

RELAZIONE DESCRITTIVA PROGETTO: “RIPRESA”

Gli Enti locali si sono trovati ad affrontare il 2021 con molti dubbi sulla progettazione di azioni di marketing del territorio a causa dell’andamento altalenante dell’epidemia da Covid-19 e dei risvolti connessi di ordine cautelativo indotti dalla normativa nazionale.

Il Comune di Fiorenzuola ha perciò privilegiato azioni progettuali che si sono sviluppate nella seconda parte dell’anno e che potevano realizzarsi all’aperto e in condizioni di relativa sicurezza sanitaria. Il progetto, denominato “ RIPRESA “, puntava a mettere al centro e a far rialzare il mondo delle imprese locali piegato e disorientato dagli straordinari eventi legati all’epidemia. Ci poteva e doveva essere ancora una via di ripresa, senz’altro incerta, ma indubbiamente necessaria per la promozione del tessuto economico locale in particolare per i pubblici esercizi di somministrazione alimenti e bevande, gli esercizi di vicinato del settore alimentare e non alimentare e le attività artigianali del centro urbano.

Ecco quindi che sono state privilegiate tre linee d’azione progettuali:

1. “ IO COMPRO A FIORENZUOLA, TERRA DI SAPORI E DI QUALITA’ ”

Con cui si privilegia un’azione che tende a dare un’identità sul web al tessuto economico innovativo del nostro territorio. Si tratta di una mirata campagna di marketing e comunicazione, volta ad unire l’aspetto eno-gastronomico autoctono e il commercio locale attraverso l’utilizzo delle piattaforme social Instagram e Facebook, per lo sviluppo efficace ed ampio piano di comunicazione volto alla sensibilizzazione del consumatore finale e con l’obiettivo di supportare le imprese locali ed i suoi prodotti.

L’azione è stata realizzata in collaborazione con la ditta “Delinea_srl eventi e comunicazione” con sede a Fidenza in via De Beauvoir 16/sx.

Periodo di svolgimento: agosto 2021- dicembre 2021.

2. L’UNIONE FA LA FORZA

Azione sviluppata per affrontare l’esperienza di eventi in presenza nel momento in cui sembrava che la situazione sanitaria fosse migliorata. Si è cercato di proporre alcuni interventi articolati in più fasi, con l’obiettivo di dar voce e volto alle imprese commerciali del centro urbano, superando il “prodotto commerciale” e focalizzando l’attenzione e il messaggio sulle storie dei singoli commercianti e degli operatori del commercio per la sensibilizzazione del “potenziale acquirente”. Tra gli interventi sopra citati ricordiamo:

- un’azione di promozione a sostegno delle singole attività aderenti, attraverso lo strumento dello “storytelling” da parte dei singoli commercianti, i quali si sono impegnati a raccontare le loro storie e i loro punti di forza;
- la valorizzazione dell’idea di stretta connessione tra il commercio locale e la comunità di Fiorenzuola;

Il tutto non più utilizzando unicamente lo strumento cartaceo per la pubblicizzazione e la promozione della campagna, ma avvalendosi anche dell'utilizzo di una pluralità di strumenti, compresi quelli virtuali, attraverso le piattaforme social Instagram e Facebook.

Il fine principale di quest'azione è quello di stimolare nel cliente empatia, emotività sociale e solidarietà nei confronti di chi ha vissuto una profonda crisi, soprattutto economica, a causa dell'emergenza sanitaria in corso.

Inoltre, il progetto prevedeva l'organizzazione e la realizzazione di tre eventi in presenza e rispettivamente:

- la manifestazione " Festa dello sport" a settembre 2021;
- la serata dedicata al maestro Ennio Moricone a settembre 2021;
- Florentia Comics Cosplay & Steampunk ad ottobre 2022.

L'azione è stata realizzata attraverso un coordinamento reciproco con l'Associazione di Commercianti Vetrine in Centro Storico e sostenuta anche da Confcommercio e Confesercenti.

Periodo di svolgimento: marzo 2021- dicembre 2021.

3. NATALE INSIEME 2021

Per dare una scossa a tutto il settore del commercio e dell'artigianato locale sollecitando un pubblico proveniente da realtà provinciali ed extra-provinciali a visitare il nostro territorio.

Ci si è posti il problema di come affrontare in termini di marketing ed immagine il periodo natalizio 2021, dopo che gli eventi legati alla pandemia da Covid-19 hanno fortemente condizionato la vita e la quotidianità delle persone.

E' stato organizzato un calendario di interventi e iniziative accattivanti con l'obiettivo di offrire al pubblico l'immagine di una Città accogliente e a portata di contatto umano soprattutto in questo periodo di festa:

- una vasta quantità di luminarie installate lungo le vie del centro storico e tra queste una serie di numerosi personaggi luminosi posizionati in svariati punti della Città;
- la pista di pattinaggio sul ghiaccio allestita in p.zza Caduti;
- la presenza di un trenino per i più piccoli e lungo le vie cittadine nei week end antecedenti al Natale;
- l'organizzazione di un mercatino di hobbisti e creativi in c.so Garibaldi;
- la presenza di alcuni stand eno-gastronomici in p.zza Molinari;
- una divertente animazione itinerante lungo le vie del centro storico cittadino;
- la cascata di fuoco, le fontane danzanti ed infine la discesa della befana dalla torre campanaria.

Si tratta di interventi rivolti ad un pubblico eterogeneo e principalmente alle famiglie. Il fine è quello di proporsi come valida alternativa alle attività organizzate nei centri storici limitrofi a Fiorenzuola durante il periodo delle feste natalizie.

Gli interventi sono stati realizzati in stretta sinergia e collaborazione con due delle Associazioni cardine del territorio fiorenzuolano: la Pro Loco Fiorenzuola e l'Associazione Vetrine in Centro Storico. Entrambe hanno affrontato direttamente alcune spese a riprova che l'azione dell'Amministrazione Comunale ha saputo

chiamare in causa anche i partner del territorio in una virtuosa azione di cooperazione. Queste attività, nel loro complesso e se si sommano gli interventi economici assunti da tutti i partner, comportano una spesa di euro 25.000,00.

Periodo di svolgimento: dicembre 2021-gennaio 2022.

La strategia di comunicazione perseguita è viaggiata attraverso la piattaforma già in uso tra il tessuto produttivo della Città e che è stata avvalorata dal marchio registrato "IO Compro a Fiorenzuola". Ma non solo. Anche Radio Sound è stata parte della strategia di comunicazione che ci ha permesso di mettere in luce e di pubblicizzare gli eventi in programma nel corso del secondo semestre del 2021.