

Anagrafica

Soggetto promotore: **Kalatà srl impresa sociale**

Titolo progetto: **“La Basilica di Santa Maria delle Vigne: da bene culturale a attrattore turistico per il quartiere”**

Territorio di intervento: Città Metropolitana di Genova

Settore intervento: Arte, attività e beni culturali

Contributo erogato: 10.000 €

Costo effettivo del progetto: 17.631.32 €

Progetto:

Breve descrizione dell’iniziativa:

Il progetto ha operato su quattro principali fronti di intervento, con l’obiettivo strategico di ampliare l’attuale target di pubblico (costituito prevalentemente da residenti) attraverso il preliminare “aggancio” e successivo coinvolgimento dei cosiddetti “turisti culturali” (pubblico extra-locale per il quale la visita a musei, beni culturali e monumenti rappresenta la motivazione principale per recarsi in una città).

Il piano di attività del progetto si è perciò articolato lungo queste quattro linee di azione:

1. Costruzione di una rete di relazioni solida ed estesa con gli operatori del turismo a Genova;
2. Significativo miglioramento della segnaletica e delle informazioni acquisibili in loco;
3. Attivazione di collaborazioni continuative con gli esercenti del quartiere;
4. Campagna di marketing e di comunicazione rivolta a target di turisti culturali che frequentano Genova.

Gli output del progetto:

- Il progetto ha consentito di consolidare la collaborazione con partner istituzionali, quali:
 - il Comune di Genova che, oltre ad affiancare Kalatà nel servizio di informazione e prenotazione della visita tramite il personale dei propri uffici IAT, ha contribuito all’inserimento dell’esperienza tra le proposte del Genova City Pass (pass turistico

- ufficiale della Città); la collaborazione con il Comune si è anche consolidata con l’inserimento dell’esperienza di visita tra quelle disponibili durante i “Rolli Days”;
- la Fondazione Palazzo Ducale, la cui partnership ha garantito l’ingresso ridotto alla visita a tutti i possessori di un biglietto per una mostra in corso a Palazzo Ducale. La collaborazione con la Fondazione ha altresì garantito la visibilità della proposta di visita negli spazi messi a disposizione all’interno di Palazzo Ducale (totem, ledwall, manifesti promozionali) e permesso la partecipazione di Kalatà all’iniziativa “Impararte”, una sorta di “Salone della didattica” dedicato ai docenti, organizzato nel mese di settembre;
 - il Festival della Scienza, la cui partnership ha garantito l’ingresso ridotto alla visita a tutti i possessori del biglietto d’ingresso del Festival;
 - Explora Genova (tour operator) che, a partire dal 2023, ha promosso sul proprio portale online la proposta di visita alla Basilica delle Vigne;
 - Dafne (impresa sociale che opera nel settore della promozione e valorizzazione dei beni culturali ed ambientali della Liguria) che affianca Kalatà nel servizio di informazione e prenotazione della visita tramite il proprio personale;
 - “Associazione Genova in mostra” che ha collaborato con Kalatà nella definizione e gestione di alcune proposte che hanno abbinato l’esperienza di visita alla Basilica delle Vigne a tour in città;
 - Palazzo Grillo e Antica Confetteria Romanengo che hanno collaborato con Kalatà nella definizione di alcune proposte congiunte che hanno abbinato l’esperienza di visita alla Basilica delle Vigne a piccoli momenti conviviali (aperitivi, degustazioni);
 - alcune librerie del centro storico che hanno omaggiato i propri clienti con segnalibri con grafica specifica che consentivano l’ingresso ridotto all’esperienza di visita;
- In fase di avvio del progetto è stato organizzato un incontro in presenza nel mese di luglio 2022 al quale hanno partecipato Don Nicolò Anselmi in rappresentanza della Basilica, il project manager del progetto e una risorsa operativa interna a Kalatà.
 - Durante lo sviluppo del progetto sono stati organizzati incontri periodici, a cadenza mensile, tra Kalatà e i rappresentanti della Basilica, prevalentemente in modalità remota.

- Nell'ambito dell'attività di comunicazione e promozione del progetto, nei mesi da luglio a dicembre 2022 Kalatà ha attivato una campagna di comunicazione web based finalizzata al coinvolgimento del pubblico extra locale. Sono state attivate:
 - una campagna social sui canali Facebook e Instagram di Kalatà con l'obiettivo di visualizzazione del video promozionale del progetto nel mese di luglio 2022. L'inserzione è stata destinata a un pubblico extra locale. Il video ha ottenuto 32 mila visualizzazioni;
 - una campagna social sui canali Facebook e Instagram di Kalatà con obiettivo visite al sito www.kalata.it per l'acquisto dei biglietti dell'esperienza, nel mese di settembre 2022. L'inserzione, destinata a persone che vivono in Liguria, Piemonte, Lombardia ed Emilia Romagna, ha ottenuto 30mila visualizzazioni;
 - una campagna social per la promozione degli eventi organizzati in abbinamento alla visita guidata nel mese di ottobre 2022. L'inserzione, destinata a persone che vivono nel raggio di 40 km da Genova ha ottenuto 73mila visualizzazioni;
- Durante le festività natalizie, in occasione della promozione dei biglietti a data aperta sono state attivate due campagne promozionali:
 - un'inserzione statica destinata a persone che vivono nel raggio di 40 km da Genova. Sono state raggiunte 59 mila persone;
 - un'inserzione carosello di tutte le proposte Kalatà dedicata al nord Italia. Sono state raggiunte 100 mila persone.
- È stata avviata una collaborazione strutturata con il Secolo XIX che ha previsto, nel corso dei mesi di ottobre e novembre, l'acquisto di spazi promozionali sul giornale (4 "piedi" in prima pagina sulla cronaca di Genova) utilizzati come coupon ritagliabili che consentivano l'accesso alla visita a due persone al costo di una (promo 2x1).
- Il 22 Settembre Kalatà ha partecipato all'iniziativa "Impararte" organizzata da Palazzo Ducale presso la Sala del Maggior Consiglio. Nell'ambito di questa iniziativa erano presenti le maggiori realtà culturali cittadine e il personale di Kalatà ha potuto raccontare, in un dialogo a tu per tu con gli insegnanti interessati, la proposta di visita alla Basilica delle Vigne ideata le scuole.

- Il 20 ottobre 2022 è stata organizzata un'intervista video in collaborazione con il canale tv Primo durante la quale Kalatà ha potuto presentare al pubblico l'esperienza di visita alla Basilica delle Vigne;
- Nei mesi di novembre e dicembre 2022 sono stati organizzati due appuntamenti dedicati ai "local ambassador", persone che abitano a Genova o in Liguria (local) molto attive e seguite sui propri profili social. I local ambassador - dopo un aperitivo informale di presentazione di Kalatà e del progetto di valorizzazione della Basilica presso la suggestiva cornice di Palazzo Grillo - hanno partecipato in prima persona alla visita producendo numerosi contenuti video-fotografici funzionali alla promozione dell'iniziativa presso le rispettive "fanbase";
- Destinatari dell'iniziativa: sono stati raggiunti circa 900 visitatori;
- Azioni/attività/eventi principali del progetto:
 - attivazione di 5 collaborazioni con operatori del turismo (C-Way Genova, Dafne Viaggi, Explora Genova), del settore ricettivo (Palazzo Grillo), associazioni locali che si occupano di visite guidate (Genova in mostra);
 - distribuzione presso 32 strutture alberghiere e ricettive (alberghi, hotel, b&b, ostelli) di materiale informativo (depliant) e coupon destinati agli ospiti delle strutture validi per l'ingresso ridotto all'esperienza di visita;
 - realizzazione di 2 educational riservati a local ambassador (totale partecipanti 15) finalizzati alla promozione social del progetto;
 - attivazione di una collaborazione con "Famiglia nomade": una famiglia "social" genovese che attraverso i propri canali (57k follower) promuove esperienze e attività da fare insieme alla propria famiglia principalmente a Genova e in Liguria;
 - rifacimento della segnaletica esterna mediante la realizzazione di 2 pannelli informativi (collocati nelle pertinenze della Basilica) e 1 Roll up informativo collocato in corrispondenza del punto di ritrovo dei visitatori (IAT di Via Garibaldi);
 - realizzazione e stampa (tiratura 2.500 copie) di un dépliant promozionale dell'iniziativa disponibile in italiano e inglese;
 - attivazione e promozione di 5 soluzioni di fruizione combinata dell'esperienza di visita con altre attività: visita guidata + aperitivo a Palazzo Grillo, visita guidata + piccola degustazione presso la Confetteria Romanengo, visita guidata + tour nei vicoli condotto dall'associazione "Genova in mostra";

- attivazione, nel periodo 3-20 dicembre 2022, di una convenzione con la Confetteria Romanengo dedicata ai clienti di Kalatà che dava loro la possibilità di effettuare un piccolo assaggio presso lo storico negozio di Piazza Soziglia;
 - partecipazione di due risorse del team Kalatà alla BIT (Borsa Internazionale del Turismo) di Milano il 13/02/2023 per la promozione del progetto presso agenzie, tour operator, operatori del turismo italiani e internazionali;
 - partecipazione alle manifestazioni “Rolli days” nel mese di ottobre e “Le chiese dei Palazzi dei Rolli” nel mese di gennaio 2023;
 - attivazione, nel periodo settembre/dicembre 2022, di una promozione dedicata agli insegnanti di ogni ordine e grado per consentire loro di sperimentare gratuitamente e in prima persona l’esperienza di visita per poi poterla promuovere presso le proprie classi e i propri istituti scolastici;
- Figure professionali coinvolte:
- 1 coordinatore del progetto
 - 1 responsabile operativo sul territorio (ricerca e presa di contatto con realtà afferenti al comparto turistico-ricettivo)
 - 1 responsabile comunicazione strategica
 - 1 responsabile area social media
 - 2 consulenti per lo sviluppo con gli operatori del turismo
 - 2 operatori di gestione delle visite guidate presso la Basilica
 - 2 traduttori/speaker e revisione testi per materiali promozionali in lingua (inglese e francese)
 - 1 operatore di studio di registrazione (incisione e editing tracce audio visita guidata).

Sulla base degli *output* evidenziati in precedenza, nonché delle informazioni in nostro possesso, si ritiene di poter concludere che i risultati raggiunti siano in linea con gli obiettivi prefissati. Si precisa infine che la nostra relazione riporta unicamente le informazioni e gli *output* ritenuti maggiormente indicativi.