

Programma delle iniziative comuni sviluppate e promosse dalla rete dei “Tesori Nascosti”

Programme d'initiatives conjointes développées et promues par le réseau "Trésors cachés"

T5.3.3 – Palimpsesto attività comuni / Agenda d'activités conjointes
T5.3.2 – Programma armonizzato / Programme harmonisé

1. Premessa / Remarques préliminaires

Nel Comitato di pilotaggio del 9 maggio 2018 a Tolla (Corsica) il gruppo "comunicazione" che aveva preso in carico la realizzazione di palinsesto delle attività comuni da realizzare per la comunicazione e la promozione dei territori ha presentato un piano di attuazione che ha sottolineato i seguenti punti:

- le linee di comunicazione e la messa a punto dei percorsi comuni, saranno basate su questi cinque elementi unificanti i diversi territori: Pietre (naturali e manufatti), Vie dell'anima, Castagne, Acqua, Vino;
- gli strumenti di comunicazione utilizzati per la promozione saranno prevalentemente i canali "social" e i messaggi inviati in via proattiva agli attori individuati tramite il servizio di monitoring emotion.

Sulla base di queste indicazioni il gruppo di comunicazione ha predisposto il programma di comunicazione (palinsesto) comune per il 2019 che è stato attivato a partire dai primi mesi dell'anno, grazie alla proroga di 4 mesi concessa per la chiusura del progetto.

Lors du Comité de pilotage du 9 mai 2018 à Tolla (Corse), le groupe de communication qui avait pris en charge la mise en œuvre du calendrier des activités conjointes à mener pour la communication et la promotion des territoires a présenté un plan de mise en œuvre qui a mis en évidence les points suivants :

- les lignes de communication et le développement de chemins communs, s'appuieront sur ces cinq éléments qui unifient les différents territoires : Pierres (naturelles et manufacturées), Voies de l'âme, Châtaignes, Eau, Vin ;
- les outils de communication utilisés pour la promotion seront principalement les canaux " sociaux " et les messages envoyés de manière proactive aux acteurs identifiés par le service d'émotion de suivi.

Sur la base de ces indications, le groupe de communication a préparé le programme commun de communication (calendrier) pour 2019, qui a été activé depuis les premiers mois de l'année, grâce à la prolongation de 4 mois accordée pour la clôture du projet.

2. Palinsesto / Programme

Il programma (palinsesto) delle attività di comunicazione e la scelta dei contenuti da promuovere è stata stabilita da un gruppo tecnico costituito da: Enrico Rovida (SIRM), Sergio Di Paolo (Genova torna in villa), Claudia Fiori (Consorzio ospitalità diffusa), Derek Leonetti (Comuni Evisa e Tolla), Monica Vicario (Team/GTV), Susanna Trucco (Words/GTV). Il gruppo si è riunito con regolarità (settimanale) tra i mesi di gennaio e giugno 2019, impostando e sviluppando una metodologia comune e individuando i temi di interesse.

Il punto di partenza sono stati i risultati dell'analisi effettuata sul web tramite il servizio di monitoring emotion acquisito dal progetto sotto forma di abbonamento. Le parole chiave utilizzate per selezionare le informazioni transitate sul web e sui social erano già state definite in precedenza e riguardavano i temi di interesse del progetto (trekking, cicloturismo, ecc.).

La metodologia di lavoro adottata è stata quella di individuare un certo numero di contenuti, ritenuti sensibili da parte di monitoring emotion e dal gruppo di lavoro e svilupparli in termini di un breve post (max 1 pagina) capace di richiamare elementi comuni a tutti i territori esemplificandone gli aspetti caratteristici. Ogni settimana un territorio aveva la responsabilità di presentare un post che veniva validato dal gruppo e successivamente inviato, in versione

trilingue (Italiano, francese, inglese) ad una mailing list (in parte fissa e in parte selezionata ad hoc, in funzione del tema trattato) proponendo la diffusione attraverso i propri canali (siti web, pagine facebook, ecc.).

Le programme (calendrier) des activités de communication et le choix des contenus à promouvoir ont été établis par un groupe technique composé de : Enrico Rovida (SIRM), Sergio Di Paolo (Gênes de retour dans la villa), Claudia Fiori (Hospitality Consortium), Derek Leonetti (municipalités Evisa et Tolla), Monica Vicario (Team/GTV), Susanna Trucco (Words/GTV). Le groupe s'est réuni régulièrement (chaque semaine) entre janvier et juin 2019, mettant en place et développant une méthodologie commune et identifiant les sujets d'intérêt.

Le point de départ a été les résultats de l'analyse réalisée sur le web à travers le service de suivi émotionnel acquis par le projet sous la forme d'un abonnement. Les mots-clés utilisés pour sélectionner l'information sur le web et sur les réseaux sociaux avaient déjà été définis auparavant et liés aux thèmes d'intérêt du projet (trekking, vélo, etc.).

La méthodologie de travail adoptée a consisté à identifier un certain nombre de contenus, considérés comme sensibles par l'émotion de suivi et le groupe de travail et à les développer sous la forme d'un bref post (max 1 page) capable de rappeler des éléments communs à tous les territoires, illustrant leurs aspects caractéristiques. Chaque semaine, un territoire avait la responsabilité de présenter un courrier validé par le groupe puis envoyé, en version trilingue (italien, français, anglais) à une liste de diffusion (en partie fixe et en partie sélectionnée ad hoc, selon le thème) proposant la diffusion par ses canaux (sites web, pages facebook, etc.).

3. I contenuti / Le contenu

La lista dei temi di interesse elaborata dal gruppo di lavoro era lunga e molto suggestiva poiché collegava in modo originale alcuni "tesori" dei diversi territori, cogliendo punti comuni e sottolineando la necessità di una coerente politica di promozione.

Tra questi in prima evidenza erano i 5 temi scelti come unificanti nel CdP di Tolla, ma altri si aggiungevano. Ecco la lista sulla quale il gruppo ha lavorato:

- sentieri per trekking e mountain bike
- animali selvatici
- treni storici e locali
- flora spontanea e primaverile
- Parco menhir + pietra borghese +miniera gambatesa
- stelle
- Mulini
- Percorsi motociclistici
- poeti e territori

Non tutti i comunicati inviati hanno avuto successo, in quanto le redazioni dei siti e delle pagine social cui sono stati inviati hanno reagito (in positivo o negativo) ma la scelta di sviluppare azioni proattive per far conoscere le peculiarità e i tesori delle nostre zone si è rivelata valida, anche se richiede molta assiduità e tempi lunghi.

I temi che hanno generato i maggiori segnali di interesse sono stati quelli dei mulini e dei treni storici, che hanno fans in tutta Europa e sono a volte organizzati in gruppi e associazione che realizzano incontri a tema, visite, ecc. e dispongono di canali di comunicazione propri.

I comunicati, parzialmente adattati alle diverse realtà locali, sono stati anche diffusi sui siti dei partner e sono visibili sul sito di Genova torna in villa nella sezione news (www.genovatornainvilla.net/news/)

In conclusione, la comunicazione proattiva su web si è rivelata come la scelta più idonea per la promozione dei territori e il gruppo ha deciso di sviluppare questo tipo di attività anche dopo la fine del progetto.

La liste des thèmes d'intérêt élaborée par le groupe de travail était longue et très suggestive parce qu'elle reliait de manière originale certains " trésors " des différents territoires, saisissant des points communs et soulignant la nécessité d'une politique de promotion cohérente.

Parmi ceux-ci, les cinq thèmes choisis comme thèmes unificateurs dans la CdP de Tolla ont d'abord été mis en évidence, mais d'autres ont été ajoutés. Voici la liste sur laquelle le groupe a travaillé :

- sentiers de randonnée pédestre et de vélo de montagne
- faune sauvage
- les trains historiques et locaux
- flore spontanée et printanière
- Parc menhir + pierre bourgeoise + mine gambatesa
- étoiles
- Moulins
- Itinéraires moto
- poètes et territoires

Tous les communiqués de presse envoyés n'ont pas été couronnés de succès, comme l'ont réagi (en positif ou en négatif) les rédactions des sites et des pages sociales vers lesquels ils ont été envoyés, mais le choix de développer des actions proactives pour faire connaître les particularités et les trésors de nos régions s'est avéré valable, même si cela exige beaucoup d'assiduité et beaucoup de temps.

Les thèmes qui ont suscité le plus d'intérêt ont été ceux des moulins et des trains historiques, qui ont des fans dans toute l'Europe et sont parfois organisés en groupes et associations qui organisent des réunions thématiques, des visites, etc. et ont leurs propres canaux de communication.

Les communiqués de presse, partiellement adaptés aux différentes réalités locales, ont également été diffusés sur les sites web des partenaires et peuvent être consultés sur le site web de Genova torna in villa dans la section news (www.genovatornainvilla.net/news/).

En conclusion, la communication proactive sur le web s'est avérée être le choix le plus approprié pour la promotion des territoires et le groupe a décidé de développer ce type d'activité même après la fin du projet.