GAL "TERRE DEL PO"

FEARS – Programma di Sviluppo Rurale 2014-2020 MISURA 7 – Servizi di base e rinnovamento delle zone rurali

SOTTOMISURA 7.5 – Sostegno a investimenti di fruizione pubblica in infrastrutture ricreative, informazioni turistiche e infrastrutture turistiche su piccola scala

OPERAZIONE 7.5.01 – Incentivi per lo sviluppo di infrastrutture e di servizi turistici locali AMBITO 2 – Il sistema della rete della valorizzazione dei luoghi della cultura

PROGETTO #TERREDELPO

1. RELAZIONE DI INQUADRAMENTO E QUADRO ECONOMICO GENERALE DI PROGETTO

PROGETTO ESECUTIVO

INDICE

Sommario

1. PREMESSA 3
2. OBIETTIVI DEL PROGETTO 4
3. CONTESTO DI RIFERIMENTO 5
3.1. L'Oltrepò mantovano 5
3.2. Il Consorzio Oltrepò Mantovano 6
3.3. Il Consorzio Oltrepò Mantovano e l'accoglienza turistica 7
4. AZIONI DI PROGETTO 10
4.1. Declinazione di un concept grafico ombrello del brand turistico "Oltrepò Mantovano" 10
4.2. Rivisitazione, restyling del portale www.oltrepomantovano.eu secondo la fruizione esperienziale delle risorse turistiche del territorio 10
4.3. Rielaborazione, produzione in formato digitale di materiale informativo turistico riferito al territorio dell'Oltrepò Mantovano (materiale digitale tematico) 11
4.4. Design e realizzazione video promozionali ("video pillole") dell'Oltrepò Mantovano 11
4.5. Realizzazione campagna di "digital storytelling" al fine di rafforzare il riposizionamento del prodotto turistico dell'Oltrepò Mantovano secondo una logica esperienziale 12
5. QUADRO ECONOMICO GENERALE DI PROGETTO 13

1. PREMESSA

Il progetto "#TERREDELPO" intende riposizionare il prodotto turistico del territorio dell'Oltrepo Mantovano, nelle sue diverse declinazioni tematiche, rilevanti nell'ambito della segmentazione della domanda turistica tradizionale, secondo una logica esperienziale, in parte già sperimentata nell'anno 2015 attraverso gli eventi Expo, ridefinendo la comunicazione/informazione turistica e attraverso specifiche attività B2B.

Il territorio dell'Oltrepò Mantovano risulta essere ricco di una molteplicità di risorse turistiche, integrabili e variamente combinabili in logica esperienziale.

I tematismi prevalenti non sono ad oggi però adeguatamente gestiti, comunicati, né promossi attraverso un approccio esperienziale che consenta di caratterizzarli e differenziarli rispetto alle categorie di segmentazione turistica, né rispetto ai competitors.

In passato sono state sviluppate alcune sperimentazioni di strutturazione del prodotto turistico in una logica esperienziale, sulla base di specifiche opportunità, come per esempio la proposta di itinerari di visita in occasione del semestre Expo 2015, che hanno dimostrato il forte potenziale di differenziazione e attrattività turistica generabile.

Il presente progetto si focalizza sulla rilettura in chiave esperienziale della comunicazione e promozione turistica, mediante la rielaborazione del messaggio e della promozione turistica attraverso strumenti digitali già ad oggi utilizzati, ai fini delle attività di accoglienza/informazione/promozione e comunicazione.

La rivisitazione e impostazione di questa porta digitale al territorio consente appunto di rivedere le logiche di erogazione dei servizi di comunicazione, promozione, accoglienza e informazione turistica, secondo un nuovo approccio esperienziale, differenziale, distintivo e univoco, in grado di catalizzare l'interesse dei potenziali nuovi turisti e consolidare l'esperienza del turista di ritorno. Il sistema informativo turistico garantirà un impatto territoriale diffuso di questa nuova strategia di posizionamento, anche attraverso la realizzazione di una campagna di "digital storytelling" dedicata.

In questo obiettivo strategico di riposizionamento del prodotto turistico del territorio dell'Oltrepò Mantovano svolgerà un ruolo centrale il sistema informativo turistico del Consorzio Oltrepò Mantovano, che rappresenterà il substrato informativo dell'accoglienza e informazione turistica e la principale porta di accesso digitale al territorio.

I comuni interessati direttamente dal progetto sono tutti quelli ricadenti nell'area GAL Terre del Po dell'Oltrepò Mantovano: Sustinente, Serravalle a Po, Ostiglia, Sermide e Felonica, Borgocarbonara, Magnacavallo, Poggio Rusco, San Giovanni del Dosso, San Giacomo delle Segnate, Schivenoglia, Borgo Mantovano, Quingentole e Quistello.

2. OBIETTIVI DEL PROGETTO

La presente proposta progettuale si sviluppa con l'obiettivo di consolidare il brand e la destinazione turistica "Oltrepò Mantovano", ridefinendo gli elementi di attrattività e i tematismi turistici peculiari (turismo artistico-culturale, naturalistico-ambientale, cicloturistico, enogastronomico/food experience) in una prospettiva di riposizionamento secondo una logica esperienziale e sulla base della matrice segmenti/mercati/target, al fine di incrementare la visibilità della destinazione, promuovendo ulteriormente gli eventi e le iniziative programmate dal territori e, in ultima analisi, incrementando l'interesse dei visitatori potenziali e i flussi turistici.
Il presente progetto intende dare risposta ai bisogni sopra descritti attraverso:

1. Declinazione di un concept ombrello di posizionamento secondo la logica tematica-esperienziale, caratterizzante il brand turistico "Oltrepò Mantovano", che rappresenta il concept grafico di progetto;
2. Rivisitazione, restyling del portale www.oltrepomantovano.eu secondo la fruizione esperienziale delle risorse turistiche del territorio, il ri-orientamento dell'informazione e accoglienza turistica del territorio, il potenziamento dell'attività redazionale del sistema informativo turistico con il supporto di una figura specializzata nella comunicazione turistica, le attività di Seo (search engine optimization), il potenziamento e ottimizzazione dei collegamenti con la rete territoriale degli infopoint e dell'Ecosistema Digitale Turistico di Regione Lombardia;
3. Rielaborazione, produzione in formato digitale di materiale informativo turistico riferito al territorio dell'Oltrepò Mantovano (mappe digitali tematiche), sulla base della rilettura in chiave esperienziale degli itinerari di visita;
4. Design e realizzazione video promozionali ("video pillole") del territorio dell'Oltrepò Mantovano, in ottica di valorizzazione esperienziale dello stesso, ai fini della realizzazione di campagne di disseminazione attraverso i canali web e social del Consorzio Oltrepò Mantovano;
5. Realizzazione campagna di "digital storytelling" al fine di rafforzare il riposizionamento del prodotto turistico dell'Oltrepò Mantovano secondo una logica esperienziale, con particolare riferimento alla implementazione di un Blog Tour in ottica B2B con il coinvolgimento di enti, strutture e rappresentanti del territorio dell'Oltrepò Mantovano.

3. CONTESTO DI RIFERIMENTO

3.1. L'Oltrepò mantovano

L'Oltrepò mantovano è costituito da 19 comuni collocati in un'area incuneata tra le province emiliane di Ferrara, Modena e Reggio Emilia e quelle venete di Rovigo e Verona.

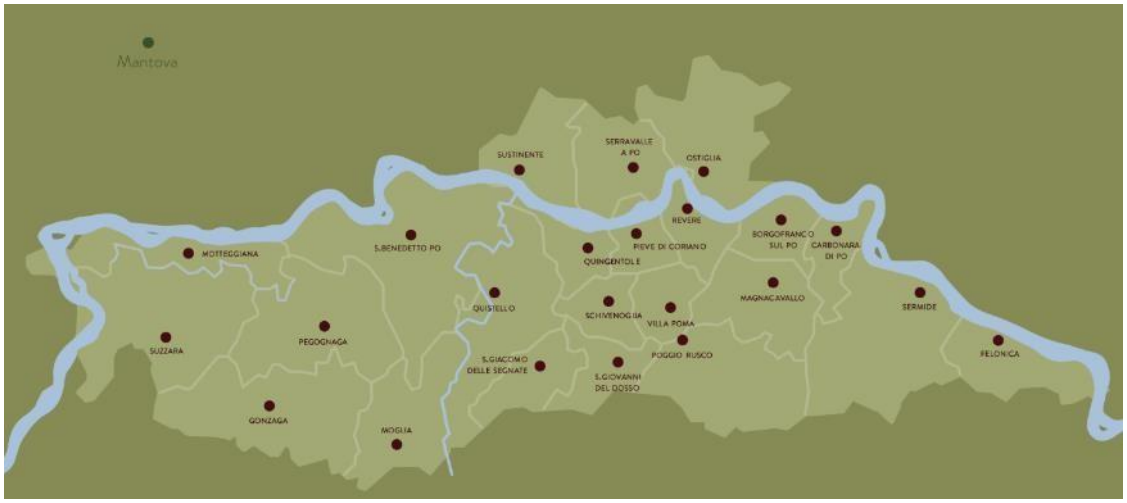


Figura 1 – Il territorio dell'Oltrepò Mantovano

Si tratta di un territorio che mostra specifici tratti identitari legati alla presenza dei fiumi Po e Secchia e alle opere di regimentazione idraulica (argini, golene, impianti idrovori, chiaviche, sifoni, reti irrigue, ecc.) che sin dall'antichità lo hanno plasmato secondo i caratteri tipici della pianura irrigua. È tuttavia anche un'area di forte naturalità soprattutto lungo il fiume Po, dove sono dislocate la gran parte delle aree protette e siti Natura 2000 che dal 2007 sono riunite nel Sistema Parchi Oltrepò Mantovano.

Un ulteriore aspetto che caratterizza fortemente il territorio è il rilevante patrimonio storico e culturale: l'Archivio Provinciale dei Beni Storico-Architettonici ha individuato sul territorio dell'Oltrepò mantovano oltre 570 beni di valore storico/culturale. Tutti questi elementi si pongono come cornice all'interno della quale spiccano elementi altamente rilevanti: l'Abbazia Polironiana di San Benedetto Po, il castello di Revere, lo stabilimento idrovoro "La Gonzaghese" di Sermide e Felonica dell'ex Consorzio di Bonifica dell'Agro Mantovano-Reggiano.

L'area è inoltre ricca di strutture museali, che si affiancano a un'importante contingente di emergenze rurali, che testimoniano i valori artistici, storici, archeologici ed etnografici del territorio. Ne sono un esempio il Museo Civico Polironiano di San Benedetto Po, l'Archivio Daffini di Motteggiana, la Pinacoteca Civica di Arte Moderna e il Museo Diffuso Giuseppe Gorni di Quistello, la Galleria del Premio di Suzzara, La raccolta del Novecento di Gonzaga, l'Ecomuseo delle Bonifiche di Moglia, il Museo Civico Archeologico di Pegognaga, il Museo Civico Archeologico e il Museo della Farmacopea di Ostiglia, il Museo del Po e del Mulino Natante di Revere, il Museo dell'Emigrato di Magnacavallo, il Museo del Tartufo di Borgofranco sul Po, Villa Bisighini di Carbonara di Po, il Museo della II Guerra Mondiale di Felonica e la Ex Teleferica di Sermide.

La tradizione contadina nei secoli ha favorito anche la nascita di significativi edifici religiosi tra cui spiccano le numerose Pievi Matildiche: San Nicola di Bari a Tabellano, San Benedetto Abate a Gonzaga, San Lorenzo a Pegognaga, il Monastero di Polirone a San Benedetto Po, Santa Maria a Valverde, San

Fiorentino a Nuvolato, Oratorio di San Lorenzo a Quingentole, Santa Maria Assunta a Pieve di Coriano, Oratorio di Sant'Andrea a Ghisione, Santa Croce del Lagurano a Sermide, Santa Maria Assunta a Felonica.

Per concludere occorre mettere in evidenza la forte connotazione agricola dell'area dove sono insediate 3.537 aziende agricole - pari al 35% della Provincia di Mantova - con 3.560 occupati (dati Camera di Commercio 2017). La superficie agricola è prevalentemente destinata alla produzione di cereali e foraggio ma sono presenti anche produzioni orticole di pregio. Anche la viticoltura ha un ruolo rilevante con la produzione del Lambrusco mantovano DOC. Il territorio evidenzia infine una forte specializzazione zootecnica: l'allevamento dei bovini da latte, alla base della filiera produttiva del Parmigiano Reggiano DOP e del Grana padano, e l'allevamento suino, su cui si impernia la produzione dei salumi tipici.

3.2. Il Consorzio Oltrepò Mantovano

Il Consorzio dell'Oltrepò Mantovano è un sistema di *governance* territoriale per la gestione integrata e coordinata dei sistemi culturali, ambientali, turistici, dei servizi associati, del sistema socioeconomico e rurale dell'Oltrepò Mantovano.

Nato alla fine del 2008, il Consorzio ha tra i suoi scopi statutari:

- l'elaborazione di proposte e progetti diretti a perseguire finalità di sviluppo produttivo, occupazione e territoriale dell'area;
- affiancare, stimolare e sostenere l'operatore pubblico o privato per la soluzione di problemi conseguenti alla evoluzione ed alla trasformazione del sistema economico e sociale dell'area consortile;
- perseguire il riequilibrio territoriale del sistema industriale;
- promuovere e coordinare interventi di sviluppo economico del territorio;
- perseguire la tutela e la salvaguardia dell'ambiente.

Il Consorzio opera come Agenzia di sviluppo locale quale organismo di indirizzo, di programmazione, di coordinamento e di propulsione delle iniziative per promuovere lo sviluppo e il rinnovamento economico, sociale e culturale dell'Oltrepò Mantovano in ogni sua accezione. La sua azione è regolata da programmi triennali con l'obiettivo di sviluppare sinergie con organismi pubblici e privati.

Il Consorzio è costituito dalla Provincia di Mantova e dai 19 comuni delle aree del Sinistra e Destra Secchia e dell'Ostigliese.

13 sono i comuni aderenti al Consorzio Oltrepò Mantovano eleggibili al GAL Terre del Po (Borgo Carbonara, Borgo Mantovano, Magnacavallo, Ostiglia, Poggio Rusco, Quingentole, Quistello, San Giacomo delle Segnate, San Giovanni del Dosso, Schivenoglia, Sermide e Felonica, Serravalle a Po, Sustinente).

3.3. Il Consorzio Oltrepò Mantovano e l'accoglienza turistica

Il Consorzio Oltrepò Mantovano, nei recenti anni, ha avviato azioni specifiche in ambito gestione turistica del territorio, che necessitano però di un consolidamento e di un miglioramento ai fini della creazione della destinazione turistica "Terre del Po", con particolare riferimento ai Comuni consorziati eleggibili nell'area GAL Terre del Po.

In tal senso, il Consorzio Oltrepò Mantovano si è dotato di un Ufficio Turismo interno alla propria struttura, cui principali obiettivi sono:

- elaborazione di iniziative e progettualità di valorizzazione turistica del territorio, a beneficio della rete dei Comuni consorziati;

- azione di raccordo con i Comuni consorziati per la produzione di una newsletter d'ara periodica sugli eventi turistici/culturali realizzati dai singoli consorziati;

Il Consorzio Oltrepò Mantovano ritiene di fondamentale importanza supportare i propri consorziati nel mettere in campo azioni specifiche dedicate alla valorizzazione turistica del territorio, sulla scorta dei positivi risultati a livello turistico raggiunti dall'area Oltrepò Mantovano negli ultimi anni, che necessitano però di fare un "salto di qualità". A tale scopo si riportano sinteticamente i dati turistici a livello territoriale sulla base del rapporto stilato dalla Provincia di Mantova ("Osservatorio Provinciale del Turismo – anno 2019):

FLUSSI TURISTICI NELL'OLTREPO' MANTOVANO

DATI 2019

Il flusso turistico dell'Oltrepo' Mantovano nel 2019 è caratterizzato da una netta crescita generale degli Arrivi (+10,36%) e di Presenze (+21,46%). In positivo i valori registrati sia dai turisti Italiani (+9,7% Arrivi e +14,83% Presenze) sia dai turisti Stranieri (+12,81% Arrivi e + 43,75% Presenze).

I valori assoluti sono i più alti registrati nel lungo periodo (2011-2019): Arrivi complessivi 21.112 e Presenze complessive 59.775.

Aumenta anche la Permanenza Media sul territorio che raggiunge i 2,83 gg/vacanza (la più alta tra tutti i territori della provincia), ma in particolare i turisti Stranieri si sono fermati fino a 3,54 gg/vacanza sul territorio dell'Oltrepo' Mantovano.

Il peso degli Arrivi nell'Oltrepo' Mantovano corrisponde al 6,45% degli Arrivi dell'intera provincia, mentre le Presenze coincidono al 8,74%.

La quota percentuale di Stranieri nell'Oltrepo' Mantovano raggiunge il 21,69% inferiore alla media provinciale (27,47%).

Il mercato italiano è in linea con il contesto provinciale: la Lombardia è sempre al primo posto con il 29,7% di Arrivi.

Solo gli Arrivi dalla Lombardia e dalle due regioni confinanti (Veneto ed Emilia Romagna) assommano al 49,63% degli Arrivi Italiani.

La prima regione extra confini è il Piemonte con l' 11,64% di Arrivi.

Anche nell'Oltrepo' Mantovano come in provincia la Germania, pur perdendo qualche punto percentuale, rimane sempre il primo mercato straniero con il 24,61% degli Arrivi internazionali. Germania e Francia insieme assommano al 31,1%.

L' 84,93 % degli Arrivi stranieri complessivi proviene dall'Europa.

Il trend del flusso stagionale nell'Oltrepo' Mantovano conferma Settembre il mese in cui si manifesta il picco più alto di Arrivi (2.360) seguito dal mese di Maggio (2.235), ma i mesi con il maggior numero di Presenze

sono Aprile (5.907) e Agosto (5.886).

Il 62,95% dei turisti che scelgono di pernottare nell'Oltrepo' Mantovano preferisce le strutture Alberghiere, il 26,85% le strutture Complementari e il rimanente 10,19% scegli Alloggi privati non imprenditoriali.

La Permanenza media più alta nel 2019 è data dagli Stranieri che si sono fermati fino a 5,46 gg/vacanza nelle strutture Complementari.

Cresce nel complesso l'offerta di strutture ricettive con l'aumento di alcune unità di strutture Complementari (+ 15%) e Alloggi privati non imprenditoriali (+ 12,5%),

Le strutture Complementari mantengono la quota percentuale più alta di rappresentanza sul territorio con il 51,69% di strutture ricettive e il 45,37% di posti letto.

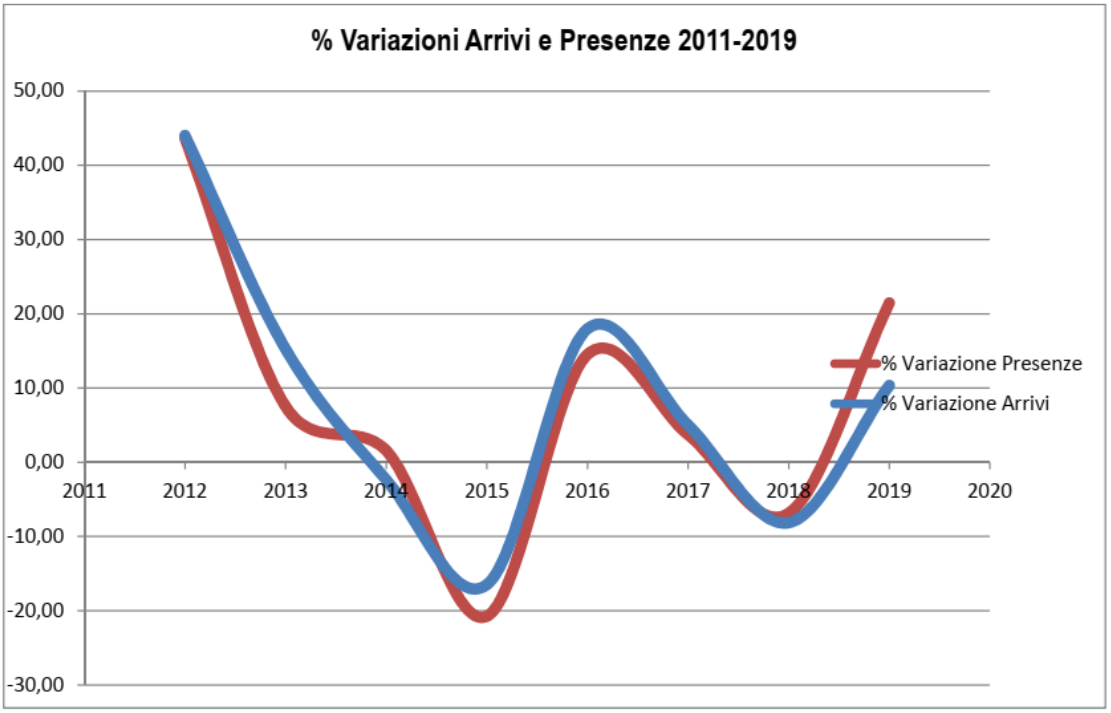
MOVIMENTI TURISTICI		
ANNO	ARRIVI	PRESENZE
2017	20.826	52.845
2018	19.130	49.214
2019	**21.112**	**59.775**

2_Trend Arrivi e Presenze 2017-2019

ARRIVI E PRESENZE NEL LUNGO PERIODO

STORICO ARRIVI - PRESENZE 2011-2019						
Anno		Arrivi	Presenze	Permanenza Media	% Variazione Arrivi	% Variazione Presenze
2011		12.422	35.803	**2,88**		
2012		17.891	51.418	2,87	**44,03**	**43,61**
2013		20.617	55.279	2,68	15,24	7,51
2014		20.130	56.144	2,79	-2,36	1,56
2015		16.811	44.496	2,65	-16,49	-20,75
2016		19.831	50.952	2,57	17,96	14,51
2017		20.826	52.845	2,54	5,02	3,72
2018		19.130	49.214	2,57	-8,14	-6,87
2019		21.112	59.775	2,83	10,36	21,46

6_Trend Arrivi e Presenze nel lungo periodo



10_Variazione % Arrivi e Presenze 2011-2019

Dai dati sopra riportati emerge chiaramente che il territorio dell'Oltrepò Mantovano, pur non essendo dotato ad oggi di una strategia di promozione ed accoglienza turistica coordinata ed unitaria, sta vedendo un trend positivo per quanto riguarda gli arrivi e le presenze di turisti.

L'obiettivo del Consorzio Oltrepò Mantovano è di dotarsi di strumenti online/digitali al fine di migliorare la qualità dell'informazione ed accoglienza turistica nei Comuni consorziati eleggibili dall'area GAL, in forma unitaria e coordinata.

4. AZIONI DI PROGETTO

Al fine del raggiungimento degli obiettivi di progetto (cfr. cap. 2) verranno messe in campo una serie di azioni di seguito descritte.

4.1. Declinazione di un concept grafico ombrello del brand turistico "Oltrepò Mantovano"

Verrà realizzata una declinazione di un concept grafico coerente con l'elaborazione degli itinerari tematici esperienziali, riconducibili ai segmenti di mercato turistico presidiati (artistico-culturale, ambientale-naturalistico, cicloturistico, enogastronomico). Il concept verrà utilizzato nella comunicazione e promozione degli itinerari esperienziali e caratterizzerà la parte grafica del portale turistico www.oltrepomantovano.eu .
Il nuovo concept grafico che verrà realizzato attraverso il progetto trova suo riferimento nel brand territoriale "Oltrepò Mantovano" che definisce l'identità del territorio dell'Oltrepò, la sua unicità nell'articolazione delle proposte e tematiche di segmentazione.

In particolare il segno grafico richiama la forma inclusiva della "O" per esprimere il concetto di appartenenza al territorio, mentre il naming si caratterizza per un cromatismo univoco. A partire da questo concept verranno declinate le proposte tematiche esperienziali, attraverso elementi grafici distintivi che le caratterizzino e rispetto alle quali verrà ridisegnata l'intera impostazione del portale www.oltrepomantovano.eu , l'articolazione delle diverse sezioni e la web usability.
Il concept grafico così elaborato verrà utilizzato per declinare i prodotti previsti ai cap. 4.2, 4.3. 4.4 e 4.5.

4.2. Rivisitazione, restyling del portale www.oltrepomantovano.eu secondo la fruizione esperienziale delle risorse turistiche del territorio

Al fine di dare forza e attrattività alle caratteristiche del territorio, è prevista la realizzazione di un restyling dal punto di vista grafico e dei contenuti del portale www.oltrepomantovano.eu con una specifica declinazione in ottica di portale turistico, al fine di creare un portale web che diventi il riferimento per l'informazione e accoglienza turistica del territorio dell'Oltrepò Mantovano.
La presente azione parte dalla consapevolezza che oggi è impensabile fare marketing territoriale senza il supporto di un portale turistico ben costruito, poiché internet è la fonte principale attraverso cui i potenziali visitatori cercano informazioni e si aspettano di poter organizzare la propria vacanza senza necessariamente recarsi in agenzia o da un consulente di viaggi. Inoltre, rappresentando l'Oltrepò Mantovano una destinazione turistica di piccole dimensioni, che non può competere con brand turistici nazionali di più alta caratura e storia, la presenza online del territorio deve essere costruita in maniera efficace; in caso contrario, il rischio è quello di rimanere irrilevanti sul mercato turistico.
Il portale di destinazione avrà quindi due principali funzioni:

1. informare e "convincere" il potenziale visitatore
2. agire come strumento di marketing territoriale

Attraverso il portale di destinazione il turista verrà supportato e guidato verso la sua scelta di viaggio, mettendo a disposizione un'informazione completa sulle attrattive, gli eventi, le offerte degli operatori e le

esperienze che è possibile fare nel territorio dell'Oltrepò mantovano. Il portale fungerà inoltre anche da mezzo attraverso cui fidelizzare il turista anche dopo il viaggio, un mezzo per rafforzare l'immagine e il brand della destinazione "Oltrepò Mantovano", uno strumento per mettere in atto azioni di marketing territoriale, per supportare gli operatori turistici nella promozione delle loro offerte, in grado di posizionare e vendere la destinazione sul mercato.
L'azione prevede inoltre un focus specifico per il potenziamento dell'attività redazionale del sistema informativo turistico con il supporto di una figura specializzata nella comunicazione turistica, le attività di Seo (Search Engine Optimization), il potenziamento e ottimizzazione dei collegamenti con la rete territoriale degli infopoint (essenziale per l'animazione ed il continuo aggiornamento dei contenuti del sistema informativo online) e dell'Ecosistema Digitale Turistico di Regione Lombardia.

4.3. Rielaborazione, produzione in formato digitale di materiale informativo turistico riferito al territorio dell'Oltrepò Mantovano (materiale digitale tematico)

L'azione prevede la rielaborazione e produzione in formato digitale di materiale informazione e accoglienza turistica, che consisterà nell'aggiornamento grafico in base alla declinazione di cui al cap. 4.1, nella produzione e fornitura in formato digitale di mappe di informazione turistica relative al territorio dell'Oltrepò mantovano sulla base dell'approccio esperienziale.
Coerentemente con la declinazione illustrata nel cap. 4.1, verrà effettuato il design e produzione in formato digitale di mappe del territorio, secondo i tematismi di turismo esperienziale che caratterizzano l'Oltrepò Mantovano:

- Le pievi matildiche e il monastero in Polirone
- Terra di gusto e di produzioni tipiche
- Terra di confine e di cultura diffusa
- Ciclovie nazionali ed europee

Verranno inoltre prodotti, sempre in formato digitale, un flyer ed un opuscolo:

- Esplorare i Musei (flyer)
- Destinazioni Lente (opuscolo)

Il materiale promozionale consisterà quindi nella progettazione grafica di 4 mappe, 1 flyer ed 1 opuscolo, per una loro restituzione in formato digitale (vettoriale e pdf). I materiali riporteranno anche le caratteristiche salienti del territorio rurale interessato dal percorso e informazioni utili al turista.

Il materiale informativo digitale prodotto verrà in seguito veicolato sul portale informativo di cui al cap. 4.2 e su tutti i canali di comunicazione istituzionale del Consorzio Oltrepò Mantovano.

4.4. Design e realizzazione video promozionali ("video pillole") dell'Oltrepò Mantovano

L'azione prevede di integrare la strategia comunicativa ed informativa del Consorzio Oltrepò Mantovano, con riferimento al segmento target turistico, attraverso la realizzazione di "video pillole" promozionali del territorio, attraverso cui consolidare e potenziare le campagne di comunicazione e marketing rivolte ai turisti.
I video promozionali sotto forma di "video pillole" consentiranno di rendere maggiormente dinamica la comunicazione in ottica turistica del Consorzio Oltrepò Mantovano, dato che posseggono un grande potere emozionale e sono in grado di raccontare, in un tempo contenuto, la storia del territorio dell'Oltrepò mantovano e delle tante peculiarità che in esso si trovano (artistiche, culturali, enograstronomiche, naturalistiche, relative all'artigianato locale). Il fine ultimo è la promozione del brand "Oltrepò Mantovano" tramite un racconto estremamente coinvolgente e naturale in grado di toccare l'emotività del potenziale turista.

Si prevede la realizzazione di almeno 10 “video pillole” della durata di 1,5 minuti, così strutturate:

- Il Grande Fiume Po e la sua storia
- Le aree parco dell’Oltrepò Mantovano
- Il sistema delle bonifiche dell’Oltrepò Mantovano
- I guardiani del Fiume Po: storie dal passato
- Oltrepò Mantovano: terra di gusto e produzioni tipiche
- L’eredità di Matilde di Canossa nell’Oltrepò Mantovano
- La rete dei Piccoli Musei dell’Oltrepò Mantovano
- Gli itinerari ciclabili interni dell’Oltrepò Mantovano
- La cultura diffusa dell’Oltrepò Mantovano
- Le Ciclovie nazionali ed europee dell’Oltrepò Mantovano

4.5. Realizzazione campagna di “digital storytelling” al fine di rafforzare il riposizionamento del prodotto turistico dell’Oltrepò Mantovano secondo una logica esperienziale

L’azione prevede la progettazione e realizzazione di un tour cross mediale attraverso individuazione di un travel blogger, secondo gli itinerari tematici costruiti in logica esperienziale (segmento artistico-culturale, green, cicloturismo, enogastronomia).
Verrà dunque realizzato un Blog Tour nell’ambito del territorio dell’Oltrepò Mantovano, con un taglio ed una logica esperienziale da cui parallelamente trarre informazioni e contenuti da inserire nel materiale promozionale digitale previsto al cap. 4.3.
Nel dettaglio, verranno individuati e selezionati vari Blogger afferenti a diversi target turistici (turismo culturale, green, outdoor, familiare, coppie, ecc), dotati di media-kit e monitorati per le loro attività dai principali programmi di web analysis (ad esempio Google Analytics, Ninjanalitics, ecc).
Ciascun blogger percorrerà in un fine settimana (da venerdì mattina a domenica sera oppure da sabato mattina a lunedì sera) un settore dell’Oltrepò Mantovano secondo la seguente impostazione di itinerari tematico-esperienziali:
- in bici nell’Oltrepò;
- le Vie dell’Acqua;
- le Vie dell’eccellenza enogastronomica locale (tartufo, formaggi e mostarde);
- Parchi, natura, castelli delle terre Matildiche.

I Blog Tour avranno l’obiettivo di comunicare gli itinerari in modalità “digital storytelling”, seguendo i vari percorsi di scoperta per gli ambiti tematici individuati, raccontando esperienze locali e attività inconsuete da proporre ai segmenti turistici target del Consorzio, oltre ad incontrare attori e rappresentanti del territorio (artigiani, operatori del turismo, amministratori locali) per raccogliere storie e momenti di vita vissuta.
Una volta terminati i Blog Tour, i blogger coinvolti racconteranno la propria esperienza sul rispettivo blog condividendo l’esperienza con i propri follower attraverso i diversi canali social di propria competenza.
Tutto il materiale prodotto dai blogger verrà elaborato in ottica informativa-esperienziale, con scrittura ottimizzata SEO in modo da facilitare il lavoro dei motori di ricerca ed essere rilanciato da siti web e portali specializzati.

5. QUADRO ECONOMICO GENERALE DI PROGETTO

Il presente progetto intende implementare una serie di azioni per lo sviluppo e commercializzazione di servizi turistici tra loro ampi e variegati; per tale ragione, il proponente intende avvalersi di consulenza specialistica da parte di una società esterna esperta nella realizzazione della totalità delle azioni progettuali. Tale scelta ha il vantaggio di affidare, oltre alla realizzazione degli interventi, anche il coordinamento degli stessi ad un unico soggetto, fattore di estrema importanza al fine di garantire la valorizzazione del concept grafico ombrello di progetto il quale, se i vari servizi venissero affidati a differenti fornitori, potrebbe rischiare di non venire correttamente rispettato.

Con riferimento alle "Spese ammissibili" di cui all'art. 5.1 ambito 2 del bando di progetto, di seguito si riporta il quadro economico complessivo di progetto suddiviso per i vari interventi:

QUADRO ECONOMICO GENERALE	**Euro**
Declinazione di un concept grafico ombrello del brand turistico "Oltrepò Mantovano" [f]	18.000,00
Rivisitazione, restyling del portale www.oltrepomantovano.eu secondo la fruizione esperienziale delle risorse turistiche del territorio [e]	15.000,00
Rielaborazione, produzione in formato digitale di materiale informativo turistico riferito al territorio dell'Oltrepò Mantovano (materiale digitale tematico) [e]	12.000,00
Design e realizzazione video promozionali ("video pillole") del territorio dell'Oltrepò Mantovano [e]	20.000,00
Realizzazione campagna di "digital storytelling" al fine di rafforzare il riposizionamento del prodotto turistico dell'Oltrepò Mantovano secondo una logica esperienziale [e]	15.000,00
Totale netto	**80.000,00**
IVA 22%	17.600,00
Finanziamento (90% totale netto)	72.000,00
Cofinanziamento (10% totale netto)	8.000,00

ALLEGATI – PREVENTIVI

LOGO CARTA INTESTATA

Mantova, 21/10/2020

Graziano Menegazzo
via Veneto, 26
San Giorgio Bigarello
46051, Mantova
Tel.+39.349.6979953
P. IVA: 02492360207
www.grazianomenegazzo.it

Prev. N° 45

Spett.le
Consorzio OltrePò Mantovano

A far seguito Vs, richiesta si inoltra il nostro miglior preventivo dettagliato per voci di costo come da vostro quadro

PREVENTIVO PER VOCI DI COSTO	**Euro**
1. Declinazione di un concept grafico ombrello del brand turistico "Oltrepò Mantovano" [f]	22.000
2. Rivisitazione, restyling del portale www.oltrepomantovano.eu secondo la fruizione esperienziale delle risorse turistiche del territorio [e]	17.000
3. Rielaborazione, produzione in formato digitale di materiale informativo turistico riferito al territorio dell'Oltrepò Mantovano (materiale digitale tematico) [e]	17.000
4. Design e realizzazione video promozionali ("video pillole") del territorio dell'Oltrepò Mantovano [e]	18.000
5. Realizzazione campagna di "digital storytelling" al fine di rafforzare il riposizionamento del prodotto turistico dell'Oltrepò Mantovano secondo una logica esperienziale [e]	18.000
Totale netto	**92.000 Euro**
IVA non dovuta	
4% contributo previdenziale	3.680 Euro
Totale generale	**95.680 Euro**

Il preventivo ha validità 90 gg,

Modalità di pagamento:

a. 20.000 Euro alla consegna degli elaborati di cui al p.to 1 + 4% contributo previdenziale

b. 30.000 Euro ad avvenuta esecuzione e consegna degli elaborati di cui a p.tti 2, 3 + 4% contributo previdenziale

c. 45.680 saldo ad avvenuta esecuzione di quanto previsto ai p.tti 4 e 5 + 4% contributo previdenziale

manuelabenassi | GRAFICA & COMUNICAZIONE

Spett.le
Consorzio Oltrepò Mantovano
Via Martiri di Belfiore, 7
46026 Quistello (Mn)

DATA: 26 ottobre 2020

OGGETTO: PREVENTIVO n. 25/20-26102020
progetto #TerredelPo

A seguito di Vs. richiesta si inoltra il nostro miglior preventivo dettagliato per voci di costo come da vostro quadro.

QUADRO ECONOMICO GENERALE

1. Declinazione di un concept grafico ombrello del brand turistico "Oltrepò Mantovano"	€ 22.000,00
2. Rivisitazione, restyling del portale www.oltrepomantovano.eu secondo la fruizione esperienziale delle risorse turistiche del territorio	€ 18.000,00
3. Rielaborazione, produzione in formato digitale di materiale informativo turistico riferito al territorio dell'Oltrepò Mantovano (materiale digitale tematico)	€ 14.000,00
4. Design e realizzazione video promozionali ("video pillole") del territorio dell'Oltrepò Mantovano	€ 21.000,00
5. Realizzazione campagna di "digital storytelling" al fine di rafforzare il riposizionamento del prodotto turistico dell'Oltrepò Mantovano secondo una logica esperienziale	€ 17.000,00
Totale preventivo	**€92.000,00**

Il preventivo ha validità di 90 gg.
Modalità di pagamento: acconto del 10% alla firma del contratto, acconto del 50% sul totale rimanente alla realizzazione dei punti 1 e 2 delle attività e saldo alla consegna con collaudo attività.

Ai costi in oggetto verrà applicata iva (aliquota 22%)

Distinti saluti.

Manuela Benassi

manuela benassi • via g. di vittorio, 3 • 46020 pegognaga mn • t. 349 8120002 • manu.benassi@gmail.com • p.iva 02398330205 • c.f. BNSMNL68A42L020M

Distretto Rurale
Oltrepò Mantovano

Preventivo n.° 10/2020, Quistello (MN) – 26/10/2020

A far seguito Vs, richiesta si inoltra il nostro miglior preventivo dettagliato per voci di costo come da vostro quadro

QUADRO ECONOMICO GENERALE	**Euro**
Declinazione di un concept grafico ombrello del brand turistico "Oltrepò Mantovano" [f]	20.000,00
Rivisitazione, restyling del portale www.oltrepomantovano.eu secondo la fruizione esperienziale delle risorse turistiche del territorio [e]	17.000,00
Rielaborazione, produzione in formato digitale di materiale informativo turistico riferito al territorio dell'Oltrepò Mantovano (materiale digitale tematico) [e]	12.000,00
Design e realizzazione video promozionali ("video pillole") del territorio dell'Oltrepò Mantovano [e]	20.000,00
Realizzazione campagna di "digital storytelling" al fine di rafforzare il riposizionamento del prodotto turistico dell'Oltrepò Mantovano secondo una logica esperienziale [e]	15.000,00
Totale netto	**80.000,00**
Iva 22%	17.600,00
Totale generale	**97.600,00**
Il preventivo ha validità 90 gg,	
Modalità di pagamento acconto del 30% alla firma del contratto, acconto 30% alla realizzazione del 50% delle attività e saldo alla consegna e collaudo attività	

Luciano Bulgarelli
Presidente

Firmato Digitalmente