

# **Presentazione rapporto finale Erlebnisplan**

**Sintesi per conferenza stampa**



## Situazione attuale dei castelli

- '12-'14: visitatori paganti in crescita (2014: 50'000 ca.)
- '11-'13: forte crescita per Montebello (esposizioni; +100%) e Castelgrande (+70%); Sasso Corbaro altalenante (esposizioni).
- 2014: 32% CH-ted; 15% Italia; 12% TI; 8% D.



## Potenziale

- Potenziale in previsione AT 2016: ci si può «rivolgere» ad un potenziale di 4,8 mio di abitanti e almeno 1 mio turisti
- Altre attrazioni locali da «sfruttare»: pacchetto UNESCO Ticino FFS; Swissminiatur (200'000), Falconeria (50'000), Lugano Arte&Cultura (63'000), Villa dei Cedri (6'000),...
- Altri Castelli: Salzburg (1 mio), Merano (427'000), Lenzburg (80'000)
- Stima per Bellinzona: tra 100'000 e 300'000 visitatori



## **Visione 2020**

**Castelli nelle Top 10 attrazioni svizzere, grazie a:**

- Nuovi contenuti, tematizzazione e messa in scena
- Estesa promozione «commerciale» dell’offerta e delle attrazioni
- Nuova organizzazione del management e marketing orientata al visitatore



## Punti di forza «UNESCO»

Necessario affinare la tematizzazione e comunicazione (focalizzata al turismo) dello status di patrimonio UNESCO:

- Focus principale sul tardo medioevo: struttura difensiva eredità dei Duchi di Milano del 15° secolo
- Contestualizzazione degli eventi storici e degli oggetti nel nostro presente con uno sguardo al futuro
- Sviluppo costruttivo storico e funzionalità della fortezza
- Riferimento alle strutture storiche della fortezza e al contesto politico, militare e culturale
- Funzioni storiche delle singole aree e parti dell'edificio

Mostrare riferimenti tra oggi e allora: rendere comprensibile la storia di queste terre e del nostro Paese, nel contesto europeo dell'epoca



# Castelgrande

- **Castello «principale» e punto d'avvio delle visite**
- Messa in scena suggestiva per un ampio target
- Comunicazione dei contenuti approfondita
- **Punti chiave:** storia dello sviluppo costruttivo della fortezza; messa in scena egli eventi storici chiave; strategia della fortezza e ritratti (internazionali) di strutture della fortezza



# Castelgrande

- **Storia della fortezza (spettacolare):** evoluzione della fortezza con focus sul tardo medioevo; visita in 45 min; show multimediale per un ampio gruppo-target
- **Area pre-show:** zona d'attesa; oggetti storici originali; modelli della fortezza in varie epoche; ritratti figure chiave
- **Area show:** max 60 persone; show 15 min.; effetti scenografici-autodivisi-meccanici



## Castelgrande

- **Sala Arsenale:** esposizioni speciali (1-2 annue); allestimenti di alto livello
- Possibili concetti tematici: schermi di protezione, strategie di difesa, sopravvivenza, resistenza, nazioni, sistemi, lotta, lealtà, ubbidienza, morte, declino, ascesa, prosperità, concetti militari storici nella cultura attuale
- Possibili punti chiave tematici: *Arte e cultura:* quadri di battaglie, arte della guerra, fotografia, mostra d'arte tematica, (...); *Documentazione storica:* epoche, persone e famiglie, Bellinzona, Cantone ...



Touristisches Positionierungs- und Angebotskonzept Bellinzona Burgen: Konzeptionelle Massnahmenbereiche

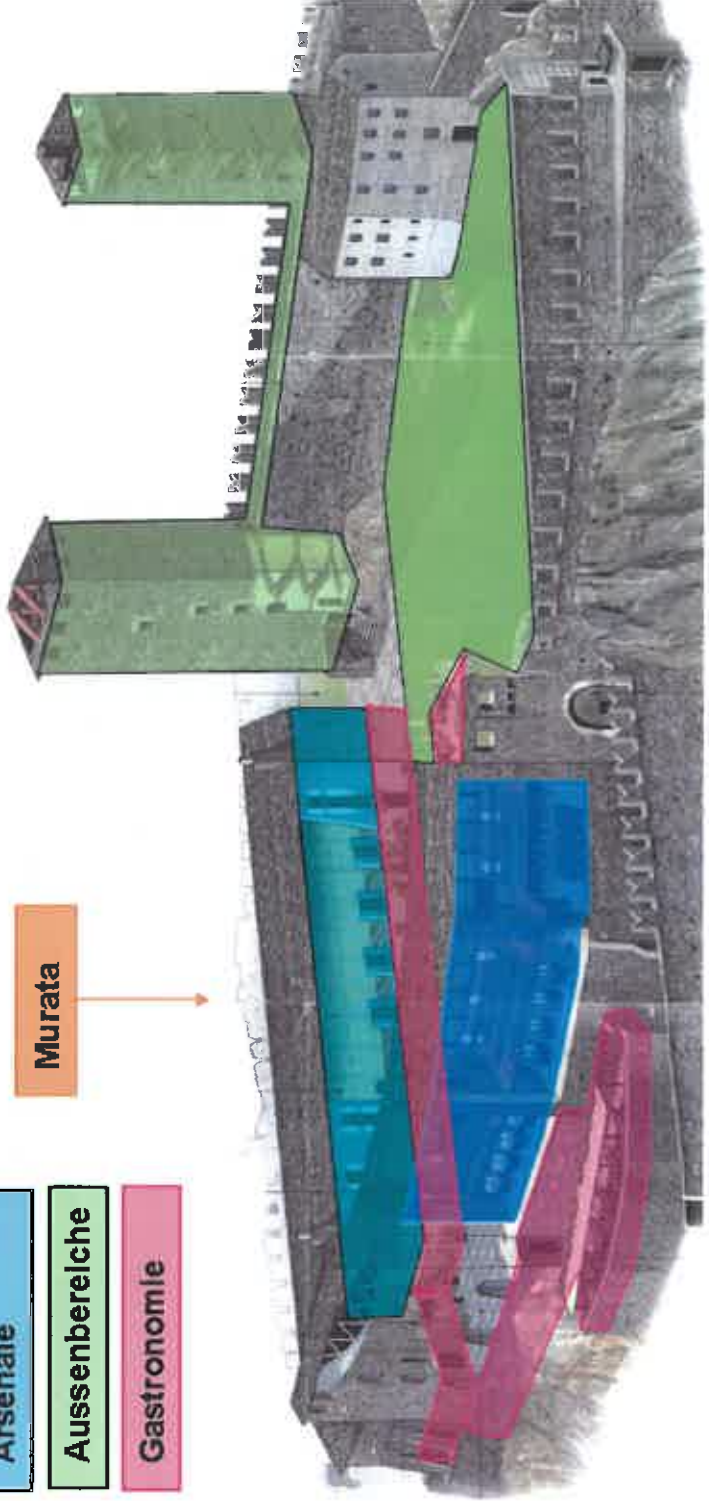
## Castelgrande & Murata

Übersicht



- Museum
- Arsenale
- Aussenbereiche
- Gastronomie

Murata





Bellinzona

Touristisches Positionierungs- und Angebotskonzept Bellinzona Burgen: Konzeptionelle Massnahmenbereiche

## Castelgrande & Murata

Museum - Einführung und Wartebereich



## Castelgrande – la murata

- La **parte esterna** valorizzata come punto di visione di elementi storico-paesaggistici (info-display, pannelli,...)
- La **parte interna** valorizzata come «museo-percorso»; giochi interattivi e istruttivi; multimedia,...
- Da discutere la possibilità di posizionare alla fine della murata qualcosa di visivamente attrattivo, che induca alla visita.

## Castelgrande & Murata

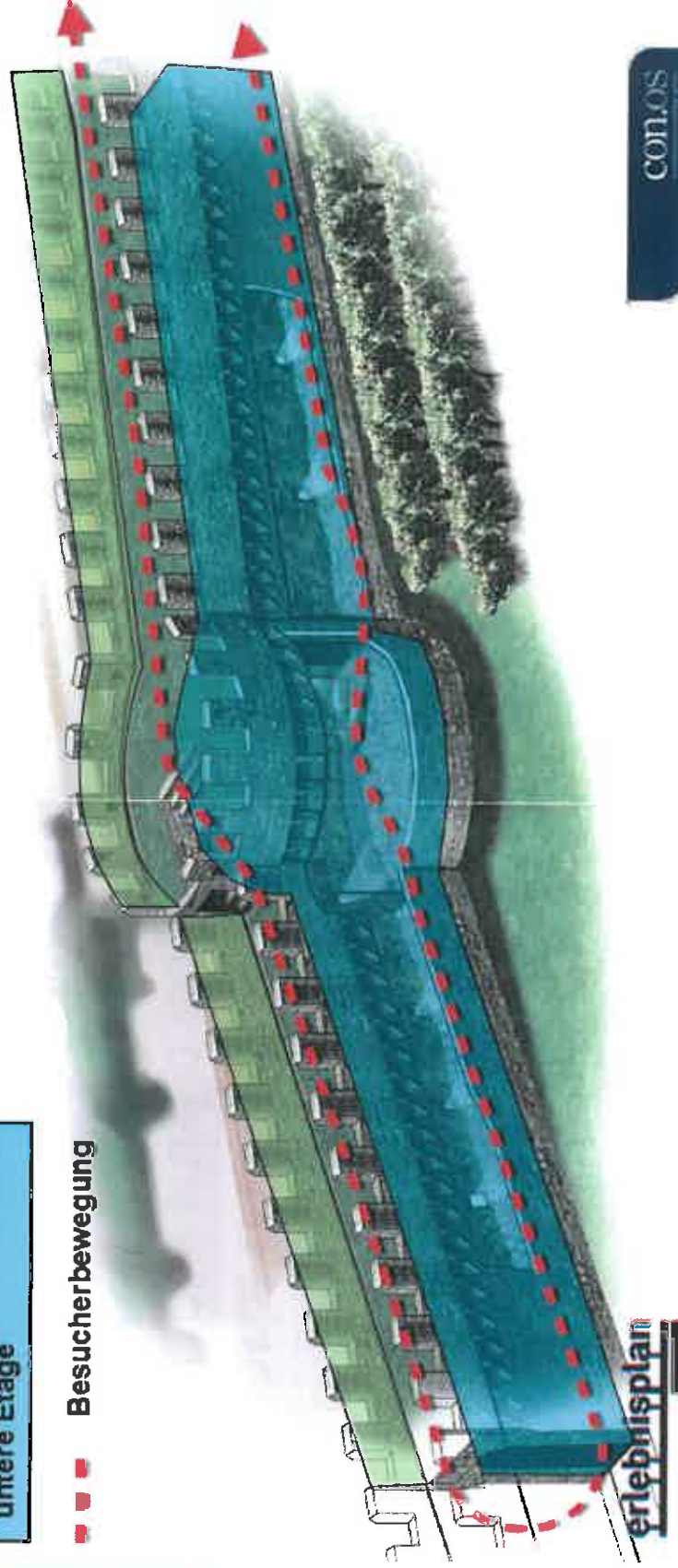
Murata



Inszenierungsmassnahmen  
obere Etage

Inszenierungsmassnahmen  
untere Etage

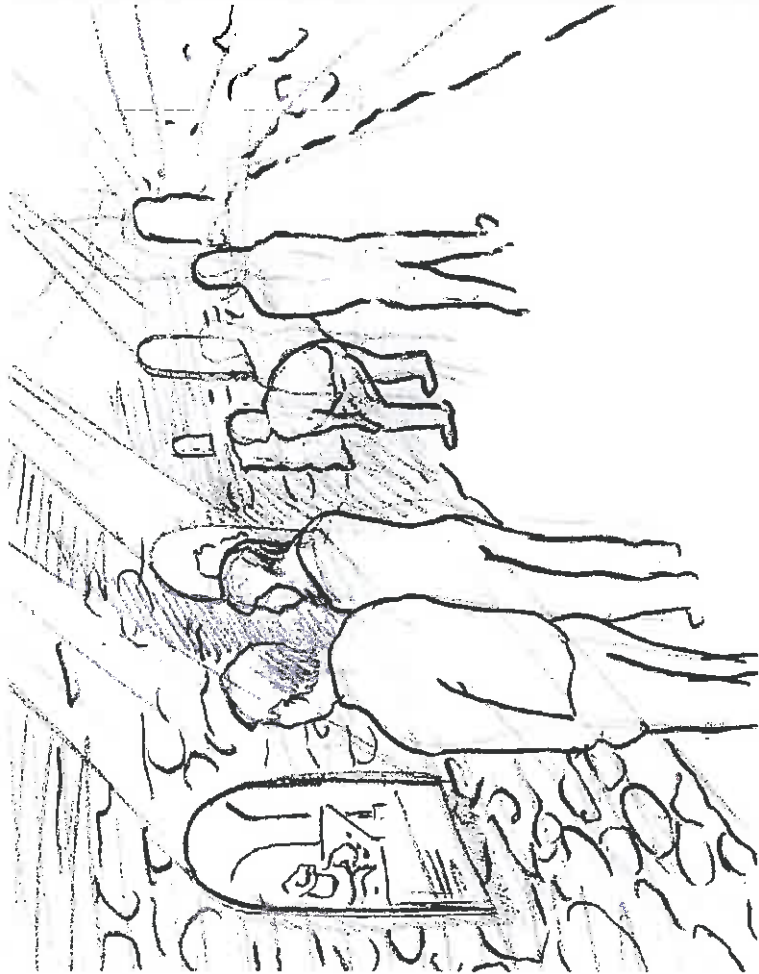
■ ■ ■ Besucherbewegung





## Castelgrande & Murata

Murata

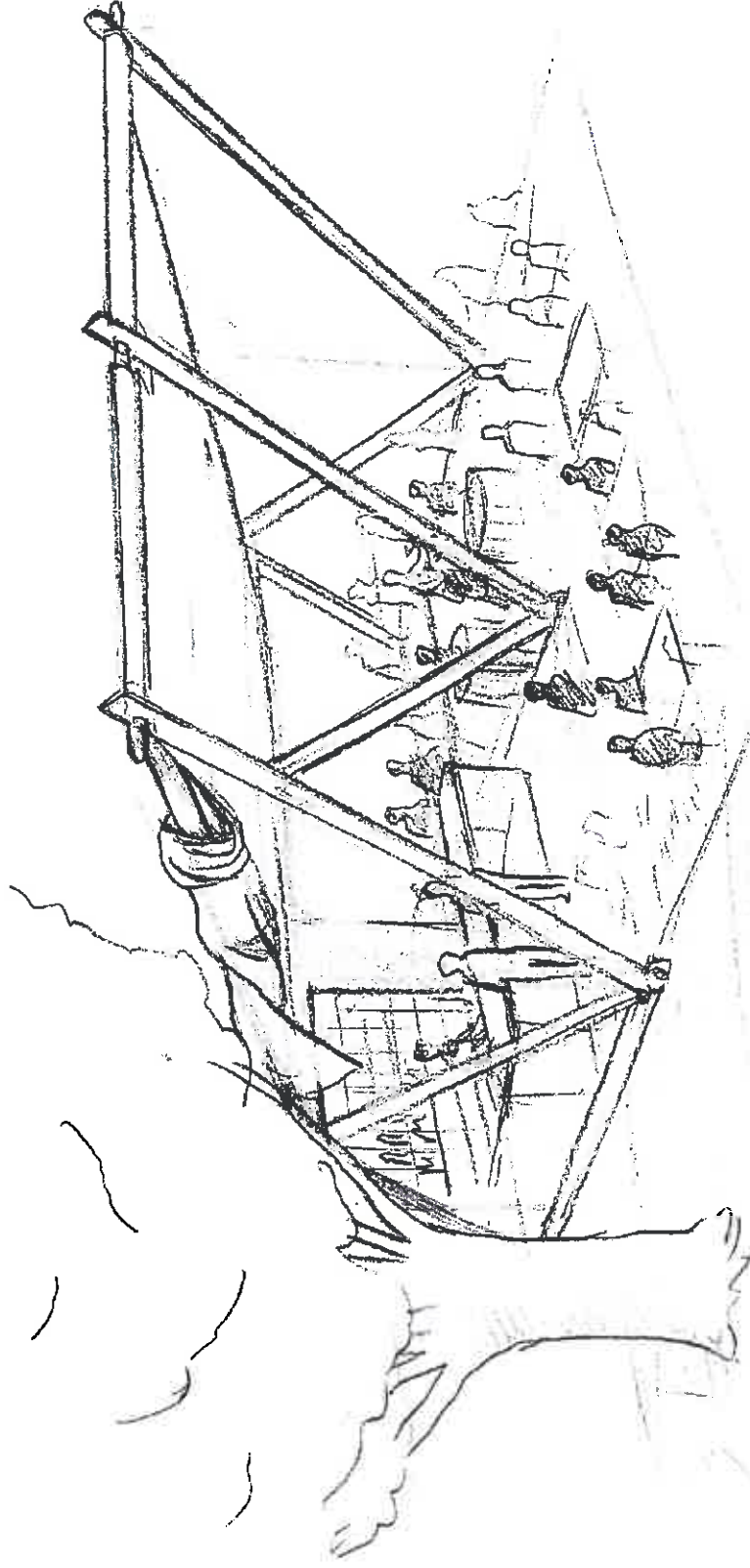


## Castelgrande: la corte

- Ristorazione «esterna» / arredamento da ristoro
- Luogo di relax
- Messa in scena della torre e delle mura: pannelli, display, ess.

## Castelgrande & Murata

Aussenbereiche





# Castelgrande: gastronomia

- Ristorazione orientata a qualità e efficienza, prezzi moderati
- Priorità 1: turisti = gruppi, famiglie; Priorità 2: locals = ricerca della qualità e pranzi di lavoro
- Tematizzazione parziale del menù



# Montebello

- **Castello «didattico da vivere»**
- **Strategia espositiva degli spazi interni, mura, ecc.:**  
cultura militare e difensiva del tardo medioevo per famiglie e bambini; modellini e repliche; «spettacoli» con attori che mostrano momenti di vita; guida audio «sceniche»
- **Ponti chiave tematici:** tecniche di guerra, stile di vita dei soldati, vita quotidiana nel castello
- ***Interno:*** allestimento scenografico; riproduzioni «da toccare»; caserma ufficiali e locali equipaggiamento



## Montebello

- *Esterno*: riproduzione di macchine da guerra e armi; comunicazione dei contenuti delle strutture interne al castello delle mura e delle torri; strutture di ristoro
- Formati di messa in scena: sistemi di display e oggetti; interazione tramite giochi; programma d'animazione tramite «giochi di ruolo»; audioguida



Bellinzona

## Montebello

- **Museo nella torre:** esposizione storico-archeologica; il progetto di rifacimento è gestito dal Cantone.

## Montebello

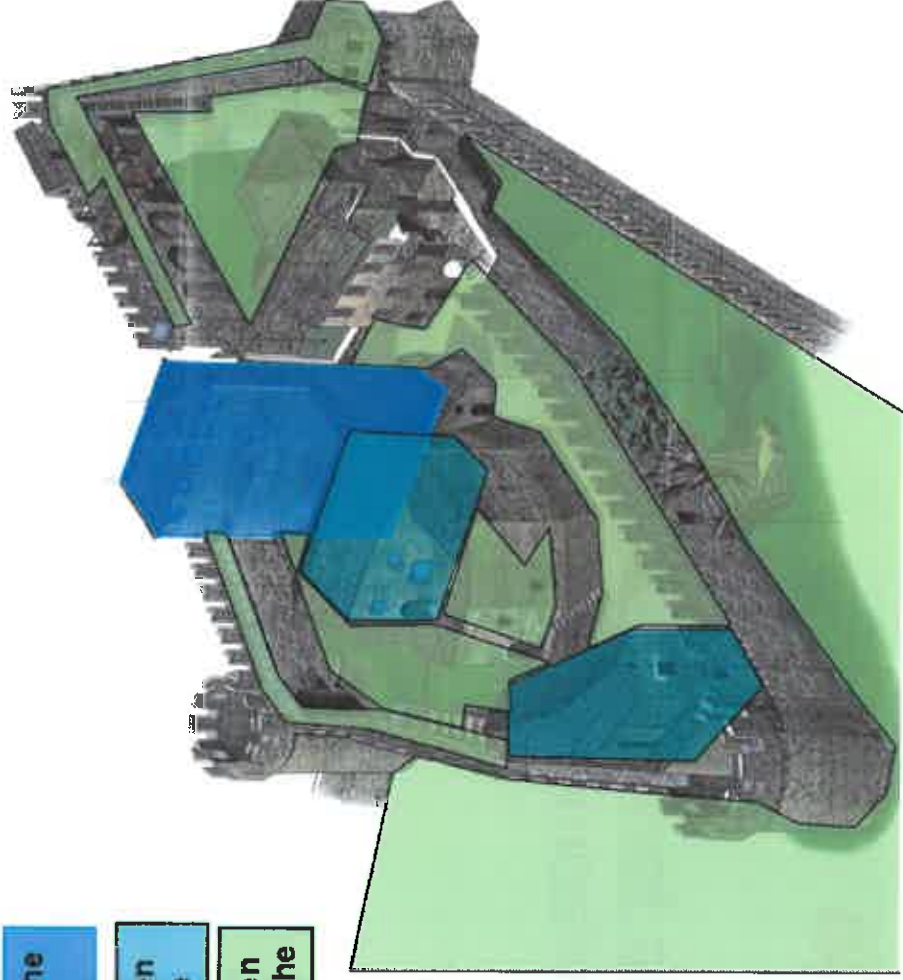
Die „Mittelalterliche Soldatenburg“



Archäologische  
Ausstellung

Inszenierungen  
Innenbereiche

Inszenierungen  
Aussenbereiche



erlebnisplan



Bellinzona

Zooni avallu (0,01-0,07)

Touristisches Positionierungs- und Angebotskonzept Bellinzona Bürger: Konzeptionelle Massnahmenbereiche

## Montebello

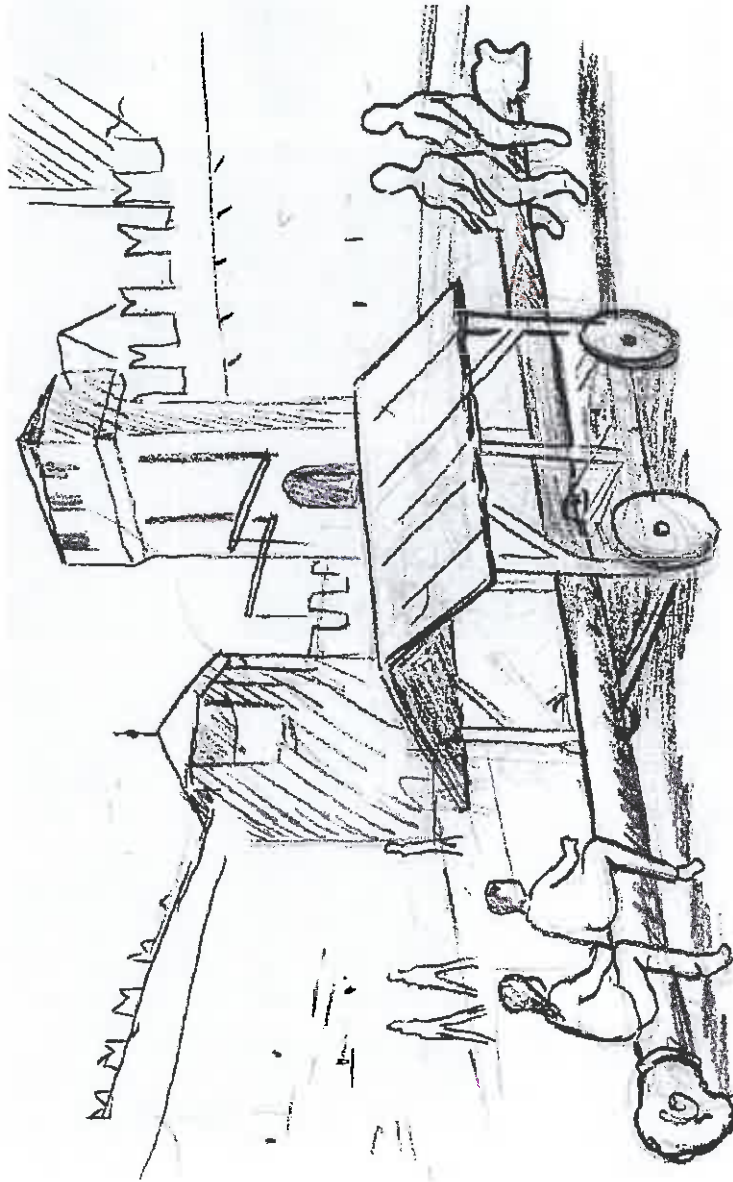
Erlebnis „Spätmittelalterliche Festungs- und Soldatenkultur“





## Montebello

Erlebnis „Spätmittelalterliche Festungs- und Soldatenkultur“



erlehnienlan

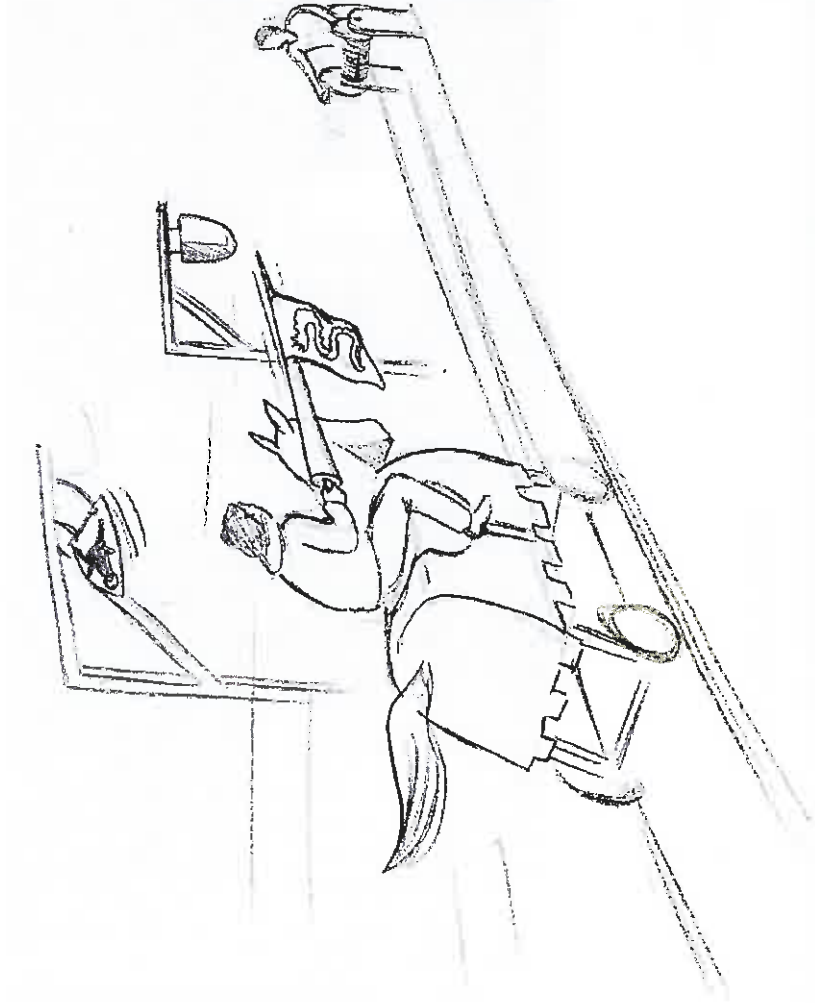


Bellinzona

Touristisches Positionierungs- und Angebotskonzept Bellinzona Burgen, Konzeptionelle Massnahmenbereiche

## Montebello

Erlebnis „Spätmittelalterliche Festungs- und Soldatenkultur“



## Montebello

Erlebnis „Spätmittelalterliche Festungs- und Soldatenkultur“



**erlebnien**



## Montebello: «Casa del vignaiolo»

- **Sviluppo di una gastronomia a tema facile e attrattiva**: orientamento ai visitatori, ma anche ai locali; per famiglie e bambini; prezzi moderati; tematizzazione degli spazi interni e esterni.

# Sasso Corbaro

- «Castello dei panorami»
- **Paesaggio, politica e mobilità**: sguardo sul panorama della valle in modo efficace ed emozionante; contestualizzazione dei contenuti; tematizzare e riflettere il contesto geo-politico; mettere in correlazione sviluppi storici, formazione del paesaggio, mobilità e trasporti.
- **Spazi in affitto**: per gruppi, matrimoni, ecc.
- **Gastronomia**: alto livello, gourmet, ...

- **Punti chiave tematici:** storia naturale e formazione del paesaggio; sviluppo della mobilità e effetto sulla regione; spazi economici nel corso del tempo; creazione e declino di imperi/regni/nazioni; area culturale ed economica del Ticino e nord Italia oggi e domani; Ticino e Svizzera; sguardo al futuro
- **Installazioni multimediali e scenografiche:** creazione geologica; evoluzione dei confini ieri-oggi-domani; ritratto delle identità locali tra CH tedesca-Leventina-Sopraceneri-Sottoceneri-Lombardia-Italia; dalla mulattiera al tunnel di base AlpTransit

## Sasso Corbaro

Angebote im Innenbereich



## Sasso Corbaro

Angebote im Innenbereich



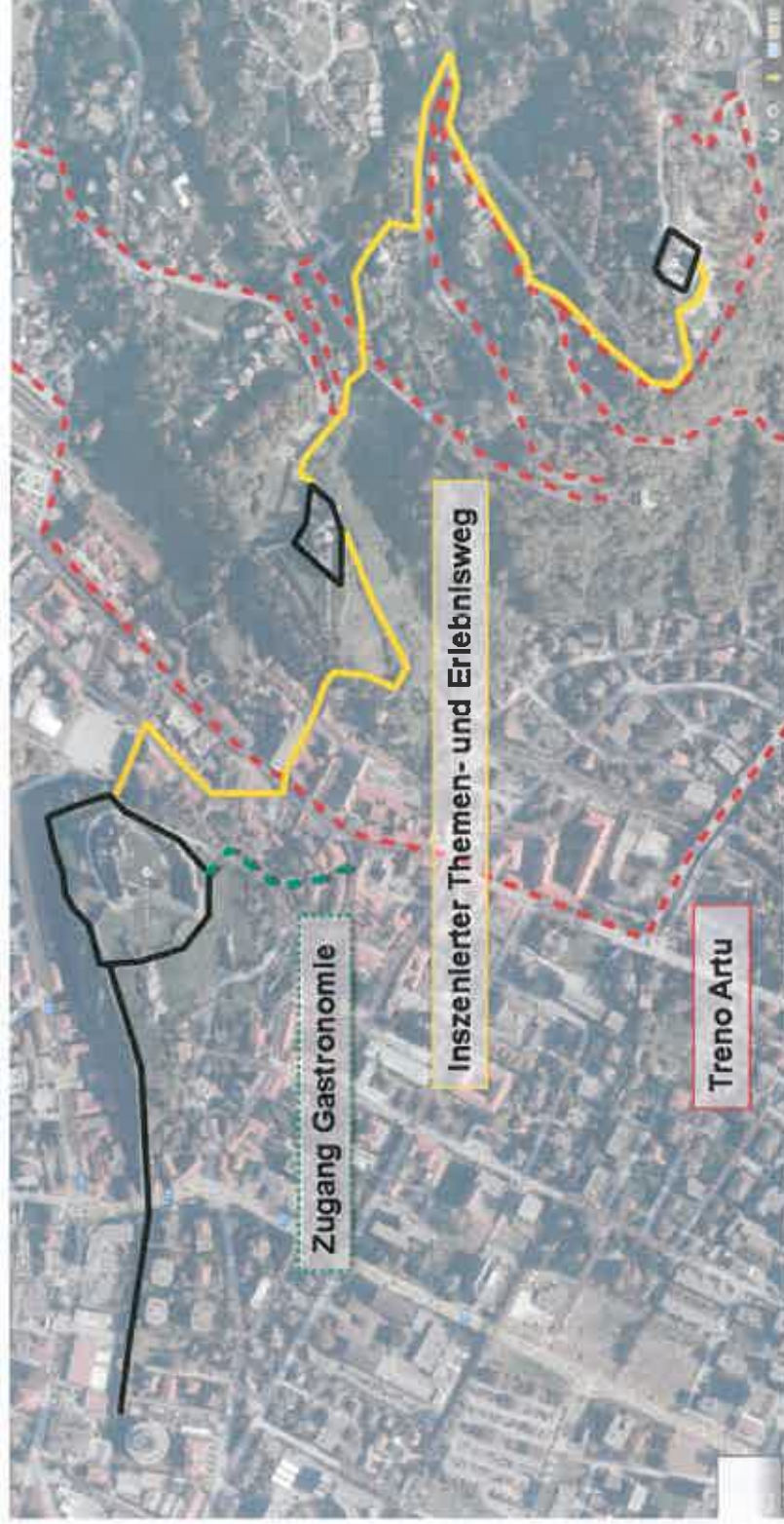
## I collegamenti da e per i castelli

- Passeggiate e shuttle: sentieri e trenino come parte integrante dell'attrazione
- Luoghi di sosta tematizzati
- Percorsi e punti di vista in Città
- Trenino Artù: messa in scena in stile medievale e non «disney»; aggiunta audio guide



## Verbindungswege

Stadt- und Festungslandschaften



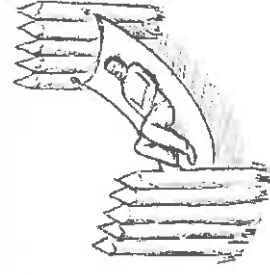
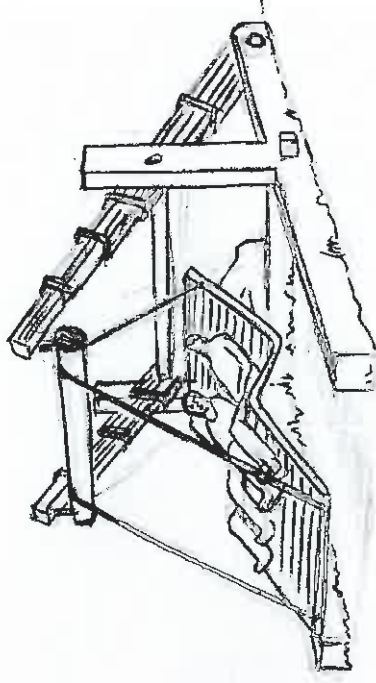
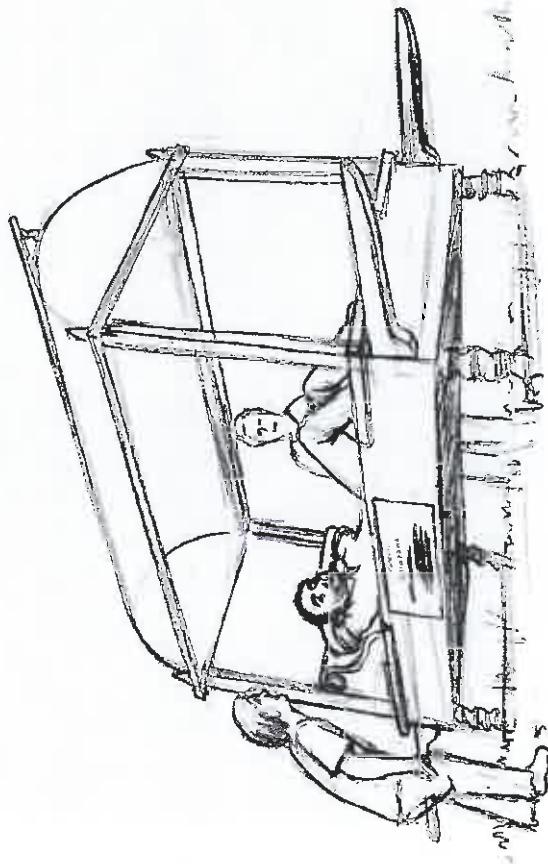


Bellinzona

Touristisches Positionierungs- und Angebotskonzept Bellinzona Burgen: Konzeptionelle Massnahmenbereiche

## Verbindungswege

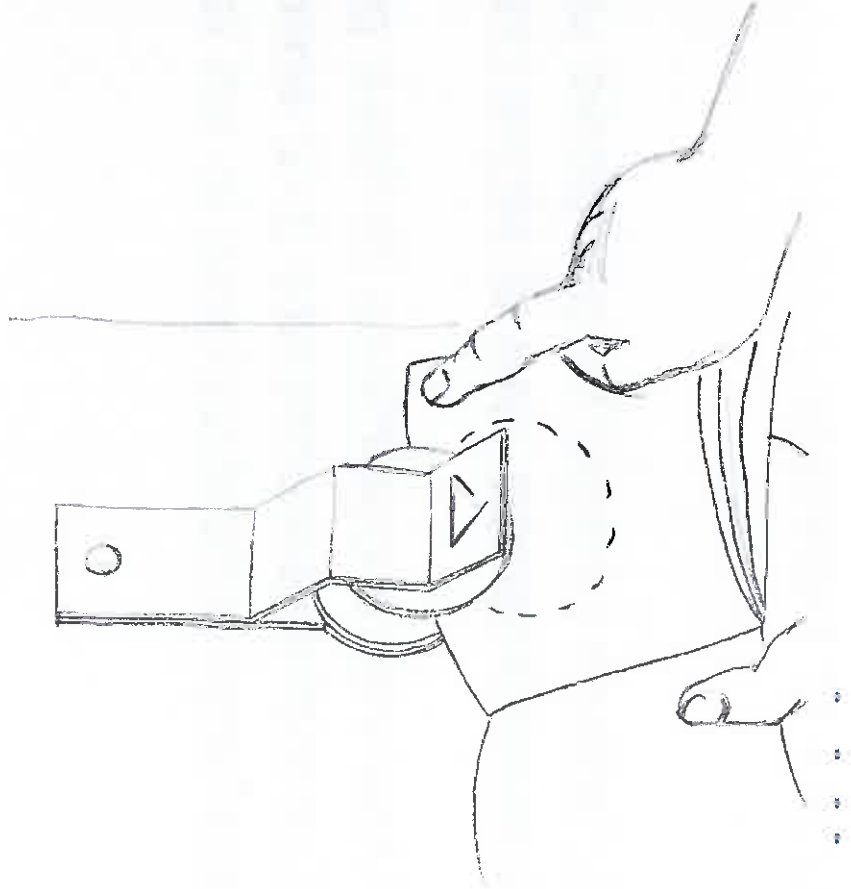
Themen- und Erlebnisweg





## Verbindungswege

Themen- und Erlebnisweg



## Costi e tempi

- **L'intero progetto propone un totale di investimento che si situa tra 5.5 e 8 mio ca.**
- **Una volta conclusa la fase progettuale (complessivamente 1-2 anni), si immagina un'implementazione in un lasso di tempo di 4 anni**

## Effetti – Medio termine (1)

- A medio termine l'obiettivo è di entrate nella **TopTen delle attrazioni in Svizzera** e di passare dagli attuali 45'000 visitatori paganti a **150'000**.
- A lungo termine, l'obiettivo è quello di raggiungere i 250'000 (potenziale 300'000) visitatori paganti
- Revisione del ticketing & potenziamento struttura gestionale

## Effetti – Medio termine (2)

- **Effetto DIRETTO e INDIRETTO:** a beneficio dell'economia regionale toccata direttamente e indirettamente dal turismo: **fr. 13.2 mio / 22.2 mio**
- **Posti di lavoro aggiuntivi: 132 / 202**