



REGIONAL MARKETING
AND PROMOTION

PROPOSTA PROGETTUALE

“SALVAGUARDARE – WP 4.3.3”

Progetto semplice del PITEM Pa.C.E

Novembre 2021 – Dicembre 2022

Torino, 27 ottobre 2021

PREMESSA

Le zone alpine al confine tra Francia e Italia sono state per secoli aree strategiche molto importanti. Per il loro carattere singolare, sono stati teatro di molti eventi di grande importanza storica tra i due paesi, le cui tracce sono visibili ancora oggi, soprattutto attraverso le numerose fortificazioni presenti su tutto il territorio.

Oggi, questi territori transfrontalieri sono soggetti ad una notevole desertificazione e a una mancanza di interessi comuni di operatori e popolazione locale.

Per rispondere a questi problemi e rivitalizzare territori spesso visti come poco attrattivi, l'**Unione Europea** - attraverso Piani Integrati Tematici di cui il progetto Salvaguardare fa parte – ha come obiettivo quello di creare collaborazioni tra attori europei per valorizzare il patrimonio culturale materiale e immateriale diffuso nelle zone rurali e montane transfrontaliere.

Il progetto Salvaguardare consiste nel rimediare alla mancanza di visibilità di gran parte del territorio transfrontaliero italo-francese attraverso la conservazione e la valorizzazione di questo eccezionale patrimonio culturale. Un punto fondamentale del progetto è la collaborazione tra i partner e la condivisione di tecniche e buone pratiche sui temi del restauro, monitoraggio, messa in sicurezza, accessibilità e valorizzazione del patrimonio culturale costruito.

In questo progetto di grande importanza per il suo territorio, la **Regione Piemonte** è stata incaricata della corretta gestione amministrativa del progetto, del monitoraggio e della realizzazione delle azioni di comunicazione.

VisitPiemonte – nella sua veste di Società *in house* per la valorizzazione turistica e agroalimentare del territorio – ha previsto nel proprio Piano Attività 2021 (approvato dalla Regione Piemonte con DGR n. 23-2852 del 5.2.2021) alcune attività di valorizzazione sul medesimo patrimonio delle fortificazioni piemontesi che risultano in piena sintonia con il progetto Salvaguardare. Pertanto, il Settore Promozione Turistica della Regione ha richiesto a VisitPiemonte di coordinare le diverse attività di comunicazione, in collaborazione con la Regione medesima e gli altri partner del progetto Salvaguardare.

Il WP 4.3.3 del progetto Salvaguardare – su cui si basa questa proposta - è dedicato ad azioni di valorizzazione, di promozione e di formazione del pubblico sui metodi di restauro e conservazione delle fortezze incluse nel progetto. VisitPiemonte organizzerà le proprie azioni in modo tale da creare un insieme di contenuti e tecnologie in grado di integrare i prodotti turistici presenti sul territorio. Per raggiungere questo obiettivo, VisitPiemonte si affiderà anche a reti di diffusione locale e ad operatori locali.

OBIETTIVI

Il progetto includerà le seguenti quattro fortezze: **Forte dell'Annunziata, Forte di Exilles, Forte di Vinadio, e Forte di Esseillon.**

L'obiettivo complessivo del progetto è di **valorizzare le fortificazioni delle aree transfrontaliere tra il Piemonte/Liguria e l'Auvergne-Rhône-Alpes**, attraverso il **racconto degli elementi di cultura, outdoor, artigianato, enogastronomia, percorsi spirituali che caratterizzano queste zone**, creando un interesse specifico per i Forti e – in senso più ampio – per i territori a cui appartengono.

Gli obiettivi particolari del progetto possono essere così riassunti:

1. **Fare conoscere i territori transfrontalieri italo-francesi e il loro patrimonio** - sia dalle popolazioni locali sia dai visitatori – attraverso un racconto più trasversale e multi-tematico del Piemonte.
2. **Rendere il patrimonio storico-culturale identificabile** mettendo i Forti in rete tra di loro e creando una “visual identity” di chiaro riconoscimento da usare per il relativo piano di comunicazione.
3. **Creare un interesse per i Forti e i loro territori**, ricreando una memoria storica collettiva attraverso una serie di eventi e campagne di comunicazione.
4. **Sensibilizzare, gli operatori, i visitatori e le popolazioni locali** sulla salvaguardia e la valorizzazione del patrimonio culturale comune.
5. **Promuovere una fruizione turistica sostenibile e rispettosa dell'ambiente**, sviluppando un contesto turistico e sociale sempre più rivolto alle tematiche della sostenibilità e della lotta contro i cambiamenti climatici, promuovere un turismo “slow” in territori rurali e montani è una necessità.

DURATA

L'avvio delle attività è previsto da novembre 2021 con completamento nel dicembre 2022.

STRATEGIA

VisitPiemonte - in qualità di società *in house* della Regione Piemonte e di Unioncamere Piemonte - riveste un ruolo strategico nella definizione del progetto e nella definizione di un piano di comunicazione integrato per valorizzare i Forti, collegandoli all'interno del più ampio piano di visibilità e promozione del Piemonte.

In particolare, VisitPiemonte curerà:

- **La definizione della strategia integrata di comunicazione** per la valorizzazione del patrimonio e la messa a punto di attività concrete di comunicazione legate ai temi portanti della “promessa di territorio” del Piemonte: enogastronomia, outdoor, sport, percorsi spirituali, cultura, e inoltre artigianato, includendo le attività già realizzate dalla parte francese (I forti di Esseillon) e dalla parte ligure (Forte dell'Annunziata).
- **La stesura del piano di comunicazione** con il coinvolgimento del sistema turistico locale (collaborando con la Regione Piemonte e i vari partner del progetto Salvaguardare), e delle Agenzie Turistiche Locali.
- **Lo sviluppo di una linea grafica comune** che connoti i 4 siti oggetto di intervento.

- **La realizzazione di un video** per il racconto visivo del patrimonio delle fortificazioni
- **Integrazione del progetto con gli eventi già presenti sul territorio che possano stimolare un interesse comune** su tali beni da parte delle popolazioni locali, turisti e operatori, per promuovere i Forti come contenitore di eventi
- **La definizione di un calendario complessivo delle varie attività di promozione e valorizzazione**
- **La misurazione dei risultati delle varie iniziative, attraverso strumenti statistici e quali-quantitativi.**

ATTIVITÀ

Nel contesto del WP 4.3.3 del PITEM Pa.C.E SALVAGUARDARE, dedicato alla messa a punto di azioni di valorizzazione, VisitPiemonte desidera proporre una serie di azioni che permetteranno di rispondere agli obiettivi posti precedentemente.

A. ATTIVITA' PRELIMINARI

1. Mappatura dei Forti

Realizzazione di un'analisi interna per disporre della fotografia attuale dei Forti e, quindi, creare una mappatura dello stato dell'arte in termini di: proprietà, accessibilità, gestione, contatti, apertura al pubblico, esistenza o meno di sito internet (e lingue disponibili), presenza su altri canali di comunicazione (es: social media), programmazioni culturali previste, punti di forza/debolezza, ecc.

B. IDEAZIONE E REALIZZAZIONE DI EVENTI LOCALI

1. Alla scoperta dell'artigianato caratteristico del territorio

Nella regione tra Italia e Francia resistono ancora le antiche attività piemontesi relative alla vita contadina ed artigiana di un tempo. Sono know-how unici e in via di scomparsa che meritano una valorizzazione particolare.

L'evento "Alla scoperta dell'artigianato unico del territorio", che avrà luogo all'interno di uno dei Forti valorizzato dal progetto, si svolgerà sotto forma di una sorta di "fiera dei vecchi mestieri" e avrà come obiettivo quello di far scoprire alle giovani generazioni e ai turisti dei lavori e un *know-how* unico – tipico dei territori montani piemontesi - che oggi tendono a scomparire. Tra i vari stand, artigiani piemontesi lavoreranno metalli, legno, pietra, vetro, tessuti e altre materie prime secondo il metodo antico e presenteranno al pubblico oggetti unici e pregiati: l'occasione per tutti di scoprire un patrimonio culturale, tradizionale e storico in uno stesso luogo.

Questa attività verrà realizzata in collaborazione con gli attori locali e i vari partner del progetto Salvaguardare.

2. Attività culturale in occasione della fiera dei vecchi mestieri

Questo evento, organizzato in occasione della fiera dei vecchi mestieri sopracitata, vedrà l'organizzazione di animazioni (spettacoli, concerti) in uno dei Forti d'interesse del progetto Salvaguardare avvicinando il pubblico alla scoperta di questi luoghi rendendoli fruibili in modalità originali e uniche.

3. Realizzazione di un calendario comune unico degli eventi sui territori dei forti

Sarà compito di VisitPiemonte in collaborazione con gli attori locali, realizzare un calendario comune degli eventi che si svolgeranno nel 2022 sui territori intorno ai Forti. Questo calendario, che verrà pubblicizzato sui vari canali social, siti web e tramite la campagna di comunicazione, permetterà di dare visibilità ai territori e alle varie iniziative organizzate intorno ai Forti.

C. ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE

1. Definizione dei valori da comunicare e contenuti della narrazione

VisitPiemonte coordinerà il percorso propedeutico allo sviluppo della *visual identity* e del piano partendo con la definizione del messaggio e dei contenuti che si vogliono diffondere ai vari pubblici di riferimento (residenti e visitatori). Si partirà dall'analisi dei materiali raccolti e dalle fonti storiche per poi far emergere gli elementi fondanti per lo "storytelling" e i valori da trasmettere attraverso incontri con i Partner di Progetto e i rappresentanti locali.

2. Sviluppo di una Visual identity

Il percorso di valorizzazione richiede la definizione di un'identità visiva chiara e distintiva, capace di rendere riconoscibili i Forti e i loro territori circostanti per visitatori e popolazioni locali. A tal fine sarà necessario incaricare un'agenzia specializzata in comunicazione visiva (selezionata tramite bando di gara) affinché studi un nome, con payoff bilingue (italiano/francese), cromatismi e grafismi caratterizzanti i Forti costruendo l'identità visiva comune, presente su tutti i materiali, documenti e le campagne di comunicazione che saranno realizzate; e capace di contribuire allo sviluppo duraturo dell'attrattività dei Forti, anche al termine del progetto europeo.

3. Acquisizione di materiale iconografico

La valorizzazione territoriale – soprattutto in un ambito meno noto di altri beni artistici/culturali, quali le fortezze, il cui *appeal* è ancora da sviluppare – è sempre più basata sul linguaggio visivo e sulle immagini capaci di emozionare e far scattare il desiderio di scoprire uno specifico luogo. In quest'ottica, VisitPiemonte propone di far realizzare servizi fotografici di elevata qualità, attraverso un professionista specializzato (da selezionare tramite gara pubblica) investendo così nella costituzione di un patrimonio iconografico sui singoli Forti, di proprietà della Regione Piemonte/VisitPiemonte che si possa riutilizzare anche per altre attività promozionali.

4. Definizione del piano di comunicazione

La comunicazione gioca un ruolo cruciale nella valorizzazione territoriale. Innanzitutto, utile a far conoscere questo patrimonio unico alle popolazioni locali, stimolando un senso di appartenenza e di orgoglio delle comunità transfrontaliere accomunate da storia e tradizioni che sono poco note, al di fuori della cerchia degli storici e degli appassionati. In secondo luogo, la comunicazione è indispensabile per stimolare l'arrivo di visitatori proponendo la scoperta di luoghi insoliti ma ricchi di fascino e di molteplici opportunità trasversali di vivere questi luoghi lontani dal turismo di massa e a rischio di abbandono. E, ancora, la comunicazione di questo patrimonio è una leva importante anche per valorizzare forme di turismo "slow", attento all'ambiente e alla salvaguardia delle comunità locali, in sintonia con le strategie regionali e con le nuove sensibilità turistiche dei viaggiatori in fase post-pandemica. Il piano di comunicazione sarà definito in modo da coprire tutta la durata del progetto e sarà anche fondamentale per la promozione dei vari eventi descritti oltre e promuovere le varie azioni. Il piano sarà costituito da un *visual* di campagna (affidato ad agenzia specializzata da scegliere tramite gara, su

briefing di VisitPiemonte concordato con Regione Piemonte e gli altri partner) e da una pianificazione mezzi (mix di canali sui quali diffondere una campagna di comunicazione).

5. Realizzazione di video promozionali

All'interno del piano sopra descritto, VisitPiemonte farà realizzare anche un video promozionale dedicato alle fortificazioni, creando interesse per i Forti e i loro territori per far scoprire a un pubblico più ampio un patrimonio spesso dimenticato. Le riprese si svolgeranno in inverno e in primavera e permetteranno di realizzare pillole utili per la promozione sui *social media* e sul web in generale.

6. Landing pages

Ad oggi si rileva la mancanza di informazioni relative ai Forti, e questo *gap* che impedisce la fruizione dei beni e la relativa comunicazione dev'essere superato. Considerata la difficoltà oggettiva di poter creare a breve-medio termine un portale unico per tutti i Forti (anche per la frammentarietà delle diverse proprietà/gestioni), VisitPiemonte propone di raggruppare in maniera armonizzata e di facile fruizione tutte le informazioni attraverso la creazione di nuove pagine dedicate su cui far atterrare la campagna di comunicazione di cui al punto precedente, inserendo le informazioni e le immagini rielaborate all'interno di una nuova *landing page* creata ad hoc da un'agenzia esterna.

La *landing page* agirà come vetrina del progetto e permetterà di trovare i link ai siti dei vari forti. Al momento, i siti esistenti sono:

Forti di Esseillon

I forti di Esseillon sono un complesso di 5 forti nel comune di Aussois in Savoia (due di questi forti sono in rovina). La Redoute Marie-Thérèse è di gestione privata ed è visitabile. Inoltre, al suo interno troviamo un *escape game* e alcuni spazi per ricevimenti. Il Forte Marie-Christine è di gestione privata ed è un albergo-ristorante-Tea Room. Il Forte Victor-Emmanuel (di gestione pubblica) è visitabile gratuitamente ed è in restauro.

www.redoutemarietherese.fr

www.fort-mariechristine.com

Forte di Vinadio

www.fortedivinadio.com

Forte di Exilles

Le informazioni sul Forte di Exilles sono disponibili sul sito del comune.

www.comune.exilles.to.it/cultura-e-storia/il-forte-di-exilles/

Forte dell'Annunziata

Il Forte dell'Annunziata ospita un museo. Le informazioni sul Forte si trovano in parte sul sito del museo.

www.marventimiglia.it

D. ATTIVITÀ DI MISURAZIONE E FOLLOW UP

L'efficacia delle iniziative realizzate e le relative ricadute sui singoli territori saranno monitorate attraverso un set di strumenti quali-quantitativi, tra i quali: rassegna stampa (con valorizzazione economica degli articoli pubblicati), numero di partecipanti ai vari eventi, la vendita di biglietti d'ingresso per i Forti aperti al pubblico, misurazione dell'evoluzione del traffico digitale sul web (numero, visite, ecc.) e l'*engagement rate* delle comunicazioni social (reazioni, condivisioni ecc.). Queste misurazioni serviranno per modificare/rafforzare i successivi interventi di valorizzazione e costituiranno un importante elemento di raffronto per il prosieguo del percorso di valorizzazione anche al termine del progetto europeo.

Per realizzare queste analisi, sarà necessario procedere, all'inizio del progetto, con una "fotografia" della situazione pre-avvio del progetto.

CRONOPROGRAMMA DELLE ATTIVITÀ

	2021							2022												
	Giugno	Luglio	Agosto	Settembre	Ottobre	Novembre	Dicembre	Gennaio	Febbraio	Marzo	Aprile	Maggio	Giugno	Luglio	Agosto	Settembre	Ottobre	Novembre	Dicembre	
<i>Visual Identity</i>						→	■													
<i>Materiale iconografico</i>									→	→	→	→								
<i>Realizzazione di un video promozionale</i>										→	→	→								
<i>Creazione pagine web dedicate</i>						→	→	→	→	→	→									
<i>Campagna di comunicazione</i>						→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	
<i>Alla scoperta dell'artigianato</i>						→	→	→	→	→	→	→	→	→						
<i>Follow up</i>						■														→

→
Ideazione delle azioni di valorizzazione

■
Diffusione / svolgimento delle attività

RISULTATI ATTESI

1. **Maggiore conoscenza, consapevolezza e visibilità** dei Forti a livello regionale, nazionale e transfrontaliero.
2. **Incremento dei visitatori** (misurabile con i biglietti d'ingresso venduti nei forti aperti al pubblico).
3. **Aumento della notorietà dei Forti** (misurabile attraverso articoli, pubblicazioni, *engagement rate* dei post sui *social media* VisitPiemonte e visite alle pagine dedicate sui siti *web*, ed eventuali sondaggi ad hoc).

BUDGET PROGETTO

Il budget per questo progetto è pari a € 140.000.

BUDGET Progetto "Salvaguardare" Progetto PITEM fortificazioni transfrontaliere						PERSONALE DMO IMPEGNATO SUL PROGETTO					
ATTIVITA'	AZIONI	ATTIVITÀ SERVIZI ESTERNI	SERVIZI ESTERNI	COSTO PERSONALE DMO	TOTALE	STRADIOTTO costo orario € 39,48	TASSO costo orario € 27,28	CARPANETO costo orario € 23	BABU costo orario € 13,81	DIRETTORE costo orario € 80,47	TOTALE ORE COMPLESSIVE
A. PREPARAZIONE DELLE AZIONI FUTURE	1. Mappatura dei forti (pag. 3)		€ -	€ 299,82	€ 299,82	2	0	6	6		
B. IDEAZIONE E REALIZZAZIONE DI EVENTI LOCALI	1. Alla scoperta dell'artigianato unico del Piemonte (pag. 3) *	Noleggio materiale, trasferte, ufficio stampa.	€ 32.000,00	€ 2.694,57	€ 34.694,57	8	26	45	45	5	233,00
	2. Attività culturale in occasione della fiera dei vecchi mestieri (pag. 3) *	Noleggio materiale, trasferte, ufficio stampa.	€ 22.687,73	€ 2.041,35	€ 24.729,08	5	20	35	35		
C. COMUNICAZIONE	1. Visual identity (pag. 4)	Creazione di un visual declinato in logo, colori e claim.	€ 12.000,00	€ 362,43	€ 12.362,43	1	5	5	5		
	2. Acquisizione materiale iconografico (pag. 4)	Servizio fotografico.	€ 3.200,00	€ 362,43	€ 3.562,43	1	5	5	5		
	3. Realizzazione di video promozionali (pag. 5)	Realizzazione di video delle fortificazioni con i droni e montaggio per la creazione di un video promozionale che verrà diffuso online.	€ 30.848,37	€ 401,91	€ 31.250,28	2	5	5	5	25	134
	4. Definizione del piano di comunicazione (pag. 4) *	Programmazione di campagne di comunicazione.	€ 30.200,46	€ 843,30	€ 31.043,76	5	10	10	10		
	5. Landing page (pag. 5) *	Creazione di una <i>landing page</i> con informazioni sui forti.	€ 1.037,00	€ 499,95	€ 1.536,95	1	2	11	11		
D. ATTIVITA' DI FOLLOWUP E MONITORAGGIO	Monitoraggio delle attività di comunicazione (pag. 6) *	Rassegna stampa, monitoraggio ingressi, sentiment analysis, digital report.	€ -	€ 520,68	€ 520,68	2	0	12	12	5	31
TOTALE COMPLESSIVO			€ 131.973,56	€ 8.026,44	€ 140.000,00	27	73	134	134	30	398

*Attività che andranno sviluppate con l'aiuto dei team Comunicazione, Osservatorio Regionale e Digital Reporting di VisitPiemonte

RIEPILOGO COSTO DEL PERSONALE DEDICATO AL PROGETTO

COSTO ORARIO MEDIO LORDO	N.ORE PERSONALE	TOTALE COSTI INTERNI
47,52 €	398	18.913,36

DI CUI:

COSTO SPESATO DALLA QUOTA CONSORTILE VERSATA DA REGIONE PIEMONTE (COSTO DEL DIRETTORE + COSTO DELLA STRUTTURA)	€	10.886,92
TOTALE RESIDUO DA SPESARE SUL PROGETTO	€	8.026,44

Le voci di spesa parziali delle singole attività sono indicative e possono essere tra loro compensate a seconda delle necessità per la migliore riuscita delle iniziative stesse pur nel rispetto della somma massima complessiva indicata per l'attuazione del progetto.

Il personale coinvolto nel progetto e che opera per le diverse azioni è composto da: n. 1 quadro per il coordinamento delle attività previste, n. 3 impiegati per la gestione di tutte le fasi operative. Le azioni descritte vengono realizzate attraverso l'ottimizzazione delle risorse economiche previste al fine di raggiungere gli obiettivi di progetto indicati. Gli affidamenti sono predisposti secondo la disciplina vigente e secondo gli obiettivi istituzionali della Regione Piemonte.

Tutte le attività previste in progetto rispondono ai fini istituzionali della Regione Piemonte, in quanto l'attività proposta è stata concertata e condivisa con l'Assessorato Cultura, Turismo e Commercio.

ATTIVITÀ ESTERNE E TEMPISTICHE

1) Vincoli temporali

Le attività presentate sono parte integrante del progetto Salvaguardare e devono essere realizzate entro il 31.12.2022.

2) Attività acquisite all'esterno

Il progetto, in tutte le sue azioni, indica in modo dettagliato le attività a corpo e/o acquisti dedicati che VisitPiemonte prevede di acquisire all'esterno nel rispetto del Regolamento degli acquisti societario. Le tempistiche di realizzazione delle singole azioni saranno condivise con le esigenze della Regione Piemonte e dei partner di progetto.

Il progetto prevede di acquisire servizi all'esterno attraverso bandi di gara, per le attività seguenti:

- Visual Identity
- Acquisizione di materiali iconografici
- Sviluppo della creatività di campagna
- Realizzazione di un video promozionale
- Programmazione campagna di comunicazione