

DOCUMENTO DI PROGETTO

AUGUSTA *smart*
SOLE MARE ARTE

MARCO MICHELETTI

Sei mai stato ad Augusta, tu, Corbera? [...] «Certo; è il più bel posto della Sicilia, [..]. La costa è selvaggia, è vero, senatore? Completamente deserta, non si vede neppure una casa; il mare è del colore dei pavoni; e proprio di fronte, al di là di queste onde cangianti, sale l' Etna; da nessun altro posto è bello come da lì, calmo, possente, davvero divino. È uno di quei luoghi nei quali si vede un aspetto eterno di quell' isola che tanto scioccamente ha volto le spalle alla sua vocazione che era quella di servir da pascolo per gli armenti del sole. »¹

¹ Giuseppe Tomasi di Lampedusa, *La sirena* da I racconti, ed. Feltrinelli

Sommario

1.	IL CUORE DELL'IDEA	4
1.1.	L'IDEA PROGETTUALE	4
1.1.1	Dove.....	4
1.1.2	Analisi del contesto ed effetti di sviluppo sul territorio	6
1.1.3	Destinatari e piano marketing	7
1.1.4.	Obiettivi	9
1.2.	IL PIANO DELLE ATTIVITÀ	10
1.2.1.	Hangar	10
1.2.2	Applicazione	11
1.3.	ATTIVITA' MARINE	12
1.3.1	snorkeling	12
1.3.2	immersioni.....	13
1.4	PROMOZIONE ATTIVITÀ	14
1.5	SITO INTERNET	14
2.	LE PERSONE E LE ALLEANZE PER LO SVILUPPO DEL PROGETTO	15
2.1	il gruppo promotore.....	15
2.2	COLLABORAZIONI ED ALLEANZE	16
2.2.1	Collaborazioni.....	16
2.2.2	Alleanze	16
3.	PROSPETTI ECONOMICO-FINANZIARI E TIMELINE	17
3.1	Spese start-up.....	17
3.2	Analisi dei rientri.....	18
3.2.1	Prospetto triennale rientri	19
3.3	Prospetto di riepilogo	19
3.4	CRONOPROGRAMMA DI REALIZZAZIONE	20

1 Il cuore dell'idea

1.1 L'idea progettuale

AUGUSTA ^{smart} è un progetto di promozione turistico-culturale, che mira a valorizzare il patrimonio storico, artistico, naturalistico e di tradizioni della città di Augusta.

L'azione di valorizzazione sarà attuata mediante la realizzazione di un'applicazione in realtà aumentata² e un sistema multimediale di guide marine e terrestri, che permetteranno una più approfondita e coinvolgente conoscenza della città e delle sue attrattive.

Il progetto avrà due aree di intervento: il **mare** e la **terra**.

1.1.1 Dove

Il progetto sarà realizzato ad Augusta una città di circa 35000 abitanti in provincia di Siracusa.



Fondata da Federico II di Svevia nel 1232, da sempre ha avuto un ruolo strategico-militare importante, ne sono testimonianza, ancora oggi, alcuni tra i più significativi monumenti della città:

- **Il castello di Federico II**
- **I forti Garcia e Vittoria³**
- **La torre Avalos⁴**
- **L'hangar per dirigibili**

² La realtà aumentata è una particolare estensione della realtà virtuale. Consiste nel sovrapporre alla realtà percepita dal soggetto una realtà virtuale generata dal computer. La percezione del mondo dell'utilizzatore viene "aumentata" da oggetti virtuali che forniscono informazioni supplementari sull'ambiente reale. **PUNTO-SOFT.COM.**

³ I forti Garcia e Vittoria (1567) eretti nel Porto Megarese dal Vicerè di Toledo, riutilizzati prima come lazzaretto (1743), poi come prigione fino al 1849, ancora come lazzaretto fino al 1869 ed infine adibiti a polveriera nella seconda guerra mondiale

⁴ Torre eretta nel 1570 a difesa del porto

Il patrimonio di Augusta presenta inoltre numerose testimonianze e monumenti risalenti a diversi periodi storici:

- **Preistoria** necropoli della media età del Bronzo⁵ catacomba⁶ ed insediamenti neolitici⁷
- **Magna Grecia** Megara Iblea⁸
- **Età paleocristiana** eremo Madonna dell'Adonai e zona faro Santa Croce⁹
- **Dominazione spagnola** porta spagnola
- **Barocco** architetture civili e religiose post terremoto 1693



Anche dal punto di vista naturalistico la città offre diversi punti di interesse, uno tra i più importanti è la zona delle **ex saline**¹⁰ poste sia nei pressi del porto commerciale sia nei pressi della periferia della città (zona borgata), queste aree presentano una ricca varietà di fauna.

La città, inoltre, ha nel mare e nella sua costa uno dei punti di maggiore interesse; quasi completamente circondata dal mare presenta suggestivi tratti di scogliera a picco sul mare, insenature, golfi e spiagge, vedute e panorami di grande effetto. Di grande effetto sono i fondali ricchi di flora e fauna, cunicoli, grotte; è attestata inoltre, nelle acque antistanti il tratto di costa denominato **punta izzo**, la presenza di un relitto della seconda guerra mondiale.



⁵ Zona foce del fiume Mulinello

⁶ Di non facile datazione, in uso fino al 400 d.C.

⁷ villaggio neolitico di Punta Bonico. Zona Gisira nei pressi della foce del torrente Porcaria

⁸ Antica colonia greca fondata nel 728 a.C. da colonizzatori megaresi

⁹ Il nome deriva da una leggenda avente come protagonista Elena, madre dell'imperatore Costantino.

¹⁰ i siti delle ex saline hanno avuto il riconoscimento della Comunità Europea come area protetta "Rete Natura 2000", zona di importanza comunitaria e di protezione sociale; codice del sito: SIC ITA090014.

1.1.2 Analisi del contesto ed effetti di sviluppo sul territorio

Le istituzioni di Augusta, nonostante la presenza di questo patrimonio, non hanno mai promosso importanti iniziative atte a promuovere e stimolare un proficuo interesse turistico; uno dei principali motivi di questo mancato intervento può essere dovuto alla presenza di un importante polo Industriale, un insediamento che ha da un lato favorito una crescita economica, dall'altro ha, forse, comportato una sfavorevole associazione con la città che è conosciuta più per il suo complesso industriale che per il suo patrimonio.

Il progetto si inserisce in un difficile contesto politico-economico della città, un periodo che ha avuto nello scioglimento del comune per motivi mafiosi il suo culmine; proprio da quello che potrebbe sembrare essere il periodo più incerto della storia recente di Augusta, potrebbe partire, invece, una nuova stagione, una stagione in cui il recupero e la valorizzazione del **patrimonio artistico**, il puntare sulla **cultura** e sulle **tradizioni**, possano essere il punto di partenza di una **rinascita** non solo economica, ma anche sociale.

Gli sviluppi futuri dell'iniziativa che mira ad attirare attorno a sé il più alto numero di soggetti e costruire una rete composta dalle principali associazioni culturali, dalle attività economiche e dalle istituzioni, possono essere davvero notevoli e duraturi considerando che al momento la città non ha un proficuo ritorno turistico ed i principali siti di interesse culturale hanno un enorme potenziale di crescita.

1.1.3 Destinatari e piano marketing

Il mercato a cui è destinato il progetto è molto vasto ed eterogeneo. In particolare, per quanto concerne la sezione marina, i principali destinatari possono essere identificati in:

- **Subacquei praticanti**
- **Istruttori scuole sub didattiche PADI, FIPSAS, NASE** ¹¹
- **Membri Scuole sub**
- **Subacquei con varie disabilità (ASPH,HSA)**¹²
- **Subacquei professionisti**

I membri di questo segmento, che solo in Italia è quantificato in 500.000 praticanti, sono ben strutturati ed organizzano, appoggiandosi a strutture loro convenzionate sia nazionali che straniere, numerosi viaggi anche a carattere didattico, spesso sono membri di associazioni sportive e durante l'anno effettuano numerosi corsi, stage, incontri.

Per intercettare e coinvolgere questo segmento sono previste le seguenti azioni:

- **Creazione di pacchetti promozionali (hotel+ immersioni)**
- **Week-end esami rilascio brevetti**
- **Rilascio brevetti a prezzi scontati**

La strategia di promozione che nella prima fase sarà prioritariamente incentrata sulla ricerca e successiva stipula di convenzioni ed affiliazioni con il maggior numero di enti, associazioni, gruppi organizzati, vedrà realizzate le seguenti azioni:

- **Visite alle scuole sub ed alle associazioni sportive**
- **Visite ai gruppi subacquei delle forze dell'ordine**
- **Incontri con responsabili associazioni disabili (Unione Italiana Ciechi e degli Ipovedenti; unione italiana disabili)**
- **Interventi forum specializzati**
- **Incontri negozi di subacquea**
- **Inserzioni riviste di settore**
- **Mailing list**

Per quanto riguarda la sezione terrestre, non essendo possibile individuare un unico segmento si procederà con l'individuazione di diverse possibili tipologie di fruitori.

¹¹ Tipologie di didattiche subacquee

¹² Associazioni disabili

In primo luogo, visto il carattere educativo-multimediale dell'iniziativa, si è pensato di rivolgerci alle **scuole**, nella prima fase saranno coinvolti gli istituti più vicini ad Augusta.

Le azioni previste per coinvolgere questo segmento consistono in un programma di incontri con le segreterie degli istituti scolastici, con il Dipartimento scuola siciliano e con il Ministero della pubblica istruzione e università.

Un ulteriore mercato del progetto, che per semplificare potrebbe essere rappresentato da una tipologia di fruitore che conosce ed utilizza le più moderne tecnologie ed è interessato ad un tipo di apprendimento ed esperienza coinvolgente, è rappresentato da un turista di tipo moderno, sia nazionale che internazionale; è segmento molto eterogeneo che comprende diverse fasce d'età e diverse estrapolazioni sociali ed economiche, tuttavia ciò che identifica gli appartenenti a questo segmento è il fatto di effettuare vacanze o visite in cui gioca un ruolo importante la scoperta, la conoscenza, l'arricchimento culturale, la curiosità e la voglia di utilizzare la tecnologia; è un turista che ricerca informazioni su internet ed utilizza i principali siti per ricercare feedback, consigli, opportunità, sconti ed altro ancora; non essendo facilmente individuabile un unico mercato le azioni di marketing che verranno proposte nella prima fase si concretizzeranno, oltre che in una campagna pubblicitaria informativa atta a cercare delle possibili sponsorship con i principali giornali, anche nella ricerca di convenzioni ed affiliazioni con grandi gruppi organizzati:

- **Cral statali e grandi aziende statali e private**
- **Enti nazionali**
- **Uffici pubbliche relazioni ministeri, municipalizzate ed equiparate**
- **Segreterie circoli sportivi**
- **Palestre**
- **Hotel, villaggi turistici, b&b siciliani (entro un raggio di 80-100 km)**

In ultimo, compatibilmente con le risorse disponibili, verranno realizzate campagne pubblicitarie su **internet**, sui principali social **network** e saranno posizionati, presso alcune stazioni della metropolitana di Roma e Milano, cartelloni pubblicitari.

1.1.4 Obiettivi

Gli obiettivi del progetto, previsti in un arco temporale di 3-5 anni sono:

- **Valorizzare** il patrimonio storico, artistico e naturalistico della città
- **Rafforzare l'immagine di Augusta**
- **Creare un interesse turistico**
- **Destagionalizzare l'offerta turistica promuovendo eventi tradizionali che si svolgono durante l'anno (celebrazioni settimana santa, santo patrono della città)**

Il gruppo promotore rappresenta una ideale unione tra terra e mare, è motivato a cambiare l'immagine di Augusta e da sempre si è impegnato a realizzare iniziative di carattere sociale e culturale. E' un gruppo ricco di entusiasmo, competenza ed è pronto ad affrontare questa impresa con il massimo dell'impegno.

AUGUSTA ^{smart} è un intervento di promozione, che riprende alcune recenti esperienze italiane (Milano e Ferrara) basate sull'utilizzo della realtà aumentata come strumento di promozione cittadina, ma ne amplia la portata e l'utilizzo considerando che per la prima volta in Italia si utilizzerà una tecnologia di ultima generazione in acqua. Le novità introdotte non riguarderanno solo le attività acquatiche, anche per quanto riguarda le attività a terra, con il sistema della audioguide multimediali multilingue, si cercherà di offrire un sistema innovativo che al momento non trova molte altre esperienze analoghe.

1.2 il piano della attività

Attività a terra

L'azione di valorizzazione consisterà nella creazione di una applicazione per dispositivi multimediali che fungerà sia come strumento di ausilio alle visite ai principali punti di interesse sia come mezzo di conoscenza e pubblicità delle attività economiche presenti ad Augusta.

1.2.1 Hangar

Il punto di partenza del progetto riguarda la valorizzazione dell'Hangar per dirigibili di Augusta, una struttura imponente, una tra le poche rimaste intatte, unica struttura del genere in Italia, una tra le più maestose costruzioni in cemento armato d'Europa. Edificato nei primi anni del '900 è uno dei meglio conservati, *preziosa testimonianza sullo stato dell'arte degli inizi del Novecento e un mirabile esempio di archeologia industriale che per decenni è vissuto quasi nell'oblio*¹³



Da questo ineguagliabile monumento deve partire l'azione di promozione della città. **AUGUSTA**^{smart} vuole creare una applicazione AR (realtà aumentata) dedicata esclusivamente all'hangar ed al suo parco; grazie alla realtà aumentata sarà possibile condurre i fruitori passo dopo passo alla scoperta e conoscenza della struttura; infatti saranno realizzate diverse sezioni arricchite da fotografie, video e curiosità; l'applicazione sarà caricata su dei dispositivi multimediali¹⁴ collegati a cuffie bluetooth, creando così un accompagnatore virtuale che possa soddisfare ogni curiosità. Saranno posizionati dei marker¹⁵, oltre che nei pressi della struttura principale, anche nei pressi delle strutture attigue (con relative

¹³ "L'hangar per dirigibili di Augusta" Ilario Saccomanno

¹⁴ Apple ipad mini

¹⁵ Piccoli volantini o adesivi con impresso un particolare carattere riconosciuto dalla applicazione per consentire l'accesso ai correlati contenuti descrittivi.

descrizioni) e per finire anche agli elementi naturalistici della zona: piante, fiori, elementi del territorio.

I dispositivi multimediali funzioneranno come delle guide personali e daranno la possibilità agli utenti del servizio di poter avere uno strumento di facile consultazione e un formidabile strumento di conoscenza.

Sulla sommità dell'hangar è previsto il posizionamento di una webcam hd che inquadrerà l'intera isola di Augusta ed il relativo porto.

1.2.2 Applicazione

Tutto ciò che potrà essere utile alla conoscenza e scoperta della città sarà caricato sulla applicazione AR, le chiese, i palazzi, i beni culturali da un lato, la biodiversità

terrestre dall'altro perché quello che **AUGUSTA^{smart}** vuole proporre è una conoscenza a 360°, una conoscenza che arrivi fino alle cose più profonde e nascoste della città e che conduca i fruitori del servizio, passo dopo passo, alla scoperta di Augusta attraverso quello che Augusta offre.

L'applicazione sarà messa in vendita sui principali market (android, apple).

Vista la quantità e la tipologia dei punti di interesse ci saranno diverse sezioni; ad esempio saranno proposti percorsi legati alla storia militare, oppure alle realizzazioni barocche, oppure, a seconda della stagione, percorsi legati alla presenza di particolari fiori o frutti.



Attraverso la **geo localizzazione** si potrà conoscere in ogni momento l'esatta ubicazione dei marker (o dei punti GPS¹⁶), che consentiranno di accedere ai contenuti descrittivi relativi ai punti di interesse, questi contenuti saranno arricchiti da fotografie, video e curiosità varie. Le descrizioni saranno inoltre completate da indicazioni sulla presenza nelle vicinanze di attività produttive e/o ricettive e delle rispettive agevolazioni, promozioni o particolari eventi.

L'applicazione cercherà di evidenziare non solo le bellezze naturali ed artistiche, ma anche e soprattutto il rapporto che è presente tra la città ed i cittadini; questo sarà reso possibile dalla ricerca di storie, tradizioni e leggende cercate tra gli stessi abitanti della città, questa ricerca creerà così uno stretto rapporto tra "**storia ufficiale**" e "**storia ufficiosa**", tutto questo permetterà ai visitatori di sentirsi parte della città, **di sentirsi augustani per un giorno.**

¹⁶ Il dispositivo inquadra l'ambiente circostante, sullo schermo vengono sovrapposti, all'immagine del mondo reale, diversi contenuti legati alla posizione GPS del luogo. Un elemento fisso consente quindi di poter accedere in modo semplice e diretto a detti contenuti.

1.3. ATTIVITA' MARINE

1.3.1 snorkeling



Per gli utenti che effettueranno snorkeling è previsto l'utilizzo di un **dispositivo multimediale**¹⁷ protetto da una custodia **waterproof**¹⁸ che permetterà agli utenti di interagire e scoprire la biodiversità marina. Sarà creata una applicazione **AR**, che consentirà di avere a disposizione descrizioni, fotografie e tutto quello che potrà essere utile alla conoscenza e alla tutela di questo ambiente.

L'applicazione si caratterizzerà per l'estrema immediatezza delle ricerche: i marker, uno per ogni categoria di elemento (flora, fauna, storia, etc...) saranno posizionati sott'acqua nei pressi dei luoghi scelti per effettuare i percorsi di visita

Un utente avrà in questo modo la possibilità di scegliere, una volta iniziato il percorso in acqua, il contenuto che maggiormente stimolerà il suo interesse.

Durante l'immersione (o appena prima di entrare in acqua) sarà sufficiente inquadrare con la fotocamera del dispositivo un qualsiasi marker, questa azione consentirà di essere immediatamente indirizzati alla schermata relativa al luogo dell'immersione.

Una volta in acqua il fruitore del servizio potrà decidere in prima persona cosa approfondire tra i contenuti presenti nell'applicazione relativi a quel particolare sito.



Per esempio se si sarà scelta, come luogo dell'immersione, la zona del **Vetrano**¹⁹, oltre ai contenuti prettamente marini saranno presenti anche delle note storiche relative al luogo.

¹⁷ Apple ipod touch 5° generazione

¹⁸ Seashell SS-i5

¹⁹ Tratto della costa caratterizzato dalla presenza di una ricca varietà di flora e fauna e dalla presenza di reperti, in particolare alcuni cannoni spagnoli, risalenti a XVI secolo.

Questo sarà reso possibile grazie alla posizione GPS ed alla presenza di marker; ogni sito scelto per il percorso guidato avrà propri e specifici contenuti disponibili in diverse lingue (italiano, inglese, francese, tedesco, spagnolo, russo, cinese e per finire il dialetto siciliano).

Il dispositivo darà la possibilità di effettuare riprese video in alta definizione e fotografie; questi contenuti potranno essere condivisi, una volta terminato il percorso, sui più popolari social network.

1.3.2 Immersioni

Per quanto riguarda le immersioni con le bombole è previsto l'utilizzo di due tipologie di attrezzature subacquee che consentono di poter **comunicare sott'acqua**.

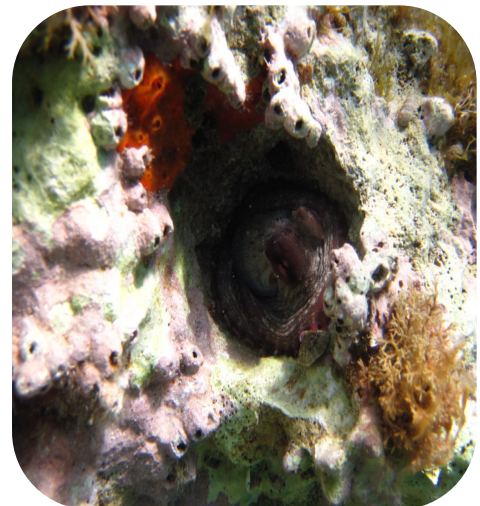
Queste attrezzature, realizzate dalla società OCEAN REEF, consentono, a seconda della tipologia scelta, di poter sia **parlare** che **sentire** ovvero solo di sentire.

La prima sarà composta da una maschera granfacciale²⁰ con integrato un trasduttore abilitato sia alla emissione sia alla ricezione.²¹

La seconda, invece, sarà composta solo da un ricevitore abilitato alla ricezione, ricevitore che potrà essere utilizzato su qualunque tipologia di maschera degli utenti.

Questo apparato si presta a diventare un formidabile strumento di educazione, conoscenza e divertimento, poiché consentirà, durante una immersione, di poter ascoltare direttamente dalla voce della guida tutto quello che ci sarà da sapere su quel particolare sito, come ad esempio la presenza di un relitto, un particolare paesaggio subacqueo o la presenza di una flora e fauna tipica.

Inoltre sarà un utilissimo strumento di supporto alle immersioni per le persone portatrici di handicap (non vedenti ed ipovedenti), in quanto permetterà un continuo contatto sonoro.



20 Particolare maschera che comprende l'intero viso della persona.

21 Solo chi è in possesso di un attestato di utilizzo potrà utilizzare questa maschera.

1.4 Promozione attività

Le aziende, gli alberghi, i ristoranti, i negozi avranno, a pagamento, uno spazio dedicato in cui sarà possibile non solo essere localizzati, ma anche creare delle vetrine virtuali dove le attività potranno far conoscere le agevolazioni, i prodotti e la disponibilità.

Ogni attività, infatti, potrà inserire offerte e promozioni create ad hoc per gli utilizzatori dell'applicazione; questo permetterà di accrescere il valore della applicazione e di consentire alle attività di aumentare la loro visibilità, oltre a rendere più accattivante e divertente lo shopping degli utenti del servizio che, grazie alla geo localizzazione, consentirà in qualunque momento di sapere l'esatta ubicazione degli esercizi.

Due saranno i canoni previsti per la pubblicità, il primo di **10€**/mese sarà riservato alle attività medio-piccole; il secondo di **20€**/mese alle grandi.

1.5 Sito internet

Il punto di raccordo delle attività sarà il sito internet. Il sito presenterà in modo chiaro e completo ed in diverse lingue tutto quello che la città proporrà a livello turistico e culturale: descrizione delle attività, i principali itinerari di scoperta, link delle strutture ricettive, promozioni ed agevolazioni delle attività produttive.

Il sito sarà diviso in due sezioni principali: una riguardante le attività marine e l'altra quelle terrestri.

Attraverso l'utilizzo di video, fotografie e descrizioni saranno presentati i principali punti di interesse.

La sezione marina non sarà incentrata solo sugli aspetti più tecnici delle immersioni, ma presenterà anche una descrizione del centro, delle attrezzature disponibili, il modo di utilizzo del dispositivo, della applicazione e del sistema di comunicazione wireless.

Saranno presenti video e fotografie dei luoghi in cui saranno effettuate le immersioni.

La sezione di terra presenterà una ricca e dettagliata panoramica di ogni elemento culturale e naturalistico della città.

2 Le persone e le alleanze per lo sviluppo del progetto

2.1 il gruppo promotore

IDEAZIONE COORDINAMENTO SVILUPPO

MARCO MICHELETTI

Membro dell'associazione Hangar team
Ha frequentato un corso di apnea didattica FIPSAS

RICERCA E SVILUPPO CONTENUTI, GESTIONE SPAZIO HANGAR

ILARIO SACCOMANNO

Laurea in fisica presso l'università di Catania. Docente di fisica e matematica applicata.

Dal 1968 al 1972 collaboratore volontario della Biblioteca e del centro servizi sociali e culturali ISES di Augusta.

Dal 1973 al 1976 fondatore del circolo di cultura cinematografica " GRUPPO '73" DI Augusta.

Dal 2005 ricopre la carica di presidente dell'associazione Hangar team di Augusta, un'associazione di volontariato onlus che ha come scopo la conservazione ed il recupero dell'Hangar per dirigibili di Augusta e del parco annesso.

Nel 2007 ha pubblicato il libro dal titolo *L'hangar per dirigibili di Augusta*.

E' membro della associazione GUARDIA COSTIERA AUSILIARIA ed è in possesso di patente nautica e di brevetto subacqueo advance.

SVILUPPO CONTENUTI MARINI E GESTIONE ATTIVITA' ACQUATICHE DIVING CENTER

SEBASTIANO DI MAURO

Presidente dell'associazione GUARDIA COSTIERA AUSILIARIA.

Istruttore di subacquea della Nase (National Accademy of Scuba)

Assistente istruttore di subacquea PADI

Istruttore di salvamento IAMAS;

Patente nautica fino a 12 miglia;

GIUSEPPE CICCARELLO

Vice presidente associazione GUARDIA COSTIERA AUSILIARIA
Istruttore di subacquea della Nase (National Academy of Scuba)
Dive Master di subacquea PADI
Istruttore di salvamento IAMAS;
Patente nautica fino a 12 miglia;

ATTILIO DI BLASI

Consigliere associazione GUARDIA COSTIERA AUSILIARIA
Dive master di subacquea PADI
Patente nautica fino a 12 miglia

2.2 Collaborazioni e alleanze

2.2.1 Collaborazioni

- **ASSOCIAZIONE HANGAR TEAM**
- **GUARDIA COSTIERA AUSILIARIA CENTRO OPERATIVO DI AUGUSTA**
- **DIVING AUGUSTA**

2.2.2 Alleanze

Quello che caratterizza e su cui si fonda l'iniziativa è il desiderio di coinvolgere il maggior numero di attività e le associazioni culturali; è la voglia di fare **RETE** e creare un gruppo che proponga una serie di interventi di promozione, valorizzazione e recupero della città.

In particolare saranno attuate azioni atte a creare dei rapporti di collaborazione con:

- **ASSOCIAZIONE MÀ R I L I G H È A**
- **NATURA SICULA AUGUSTA**
- **ITALIA NOSTRA**
- **LEGAMBIENTE**
- **RESIDENCE CAPO CAMPOLATO**
- **PALAZZO ZUPPELLO**
- **VILLAGGIO VACANZE VALTUR BRUCOLI**
- **ESSO RAFFIENERIA DI AUGUSTA**
- **BANCA POPOLARE AGRICOLA DI RAGUSA**
- **AUGUSTEA SPA**

3 Prospetti economico-finanziari e timeline

3.1 Spese start-up

PRODOTTO	MARCHIO	QT	PREZZO	TOTALE
Ipad mini	Apple	20	329 €	6580 €
Ipod touch 5 th gen	Apple	15	329 €	4500 €
Protezione ipad	Griffin survivor	22	50 €	1100 €
Protezione subacquea	Seashell	18	100 €	1800 €
Cuffie Bluetooth	Aftershokz	22	110 €	2420 €
Maschera + unità comunicazione	Ocean reef	5	800 €	4000 €
Unità ricezione	Ocean reef	10	312 €	3120 €
Accessori	Ocean reef	1		1000 €
TOTALE COSTO ATTREZZATURE				24520 €
Realizzazione applicazione realtà aumentata				15000 €
Traduzioni				5000 €
Produzione contenuti				10000 €
TOTALE COSTO CONTENUTI				30000 €
Sito internet				5000 €
Marketing e promozione				8500 €
TOTALE COSTO MARKETING E COMUNICAZIONE				13500 €
TOTALE SPESE GENERALE				68020 €

3.2 Analisi dei rientri

Quattro sono le tipologie di ricavi previste:

1. **Ricavi vendita spazi pubblicitari applicazione e sito internet**
2. **Finanziamenti pubblici e privati**
3. **Ricavi vendita applicazione**
4. **Ricavi utilizzo dispositivi multimediali**

VENDITA SPAZI PUBBLICITARI

E' prevista per il primo anno una adesione di **60** attività (40 medio-piccole; 20 grandi), **80** (50 medio-piccole; 30 grandi) il secondo; **100** (65 medio-piccole-35 grandi) il terzo

L'importo unitario annuo corrisposto dalle attività sarà di **120€** per le medio-piccole e **240€** per quelle grandi.

FINANZIAMENTI E CONTRIBUTI SPONSOR

Il progetto, una volta definito in ogni sua parte, mira a partecipare a bandi di finanziamento europei e nazionali, in attesa della pubblicazione di tali bandi, è iniziata un'attività di foundrising rivolta alle grandi aziende del polo industriale, agli istituti di credito ed alle grandi attività della zona. Le possibilità di accesso sono buone, in quanto le aziende contattate si sono sempre dimostrate attente a sostenere iniziative di carattere sociale e culturale.

RICAVI DA VENDITA APPLICAZIONE

Si è stimata una vendita di **5000** applicazioni il primo anno; **5000** il secondo e **8000** il terzo. Il costo dell' applicazione sarà di 1€.

RICAVI UTILIZZO DISPOSITIVI

I dispositivi saranno disponibili solo presso il parco Hangar ed il diving center. Si è stimato un utilizzo di **4000** utenti il primo anno; **6000** il secondo **10000** il terzo. Il ricavo netto previsto, per ogni utilizzo, sarà di 2€

3.2.1 Prospetto triennale rientri

	I ANNO	II ANNO	III ANNO
VENDITA PUBBLICITA'	7800 €	10800 €	15600 €
FINANZIAMENTI E SPONSOR	25000 €	20000 €	20000 €
APPLICAZIONE	5000 €	5000 €	8000 €
RICAVI DISPOSITIVI	12000 €	18000 €	21000 €
TOTALE	49800 €	53800 €	64600 €

3.3 Prospetto di riepilogo

Previsioni economiche	Anno 1	Anno 2	Anno 3
A1) Ricavi di vendite e prestazioni	49.800 €	53.800 €	64.600 €
A. TOTALE RICAVI	49.800 €	53.800 €	64.600 €
B1) Materie prime, materiale di consumo	500 €	500 €	500 €
B2) Utenze (Energia, gas, acqua, telefono)	500 €	500 €	500 €
B3) Personale	18.000 €	20.000 €	25.000 €
B4) Servizi e consulenze	2.000 €	1.000 €	1.000 €
B5) Ammortamento attrezzature	8.173 €	8.173 €	8.173 €
B6) sito internet	5.000 €	1.500 €	1.500 €
B7) ammortamento applicazione	3.000 €	3.000 €	3.000 €
B8) implementazione applicazione		3.500 €	3.000 €
B9) produzione contenuti	10.000 €		
B10) traduzioni	5.000 €	1.000 €	1.000 €
B11) marketing e promozione	8.500 €	7.500 €	5.000 €
B. TOTALE COSTI	60.673 €	46.673 €	48.673 €
RISULTATO DELLA GESTIONE CARATTERISTICA (A-B)	-10.873 €	7.127 €	15.927 €
COMPUTO PROGRESSIVO	-10.873 €	-3.746 €	12.181 €

3.4 Cronoprogramma di realizzazione

STEP 1 GIUGNO-LUGLIO 2013

- Definizione alleanze
- Stesura definitiva progetto
- Ricerca fondi
- Iscrizione kublai award

STEP 2 SETTEMBRE-DICEMBRE 2013

- Definizione contenuti
- Acquisto attrezzature terrestri
- Realizzazione applicazione hangar
- Realizzazione applicazione augusta
- Inizio attività marketing
- Apertura visite hangar

STEP 3 GENNAIO- APRILE 2014

- Ricerca e definizione contenuti marini
- Acquisto attrezzature subacquee
- Formazione addetti diving center
- Realizzazione applicazione marina
- Inizio attività promozionale

STEP 4 GIUGNO- OTTOBRE 2014

- Apertura percorsi acquatici

IL progetto prevede un' ulteriore fase di espansione che vedrà coinvolti , secondo modalità che saranno definite in seguito, altri due importanti punti di interesse: **MEGARA IBLEA** e **L'EREMO DELLA MADONNA DELL'ADONAI**.