



CITTA' DI TORINO

Divisione Grandi Eventi e Promozione Turistica

PROGETTO “RESIDENZE SABAUDE, UN TERRITORIO DA RE”. RICHIESTA SERVIZIO DI PROGETTAZIONE, IDEAZIONE E SVILUPPO DI UNA CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE RIVOLTA AI TERRITORI SEDE DI BENI UNESCO DEL CIRCUITO DELLE RESIDENZE REALI SABAUDE.

PREMESSE

Il Ministro del Turismo, di concerto con il Ministro dell'Economia e delle Finanze, ha adottato un provvedimento istitutivo del “Fondo in favore dei Comuni a vocazione culturale, storica, artistica e paesaggistica, nei cui territori sono ubicati siti riconosciuti dall'Unesco patrimonio mondiale dell'umanità” con l'obiettivo di sostenere la ripresa del settore turistico, particolarmente colpito dalla crisi generata dalla pandemia di Covid-19 nei Comuni caratterizzati da spiccata vocazione turistico-culturale, ed ha in seguito approvato un Avviso pubblico per individuare progetti volti alla valorizzazione dei Comuni a vocazione turistico-culturale nei cui territori sono ubicati siti riconosciuti dall'UNESCO patrimonio dell'umanità e dei Comuni appartenenti alla rete delle città creative dell'UNESCO.

(<https://www.ministeroturismo.gov.it/avviso-pubblico-per-la-valorizzazione-dei-comuni-con-siti-unesco-e-delle-citta-creative>)

Oggetto dell'Avviso era il finanziamento di interventi volti ad incrementare in qualità e quantità l'attrattività e le presenze turistiche nei territori interessati.

Tali interventi si sostanziano nella realizzazione di iniziative riguardanti strumenti di comunicazione, di valorizzazione e promozione turistica digitale, itinerari turistici, progetti di marketing turistico, nonché opere di tipo edilizio, strutturale o impiantistico e allestimenti funzionali all'incremento della fruizione e dell'attrattività turistica.

Con deliberazione della Giunta Comunale ATTO N. DEL 356 del 20/06/2023, la Città di Torino ha deliberato la partecipazione al bando, scegliendo di presentare il progetto “Residenze sabaude. Un territorio da re – Le città UNESCO delle Residenze Sabaude”, agendo come ente capofila di un'aggregazione di altri 7 Comuni: Agliè, Bra, Govone, Moncalieri, Racconigi, Rivoli, Venaria Reale, e avvalendosi nella realizzazione della collaborazione di Turismo Torino e Provincia, del Consorzio delle Residenze Sabaude e di Fondazione Film Commission Torino e Piemonte.

Nell'ambito di tale progetto, la Città di Torino – Divisione Grandi Eventi e Promozione Turistica – in qualità di Comune capofila del progetto sopra citato, intende affidare il servizio di progettazione, ideazione e sviluppo di una Campagna di Comunicazione rivolta ai territori sede di beni UNESCO del circuito delle Residenze Reali Sabaude. Tale campagna si inserisce come un elemento di un più ampio Piano di Comunicazione, che è stato inserito come uno degli interventi che costituiscono il progetto, come si evince dall'estratto di progetto che segue e come meglio dettagliato nella scheda specifica allegata (All. 2bis). La lettura del seguente estratto è utile per poter meglio capire gli obiettivi del progetto.



CITTA' DI TORINO

Divisione Grandi Eventi e Promozione Turistica

ESTRATTI DAL PROGETTO FINANZIATO

1 - Piano di Marketing territoriale

Il Piano di marketing territoriale avrà il compito di indicare a tutti i partner e agli stakeholder del sistema le strategie turistiche e le relative azioni da perseguire durante il progetto e nei successivi cinque anni, al fine di:

- favorire l'attivazione del prodotto turistico nella sua dimensione di circuito;
- promuovere la programmazione unitaria delle attività del sistema, minimizzando le sovrapposizioni temporali degli eventi e contribuendo a generare e incrementare un costante flusso di visitatori nelle Residenze, al fine di strutturare un'offerta territoriale coordinata;
- rafforzare il brand "Residenze Reali Sabaude".

Il Piano di marketing territoriale, attraverso analisi condotte sull'offerta, sulla concorrenza, sulla domanda, sul posizionamento del prodotto e sulle dinamiche di fruizione fornirà ai Comuni partner e al Sistema da questi coordinato la road map strategica per individuare e valorizzare il vantaggio competitivo dell'offerta delle Residenze e dei territori in cui queste sono inserite, proponendo un percorso condiviso di cultural planning tra le varie sedi e i vari territori, al fine di misurare e analizzare le performance delle varie attività e di essere strumento per riorientare la successiva programmazione del Circuito.

Il Piano di marketing:

- individuerà l'utenza attuale e potenziale del Circuito, i meccanismi di sua profilazione, le modalità di valutazione della Customer Satisfaction e della User Experience;
- misurerà l'impatto economico potenziale del Circuito sul territorio locale;
- imposterà il piano delle attività necessarie a rendere operativa la strategia di valorizzazione turistica del sito UNESCO, integrando le Residenze e i Comuni in un sistema coerente e organizzato.

Il piano di marketing integrerà il sistema di raccolta dati, di monitoraggio e di profilazione dell'utenza, con un approccio big data, definendo anche le eventuali procedure di aggiustamento e di riallineamento conseguenti all'andamento dei flussi turistici e ai riscontri sul posizionamento del brand Residenze Reali Sabaude.

In base alle linee guida individuate nel Piano di marketing, sarà possibile avviare azioni di marketing coordinato quali il coordinamento con tour operator, operatori di incoming, turismo scolastico e consorzi sul territorio per la creazione di pacchetti ad hoc.

Il Piano sarà a disposizione dei Comuni e di tutti gli enti e istituzioni che fanno parte del sistema di valorizzazione delle Residenze Reali Sabaude.

2 - Piano di comunicazione

Il Piano di Comunicazione integrato della "nuova destinazione turistica" Residenze Reali Sabaude si svilupperà partendo dalla definizione e dal posizionamento del Brand Residenze Reali Sabaude come



CITTA' DI TORINO

Divisione Grandi Eventi e Promozione Turistica

insieme delle singole Residenze e dei singoli Comuni su cui queste persistono e che fanno parte del Sistema e che dovranno condividere:

- visual identity, declinata sui singoli poli culturali;*
- tono di voce, declinato su tutti i canali;*
- buyer personas suddivisi per provenienza, lingua, interessi e fattori demografici;*
- strategie e materiali di visibilità online e offline;*
- ottimizzazione della presenza digitale;*
- piano editoriale del circuito;*
- sistema e politiche di ticketing.*

Obiettivi del Piano di Comunicazione:

- favorire la conoscenza delle Residenze Reali (in particolare di quelle meno note) e dei comuni in cui hanno sede;*
- creare occasioni di visita - offerta turistica del territorio;*
- creare community definite e attive in grado di sviluppare un processo di produzione di materiali (UGC- user generated content) in grado di portare visibilità, awareness e brand reputation all'intero circuito;*
- promuovere storia, inclusività, arte, turismo dei Comuni sede di Residenze;*
- contribuire all'aumento dell'incoming turistico dai principali mercati di riferimento facendo leva sui punti di forza arte, architettura, paesaggio, storia, enogastronomia, ecoturismo, sport e turismo outdoor.*

Il Piano di Comunicazione si articolerà nelle seguenti macro attività:

a. Comunicazione online e gestione della Brand Reputation

- *implementazione e lancio del portale turistico di riferimento con interoperabilità con www.italia.it;*
- *campagna di influencer marketing e campagne social (canali "paid-media": Pagina Facebook, Profilo Instagram, Canale YouTube, Canale Twitter, mailing list, Google My Business; coinvolgimento di social influencer e blogger selezionati per la realizzazione di micro spot/video promozionali;*
- *realizzazione di video con realtà aumentata.*

b. Press action: attivazione di un ufficio stampa dedicato, organizzazione di press trip, collaborazione con testate di viaggio e sponsor in ambito fotografico.

c. Comunicazione off line e campagne di Marketing Tradizionale.

d. Video promozionale a cura di Film Commission Piemonte. Composto da una clip per ciascuna residenza, con il materiale di film o sceneggiati realizzati nelle Residenze Sabaude laddove presente o di nuova produzione.



CITTA' DI TORINO

Divisione Grandi Eventi e Promozione Turistica

e. Accordi di comarketing con vettori aerei e ferroviari nazionali e internazionali (quali Ryanair, SSNF, Trenitalia, Italo, ...) e con le principali OTA (Online Travel Agency quali Expedia, Viator, Get your Guide, Musement, ...).

f. Partecipazione alle principali fiere nazionali e internazionali B2B e B2C a tema turistico/culturale.

3 - Segnaletica turistica interattiva

L'intervento prevede la realizzazione e relativa posa di segnaletica turistica interattiva nel rispetto architettonico di ciascun Comune, rendendo così la "Città Parlante" grazie all'utilizzo del proprio smartphone o tablet. La segnaletica turistica interattiva infatti consentirà al visitatore di accedere a delle informazioni multimediali tramite Qr Code e chip contactless senza dover scaricare nessuna app sul proprio device, facilitando la capacità del turista di:

- crearsi tour personalizzati;
- di orientarsi sul territorio con mappe digitali e fruire di informazioni utili alla visita anche in periodi/orari di chiusura degli uffici turistici e/o in punti non prossimi agli stessi;
- di coinvolgere e valorizzare gli operatori turistici locali, per inserire soluzioni esperienziali nelle proposte di visita;

Tale segnaletica permetterà inoltre:

- la profilazione dell'utenza;
- la realizzazione di contenuti specifici che illustrino il territorio e i beni di riferimento;
- l'accesso a contenuti multimediali almeno in italiano e in inglese;
- la produzione di contenuti LIS e/o di realtà aumentata, per gli utenti con disabilità;
- la realizzazione di video specifici per bambini e ragazzi, per coinvolgere un pubblico più ampio possibile.

4 - Design di itinerari turistici

L'intervento prevede la realizzazione di itinerari specifici a piedi e in bicicletta che forniscano a residenti e visitatori una visione globale del patrimonio UNESCO, in parte all'interno delle residenze, ma soprattutto sui territori dei comuni partner.

Nello specifico, in seguito a una ricognizione degli itinerari esistenti, locali e sovralocali, per la promozione e valorizzazione del circuito si propone l'individuazione di filoni culturali tematici trasversali a tutte o ad alcune delle Residenze Sabaude. Si creeranno anche itinerari di visita all'esterno dei beni Unesco, volti a valorizzare il patrimonio culturale, ambientale e paesaggistico e le peculiarità enogastronomiche dei comuni che ospitano le Residenze.

5 - Eventi e campagna di sensibilizzazione del territorio

L'intervento prevede attività di valorizzazione ed eventi in grado di attrarre il grande pubblico e propone, come strategie di marketing con il coinvolgimento di stakeholder territoriali.

6 - Realizzazione visitor centre Unesco



CITTA' DI TORINO

Divisione Grandi Eventi e Promozione Turistica

Il progetto prevede alcuni interventi di allestimento di VISITOR CENTER UNESCO, diffusi sul territorio nei Comuni associati. Questi luoghi saranno utilizzati oltre che a scopo informativo, anche come punti di ritrovo per escursioni e tour programmati, come vetrine dei territori e come basi per costruire i percorsi personalizzati di visita.

IL CONTESTO TERRITORIALE

Nei territori di Torino, Agliè, Bra, Govone, Moncalieri, Nichelino, Racconigi, Rivoli, Venaria Reale hanno sede le Residenze Reali Sabaude. Primo caso di sito seriale UNESCO, costituisce un patrimonio dinamico complesso e articolato, composto da edifici con specificità storico-architettoniche, ma con tratti di unitarietà dati dalla "progettualità" unitaria della famiglia reale Savoia di creare una corona di residenze attorno a Torino, capitale dello Stato, a partire dal 1563. Rappresenta nel complesso un'autentica simbiosi tra cultura e natura attraverso la supremazia sullo spazio urbano e la pianificazione di vaste aree rurali. Si caratterizza per un notevole livello di ordine e concentrazione, risultato di una rilevante razionalità politica e dinastica e rappresenta un'organizzazione concentrica autoritaria volta a garantire un continuo, rapido e centrifugo accesso a tutte le Residenze. Cuore del complesso è Torino, che domina un sistema di palazzi, "vigne", ville, castelli, teatro di una raffinata vita di corte e testimonianza del potere acquisito da Casa Savoia.

L'insieme delle residenze sabaude è un unicum a livello europeo, un vero e proprio "sistema" dal punto di vista storico/culturale.

Le potenzialità turistico culturali sono indiscusse: il circuito delle Residenze Reali è visitato da oltre 2 milioni di persone annualmente (OCP, dato 2020). Tuttavia, le residenze hanno raggiunto livelli di visibilità e riconoscibilità molto diversi, considerando ad esempio la visibilità ottenuta dalla Reggia di Venaria a livello nazionale e internazionale da un lato e all'estremo opposto la riconoscibilità più locale di altre residenze di dimensioni più contenute.

Emerge perciò con forza la necessità di consolidare tale sistema quale destinazione turistica del Piemonte, attraverso un progetto integrato di valorizzazione e promozione, che concorra a aumentare il numero assoluto di visitatori e di pernottamenti, nonché a diversificare le tipologie di visitatori e la loro distribuzione tra le Residenze, sfruttando le più frequentate come traino per l'intero sistema.

Il Piano dovrà perciò individuare le strategie e le azioni per la messa a sistema dell'esistente e di quanto è in fase di realizzazione già come unica entità, per far crescere il prodotto turistico andando a recuperare e incrementare il numero delle presenze turistiche territoriali, con un'offerta che tenga conto delle singolarità di ogni territorio, ma che al contempo narri una storia unica, con filo conduttore "Residenze sabaude. Un territorio da Re".



CITTA' DI TORINO

Divisione Grandi Eventi e Promozione Turistica

In tal senso il progetto intende mettere in valore il finanziamento MIT per sostenere lo start-up delle azioni di marketing turistico del sistema delle residenze per un solido posizionamento nazionale e internazionale.

CARATTERISTICHE DEL SITO UNESCO

Tra il XVI e il XVII secolo la dinastia sabauda volle circondarsi di un sistema di residenze progettate e realizzate dai più importanti architetti dell'epoca: teatro della vita di corte e testimonianza dell'autorità acquisita, luoghi di svago e palazzi di piacere lungo i fiumi, sulla collina e nella campagne intorno alla capitale Torino.

A Torino sorgono i palazzi per la corte da cui si esercitava il governo dello Stato (la "ZONA DI COMANDO"). A poca distanza dalla città, la cosiddetta "CORONA DI DELIZIE", fatta di splendide residenze di piacere e di caccia, per cerimonie e ricevimenti. A pochi passi dal centro di Torino, attorniate da vigne e giardini, Villa della Regina e il Castello del Valentino furono dimore predilette di principesse e regine; la Palazzina di Caccia e la Reggia di Venaria sono maestosi complessi barocchi. Con la moda ottocentesca della villeggiatura, la corte sabauda trascorre lunghi periodi in accoglienti residenze di campagna nel verde (Castelli di Govone, Agliè e Racconigi, La Mandria, la Tenuta di Pollenzo)

Il World Heritage Committee ha iscritto le Residenze Sabaude nel patrimonio UNESCO in quanto "testimonianza rilevante dell'esuberante genialità dell'arte e dell'architettura del Barocco e del Tardo-Barocco e di un considerevole scambio di influenze riguardante lo sviluppo dell'architettura e della tecnologia delle arti monumentali, la pianificazione delle città e la creazione dei paesaggi".

SVILUPPO DELLA FILIERA TURISTICA

La creazione di un prodotto turistico con protagonista il circuito delle Residenze Sabaude deve tenere in considerazione gli attrattori locali e valorizzare le caratteristiche forti del territorio, stimolare la partecipazione degli operatori e favorire la qualità dell'accoglienza. Diventa dunque inevitabile, soprattutto per le residenze con sedi più decentrate, recuperare i rapporti e le interazioni storicamente presenti con i territori, in modo da offrire proposte omogenee e rispondenti alle aspettative del turista e portare un turismo non tanto di tipo "mordi e fuggi", ma capace di vivere con qualità le proposte autentiche dell'area, sfruttando anche la notorietà delle Residenze più frequentate come traino per l'intero sistema.

La prospettiva è quella di prolungare la permanenza media dei visitatori sul territorio, collegandosi alla filiera turistica enogastronomica e all'eccellenza artigiana, già forte e riconosciuta.

Il territorio afferente alle Residenze Reali offre una varietà di prodotti enogastronomici e eccellenze artigiane legate alla filiera produttiva locale, da valorizzare in percorsi specifici. Tali prodotti enogastronomici sono promossi in una filiera turistica che si basa su una rete imprenditoriale locale di artigiani e operatori enogastronomici professionalmente preparati, che devono essere messi in rete. Spesso esiste un legame tra le Residenze e i prodotti del comparto agricolo, con colture anche presenti nei parchi annessi alle regge.



CITTA' DI TORINO

Divisione Grandi Eventi e Promozione Turistica

Numero di attrattori turistici, beni culturali e paesaggistici (puntuali) vincolati presenti nel/i Comune/i coinvolti dal Progetto di valorizzazione

Il circuito delle residenze e pertinenze sabaude attraversa larga parte del Piemonte: il perimetro forma un anello di circa 500 chilometri all'interno del quale si incontrano circa 100 comuni meritevoli di attenzione, un sistema viario e urbanistico principale e vari sottosistemi in parte già definiti, in parte da scoprire e collegare, sintesi delle eccellenze regionali da integrare in un'unica offerta.

Le strade tra le residenze incrociano non solo l'area del gusto e dell'enogastronomia di Langhe, Monferrato e Roero (Patrimonio UNESCO), l'area dei castelli e borghi medievali del Saluzzese, l'area delle acque sorgive e dei parchi naturali delle valli alpine, i castelli del Canavese, ma anche veri e propri sottocircuiti tematici: un percorso archeologico (Pollenzo, Industria, Bene Vagienna), uno dell'architettura romanica (Vezzolano, Staffarda, Sant'Antonio di Ranverso, Novalesa, ecc.), uno dei cicli pittorici medievali (Manta, Sezzadio, Saluzzo), uno delle acque sorgive (Lurisia, Garessio, Vinadio), la strada del Gusto (Langhe, Roero, Monferrato), la Via Francigena, aree protette, parchi naturali e ecomusei, luoghi di pellegrinaggio storico religioso come i sacri monti.

Molto numerosi i beni culturali e paesaggistici vincolati, di cui si riporta il numero per comune:

Torino: 2142; Agliè: 13; Bra: 90; Govone: 4; Moncalieri: 105; Nichelino: 34; Racconigi: 49; Rivoli: 49; Venaria Reale: 48. FONTE: <http://vincoliinrete.beniculturali.it>

PRESENZA DI AREE NATURALISTICHE PROTETTE

Le Residenze Reali Sabaude nascono come complessi monumentali con spettacolari giardini e parchi annessi agli edifici architettonici, rappresentativi del gusto della corte sabauda e delle tendenze delle corti europee, funzionali agli svaghi e alle occupazioni dei sovrani e spesso correlati ad un sistema agricolo ancora oggi presente. Le aree verdi annesse alle regge costituiscono un eccezionale patrimonio naturalistico tuttora preservato attraverso una fitta rete di aree naturali protette

- *AGLIE': ZCS/SIC Scarmagno-Torre Canavese; SIR Parco e castello di Agliè*
- *BRA: Zona Naturale di Salvaguardia Boschi e Rocche del Roero*
- *BRA-GOVONE: Zona Naturale di Salvaguardia Fiume Tanaro;*
- *GOVONE: Fiume Tanaro e Stagni di Neive (ZPS)*
- *MONCALIERI: Area Contigua Fascia Fluviale Po piemontese, Lanca di Santa Marta (ZPS, ZCS/SIC), Parco naturale Po piemontese*
- *NICHELINO: Parco Naturale Stupinigi, ZCS/SIC Stupinigi*
- *RACCONIGI: ZSC/SIC Parco di Racconigi e boschi lungo il Torrente Maira*
- *RIVOLI: Zona naturale di salvaguardia Collina di Rivoli, Zona naturale di salvaguardia Dora Riparia*
- *TORINO: Area Contigua Fascia Fluviale Po piemontese, ZCS/SIC Collina di Superga, ZPS Meisino, Zona Naturale di Salvaguardia, Parco naturale Po piemontese, Parco naturale Collina Superga, Zona Naturale Salvaguardia Tangenziale Verde e Laghetti Falchera*



CITTA' DI TORINO

Divisione Grandi Eventi e Promozione Turistica

- VENARIA REALE: ZCS/SIC La Mandria, Parco naturale La Mandria

PARTNER COINVOLTI NELLA PROGETTAZIONE E REDAZIONE DEL PIANO STRATEGICO

Il Consorzio delle Residenze Reali Sabaude

Il Consorzio delle Residenze Reali Sabaude, costituito ai sensi degli articoli 112 e 115 del Decreto Legislativo 22 gennaio 2004 n. 42, recante il "Codice dei beni culturali e del Paesaggio", oltre a conservare e valorizzare le Residenze Reali Sabaude e i beni culturali conferiti o affidati, ha il compito di progettare, realizzare e gestire l'erogazione di servizi comuni al sistema delle Residenze Reali Sabaude, anche di quelle non conferite o affidate al Consorzio, e nello specifico di realizzare un sistema comunicativo e di marketing comune, di promuovere il turismo culturale delle stesse in ambito nazionale e internazionale, assicurando il coordinamento e la collaborazione tra gli istituti anche al fine di sviluppare il piano di gestione del sito Unesco, in qualità di referente dello stesso.

Il Consorzio delle Residenze Reali Sabaude, nel 2022, ha deciso di attivare una strategia condivisa di Marketing territoriale e di Destination Branding in grado di trasmettere ed esprimere la forte personalità ed identità del nostro patrimonio quale proposta principale del prodotto turistico- culturale del territorio. In tal senso ha istituito, nel proprio organigramma - quale staff della Direzione - un settore specifico denominato "Sviluppo Residenze Reali Sabaude", con il compito di programmare ed attuare le azioni individuate dall'ACTION PLAN 2022 - Documento integrativo al Piano Strategico di sviluppo turistico culturale 2020/2023 del Consorzio.

Di seguito le principali attività che il Consorzio delle Residenze Reali Sabaude ha attuato durante il 2022 - 2023:

- *Realizzazione di una nuova Visual identity e individuazione delle Linee guida per piano di comunicazione del Sistema delle Residenze Reali Sabaude del Piemonte 2022-2024;*
- *Realizzazione campagna pubblicitaria Residenze Reali Sabaude, per l'anno 2022 e 2023;*
- *Realizzazione del portale turistico "Residenze Reali Sabaude";*
- *Attività di comunicazione e promozione della tessera turistica "Royal Pass" – biglietto unico delle Residenze Reali Sabaude;*
- *Partecipazione a fiere turistiche nazionali ed internazionali;*
- *Organizzazione di educational e press tour;*
- *Organizzazione delle Camminate Reali 2023;*
- *Organizzazione di una mostra fotografica itinerante "Meraviglie Reali";*
- *Organizzazione del festival musicale "Cerimoniale e Divertissement".*

L'ATL Turismo Torino e Provincia s.c.rl.

Turismo Torino e Provincia s.c.r.l. è il Convention & Visitors Bureau della città di Torino e del suo territorio provinciale. Nato dalla fusione fra ATL1 "Turismo Torino", ATL2 "Montagnedoc" e ATL3 "Canavese e Valli



CITTA' DI TORINO

Divisione Grandi Eventi e Promozione Turistica

di Lanzo nel 2007 e dall'incorporazione di Torino Convention Bureau nel 2010, è l'organismo preposto alla promozione della provincia di Torino, quale destinazione di turismo leisure, sportivo, naturalistico, culturale, viaggi individuali e di gruppo, congressi, convention, viaggi incentive e turismo d'affari.

Di seguito le principali attività perseguite dall'ente:

- organizzazione delle attività di promozione, accoglienza e informazione turistica di Torino e provincia sia nel segmento leisure sia nel segmento MICE (Meetings, Incentives, Conferences, Events), attraverso la creazione di prodotti e servizi turistici, al fine di rispondere alla domanda del turista, del congressista e dell'organizzatore di eventi, agevolando e prolungando la permanenza sull'intero territorio e al fine di incrementare i flussi turistici e il numero di eventi.*
- comunicazione, sviluppo e la realizzazione di materiali informativi di promozione e accoglienza, che presentano in modo integrato e attraente il prodotto "Torino e provincia" secondo le esigenze e i trend del mercato in Italia e all'estero;*
- promozione sia verso la stampa nazionale e internazionale e gli operatori professionali del segmento leisure e MICE, sia verso il cliente finale, sempre più interlocutore diretto;*
- accoglienza dei turisti attraverso gli Uffici del turismo;*
- candidature per l'acquisizione di grandi congressi.*

Per avviare l'attività legata alla Comunicazione, è necessario tener conto e valorizzare ciò che è già stato fatto in termini di promozione e comunicazione dei beni: per questa ragione, è stata attivata una convenzione con il Consorzio delle Residenze Reali Sabaude che ha creato negli anni strumenti di comunicazione online e offline per la promozione del sistema delle Residenze. Tale patrimonio dovrà evolversi recependo le indicazioni del progetto presentato al Ministero del Turismo, che prevedono:

- a. la necessità di percepire le Residenze come un unico prodotto;
- b. la necessità di promuovere i territori sede del bene faro come meta turistica.

OBIETTIVI DELLA CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE

Si richiede pertanto un lavoro di ricerca e sviluppo creativo per la preparazione e definizione dell'immagine guida di una campagna adv almeno biennale, relativa alla valorizzazione e promozione turistica dei territori, sede di beni UNESCO, dei Comuni di Torino, Agliè, Bra, Govone, Moncalieri, Nichelino, Racconigi, Rivoli e Venaria Reale in relazione alle relative Residenze Reali Sabaude con l'idea di sottolineare la loro serialità e fruizione complessiva, ed eventualmente declinabile per soggetto.

Tale creatività dovrà essere coordinata e in continuità, o comunque complementare, rispetto alle campagne sulle Residenze Reali Sabaude e sulla Venaria Reale già realizzate e in corso.

Il concept dovrà essere condiviso con la cabina di progettazione del progetto, rappresentata dal Comune di Torino, dai Comuni partner di progetto, dal Consorzio delle Residenze Reali Sabaude, che ha promosso le campagne sopra citate, e da Turismo Torino e Provincia, e approvato dagli stessi.

Si richiede pertanto quanto segue:



CITTA' DI TORINO

Divisione Grandi Eventi e Promozione Turistica

- Art direction, copy editing, studio dei trattamenti di immagine e di elementi visivi fino ad approvazione finale;
- sviluppo del soggetto di base declinato nel formato verticale e orizzontale e ad uso web e social;
- produzione tecnica e preparazione file esecutivi secondo sistemi operativi, programmi software e modalità consuete con consegna dei file "aperti" per lavorazioni a carico del cliente.

La Città ha affidato la redazione del Piano Marketing indicato al punto 1 dell'estratto di progetto. Il risultato delle analisi sul territorio derivanti dal Piano di Marketing, potrà fornire un utile strumento di orientamento per lo sviluppo della campagna. All'atto dell'aggiudicazione, saranno agevolati i contatti per garantire un lavoro sinergico e coordinato tra gli interventi.

CONTENUTO DELLA PROPOSTA

Per l'individuazione del soggetto che dovrà realizzare la Campagna di Comunicazione descritta, siamo quindi a richiedere un piano di sviluppo del progetto che si rifaccia a quanto dettagliato nel paragrafo "obiettivi della Campagna di Comunicazione".

Poiché le risorse allocate per il progetto complessivo prevedono un'assegnazione al Piano di Comunicazione di € 24.400,00 € IVA inclusa (vale a dire € 20.000,00 oltre IVA al 22%), sulla base dell'art 108 comma 5, l'elemento relativo al costo assume la forma di un costo fisso e i criteri di valutazione saranno di tipo qualitativo. Pertanto si ribadisce che la Città di Torino metterà a disposizione del soggetto aggiudicatario tale somma per l'ideazione e la realizzazione della Campagna di Comunicazione.

L'offerta dovrà contenere:

- piano di sviluppo di quanto richiesto con almeno tre proposte;
- nota metodologica e tempistiche di consegna;
- descrizione del team di lavoro proposto.

DURATA DELL'ATTIVITA'

La Campagna di Comunicazione proposta dovrà essere realizzata e presentata con i relativi "deliverable" entro il 31/05/2024, con possibili step di consegne precedenti concordate con il committente.