica dei devices posizionati in luoghi di particolare interesse e transito di viaggiatori nell'area 1;
- Mappatura dei luoghi e degli esercizi della Rete dell'Accoglienza "Terr@ di Passo".

COMUNITÀ' E TURISMO. TURISMO DI COMUNITÀ

Le persone viaggiano per stupirsi delle montagne, dei mari, dei fiumi, delle stelle; e passano accanto a sé stessi senza meravigliarsi.

[S. Agostino]

Il turismo sostenibile può essere definito come: “un turismo che soddisfa i bisogni dei turisti e delle regioni di accoglienza e al contempo protegge e migliora le opportunità per il futuro”. È una forma di sviluppo che deve portare alla gestione integrata delle risorse in modo che tutte le esigenze economiche, sociali ed estetiche possano essere soddisfatte mantenendo al tempo stesso l'integrità culturale, i processi ecologici essenziali, la biodiversità e le condizioni di base per la vita.

I principi della sostenibilità si riferiscono agli aspetti ambientali, economici e socio-culturali dello sviluppo turistico ed è necessario un adeguato equilibrio tra queste tre dimensioni al fine di garantire una sostenibilità a lungo termine. Il riferimento agli aspetti sociali mette in primo piano l'esigenza di rispettare l'autenticità socio-culturale delle comunità ospitanti, conservare il loro patrimonio culturale vivente, i loro valori tradizionali e favorire un'appropriata comprensione interculturale. Il passaggio a quello che è stato definito Turismo di comunità è breve ma sostanziale.

Le attività turistiche ed i relativi servizi consentono la promozione di un processo di apprendimento, conoscenza e rispetto reciproci tra comunità e ospiti; è importante anche educare e costruire un processo di comprensione e rispetto verso le culture ed i diversi stili di vita. Tutto questo, senza dimenticare di sensibilizzare alla consapevolezza e alla conservazione del patrimonio naturale e culturale sia i turisti che la comunità locale. Il turismo può essere inteso quale “strumento” direttamente applicabile per lo sviluppo di una comunità locale.

Lo sviluppo turistico locale permette la generazione di ricavi e benefici e di produrre altri vantaggi quali, ad esempio, la vendita di prodotti e servizi a sostegno dell'economia locale che permettono, di conseguenza, un aumento dei profitti delle attività commerciali e non del territorio. Lo sviluppo di infrastrutture locali accresce il senso di appartenenza e orgoglio locale e incentiva alla cooperazione con le realtà anche esterne alla destinazione.

LE COMUNITÀ: UN PATRIMONIO DA VALORIZZARE

In linea con questi principi, prima di un concreto sviluppo del turismo di comunità, è necessario preparare e creare un'adeguata capacità di accoglienza della comunità ospitante per una adeguata gestione turistica.

Se il primo soggetto di un turismo responsabile sono quelli che ci vivono, è anche vero che occorre una progettualità capillare affinché chi vive sul territorio impari a pensare sempre cose nuove e a non accontentarsi di quello che il passato gli ha regalato. Lo storytelling sul territorio va sviluppato e costruito, quindi, attraverso azioni che prevedono il coinvolgimento delle persone che lo vivono. Chi racconta il territorio è chi lo fa, ed è sul fare che occorre concentrarsi.

È necessario che si venga a creare un senso di appartenenza nella comunità utile al fine di permettere alla comunità stessa di diventare protagonista attiva; questo può verificarsi solo se questo senso di appartenenza risulta essere presente, vivo e forte.

La consapevolezza e la partecipazione condivisa della comunità al progetto permette una migliore qualità dell'offerta e la promozione di un approccio olistico alla costruzione e pianificazione progettuale in modo che, dalla consapevolezza dei possibili impatti e risultati positivi a livello locale, nasca la motivazione e la voglia di partecipare al progetto.

La progettualità deve essere in grado di dare nuova linfa ad aree antiche, accompagnando lo sguardo di chi ne è il fruitore quotidiano a guardare il passato con occhi nuovi.

Lo scopo è quello di attuare un progetto che metta in pratica quell'idea di turismo che "riconosce la centralità della comunità locale ospitante e il suo diritto ad essere protagonista nello sviluppo turistico sostenibile e socialmente responsabile del proprio territorio". (Wikipedia, "Turismo responsabile", in <http://it.wikipedia.org/> e A.I.T.R., "Definizione di turismo responsabile", in <http://www.aitr.org/>) Una sorta di alleanza tra comunità ospitante e turista che si traduce in forme di accoglienza e ascolto reali e concrete, che sostanziano incontri e racconti unici e irripetibili.

Il Comune di Riccia è del resto partner dell'Associazione dei Borghi Autentici, una rete italiana di borghi che considera la comunità locale quale elemento decisivo del proprio disegno di crescita e che ha sviluppato su questa base il concetto di "Comunità Ospitale": rendere il borgo un luogo, una destinazione in cui gli ospiti si sentono "Cittadini" anche se "temporanei" identificandosi nel ritmo e stile di vita locale, usufruendo delle opportunità di servizio disponibili in loco, conoscendo e apprezzando i beni materiali e immateriali, ricevendo nuovi apporti culturali

dall'esperienza vissuta nelle diverse realtà territoriali. Un luogo, in sostanza, dove ritrovare una dimensione più vera e autentica.

RICCIA "BORGO DEL BENESSERE"

Su questa linea si inserisce il progetto del Borgo del Benessere, messo in campo dal Comune di Riccia dal 2009 con l'adesione al PAI (Progetto Aree Interne), che declina il concetto di ospitalità e accoglienza ad un target specifico di ospiti e prevede la realizzazione, nel centro storico, di un primo nucleo di Albergo Diffuso dedicato al benessere e alla Terza età. selezionare ed acquisire 5 immobili, per una consistenza di circa 30 posti letto, nel 2014 ha ottenuto il finanziamento, realizzando un intervento che uscisse dai canoni abituali, il più possibile a impatto zero, visto anche il contesto storico nel quale è inserita la struttura. Una scelta etica, prima ancora che costruttiva; un modo di costruire, largamente basato su sistemi a secco, materiali naturali e recupero di materiali originari, non solo funzionalmente efficiente, ma anche economicamente conveniente.

Si tratta di un innovativo sistema di accoglienza diffuso, specializzato nel turismo parasanitario, della salute e del benessere che, accanto a specifiche attività di cura e di assistenza, abbina servizi culturali e di intrattenimento in stretta simbiosi con le peculiari componenti naturalistiche, ambientali e culturali locali. Un modello alternativo di residenzialità e di vacanza destinato ad un target di utenza in continua crescita, sia nel nostro Paese che all'estero, in fuga dalle grandi città ed in cerca di esperienze autentiche che valorizzano le relazioni umane grazie al contatto con i residenti del borgo.

RICCIA: UNA TERR@ OSPITALE

Il progetto "Terr@ di passo" si dovrà porre in continuità e in linea con la politica territoriale già avviata, che vede la comunità, e la sua capacità di accogliere ospitare, come perno centrale di un turismo sostenibile, basato sull'ospitalità e sulla condivisione.

La comunità dovrà essere coinvolta sia nella fase di costruzione e definizione dei contenuti del progetto che in quelle di comunicazione e tenuta nel tempo delle attività connesse. Fondamentale sarà, in questo senso, l'individuazione di una o più figure di mediatori di comunità che, adeguatamente formati, siano in grado di coinvolgere le persone nella comprensione e realizzazione delle azioni previste.

I mediatori saranno figure centrali che metteranno in atto occasioni di ascolto e confronto all'intero della comunità finalizzate alla produzione di uno storytelling condiviso del territorio.

Il prodotto finale dovrà essere una mappa di comunità che ne faccia emergere i valori culturali e sociali unanimemente riconosciuti.

Nelle fasi di sviluppo e realizzazione del progetto, è necessario far capire le opportunità derivanti dalla loro partecipazione. La condivisione di parte della comunità o della sua totalità, anche attraverso un ruolo diretto nella gestione, migliora la qualità generale del progetto e il grado di riuscita.

Nello specifico il progetto dovrà prevedere:

- predisposizione di interviste e questionari per la popolazione locale e dei territori limitrofi
- pianificazione d'incontri mediati con le comunità rurali, anche attraverso il coinvolgimento di attori locali quali associazioni, proloco e circoli attivi e propositivi nell'ambito di riferimento;
- rilevamento e monitoraggio delle esperienze di cittadinanza temporanea.
- elaborazione di mappe di comunità in collaborazione con le comunità, le strutture associative e le scuole.

Affrontando e rispondendo in modo collettivo e reciproco alle domande che sono alla base della costruzione di una mappa di comunità (Dove siamo? Che cosa rende questo luogo diverso dagli altri? Quali sono gli ingredienti che lo compongono? Cosa è importante a livello personale, collettivo e perché? Quali sono le qualità naturali del luogo? E i saperi individuali? Come possiamo condividere le conoscenze? Quale stile e quale modalità utilizziamo per disegnare o costruire la mappa?) si arriva alla creazione di una serie di contenuti che potranno essere inseriti nella piattaforma del progetto, sotto forma di suggerimenti e inviti a vivere il territorio in una modalità più profonda e autentica.

Le mappe di comunità potranno suggerire percorsi ecomuseali da recuperare e rivalutare, storytelling, reportages fotografici, urban sketching, immagini della memoria dei cine documentari, schede inventariali semplificate, per allenarsi ad "osservare" oltre che a guardare: tutto ciò contribuirà contemporaneamente ad approfondire la conoscenza e la rappresentazione delle proprie origini, accrescendo il grado di consapevolezza personale nei confronti del patrimonio, culturale e ambientale, di cui tutti disponiamo.

Gli elementi maggiormente distinguibili della mappa di comunità dovranno essere riportati in piattaforma e resi accessibili dall'utente in uno spazio specifico. La

comunità avrà un ruolo fondamentale nella fase di comunicazione e tenuta nel tempo del progetto. I cittadini e le attività economiche dovranno essere guidati e sostenuti nella formazione della consapevolezza delle ricadute che un progetto di turismo culturale può avere sul territorio. Una volta definiti i contenuti emersi dalla creazione della mappa, potranno essere comunicati in vari modi: dal classico prodotto testuale, ad un book fotografico creato dai cittadini coinvolti, fino alla produzione di video/tutorial per scoprire, direttamente attraverso le persone del luogo, caratteristiche materiali ed immateriali della cultura locale. Il mantenimento del tempo delle azioni, dei valori e delle consapevolezze emerse dal progetto contribuirà alla caratterizzazione di Riccia come Borgo del benessere e dell'ospitalità, creando così un'immagine che possa avere appeal su un target sempre più ampio di turisti alla ricerca di luoghi dove riappropriarsi del tempo e del rapporto umano autentico.

PARTE 4
Terr@ di passo
Piano della comunicazione

IL MUSEO E LA COMUNICAZIONE

Al giorno d'oggi, un museo è un'istituzione chiamata a svolgere un ruolo molto specifico, che, come opportunamente precisato dall'Icom (International Council of Museums), l'associazione nella quale trova espressione la comunità internazionale degli operatori del settore, si sostanzia nell'essere un'organizzazione permanente al servizio della società e del suo sviluppo.

Raggiungere questo obiettivo implica lo svolgimento di una pluralità di attività, che vanno dalla conservazione del patrimonio tangibile e intangibile di cui è depositario un museo alla sua valorizzazione. Sulla base di quanto indicato dall'Icom, risulta evidente come queste attività vadano svolte nella loro interezza, nel senso che un museo, per essere riconosciuto (e quindi qualificato) come tale, non può prescindere dal portare avanti, con la medesima intensità, ciascuna di esse. Ciò che il museo offre è infatti un servizio «complesso», i cui elementi costitutivi devono sostenersi reciprocamente, al fine di massimizzare l'efficacia dell'intero sistema di offerta.

Tra le cinque attività identificate dall'Icom, la comunicazione riveste un ruolo di primo piano, in quanto il museo o l'ecomuseo in questo caso, al pari di qualsiasi altra organizzazione, attiva costantemente flussi informativi al suo interno e verso l'esterno, consentendo la messa a sistema del patrimonio di conoscenze che detiene e che gli consente di perseguire le finalità didattiche e pedagogiche dalle quali trae la propria legittimazione collettiva.

Il processo di comunicazione, anche in ambito museale, rappresenta un'attività di importanza cruciale per il conseguimento degli obiettivi strategici e per lo svolgimento delle funzioni di gestione di un'organizzazione. Tale processo risulta particolarmente complesso, perché si sviluppa su piani differenti, in funzione degli obiettivi perseguiti e delle caratteristiche specifiche dei vari destinatari verso cui è indirizzato.

In termini generali, la comunicazione può essere rivolta sia verso l'interno, indirizzata quindi alle comunità che ospitano l'ecomuseo (e a tutte le persone che, a vario titolo, svolgono attività al suo interno, come i volontari), sia verso l'esterno, in questo caso con la finalità di attivare un flusso informativo nei confronti dei diversi stakeholder con i quali un museo si confronta oltre che con visitatori e utenti dell'ecomuseo.

Il dialogo che l'ecomuseo è capace di attivare con il proprio pubblico è da considerarsi uno degli aspetti di maggiore criticità, atteso che il ruolo di tale istituzione è quello di fornire un contributo alla crescita culturale della collettività, attraverso la creazione e la trasmissione del sistema di conoscenze di cui dispone. Tale contributo non può prescindere dall'attivazione di una relazione costante e proficua con le persone che lo visitano, che lo vivono e che interagiscono con esso. Una relazione di questo genere presuppone una capacità di comunicazione calibrata di volta in volta sulla base delle caratteristiche degli interlocutori di riferimento. L'approccio invece generalmente seguito da numerosi musei è stato, e continua a essere, quello di attivare un flusso informativo sostanzialmente indifferenziato, nella convinzione che esso possa in qualche modo risultare adeguato per rivolgersi in modo efficace verso un'ampia e variegata platea di destinatari. Tale possibilità appare sempre meno perseguibile.

Nella società di oggi, dominata da flussi incessanti e molteplici di informazioni, da strumenti di comunicazione sempre più performanti, dalla moltiplicazione dei luoghi e delle occasioni di accesso e utilizzo, ai dati e alle notizie di interesse, immaginare di poter parlare allo stesso modo, con gli stessi mezzi e, soprattutto, con il medesimo linguaggio ad un insieme indistinto di individui sembra, oggettivamente, una pretesa difficilmente sostenibile.

Ma la testimonianza storica delle scelte museologiche e museografiche compiute nel passato non può rappresentare un valore da preservare in assoluto, né uno degli alibi per giustificare un'inerzia altrimenti incomprensibile. Né essa può costituire il baricentro primario di un processo decisionale che diventa in tal modo atrofico e miope, amplificando a dismisura il rischio, già di per sé significativo, della progressiva marginalizzazione di queste strutture, che siano esse fisiche o virtuali, rispetto alle scelte di consumo assunte dalla società contemporanea.

Il museo deve dunque essere in grado di mettere costantemente in discussione il proprio modo di relazionarsi, adeguando costantemente i processi di comunicazione all'evoluzione della società e amplificando, per questa strada, il valore che è in grado di generare per la collettività alla quale si rivolge.

DEFINIZIONE DEGLI OBIETTIVI DI MARKETING NELLE AREE DI PROGETTO.

L'ecomuseo virtuale "Terr@ di passo" ha l'obiettivo di incrementare la fruizione turistica/culturale nell'Area 2 come definita da progetto. L'obiettivo finale

dell'Ecomuseo è la diffusione della conoscenza del territorio in primis fra i suoi abitanti e il coinvolgimento della comunità stessa nel processo di ricerca, documentazione, tutela e valorizzazione. Più un territorio è studiato e vissuto, più potrà essere valorizzato per renderlo attrattivo anche per i visitatori, acquisendo interesse dal punto di vista turistico-culturale.

Il forte coinvolgimento delle istituzioni, delle associazioni e delle aziende locali ha lo scopo di sensibilizzare tutti i soggetti che possono agire sulle trasformazioni del territorio, collaborando con esse in un'ottica di sviluppo sostenibile e di tutela del paesaggio.

OBIETTIVI:

- Conoscenza del patrimonio culturale storico, archeologico, antropologico, etnografico, artistico, del patrimonio naturalistico e ambientale e del contesto economico tradizionale.
- Tutela del patrimonio storico-archeologico ed artistico, della biodiversità e del paesaggio, dei saperi tradizionali e dei prodotti locali.
- Divulgazione e massima diffusione delle conoscenze acquisite attraverso la formazione continua rivolta a tutte le età e a tutti i target.
- Partecipazione della comunità locale alle attività dell'Ecomuseo, attraverso collaborazioni con associazioni di volontariato, singoli cittadini ed istituzioni per la realizzazione di progetti ed eventi.
- Progettazione in rete con altri enti locali e non, quali ecomusei, musei, istituti scolastici e di ricerca per la realizzazione di iniziative volte alla conoscenza, tutela, divulgazione e valorizzazione del patrimonio locale.
- Tradurre queste azioni in contenuti virtuali utili ad essere distribuiti su piattaforme, app e social-media fruibili dal visitatore.
- Individuare nuove modalità, nuovi strumenti e nuovi linguaggi di comunicazione, veicolando in modo differente, più diretto, immediato la propria comunicazione, al fine di intercettare, raggiungere, far conoscere, convincere, avvicinare e attirare i pubblici attuali e quelli potenziali.
- Migliorare l'esperienza di fruizione, ovvero sfruttare le potenzialità esperienziali che le nuove tecnologie offrono per creare un livello di coinvolgimento maggiore che trascenda la semplice veicolazione di contenuti aggiuntivi e arrivi a toccare la sfera emotiva portando a un arricchimento personale.
-

IDENTIFICAZIONE DEL TARGET

Il “prodotto” che un ecomuseo offre è del tutto particolare, esso si compone dell’insieme degli aspetti tangibili ed intangibili del patrimonio locale e dell’intero territorio. Per questo motivo, il “prodotto” non può essere definito “una volta per tutte”, in quanto il territorio e il suo patrimonio, sono una realtà in continua evoluzione. Inoltre il “prodotto” non ha ragion d’essere, se non incontra le esigenze della domanda e la complessità del mercato non permette la soddisfazione di tutte le tipologie di segmenti come sostiene Philip Kotler *“It is not possible for the companies to reach out to all customers in large, broad, or diverse markets and therefore by dividing the customers into groups or segment(s), the company can choose which group they wish to target”* (Kotler e Keller, 2009).

A questo proposito, l’ecomuseo deve chiarire e conoscere i pubblici, ai quali vuole trasmettere il suo messaggio attraverso la propria offerta, con particolare attenzione alla comunità locale. Con l’uso di strumenti messi a disposizione dal marketing, sempre più necessari anche in ambito museale, l’ecomuseo deve procedere con una segmentazione della domanda, al fine di individuare i propri target. Nella prospettiva del territorio, e quindi anche del “prodotto” ecomuseo, il mercato nel nostro caso può essere segmentato in funzione dei seguenti due criteri:

- la natura dell’utente persona o impresa;
- la sua origine interna o esterna al territorio.

L’individuazione dei target che l’ecomuseo intende sviluppare, avverrà secondo il criterio ‘origine interna ed esterna al territorio’. L’ecomuseo è definito anche “museo di comunità” e, proprio per questa ragione, il principale pubblico interno per l’ecomuseo è la comunità locale. È un pubblico che merita un’attenzione particolare, in quanto la comunità locale svolge nel contempo il ruolo di attore/promotore/fruitore del proprio patrimonio, e risulta essere uno dei pubblici più difficili da gestire.

La comunità locale è costituita da diversi gruppi target, ognuno con diverse esigenze, e all’interno del segmento “comunità locale”, intercettiamo due tipologie di target: gli enti scolastici locali e gli abitanti in generale. L’ecomuseo deve rivolgere necessariamente la sua offerta anche ad un pubblico esterno. Infatti, l’ecomuseo non deve, assieme alla sua comunità, rinchiudersi su se stessa e sul suo patrimonio, che sia esso tangibile o intangibile, ma deve essere condiviso anche con altri utenti. A questo proposito sono stati individuati come pubblici esterni: il target turisti, il target ricercatori e il target investitori esterni (ovvero chi raggiunge il territorio per motivi commerciali).

L'offerta ecomuseale sarà quindi volta allo sviluppo dei seguenti target: pubblici interni, individuati all'interno della comunità locale (Cittadini, enti scolastici locali, associazioni, ecc). L'offerta per questo target, avrà l'obiettivo di attuare un processo di sviluppo turistico-culturale partecipato con scuole e cittadini. Sarà costruita sulla cultura locale in modo da incentivare la riscoperta da parte dei cittadini del proprio patrimonio, e la condivisione verso pubblici esterni.

I pubblici esterni individuati all'interno del segmento 'turismo culturale' sono: Turista esperienziale, Turista alla riscoperta delle identità territoriale, Ricercatori, italiani e stranieri.

Nell'analisi della destinazione è emerso che il territorio attira principalmente un segmento turistico di tipo "lento", attratto dai grandi eventi tradizionali, dai centri storici, dalla ruralità dei luoghi, dalle risorse enogastronomiche, ma soprattutto dalla qualità della vita, caratteristica riconosciuta sia dai residenti, che dai turisti.

L'offerta ecomuseale sarà volta all'intercettazione, all'interno del segmento culturale che già interessa il territorio, dei target turistici più specificamente interessati al turismo esperienziale, al turismo di riscoperta dell'identità del territorio, al turismo di studio, senza distinzione di età o di provenienza. I turisti assumono per l'ecomuseo un ruolo importante, essi apportano alla destinazione "aria nuova" e ricchezza, e contribuiscono allo sviluppo generale del territorio. L'offerta ecomuseale sarà rivolta inoltre, al target "ricercatori", ovvero tutti gli esperti che desiderano approfondire la conoscenza degli aspetti storicoculturali e demotnoantropologici legati principalmente alla Famiglia De Capua e al periodo storico di riferimento. Lo sviluppo di questa tipologia di utenti ha l'obiettivo di creare una coproduzione culturale tra ecomusei, ricercatori e comunità locale: gli esperti necessitano del sapere dei luoghi, e l'ecomuseo necessita di questi, in quanto apportano nuova conoscenza, competenza e nuovi metodi di lavoro. Questo comporta all'ecomuseo di evitare un approccio isolazionista.

Come sostenuto dalle teorie di marketing, l'offerta ecomuseale dovrà strutturarsi quindi, tenendo conto delle esigenze specifiche di ogni target senza mai perdere di vista gli obiettivi dell'ecomuseo e la vocazione del territorio.

STRATEGIA DI COMUNICAZIONE

AREA 1

Per comunicare l'ecomuseo sarà necessario l'individuazione di strategie chiare e coerenti con gli obiettivi e i target che si intende raggiungere. Solo una comunicazione coerente con i propri obiettivi apporterà all'ecomuseo risultati ottimali, in termini di efficacia ed efficienza. Dalle linee guida stesse del progetto è suggerito un rapporto di scambio, di conoscenza e spostamento dei flussi turistici dall'area costiera molisana e dauna (Area 1) a favore dell'area interna (Area 2) oggetto dell'Ecomuseo.

Questo scambio non può avvenire senza mettere in campo strategie di comunicazione, adattate ai diversi target che indirizzino il visitatore verso la "Terr@ di passo" dei De Capua che trovano un focus nel Comune di Riccia, capofila del progetto e nei territori limitrofi. Tutto ciò presuppone l'individuazione di luoghi specifici e target all'interno dell'Area 1 da intercettare per "vendere" il prodotto "Terr@ di passo". Dovranno essere pensate azioni strategiche specifiche per i diversi luoghi in cui queste saranno attivate.

Ad esempio, come detto: Alcuni dei comuni ricadenti nell'Area 1 sono caratterizzati dalla forte presenza di aziende vinicole che negli anni hanno contrassegnato sia l'ambiente naturale che le attività turistiche locali. Alcune delle cantine dell'Area 1 sono infatti organizzate per l'accoglienza turistica (sia di breve che di lungo periodo), ospitano frequentemente turisti nazionali e internazionali alla ricerca di un turismo enologico ed esperienziale. Un target di fruitori attenti alla qualità della proposta di viaggio, disponibile ad esperienze diverse dai classici percorsi turistici e probabilmente capaci di apprezzare la proposta di visita di "Terr@ di passo". In questi luoghi, in accordo con i gestori delle strutture maggiormente avviate, potranno essere posti alcuni degli strumenti di promozione per attrarre i visitatori nell'Area 2 e fruire del museo virtuale.

Le azioni di comunicazione dovranno necessariamente coinvolgere e realizzarsi in grandi eventi di tipo culturale o di tradizione (feste popolari, fiere, etc.) e per queste dovranno essere pensate azioni specifiche e attività di promozioni sia fisiche che virtuali e con il probabile coinvolgimento di un operatore. Si dovrà ideare una campagna comunicativa riconoscibile, mirata e attrattiva distribuita con criterio in base ai target di riferimento.

AREA 2

La comunicazione assume un carattere del tutto particolare nei territori all'interno dell'ecomuseo stesso. Le prime iniziative di comunicazione dell'ecomuseo hanno inizio in un tempo parallelo alla costituzione della stessa idea progettuale. In altre parole, nella fase iniziale di costituzione dell'ecomuseo, la comunicazione assume un ruolo fondamentale verso il coinvolgimento della comunità locale.

Comunicare l'ecomuseo agli abitanti vuole dire trasformare questi in primo "strumento di promozione" dell'ecomuseo verso i pubblici esterni. Tra gli strumenti di comunicazione degli ecomusei più efficaci risulta essere la formazione. L'attività di formazione, rivolta alle scuole locali e ad un pubblico di adulti, attivata con iniziative costruite ad hoc, è un momento fondamentale per la trasmissione della cultura e del messaggio stesso dell'ecomuseo e riesce a raggiungere un numero altissimo di utenti.

La comunicazione dell'ecomuseo virtuale "Terr@ di passo" sarà strutturata in due dimensioni, on line e off line, l'una sarà di supporto all'altra. La comunicazione off line sarà volta ad adottare strategie di direct marketing e dovrà rivolgersi – con progetti e azioni specifiche da definire - principalmente alla comunità locale con l'obiettivo di trasformare questo target in 'promotori' verso il pubblico esterno.

La comunicazione on line dovrà avere come obiettivo sia il coinvolgimento del pubblico esterno che di quello locale, e dovrà essere attivata attraverso azioni di digital marketing e marketing non convenzionale, ad esempio la creazione di profili social. Questo consentirà una promozione a costo zero delle iniziative ecomuseali e del patrimonio locale, e incoraggerà la partecipazione attiva della comunità locale, che verrà coinvolta nella creazione di contenuti multimediali, da mettere on line, in un'ottica di guerrilla marketing e da connettere alla piattaforma stessa dell'ecomuseo.

Bisognerà ideare strategie che permettano alla comunità locale di assumere il ruolo di prosumer e di consentire di attivare un processo, in cui è l'utente a creare la domanda, grazie a forme di sharing experience messe a disposizione dai social. La piattaforma museale sarà una vera e propria vetrina del patrimonio locale, che verrà reso accessibile attraverso mappe interattive e schede informative. Le stesse azioni di comunicazione previste per l'Area 1, da realizzarsi in grandi eventi di tipo culturale o di tradizione (feste popolari, fiere, etc.), saranno previste anche per

l'area 2 e anche per queste dovranno essere studiate azioni specifiche e attività di promozioni sia fisiche che virtuali e con il probabile coinvolgimento di un operatore.

AZIONI DI COMUNICAZIONE AL DI FUORI DELLE AREE DI PROGETTO

E' inutile dire che l'ecomuseo "Terr@ di passo" dovrà essere comunicato anche nei territori fuori dalle aree d'interesse dovrà raggiungere, per quanto possibile, il territorio nazionale ed europeo.

Al netto delle azioni di comunicazione già previste dal progetto "Madeinland" si dovranno ideare strategie di comunicazione esterna. La comunicazione esterna si serve in molti casi principalmente dei media tradizionali: dalla carta stampata alla radio, alla tv, ai manifesti, alle locandine pubblicitarie (cartacee o digitali). Analogamente al caso della comunicazione interna è importante che le azioni siano coordinate, in modo da trasmettere ai destinatari un'immagine coerente, corretta e coinvolgente.

Le campagne pubblicitarie, piccole o grandi che siano, dovranno essere tarate sulle tipologie di soggetti cui ci si rivolgono, ovvero i target, e raggiungerli. Si dovranno prevedere anche attività di presentazione del progetto in fiere di settore del territorio nazionale ed europeo.

POSIZIONAMENTO DEL BRAND

Il posizionamento del brand è una strategia di marketing che si pone come obiettivo quello di portare un brand nella mente di uno specifico target di persone per una determinata categoria affinché, questo brand, venga considerato come la primascelta, l'unico ed il migliore per soddisfare il bisogno, l'esigenza, di quella tipologia di persone.

Per far sì che "Terr@ di passo" ottenga questo si dovranno prevedere delle azioni volte a scegliere accuratamente la categoria di mercato, specializzarsi in qualcosa che i competitors non fanno (non solo in termini di specifico prodotto o servizio, ma anche di canale di distribuzione o modo "speciale" di erogare un servizio), trovare delle soluzioni innovative e creative. Definire il modo in cui comunicare il brand, mentre partendo dalla vision e dalla mission, si dovranno identificare i punti di forza del brand "Terr@ di passo".

INTEGRAZIONI SUGGERITE DAGLI STAKEHOLDERS

Dalla lettura dei verbali redatti nel corso dei cinque workshop tenutisi nell'ambito del progetto "Made in Land", ai quali hanno partecipato gli stakeholders di progetto, sono emersi alcuni suggerimenti volti a migliorare le azioni già previste e sopra descritte nel progetto redatto dalla scrivente per conto del Comune di Riccia.

Una parte dei suggerimenti prodotti dai partecipanti sono azioni già previste dal progetto, come nel caso della realizzazione delle mappe di comunità e del necessario coinvolgimento dei cittadini nella costruzione di contenuti e nella strategia di comunicazione (cfr pag. 52, paragrafo Riccia: una Terr@ ospitale).

Altre indicazioni provenienti dai tavoli di confronto contribuiscono ad integrare e completare quanto già previsto, sulla base di una reale e ravvicinata conoscenza del territorio.

Di seguito si riportano i suggerimenti che, a nostro avviso, dovranno essere integrati nel progetto in fase di scrittura delle specifiche di bando:

1. Implementare i punti informativi posizionandoli in luoghi strategici quali:

- Musei e Luoghi della cultura presenti nell'area 2;
- Fondovalle Tappino, come strada di comunicazione strategica nel passaggio dalla costa all'interno;
- Area camper nel Comune di Gambatesa e altre simili.

2. Prendere in considerazione, tra i target di riferimento delle azioni previste da progetto, quello del turismo di ritorno (emigrati, anche di seconda generazione, alla ricerca delle proprie radici);

3. Sviluppare una strategia di comunicazione ampia che raggiunga operatori turistici internazionali;

4. Verifica del nuovo Assets riferimento al Comune di Macchia Valfortore e proposto dal Sindaco;

5. Integrare le azioni di progetto con interventi di pianificazione attivi nella stessa area e in particolar modo con quanto previsto dalla Strategia SNAI - Fortore;

6. Costruire una rete di collaborazione con i Musei presenti nell'Area 2.

PIANO ECONOMICO DEL PROGETTO TERR@ DI PASSO

Cronoprogramma di sintesi dell'operazione con cadenza mensile:

| Operazione | gen 2020 | feb 2020 | mar 2020 | apr 2020 | mag 2020 | giu 2020 | lug 2020 | ago 2020 | set 2020 | ott 2020 | nov2020 | dic 2020 | gen 2021 | feb 2021 | mar 2021 | apr 2021 | mag 2021 | giu 2021 |
|------------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|---------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| CO | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X |
| SR | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | | | | | | |
| PC | | | | | X | X | X | X | X | X | | | | | | | | |
| PI | | | | | | | | | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X |
| PR | | | | | | | | | | | | | X | X | X | X | X | X |

Legenda:

| | |
|--|------|
| Coordinamento | (CO) |
| Studio e Ricerca | (SR) |
| Partecipazione e Comunità | (PC) |
| Piattaforma (creazione, gestione, aggiornamento) | (PI) |
| Promozione e Comunicazione | (PR) |

Figure professionali di riferimento:

| Fasi di progetto | Profili professionali impiegati |
|------------------|---|
| CO | Cultural Planner |
| SR - PC - PI | Ricercatore delle risorse culturali e naturali |
| PR - CO | Specialista del collegamento tra cultura e marketing territoriale |
| PI | Progettista sistemi informatici |
| PI - PR - PC | Esperto in promozione e comunicazione |
| CO --- SR --- PC | Mediatore di comunità |

- Antropologo/Archeologo con esperienze nel campo della cultura popolare e demoetnoantropologia;
- Archeologo, con esperienza di formazione e didattica degli spazi museali;
- Storico dell' arte / Guida turistica;
- Storico/progettista;
- Ingegnere informatico;
- Consulente commerciale e promozionale.
- Associazione culturale locale

I Costi

Fasi di lavoro, costi da gennaio 2020 a giugno 2021 e partecipazione in percentuale dei professionisti e associazioni coinvolte:

1. Coordinamento

Attività di coordinamento delle seguenti fasi:

- studio e ricerca
- partecipazione e promozione

| Professionisti | Percentuale di attività |
|---------------------------|-------------------------|
| 1. Antropologo | 20% |
| 2. Archeologo | 20% |
| 3. Storico dell'arte | 20% |
| 4. Storico Progettista | 20% |
| 5. Consulente commerciale | 20% |

€ 48.500,00

2. Studio e ricerca

- Individuazione del territorio dell'ecomuseo e definizione degli indicatori che contribuiscono alla determinazione dell'identità del paesaggio.
- Raccolta, inventariazione degli elementi del territorio e indicazioni per la costruzione del censimento dei luoghi e dei saperi.
- Realizzazione dei contenuti del patrimonio della comunità per la piattaforma

| Professionisti | Percentuale di attività |
|------------------------|-------------------------|
| 1. Antropologo | 15% |
| 2. Archeologo | 10% |
| 3. Storico dell'arte | 15% |
| 4. Storico Progettista | 10% |
| 5. Associazione | 50% |

€ 40.000,00

3. Partecipazione e promozione

- Organizzazione del censimento dei luoghi e dei saperi collegati al paesaggio e applicazione dei metodi della partecipazione.

- Studio e attivazione dei percorsi formativi e organizzazione di workshop di formazione sui patrimoni.

| Professionisti | Percentuale di attività |
|---------------------------|-------------------------|
| 1. Antropologo | 20% |
| 2. Archeologo | 20% |
| 3. Storico dell'arte | 20% |
| 4. Consulente commerciale | 20% |
| 5. Associazione | 20% |

€ 31.500,00

4. Piattaforma web e forniture.

- Acquisto e programmazione software
- Acquisto apparecchiature hardware utili alle ricerche

| Professionisti | Percentuale di attività |
|---|-------------------------|
| 1. Ingegnere informatico | 75% |
| 2. Consulente commerciale | 25% |
| 3. Realizzazione sito web | - |
| 4. Acquisti software | - |
| 5. Forniture materiale di comunicazione | - |

€ 30.500,00

5. Comunicazione

- Organizzazione e gestione di incontri.
- Attività di promozione e comunicazione

| Professionisti | Percentuale di attività |
|---------------------------|-------------------------|
| 1. Antropologo | 30% |
| 2. Archeologo | 30% |
| 3. Storico dell'arte | 30% |
| 4. Consulente commerciale | 10% |

€ 28.850,00

TOTALE

€ 179.350,00

| Servizi | Costi |
|--------------------------------------|-------------------|
| Attività di coordinamento | 39.750,00 |
| Studio e ricerca | 32.800,00 |
| Partecipazione e promozione | 25.800,00 |
| comunicazione | 23.650,00 |
| <i>Sommano</i> | 122.000,00 |
| Forniture | |
| Piattaforma e forniture + equipement | 25.000,00 |
| <i>Sommano servizi e forniture</i> | 147.000,00 |
| IVA al 22% | 32.340,00 |
| <i>Sommano comprensivo di iva</i> | 179.340,00 |
| Spese di gara | 225,00 |
| Commissione di gara | 1.000,00 |
| Spese generali 2% e RUP | 2.939,00 |
| Imprevisti | 322,00 |
| TOTALE GENERALE | 183.827,00 |

PARTE 5
Terr@ di passo
Allegati

Così come programmato in MadeinLand, la gestione e lo sviluppo delle aree interne ha l'obiettivo principale di proteggere e valorizzare il capitale naturale e culturale dei patrimoni contenuti nei territori definiti interni, non solo per motivi geografici ma anche per le problematiche sociali ed economiche descritte. Per una più facile comprensione degli assets proposti, si allegano mappe elaborate secondo le macro tematiche: il patrimonio culturale e il *fil rouge* del progetto "Terr@ di passo", il patrimonio naturalistico che dal Bosco Mazzocca guarda alle ulteriori risorse suggerite, i beni immateriali con la Festa dell'Uva di Riccia come punto di raccordo con le altre feste immateriali.

Patrimonio culturale: Terr@ dei De Capua

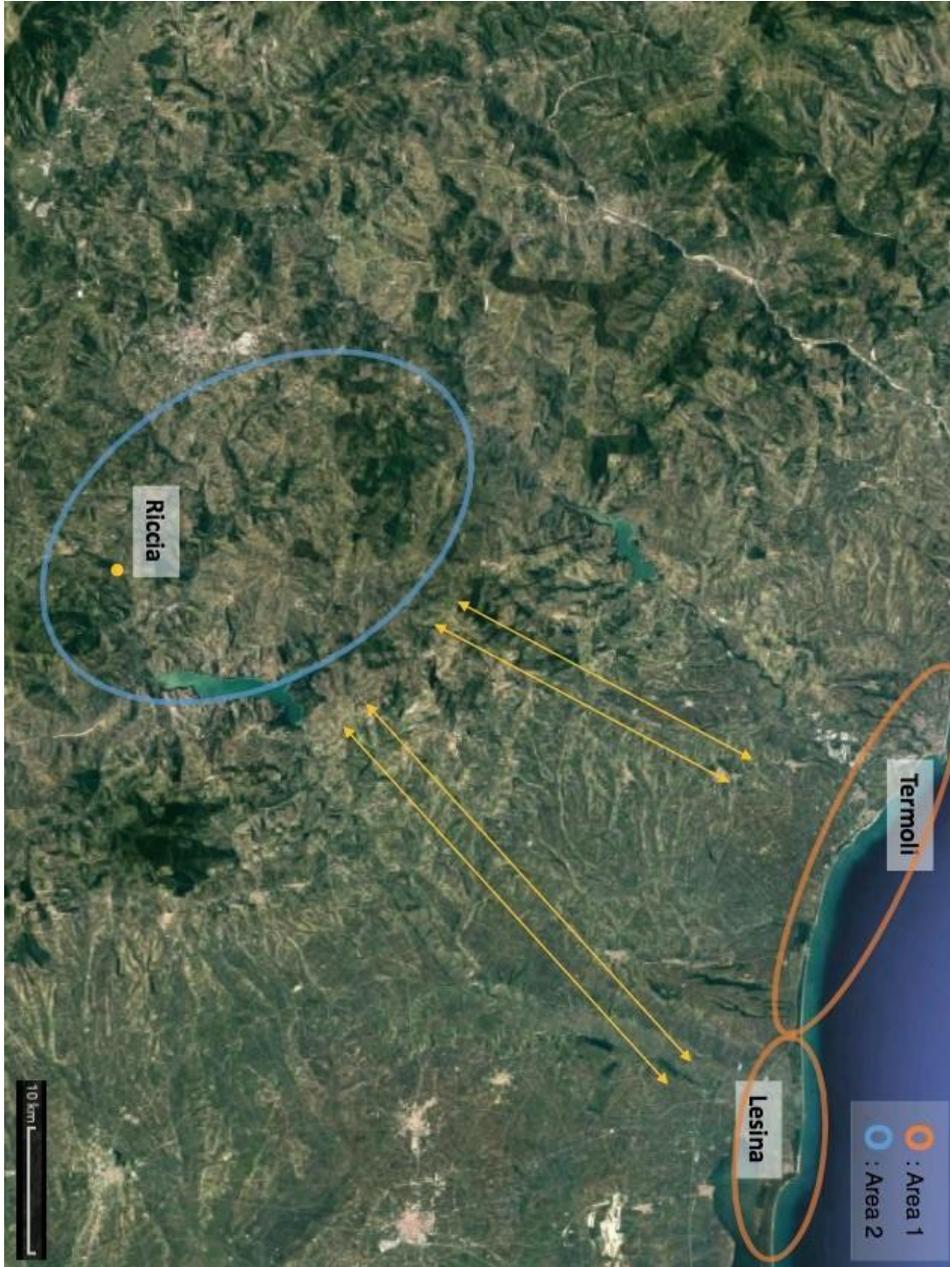
Dal 1284, il feudo di Riccia passò ai De Capua che lo mantennero fino al XVIII secolo. Grazie a questa nobile famiglia, il paese divenne un importante centro militare e commerciale. Dal Cinquecento, il Piano della Corte con il suo Castello, il Magazzino e la Chiesa di Santa Maria delle Grazie diventano il centro urbanistico e luogo riconoscibile del potere dei De Capua.

Patrimonio naturalistico Bosco Mazzocca

A circa 8 Km del centro abitato di Riccia, si trova il Bosco Mazzocca, un sito di interesse comunitario per le peculiari caratteristiche ambientali ed ecologiche, con circa 400 ettari di cerri, frassini, olmi e tigli. Il Bosco al suo interno ha aree attrezzate per il campeggio e per equitazione. Inoltre, il Bosco delle favole e dei giochi della Tradizione è un percorso ideato per far conoscere storie, leggende e giochi antichidi Riccia.

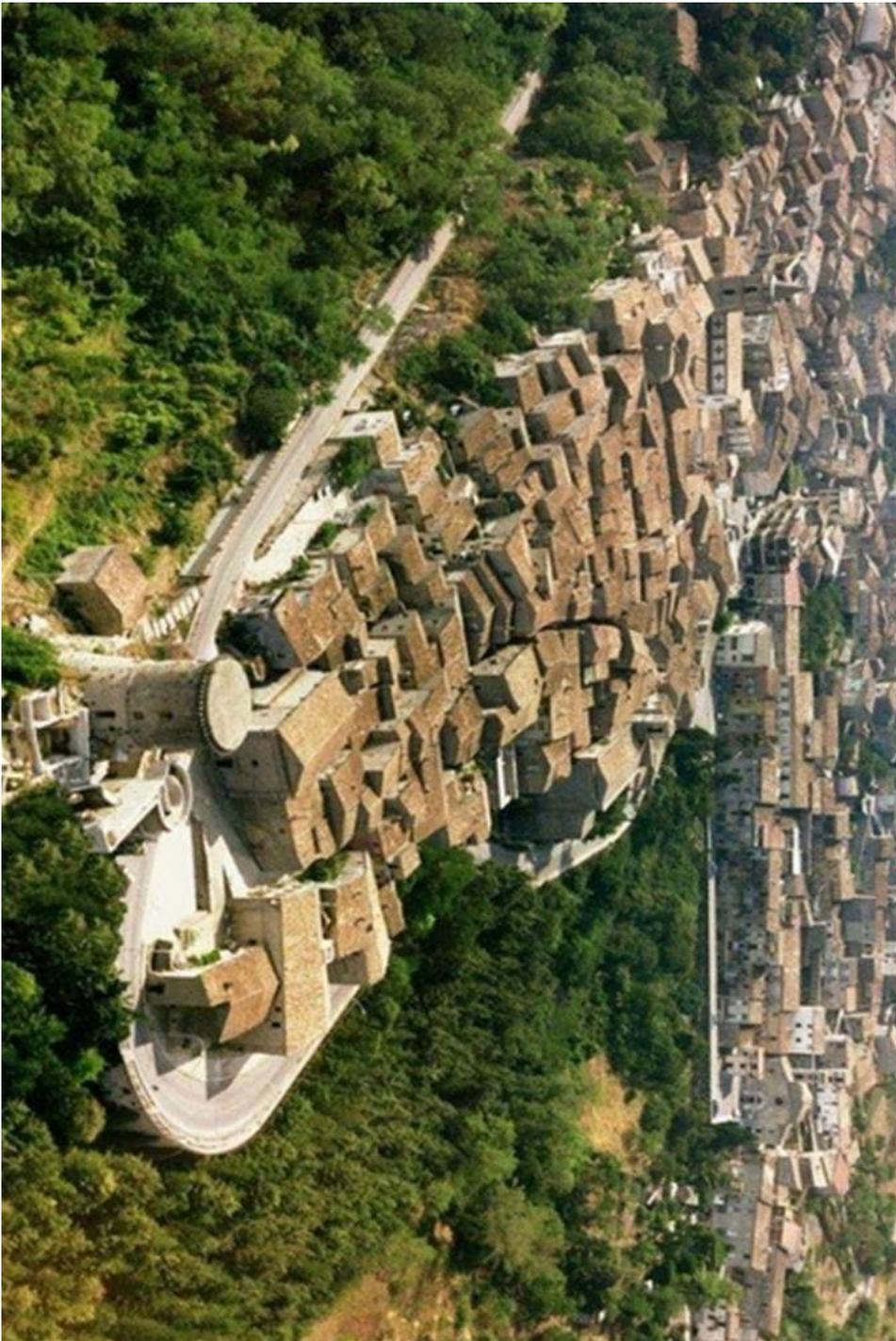
Patrimonio immateriale: La Festa dell'Uva

La Seconda domenica di Settembre, in occasione delle Festa della Madonna del Rosario, tra le strade del borgo si svolge la Festa dell'Uva, una gara di carri allegorici interamente decorati con chicchi di uva. I carri percorrono le strade dell'intero centro abitato seguiti da corte di gruppi folk e dalle persone in festa.



AREA 2

PATRIMONIO CULTURALE



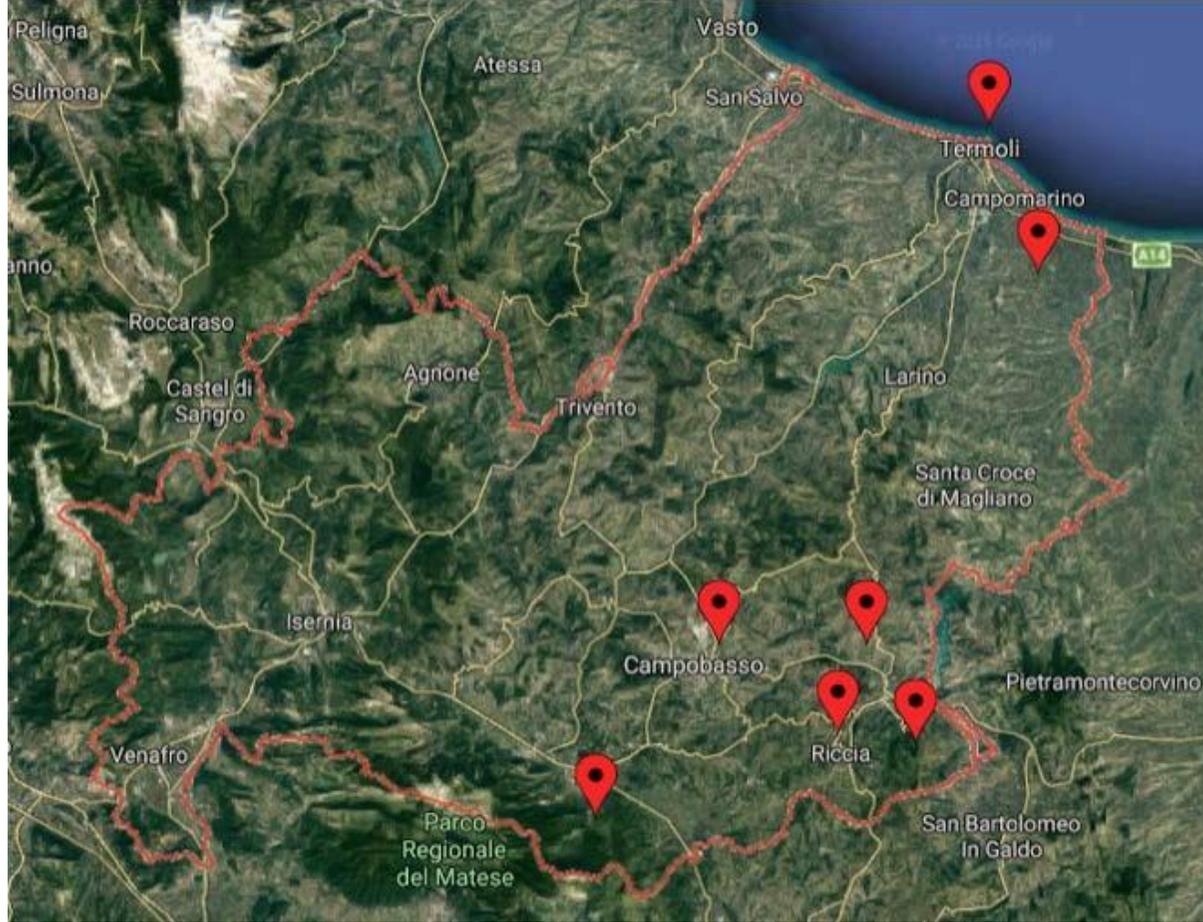
Riccia, il Piano della Corte e i De Capua

AREA 2

PATRIMONIO CULTURALE

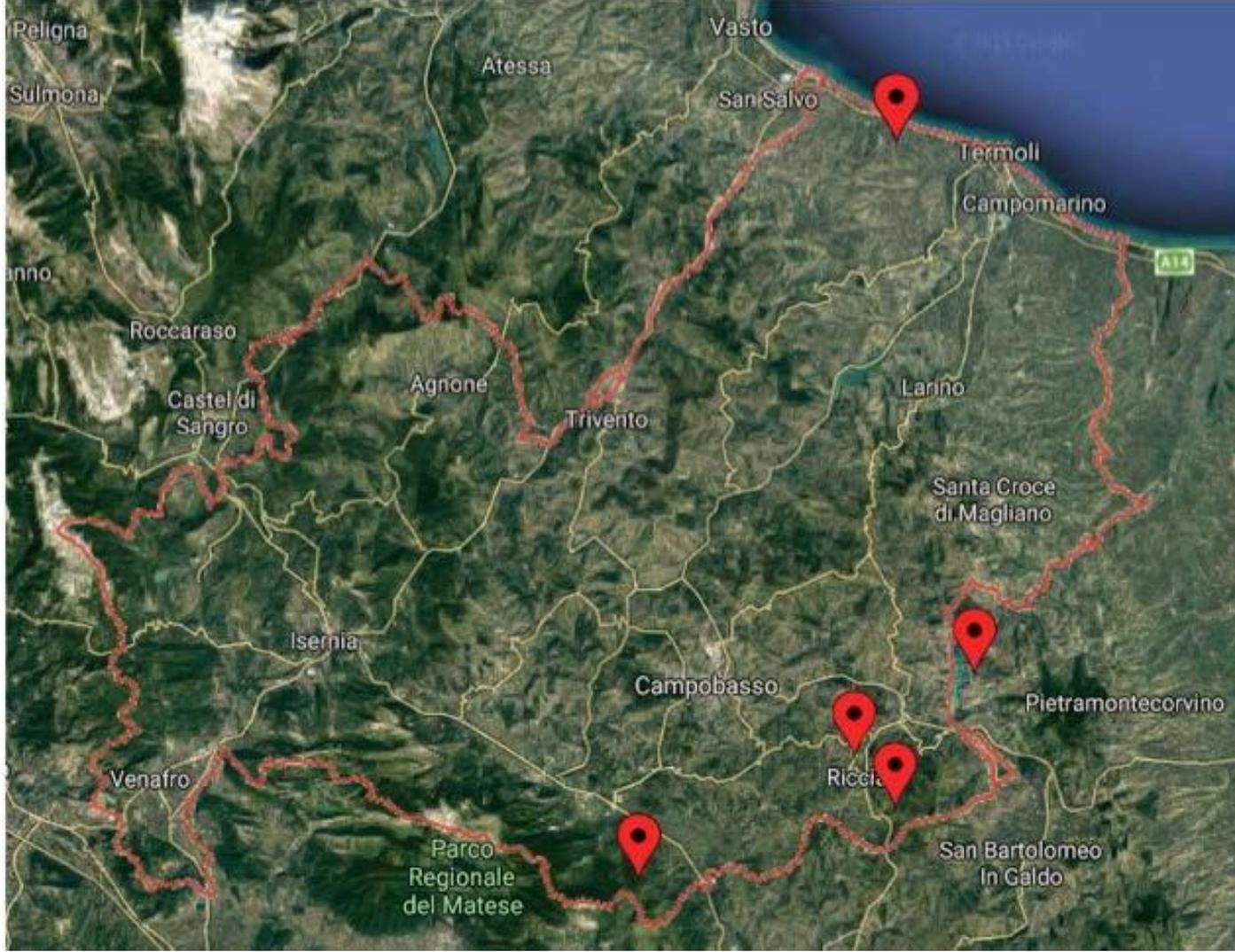
I Luoghi dei De Capua in Molise

Riccia – Campobasso – Termoli – San Martino in Pensilis – Gambatesa - Sepino



Area 2
PATRIMONIO NATURALISTICO

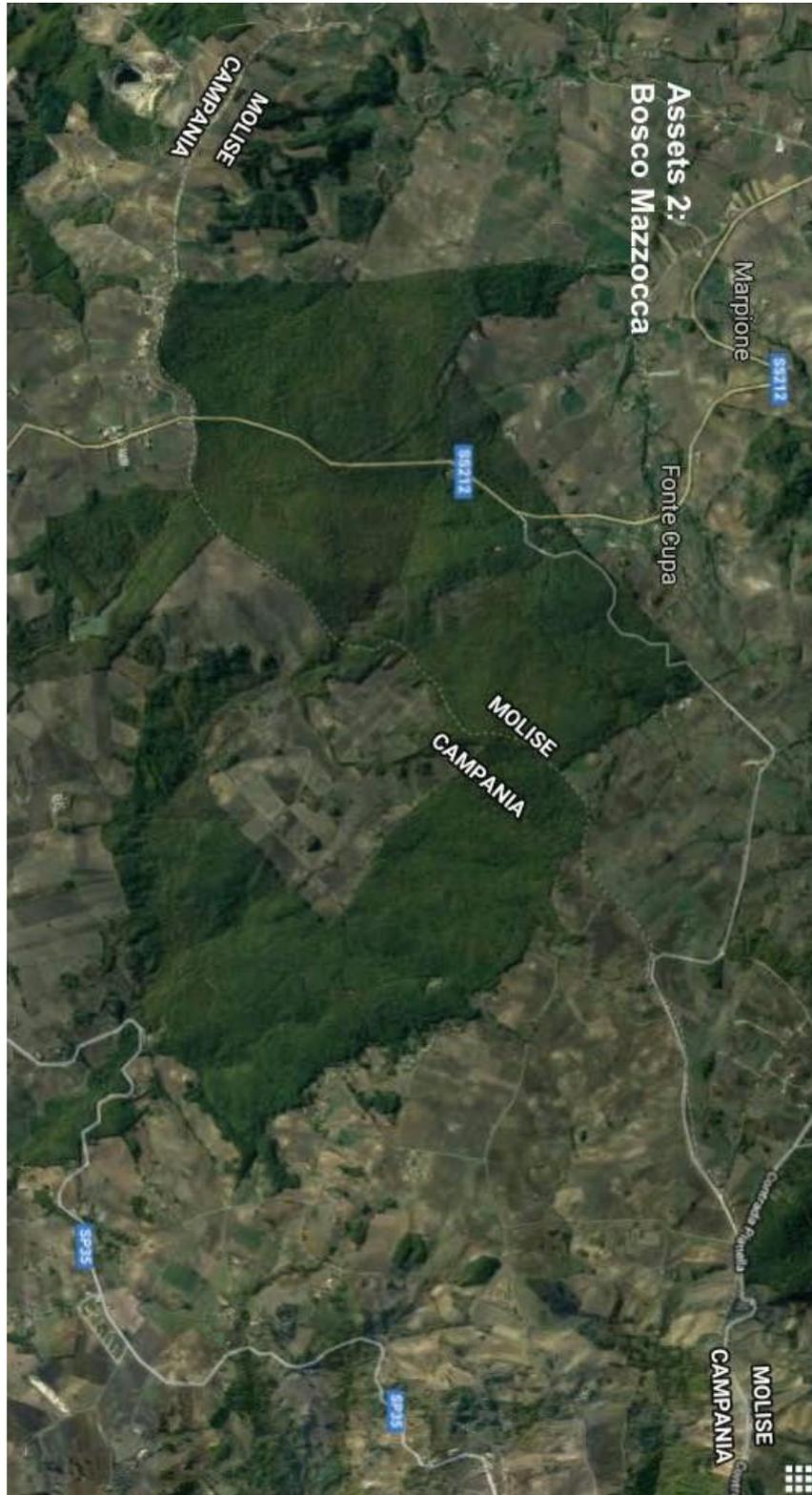
Bosco Mazzocca – Campitello di Sepino – Lago di Occhito – Dune di Petacciato



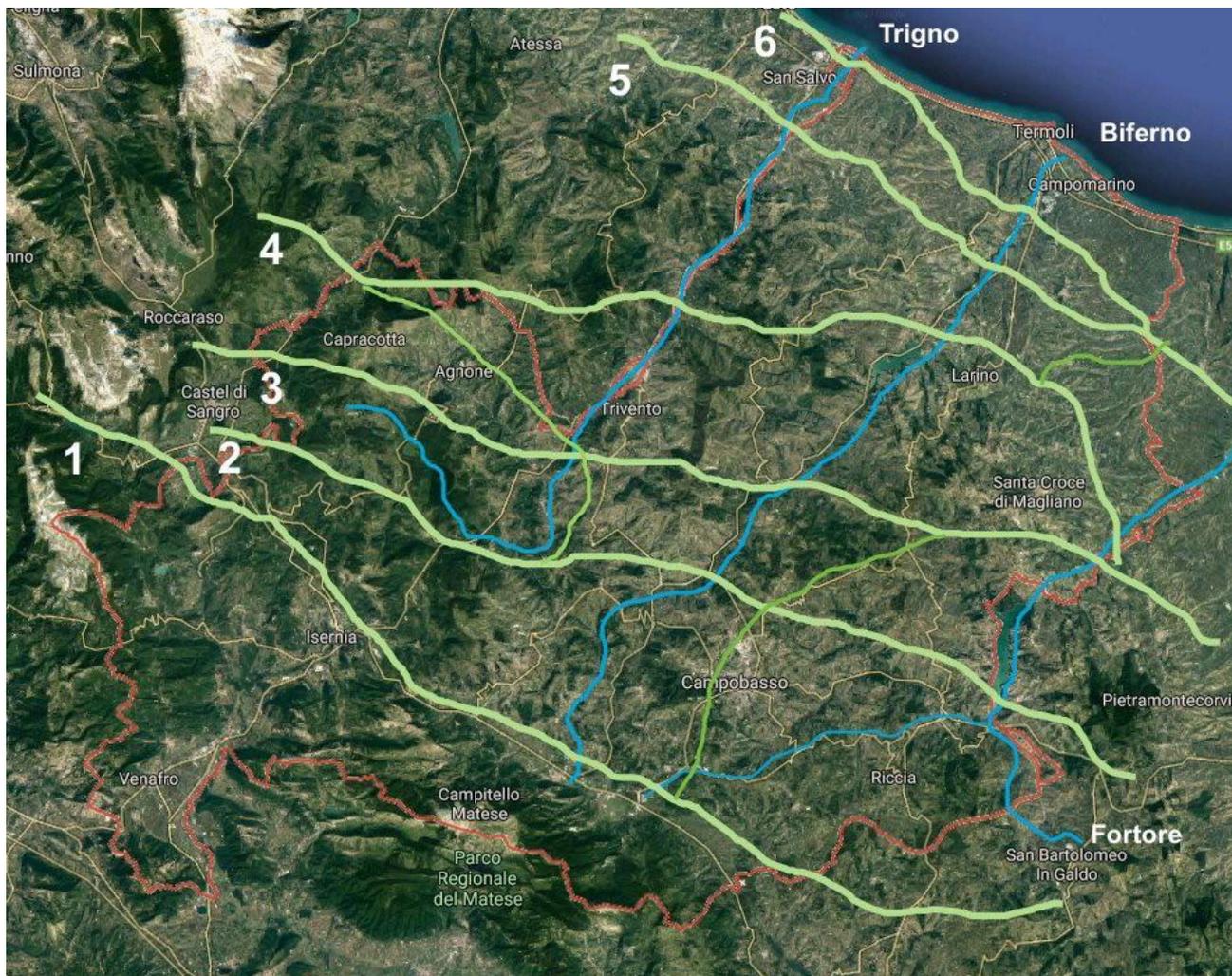
Area 2

PATRIMONIO NATURALISTICO

BOSCO MAZZOCCA



TRACCIATI VIARI E FLUVIALI



TRATTURI

- 1: PESCISSEROLI -CANDELA
- 2: LUCERA – CASTEL DI SANGRO
- 3: CELANO - FOGGIA
- 4: ATELETA - BIFERNO
- 5: CENTURELLE - MONTESECCO
- 6: L'AQUILA - FOGGIA

Area 2

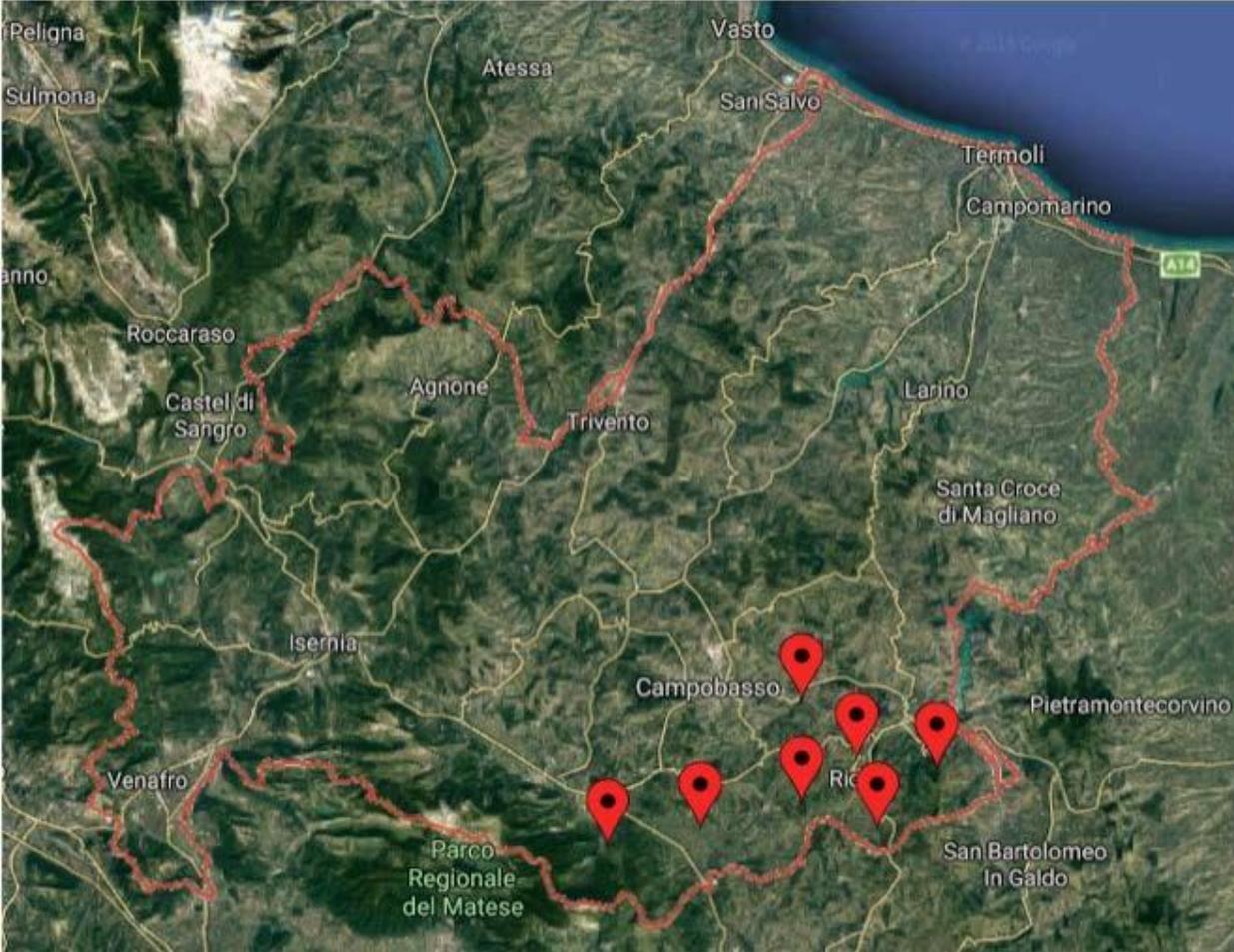
PATRIMONIO IMMATERIALE



La Festa dell'Uva: carro rappresentante la famiglia De Capua

Area 2

PATRIMONIO IMMATERIALE



I luoghi della Tradizione

Pranzo di San Giuseppe – La Festa del Grano – Il Diavolo – La ballata dell’Uomo orso – Maitunate – I Mesi – La Festa della Libera – Santa Cristina – Madonna della Ricotta

BIBLIOGRAFIA E LETTERATURA ESISTENTE

- AA. VV., *Atlante castellano del Molise. Castelli, Torri, Borghi fortificati e Palazzi Ducali*, Campobasso 2011
- AA. VV., *Il Medioevo molisano attraverso torri, castelli, palazzi e fortificazioni*, Sant'Agapito 2001
- AA. VV. *Monumenti del Molise, rilievi e indagini sulle strutture*, a cura di L. Marino, Firenze 1996.
- AA. VV. *Un paese molisano, Campochiaro*, a cura di A. Spina, Villa S. Lucia 1988.
- AA.VV. *Molise, una regione da scoprire*, Campobasso 1999.
- AA.VV. *Il Castello di Gambatesa*, Napoli, 1988.
- AA.VV. *Tufara – Il castello di Tufara - Consolidamento e riuso*, Pescara, 1990.
- AA.VV. *Turismo nel Molise, L'arte romanica*, Campobasso.
- AA.VV. *Turismo nel Molise, Itinerari*, Campobasso.
- AA.VV. *Studi su Riccia*, a cura dell'Associazione Culturale "Pasquale Vignola", Riccia, 1993.
- AA.VV. *Campobasso e Provincia, Le tradizioni*, Padova, 1994.
- Amorosa B., *Il Molise*, Riccia (CB), 1990.
- Arthur P. Imperiale M.L., *Progetto "prope castello Planisi": ricerche archeologiche 2013- 2014 nel territorio di Sant'Elia a Pianisi (Cb)*, in Atti VII Congresso Nazionale di Archeologia Medievale, Firenze 2015
- Barra F., *Descrizione del contado del Molise*, società editrice napoletana, 1987.
- Bisceglia A., *Il "Castello di Capua e Gambatesa" e la storia dell'arte meridionale*, Venafro 2013
- Brancaccio G., *Il feudalesimo nel Mezzogiorno moderno: gli Abruzzi e il Molise (secoli 15.- 18.)*, Milano 2011
- Brancaccio G., *Il Molise medievale e moderno: storia di uno spazio regionale*, Napoli 2005
- Campanella M., *Bojano tra storia e cultura popolare*, Bojano 1997.
- Carano C., *I molisani e l'arte sacra: Paolo Gamba - Itinerari*, in Ept Regione Molise, Foggia, 1998.
- Carano C. *Note storico-artistiche su Pietracatella*, in Almanacco del Molise 1981, Campobasso 1981.
- Carano A., *Il barocco, itinerario n. 2*, in Almanacco del Molise 1971, Campobasso, 1971.

- Carbone A. Le parrocchie del Molise, Ferrazzano (CB), 2000.
- Caruso A. Il castello di Termoli e la difesa costiera molisana, Campobasso, 1995.
- Cinque S., Castelpetroso: Dalle origini ai nostri tempi, Caserta.
- Cialdea D., *Il Molise terra di transito: i tratturi come modello di sviluppo del territorio*, Ripalimosani 2007
- D'Amico V. Jelsi ed il suo territorio dall'antichità remota ad oggi, S. Elia Fiumerapido (FR), 1997.
- Di Fabio Sac. G. Notizie sulle chiese di S. Antonio Abate e S. Maria di Fuori, Ripalimosani, 1996.
- Di Fabio Can. G. Storia di una diocesi. I vescovi di Bojano e di Campobasso-Bojano, Ripalimosani, 1997.
- Di Niro A. Il sepolcreto sannitico di Gildone, in *Conoscenze* 5, Campobasso, 1989.
- Di Niro A. Gildone, Necropoli Sannitica, in *conoscenze* 5, Campobasso, 1989.
- Di Rocco G., *Dai Longobardi agli Aragonesi: la storia del Molise attraverso rocche e castelli*, Campobasso 2013
- Di Rocco G., *I di Capua in Molise e il controllo del territorio: architetture, viabilità e paesaggi*, Venafro 2013
- Di Rocco G., *Castelli e borghi murati della contea di Molise (secoli 10.-14.)*, Borgo San Lorenzo 2009
- Di Vita D. Pietracatella, Genova, 1956.
- Doganieri M. San Martino in Pensilis, storia e tradizioni popolari, Pescara, 1994.
- Ebanista C. Monciatti A., *Il Molise medievale archeologia e arte*, Borgo San Lorenzo 2010
- Ferrandina A Minguzzi A., *Marketing delle tradizioni e della cultura immateriale, futuro del Destination Marketing in Molise*, in *Glocale: rivista molisana di storia e scienze sociali*, N. 6/7 2013
- Ferrara D., *La medusa e il ragno: studi sui di Capua nel Molise del Cinquecento*, Venafro 2013
- Ferrara D., *Il castello di Capua e Gambatesa: mito, storia e paesaggio*, Campobasso 2011
- Galileo Amorosa B. Riccia nella storia e nel folklore, Associazione Culturale "Pasquale Vignola", S. Elia Fiumerapido (FR), 1987
- Gioielli M., *Madonne, santi e pastori: culti e feste lungo i tratturi del Molise*, Campobasso 2000

- Gramegna M., *Tradizioni popolari molisane*, Campobasso 2002
- Lalli R., *Identità della transumanza: storia, tradizioni, leggende, costumi, religione e società del Molise*, Campobasso 2014
- Incollingo B. *La Scultura Romanica nel Molise*, Roma 1991
- Lalli R. *L'architettura del settecento*, in *Almanacco del Molise 1974*, Campobasso, 1973.
- Lanese N. *Guida del Molise*, Campobasso, 1993.
- Leccese D. *Monacilioni e S. Benedetta Martire-profilo storicopolitico-religioso*, Campobasso, 1997.
- Manfredi Selvaggi F. *La tutela del territorio molisano*, Ed. Palladino, Campobasso 2000
- Marino L., Carnevale S., ... *pagliari, case boscherecce, mobili tuguri lungo il tratturo...": l'architettura dei tratturi nel Molise*, Firenze 2004
- Martino E., *Terravecchia di Sepino: Una scelta di insediamento tra le guerre sannitiche e il bassomedioevo*, da *Almanacco del Molise*, Campobasso 1992
- Marino L. *Monumenti del Molise, Rilievi e indagini sulle Strutture*, Firenze, 1996.
- Masciotta G.B. *Il Molise dalle origini ai nostri giorni*, Vol. III, Cava dei Tirreni 1952.
- Matteini Chiari M. *Isernia - La necropoli romana in località Quadrella*, Roma 1997.
- Miele M. *Castello di Cercemaggiore*, 1961.
- Miele M. *La chiesa e il convento di S. Maria della Libera di Cercemaggiore (Cb)*, Napoli, 1980.
- Morlachetti G. *Il Culto di San Nicola di Bari a Guglionesi e nella fascia costiera del Molise*, in *Almanacco del Molise 1988*, Campobasso, 1987.
- Morlachetti G. Paolone F. Orella L. *La chiesa di San Nicola a Guglionesi*, Termoli, 1997.
- Mortari L. *Molise – Appunti per una storia dell'arte*, Roma, 1984.
- Muccilli O. *Bojano: gli edifici religiosi fra i secc. XI e XX*, Bojano, 1998.
- Muccilli O. Spina A. *L'Antica Cattedrale di Bojano*, Foggia, 2000.
- Paone N. *Il Molise arte, cultura, paesaggi*, Roma, 1990.
- Paone N. *La transumanza, immagine di una civiltà*, Ed. Iannone 1987.
- Papi R. *Insedimenti fortificati in area centro-italica*, Università degli studi di Chieti, Chieti 1991.
- Perogalli C. *Castelli dell'Abruzzo e del Molise*, Milano, 1975.
- Petrocelli E. *Il Molise nelle immagini cartografiche*, Ed. Cosmo
- Petrucci M. *Campolieto in "Contado di Molise"*, Roma 1991.

- Picchiello L., *Gli elementi, la pietra, il colore ad Altilia*, Campobasso 2005
- Pietravalle N. *Molise: antichi interni*, Torino 1990.
- Regione Molise Campobasso, *storia, tradizioni, itinerari*, Campobasso 1994.
- Regione Molise Lungo i Tratturi del Molise, Novara, 1998.
- Rocco A, *Il Molise, radiografia di una regione*, Sant'Agapito (IS) 1982.
- Rossi F. *Campodipietra*, Napoli 1896.
- Ruotolo G. *Historia di Santa Cristina*, in *Almanacco del Molise 1989, I*, Campobasso 1989.
- Salmon E.T. *Il Sannio e i Sanniti*, Torino 1995.
- Saluppo G. *Due Monumenti di Campobasso*, Campobasso 1987.
- Santoro L. *Castelli angioini e aragonesi nel Regno di Napoli*, Milano, 1982.
- Santoriello A. (a cura di) *Le stagioni di Riccia, Luoghi e tradizioni di un paese ospitale*, Guida Turistica, 2018
- Spina Sac. A. *Guida del pellegrino. Arcidiocesi di Campobasso- Bojano. Itinerari e percorsi giubilari*, Campobasso 1999.
- Testa E. *Campolieto e le sue chiese*, Campobasso 1986.
- Testa E. *Memorie Storiche Civili ed Ecclesiastiche di S. Elia a Pianisi*, Campobasso, 2000.
- Valente F., *Il castello di Capua e Gambatesa: mito, storia e paesaggio*, Ferrazzano 2003
- Vannucci S., Monti C. *Lungo i tratturi del Molise*, a cura di C. Monti, Novara 1998.
- Zevi B. *Dialetti architettonici*, Ed. Newton 1996

PIANI E PROGRAMMI

ISTAT Dati censimento

ANCITEL Dati

Carta dei Servizi Pubblici sanitari Asl n. 3

Bozza Piano Regionale Trasporti

Strategia di Sviluppo Urbano 2014-2020, Area Urbana di Termoli – La costa dei Delfini

Riccia il Borgo del Benessere – Programma di valorizzazione

Piano Territoriale di Coordinamento Provinciale “Il Percorso per lo sviluppo”

Strategia per l'Area interna del Fortore

Strategia per l'Area interna del Matese

SITOGRAFIA

<http://www.prolocoriccia.it/it/turismo/bosco-mazzocca-riccia.html>

<http://www.ilboscodellefavole.it/bosco.html>

<http://www.idea.mat.beniculturali.it/feste-e-tradizioni/molise/item/233-sant-anna-a-jelsi>

<http://www.mufeg.it>

www.minambiente.it

www.musei.molise.beniculturali.it

www.archeologicamolise.beniculturali.it

www.regione.molise.it

www.turismo.provincia.campobasso.it

www.comune.riccia.cb.it

www.sagradell'uva-riccia.net

www.lipu.it

www.parks.it

www.molisetur.com

www.piazzaregione.it

www.techwareitalia.it

www.inmolise.it

<https://www.turismo.politicheagricole.it/news/atlante-digitale-dei-cammini-ditalia-nuova-mappa>

www.ilboscodellefavole.it

www.europa.molisedati.it

MADE IN-LAND. Management and Development of INLANDs

Axis: Environmental and cultural heritage

Specific Objective: 3.1. Make natural and cultural heritage a leverage for a sustainable and more balanced territorial development

D.4.5.2 Virtual Eco Museum

1 January 2022- 30 June 2022

MADE IN-LAND Project

(Id 10048184)

| | |
|--------------------|---|
| WP 4: | Development and testing of an action plan for inland areas valorisation |
| Activity 4.5.: | Development of Virtual Ecomuseums |
| Deliverable 4.5.2: | Virtual Eco Museum |
| PP in charge: | PP3 |
| PPs Involved: | PP3 |
| Status: | Final |
| Distribution: | Public |
| Date: | 30/06/2022 |

MUSLEO

THE VIRTUAL ECOMUSEUM OF SAN LEO



Museum realized at the Fortress of San Leo

Musleo is the Ecomuseum that tells the territory through the witnesses of today and yesterday. A magical place from which to discover the exceptional historical and naturalistic heritage that surrounds it!

Musleo is a privileged gateway to the historical, naturalistic and environmental riches of the surrounding area. Travelers who decide to make a stop here will have the privilege of meeting three illustrious witnesses, also pilgrims to San Leo: San Francesco, Dante and Cagliostro.

Through their stories it will be possible to discover how all the cultural and architectural heritage of San Leo is born from centuries and centuries of history and from events not infrequently shrouded in legend, if not mystery.

The journey begins within the walls of the Fortress, at the top of the fortress. From here the visitor can look at the ridges of the Tausani Mountains, imagine the richness of life and history that, from Roman times to today, has animated these places that unfold between rolling hills and steep cliffs. A unique territory because it is on the border between two different biogeographical regions, unique for its inaccessibility, unique for its architectural jewels.

Through an immersive, engaging and exciting experience, divided into several rooms, the visitor becomes aware of the identity of the land he is crossing and can continue with a renewed soul his journey to discover the beauties and typicality that surround Musleo.

MUSLEO looks like:

- a museum of **characters**: the traveler thanks to digital and augmented reality solutions lives an engaging and exciting experience, virtually meeting three illustrious travelers who invite him to discover firsthand, the territory that makes him Surrounds. Even the naturalist Pietro Zangheri and Santo Leone find narrative space within the journey of Musleo (entire path);
- an **innovative** museum: the visit is tailor-made for the user, who is guided along the way by a multimedia narrative with a Wow effect, in which a modern and creative storytelling plays a key role (entire path);

- an **experiential** museum: the public is provided with the opportunity to meet directly the characters who have marked the history and development of the territory: Dante Alighieri, the Count of Cagliostro, St. Francis of Assisi. A journey through time and space for users of all ages, to discover the territory (entire route);
- a **virtual** museum: through the use of multiple multimedia installations (immersive projections, ambient audio, video mapping, augmented reality), visitors are stimulated to continue the journey with renewed passion to discover the places and monuments of the territory (room 1,2,3,4);
- a museum to support **environmental education**: the uniqueness of the place in environmental and geographical terms is illustrated to the visitor so that he can enjoy with full awareness the panorama that surrounds him (in particular in the first stretch of the path – corridor);
- a **participatory** museum: the path also includes the direct involvement of residents and stakeholders from Leontini, through interviews that make guests enjoy the authentic taste of country. A sound setting gives guests a familiar taste and a friendly welcome as typical in these parts.

NAMING AND LOGO STUDIO

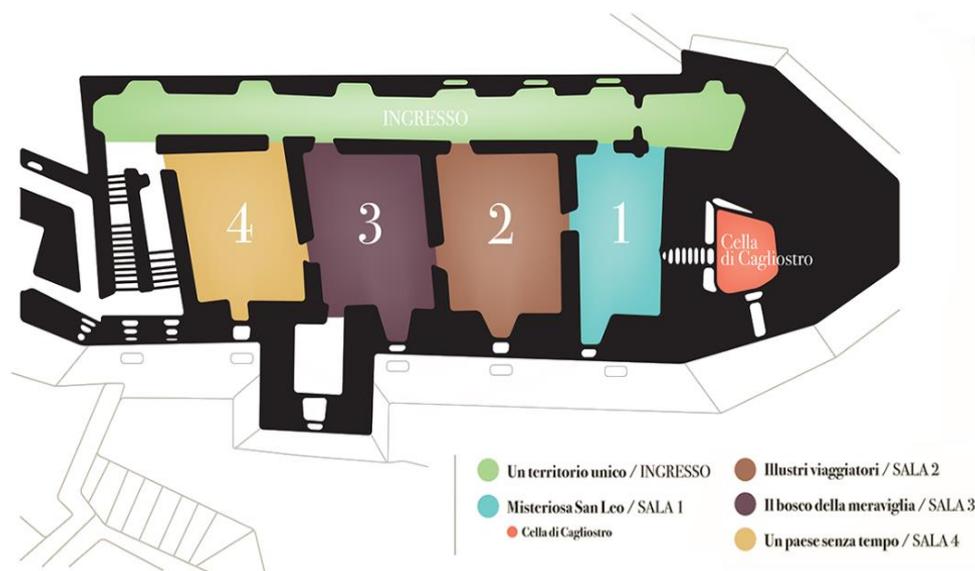


The logo depicts a cute black cat, who has always lived in the Fortress and is an expert connoisseur of its history. It is precisely this mysterious cat, the guide who will lead the patrons through the tunnels of the magical castle of San Leo. Musleo thus becomes our nice mascot able to introduce us to the path, to introduce us to the illustrious characters, to explain the path, to propose the contemporary San Leo,

becoming a promoter of the excellence and cultural heritage of the territory, as well as of the village itself.

Already at the time of its presentation the logo has proven its effectiveness, gaining consensus both among specialists and among the inhabitants of San Leo. A fresh, creative and nice logo like the mascot with the appearance of a cat that comes to life inside the rooms of the castle.

THE JOURNEY



CORRIDOR – A UNIQUE TERRITORY

The journey begins along a long corridor accompanied by words and images. Attracted by that evocative brightness that from the ridges of the Apennines reaches us. A light that invites you to go, to venture on the ridges, until you reach the Alta Via dei Parchi. This corridor is an introductory path to the biodiversity, vegetation and landscape that unfold around the conca and Marecchia river basins. An invitation to be attracted by "hills that greet and valleys that arridono", to leave the Ecomuseum and continue the journey beyond the walls.

At the request of the partner of the Ente Parchi e Biodiversità Romagna project, a new space was included in the path, the corridor, not foreseen in the initial project designed for the second floor of the fortress. Here, with the contribution of the expert Riccardo Santolini, the historical, geographical and naturalistic uniqueness of San Leo was told through printed matter, enhancing the large windows as a view of the magnificent surrounding landscapes. In fact, **MusLeo is proposed as a hub of attraction for tourists and as an invitation and relaunch on the surrounding area.** The naturalistic themes addressed in the panels are:

"The journey", "Cliffs, gullies and sweet profiles", "Geology", "Romagna Zangheriana", "A journey in biodiversity", "Vegetation", "The Landscape. A Journey into Sustainable Beauty", "The Landscape".

ROOM 1 MYSTERIOUS SAN LEO

Crossing a purple curtain of shiny velvet, with the effigy of Musleo we enter the first room. We abandon the sunny brightness of the Feretrani landscapes to enter a suggestive world made of mystery and magic. The surprises follow one another: here comes life on the wall that epigraph that for years has stimulated the curiosity of scholars and tourists, while from a stracted and gloomy cell we hear strange sounds and a shadow on a wall reveals the presence of a disturbing presence. But soon a voice to attract our attention, a voice and a presence, to present itself to us is, none other than the lord of San Leo: the cat Musleo. The walls of the room come alive and the cat, who knows the daring stories of the Fortress, introduces us to the charm of the artistic and monumental jewels that unfold at the foot of the Rocca.

In the first room of the path, the elements present (the Cella di Cagliostro and the epigraph) were enhanced through a videomapping with sound effects and a printed one that allow us to discover the "Jewels of San Leo", the monuments main of the city, central topic of this first room: the Pieve, the Cathedral, the Rocca, Sant'Igna, the Rupe, the Duomo, the Civic Tower, the Convent, the Piazza of the City, Palazzo Nardini, La Verna, Palazzo Mediceo and Palazzo Della Rovere. In this place, through the touch of a plaque, the visitor meets the mascot who will accompany him along the entire route, revealing the secrets and mysteries of the Fortress.

ROOM 2 – DISTINGUISHED TRAVELERS

The illustrious travelers, who centuries and centuries ago preceded us to discover St. Leo, are here waiting for us! And the cat, who had told us the story of the Rocca, will now introduce us to these great characters who have trodden the feretrane lands. He will tell us about Marino and Leone, the two Dalmatian stonemasons who came by sea, but above all he will make appear before us, on the walls of the Fortress, the stories of St. Francis, Dante, Cagliostro. Interactive, exciting and multimedia, so is the storytelling that awaits us in this room. Creative writing and technology are the two ingredients of the immersive experience that awaits us.

The illustrious witnesses of the history of San Leo: Santo Leone, San Francesco, Dante and Cagliostro, also travelers, come to life thanks to the creative flair of the mascot MusLeo, who moving like a shadow on the walls of the room offers astonished visitors an animated account of the events that linked the 4 characters to San Leo.

ROOM 3 – THE FOREST OF WONDER

Let no one be frightened! We are entering a mysterious forest, where we will meet vis à vis our three illustrious traveling companions: St. Francis, Dante and Cagliostro. Now we will be alone with them, with their history and with the charm of the territory of San Leo. A real encounter as only some dreams can be. An exciting and engaging experience in which the essential jokes of the three protagonists reveal links and references between their events and their destinies. We will share beats, fire, blood and death sentences, but also accents of poetry

and glimpses of heaven. And we will eventually discover ourselves as wayfarers eager to set out on new adventures.

In the third room the pilgrims are involved in a dreamlike multisensory experience that allows them to get lost in the dense woods of Valmarecchia and to find themselves in the company of the wandering spirits of San Leo. Projections, tulle, a high-performance audio and the scenographic setting of the spazio make this room a strong and memorable experience.

ROOM 4 – A TIMELESS COUNTRY

Here we are at the end of the route. While the cat disappears in its hiding places and the historical characters remain preserved in our memory, we enter today. Photos of the past and voices of the present introduce us to the last experience of the Ecomuseo. The territory, its environments, its artistic and naturalistic heritage, its products and its legends, come to meet us through today's protagonists. And they themselves invite us to leave the Ecomuseum to meet places and people who are protagonists of today's history.

The traveler meets the protagonists of today's San Leo through three different media languages coordinated with each other:

1. A sound setting obtained through the mixing of sounds, voices and original noises of this territory
2. Historical photographic images documenting the traditions, customs and architectural symbols of San Leo
3. Video-interviews of local stake holders accessible by scanning a Qr code Below, the topics addressed specifically in Room 4:

PATHS AND PATHS - The paths that run through this land on the border between Romagna, Marche and Tuscany, are numerous because they are natural passes due to the lower elevation of the Apennine peaks in this area. Saints and pilgrims, merchants and leaders have ventured into these forests of oaks, beeches, hornbeams and ash trees tracing real paths made passable also for the today's traveler: among them the famous path of St. Francis from San Leo to La Verna.

RESOURCES OF THE TERRITORY - The products of the territory are numerous in a land that has always been cultivated. Where agriculture has not arrived, breeding and grazing appear. Among all, the simplest products that for millennia have appeared in the traveler's bag and accompany the rural works: the bread, much appreciated that of Maiolo obtained from an ancient variety of wheat, the gentil rosso, and the cheese aged in the numerous pits natural tuff.

TRADITIONS AND LEGENDS - The flowery crafts in the surroundings of San Leo are poor in materials, but rich in tradition: from woodworking with inlays and chisels to the creation of ceramics for everyday use and for the furnishing of houses, from wicker weaves to stone processing. Craft shops (such as that of the ceramist here for 30 years) or the small metal souvenir shop or the historic places of hospitality and coexistence of the village (bars, taverns, hotels and restaurants) have a lot to tell about the life of yesterday and today.

THE FACE OF THE FUTURE - No one like children knows how to grasp, even in big things, curious details that can ignite knowledge. Why are the doors of the Pieve and the Duomo lateral? Why are there no remains of San Leo in the Duomo? Why is the internal staircase of the Tower circular if the Tower is square? How did they do so many centuries ago, when there was no road, to conquer the Rocca? The children looked for answers to these questions. Let's listen to them explain in their own way...

THE JEWELS OF SAN LEO - Such is the exceptionality of the monuments of S. Leo that the visitor may not notice other, smaller jewels, deeply linked to the life of the Lions. Like the wooden altarpiece and the works dedicated to the Virgin Mary, dated between 500 and 700, in the Church of the Madonna di Loreto, or the seventeenth-century wooden statue of the Madonna with the Child kept in Sant'Igna, or the great Tabernacle, of the Renaissance age, present in the Museum of Sacred Art of Palazzo Mediceo.

A GLORIOUS HISTORY – Professor Roberto Monacchi, President of the Society of Historical Studies for Montefeltro, offers a brief but significant intervention that illuminates today through the most significant events of the past.

N.B. All the interviews aim to present the realities of the territory, the society that lives it and to relaunch the guests to discover and meet the protagonists themselves.

DETAILS OF THE ACTIVITIES REQUIRED BY THE CALL

| | |
|--|---|
| Requests from Call | Made by Made |
| Development of a virtual eco-museum | MusLeo |
| Meeting of visitors with 3 characters: Dante, Cagliostro, St. Francis of Assisi | Room 2 <i>Illustrious Travelers</i> and Room 3 <i>The Forest of Wonder</i> |
| Route in three languages | Italian, English and German |
| Inclusion of a visitor tracking system | Purchase of a tablet with the insertion of satisfaction questionnaires |
| Creation of a website | MUSLEO musleo.it musleo.com |
| Respect of delivery | 30/10/2021: presentation of <i>Un territorio unico</i> (Corridor) and <i>Illustrious Travelers</i> (Room 2) |
| Implementation of an economic sustainability study | Document being delivered - see linked note . |

MATERIALS LIST

Corridor

- Map of the forex route 100x70 cm - forex

- Print with logo 49x66 cm - poster
- N. 1 Qr code 17x10 cm to access German translations - forex
- N. 4 Forex Panels 200x150 cm - forex
- N. 3 Forex Panels 160x100 cm - forex
- "Carducci Quote " 200x150 cm - wall sticker lettering
- "Magris Quote" 140x100 cm - wall sticker lettering
- N. 4 Curtains in fireproof synthetic velvet

Room 1

- Copper infinity plate for projection activation
- N. 1 Qr code 17x10 cm to access German translations - forex
- N. 1 Panel 150x50cm - forex
- Videomapping animation on epigraph
- N. 1 OPTOMA HD29HST projector with remote control (as per attached data sheet)
- N. 1 Rack
- N. 1 professional amplifier PDA- B1000
- N. 1 TannoY D15 loudspeaker
- N. 1 Curtains in fireproof synthetic velvet
- N. 1 Brightsign electronic board

Room 2

- Copper infinity plate for projection activation
- N. 1 Qr code 17x10 cm to access German translations - forex
- N. 4 Panels 60x80 cm - forex
- Videomapping animation
- N. 2 OPTOMA HD29HST projectors with 2 remote controls (as per attached data sheet)
- N. 1 Rack
- N. 1 professional amplifier PDA- B1000
- N. 1 TannoY D15 loudspeaker
- N. 1 Curtains in synthetic velvet ignifugo
- N. 2 Brightsign electronic boards

Room 3

- Smart Tech 32" - Video screen for subtitles (to be detailed)
- N. 2 OPTOMA HD29HST projectors with 2 remote controls (as per attached data sheet)
- N. 1 TannoY D15 loudspeaker
- N. 1 TannoY D15 loudspeaker
- 6-channel video editing for video mapping on tulle

- N. 4 Dividing poles with band
- N. 6 tulle for projections with adjustable support
- Black Quintature
- Black carpet
- N. 1 Curtains in fireproof synthetic velvet
- N. 3 Brightsign electronic boards

Room 4

- N. 6 backlit frames with historical photographic images
- N. 1 wooden chest
- N. 1 Skytec 100W preamplified audio speaker
- N.1 Multiplayer Player In- tech mini hd Media Player
- N.1 usb stick
- Editing number 8 video interviews²
- Wi-fi modem²
- No. 9 forex:²
- - # 1 Trapezium with MusLeo Logo - forex
- - N. 1 panel credits 70x100 cm - forex
- - N. 6 qr code 30x10 cm with title of the photographs - forex
- - No. 1 with indication of use of headphones 17x17 cm - forex

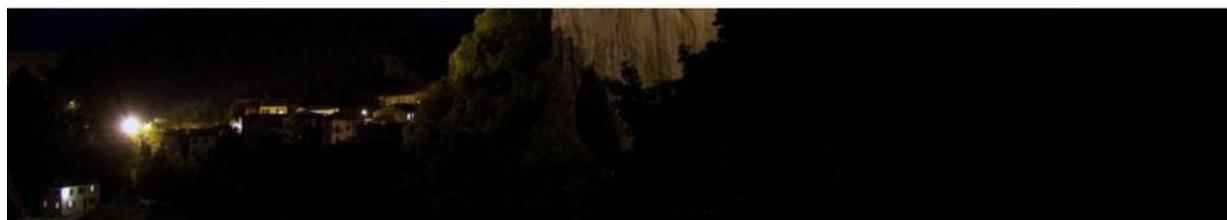
Other

- N. 1 Tablet to evaluate the satisfaction of users
- User manual of all the equipment on the route
- Made, in agreement with San Leo 2000 and the Municipality of San Leo, has strengthened the FORTRESS's WIFI network with a radio link in order to guarantee the use of the many multimedia installations present in the path

THE SITE



Testimonials



The website created for the Virtual Ecomuseum of San Leo has cutting-edge features and usability. The entire site has been designed to be enjoyed by smartphones (mobile-first). An area has been set up for booking the ticket office for access to the museum and a social wall to enclose all the content created by users (user generated content). The entire site is then integrated by performance tracking systems such as Google Analytics to monitor traffic trends .

MAIN FEATURES

The graphic structure is conceived and designed following the architectural and design style of the museum, so as to be able to create a common thread communicative to users, even before being physically in the place. Images and multimedia content are the foundation on which the skeleton of the website was built.

Among the main features we have:

1. Presentation pages and descriptive storytelling

2. Multimedia pages to promote the museum
3. Contact areas for user requests
4. Social Wall in real time (facebook + instagram + twitter)
5. Fruition in multiple languages

The site has been designed with a smooth and simple navigation for any type of user with any device (phones, tablets and computers).

Finally, even a correct SEO predisposition allows you to index the website and its contents to be searchable through search engines and intercept any type of request.

OPEN SOURCE SOFTWARE:

The platform used is Wordpress, a high-performance content management system (CMS) constantly maintained in safety and updated by a worldwide community. Wordpress is the basis of millions of sites around the world and also stands out for its simplicity of use, allowing even non-experts to be able to edit and insert new content within their website. For all customizations, proprietary ad-hoc extensions will be developed to allow the management of the Museum to be performing and streamlined in daily management operations.

BIG DATA:

The entire site is configured in a way such that it can be analyzed in all its forms. Google Analytics tracking systems (Site visitors, behavior and aggregate data), Facebook Pixel (Statistical, Demographic and Retargeting Data), Yandex Metrika (Heat Map) and Google Search Console (search terms and impressions on Google.it) have been installed.

MULTILINGUAL:

The entire site is designed for multilingual use in Italian and English to reach every type of audience. The multilingual ecosystem allows you to have specific and thematic content for the language in question. In this way you will not be obliged to translate all the contents of the main Italian language in order to have a second language (for example English) functional and operational.

The server has these resources and features:

1. 3 vCore CPU and 6GB dedicated RAM
2. 100GB SSD Web Space
3. Unlimited E-mail boxes
4. Domain with SSL and HTTP/2 Certificate
5. Backup Plus (total or partial file restores)
6. Multi PHP, SSH, WP-CLI, GIT support
7. OPcache System
8. Staging environment (for updates without interrupting the use of the website)
9. Anti-malware and anti-spam protection on files and email accounts
10. 99.9% operating SLA and hardware repair in 2 hours
11. Italian DataCenter powered by renewable energy

MADE IN-LAND. Management and Development of INLANDs

Axis: Environmental and cultural heritage

Specific Objective: 3.1. Make natural and cultural heritage a leverage for a sustainable and more balanced territorial development

D.4.5.3 Training Programme

1 January 2022- 30 June 2022

MADE IN-LAND Project

(Id 10048184)

| | |
|--------------------|---|
| WP 4: | Development and testing of an action plan for inland areas valorisation |
| Activity 4.5.: | Development of Virtual Ecomuseums |
| Deliverable 4.5.3: | Training Programme |
| PP in charge: | PP1 |
| PPs Involved: | PP3 |
| Status: | Final |
| Distribution: | Public |
| Date: | 30/06/2022 |

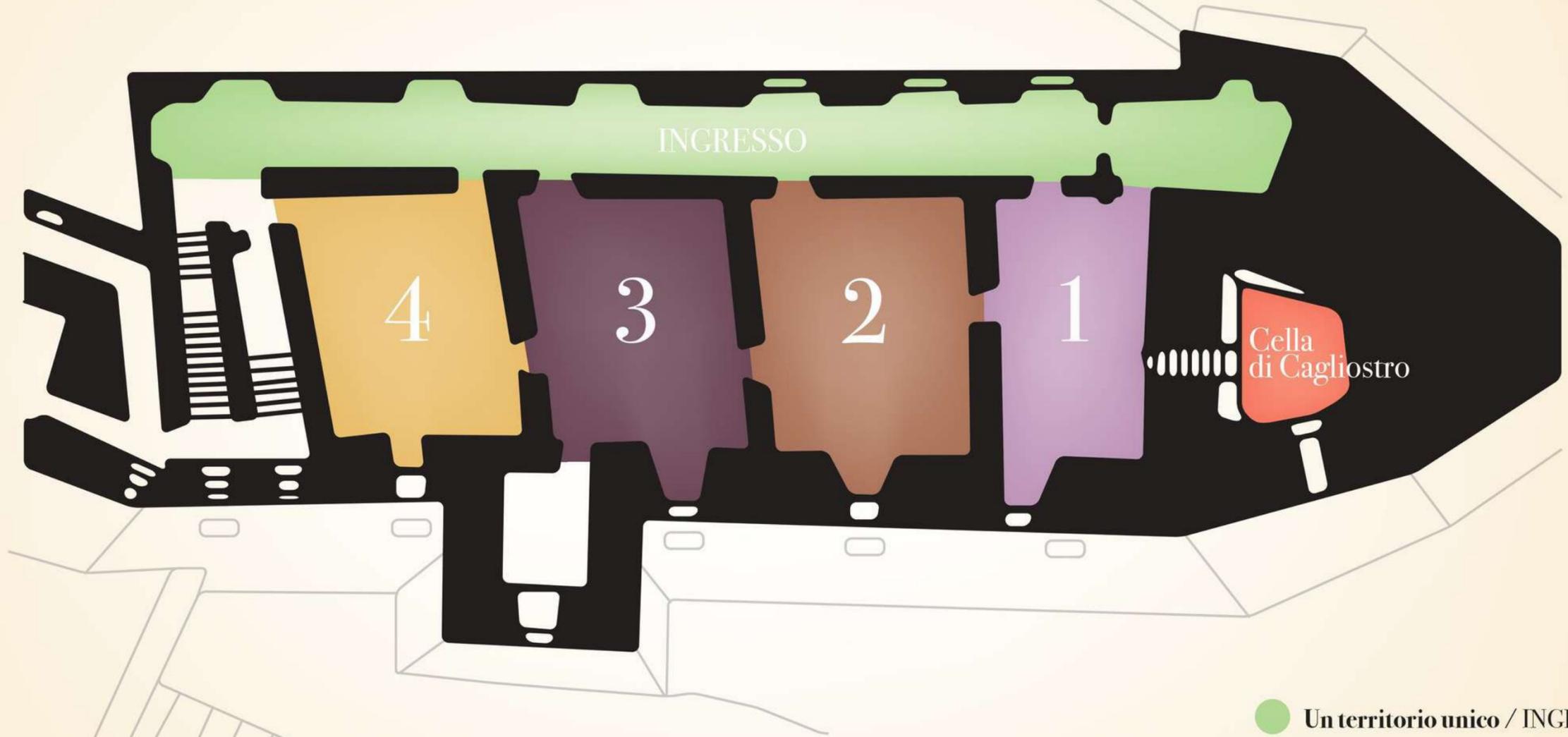


Manuale d'utilizzo EcoMuseo virtuale Musleo - San Leo



Uso e manutenzione di Musleo

Il manuale d'utilizzo di Musleo vuole aiutare le persone coinvolte attivamente nel percorso, ad un corretto utilizzo della strumentazione, al fine di preservarne caratteristiche e funzionalità nel tempo.



● Un territorio unico / INGRESSO

● Misteriosa San Leo / SALA 1

● Cella di Cagliostro

● Illustri viaggiatori / SALA 2

● Il bosco della meraviglia / SALA 3

● Un paese senza tempo / SALA 4

Piantina del museo

02.

Stanza 1

STRUMENTAZIONE

- N.1 proiettori modello OPTOMA HD29HST dotato di telecomando
- targa a sfioro in rame per attivazione delle proiezioni
- tende in velluto sintetico di cui alleghiamo a parte la certificazione (pagina 16)
- Amplificatore professionale PDA-B1000 installato nel mobile (rack) per casse
- Cassa Tannoy D15
- mediaplayer



Stanza 2

STRUMENTAZIONE

- N.2 proiettori modello OPTOMA HD29HST dotati ognuno di telecomando
- targa a sfioro in rame per attivazione delle proiezioni
- tende in velluto sintetico di cui alleghiamo a parte la certificazione (pagina 16)
- Amplificatore professionale PDA-B1000 installato nel mobile (rack) per casse
- Cassa Tannoy D15
- mediaplayer



Stanza 3

STRUMENTAZIONE

- N.2 proiettori modello OPTOMA HD29HST dotati ognuno di telecomando
- tende in velluto sintetico di cui alleghiamo a parte la certificazione
- Amplificatore professionale PDA-B1000 installato nel mobile (rack) per casse
- n.2 Casse Apart
- tenda per la quintatura (certificazione allegata a pagina)
- n.1 Subwoofer
- tappeto in moquette (certificazione allegata)
- n.3 mediaplayer
- colonnine guidalinee
- smart TV 32" HD LED



Stanza 4

STRUMENTAZIONE

- N.6 cornici retroilluminate con fari al led
- tende in velluto sintetico di cui alleghiamo a parte la certificazione
- n.1 Cassa preamplificata Skytec
- cassapanca in legno
- lettore media player
- chiavetta USB



Certificazione tessuto quintatura

MAURO SNC DI ZAMPIERI MAURO E COLTRO M.

VIA EDELWEISS RODRIGUEZ SENIOR 15, 47924 Rimini (RN)

Telefono 0541390254 Fax 0541630049

Web www.giessescampoli.com

Email rimini@giessescampoli.com

PEC mauro.snc@legalmail.it

C.F. 02415370234 P.IVA 02415370234

CCIAA e Numero REA: RN 0252907

Spettabile

MADE OFFICINA CREATIVA EVENTI E TURISMO SOCIETA' COOPERATIVA

VIA SERPIERI 23

47921 Rimini (RN)

C.F. 03173350400

P.IVA 03173350400

| DESCRIZIONE | QUANTITÀ | IMPORTO | IVA | TOTALE |
|---|----------|---------|-----|--------|
| ART/ TL01V/330 IGNIFUGO COL NERO COMP. 60% POLIESTERE 40% POLIESTERE F.R. COD CO2218D100006 | | | | |
| CONFEZIONE TELI | | | | |

Copia analogica (PDF) della fattura elettronica. L'originale della fattura elettronica è disponibile nell'area riservata del sito web www.made-officina-creativa.com e Corriere dell'Agenzia delle entrate.

Termini di pagamento

Banca mittente

Banca: Unicredit Spa



Leistungsbeständigkeitsbescheinigung

(Zertifikat der Leistungsbeständigkeit)

Nr. 1658-CPR-3028

Gemäß der Verordnung (EU) Nr. 305/2011 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 9. März 2011 (Bauproduktenverordnung - CPR) gilt dieses Zertifikat für die Bauprodukte der Gruppe

Tuftingartikel PA mit Textilrücken (unverklebt)

textiler Bodenbelag nach EN 14041 zur Verwendung in Innenräumen

mit folgender Brandverhaltensklasse nach EN 13501-1:

C_n-s1

unverklebt oder geklebt
auf massiven, mineralischen Untergründen (Rohdichte $\geq 1350 \text{ kg/m}^3$)

hergestellt durch oder für

Vorwerk & Co. Teppichwerke GmbH & Co. KG

Kuhlmannstr. 11
31785 Hameln / Deutschland

und hergestellt im/in den Herstellwerk/en

Kuhlmannstr. 11
31785 Hameln / Deutschland

Dieses Zertifikat bescheinigt, dass alle Vorschriften über die Bewertung und Überprüfung der Leistungsbeständigkeit beschrieben im Anhang ZA der harmonisierten Norm

EN 14041:2004/AC:2006

entsprechend System 1 für die in diesem Zertifikat genannte(n) Leistung(en) angewendet werden und dass die Leistung(en) der Bauprodukte als konstant angesehen werden kann / können.

Dieses Zertifikat wurde erstmalig am 16.08.2013 ausgestellt. Es bleibt gültig, solange sich die in der harmonisierten Norm genannten Prüfverfahren und/oder Anforderungen der werkseigenen Produktionskontrolle zur Bewertung der Leistung der erklärten Merkmale nicht ändern und das Produkt und die Herstellbedingungen im Werk nicht wesentlich geändert werden, längstens jedoch bis zum **16.08.2023**. Dieses Zertifikat gilt nur in Verbindung mit der "Anlage zur Artikel-/Gruppenbeschreibung" und ersetzt die Version vom 24.04.2017.

Aachen, 16.08.2018



Dr. Alexander Siebel
(Zertifizierer)



TFI Aachen GmbH
Charlottenburger Allee 41
52068 Aachen · Deutschland
Tel: +49.241.9679 00
www.tfi-aachen.de

HRB 8157 Aachen
Geschäftsführer
Dr.-Ing. Bayram Aslan

1658-CPR-3028
17.09.2020



Anlage zur Artikel- /
Gruppenbeschreibung

Annex for the description
of articles / groups

Annexe pour la description
des articles / du groupe

1658-CPR-3028

Diese(r) Artikel / Gruppe wird charakte-
risiert durch folgende Merkmale

This article / this group is characterised
by the following features

Cet article / cette groupe présente les
caractéristiques suivantes

- Gesamtmasse 1110 - 3050 g/m²
- Gesamtdicke 4,7 - 16,0 mm
- Materialzusammensetzung /
Nutzschicht: 100 % Polyamid
(PA6/PA6.6)

- total mass 1110 - 3050 g/m²
- total thickness 4.7 - 16.0 mm
- material composition /
pile material: 100 % polyamide
(PA6/PA6.6)

- masse totale 1110 - 3050 g/m²
- épaisseur totale 4,7 - 16,0 mm
- composition de la matière /
couche d'usage: 100 % polyamide
(PA6/PA6.6)

und umfasst folgende(n) Artikel:

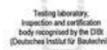
and comprises the following article(s):

et comporte l'article suivant/les articles
suivants:

Aldora
ALLEGRO
AMIRU
APEX
ARENA
ARENA
Arena texback sonic
Arena texback sonic BW
Athene
AUREL
AVELINO
BARDOLINO
Base-line
Beauty
BELLA
BELLEVUE
BELLEVUE
Bento
BINGO
BOLERO
Brescia
Bungee
Capri

Cecilia 2021
Center
College
Colour Strip
COMO
Contura Cloud texback sonic
CONTURA CLOUD texback sonic BW
Contura Creation
Contura Creation texback sonic
CONTURA CREATION texback sonic BW
Contura Design
CONTURA LEAVES
CONTURA MAP
CONTURA STRIPE
CONZANO
CORTE
Corvara
COUNTRY
CREMONA
CRYSTAL
Delano
DELIA
Dialog

Page 1 of 6



TFI Aachen GmbH
Charlottenburger Allee 41
52068 Aachen · Germany
Tel: +49.241.9679 00
www.tfi-aachen.de

HRB 8157 Aachen
Managing Director
Dr.-Ing. Bayram Aslan

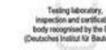
1658-CPR-3028
17.09.2020



inside Kopenhagen
inside London
inside New York
inside Paris
inside Wien
JAVA
Jetwing
LA SPEZIA
Larea
LEGANO
LEXUS
Libero
LIBERTA
Lido
LIDO
LINESS
Linfano
Longspace
Looping
Luana
Luana Limited Edition
Lyon
LYRICA
Lyrica Edition
Lyrica Limited Edition
MAGMA
Manduro
MANERBA
MATRIX
Mauro
MERIDA
Merlot
Metropole
Miami
Micro
Miramar
MODENA
MODENA DESIGN
Modesta
Mora
Myrana
N13568

NERZ
NL 100
NL 102
NL 105
NL 106
NL 107
NL 108
NL 109
NL 110
NL 123
NL 128
NL101
NOBLESSE
NOVARA
Nutria Comfort
NUTRIA MELANGE
ODINA
ONDRA
OVIEDO
Paolo
Passion 1000
Passion 1000 Modena
Passion 1001
Passion 1001 Luana
Passion 1002
Passion 1002 Nutria Melange
Passion 1003
Passion 1003 Bella
Passion 1004
Passion 1004 Conzano
Passion 1005
Passion 1005 Rondo
Passion 1006
Passion 1006 Alexis
Passion 1043
Passion 1043 Libero
Passion 1046
Passion 1046 Penta
Passion 1047
Passion 1047
Passion 1047 Miami
Passion 1047 Miami

Page 3 of 6



TFI Aachen GmbH
Charlottenburger Allee 41
52068 Aachen · Germany
Tel: +49.241.9679 00
www.tfi-aachen.de

HRB 8157 Aachen
Managing Director
Dr.-Ing. Bayram Aslan



| | |
|------------------------------------|----------------------------|
| DIALOG | FLASH |
| DIALOG | FLASH |
| Diana | FLORENZ |
| Durango | Florenz Exclusiv |
| ELARA | Foris |
| Elara # Corona | Forma |
| Elara # Sarando | Forma |
| Elara Sonic | FORMA CLASSIC |
| Elara texback sonic | FORMA CLASSIC DESIGN |
| ENJOY | Forma Design |
| Essential 1008 | Forma Design |
| Essential 1008 Rustica | Forma Design BG |
| Essential 1027 | FORMA PRESTIGE |
| Essential 1027 Arena | FORMA PRESTIGE |
| Essential 1031 | FORMA PRESTIGE DESIGN |
| Essential 1031 Foris | FORMA PRESTIGE DESIGN |
| Essential 1031 SD | FORTE |
| Essential 1031 SD Foris | Freestyle |
| Essential 1032 | FRISCO |
| Essential 1032 Punctum | FRISCO |
| Essential 1074 | FRISCO DESIGN |
| Essential 1074 Parma | Frise Uni |
| Essential 1076 | Frisea |
| Essential 1076 Cosa | FRISEA |
| Etoile | FRISEA |
| Exclusive 1009 | Frisea Design |
| Exclusive 1009 Elara | FRISEA SD |
| Exclusive 1009 Sonic | Frisea SD texback sonic |
| Exclusive 1009 Sonic Elara | FRISEA SD texback sonic BW |
| Exclusive 1009 texback sonic | FRISEA texback sonic |
| Exclusive 1009 texback sonic Elara | GALAXIA |
| Exclusive 1060 | Gamma II |
| Exclusive 1060 Safira | Gemini |
| Exclusive 1066 | GRIDEA |
| Exclusive 1066 Romance | HERMELIN |
| FEDERICO | Imola |
| FERNANDO | IMPALA |
| FINE-CORD | IMPALA DESIGN |
| FINELINE | Individual 1070 |
| FINE-LOOP | INFINITUM |
| FINESSE | inside Amsterdam |
| FLAIR | inside Berlin |



| | |
|----------------------------|----------------------------|
| Passion 1055 | SAPHIR |
| Passion 1055 Conzano Wolke | Scano |
| Passion 1075 | Scano |
| Passion 1075 Venus | Scano Design |
| Passion 1077 | Scano Design |
| Passion 1077 Gloria | Shine |
| Passion 1086 | Sigma |
| Passion 1086 Sommersprosse | SILKY |
| Passion 1091 | SINA |
| Passion 1091 Metro | Skyper |
| Passion 1093 | Soprano |
| Passion 1093 Traffic | Speed |
| Passion 1108 | STRADA |
| Passion 1109 | Superior 1007 |
| Passion 1110 | Superior 1007 Shiny |
| Passion 1133 | Superior 1012 |
| Passion 1133 Luna | Superior 1012 |
| Penta | Superior 1012 |
| PERLA | Superior 1012 |
| Pier | Superior 1012 Frisea |
| Plain-session | Superior 1012 Frisea |
| PLATA | Superior 1012 Frisea |
| PREMIUM | Superior 1012 Frisea |
| PRESTIGE | Superior 1013 |
| Profi | Superior 1013 |
| PUNCTUM | Superior 1013 |
| RAVENNA | Superior 1013 Varia |
| RELAX | Superior 1013 Varia |
| Resistent | Superior 1013 Varia |
| Riad | Superior 1014 |
| RIMINI | Superior 1014 |
| Riva | Superior 1014 |
| ROMA | Superior 1014 Varia Design |
| Rondo | Superior 1014 Varia Design |
| RONDO | Superior 1014 Varia Design |
| RUBIN | Superior 1017 |
| Rubina | Superior 1017 |
| Safira | Superior 1017 Forma Uni |
| Safira Limited Edition | Superior 1017 Forma Uni |
| SANTINA | Superior 1018 |
| SANTO | Superior 1018 |
| Saphir | Superior 1018 Forma Design |



| | |
|------------------------------|------------------------|
| Superior 1018 Forma Design | V10615/3 |
| Superior 1033 | Valletta |
| Superior 1033 Fineline | Vanessa |
| Superior 1035 | VARESE |
| Superior 1035 | VARIA |
| Superior 1035 Tremo | VARIA |
| Superior 1035 Tremo | VARIA |
| Superior 1041 | VARIA 700 |
| Superior 1041 Bella Effekt | VARIA 700 |
| Superior 1051 | VARIA DESIGN |
| Superior 1051 Contura Design | VARIA DESIGN |
| Superior 1054 | VARIA DESIGN |
| Superior 1054 Contura Design | VARIA DESIGN |
| Superior 1063 | VARIA DESIGN 700 |
| Superior 1063 Modena de Luxe | VARIA DESIGN 700 |
| Superior 1064 | Varia SD |
| Superior 1064 Lyrica | VARIA SD |
| Superior 1065 | Varia SD texback sonic |
| Superior 1065 Viola | Varia texback sonic |
| Superior 1067 | VARIA texback sonic BW |
| Superior 1067 Mira | Verona |
| Superior 1069 | Verona |
| Superior 1069 Barista | Vertigo |
| Superior 1072 | VIOLA |
| Superior 1072 Nutria Comfort | Viviano |
| Superior 1073 | VL 104 |
| Superior 1073 Lurex | VL 120 |
| Tando | VL 121 |
| TARGA | VL 122 |
| TECNO | VL 135 |
| TECNO | VL 145 |
| Terzo | VL 147 |
| Tokio | VL 157 |
| Tower | VL CAPRI |
| TREMO | VL EARTH |
| TREMO | VL ELBA |
| TREMO 900 SD | VL ETERNITY |
| TREMOSINE | VL KRETA |
| Trier | VL MIRACLE |
| Twin-velvet | VL PALMEIRA |
| UGANDA | X-CHANGE |



Diese Anlage ersetzt die Version vom 01.09.2020 und bleibt gültig, solange keine neuere Version erstellt wurde, längstens jedoch bis zum **16.08.2023**.

This annex replaces the version dated 1 September 2020 and will remain valid as long as no newer version has been issued, at the latest however until **16 August 2023**.

Cette annexe remplace la version du 01.09.2020 et demeure en vigueur aussi longtemps qu'aucune version plus récente n'a été établie, au plus tard cependant jusqu'au **16.08.2023**.

Aachen, 17.09.2020



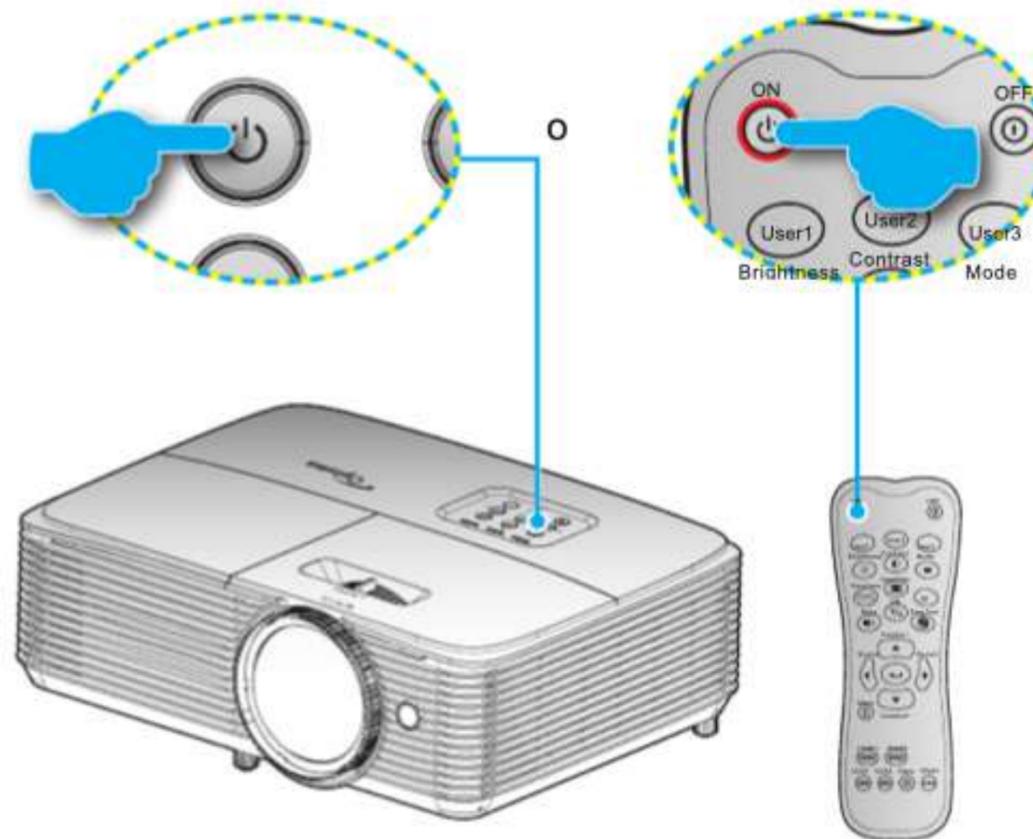
Dipl.-Ing. Cornelia Schiffer
(stellv. Leiterin der Zertifizierungsstelle /
Deputy Head of Certification Body /
responsable adjointe de l'organisme de certification)

MANUTENZIONE E UTILIZZO

IMPORTANTE - I proiettori devono essere spenti solo tramite il telecomando, e non prima che le ventole degli apparecchi si siano arrestati. Prima di togliere corrente alla fortezza accertarsi che le ventole siano ferme. Questa operazione è necessaria per evitare si danneggi la lampada o il proiettore con lo sbalzo di corrente.



Accensione/spengimento del proiettore



Il volume della casse è regolabile tramite la rotella (indicata dalla freccia) dell'amplificatore, che si trova nel mobile della strumentazione della stanza (rack). Il volume per una visione ottimale ,è stato preimpostato in ogni sistema.



Manuale Utente Base proiettori

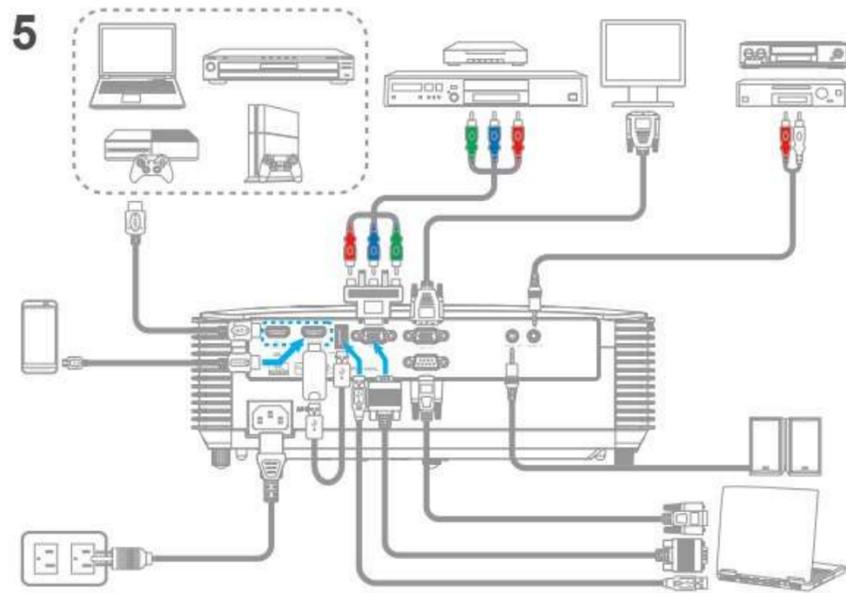
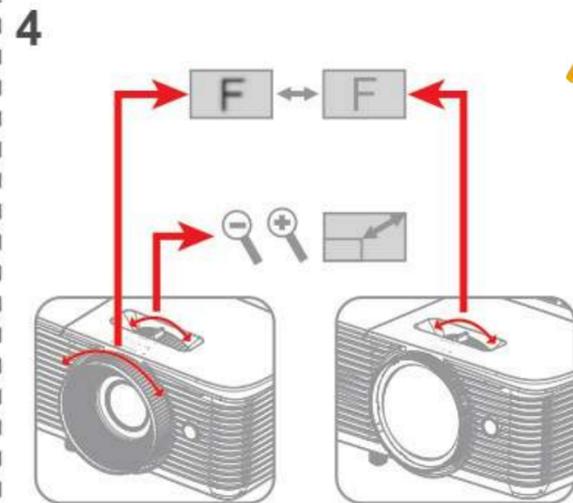
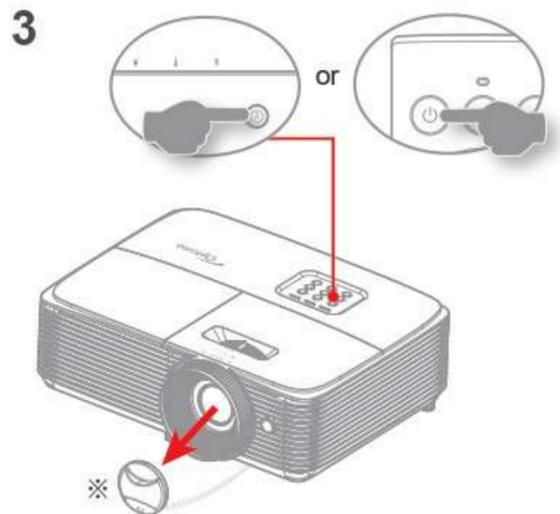
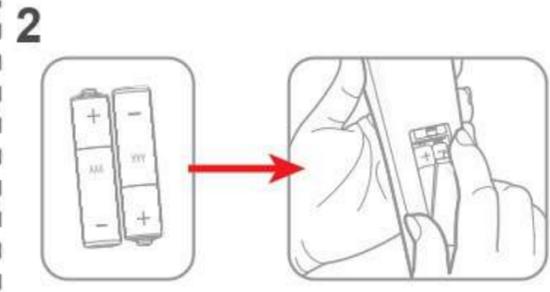
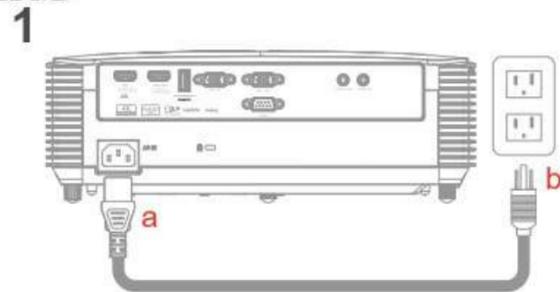
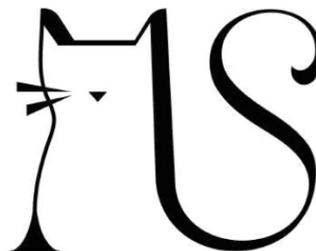
[Link per manuale d'uso on-line](#)

Tutti i proiettori presenti nel museo hanno le stesse caratteristiche tecniche, pertanto il manuale d'utilizzo e le precauzioni d'uso valgono per tutti i proiettori di tutte le stanze.



For detailed instructions, please scan the QR code or visit the URL:
<https://www.optoma.com/support/download>

Optoma



MADE
 OFFICINA CREATIVA

EN Safety information

- Before operating the projector it is essential to read the full safety information in the user manual.
- Do not block any ventilation openings.
- Do not place the projector on a flammable surface. The projector may fall over resulting in injury or the projector may become damaged.
- Do not look into straight into the projector lens during operation. The bright light may harm your eyes.
- Disconnect the power plug from AC outlet if the product is not being used for a long period of time.
- Remove battery/ batteries from remote control before storage. If the battery/ batteries are left in the remote for long periods, they may leak.
- * Use a power strip and surge protector. As power outages and surges may cause a KILL device.

Note:

- To prolong the effective life of the lamp, make sure to keep the lamp on for at least 60 seconds and avoid performing force shutdown.
- The remote control and lens cap may vary depending on the region and model. *
- For warranty information, please visit our website: www.optoma.com
- For detailed instructions, please scan the QR code or visit the URL: <https://www.optoma.com/support/download>

DE Grundlegende Bedienungsanleitung

- Sicherheitshinweise**
- Vor Inbetriebnahme des Projektors müssen Sie unbedingt alle Sicherheitshinweise in der Bedienungsanleitung lesen.
 - Blockieren Sie keine Belüftungslöcher.
 - Stellen Sie den Projektor nicht auf einen brennbaren Untergrund. Der Projektor könnte umfallen und Verletzungen verursachen oder beschädigt werden.
 - Blicken Sie im Betrieb nicht direkt in das Projektionsfeld. Das helle Licht kann Ihre Augen schädigen. Ziehen Sie den Netzstecker aus der Steckdose, wenn Sie das Produkt voraussichtlich längere Zeit nicht benutzen.
 - Entfernen Sie vor der Lagerung die Batterie(n) aus der Fernbedienung. Falls die Batterie(n) lange Zeit in der Fernbedienung verbleiben, kann es zu Lecks kommen.
 - * Verwenden Sie ein Überspannungsschutz- oder Überspannungsschutzgerät, da Stromausfälle und -spitzen und Stoßausfälle Geräte zerstören können.

Hinweis:

- Zur Verlängerung der Einsatzdauer der Lampe sollten Sie sicherstellen, dass die Lampe mindestens 60 Sekunden eingeschaltet ist. Erzwingen Sie möglichst keine Abschaltung.
- Die Objektive sind je nach Region und Modell ein optionales Zubehör.
- Garantieinformationen finden Sie auf unserer Webseite: www.optoma.com
- Für detaillierte Anweisungen scannen Sie bitte den QR-Code oder besuchen Sie die URL: <https://www.optoma.com/support/download>

DA Grundlæggende vejledning

- Sikkerhedsoplysninger**
- Før du bruger projektoren, skal du læse alle sikkerhedsoplysninger i den her brugervejledning.
 - Blocker ikke ventilationsåbninger.
 - Anbring ikke projektoren på en brændbar overflade. Projektoren kan falde, hvilket kan medføre personskader eller beskadigelse af projektoren.
 - Se ikke direkte ind i projektorens lys. Det skarpe lys kan skade dine øjne.
 - Tag strømkablet ud af stikkontakten, hvis produktet ikke skal bruges i længere tid.
 - Tag batterierne ud af fjernbetjeningen, hvis den ikke skal bruges i længere tid. Hvis batterierne efterlades i fjernbetjeningen i længere tid, kan de lække.
 - * Brug en strømspidsbryder eller en overspændingsbeskyttelse. Strømspids og strømsvigtninger kan ødelægge eller ødelægge dele af projektoren.

Bemærk:

- For at forlænge lampens effektive levetid, skal du sørge for at holde lampen tændt i mindst 60 sekunder og undgå at bryde en nedlukning.
- Linsestøvet er et tilbehør, som afhænger af område og model.
- For garantioplysninger henvises til vores website: www.optoma.com
- For yderligere instruktioner, bedes du scanne QR-koden eller besøge websiden: <https://www.optoma.com/support/download>

IT Manuale dell'utente di base

- Informazioni sulla sicurezza**
- Prima di utilizzare il proiettore, è fondamentale leggere tutte le istruzioni di sicurezza contenute nel manuale dell'utente.
 - Non ostruire le fessure di ventilazione.
 - Non collocare il proiettore su una superficie infiammabile. Il proiettore potrebbe cadere, causando lesioni o danni al proiettore stesso.
 - Non guardare direttamente nello obiettivo del proiettore durante l'uso. La luce accecante potrebbe danneggiare la vista.
 - Scollegare la spina dalla presa di corrente CA se il prodotto non è usato per periodi prolungati.
 - Rimuovere le batterie dal telecomando prima di metterlo in conservazione. Se si lasciano le batterie nel telecomando per lunghi periodi, potrebbero essere danneggiate.
 - * Utilizzare un dispositivo di protezione contro le sovratensioni in quanto le interruzioni e gli scatti di corrente possono danneggiare i dispositivi.

Nota:

- Per aumentare la durata effettiva della lampada, assicurarsi di tenere accesa la lampada per almeno 60 secondi ed evitare di dover eseguire uno spegnimento forzato.
- Il copriobiettivo è un accessorio opzionale a seconda della regione e del modello.
- Per informazioni sulla garanzia, visitare il nostro sito web: www.optoma.com
- Per istruzioni dettagliate, eseguire la scansione del codice QR o visitare l'URL: <https://www.optoma.com/support/download>

FI Peruskäyttöopas

- Turvallisuustiedot**
- On hyvin tärkeää lukea tämän käyttöoppaan täydelliset turvallisuustiedot ennen projektorin käyttöä.
 - Älä tallin tuleksua kukaan.
 - Älä sijoita projektoria epävakaisalle alustalle. Projektori voi kaatua ja aiheuttaa vamman tai projektori voi vaurioitua.
 - Älä katso suoraan projektoria silmilläsi käyttön aikana. Kiihas valo saattaa vahingoittaa silmiäsi.
 - Irrota virtajohto virtalähteenstä, jos lähtettä ei käytetä pitkään aikaan.
 - Poista paristo(t) kaukosäätimestä ennen varastointia. Jos paristo(t) jätetään kaukosäätimessä pitkiksi ajoiksi, ne voivat vuotaa.
 - * Käytä jatkoojtoa jalka ylijännitesuojas. Virtakatkot ja jännitteen laskut voivat rikkoa laitteita.

Huomautus:

- Pidentäkseen lampun käyttöikä, varmista, että projektorilamppu päällä vähintään 60 sekuntia ja vältä pakotetun sammutuksen suorittamista.
- Linsinsuojus on valinnainen lisävaruste alueen ja mallin mukaan.
- Katso tarkat tiedot verkkosivostamme: www.optoma.com
- Voit katsoa tarkemmat ohjeet skannaamalla QR-koodin tai käynnistää seuraavassa osuudessa: <https://www.optoma.com/support/download>

CZ Základní uživatelská příručka

- Bezpečnostní informace**
- Před používáním projektoru je nezbytné si přečíst veškeré bezpečnostní informace v této uživatelské příručce.
 - Neokluďte větrací otvory.
 - Přístroj neskladujte na hořlavém místě. Projektor by se mohl spadnout a mohlo by dojít ke zranění nebo k poškození projektoru.
 - Během provozu se nedívejte přímo do optiky projektoru. Jasná světla může poškodit zrak.
 - Neopouštějte světlo delší dobu používání, odpojte zástrčku napájecího kabelu z elektrické zásuvky.
 - Před uložením vylučte baterie z dálkového ovladače. Pokud jsou baterie ponechány delší dobu v ovladači, může dojít k jejich vytečení.
 - Použijte protispožární kabel nebo přerušovač proudů. Výpadky napájení a dlouhodobé období bez užití zařízení zničí.

Poznámka:

- Aby se prodloužila účinná životnost lampy, nechte ji rozsvíceno alespoň 60 sekund a nuceně ji nehasněte.
- Krytka objektivu je volitelné příslušenství v závislosti na regionu a modelu.
- Informace o záruce jsou k dispozici na našich webových stránkách: www.optoma.com
- Podrobné pokyny získáte skenováním kódu QR nebo přejděte na webovou adresu: <https://www.optoma.com/support/download>

NL Basishandleiding

- Veiligheidsinformatie**
- Voordat u de projector bedient, is het belangrijk dat u de volledige veiligheidsinformatie in de handleiding leest.
 - De ventilatiegaten niet blokkeert.
 - Plaats de projector niet op een ontvlambare ondergrond. De projector kan vallen en letsel of schade aan de projector veroorzaken.
 - Kijk tijdens het gebruik niet direct in de projector's lens. Het heldere licht kan uw ogen beschadigen.
 - Trek de stekker van de voedingskabel uit het stopcontact als u het product gedurende langere tijd niet gebruikt.
 - Verwijder de batterijen uit de afstandsbediening voordat u deze opbergt. Als u batterijen gedurende langere tijd in de afstandsbediening laat zitten, kunnen ze lekken.
 - Gebruik een stroomonderbreker of een overspanningsbeveiliging om dat stroomuitval en verbranding kan voorkomen. BESCADIGEN.

Opmerking:

- Voor het verlengen van de effectieve levensduur van de lamp, moet u ervoor zorgen dat de lamp tenminste 60 seconden aan blijft en moet u het uitvoeren van geforceerde uitschakeling vermijden.
- De lensdop is een optioneel accessoire afhankelijk van regio en model.
- Ga voor garantiegegevens naar onze website: www.optoma.com
- Voor gedetailleerde instructies kunt u de QR-code scannen of gaan naar de URL: <https://www.optoma.com/support/download>

ES Manual del usuario básico

- Información de seguridad**
- Antes de operar el proyector, es esencial leer toda la información de seguridad del manual del usuario.
 - No bloquee ninguna abertura de ventilación.
 - No coloque el proyector sobre una superficie inflamable. El proyector puede caerse, provocando daños a personas o al proyector.
 - No mire directamente a la lente del proyector durante su funcionamiento. La luz brillante podría dañar los ojos.
 - Desconecte el enchufe de alimentación de la toma de pared CA si no se va a utilizar el producto durante un período prolongado de tiempo.
 - Extraiga la batería(s) del mando a distancia antes de almacenarlo. Si la(s) batería(s) permanecen en el mando a distancia durante períodos prolongados de tiempo, se podrían producir fugas.
 - * Utilice un dispositivo de protección contra sobretensiones. Los sobretensiones y caídas de tensión pueden dañar los dispositivos.

Nota:

- Para prolongar la vida útil de la lámpara, asegúrese de mantener la lámpara encendida durante al menos 60 segundos y evitar realizar un apagado forzoso.
- La tapa de la lente es un accesorio opcional que depende de la región y el modelo.
- Para obtener información sobre la garantía, visite nuestro sitio web: www.optoma.com
- Para instrucciones detalladas, escanee el código QR o visite el URL: <https://www.optoma.com/support/download>

FR Manuel d'utilisation de base

- Informations de sécurité**
- Avant d'utiliser le projecteur, il est essentiel de lire la totalité des informations relatives à la sécurité dans le manuel d'utilisation.
 - Ne bloquez aucune des ouvertures destinées à la ventilation.
 - Ne placez pas le projecteur sur une surface inflammable. Le projecteur pourrait tomber, provoquant des blessures ou des dégâts matériels.
 - Ne fixez pas du regard l'objectif du projecteur et n'oubliez pas de ne pas regarder directement dans la lumière vive pendant son utilisation.
 - Débranchez la prise d'alimentation de la prise de courant si vous n'utilisez pas le produit pendant une durée prolongée.
 - Retirez la (les) pile(s) de la télécommande avant stockage. Si des piles restent dans la télécommande pendant une durée prolongée, elles peuvent fuir.
 - Utilisez un dispositif de protection contre les surtensions, car les courants de court-circuit et les chutes de tension peuvent détruire les appareils.

Remarque:

- Pour prolonger la durée de vie effective de la lampe, assurez-vous de laisser la lampe allumée pendant au moins 60 secondes et d'éviter l'arrêt forcé.
- Le protège-objectif est un accessoire optionnel en fonction de la région et du modèle.
- Pour des informations sur la garantie, veuillez vous rendre sur notre site Web: www.optoma.com
- Pour des instructions détaillées, veuillez numériser le code QR ou accéder à l'URL: <https://www.optoma.com/support/download>

HU Alapszintű használati utasítás

- Biztonsági információ**
- A levető működésé előtt elengedhetetlen, hogy elővassa a használati útmutató teljes biztonság információit.
 - Ne zárolja el a szellőzőnyílásokat.
 - Soha ne helyezze a levetőt látható felületre! A levető leeshet, ami személyi sérülést vagy a levető károsodását okozhatja.
 - A levető működése közben ne nézzen közvetlenül a levetőbe. Az erős fény szemsérülést okozhat. Amennyiben a levetőt előrehabilitálni hosszabb ideig nem fogja használni, húzza ki a váltóáramú (AC) csatlakozóaljzatból.
 - Vegye ki a tápellátást a tápellátásból, mielőtt eltárolná a készüléket. Ha az elemeket sokáig a tápellátáson hagyja, szivároghatnak.
 - * Használjon hőszabályozó és/vagy túlfeszültség-védelmet. Mivel az áramkimaradások és részleges áramok TÖRÖKRETEK az eszközöket.

Megjegyzés:

- Ha azt szeretné, hogy a lámpa minél tovább működésképes maradjon, hagyja bekapcsolva legalább 60 másodpercig, és lehetőleg ne kényszerítse kikapcsolásra.
- A lencsevédő sapka egy opcionális tartozék az adott régióhoz és készülékhez függően.
- A garancia/kapcsolatszámunkért látogasson el a következő webhelyre: www.optoma.com
- A részletes utasításokért olvassa le a QR-kódot, vagy látogasson el a következő URL-címre: <https://www.optoma.com/support/download>

Note:

- To prolong the effective life of the lamp, make sure to keep the lamp on for at least 60 seconds and avoid performing force shutdown.
- The remote control and lens cap may vary depending on the region and model. *
- For warranty information, please visit our website: www.optoma.com
- For detailed instructions, please scan the QR code or visit the URL: <https://www.optoma.com/support/download>

Basic user manual



www.optoma.com

www.optoma.com

PL Podstawowy podręcznik użytkownika

Informacje dotyczące bezpieczeństwa

- Przed rozpoczęciem używania projektora należy przeczytać wszystkie informacje dotyczące bezpieczeństwa zawarte w podręczniku użytkownika.
- Nie wolno blokować otworów wentylacyjnych.
- Nie wolno stawiać projektora na niestabilnym powierzchni. Mogło by to doprowadzić do jego upadku, a skutki mogą okazać się fatalne dla lub uszkodzenie produktu.
- Nie wolno patrzeć bezpośrednio w obiektyw działającego projektora. Włókna jasnego światła może zaszkodzić wzrok.

Jestli urządzenie nie będzie używane przez dłuższy czas, należy odłączyć wtyczkę zasilającą od gniazda elektrycznego.

- Przed schowaniem pilota należy wyjąć z niego baterie/baterie. Pozostawienie baterii w pilocie na dłuższy czas mogłyby doprowadzić do jej/l ich uszkodzenia.
- *Zastosowanie wtyczki zasilającej USB zabezpiecza przed udarami, polekawką prądowu w zasilaniu oraz spadki napięcia mogą spowodować ZNISZCZENIE urządzenia.

Uwaga:

- W celu wyłączenia akcesu z wywołania lampy należy włączyć ją na co najmniej 60 sekund i uniknąć wymuszonego wyłączenia.
- Pokrywa obiektywu to akcesorium opcjonalne, które zależy od regionu i modelu
- Informacje o gwarancji można znaleźć w witrynie: www.optoma.com
- Aby uzyskać szczegółową instrukcję, zeskanyj kod QR lub przejdź pod adres URL: <https://www.optoma.com/support/download>

EL Βασικό εγχειρίδιο χρήστη

Πληροφορίες ασφαλείας

- Πριν από την χρήση του προτζέκτορα, το προβολέα είναι αναγκαίο να διαβάσετε σχολαστικά την πληροφορίες ασφαλείας στο αρχικό βιβλίο χρήστη.
- Μην εφοδιάστε τις τριπλικές πρίζες με περισσότερα από 3 συρτάκια.
- Μην τοποθετείτε τον προβολέα πάνω σε ασταθή επιφάνεια. Ο προβολέας μπορεί να πέσει και να προκαλέσει τραυματισμούς ή να πέσει πάνω ή να προκαλέσει.
- Μην κοιτάτε απευθείας το φως του προβολέα κατά τη διάρκεια της λειτουργίας του. Το έντονο φως μπορεί να βλάψει τα μάτια σας.
- Αποσυνδέστε το φως προεσοδίας από την πρίζα αναλογισμένου προεσοδίας πριν χρησιμοποιήσετε το προϊόν για μεγάλο χρονικό διάστημα.
- Αφαιρέστε τη μπαταρία/μπασρίες από το τηλεχειριστήριο πριν από την αποθήκευσή η. Αν οφραστεί τη μπαταρία/μπασρίες από το τηλεχειριστήριο για μεγαλύτερες χρονικές περιόδους, μπορεί να προκαλέσει βλάβη.
- *Χρησιμοποιήστε τοκλήριβο ή διπλό ή τριπλό σπαστικό από υπερωστή, διαφορετικές προεσοδίας και ρεύματά τάσης μπορεί να ΚΑΤΑΣΤΡΕΦΟΥΝ το μηχάνημα.

Επισημύσεις:

- Για να επιτύχετε την πραγματική διάρκεια ζωής της λάμπας, βελτιστοποιήστε ότι διατηρείτε τη λάμπα αναμμένη για 60 δευτ. το μέγιστο και αποβλήτε τις αναγκασιώτα κλίμακα.
- Το κλίμακα φως είναι ένα προαιρετικό αξεσουάρ αναλόγα με την περιοχή και το μοντέλο.
- Για πληροφορίες σχετικά με την τυμβήση, επισκεφτείτε τον ιστότοπο: www.optoma.com
- Για λεπτομερείς οδηγίες, παρακάτω σπαστικό τον κώδικα QR ή επισκεφτείτε τη διεύθυνση URL: <https://www.optoma.com/support/download>

RO Manual de utilizare de bază

Informații privind siguranța

- Înainte de a utiliza proiectorul, este esențial să citiți informațiile complete privind siguranța din manualul de utilizare.
- Nu blocați orificiile de ventilație.
- Nu așezați proiectorul pe o suprafață instabilă. Este posibil ca proiectorul să se răstoarne, provocând vătămări sau dețetarea sa.
- Nu priviți direct în lumina proiectorului în timpul utilizării. Stăruirea intensă vă poate afecta ochii.
- Dacă nu utilizați produsul o perioadă mai îndelungată, scoateți țiga de alimentare din priză de o.a.
- Scoateți bateriile/bateriile din telecomandă înainte de depozitare. Dacă a bateriile/bateriile rămân în telecomandă pe un timp îndelungat, acestea pot produce o arsură.
- * Utilizați un plug pentru multiplu și/sau un dispozitiv de protecție la supraîncălzire. Deoarece rețeaua de curent sau obiectele de la linie pot DETERIORA sever dispozitivul.

Notă:

- Peștia a prelungi durata de funcționare electivă a lămpii, asigură-vă că mențineți lampa aprinsă timp de cel puțin 60 de secunde înainte a avea efectuarea procedurii de închidere forțată
- Carcasa lămpii este accesoriu opțional în funcție de regiune și model.
- Peștia informații referitoare la garanție, viztați site-ul nostru: www.optoma.com
- Peștia instrucțiuni detaliate, scanați codul QR sau viztați URL-ul: <https://www.optoma.com/support/download>

TR Temel kullanım kılavuzu

Güvenlik bilgileri

- Projeör kullanmadan önce kullanım kılavuzunda tüm güvenlik bilgilerini okumayı gerektir.
- Herhangi bir hava akımına açıklığı kapatmayı.
- Projeörü sabit olmayan bir yüzeye yerleştirmeyin. Projektör devriliyarsa neden olabilir veya hasar görebilir.
- Çalışma sırası nda projektör menajine doğrudan bakmayın. Bakış, gözlemlenir ve zarar verebilir.
- Ürün uzun bir süre kullanılmayacaksa, güç fişini elektrik prizinden çekin.
- Depozitadan önce, uzaktan kumandadan pil/bataryı çıkarın. Pillerler uzaktan kumandada uzun süre bırakılrsa suzulu yaraşabilir.
- * Bir saat için uzatma kablosu veya gelirim dağıtım masası koruyucu kullanın. Güç kesintileri ve gelirim dağılımları aygıtta ciddi zarar verebilir.

Not:

- Lambanın etkin ömrünü uzatmak için, lambayı en az 60 saniye boyunca yanar durumda tutunuz uzatmadan ve zorla kapatma gerektirmeyen şekilde kapatınız uzatmadan emin olun.
- Mercek kapaklı bölgeye ve modele bağlı olarak farklı bölge için aksesuarlar.
- Garanti bilgileri için lütfen web sitemizi ziyaret edin: www.optoma.com
- Ayrıntılı yönergeler için lütfen QR kodunu tarayın veya şu adresi ziyaret edin: <https://www.optoma.com/support/download>

ID Panduan pengguna dasar

Petunjuk keselamatan

- Sebelum mengoperasikan proyektor, baca petunjuk keselamatan dalam panduan pengguna secara teliti.
- Jangan blokir ventilasi apa pun yang terdapat.
- Jangan letakkan proyektor pada permukaan yang tidak rata. Proyektor dapat terjatuh sehingga menimbulkan cedera atau kerusakan pada proyektor.
- Jangan lihat lensa proyektor secara langsung selama pengoperasian berlangsung. Cahaya terang dapat membahayakan mata Anda.
- Matikan kontrol daya dan stopkontak AC jika produk tidak akan digunakan dalam waktu lama.
- Lepas baterai dari remote control sebelum menyimpan. Jika baterai tertinggal di dalam remote control dalam waktu lama, baterai dapat bocor.
- *Gunakan kabel kabel data atau pelindung objekkan listrik. Karena terputus nya aliran dan pemadaman listrik dapat MERUSAK perangkat.

Catatan:

- Untuk memperpanjang masa pakai elektrolamp, pastikan lampu menyala minimum 60 detik dan jangan matikan lampu secara paksa.
- Tutup lensa merupakan aksesori opsional bergantung pada kawasan dan model.
- Untuk informasi garansi, silakan kunjungi situs web kami: www.optoma.com
- Untuk instruksi rinci, silakan pinhai kode QR atau kunjungi URL: <https://www.optoma.com/support/download>

PT Manual do usuário básico

Informações de segurança

- Antes de operar o projetor é essencial ler as informações de segurança completas no manual do usuário.
- Não bloquear quaisquer aberturas de ventilação.
- Não colocar o projetor em uma superfície instável. O projetor pode cair resultando em ferimentos ou o projetor pode se danificar.
- Não olhe para dentro para a lente do projetor durante a operação. A luz brilhante pode prejudicar seus olhos.
- Retire o plugue de alimentação elétrica da tomada CA se o produto não for usado por um longo período.
- Remova a bateria/pilhas do controle remoto antes do armazenamento. Se a bateria/baterias forem deixadas no controle remoto por longos períodos, elas podem vazar.
- *Use um fito de linha e ou estabilizador. Como falta de energia e saídas manom podem matar dispositivos.

Nota:

- Para aumentar a vida útil da lâmpada, certifique-se de manter a lâmpada ligada durante pelo menos 60 segundos e evitar o desligamento forçado.
- A lâmpa da lente é um acessório opcional, dependendo da região e do modelo.
- Para obter informações sobre a garantia, visite o nosso website: www.optoma.com
- Para instruções detalhadas, consulte a leitura do código QR ou visite o URL: <https://www.optoma.com/support/download>

NO Grunnleggende brukerhåndbok

Sikkerhetsinformasjon

- Det viktig å du leser all sikkerhetsinformasjonen i bruksanvisningen før du bruker projektoren.
- Ikke blokkere ventilasjon åpningene.
- Ikke plasser projektoren på et ustøtt underlag. Projektoren kan velt, noe som kan føre til personskade eller skade på projektoren.
- Ikke se inn rett inn i projektoren under bruk. Det skarpelyset kan skade synene.
- Ta størstepått å avstrøkontakten densom produktet ikke skal brukes over en langre periode.
- Plum batteribatterier fra fjernkontrollen før oppbevaring. Hvis batterier/batteriene ligger igjen i fjernkontrollen over langre periode, kan de lekkle.
- *Bruk strømlinse eller overspenningsvern. Strømbrudd og spenningsfall kan ødelegge enheter.

Obs:

- Før å forlænge den effektive levetiden på lampen må du sørge for at den holdes på i minst 60 sekunder og unngå tvungen avslåing.
- Linseskydet er tilleggssubstans, avhengig av region og modell.
- Du finner garantinformasjon på vår nettside: www.optoma.com
- Du finner detaljerte instruksjoner ved å skanne QR-koden eller besøke følgende nettsadresse: <https://www.optoma.com/support/download>

RU Основное руководство по эксплуатации

Информация по технике безопасности

- Перед началом эксплуатации проектора важно прочесть полную информацию по технике безопасности в руководстве по эксплуатации.
- Не закрывайте вентиляционные отверстия.
- Не ставьте проектор на неустойчивую поверхность. В случае падения проектор может нанести травму пользователю или впасть на строя.
- Во время работы проектора не смотрите прямо в объектив. Яркое лучение вредно для глаз.
- Если проектор не используется в течение длительного времени, отключайте питание от проектора.
- Перед отключением из хранения выключите аккумулятор/батарейки на пульте дистанционного управления. Длительное оставление в пульте дистанционного управления батарейки или аккумулятора могут протечь.
- *Используйте удлинитель-разветвитель и (или) стабилизатор напряжения, т.е. аварийное отключение электроэнергии и падение напряжения в сети могут стать причиной ПОЛОЖИИ угрозости.

Примечание:

- Для увеличения срока эксплуатации лампы следите за тем, чтобы она оставалась включенной как минимум 60 секунд, и старайтесь не производить принудительное выключение.
- Крышка объектива является дополнительной принадлежностью, которая поставляется в зависимости от региона и модели.
- Сведения о гарантии представлены на нашем веб-сайте: www.optoma.com
- Для просмотра подробной инструкции сканируйте QR-код или перейдите по ссылке: <https://www.optoma.com/support/download>

SV Grundläggande bruksanvisning

Säkerhetsinformation

- innan du använder projektoren är det viktigt att du läser igenom all säkerhetsinformation i bruksanvisningen.
- Blockera inte några ventilationsöppningar.
- Placera inte projektorn på en ostadigt yta. Projektorn kan falla ner och skadas eller orsaka personskador.
- Trikt inte rakt in i projektorn under användning. Det starka lyset kan skada dina ögon.
- Dr ut strömkontakten från eluttaget om produkten inte ska användas under en längre tidsperiod.
- Ta ut batterier/batterier från fjernkontrollen innan den förvaras. Batterier/batterierna kan börja läcka om de lämnas i fjernkontrollen under långa tidsperioder.
- *Använd ett grenuttag och/eller överspänningskydd. Detta eftersom strömavbrott och elanslutningar kan förstöra enheten.

Obs!

- För att förlänga lampans effektiva livstid se till att lampan är påslagen i minst 60 sek under och undvik att tändas/vsuta.
- Linskyddet är ett valfritt tillbehör beroende på region och modell.
- För garantinformaion, vänligen besök vår webbplats: www.optoma.com
- För ytterligare information, skanna QR-koden eller besök hemsidan: <https://www.optoma.com/support/download>

VI Sô hướng dẫn sử dụng cơ bản

Thông tin an toàn

- Trước khi sử dụng máy chiếu, nhất thiết phải đọc thông tin an toàn đầy đủ trong số hướng dẫn sử dụng.
- Không chặn các lỗ thông khí.
- Không đặt máy chiếu trên bề mặt không ổn định. Máy chiếu có thể rơi làm chấn thương hoặc máy chiếu có thể bị hỏng.
- Không nhìn thẳng vào ống kính máy chiếu trong khi sử dụng. Ánh sáng chói có thể gây hại mắt của bạn.
- Ngắt pinch cắm khỏi ổ cắm AC nếu không sử dụng sản phẩm trong thời gian dài.
- Tháo (áo) cục pin ra khỏi dây điều khiển từ xa trước khi cất giữ. Nếu (áo) cục pin vẫn còn giữ lại trong điều khiển từ xa trong thời gian dài, chúng có thể rò rỉ.
- *Sử dụng bộ ổ cắm điện và/hoặc bộ chống sốc điện. Vì các sự cố cấp điện hoặc yếu nguồn có thể LÀM HỒNG các thiết bị.

Lưu ý:

- Để kéo dài tuổi thọ hiệu quả của đèn, đảm bảo giữ đèn bật trong ít nhất 60 giây và tránh tắt máy chiếu đột ngột.
- Ốp ống kính là phụ kiện tùy chọn tùy khu vực và mẫu máy.
- Để biết thông tin bảo hành, vui lòng truy cập trang web: www.optoma.com
- Để biết hướng dẫn chi tiết, hãy quét mã QR hoặc truy cập URL: <https://www.optoma.com/support/download>

MUS

MADE

OFFICINA CREATIVA

TC 基礎使用手冊

安全資訊

- 在操作投影机之前，請務必詳閱使用手冊中的完整安全資訊。
- 請勿堵塞任何通風口。
- 請勿將投影机放在不穩定的表面上。投影机可能會翻覆並導致人員受傷或設備受損。
- 在操作投影机期間請勿直视投影机鏡頭。強光可能會導致失明。
- 若長時間不使用產品，請拔掉 AC 插座的電源插頭。
- 在存放產品前請取出遙控器中的電池。若長時間將電池留在遙控器中，可能會發生漏液情形。
- *請使用電源延長線和/或交流保護器。否則電壓和電流不足可能會導致裝置受損。

附註:

- 若要延長燈泡的有效使用壽命，請確定燈泡維持時間至少 60 秒並避免頻繁開關。
- 視地區和型號而定，鏡頭蓋為選購配件。
- 如需保留資訊，請造訪我們的網站：www.optoma.com
- 如需詳細說明，請掃描 QR 碼或造訪網址：<https://www.optoma.com/support/download>

JA 基本ユーザーマニュアル

安全情報

- プロジェクターを操作する前にユーザーマニュアルの安全情報をすべて読んでおくことは非常に重要です。
- 換気口をふさがしないでください。
- 不安定な場所にプロジェクターを置かないでください。プロジェクターが落下し、怪我をしたり、プロジェクターが壊れたりする可能性があります。
- 操作中はプロジェクターのレンズを見つめないでください。まぶしい光が眼を傷める可能性があります。
- 製品を長期間使用しない場合、電源プラグをコンセントから外してください。
- 保管する前にリモコンから電池を取り外してください。電池を長期投入されたままにすると、漏液する可能性があります。
- *電源ストリップ、および/または、サーキットブレーカーを使用してください。停電または電圧低下により装置が破損する恐れがあります。

注:

- ランプの有効寿命を延ばすため、必ず、ランプを少なくとも60秒開オンにし、強制シャットダウンを避けてください。
- レンズキャップは、地域やモデルにより、オプションアクセサリーになります。
- 保留情報については、当社のWebサイト「www.optoma.com」をご覧ください。
- 詳しい説明については、QRコードをスキャンするか、次のURLをご覧ください: <https://www.optoma.com/support/download>

TH คู่มือผู้ใช้งานชิ้นพื้นฐาน

ข้อมูลความปลอดภัย

- ก่อนที่จะใช้เครื่องโปรเจกเตอร์ กรุณาอ่านคู่มือผู้ใช้ก่อนทุกครั้ง
- อย่าบล็อกรูระบายอากาศของโปรเจกเตอร์
- ห้ามวางโปรเจกเตอร์บนพื้นผิวที่ไม่มั่นคง โปรเจกเตอร์อาจพลิกคว่ำและทำให้บาดเจ็บ
- ห้ามมองตรงเข้าเลนส์ของโปรเจกเตอร์โดยตรง โปรเจกเตอร์อาจทำให้ตาบอด
- ห้ามมองตรงเข้าเลนส์ของโปรเจกเตอร์โดยตรงเป็นระยะเวลานาน
- ถอดแบตเตอรี่ออกจากตัวเครื่อง AC ถ้าไม่ใช้โปรเจกเตอร์เป็นเวลานาน
- ถอดแบตเตอรี่ออกจากตัวเครื่องก่อนใช้หรือก่อนเก็บข้อมูลทุกครั้งก่อน หากเก็บข้อมูล/หากหน้าจอไว้เป็นเวลานานเกินไป อาจเกิดความร้อน
- *ใช้ปลั๊กพ่วง และ/หรือ ใช้เบรกเกอร์ในการใช้งาน เพื่อความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ของคุณ ไฟฟ้าที่ผิดปกติหรือการตัดไฟกะทันหันอาจทำให้ตัวเครื่องเสียหายได้

หมายเหตุ:

- เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของหลอดไฟ โปรเจกเตอร์ควรเปิดทิ้งไว้เป็นเวลาอย่างน้อย 60 วินาที และหลีกเลี่ยงการปิดเครื่องกะทันหัน
- ฝาปิดเลนส์เป็นอุปกรณ์เสริม โปรดดูคู่มือผู้ใช้หากต้องการ
- สำหรับข้อมูลเพิ่มเติม โปรดดูที่เว็บไซต์ของเรา www.optoma.com
- สำหรับข้อมูลเพิ่มเติม โปรดดูที่ QR code หรือ URL: <https://www.optoma.com/support/download>

FA راهنمای کاربر اولیه

اطلاعات ایمنی

- قبل از شروع به کار پروژکتور، لازم است اطلاعات ایمنی موجود در این دفترچه راهنما را به طور کامل مطالعه کنید.
- جلوی شکاف های تهویه دستگاه را نگویید.
- پروژکتور را روی سطح بدون لبه گذاارید. ممکن است پروژکتور بیفتد و در نتیجه جراحت ایجاد شده یا به آن آسیب وارد شود.
- در حین کارکرد پروژکتور، مستقیماً به لنز آن نگاه نکنید. نور درخشش ممکن است به چشم‌تان شما آسیب وارد کند.
- اگر از دستگاه برای مدت طولانی استفاده نمی کنید، آن را از برق بکشید.
- قبل از نگهداری، باتری ها را از کنترل از راه دور بیرون بیاورید. اگر باتری ها برای مدت زمان طولانی در کنترل از راه دور بمانند، ممکن است نشت کنند.
- *از یک سیم سار و یا یک محافظ برق استفاده کنید. قطعی یا کاهش جریان برق می تواند باعث از کار افتادن دستگاه ها شود.

توجه:

- برای اینکه طول عمر باتری بیشتر باشد، حداً زامپ را به مدت حداقل ۶۰ ثانیه روشن نگهدارید تا به اجبار خاموش نشود.
- سسته به منطقه و مدل، درپوش لنز یک وسیله جانبی اختیاری است.
- برای اطلاع از ضمانت نامه از وبسایت ما دیدن کنید: www.optoma.com
- برای دریافت دستورالعمل های دقیق، لطفاً با QR را اسکن کنید یا از این سایت بازدید کنید: <https://www.optoma.com/support/download>

SC 基本用戶手冊

安全信息

- 操作投影机之前，務必詳細閱讀本手冊中的安全信息。
- 請勿阻塞任何通風口。
- 不要將投影机放在不平整的表面上。投影机可能會翻覆造成傷或控制板損壞。
- 工作時切勿直接視投影机鏡頭。強光可能會導致失明。
- 如果產品長期不用，應從交流插座的電源插頭。
- 存放產品前請取出電池。如果電池長時間留在遙控器內，可能會造成洩露。
- *使用電源延長線和/或電流保護器。斷電和電壓低值可能會導致設備損壞。

注意:

- 為了延長燈泡的有效壽命，燈泡点亮前請務必保持点亮至少60秒。避免強制关机。
- 視地區和型號而定，鏡頭蓋為選購配件。
- 关于保修信息，請訪問我們的網站：www.optoma.com
- 有关的詳細說明，請掃描二維碼或訪問URL：<https://www.optoma.com/support/download>

KO 기본 사용 설명서

안전 정보

- 프로젝터를 사용하기 전에, 사용 설명서에서 찾아 읽는 안전 정보 전체를 반드시 읽어보셔야 합니다.
- 환풍구를 차단하지 마십시오.
- 프로젝터를 불안정한 표면에 올려놓지 마십시오. 프로젝터가 떨어져 부상을 입거나 프로젝터가 손상될 수 있습니다.
- 작동 중에는 프로젝터 렌즈를 똑바로 쳐다보지 마십시오. 밝은 빛이 시력을 약화시킬 수 있습니다.
- 제품을 장시간 사용하지 않을 경우 전원 플러그를 AC 콘센트에서 뽑아 주십시오.
- 보관하기 전에 리모컨에서 배터리를 제거하십시오. 배터리가 장기간 리모컨에 붙어져 화연 배터 리액이 발생할 수 있습니다.
- *일일 할거 서지 보호기를 사용하십시오. 정전이나 집안 정화가 발생할경 광학을 망가뜨릴 수 있기 때문입니다.

참고:

- 램프의 수명을 연장하려면 램프를 최소 60초 동안 켜진 상태로 유지하고 강제로 끄지 마십시오.
- 렌즈 캡은 옵션 액세서리로서 지역과 모델에 따라 다릅니다.
- 보증 공하는 단서 웹사이트 www.optoma.com을 참조하십시오.
- 자세한 지침을 보려면 QR 코드를 스캔하거나 URL: <https://www.optoma.com/support/download>를 방문하십시오.

AR دليل الاستخدام الأساسي

معلومات السلامة

- من المهم قراءة معلومات السلامة الواردة في دليل المستخدم بالكامل قبل تشغيل جهاز الإسقاط.
- تجنب سد أي فتحات تهوية.
- تجنب وضع جهاز الإسقاط على سطح غير ثابت. قد يسقط الجهاز شيئاً في إصابة الأشخاص أو تلف الجهاز نفسه.
- لا تنظر إلى عدسة جهاز الإسقاط مباشرة أثناء التشغيل. إذ يؤدي الضوء الساطع إلى إلحاق الضرر بصحتك.
- قم بفصل علس الشاشة من سطح التار الشارد إذا لم يتم استخدام المنتج لفترة طويلة من الوقت.
- احرص على إزالة البطارية أو البطاريات من وحدة التحكم من بعد كل التفرين. فقد تتسرب مادة البطارية أو البطاريات إذا أركبت في وحدة التحكم من بعد لفترة زمنية متتدة.
- *استخدم جهاز 서جتي حماية من نذاتذب التيار وجهاز حماية من نذاتذب التيار. فقد تحدث زيادة أو انخفاض مفاجئ في التيار الكهربائي يتسبب في تلف الأجهزة.

ملاحظة:

- إزالة العفر الظلي المعساج، احرص على إبقائه مضاء لمدة 1۰۰ ثانية على الأقل وتجنب إيقاف تشغيله بالقرع.
- غطاء العدسة من الملحقات الاختيارية حسب منطقة التراء والطراز.

- للحصول على المزيد من المعلومات حول ضمان المنتج، زارة موقعنا على الإنترنت www.optoma.com
- للحصول على إرشادات تفصيلية يرجى مسح رمز QR زيارة موقع الويب: [https://www.optoma.com/support/downlad](https://www.optoma.com/support/download)





Dati Articolo

| | |
|---------------|---------------------------|
| Codice | 1191760300 |
| Descrizione | NO FIRE 9176 VELLUTO COL. |
| Composizione | Poliestere F.R. 100% |
| Tipo Imballo | FWT |
| Stock Service | ✓ |

Test su Tessuto

| | |
|--------------------------------|------|
| Resistenza alla luce | 0.00 |
| Resistenza al lavaggio | 0.00 |
| Resistenza allo sfregamento | 0.00 |
| Stabilita' dimensionale catena | 0.00 |
| Stabilita' dimensionale trama | 0.00 |

Dati Tessuto

| | |
|-------------------------|------|
| Ordito | |
| Fili al cm. | 0 |
| Trame | |
| Inserzioni medie al cm. | 0.00 |
| Tinto | |
| Rapporto Verticale | 0 |
| Rapporto Orizzontale | 0 |

Certificati

| | |
|----------|---|
| Codice | |
| M1 | - |
| B1 | - |
| Classe 1 | - |
| British | - |
| American | - |
| Imo | - |

Simboli

| | | | | | | | | |
|----------|-----------|-----------|------------------|-------------|------------|-------|-------|-------|
| Lavaggio | Stiratura | Candeggio | Lavaggio a secco | Asciugatura | Centrifuga | Uso 1 | Uso 2 | Uso 3 |
| | | | | | | | | |

MANUALE PER I DIPENDENTI DI MDM | APRILE 2020

Per qualsiasi dubbio o necessità sugli
impianti e/o le strumentazioni,
potete contattarci:



Via Serpieri, 23 - 47921 Rimini

tel. 0541/55169

info@madeofficinacreativa.com

MADE IN-LAND. Management and Development of INLANDs

Axis: Environmental and cultural heritage

Specific Objective: 3.1. Make natural and cultural heritage a leverage for a sustainable and more balanced territorial development

D.4.5.3 Training Programme

1 January 2022- 30 June 2022

MADE IN-LAND Project

(Id 10048184)

| | |
|--------------------|---|
| WP 4: | Development and testing of an action plan for inland areas valorisation |
| Activity 4.5.: | Development of Virtual Ecomuseums |
| Deliverable 4.5.3: | Training Programme |
| PP in charge: | PP1 |
| PPs Involved: | PP4 |
| Status: | Final |
| Distribution: | Public |
| Date: | 30/06/2022 |

D.4.5.3 Training Programme: report sulle attività di animazione realizzate

- 1) TV promotion of the VIRTUAL ECO MUSEUM Terr@ di Passo:
<https://www.youtube.com/watch?v=Cbw77rQhIp4>
- 2) TV promotion on TGR Molise:
<https://www.rainews.it/tgr/molise/video/2022/05/mol-made-in-land-progetto-europeo-turisti-costa-matese-fortore-eco-museo-virtuale-riccia-castello-gal-molise-2000-747db13e-abc8-4184-8b25-a281aabe833f.html>
- 3) Facebook page of the Virtual ECO MUSEUM Terr@ di Passo:
<https://www.facebook.com/terradipassoriccia/>
- 4) Video realized in the framework of the Terr@ di passo VIRTUALE ECO MUSEUM:
https://www.youtube.com/channel/UCA_gTCiLywEPamZBi-Qd9JQ
- 5)