

PIANO DI COMUNICAZIONE E PROMOZIONE TURISTICA

QUADRO GENERALE

Il presente documento costituisce il dettaglio dell'attività e dei servizi migliorativi per la realizzazione del progetto di comunicazione e promozione delle risorse di Dossena per *"vivere e far vivere la montagna, nel segno del rispetto e della sostenibilità ambientale e sociale"*, veicolando i valori del territorio e dell'ecologia, oltre all'offerta turistica. Per fare ciò, è **necessaria la creazione di una circolarità comunicativa** in linea con la circolarità delle proposte territoriali. Ciò consentirà anche di sostenere le attività commerciali.

Il piano di comunicazione ha per oggetto una **serie di attività di comunicazione e di informazione sviluppate online e offline**. Le azioni saranno sviluppate attraverso la produzione di contenuti digitali (grafiche, locandine web, web cards, newsletter, brochure digitali, video sito web, copywriting, mailing list, social network) e di contenuti tradizionali (wrap advertising, cartellonistica stradale, organizzazione eventi, ufficio stampa) per garantire la programmazione di un'attività di comunicazione coerente e coordinata, meglio specificata nei passaggi successivi.

La valorizzazione delle attrazioni presenti a Dossena ha lo scopo di trasformare il borgo in un driver per lo sviluppo locale, avvalorando e favorendo la condivisione di quanto presente nel territorio vallare in termini di patrimonio materiale e immateriale.

Ai fini di un corretto sviluppo dell'offerta turistica di Dossena, è già stata instaurata una **collaborazione con altri enti e associazioni del territorio** (in Lombardia, VisitBergamo, VisitBrembo) e anche attività commerciali e aziende agricole del paese.

Da sottolineare è la connessione tra il capoluogo bergamasco e l'area delle Valli nell'ottica dell'evento Bergamo-Brescia Capitali della Cultura, in quanto permetterà la riscoperta di antiche tradizioni e luoghi che hanno fatto la storia del popolo bergamasco.



I diversi punti di forza che Dossena promuove in collaborazione con le altre realtà del turismo lombardo, sono il parco speleologico, le miniere di Dossena, il Ponte nel Sole, la Chiesa Arcipresbiterale, i molti sentieri che collegano il paese con altre località della valle, i murales e i prodotti tipici.

In particolare, il “Ponte nel Sole” aperto nel mese di giugno 2022, si è rivelato un’importante ragione di attrazione turistica. Grazie anche alla pubblicità sui canali social, TV e radio, si sono già registrati oltre **12.000 passaggi sul ponte sospeso** che riprende idealmente una parte della vecchia Via Mercatorum ormai persa.

Il parco speleologico e la visita guidata nelle miniere, entrambi accessibili da agosto 2022, hanno consentito ai numerosi ospiti di scoprire il comparto minerario in chiave ludico-culturale. Il parco si svolge lungo un percorso composto da vie ferrate, passaggi sospesi, scalate alle pareti e attraversamenti a grotte naturali e camini artificiali; la visita guidata consiste in un itinerario di 2 km lungo due livelli delle miniere.



Ponte sospeso



Parco speleologico



Miniere di Dossena



Chiesa arcipresbiterale



Sentieri



Murales

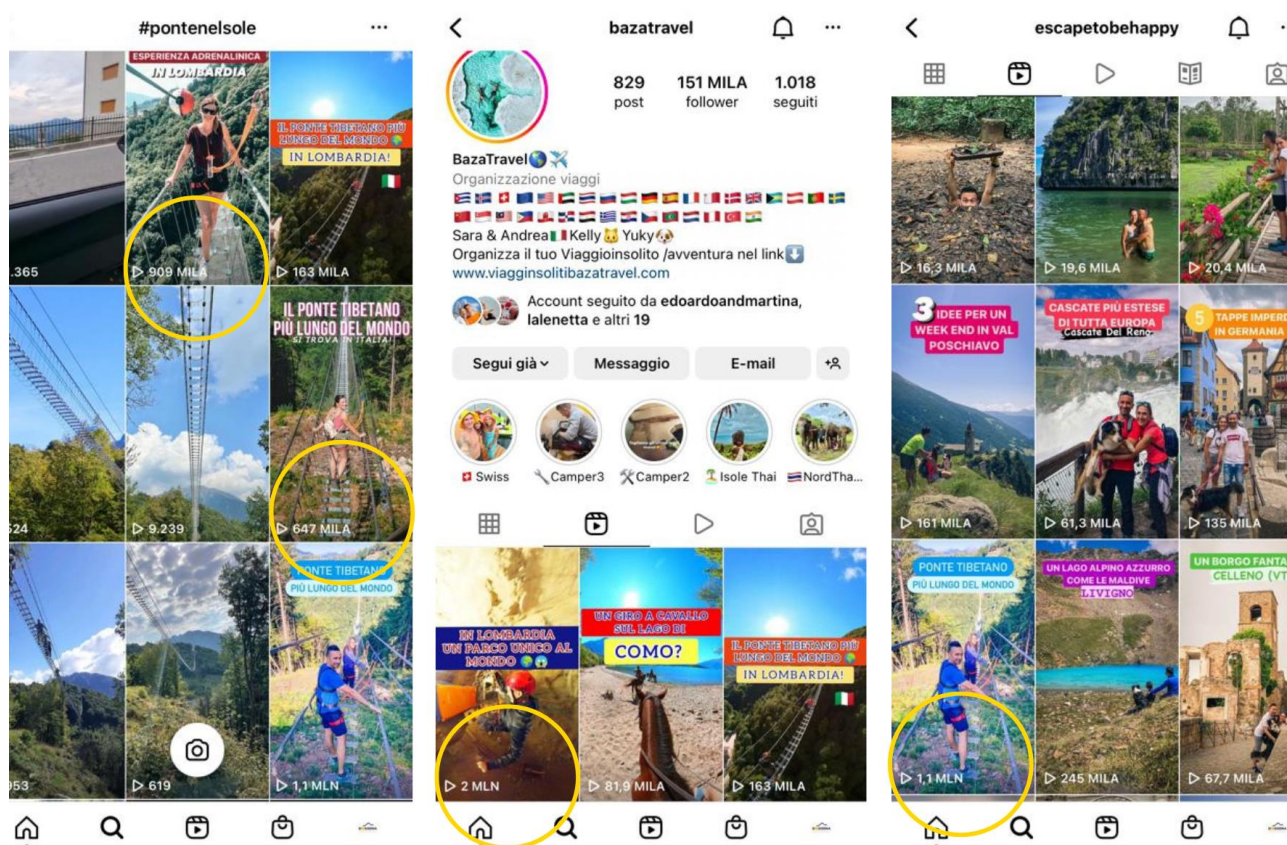


Prodotti tipici

Tra i **punti di criticità**, al contrario, vi sono la **manca** di strutture ricettive adeguate **all'accoglienza** dei turisti, la scarsa comunicazione delle offerte turistiche, la carenza di indicazioni che segnalino la direzione da seguire per raggiungere le proposte di Dossena, l'occupazione e l'abbandono del territorio.

STRATEGIA DI COMUNICAZIONE

Le attività di comunicazione si sono rivolte principalmente sulla parte digital con il dialogo e l'arrivo di **influencer e di content creator del settore travel**, che hanno garantito un'ampia visibilità alle esperienze di Dossena, raccontando le attrattive con l'utilizzo di post, reels e stories; i contenuti hanno sfiorato anche i 2 milioni di visualizzazioni per video e hanno generato un notevole interesse tra i giovani e le famiglie.



La strategia attuata in questi mesi vede intensificati gli sforzi sotto alcuni principali aspetti:

- **coinvolgimento delle scuole**, con la creazione di **open day gratuiti per i docenti**, in modo che possano toccare con mano le reali esperienze offerte da VisitDossena;
- la **collaborazione** e la sponsorizzazione delle offerte **con aziende private**, grazie alla creazione di team building ad hoc, per far vivere e conoscere il territorio delle Prealpi Orobiche;
- instaurazione di **rapporti con associazioni di categoria** (es. Confartigianato), per proporre le esperienze anche in momenti infrasettimanali;

L'obiettivo è quello di **DESTAGIONALIZZARE l'offerta**, per far vivere la montagna anche nei momenti di bassa stagione e garantire opportunità lavorative ai giovani durante tutto l'anno.

INIZIATIVE DI COMUNICAZIONE

Le attività di comunicazione intendono coinvolgere:

- i **media locali e nazionali** (agenzie di stampa, quotidiani, periodici di attualità e specializzati, testate, tv, radio e webzine);
- il **mondo istituzionale** (comunità montane, referenti regionali, referenti territoriali, le amministrazioni comunali, Diocesi, realtà scolastiche, parrocchiali, centri di aggregazione);
- **operatori locali** e associazioni di operatori locali;
- i potenziali **fruitori** (pubblico cittadino, turisti locali e non, popolazione regionale, ...)

Le attività di comunicazione saranno finalizzate a:

- **massimizzare l'efficacia ed efficienza della comunicazione su tutti i canali di informazione** (stampa, sito web, social network, etc.), nonché l'innovazione e il miglioramento degli stessi;
- promuovere progetti e iniziative presso la stampa locale e nazionale;
- accrescere e rafforzare le relazioni esistenti con i pubblici istituzionali e gli stakeholder;
- valorizzare il patrimonio storico, culturale, ambientale, turistico del Comune;
- migliorare la fruibilità delle attrazioni;
- promuovere i progetti di valorizzazione del territorio e di sostegno alle economie locali.

Il presente progetto prevede un ampio investimento in adv, pubblicità, utilizzo dei canali di comunicazione di massa, andando ad ottimizzare la SEO sul sito VisitDossena e **incrementando il marketing mix per un miglior coinvolgimento dell'utente finale.**

Di seguito, il dettaglio degli interventi richiesti per il raggiungimento degli obiettivi precedentemente illustrati con il relativo costo degli investimenti:

Attività di ufficio stampa:

La collaborazione con uffici stampa, giornali e riviste si rende necessaria per fare sì che queste risorse ottengano una **maggiore visibilità, creando interesse e attirando gli utenti**. Importante, a tal proposito, è il ruolo degli educational: itinerari, di uno o più giorni, rivolti a giornalisti, blogger e influencer, in qualità di ospiti dell'azienda o dell'ente che organizza il viaggio. Tali visite guidate, incontri sul territorio e interviste aiutano i giornalisti ad avere un'esperienza diretta di un luogo o di un prodotto; nel caso di specie, con lo scopo di promuovere una destinazione turistica.

Ai contenuti ritenuti notiziabili saranno dedicate specifiche newsletter. Si predisporranno testi e immagini in base al target di riferimento. I testi saranno completi di titolo, sottotitolo e occhiello oltre che accompagnati da documenti di approfondimento, se richiesto, o materiale iconografico. In caso di esigenze specifiche saranno declinati in versioni più sintetiche, approfondite o sotto forma di interviste.

Digital marketing:

Parallelamente alle attività di comunicazione alla stampa, le notizie saranno puntualmente rese disponibili sui profili social di VisitDossena. Ciò permetterà di **potenziare e diversificare la comunicazione, oltre a facilitare il dialogo e l'interazione dell'ente con cittadini, istituzioni e operatori.**

Alla finalizzazione del piano editoriale verrà affiancata anche la produzione di una **social media strategy** composta dalla definizione degli obiettivi strategici e di comunicazione che si vogliono raggiungere attraverso la presenza delle miniere sui social network in modo diversificato a seconda della piattaforma. Questo attraverso la definizione di una content strategy volta alla pianificazione della gestione del contenuto in tutti i suoi aspetti dall'allineamento con gli obiettivi fino alla produzione dei materiali e alla pubblicazione.

La definizione di una content strategy volta alla **pianificazione della gestione del contenuto** risulta fondamentale nella definizione di una strategia efficace e coordinata che verrà declinata in tutti i suoi aspetti, **dal linguaggio al visual**, seppur differenziata a seconda della tipologia del canale, del messaggio e dell'utente.

Segnaletica:

Grazie alla posa di segnaletica dedicata sulle principali arterie di collegamento tra Dossena e il fondovalle si potrà **migliorare la fruibilità delle infrastrutture** presenti sul territorio e **garantire un'accessibilità rapida e facile all'ospite** che non ha mai raggiunto il borgo. Verrà inoltre introdotta un'apposita segnaletica direzionale all'interno del centro del paese per identificare gli accessi alle esperienze e per migliorare l'esperienza complessiva del turista, con una veste grafica uniforme e coordinata sul territorio.

BUDGET PREVISTO

L'importo previsto per il piano di comunicazione e promozione turistica di Dossena **ammonta a circa 250.000€**, in parte coperto con risorse proprie e in parte oggetto di presentazione a bandi e procedure di promozione del territorio che enti e istituzioni presenteranno in futuro.

L'investimento previsto con il bando AREST sull'ex-albero Mirasole, nel contempo in cui esso diventerà effettivamente operativo, sarà valorizzato in tutte le iniziative di comunicazione incentivate dal network attivato da VisitDossena attraverso le attività sopra descritte.

La struttura sarà promossa in tutto il circuito comunicativo interno ed esterno all'ente di promozione turistica del territorio, creando così un valore aggiunto non solo al piccolo paese brebano, ma bensì nell'interesse di una valle intera.