

## 4 – PIANO DELLE ATTIVITÀ

### 1. COMUNICAZIONE E MARKETING DI DISTRETTO

Nell'ambito della macro-area di intervento "Comunicazione e marketing" rientrano una serie di interventi volti a conseguire due differenti obiettivi:

- sviluppare una politica di comunicazione integrata del Distretto Diffuso (Obiettivo 3), che permetta di far conoscere, valorizzare e sostenere il Distretto Diffuso e la sua strategia di sviluppo. Si tratta quindi di realizzare un insieme di iniziative di comunicazione continuative, progettate in modo integrato e realizzate anche sulla base delle nuove tecnologie multimediali. In particolare, si prevedono le seguenti azioni:

Intervento 1.1 – Sviluppo di un Logo di Distretto

Intervento 1.2 – Realizzazione e gestione di un Portale del Distretto

Intervento 1.3 – Campagna di comunicazione

Intervento 1.4 – Realizzazione di shopping bag comuni per gli operatori del Distretto Diffuso

- costruire un sistema di conoscenze per lo sviluppo del Distretto Diffuso (Obiettivo 6), ovvero progettare e realizzare un sistema informativo di marketing, al fine di disporre di una serie di informazioni utili a meglio indirizzare le politiche di offerta del Distretto e dei singoli operatori in esso presenti. Tale obiettivo si articola nel seguente intervento:

Intervento 1.5 – Costruzione e gestione di un sistema informativo di marketing

Complessivamente, tra il 2009 e il 2012 è previsto un investimento in attività di comunicazione e marketing di 191.300,00 euro.

#### BUDGET PER TIPOLOGIA DI INVESTITORE E NATURA DELLA SPESA

	Anno 2009	Anno 2010	Anno 2011	Anno 2012	Totale
<b>INVESTIMENTI PRIVATI</b>	11.500,00	61.800,00	47.000,00	47.000,00	167.300,00
- Spesa corrente	5.000,00	54.300,00	40.000,00	40.000,00	139.300,00
- Spesa in conto capitale	6.500,00	7.500,00	7.000,00	7.000,00	28.000,00
<b>INVESTIMENTI PUBBLICI</b>	24.000,00	-	-	-	24.000,00
- Spesa corrente	24.000,00	-	-	-	24.000,00
- Spesa in conto capitale	-	-	-	-	-
<b>COSTO TOTALE</b>	<b>35.500,00</b>	<b>61.800,00</b>	<b>47.000,00</b>	<b>47.000,00</b>	<b>191.300,00</b>
- Spesa corrente	29.000,00	54.300,00	40.000,00	40.000,00	163.300,00
- Spesa in conto capitale	6.500,00	7.500,00	7.000,00	7.000,00	28.000,00

Nelle pagine seguenti sono riportate le schede descrittive di ciascun intervento.

## Intervento 1.1 – Sviluppo di un Logo di Distretto

**Obiettivo:** Scopo dell'intervento è quello di creare un elemento grafico comune che identifichi il Distretto Diffuso e che consenta di declinare, sia in generale che su tutti gli strumenti di comunicazione utilizzati, l'immagine unitaria e coordinata del Distretto Diffuso (in coerenza con la Vision del Distretto medesimo, cfr. Par 2.7).

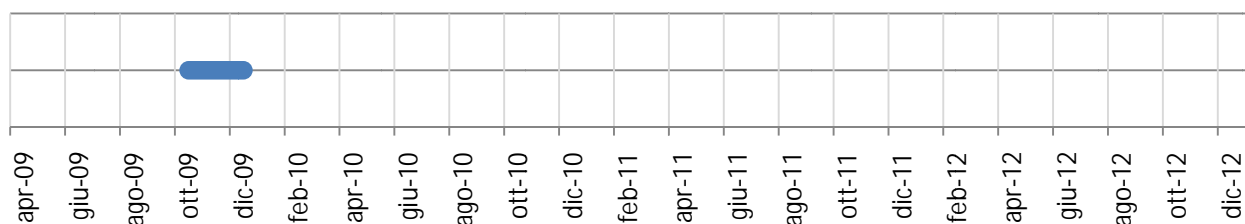
Rientra nell'obiettivo strategico: *Sviluppare una politica di comunicazione integrata del Distretto Diffuso.*

**Descrizione:** Il logo sarà realizzato in diversi formati coerenti (per forme, dimensioni e colori) tra loro, così da poter essere utilizzato in modo coordinato in tutte le iniziative di comunicazione e promozione del Distretto (ad esempio Portale, eventi e manifestazioni, locandine e manifesti, ecc.). Il logo del Distretto dovrà essere al contempo gradevole dal punto di vista grafico e in grado di rappresentare il Distretto dell'Alta Val Seriana - Clusone nelle sue specificità e tipicità (caratteristiche storiche, artistiche e culturali).

**Beneficiario del co-finanziamento:** Non sono richiesti contributi a Regione Lombardia. L'intervento sarà finanziato da Iperal S.p.A.

**Attuatore (Responsabile dell'intervento):** Comitato di Indirizzo del Distretto.

**Cronoprogramma (Tempistica di attuazione):** Si tratta di uno dei primi interventi che il Distretto ha intenzione di attuare, anche perché propedeutico a tutta una serie di iniziative di azioni di comunicazione previste. Pertanto, l'intervento sarà realizzato nell'ultimo trimestre del 2009, una volta approvato il programma da parte di Regione Lombardia.



### BUDGET DELL'INTERVENTO 1.1 – Sviluppo di un Logo di Distretto

	Anno 2009	Anno 2010	Anno 2011	Anno 2012	Totale
<b>COSTO TOTALE</b>	<b>2.000,00</b>	-	-	-	<b>2.000,00</b>
- Spesa corrente	-	-	-	-	-
- Spesa in conto capitale	2.000,00	-	-	-	2.000,00

Importi IVA esclusa

## Intervento 1.2 – Realizzazione e gestione di un Portale del Distretto

**Obiettivo:** Scopo dell'intervento è di realizzare uno strumento di comunicazione e di promozione della varietà dei servizi offerti (commerciali e non) a tutti i City User (residenti, turisti e frequentatori non residenti) e di fornire servizi informativi pubblici in un punto di accesso unificato per tutti gli operatori locali. Ciò significa aumentare l'attrattività dell'offerta complessiva e, al contempo, aumentare la notorietà e promuovere i singoli esercizi operanti all'interno del Distretto Diffuso.

Rientra nell'obiettivo strategico: *Sviluppare una politica di comunicazione integrata del Distretto.*

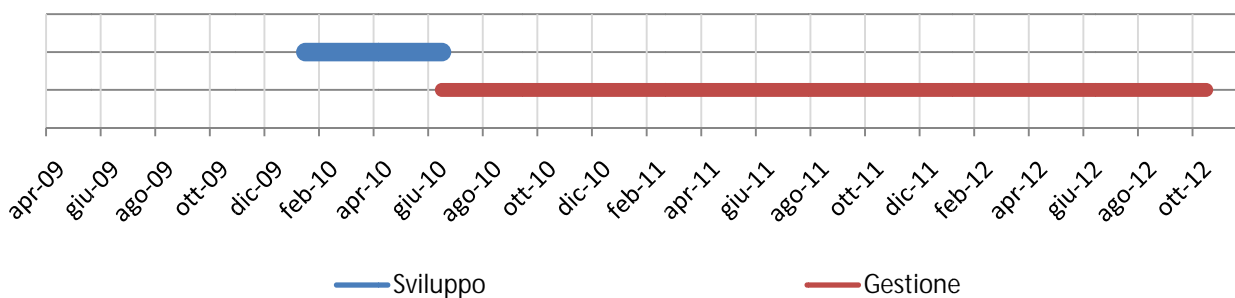
**Descrizione:** Il Portale del Distretto si comporrà di due sezioni: una sezione istituzionale e una sezione dinamica. La sezione istituzionale conterrà le informazioni basilari che riguardano il Distretto Diffuso: descrizione del Distretto, delle sue finalità e dei suoi elementi costitutivi, contatti istituzionali, ecc. La sezione dinamica illustrerà tutte le iniziative e i servizi rivolti ai City User. Sarà comunicata la ricchezza dell'offerta del Distretto non solo sul piano strettamente commerciale, ma anche su quello delle altre funzioni integrabili, come per esempio quelle relative alle attività di servizi pubblici e privati (parcheggi, servizi finanziari e così via), alle attività di intrattenimento, alle attività turistiche e culturali (musei, esposizioni e così via). Sarà inoltre presente un modulo per la raccolta dei dati degli utenti che volessero registrarsi, in prima battuta per ricevere la newsletter periodica online del Distretto. Tutte le sezioni del Portale saranno gestibili direttamente dal Distretto in tempo reale in modo semplice e intuitivo.

Il Portale sarà completato da un'area dedicata agli operatori economici, in cui questi ultimi potranno trovare informazioni e riferimenti relativi alla loro attività, e un punto di contatto con lo Sportello Unico di servizio sul commercio e le attività produttive condiviso da tutti i comuni del Distretto Diffuso (a questo proposito, si veda l'intervento 6.2).

**Beneficiario del co-finanziamento:** Non sono richiesti contributi a Regione Lombardia. L'intervento sarà finanziato da Ascom/Confesercenti e dalla Banca di Credito Cooperativo della Valle Seriana.

**Attuatore (Responsabile dell'intervento):** Comitato di Indirizzo del Distretto.

**Cronoprogramma (Tempistica di attuazione):** Il Portale sarà realizzato nel primo semestre del 2010, in modo da poter essere attivo a partire dalla seconda metà del 2010.



**BUDGET DELL'INTERVENTO 1.2 – Realizzazione e gestione di un Portale del Distretto**

PORTALE DEL DISTRETTO	Anno 2009	Anno 2010	Anno 2011	Anno 2012	Totale
<b>COSTO TOTALE</b>	-	7.500,00	7.000,00	7.000,00	21.500,00
- Spesa corrente	-	-	-	-	-
- Spesa in conto capitale	-	7.500,00	7.000,00	7.000,00	21.500,00

*Importi IVA esclusa*

## Intervento 1.3 – Campagna di comunicazione

**Obiettivo:** Il piano di comunicazione del Distretto di pone diversi obiettivi, in relazione ai diversi target destinatari della comunicazione (City User, operatori economici, ecc.). In particolare, l'attività di comunicazione è finalizzata a:

- far conoscere il Distretto e promuovere la varietà dei servizi offerti (commerciali e non) a tutti i City User (residenti, turisti, frequentatori non residenti);
- costruire e sviluppare la notorietà del progetto di gestione coordinata del Distretto agli operatori attuali e ai potenziali investitori;
- comunicare e promuovere le singole iniziative ai City User (e anche agli stessi operatori);
- comunicare i risultati del Distretto (principalmente agli operatori).

Rientra nell'obiettivo strategico: *Sviluppare una politica di comunicazione integrata del Distretto.*

**Descrizione:** Il piano di comunicazione del progetto si sviluppa attraverso l'adozione di una serie composta di strumenti. Di seguito sono riportate alcune azioni di comunicazione programmate, declinate in funzione del target destinatario della comunicazione, degli obiettivi che si intende perseguire e della periodicità.

AZIONE	DESTINATARIO DELLA COMUNICAZIONE	OBIETTIVO	PERIODICITÀ
Brochure/Volantini	City User	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Far conoscere il Distretto e promuovere la varietà dei servizi offerti</li> </ul>	Infra-annuale
Report sull'attività svolta	Operatori economici Comunità locale	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sensibilizzazione sugli obiettivi</li> <li>• Fund raising</li> <li>• Attrarre nuovi operatori</li> <li>• Comunicare i risultati</li> </ul>	Annuale
Evento del Distretto	Operatori economici Comunità locale	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunicare i risultati del Distretto e delle singole iniziative</li> <li>• Sensibilizzazione sugli obiettivi</li> <li>• Fund Raising</li> </ul>	Annuale
Newsletter periodica online	City User Operatori economici	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunicare i calendari degli eventi e delle iniziative</li> <li>• Comunicare lo stato di avanzamento delle iniziative in corso</li> <li>• Comunicare i risultati del Distretto e delle iniziative concluse</li> </ul>	Infra-annuale
Iniziativa prevista dall'Associazione "Le botteghe di Ponte Nossa"	City User Operatori economici	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Incentivi tramite raccolta punti</li> <li>• Cartellonistica promozionale</li> </ul>	Infra-annuale

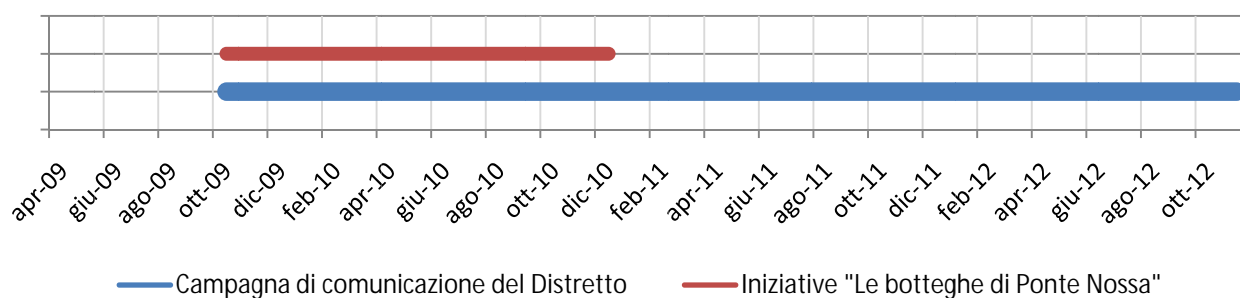
Le azioni di comunicazione saranno realizzate nell'arco del quadriennio, con particolare attenzione alla fase di lancio dell'iniziativa e a quella di rendicontazione dell'attività svolta e dei risultati conseguiti.

**Beneficiario del co-finanziamento:** Non sono richiesti contributi a Regione Lombardia, con la sola esclusione delle iniziative promosse dall'Associazione "Le Botteghe di Ponte Nossa", per cui è

richiesto il cofinanziamento. Gli altri interventi saranno finanziati da Doss S.p.A. - Gruppo Lombardini, Ascom/Confesercenti e Turismo Pro Clusone.

**Attuatore (Responsabile dell'intervento):** Comitato di Indirizzo del Distretto e Ascom/Confesercenti.

**Cronoprogramma (Tempistica di attuazione):** Le azioni di comunicazione saranno attuate a partire dalla fine del 2009.



### BUDGET DELL'INTERVENTO 1.3 – Campagna di comunicazione

VOLANTINI	Anno 2009	Anno 2010	Anno 2011	Anno 2012	Totale
<b>COSTO TOTALE</b>	<b>5.000,00</b>	<b>1.300,00</b>	-	-	<b>6.300,00</b>
- Spesa corrente	5.000,00	1.300,00	-	-	6.300,00
- Spesa in conto capitale	-	-	-	-	-

*Importi IVA esclusa*

REPORT	Anno 2009	Anno 2010	Anno 2011	Anno 2012	Totale
<b>COSTO TOTALE</b>	-	<b>3.000,00</b>	<b>3.000,00</b>	<b>3.000,00</b>	<b>9.000,00</b>
- Spesa corrente	-	3.000,00	3.000,00	3.000,00	9.000,00
- Spesa in conto capitale	-	-	-	-	-

*Importi IVA esclusa*

EVENTO DEL DISTRETTO	Anno 2009	Anno 2010	Anno 2011	Anno 2012	Totale
<b>COSTO TOTALE</b>	-	<b>5.000,00</b>	<b>5.000,00</b>	<b>5.000,00</b>	<b>15.000,00</b>
- Spesa corrente	-	5.000,00	5.000,00	5.000,00	15.000,00
- Spesa in conto capitale	-	-	-	-	-

*Importi IVA esclusa*

NEWSLETTER PERIODICA ONLINE	Anno 2009	Anno 2010	Anno 2011	Anno 2012	Totale
<b>COSTO TOTALE</b>	-	-	-	-	-
- Spesa corrente	-	-	-	-	-
- Spesa in conto capitale	-	-	-	-	-

ASSOCIAZIONE "LE BOTTEGHE DI PONTE NOSSA"	Anno 2009	Anno 2010	Anno 2011	Anno 2012	Totale
<b>COSTO TOTALE</b>	<b>4.500,00</b>	<b>1.000,00</b>	-	-	<b>5.500,00</b>
- Spesa corrente	-	1.000,00	-	-	1.000,00
- Spesa in conto capitale	4.500,00	-	-	-	4.500,00

*Importi IVA esclusa*

## Intervento 1.4 – Realizzazione di shopping bag comuni per gli operatori del Distretto Diffuso

**Obiettivo:** Scopo dell'intervento è quello di estendere e rafforzare l'immagine unitaria e coordinata del Distretto attraverso uno strumento di utilizzo comune e frequente, come le shopping bag, che moltiplica le occasioni di contatto e di esposizione dei City User del Distretto; associare l'immagine dei singoli operatori a quella del Distretto; ottenere economie di costo nell'acquisto comune delle shopping bag.

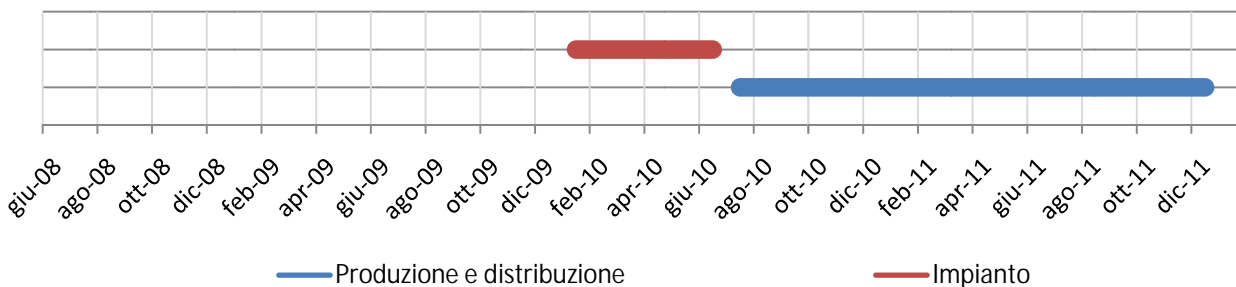
Rientra nell'obiettivo strategico: *Sviluppare una politica di comunicazione integrata del Distretto.*

**Descrizione:** Si tratta di realizzare shopping bag comuni per gli operatori del Distretto, che riporteranno su un lato il logo del Distretto e sull'altro il logo della singola insegna. Le shopping bag potranno avere formati, materiali e dimensioni diverse in funzione di specifiche valutazioni di convenienza economica e delle richieste degli operatori del Distretto.

**Beneficiario del co-finanziamento:** Non è richiesto alcun contributo di co-finanziamento a Regione Lombardia. L'intervento sarà finanziato da Ascom/Confesercenti

**Attuatore (Responsabile dell'intervento):** Ascom/Confesercenti.

**Cronoprogramma (Tempistica di attuazione):** La realizzazione della matrice per la stampa sarà effettuata nel primo semestre 2010, mentre la produzione avverrà su richiesta dei singoli commercianti.



### BUDGET DELL'INTERVENTO 1.4 – Realizzazione di uno Shopper comune per gli operatori del Distretto

	Anno 2009	Anno 2010	Anno 2011	Anno 2012	Totale
<b>COSTO TOTALE</b>	-	12.000,00	-	-	12.000,00
- Spesa corrente	-	12.000,00	-	-	12.000,00
- Spesa in conto capitale	-	-	-	-	-

Importi IVA esclusa

## **Intervento 1.5 – Supportare la costruzione e la gestione di un sistema informativo di marketing**

**Obiettivo:** Scopo dell'intervento è quello di realizzare un sistema informativo di marketing che consenta al Distretto Diffuso dell'Alta Val Seriana – Clusone, e ai singoli operatori, di ottenere una serie di informazioni di carattere quali-quantitativo utili a indirizzare e a supportare, sulla base di riscontri oggettivi, non solo decisioni di politica commerciale, ma anche la definizione delle iniziative di promozione e di valorizzazione commerciale dell'area.

Rientra nell'obiettivo strategico: *Costruire un sistema di governance, di competenze e di conoscenze per lo sviluppo del Distretto Diffuso.*

**Descrizione:** Si prevede di realizzare tre analisi finalizzate a conoscere le caratteristiche dei City User del Distretto e a valutare l'efficacia delle iniziative attuate:

- **Analisi di Customer Satisfaction:** l'analisi consente di valutare il livello di soddisfazione dei City User e degli operatori commerciali su aspetti rappresentativi dell'attrattività e della vivibilità del Distretto.
- **Analisi delle vendite del Distretto Diffuso:** l'analisi permette di valutare la capacità attrattiva dell'area sulla base dell'andamento delle vendite del settore commerciale, misurata su un panel di operatori rappresentativi dell'offerta commerciale (per merceologia, formato distributivo e localizzazione) del Distretto.
- **Analisi del livello di sicurezza:** l'analisi permette di avere, attraverso il monitoraggio dei reati maggiormente significativi commessi nel Distretto, un indicatore oggettivo sul livello di sicurezza e sul suo andamento nel corso del tempo.

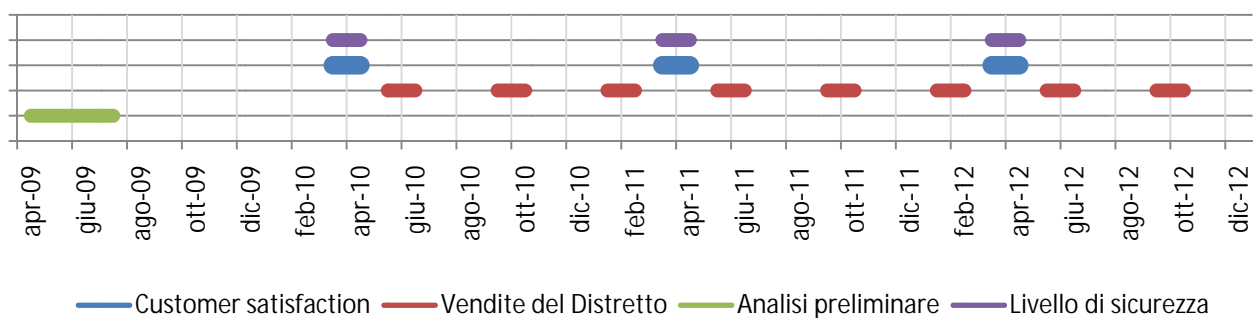
Non esistono attualmente indagini di tale natura sui comuni del Distretto. La loro realizzazione consentirà quindi di costruire e alimentare un sistema informativo di marketing attraverso la costruzione di una serie di indicatori di performance (KPI – *Key Performance Indicator*. Cfr. Par.7) di particolare rilevanza, utile a indirizzare le scelte di politica commerciale del Distretto.

Nel corso del 2009 è inoltre stata condotta un'indagine sulle caratteristiche del Distretto Diffuso e sul suo posizionamento competitivo, preliminare alla realizzazione del Distretto medesimo. Tale analisi, realizzata da TradeLab, è stata finanziata dai Comuni firmatari dell'Accordo di Distretto.

**Beneficiario del co-finanziamento:** Non sono richiesti contributi a Regione Lombardia. Gli interventi saranno finanziati da Doss S.p.A. - Gruppo Lombardini e da Ascom/Confesercenti (per quanto riguarda l'analisi di Customer Satisfaction), dalla Banca di Credito Cooperativo della Valle Seriana (con riferimento all'analisi delle vendite del Distretto), e da Iperal S.p.A. e Ascom/Confesercenti (per quanto riguarda l'analisi sul livello di sicurezza).

**Attuatore (Responsabile dell'intervento):** Comitato di Indirizzo del Distretto.

**Cronoprogramma (Tempistica di attuazione):** Le analisi saranno condotte con la tempistica di seguito indicata:



### BUDGET DELL'INTERVENTO 1.5 – Progettazione e realizzazione di un sistema informativo di marketing

ANALISI DI CUSTOMER SATISFACTION	Anno 2009	Anno 2010	Anno 2011	Anno 2012	Totale
<b>COSTO TOTALE</b>	-	15.000,00	15.000,00	15.000,00	45.000,00
- Spesa corrente	-	15.000,00	15.000,00	15.000,00	45.000,00
- Spesa in conto capitale	-	-	-	-	-

*Importi IVA esclusa*

INDICE DELLE VENDITE	Anno 2009	Anno 2010	Anno 2011	Anno 2012	Totale
<b>COSTO TOTALE</b>	-	15.000,00	15.000,00	15.000,00	45.000,00
- Spesa corrente	-	15.000,00	15.000,00	15.000,00	45.000,00
- Spesa in conto capitale	-	-	-	-	-

*Importi IVA esclusa*

ANALISI DEL LIVELLO DI SICUREZZA	Anno 2009	Anno 2010	Anno 2011	Anno 2012	Totale
<b>COSTO TOTALE</b>	-	2.000,00	2.000,00	2.000,00	6.000,00
- Spesa corrente	-	2.000,00	2.000,00	2.000,00	6.000,00
- Spesa in conto capitale	-	-	-	-	-

*Importi IVA esclusa*

ANALISI PRELIMINARE DI POSIZIONAMENTO DEL DISTRETTO DIFFUSO	Anno 2009	Anno 2010	Anno 2011	Anno 2012	Totale
<b>COSTO TOTALE</b>	24.000,00	-	-	-	24.000,00
- Spesa corrente	24.000,00	-	-	-	24.000,00
- Spesa in conto capitale	-	-	-	-	-

*Importi IVA inclusa*