

PROPOSTA: PIANO DI COMUNICAZIONE DEL PROGETTO I LUOGHI SVELATI

Introduzione

La fase di comunicazione è un aspetto fondamentale dell'iter di sviluppo di un progetto e ha scopi ben precisi:

- Il coinvolgimento di destinatari o beneficiari diretti nelle azioni previste
- La diffusione dei prodotti realizzati
- La promozione nel contesto di destinazione

Inoltre, si presenta come uno strumento fondamentale per instaurare delle relazioni con il territorio. Per pianificare la comunicazione di un progetto è opportuno procedere all'individuazione delle azioni e dei mezzi più idonei e efficaci da impiegare: da qui la necessità di sviluppare un Piano di Comunicazione, un documento che conterrà le indicazioni strategiche e operative per la pubblicizzazione del progetto.

Innanzitutto bisogna quantificare le risorse finanziarie, le risorse umane e i mezzi a disposizione, stabilendo di conseguenza quali siano gli obiettivi della comunicazione. Importante è anche capire quali sono gli strumenti usati, i quali devono essere descritti in modo dettagliato, in base a:

- Tempi di utilizzo
- Tempi di diffusione
- Costi

Di seguito viene presentata la proposta del piano di comunicazione del progetto "I Luoghi Svelati", che si sta sviluppando attualmente presso Il Vittoriale degli Italiani sotto la guida della dott.ssa Annarita della Penna e che ha come data di conclusione prevista giugno 2018.

PIANO DI COMUNICAZIONE

1) Il contesto

Il progetto "I Luoghi Svelati" è stato avviato nell'aprile 2017 presso Il Vittoriale degli Italiani, un complesso di edifici, vie, piazze, giardini, corsi d'acqua e un teatro all'aperto edificato dal poeta italiano Gabriele d'Annunzio tra il 1921 e il 1938 a Gardone Riviera, sulla sponda occidentale del Lago di Garda; il progetto nasce dall'esigenza di rendere il Vittoriale un luogo interamente fruibile ai suoi visitatori.

L'inventariazione e la catalogazione del patrimonio mobile, attualmente non esposto, costituisce uno dei tanti aspetti di un progetto più ampio chiamato "Riconquista" intrapreso sotto la presidenza di Giordano Bruno Guerri (dal 2008), che negli ultimi anni ha permesso l'apertura o la riapertura di numerose aree del Vittoriale e che vedrà, nel 2021, centenario della Fondazione, ogni spazio restituito alla sua originaria bellezza e a disposizione dei visitatori.

Sono infatti quest'ultimi il cuore pulsante del Vittoriale, che ogni anno accorrono sempre più numerosi, desiderosi di conoscere gli aspetti che caratterizzavano la vita privata del grande poeta italiano. Il pubblico del Vittoriale (in media 200 mila visitatori all'anno) è estremamente variegato, essendo il Lago di Garda uno dei principali poli attrattivi turistici sul suolo italiano; gli avventori della Casa-museo variano sia per nazionalità che per età – numerosi sono i giovani, appartenenti a classi di scuole locali che ogni anno vengono al Vittoriale a scopi didattici.

A fronte di questo contesto, ne consegue che gli strumenti e i canali che verranno impiegati per la comunicazione de "I Luoghi Svelati" dovranno puntare sul fatto di essere utilizzati in almeno due lingue (inglese e tedesco), oltre ovviamente all'italiano, e di costituire un'attrazione sia per un

pubblico mirato (ad esempio i giovani, con strumenti multimediali e interattivi) sia per un destinatario più generale, attraverso l'attività editoriale e di studio.

2) Obiettivi

La comunicazione de "I Luoghi Svelati" si pone i seguenti obiettivi:

- Rafforzare il legame, già molto forte, tra il Vittoriale e la popolazione locale, che da sempre sostiene l'importanza del luogo e si impegna nella sua valorizzazione. Restituire questi oggetti alla fruibilità della comunità gardonese significa infatti fornire un ulteriore valore aggiunto al Vittoriale e un sistema di conoscenze sempre più ampio e completo
- Estendere questo nuovo bagaglio di conoscenze non solo all'accessibilità della comunità locale, ma anche a tutti gli appassionati di Gabriele d'Annunzio, che costantemente si impegnano in uno studio appassionato per poter contribuire alla diffusione di un'immagine esaustiva del poeta italiano e degli aspetti peculiari che caratterizzavano la sua vita
- Coinvolgere tutti i turisti e gli avventori del Vittoriale, contribuendo a aumentare ancora di più l'attrazione che questo esercita sui sempre più numerosi visitatori
- Favorire la promozione e la creazione di feste, incontri e convegni, mantenendo viva l'attività di comunicazione nel tempo

3) Destinatari della comunicazione

Poter pubblicizzare e diffondere questo progetto significa rivolgersi a un pubblico notevolmente ampio, andando a interessare non solo tutti i visitatori che ogni anno accorrono sempre più numerosi per visitare la dimora di Gabriele d'Annunzio, ma anche gli studiosi che frequentano spesso la biblioteca e gli archivi e gli appassionati. Nello specifico la comunicazione del progetto si rivolgerà a:

- Comunità locale
- Appassionati e studiosi di Gabriele d'Annunzio
- Visitatori del Vittoriale

4) Strategie

Il linguaggio della comunicazione per "I Luoghi Svelati" dovrà essere quanto più universale e accessibile a tutte le categorie destinarie della comunicazione.

5) Mezzi

- Attività editoriale: pubblicazione in formato cartaceo di un catalogo, brochure informative, articoli di giornale e riviste
- Attività digitale e multimediale: utilizzo della newsletter interna a scopo informativo, digitalizzazione del catalogo, creazione di una sezione apposita sul sito del Vittoriale, utilizzo dello strumento Google Art Project, comunicazione di massa sui social del Vittoriale
- Altro: laboratori didattici, convegni e conferenze

6) Organizzazione e tempistiche

La società Open Space S.r.l., con sede a Brescia, ha già realizzato un preventivo specifico e mirato per la comunicazione del progetto. In accordo con questa azienda, la comunicazione, soprattutto a livello mediatico, avverrà tra il mese di maggio e giugno 2018, puntando sulla pubblicizzazione sui social e sui canali mediatici. Questo sarà soltanto il primo passo, la base di partenza per azioni che si prolungheranno nel tempo, attraverso lo stimolo per attività editoriale di approfondimento e per ricerche continue: infatti, rendere oggetto di ricerca, valorizzazione e pubblicizzazione i beni, oggi invisibili, che si trovano nel solaio del Vittoriale permetterà di chiarire aspetti peculiari della vita di Gabriele d'Annunzio e aprirà nuove prospettive di indagine conoscitiva, permettendo la realizzazione di nuove pubblicazioni monografiche e progetti multimediali a disposizione di studiosi e visitatori.

7) Risultati attesi

Una comunicazione così massiccia si attende un riscontro altrettanto imponente: a partire da un continuo aumento degli ingressi al Vittoriale, attratti dal fascino del nuovo, degli oggetti riconsegnati alla fruibilità comune.

Inoltre, la pubblicizzazione de “I Luoghi Svelati” vuole rappresentare uno stimolo continuo non solo allo studio e approfondimento del Vittoriale e di Gabriele d’Annunzio, ma anche a proseguire in questa direzione: dato il limite di tempo, il progetto prevede infatti la catalogazione di una piccola parte, circa un centinaio, degli oggetti che si trovano attualmente nei magazzini e nei solai del Vittoriale. Stimolare l’interesse per questo primo nucleo significa quindi suscitare l’iniziativa per la catalogazione e lo studio di tutti questi oggetti che si spera un giorno potranno essere restituiti alla fruibilità totale.