



Cod. C20-H20-P2
Cod. PD/rg
Circolare n. 39

Protocollo Generale (Uscita)
cnapperm - aoo_generale
Prot.: 0000427
Data: 30/03/2012

Ai Consigli degli Ordini degli Architetti,
Pianificatori, Paesaggisti e Conservatori

e p.c.

Ai Signori componenti
la delegazione consultiva a base regionale
LORO SEDI

Come anticipato ieri in occasione dell'incontro programmato dei Delegati Regionali degli Ordini Provinciali, questo Consiglio Nazionale ha avviato da tempo un rapporto di collaborazione con il Ministero degli Affari Esteri, che prevede molteplici iniziative tra cui quella già comunicata riguardante l'Internazionalizzazione.

Oltre a ciò il Consiglio Nazionale Architetti, Pianificatori, Paesaggisti e Conservatori ha chiesto ed ottenuto dal Ministero degli Affari Esteri, la possibilità di poter partecipare all'Expo Internazionale 2012 a Yeosu in Corea, con le eccellenze dei progetti di architetti italiani, sul tema del Waterfront, di cui si allega presentazione.

Poiché è in corso la raccolta dei progetti sul tema suddetto e affinché si possa venire a conoscenza del maggior numero di lavori, Vi preghiamo vivamente di segnalare quelli di Vostra competenza, alla segreteria del nostro Dipartimento Esteri all'indirizzo: esteri.cnappc@archiworld.it.

Con i migliori saluti.

Il Presidente
del Dipartimento Affari Esteri
(arch. Domenico Podestà)

Il Consigliere Segretario
(arch. Franco Frison)

Il Presidente
(arch. Leopoldo Freyrie)

All: c.s.





PAVILLION ITALIA EXPO 2012 YEOSU KOREA
PERCORSO ESPOSITIVO (CONTENUTI)

CONCEPT - PAENINSULA. TUTTO IL MARE È PAESE.

L'Italia è una penisola, e lo consideriamo un fatto acquisito, ma una penisola è un territorio speciale, unico. Gli attributi geografici hanno contribuito alla nostra storia e sono ancora oggi elemento fondamentale del nostro dna. L'etimologia significa "quasi isola" e come una quasi isola, il rapporto dell'Italia col mare è fondamentale, ma al tempo stesso è diverso da quello di un'isola: come se quel mancato distacco ci mettesse in fondo in una situazione di forza rispetto alle acque: abbiamo radici, continuità, alternative. Guardiamo al mare come chi al mare può sfuggire, rispettandolo senza dipenderne fino in fondo.

Anche **la Corea è una penisola**, anche la Corea guarda al mare con la consapevolezza di chi è radicato sulla terra ferma e anche la Corea di certo -con la sua cultura plurimillenaria- saprà cogliere stili e contenuti con cui l'Italia racconterà il proprio rapporto con l'elemento acquatico.

Il **viaggio nel Padiglione Italia** è il racconto dell'approdo delle grandi culture straniere sulle nostre coste e il contributo della nostra cultura alle coste straniere, nel rapporto quotidiano con il mare e nel progressivo distacco delle nostre popolazioni da esso. Il **racconto di un rapporto forte e privilegiato con il nostro mare e del nostro mare come passaggio necessario per raggiungere i grandi Oceani**. La chiave dell'appuntamento è "oceani e coste che vivono" e siamo convinti che pochi Paesi come il nostro abbiano con il mare **un rapporto così speciale, un rapporto che -forse- solo una "quasi isola" può avere.**

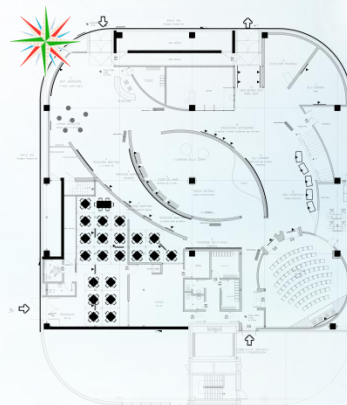
1 LA QUEUE LINE. NAVIGARE NECESSE EST.

L'esperienza inizia già nella parete che costeggia l'accesso: un **muro didattico** che racconterà la storia dell'Italia o eventualmente le storie parallele della cultura mondiale (della Corea e dell'Italia), sempre con particolare riguardo alla cultura marinara. Offriremo così un quadro cronologico nel quale raccontare le imprese marinare italiane e il meglio dell'Italia oggi, in un quadro globale. Uno strumento capace di dare contesto allo spazio che i visitatori vedranno da lì a poco. "Non è necessario vivere, navigare è necessario" [citazione che Plutarco attribuisce a Pompeo] testimonia l'importanza che la grande Roma attribuiva alla vita in mare e alla navigazione. Questa fascia contenutistica di 70 cm si svilupperà **da un'altezza 1,80 mt fino a 2,50 mt** per lo sviluppo indicato in verde nelle planimetria (mura esterne). Nella pagina a seguire, un esempio di muro didattico -in modalità timeline- che ricostruisce, a puro titolo di esempio, la storia dell'impero romano (solo per evidenziare la modalità di trattamento dei contenuti).

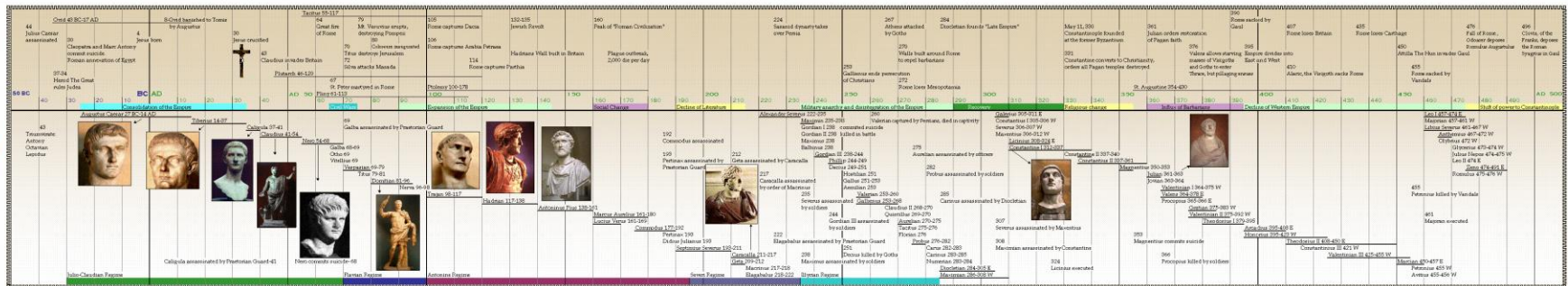
Grafica

I due monitor in prossimità dell'ingresso racconteranno rispettivamente **l'agenda dell'evento per la giornata in corso** (immagini che raccontano tutti i contenuti del Padiglione Italia e gli highlights della giornata in corso) e le **opportunità di cooperazione fra le due penisole**, italiana e coreana (ad esempio nelle attività di controllo delle coste, nelle quali l'Italia è leader, il design dei Waterfront e le tecnologie legate alla pesca).

Video



MURO DIDATTICO – ESEMPIO DI TRATTAMENTO DEI CONTENUTI CON MODALITÀ “TIMELINE”



© PARTHENON GRAPHICS, 1999 www.ParthenonGraphics.com

TIMELINE OF THE ROMAN EMPIRE

Source: Encyclopaedia Britannica, 11th ed. 1988 THE 11th EDITION 11/2000/01/01

Nota: Contenuti da personalizzare sulla storia marinaia dell'Italia ed eventualmente in parallelo della storia italiana e coreana; in questo secondo caso, grande attenzione storica e scientifica andrà posta nella parte coreana, con focus sui miti (es. ammiraglio Kim) e sui modelli di riferimento scientifico coreani.

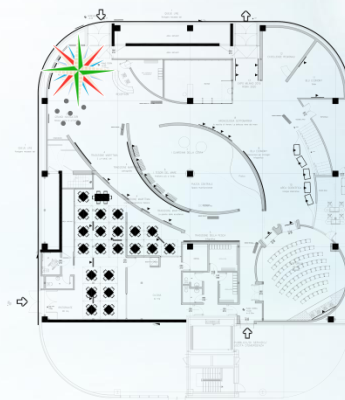
2 LE REPUBBLICHE MARINARE. IL MARE COME REGNO.

(DURATA MASSIMA, 10')

Quando la penisola decide di stabilire in mare il proprio regno, nascono le grandi Repubbliche Marinare. Le quattro repubbliche principali e le altre repubbliche marinare minori saranno presenti in questo spazio con le proprie **bandiere storiche o con bandiere d'artista**: reinterpretazioni dei vessilli storici a cura di giovani talenti artistici appartenenti al territorio che un tempo era repubblica marinara.

Il racconto della storia delle Repubbliche è un pannello grafico sotto le bandiere, affiancato a immagini con le aree d'influenza di ciascuna repubblica dal mare nostrum agli oceani.

Grafica



3 GRANDI NAVIGATORI. NESSUN UOMO È UN'ISOLA?

(DURATA MASSIMA, 15')

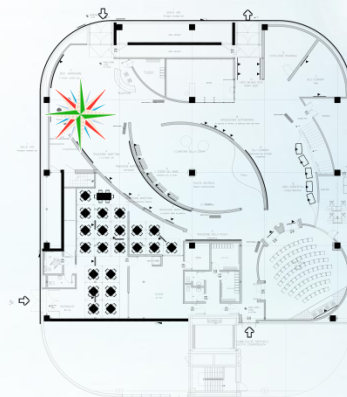
Ci sono eroi che, staccandosi dalla terra ferma, hanno dato alla cultura occidentale un impulso straordinario. Un racconto che vogliamo dipanare da una chiave simbolica: **grandi contenitori cilindrici in plexiglas** illuminati e conterranno tanti grani di sale azzurro quante sono le miglia nautiche percorse dai tre grandi marinai italiani (es. Cristoforo Colombo, Amerigo Vespucci, Antonio Pigafetta, che navigò alla scoperta dell'estremo Oriente).

Oggetti

A integrare il racconto visivo, può essere integrata una sezione con un **ologramma transitabile** (box screen con flash video a carattere divulgativo), grafiche e video su **schermi** ad es. su Cristoforo Colombo con immagini di sfondo della Scoperta dell'America.

Video

Ologramma
transitabile



4 TRADIZIONE MARITTIMA. E LA NAVE VA... CARTOGRAFIA E ARTE CANTIERISTICA.

(DURATA MASSIMA, 15')

Saranno i marchi più premiati della cantieristica navale italiana a lanciare i **contenuti video** più rappresentativi in quest'area. Lo spazio avrà una colonna sonora leggera, saranno le **musiche** composte dal maestro Rota per **Amarcord** di Fellini, film in cui si immortalava il celebre Transatlantico Rex.

Multimedia

LA CARTOGRAFIA

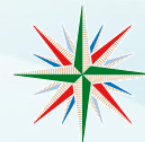
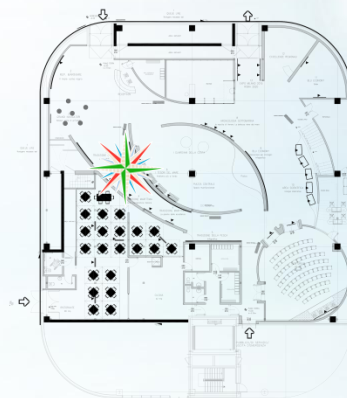
La cartografia antica e medievale italiana sarà protagonista in quest'area con suggestive **immagini** a raccontare il mondo conosciuto e la percezione del mondo e dei mari nell'epoca.

Grafica

LA PARETE DELLE ECCELLENZE

Le eccellenze cantieristiche italiane diventano protagoniste fotografiche di una parete in quest'area. Le gesta sportive delle imbarcazioni italiane che hanno preso parte all'America's Cup campeggeranno sulla parete **immagini 3d** di grande fascino a dinamizzare le fotografie.

Grafica 3D



ITALIA
EXPO 2012 YEosu KOREA
2012년 수서계박람회

5 TRADIZIONE DELLA PESCA. RACCONTARE PER IMMAGINI CON L'INFOGRAFICA.

(DURATA MASSIMA, 15')

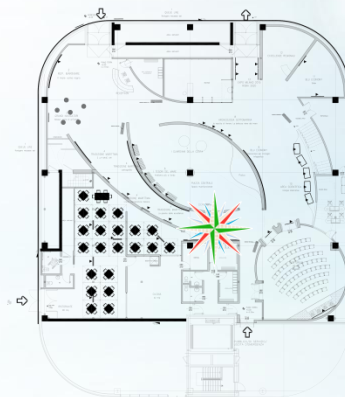
In questo spazio –come anche quello dedicato alla blue economy– saranno raccontati attraverso una grande **infografica** che rivestirà un'intera parete.

Un modalità di traduzione visiva di notizie e informazioni rappresentate in un unico diagramma capace di sintetizzare con grande impatto il messaggio che si intende trasferire nell'area.

Grafica

Ci affidiamo al talento di un infogiornalista specializzato in economia (ad es. Francesco Franchi) per raccontare passato, presente e futuro della blue economy.

Nella pagina a seguire, un'infografica realizzata da Francesco Franchi per "IL", supplemento al Sole 24 Ore e ispirata al racconto della fauna marina.



II GREEN REPORT – ANALISI GRAFICA

TELESCIO DELLE SPECIE A RISCHIO
 Il consumo di pesce per nutrirsi è stato stabilito negli ultimi cinquant'anni. Se continuassimo a pescare e a mangiare pesce al ritmo attuale (incluse le specie di pesce d'acquario), la popolazione nel mondo della quale si rischia il totale estinguimento è il sopravvissuto speciale più famoso. Essere altri.

La fattoria dei pesci

Mentre la domanda continua a crescere, le scorte di pescato diminuiscono e i mari si svuotano. Ormai quasi il 50 per cento dei consumi mondiali viene coperto da prodotti allevati. Ma l'acquacoltura è davvero una soluzione sostenibile? Tra i fautori del cambiamento e ambientalisti, il dibattito è iniziato

di **Francesco Franchi**
 illustrazioni **Laura Cattaneo**

ACQUA MUNDANE E DISTICHE
 L'acquacoltura tradizionale è distribuita in tutto il mondo. La cartina Paul Roberts nel libro *La vita del cibo* (Caldesi Editore, 2008, pagg. 400, euro 28). Secondo il giornale inglese *Business Insider* (citato in questo articolo) la nostra potrebbe far parte di una "vittimologia blu".

Limiti biologici
 Numero limitato di specie che possono essere allevate in acquacoltura, a causa della loro fisiologia e delle loro esigenze nutrizionali.

Limiti ecologici
 Impoverimento delle risorse ittiche, inquinamento, aumento della popolazione mondiale.

Stima più conservativa: 4,8 tonnellate di pesce per persona all'anno (dati FAO).
 Per chi mangia pesce come noi: 5,8 tonnellate.

Anguilla (Cinghiale anguilla)
Merluzzo bianco (Giallo merluzzo)
Salmone dell'Atlantico (Cinabro salmone)

PESCATO O ALLEVATO?
 La maggior parte delle specie ittiche commerciali sono state sovrapescate. Il consumo di pesce è in costante crescita, che nel 1990 era pari al 10 per cento rispetto al 1960. Le risorse ittiche sono in costante diminuzione.

LEGGENDA:
 ● pesci marini ● pesci d'acquario ● pesci d'acqua dolce ● pesci di fiume ● pesci di lago ● pesci di mare ● pesci di fiume ● pesci di lago ● pesci di mare

CON LA CARNE INQUINA IN PIÙ
 Tra i vari prodotti per categoria, la carne di pesce è la più inquinata. Secondo il rapporto di Greenpeace del 2008, la carne di pesce è la più inquinata tra le carni.

LUNGA LINGUA DELL'ACQUACOLTURA NELLE DIVERSE REGIONI
 Analisi dei tassi di crescita della produzione di pesce per regione, per regione, nel 2008.

IL CROCODILE GIACENTE
 LA PIÙ RICHIESTA IN CATTIVA
 La carne di crocodile è molto ricercata in Asia. È una specie di pesce che si trova in Asia. È una specie di pesce che si trova in Asia. È una specie di pesce che si trova in Asia.

Pesce spada (L'ipponoglosso)
Platessa (Cinghiale platessa)
Sogliola (Cinghiale sogliola)
Razza bavona (Cinghiale bavona)

IL MARE DEL MONDO SOTTOCOSTO
 La mappa dell'acquacoltura mondiale. Sotto la top 20 dei Paesi produttori. In Asia, le zone di allevamento. Il mercato è dominato dal Asia, con la Cina in prima posizione.

PIÙ PESCE CHE VI PIACE
 2,5 kg/anno (●) 5-10 kg/anno (●) 20-30 kg/anno (●) 30-40 kg/anno (●) 40 kg/anno (●)

SEMPRE PIÙ PESCE ALLEVAMENTO SULLE TERRE GLOBALI E LA CINA, IL PESCATO NON SI MANDA QUASI PIÙ

Carpa di Erivani (Cinghiale carpa di Erivani)
Yongle 4 il Giglio (Cinghiale Yongle 4 il Giglio)
Gambero Bianco del Pacifico (Cinghiale Gambero Bianco del Pacifico)
Stigmina del Nile (Cinghiale Stigmina del Nile)

Carpa Comune (Cinghiale Carpa Comune)
Carpa in ciotola grondaia (Cinghiale Carpa in ciotola grondaia)
Carpa (Cinghiale Carpa)
Carpa ovale (Cinghiale Carpa ovale)
Carpa ovale (Cinghiale Carpa ovale)

22% sul totale mondiale e la produzione asiatica di pesce in acquacoltura. Cina esclusa

23

6 I TESORI DEL MARE. ANDIAMO PIÙ A FONDO.

(DURATA MASSIMA, 15')

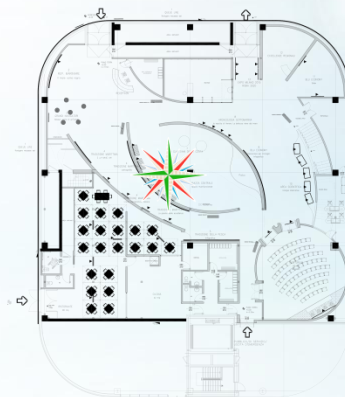
Corallo e parchi marini, ma anche pesca e turismo ittico. Adesso **il viaggio continua tra ciò che avviene sopra e sotto il livello della superficie marina...**

Si parte con l'oro rosso: il **Corallo**, che mostreremo nelle **teche** ancorate con i Capolavori del Corallo di Torre del Greco

Oggetti

Per scoprire poi le **riserve marine, oasi blu e parchi**: i protagonisti di quest'area, in alternanza di immagini con le **località turistiche di riferimento** (o eventualmente in contemporanea su split screen). Immagini suggestive del parco che fronteggia il Castello di Miramare, che circonda l'isoletta di Montecristo nell'arcipelago toscano e di tutti gli altri parchi e aree marine (es. Area Marina Protetta di Portofino) che preservano luoghi meravigliosi tutelando nel contempo la fauna ittica. L'oro azzurro: il pesce azzurro appunto, che racconteremo attraverso schermi.

Video



7 I GUARDIANI DELLA COSTA. DALLE SCULTURE ALLA REALTÀ AUMENTATA. (DURATA MASSIMA, 15')

Exhibition tradizionale delle **sculture su piattaforme rotanti a 360°** (es. Guardiani della Costa–ritrovamenti Monte e Prama Cabras– su grafiche di sfondo del periodo di rinascita dei Nuraghi e delle località Sarde da cui provengono)

Oggetti

Grafica

L'installazione estremamente sobria sarà accompagnata da **un'applicazione in realtà aumentata** che tramite **smartphone** consentirà al visitatore di ottenere **brevi pillole informative** direttamente sul proprio telefonino (brevi testi e/o foto sulle opere, sul periodo storico o sulla località turistica).

Multimedia

Esempi di applicazioni in realtà aumentata: www.mobilesoft.it



8 ARCHEOLOGIA SOTTOMARINA E ARTE. I TESORI RISCATTATI DAL MARE.

(DURATA MASSIMA, 15')

Sarebbe un errore non cogliere questa straordinaria opportunità per mostrare ai nostri ospiti le bellezze artistiche che tutto il mondo conosce.

Partendo dai **Capolavori riscattati dal Mare** (es. Bronzi di Riace, Atleta di Lisippo, Satiro di Mazzara del Vallo, Sofista di Porticello, Ritratto di Antistene, Statua di Emilio Paolo, Colosso di Barletta) con sistema interattivo per visualizzare dove è stato ritrovato il Capolavoro), iniziamo un **viaggio nell'arte tra le località del Belpaese** attraverso uno **schermo multi-touch**.

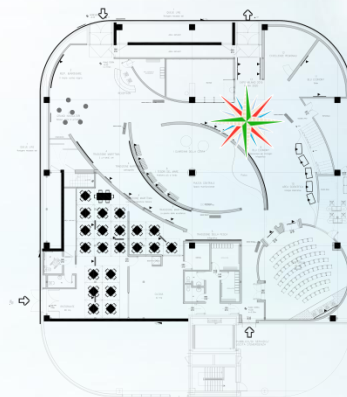
Video interattivi

I video potranno essere alternati dall'**esposizione fisica di eccellenti strumenti e tecnologie italiane per l'Archeologia Sottomarina** (es. l'archo-robot "Pluto") utilizzate per reperire e far emergere le opere d'arte dai fondali marini.

Oggetti

Anche in questo caso sarà possibile accompagnare gli oggetti con **un'applicazione in realtà aumentata** che trasmette **pillole informative** direttamente sugli **smartphone** dei visitatori (es. brevi testi e/o foto sul robot, sulle opere ritrovate, sul periodo storico e sulla località del ritrovamento).

Multimedia



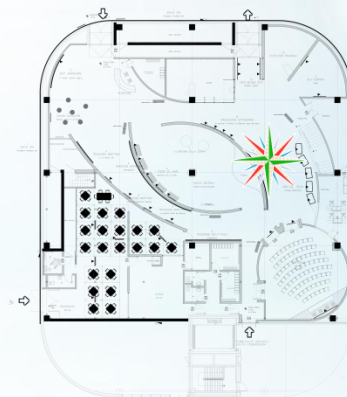
9 BLUE ECONOMY. SPAZIO ALL'INFOGRAFICA.

(DURATA MASSIMA, 15')

Anche in quest'area l'intera parete sarà dedicata a una comunicazione creativa e d'impatto: un'**infografica** su passato, presente e futuro della blue economy:

- **Waterfront Design**: rappresentazione (es. in collaborazione con ASSOPORT e di ACQUAMARCIA) per la promozione in Corea di waterfront, in particolare nella Jeolla Region
- **"Mose" di Venezia**
- **Interior Decoration** dei piroscafi e/o degli yacht di lusso

Grafica



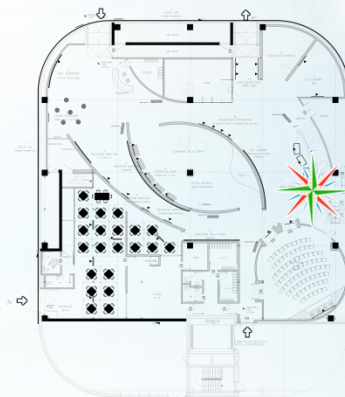
10 AREA SCIENTIFICA. SPAZIO ALLE ENERGIE ALTERNATIVE.

(DURATA MASSIMA, 15')

In una cornice grafica di contorno vengono presentati nell'area scientifica i contenuti multimediali sulle **Energie Alternative**:

- **turbine galleggianti KOBOLD** (in uso nello Stretto di Messina)
- **sistema di geotermia marina**, che sfrutta le zone vulcaniche sottomarine)
- **sistema KITEGEN** di eliche in quota
- **sistemi di nanotecnologie** con filamenti inseriti nel terreno che captano il differenziale di temperatura

Multimedia



11 BLUE ECONOMY-SELEX. SPAZIO ESPOSITIVO

12 ECCELLENZE REGIONALI. SPAZIO ESPOSITIVO

13 EXPO MILANO 2015 (ROMA 2020). SPAZIO ESPOSITIVO

(DURATA MASSIMA, 15')

I contenuti rimangono i medesimi proposti in fase di briefing e declinati come da attuale progettazione esecutiva.

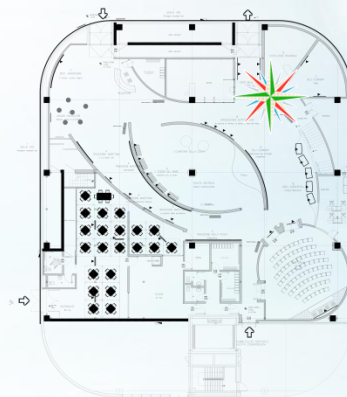
Oggetti

Grafica

Video

Multimedia

Video interattivi



TIMING MEDIO DI VISITA

Durata media della visita al Padiglione Italia
stimata in **circa 30 minuti**.

Tempo corrispondente alla visita del Padiglione Italia,
incluso l'approfondimento di 2 aree tematiche
(a scelta, secondo l'interesse del visitatore).

Sono esclusi i tempi d'attesa per accedere al Padiglione.

MEMORABILIA DEL PADIGLIONE ITALIA

Un libro dedicato

Oltre ad assicurare maggiore varietà al percorso di visita nel Padiglione Italia, i materiali grafici innovativi rappresentano una prima base contenutistica, arricchibile con i contenuti prodotti ad hoc per i Convegni e per gli Eventi Serali, per realizzare una pubblicazione sul Padiglione Italia a Expo Yeosu 2012, come memorabile ricordo di un'esperienza di visita.