



Centro Attrazione Risorse Esterne
e
Creazione Impresa



All 1

AI **Magnifico Rettore
dell'Università degli Studi di Messina
SEDE**

e p.c. **Centro Attrazione Risorse Esterne e Creazione
di Impresa**
Settore Industrial Liaison Office
Via Consolato del mare, 41 is. 317
98122 MESSINA

1. DATI RELATIVI AL/AI PROPONENTE/I:

NOME E COGNOME	Lorenzo Campagna
DATA E LUOGO DI NASCITA	13/07/1966, Messina
RUOLO (Professore, ricercatore...)	Professore associato di Archeologia Classica (L-ANT-07)
DIP. DI APPARTENENZA	Dipartimento di Civiltà antiche e Moderne
RECAPITO TELEFONICO/FAX	0903503254
E-MAIL	lcampagna@unime.it

2. DATI RELATIVI ALLA SOCIETA' SPIN OFF

DENOMINAZIONE	V.Ar.Co. S.r.l Valorizzazione Archeologia e Comunicazione
TIPOLOGIA SPIN OFF¹	Accademico
QUOTA EVENTUALE CAPITALE SOCIALE DA SOTTOSCRIVERE	
OGGETTO SOCIALE	

¹Specificare se si tratta di Spin Off Accademica o Spin Off dell'Università degli Studi di Messina ed, in quest ultimo caso, quantificare la quota di capitale sociale da sottoscrivere – valore assoluto e percentuale sul totale

COMPAGINE SOCIALE Inserire i dati di tutti i soci fondatori²	1) Marta Venuti 31% 2) Pasquale Cucinotta 20 % 3) Alessio Toscano Raffa 19 % 4) Lorenzo Campagna 5 % 5) Sara Bonanno 5 % 6) Dario Giuffrida 5 % 7) Marco Miano 5 % 8) Mariacristina Papale 5 % 9) Francesco Parrotta 5 %
TEMPO PREVISTO PER LA COSTITUZIONE DELLA SOCIETÀ	Entro una settimana dall'approvazione del progetto Spin Off da parte degli Organi di Governo dell'Università degli Studi di Messina.
LOCALIZZAZIONE³	Locali di proprietà dell'Università degli Studi di Messina, presso il Dipartimento di Civiltà Antiche e Moderne, Viale Annunziata, Polo Universitario, 98168, Messina.

3. DESCRIZIONE DEL PROGETTO DI IMPRESA

3.1 Descrivere **l'idea** di impresa (includere breve descrizione del progetto di ricerca da cui nasce l'idea, il settore di attività cui appartiene l'idea e la tecnologia su cui si basa).

L'impresa si propone di effettuare indagini di carattere storico-archeologico attraverso l'utilizzo integrato delle tecniche tradizionali e delle più avanzate tecnologie per la conoscenza, la tutela e la valorizzazione dei beni culturali e dei paesaggi storici.

Tali attività saranno svolte seguendo un modello di ricerca nato in seno ai progetti sviluppati e condotti negli ultimi anni dagli archeologi del Di.C.A.M. in diversi comparti territoriali (Sicilia, Magna Grecia, Grecia, Turchia).

Il modello consiste nell'affiancare alle tradizionali metodologie, partendo dalla ricerca bibliografica e dallo studio delle fonti, l'informatizzazione dei dati, mediante sistemi GIS e Web GIS, attraverso software sviluppati specificatamente dal team di ricerca e personalizzabili, al fine di favorire la fruizione delle informazioni da parte della collettività.

Più specificatamente lo Spin off opererà attraverso i metodi e gli strumenti della c.d. Archeologia Globale, che prevede una serie di tappe metodologiche imprescindibili per la conoscenza del territorio e per lo studio dei paesaggi antichi.

L'analisi prende avvio da tre tappe dell'archeologia tradizionale:

1. Studio delle fonti antiche: letterarie, epigrafiche, numismatiche, iconografiche
2. Ricerca d'archivio, studio delle fonti antiquarie e analisi della cartografia storica
3. Analisi delle fotografie aeree storiche e contemporanee e delle riprese satellitari ad alta definizione.

All'acquisizione preliminare dei dati segue una fase di informatizzazione attraverso il sistema GIS.

Attraverso un software sviluppato all'interno del gruppo di ricerca è possibile ancorare alla moderna cartografia ogni dato o segnalazione proveniente dalla ricerca d'archivio, di

² Indicare la denominazione per persone giuridiche o enti privati, specificando la quota di capitale in valore assoluto e in percentuale sul totale. Allegare breve curricula per le persone fisiche e descrizione per enti o società.

³ Indicare sede ed indirizzo completo. Nel caso in cui l'impresa spin off venga incubata presso locali dell'Università degli Studi di Messina fornire dettagliata descrizione degli stessi.

estrarre i dati relativi ad un dato territorio, o porzione di territorio, o sito d'interesse archeologico, o area a rischio archeologico.

Una seconda attività sarà incentrata a reperire di informazioni tramite campagne di rilevamento *in situ* al fine di ottenere nuovi dati, aggiornando le conoscenze.

Tra le tecnologie che saranno sviluppate a tale scopo:

4. Telerilevamento mediante DRONE

5. *Survey*, ossia ricognizione diretta di superficie:

- Esecuzione materiale del *survey*, documentazione scientifica sul campo, documentazione fotografica e grafica (rilievo diretto e indiretto, fotogrammetria, laser scanner, modellazione 3D);
- Elaborazione dei dati;
- Implementazione del database con i dati acquisiti;
- Pubblicazione scientifica del *survey*.

6. Prospezioni geofisiche mediante GEORADAR ed elaborazione delle anomalie riscontrate.

7. Rilievo delle strutture eventualmente rinvenute sia con metodi tradizionali sia con tecnologia LASERSCANNER e fotogrammetria e modellazione 3D.

8. Scavo archeologico, in collaborazione con la Soprintendenza di riferimento, sia ai fini della ricerca sia ai fini della tutela, secondo la normativa vigente in materia di Archeologia Preventiva (D.L 42/2004-163/2006 e D.M. 60/2009, DPR. 207/2010):

- Esecuzione materiale delle operazioni di scavo
- Documentazione scientifica sul campo: giornale di scavo, documentazione fotografica e grafica (rilievo diretto e indiretto, fotogrammetria, laser scanner, modellazione 3D);
- Elaborazione dei dati;
- Implementazione del database con i dati acquisiti;
- Pubblicazione scientifica dello scavo.

9. Fruizione:

I servizi offerti dallo Spin off mireranno alla diffusione dei risultati emersi dalle attività attraverso le più avanzate tecnologie:

- WebGIS: interrogabile, a più livelli di approfondimento, sia dal turista che dall'ente che opera sul territorio
- App per smartphone e tablet: all'interno dei centri storici, ad esempio, la creazione di postazioni dotate di Qrcode, localizzate in precisi punti del centro per i quali si dispone di una documentazione fotografica d'archivio, consentirebbero di visualizzare, di uno stesso scorcio di panorama/paesaggio/monumento, delle fotografie realizzate in diversi momenti della storia e, quindi, di coglierne le modificazioni nel corso del tempo;
- App per smartphone e tablet interattiva: indirizzata specialmente ai turisti in visita nei centri storici: consentirebbe, grazie al sistema Wi-Fi, di interagire con il turista emettendo un segnale acustico in corrispondenza di un'area di interesse; il turista, se interessato, ha la possibilità, tramite l'App, di ottenere maggiori informazioni, visualizzando sul display un approfondimento.

Il sistema consentirebbe di dare visibilità anche a tutti i beni culturali per i quali si ha notizia ma che non sono fruibili: si pensi ai siti noti solo da scavi di emergenza urbani, inglobati all'interno di proprietà private, ai monumenti non più esistenti etc...

- Creazione di mostre e allestimento museale;
- Creazione di siti Web per la comunicazione museale;

- Editoria digitale e stampa.

Il modello, così studiato, è applicabile a qualunque comparto territoriale e consentirebbe sia di incrementare le conoscenze della comunità scientifica, sia di fornire agli enti di gestione del territorio gli strumenti necessari per una ottima pianificazione.

Una buona conoscenza del territorio, che equivale anche alla possibilità di accedere ai dati con rapidità grazie al sistema GIS e Web GIS, scaturita dall'Archeologia globale e preventiva che lo Spin Off si propone di realizzare, consentirebbe alle ditte di costruzione, alle Soprintendenze, agli Istituti di ricerca, di comunicare con maggiore efficacia; limiterebbe il rischio di costose interruzioni dei lavori all'interno dei cantieri o della perdita di dati relativi all'antichità. Non da ultimo è il servizio che lo Spin off si propone di fornire per la gestione turistica, basato sulle nuove tecnologie e che fa fronte alla necessità, sempre crescente, del turista di essere indipendente all'interno di una realtà nuova.

Le attività andrebbero interamente svolte in collaborazione e a supporto del Di.C.A.M, creando una sinergia per la quale sia possibile, da un lato, sviluppare i rapporti con il territorio, a livello locale e nazionale, e, dall'altro, approfondire gli aspetti metodologici e la ricerca scientifica, mirati allo sviluppo e all'approfondimento delle tematiche inerenti i beni culturali.

3.2 Descrivere la o le **applicazioni di mercato (combinazione prodotti/servizi)** più interessanti da valorizzare in chiave economica attraverso la creazione di impresa.

La società mira ad inserirsi nel mercato dei Beni Culturali e dell'edilizia a questi connessa; le competenze consentirebbero, da una parte, di attrarre fondi per la ricerca e la valorizzazione dei BB. CC., dall'altra, di supportare soggetti pubblici ed imprese nei lavori di indagine preliminare e di ricerca connessi alla pianificazione territoriale, con la realizzazione, ad esempio, di carte del rischio archeologico e di saggi di archeologia preventiva.

3.3 Descrivere lo stato dell'arte nel **settore** in particolare indicando: i **punti di forza** (e gli eventuali punti di debolezza) dell'idea proposta, rispetto ad altri prodotti/servizi concorrenti già disponibili sul mercato:

Numerose sono le imprese simili presenti da anni sul mercato, molte sono nate in seno a spin off universitari, soprattutto in Italia centro-settentrionale; diversa è invece la condizione della Sicilia, in cui mancano società di servizi per l'archeologia che siano di supporto per le imprese che operano in zone sottoposte a vincolo archeologico.

3.4 Identificare i gruppi di ricerca o di imprese che operano in **settori affini** a quello oggetto della proposta

La necessità di dovere produrre, prima della costruzione di grandi opere, una valutazione dell'impatto archeologico ha fatto sì che si siano formate, nel tempo, delle figure di "consulenti", che operano come liberi professionisti.

3.5 Indicare le caratteristiche dei **clienti** potenziali cui è rivolto il prodotto/servizio ed i **bisogni** che questo soddisfa. Indicare inoltre il **mercato** di riferimento del prodotto/servizio (descrivendo i **vantaggi offerti ai clienti** dall'applicazione di mercato e l'eventuale **dimensione** potenziale del mercato)

Il servizio è rivolto alle imprese edili, alle Soprintendenze e ai Comuni, al fine di soddisfare le esigenze legate alla pianificazione territoriale, all'indagine preliminare, alla valorizzazione di complessi archeologico-monumentali, alla promozione del territorio in genere.

3.6 Identificare eventuali elementi di criticità:

TECNOLOGICA	Attualmente non si possiedono tutte le strumentazioni utili che, tuttavia, possono essere noleggiate se necessario.
ECONOMICO-FINANZIARIA	La fase di avvio di una società comporta sempre una serie di criticità legate alla mancanza di commesse. In questo caso, trattandosi di uno spin-off accademico, si spera di riuscire a superare il problema con commesse pubbliche derivanti da progetti PON e POR.
DI PARTNERSHIP	Non si ritiene di avere delle criticità in quanto i futuri soci hanno già all'attivo collaborazioni con soggetti pubblici.
DI RISORSE UMANE	Le risorse umane da impiegare sono inizialmente gli stessi soci, i quali possiedono già tutte le competenze necessarie allo svolgimento dei lavori che lo spin-off si propone di realizzare.
ALTRO	

3.7 Descrivere le **partnership** possibili per agevolare la produzione e/o la commercializzazione del prodotto/servizio.
(Indicare la tipologia o il nome del partner)

Alcuni dei soci hanno già all'attivo collaborazioni con soggetti privati:
Land S.r.l;
Italferr Italia.
e hanno già collaborato con soggetti pubblici attivi in progetti PON e POR sui Beni Culturali:
CNR- Istituto per i Beni Archeologici e Monumentali (IBAM) di Catania e Lecce;
CNR- Istituto per i Processi Chimico-Fisici (IPCF) di Messina;
Università degli Studi di Messina, Dipartimenti di: Scienze chimiche e di Fisica e scienze della terra;
Soprintendenze dei BB. CC. AA. della Sicilia;
Assessorato Regionale dei Beni Culturali e dell'identità siciliana.

3.8 Indicare se esiste un **brevetto** alla base dell'idea di impresa o se si pensa di poter brevettare il prodotto e/o la tecnologia utilizzata.

No

3.9 Indicare la ripartizione delle funzioni e dei **ruoli** all'interno della società (socio, collaboratore esterno, dipendente, ecc), indicando le competenze già presenti e quelle da reperire.

- 1) Marta Venuti: Archeologa e socio lavoratore
- 2) Pasquale Cucinotta: Imprenditore edile e socio lavoratore
- 3) Alessio Toscano Raffa: Archeologo e socio lavoratore
- 4) Lorenzo Campagna: Archeologo e socio lavoratore
- 5) Sara Bonanno: Archeologa e socio lavoratore
- 6) Dario Giuffrida: Archeologo e socio lavoratore
- 7) Marco Miano: Archeologo e socio lavoratore
- 8) Mariacristina Papale: Archeologa e socio lavoratore
- 9) Francesco Parrotta: Archeologo e socio lavoratore
- 10) Dottore commercialista (da reperire)

4. OBIETTIVI ECONOMICI

4.1 Indicare l'ordine di grandezza dei **costi** dell'iniziativa per il primo anno (se possibile anche per il secondo e il terzo)

COSTI FISSI	I ANNO	II ANNO	III ANNO
Affitti/locazioni	5.000	5.000	5.000
Costo del personale			
Compenso soci			
Costi di gestione (telefono, luce, ecc.)	500	500	500
Ammortamenti			
Assicurazione	400	400	400
Spese amministrative	2.000	2.000	2.000
Altro (Promozione, abbonamenti, corsi...)			
TOTALE	7.900	7.900	7.900

COSTI VARIABILI	I ANNO	II ANNO	III ANNO
Consulenze esterne	0	0	0
Materie prime	0	0	0
Trasferte	3.000	4.000	5.000
Altro (brevetti, software...)	6.000	3.000	
TOTALE	9.000	7.000	5.000

TEMPI PAGAMENTO costi variabili	I ANNO	II ANNO	III ANNO	termini di pagamento es.60gg/120gg		
Consulenze esterne	0					
Materie prime	0					
Trasferte	3.000			30gg.		
Altro	6.000			90gg.		

4.2 Indicare l'ordine di grandezza dei **ricavi** dell'iniziativa per il primo anno (se possibile anche per il secondo e il terzo)

I ANNO		
RICAVI	Prezzo unitario	N° Prestazioni
Servizio A (vigilanza archeologica)	5.000	2
Servizio B (allestimento museale)	20.000	1
Servizio C (survey e carta del rischio archeologico in formato GIS)	70.000	1
TEMPI DI INCASSO RICAVI		
	Termini di incasso	
Servizio A (vigilanza archeologica)	120 gg.	
Servizio B (allestimento museale)	120 gg.	
Servizio C (survey e carta del rischio archeologico in formato GIS)	180 gg.	

II ANNO		
RICAVI	Prezzo unitario	N° Prestazioni
Servizio A (indicare la denominazione)	7.500	3
Servizio B (indicare la denominazione)	40.000	2
Servizio C (indicare la denominazione)	70.000	1
TEMPI DI INCASSO RICAVI		
	Termini di incasso	
Servizio A (indicare la denominazione)	120 gg.	
Servizio B (indicare la denominazione)	120 gg.	
Servizio C (indicare la denominazione)	180 gg.	

III ANNO		
RICAVI	Prezzo unitario	N° Prestazioni
Servizio A (indicare la denominazione)	10.000	4
Servizio B (indicare la denominazione)	60.000	3
Servizio C (indicare la denominazione)	70.000	1
TEMPI DI INCASSO RICAVI		
	Termini di incasso	
Servizio A (indicare la denominazione)	120 gg.	

Servizio B (indicare la denominazione)	120 gg.
Servizio C (indicare la denominazione)	180 gg.

4.3 Indicare l'ordine di grandezza degli **investimenti** per l'avvio dell'attività

I ANNO			
INVESTIMENTI	Periodo ammortamento	Ammortamento annuo	Termine di pagamento
Immobili			
Attrezzatura tecnica			
Arredi			
Brevetti e licenze			
Automezzi			
Software	6.000	2.000	90 gg.
Altro			
TOTALE			

II ANNO			
INVESTIMENTI	Periodo ammortamento	Ammortamento annuo	Termine di pagamento
Immobili			
Attrezzatura tecnica			
Arredi			
Brevetti e licenze			
Automezzi			
Software	15.000	2.000	90 gg.
Altro			
TOTALE			

III ANNO			
INVESTIMENTI	Periodo ammortamento	Ammortamento annuo	Termine di pagamento
Immobili			
Attrezzatura tecnica			
Arredi			
Brevetti e licenze			
Automezzi			
Software	22.000	4.000	90 gg.
Altro			
TOTALE			

4.4 Indicare, se previsti, possibili **finanziamenti** all'iniziativa di carattere pubblico e/o privato

Non sono al momento aperti bandi per il finanziamento di Spin-off.

4.5 Altre informazioni ritenute rilevanti per la valutazione dell'idea di impresa



Ai sensi del d.lgs. 196 del 30/06/03 e successive integrazioni/modificazioni autorizzo il trattamento dei dati

DATA

FIRMA

29/06/2015