



COMUNE DI REGGIO EMILIA
21 GIU. 2018
PROTOCOLLO GENERALE

n. 80603

*ASSE 6 Città attrattive e partecipate*

**Azione 6.7.2 Sostegno alla diffusione della conoscenza e alla fruizione del patrimonio culturale, materiale e immateriale, attraverso la creazione di servizi e/o sistemi innovativi e l'utilizzo di tecnologie avanzate.**

**Format "Piano integrato di promozione"**

giugno 2018

## Format “Piano integrato di promozione”

### 1. DATI GENERALI

#### 1.1 Denominazione del Piano/Titolo (max 500 caratteri)

Chiostri di S. Pietro. Piano integrato di promozione del contenitore culturale e del Laboratorio Aperto
---

#### 1.2 Beneficiario

Comune di	Reggio Emilia
Via/Piazza e n. civico	Piazza Prampolini 1
CAP	42121
Provincia	Reggio Emilia

#### 1.3 Responsabile del procedimento

Nome e cognome	Architetto Massimo Magnani
Ruolo	Dirigente Area Competitività e Innovazione Sociale
Comune	Reggio Emilia
Via/Piazza e n. civico	Piazza Prampolini 1
CAP	42121
Telefono	331/6073307
e-mail	massimo.magnani@municipio.re.it

#### 1.4 Attrattore culturale/contenitore oggetto del Piano di promozione (max 300 caratteri)

Il restauro e recupero funzionale dei Chiostri di S.Pietro intende da un lato valorizzare il complesso come attrattore culturale, in base alla sua vocazione già consolidata, e dall'altro trasformarlo in un efficace strumento per attivare un nuovo dinamismo nel centro storico grazie all'insediamento di nuove attività di interesse sociale ed economico correlate al Laboratorio Aperto attivo nel campo dell'innovazione sociale, del welfare, dei servizi alla persona che qui troverà collocazione.

#### 1.5 Laboratorio Aperto oggetto del Piano di promozione (max 300 caratteri)

Il Laboratorio Aperto di RE opererà nel campo dell'innovazione sociale applicata ai servizi alla persona con lo scopo di ideare, testare e sviluppare beni, prodotti e servizi innovativi, e più in generale “valori”, applicabili e sostenibili nel campo del *welfare*, della cultura, dell'educazione.

#### 1.6 Abstract (max 1.000 caratteri)

Il piano integrato di promozione dei Chiostri di San Pietro terrà conto delle due anime che “abiteranno” questo luogo: l'anima culturale e l'anima connessa all'innovazione sociale. Attraverso un piano di comunicazione integrato verranno infatti promosse le attività culturali e le attività del nuovo laboratorio aperto che qui troverà sede, identificando stile comunicativo e strumenti in grado di cogliere la sfida di raccontare il progetto in modo unitario e integrato.

### 2. DESCRIZIONE DEL PROGETTO

#### 2.1 Descrizione del Piano (max 6.000 caratteri)

I chiostri di S. Pietro verranno a connotarsi con una duplice vocazione, divenendo da un lato un “epicentro” di promozione e produzione culturale, grazie ai numerosi eventi che qui si svolgeranno nel corso di tutto l'anno, dall'altro un nodo nevralgico di relazione e produzione, nel campo dell'innovazione in senso lato, aperto a tutti i soggetti che si muovono con curiosità e disinvoltura nel mondo della creatività e dell'imprenditorialità e che avranno come fulcro il laboratorio aperto.

Il piano integrato di promozione intende dunque rendere sinergiche queste due anime dell'ex complesso benedettino, che sussisteranno sia in autonomia sia in occasionali momenti di confronto e interazione.

Il piano di promozione si articola in particolare su tre assets operativi:

1. **Promozione e valorizzazione del bene/contenitore culturale**
2. **Progettazione e realizzazione di campagne di informazione e comunicazione**
3. **Promozione integrata del bene/contenitore culturale e del laboratorio aperto che qui sarà ospitato**

Per quanto riguarda il **punto 1**, l'attività si articolerà:

- nello sviluppo di iniziative didattico/formative, visite guidate, pubblicistica, per valorizzare il complesso monumentale come bene di forte pregio e valore storico/testimoniale;
- nell'organizzazione di manifestazione/eventi ad ampio richiamo di pubblico, dalle mostre a cadenza ricorrente (Fotografia Europea, RESTATE,...), a specifiche mostre annuali (indicativamente una o due all'anno), ad eventi singoli (HORTUS, ATERBALLETO,...). Mostre/eventi saranno allestiti durante tutto l'arco dell'anno e in particolare: Fotografia Europea, RESTATE nel periodo da maggio a settembre, le altre mostre a tiratura nazionale nella stagione da ottobre ad aprile. Tra le attività verranno a inserirsi possibili eventi "puntiformi" di interesse maggiormente locale.

I **punti 2 e 3** verranno articolati in tre fasi progettuali.

**Fase 1:** individuazione di una *copy strategy* che identifichi lo stile comunicativo del "progetto Chiostri di San Pietro". Le scelte strategiche qui individuate dovranno tenere conto delle due anime progettuali: l'anima culturale e l'anima di innovazione sociale. La sfida è trovare stili e strategie in grado di raccontare il contenitore e il contenuto secondo una logica uniforme.

**Fase 2:** a partire dalle scelte strategiche individuate nella *copy strategy*, verrà individuata l'identità visiva del progetto (in coerenza con le linee guida regionali sui progetti finanziati dal programma Por Fesr), individuati e realizzati degli strumenti di presentazione e realizzata una campagna di comunicazione di lancio legata all'evento di inaugurazione del bene.

**Fase 3:** consolidamento della strategia di comunicazione attraverso la promozione degli eventi che si realizzeranno all'interno dei Chiostri e attraverso la promozione delle attività del Laboratorio Aperto, sempre in coerenza con le strategie generali definite in fase 1.

Il bene culturale già si configura come un importante polo per la promozione di attività artistiche e culturali. Grazie al programma di finanziamento POR FESR, l'Amministrazione intende potenziare ulteriormente questo aspetto trasformando il complesso in un vero e proprio "polo" innovativo di produzione culturale. L'aspetto innovativo consisterà nella possibilità di sperimentare in forma dinamica e interattiva, grazie a possibili sinergie con il Soggetto Gestore del futuro laboratorio aperto, nuove modalità di erogazione di servizi alla luce di contaminazioni disciplinari, che contempleranno "affondi" nel mondo dell'arte, della creatività, dell'imprenditorialità nel campo sia dei servizi culturali sia dei servizi alla persona. La sinergia tra l'Amministrazione e il futuro Soggetto Gestore è infatti strategica per codificare un nuovo linguaggio operativo che vedrà coinvolte anime differenti (studiosi,ricercatori, professionisti, imprenditori, operatori nel campo sociale,...) in un contesto aperto a ogni forma di espressione e versatilità ideativa.

Il piano di comunicazione sarà teso ad affermare e a potenziare le diverse anime insite nel progetto, dalla vocazione artistica a quella creativa, facendo della pluralità di competenze, approcci e percorsi un plusvalore e un irrinunciabile strumento per la valorizzazione del contesto.

**Il piano di promozione è coerente:**

- **con gli obiettivi** di promozione e valorizzazione del bene/contenitore culturale finanziato nell'ambito dell'**azione 6.7.1** in quanto le iniziative che qui verranno a svolgersi sono mirate a incrementare l'attrattività del complesso storico e a trasformarlo in un nodo catalizzatore e propulsore di cultura e arte;
- **con gli obiettivi dell'azione 2.3.1** in quanto il soggetto Gestore del Laboratorio Aperto, che qui verrà ad insediarsi, sarà direttamente coinvolto in una forte sinergia con il Comune per la co-gestione di mostre/manifestazioni a carattere culturale e potrà assumere un ruolo propositivo nel co-progettare con il Comune iniziative finalizzate a istituire un *trait d'union* tra mondo dell'innovazione sociale e mondo della cultura.

Il piano di promozione verrà sostenuto da un piano di attività e strumenti integrato, come descritto sopra.

Oltre agli strumenti di comunicazione tradizionali (affissioni, *folder*, *book* di presentazione) verranno realizzati strumenti di comunicazione basati sulle nuove tecnologie. Oltre al sito internet, app per godere degli eventi attraverso la realtà aumentata, strumenti digitali per potere interagire con il Laboratorio Aperto, in coerenza con la sua intrinseca vocazione all'*open innovation* che vede nella partecipazione di competenze diverse la sua forza.

Operativamente, il piano di promozione sarà strutturato a partire da un'analisi SWOT in grado di valutare i punti di forza (Strengths), i punti di debolezza (Weaknesses), le opportunità (Opportunities) e le minacce (Threats) correlati all'intervento in questione, con l'obiettivo molteplice di garantire notorietà all'intervento, farlo apprezzare e attrarre interesse.

Gli strumenti impiegati riguardano:

- strumenti di comunicazione tradizionali

- strumenti di comunicazione digitali

Il *target* di riferimento del piano di promozione e comunicazione si articola su due livelli:

- cittadini: reggiani, emiliano-romagnoli, italiani
- *stakeholders*: reggiani, emiliano-romagnoli, italiani

## Tempi

**Promozione e valorizzazione del bene/contenitore culturale: 2018 - 2020**

### **Progettazione e realizzazione di campagne di informazione e comunicazione/ Promozione integrata dei bene/contenitore culturale e del laboratorio aperto:**

Fase 1: settembre-dicembre 2018

Fase 2: ottobre 2018 – giugno 2019

Fase 3: luglio 2019 – giugno 2020

## **2.2. Coerenza ed integrazioni del Piano**

Il Piano integrato di promozione svilupperà iniziative di promozione e comunicazione per incrementare la conoscenza e l'attrattività del contenitore culturale con particolare riferimento a:

- comunicazione in loco del nuovo ruolo dei Chiostrì di San Pietro, attraverso installazione di pannelli che raccontino la "nuova" identità dei Chiostrì di S. Pietro;
- campagne di lancio delle una/due mostre a tiratura nazionale che avranno luogo nella stagione tra ottobre ed aprile, attraverso inserzioni su riviste specializzate a tiratura nazionale;
- campagne di lancio delle iniziative che avranno luogo nella stagione primaverile/estiva (Fotografia Europea, RESTATE,...) anche al di là dei consueti e consolidati strumenti comunali di promozione, attraverso per esempio il ricorso a installazioni in città che utilizzino la realtà aumentata per la promozione dell'evento stesso;
- iniziative di promozione delle attività del laboratorio aperto, in sinergia con il futuro Soggetto Gestore, attraverso:
  - strategie di *content marketing* su sito e *social* dedicati per costruire una narrazione del lavoro sull'innovazione sociale
  - incentivazione del *networking* con la rete dei laboratori aperti regionali, nell'ambito delle politiche di scambio e cooperazione che la Regione Emilia Romagna promuove;
  - incentivazione del *networking* a livello europeo/internazionale, finalizzata allo sviluppo di sinergie nell'ambito della rete internazionale dei *living labs* (Enoll), attraverso organizzazione di appuntamenti congressuali dedicati.

Per quanto riguarda il riferimento alle politiche di comunicazione settoriali della Regione Emilia Romagna le strategie e le azioni locali manterranno il massimo di coerenza e organicità rispetto a quanto è stato e sarà indicato dalla Regione stessa, a partire dall'utilizzo del marchio e dell'immagine coordinata per arrivare alla produzione degli strumenti giudicati più efficaci per la promozione del bene e del programma che fa da cornice all'intervento di rigenerazione urbana. Inoltre si cercherà di mantenere la massima sinergia tra attività e strumenti prodotti dall'attività e dai soggetti che agiranno nel territorio locale con quelli prodotti a livello regionali e a partire dalle strategie di comunicazione *web* e *social network*.

## **3. PIANO FINANZIARIO**

### **3.1 Quadro economico (\*)**

	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>totale</b>
<b>1. Organizzazione manifestazioni per la promozione e valorizzazione del contenitore finanziato</b>	90.000,00 €	100.000,00€	58.842,90 €	<b>248.842,90 €</b>
<b>2. Progettazione e realizzazione di campagne di informazione e comunicazione</b>	25.000,00€	15.000,00€	10.000,00€	<b>50.000,00€</b>
<b>3. Realizzazione di materiale informativo finalizzato alla promozione integrata dei beni/contenitori e dei laboratori aperti che dovranno ospitare</b>	5.000,00€	5.371,60 €	5.000,00 €	<b>15.371,60€</b>
<b>totale</b>				<b>314.214,50 €</b>

(\*) La ripartizione delle risorse per annualità è strettamente vincolata al completamento dei lavori di restauro e recupero funzionale dell'ex complesso benedettino dei Chiostrini di S. Pietro (azione 6.7.1); si configura pertanto come indicativa allo stato attuale e potrà subire scostamenti e variazioni che verranno tempestivamente comunicati alla Regione Emilia Romagna.

### 3.2 Modalità di finanziamento

<b>Risorse</b>	<b>Valori assoluti</b>	<b>%</b>
Risorse POR	251.371,60 €	80%
Risorse a carico del beneficiario	63.842,90	20%
<b>TOTALE</b>	<b>314.214,50 €</b>	<b>100%</b>