Garda Musei

Relazione 2021

Il 2021 GardaMusei

Il 2021 è stato per GardaMusei un anno di ripresa. Tutti gli associati, enti pubblici e enti privati, sono usciti dall'emergenza sanitaria riprendendo con le loro attività, tornando a ospitare i turisti in totale sicurezza e organizzando eventi in grado di attrarre persone dal territorio stesso e dall'estero. La lenta ripresa delle attività è stata affiancata dall'ideazione di nuove iniziative, da svilupparsi nell'anno stesso e in quelli a seguire.
Anche le attività promozionali attraverso i canali digitali, già potenziate nel corso del 2020, sono proseguite nel 2021 grazie alla stretta collaborazione con gli associati che si sono resi disponibili a fornire documentazione fotografica e contenuti scritti.
Molti comuni del lago di Garda, soprattutto sulla sponda veneta, hanno mostrato interesse nei confronti di GardaMusei giudicando positivamente le attività svolte e ritenendo l'adesione un importante passo per l'unificazione territoriale dal punto di vista culturale e turistico.
L'attenzione verso GardaMusei è proseguita anche oltre i confini territoriali: hanno manifestato interesse anche la Fondazione Nazionale Carlo Collodi di Pescia, che è entrata a far parte di GardaMusei a inizio 2021, e il comune di Erice, in Sicilia.
L'obiettivo di aprire nei prossimi anni un canale di vendita online ha avuto in questo 2021 un'anticipazione grazie all'attivazione della Bottega GardaMusei, il negozio online dei prodotti con marchio GardaMusei il cui acquisto va a sostegno dei progetti dell'associazione.
E' proseguita inoltre la collaborazione con le università locali dalle quali un gran numero di studenti universitari ha scelto GardaMusei come sede per svolgere il proprio tirocinio curricolare. Gli studenti hanno infatti collaborato nella realizzazione di progetti come i Podcasts e le guide digitali GardaMusei.
In vista del 2023, anno per il quale Brescia e Bergamo sono state nominate come capitali della cultura italiana, sono molti i progetti che l'associazione vuole attivare e lo farà operando sul territorio in modo coeso, a sostegno delle attività locali, e con tutti gli strumenti in suo possesso.

Nuove realtà a sostegno di GardaMusei

A gennaio 2021 la **Fondazione Nazionale Carlo Collodi** di Pescia ha scelto di aderire a GardaMusei sostenendone le attività e condividendone i progetti. La Fondazione dal 1962 promuove la cultura dei bambini e per i bambini a partire dal capolavoro letterario mondiale Le Avventure di Pinocchio. Inoltre possiede e gestisce il Parco Monumentale di Pinocchio con annesso museo interattivo e due percorsi avventura, gestisce lo Storico Giardino Garzoni – Monumento nazionale – e la Collodi Butterfly - Casa delle Farfalle House dove cura attività didattiche e culturali, ha acquistato e restaurato Villa Arcangeli a Collodi, dove ha la propria sede e svolge l'attività istituzionale e la progettazione culturale e diffonde e sviluppa la cultura dell'infanzia e dell'adolescenza attraverso l'opera di genitori, insegnanti, educatori, operatori sociali e della comunicazione, collaborando con organizzazioni, enti, associazioni, fondazioni pubbliche e private italiane ed internazionali e imprese.

A maggio 2021 il comune di Erice, in Sicilia, ha partecipato all'assemblea GardaMusei manifestando il proprio interesse a far parte dell'associazione per lo scambio culturale, l'ideazione e il sostegno di progetti e per la promozione turistica. Erice è un'importante acquisizione per GardaMusei anzitutto perché è uno dei borghi italiani più antichi e pieni di storia. E' una realtà dinamica e ospita dal 1962 la Fondazione Ettore Majorana che ha portato a Erice molti premi Nobel facendone la capitale mondiale morale della scienza. Il primo contributo di Erice è stata la proposta di una nuova mostra su Modigliani, che è stata accolta dal Comune di Desenzano, nostro associato.

Attività dell'associazione

1) Prodotti GardaMusei

Da gennaio 2021 l'associazione ha avviato la realizzazione di **prodotti a marchio GardaMusei**, inizialmente omaggiati a coloro che sui social hanno mostrato maggiore interazione e, dopo numerosi e ottimi riscontri, confluiti nelle vendite della Bottega GardaMusei.
Il marchio GardaMusei piace non solo ai turisti, ma anche ai cittadini locali che desiderano sostenere il proprio territorio interagendo con l'associazione e promuovendone l'attività. I primi prodotti ideati e realizzati sono stati la maglietta GardaMusei, il cui logo sul retro riprende le principali tematiche legate alle attività garesane, e la felpa GardaMusei.

2) Bando GAL

Nel febbraio 2021 l'associazione ha presentato un progetto **Percorsi Inimitabili** per un nuovo bando, promosso dal **GAL 2020 Garda Valsabbia**, rientrante negli "**Incentivi per lo sviluppo di infrastrutture e di servizi turistici locali**". Il progetto presentato si sviluppa in più fasi e ha come obiettivo finale quello di realizzare un portale web, con relative applicazioni per dispositivi mobili, in grado di connettere concretamente le realtà culturali del territorio favorendo progetti congiunti, interscambi e potenziando l'idea di Garda non più come un insieme di comuni e attività ma come un'unica attività con le sue diverse sfaccettature.

3) Università

Nel 2021 l'associazione ha incrementato la propria collaborazione con le università del territorio mettendosi a disposizione come sede per stage universitari. La collaborazione ha avuto un ottimo riscontro in quanto molti studenti hanno scelto di attivare il proprio tirocinio con GardaMusei, incuriositi dal mondo culturale e attratti dal territorio del quale GardaMusei si occupa. I tirocini avviati hanno una durata che varia dalle 200 alle 250 ore, svolte per motivi sanitari in modalità smart working.

Attualmente GardaMusei ha convenzioni attive con: **LABA - Libera Accademia delle Belle Arti di Brescia, HDemia Santa Giulia di Brescia, Università Cattolica, Università degli studi di Verona, Università degli Studi di Milano Bicocca, Università degli Studi di Trento, Università di Bergamo**.
Rispetto al numero di tirocinanti ospitati, limitato al fine di poter gestire al meglio ogni singolo progetto formativo, le richieste sono molto maggiori.

Gli stagisti collaborano quindi assiduamente con il personale dell'associazione nella realizzazione di progetti, nella promozione delle attività e nella realizzazione di contenuti grafici.

4) Podcast GardaMusei

Il progetto Podcast GardaMusei, avviato a fine 2020 grazie anche alla collaborazione con gli studenti universitari che hanno scelto di svolgere il proprio tirocinio curricolare con GardaMusei, è proseguito nel 2021 con nuovi progetti e nuove sinergie. I podcast sono strumenti tecnologici da tempo consolidati che consentono l'ascolto di file audio su internet attraverso piattaforme dedicate come Spotify e iTunes. Sono molto utilizzati, soprattutto in ambito musicale e all'estero. In Italia il podcast è uno strumento utilizzato ma che nella cultura non ha ancora grandi canali di ascolto. Si è scelto quindi di sfruttare questa tecnologia insolita per il mondo della cultura e del turismo per promuovere le attività associate, le tradizioni, i prodotti e le iniziative. E' un'attività per la quale GardaMusei è tra i primi - se non il primo - enti italiani a sfruttare questi canali.

Nel 2021 sono state pubblicate nuove puntate del podcast **Storie del Garda e dintorni** ed è stato pubblicato interamente un nuovo podcast chiamato **Un insolito turista sul Garda**, una rubrica dedicata ai turisti più "insoliti" che amano scoprire i luoghi meno turistici e desiderano esplorare il territorio in totale libertà.
I podcast proseguiranno anche nel 2022, con nuove tematiche e nuove collaborazioni.

5) Bottega GardaMusei

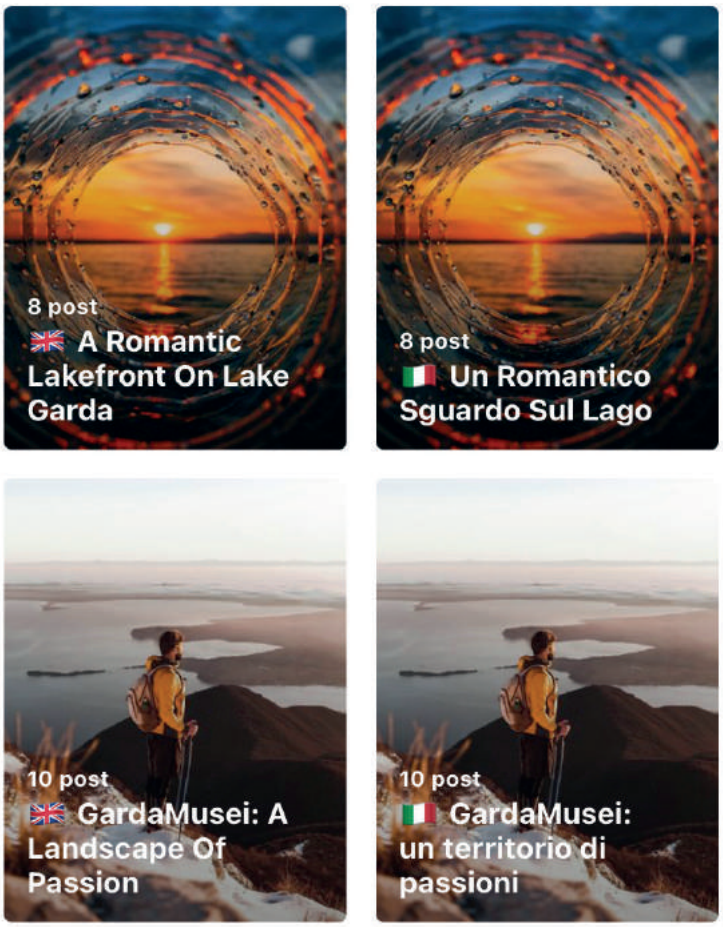
A partire dal 20 giugno 2021 è stata pubblicata la nuova Bottega GardaMusei, un negozio online dal quale è possibile acquistare prodotti a marchio GardaMusei. La Bottega è a disposizione di tutti i turisti italiani e stranieri che desiderano supportare le realtà locali e la cultura acquistando uno dei prodotti a disposizione. Oltre alle magliette e alle felpe GardaMusei, prodotte da gennaio 2021, è ora possibile acquistare zaini, sacche, borracce, ombrelli e cappellini.

6) La nuova sede GardaMusei

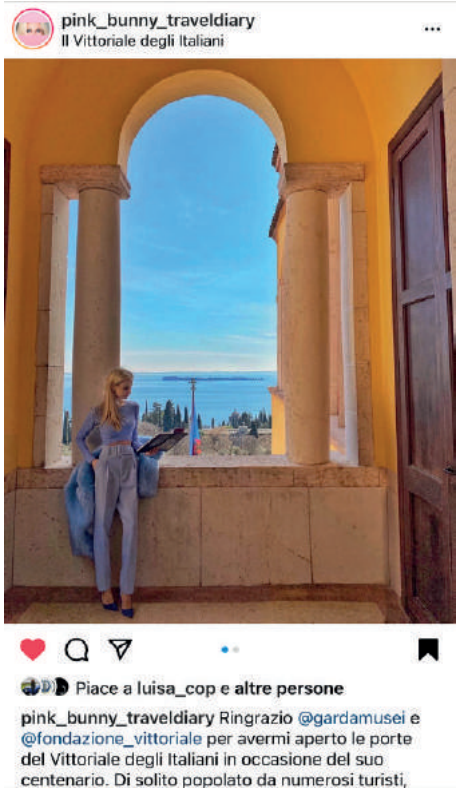
A partire dal 18 settembre 2021 l'associazione GardaMusei ha una nuova sede. Da sempre ospite del Vittoriale degli Italiani, GardaMusei necessitava da tempo di un ufficio in grado di ospitare, oltre alle quotidiane attività dell'associazione, anche assemblee e incontri. La ristrutturazione di Villa Mirabella, una antica villa immersa nel parco del Vittoriale, ha dato spazio a GardaMusei per una nuova sede in grado di garantire quanto ormai diventato necessario. La sede è raggiungibile dal parco ed è stata arredata e ristrutturata anche grazie a un contributo da parte di alcuni dei Rotary Club della provincia di Brescia.

7) Guide GardaMusei

Le **Guide GardaMusei**, altro progetto avviato nel corso dell'emergenza sanitaria del 2020 grazie al rilascio di una nuova funzione del social Instagram chiamata appunto "guide", si sono arricchite di nuovi contenuti.
Oggi, alla prima guida pubblicata, sono state aggiunte guide legate alla cucina tradizionale locale, ai sentieri in alta quota, ai luoghi più romantici e agli sport gardesani. Le guide sono state pubblicate in italiano e in inglese.
GardaMusei rimane nel 2021 tra i primi enti turistici italiani a sfruttare questa funzionalità, primo assoluto sul territorio.



8) Collaborazioni promozionali



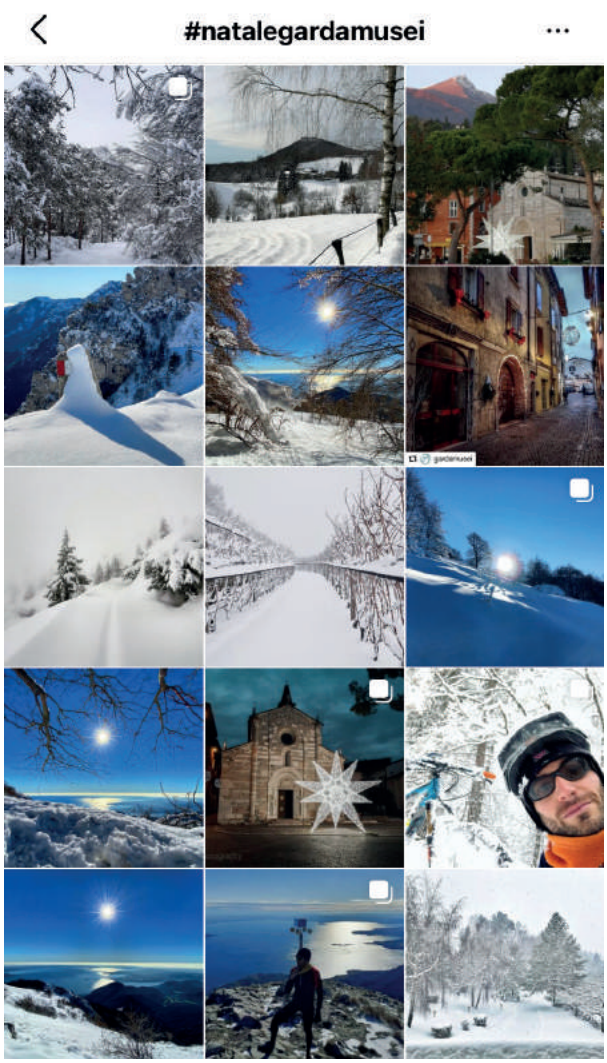
L'attività social di GardaMusei ha attirato l'attenzione anche di giovani influencer del territorio che hanno scelto di mettere a disposizione il proprio pubblico per la promozione delle attività dell'associazione. E' stato il caso di Camilla Caffi, meglio conosciuta come **Pink Bunny Traveldiary**, nel febbraio 2021 ha promosso le nostre attività e la nostra sede con un servizio fotografico da 36.000 seguaci su Instagram.

Social Network

Anche nel 2021 i canali social hanno avuto un ruolo di primaria importanza per la promozione del territorio e per l'interazione con i turisti.
GardaMusei ha infatti proseguito la propria attività digitale intercettando le numerose persone che, a causa dell'emergenza sanitaria prima e affezionate ai nostri canali dopo, hanno seguito assiduamente le pubblicazioni. Il riscontro è stato in linea con quello del 2020 (dove tuttavia la gente è stata molto più spesso a casa e dove sfruttava i canali social come distrazione assidua) grazie anche alla creazione di progetti digitali mirati ad intrattenere, coinvolgere e incuriosire. I turisti si sono trasformati in turisti digitali, il viaggio si è trasformato in pianificazione per il futuro. Le mete GardaMusei sono state riscoperte grazie alla pubblicazione di immagini e contenuti accattivanti e i turisti sono stati coinvolti grazie alle numerose tematiche che collegano i nostri soci, da quelle storiche e artistiche a quelle più spensierate e inusuali.

1) Instagram

Instagram è stato il canale principale utilizzato in questo lungo periodo di emergenza sanitaria. I 7.023 seguaci (followers) registrati a dicembre 2020 si sono trasformati in 8.431 seguaci (registrati all'8 novembre2021). Tuttavia questo non è stato l'unico incremento riscontrato. Infatti, oltre ad essere aumentati i seguaci sono aumentate considerevolmente anche le interazioni tra gli utenti e l'associazione.

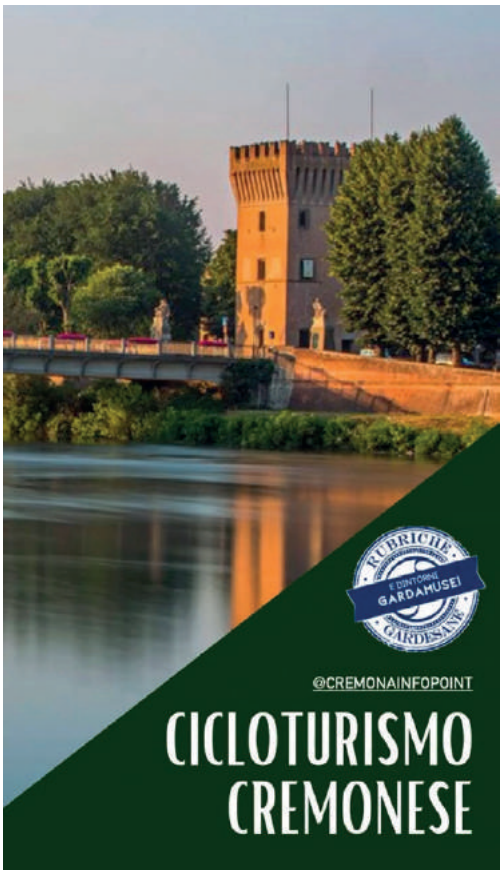


A gennaio si è concluso il **contest fotografico** avviato nel dicembre 2020 che invitava gli utenti a scattare fotografie sul territorio, taggando #natalegardamusei, per vincere una felpa e una maglietta GardaMusei. Lo straordinario risultato ha visto la partecipazione di decine di utenti, misti tra bresciani, veneti, trentini e cremonesi, ma non solo. Il forte entusiasmo è stato riscontrato anche nei commenti ai post e alle storie pubblicate, da turisti che hanno scoperto i luoghi meno conosciuti e che hanno scelto di visitarli appena possibile. Il nostro territorio, ricoperto di neve o decorato dalle luminarie, è stato immortalato in **quasi 70 scatti**.

Grazie alle attività social sono aumentate le visualizzazioni dei contenuti GardaMusei che oggi contano migliaia di visualizzazioni

Anche le **Rubriche Gardesane** sono continuate con entusiasmo anche nel 2021 iniziando una sequenza tematica, che proseguirà nel 2022.
Le rubriche vengono pubblicate su Instagram, nella sezione "storie", e sfruttano la funzione "sondaggio" messa a disposizione dal network per indurre alla curiosità e creare una progressività tra le varie storie.
Una prima storia introduce l'argomento della giornata (legato in genere al periodo storico che si vive). Nelle storie pubblicate successivamente vengono dette curiosità sul tema e poste domande alle quali si può dare una risposta (tramite la funzione sondaggio) che verrà confermata o smentita nella storia successiva, e via dicendo. E' un'opportunità per scoprire di più di un argomento poco noto o poco analizzato su piattaforme di questo tipo.
Le rubriche vengono anticipate nel corso della settimana da uno o più post pubblicati sul profilo.
Nel 2021 sono state realizzate Rubriche Gardesane mensili dedicate ai soci: Vittoriale degli Italiani, Comune di Cremona (in collaborazione anche con l'Infopoint), Museo Mille Miglia, Comune di Desenzano del Garda, Gardaland e Valle delle Cartiere. Nel 2022 proseguiranno le rubriche completando i soci e introducendo nuove tematiche.

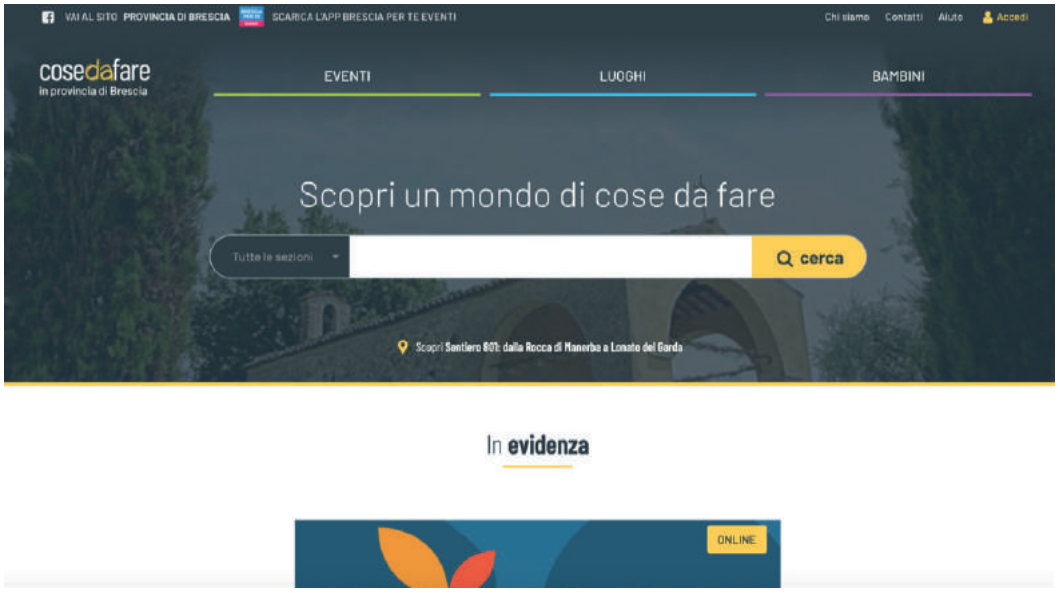
RUBRICHE
E DINTORNI
GARDAMUSEI
GARDESANE
@fondazione_vittoriale
IL VITTORIALE,
UN LIBRO
DI PIETRE VIVE


RUBRICHE
E DINTORNI
GARDAMUSEI
GARDESANE
@CREMONAINFOPOINT
CICLOTURISMO
CREMONESE

1000
MIGLIA
RUBRICHE
E DINTORNI
GARDAMUSEI
GARDESANE
@MUSEO_MILLE_MIGLIA
LA CORSA
PIU' BELLA
DEL MONDO

Gardaland
RESORT
@gardaland
RUBRICHE
E DINTORNI
GARDAMUSEI
GARDESANE
STORIA DI
GARDALAND

Nel 2021 la collaborazione social con gli associati si è stretta maggiormente e ha portato a collaborazioni più assidue con enti come l'Infopoint di Cremona e l'ente promotore della Provincia di Brescia. E' stata quindi avviata una collaborazione con quest'ultima per la promozione del portale **Cose da Fare**, dove vengono suggeriti molti itinerari del territorio di GardaMusei. La collaborazione si è manifestata in una promozione reciproca delle attività e dei contenuti social.



2) Facebook

La pagina Facebook dell'associazione ha registrato nel 2021 un totale di 6182 seguaci, incrementati rispetto all'anno precedente e anche in questo caso molto attivi con commenti e condivisioni.
I post sono stati pubblicati principalmente nelle ore di punta: dalle 7.00 alle 8.00, dalle 12.00 alle 14.00 oppure dalle 18.00 alle 20.00).
Il pubblico di Facebook è senza dubbio differente da quello su Instagram. Se quello su Instagram è più giovane, più interattivo e interessato a temi di viaggio più che quelli museali, quello su Facebook è un pubblico più adulto, meno interattivo ma più propenso alla condivisione.
Inoltre, mentre su Instagram la pubblicazione di locandine o grafiche non ottiene un grande riscontro (è infatti un'applicazione mirata più alla fotografia che alla promozione), su Facebook invece colpiscono molto i contenuti informativi che regolarmente pubblichiamo con link ai siti di riferimento.

3) Twitter

Il profilo Twitter dell'associazione conta 506 seguaci, un numero inferiore rispetto agli altri canali social giustificato da diversi fattori. Dapprima il fatto che il numero di utenti presenti su Twitter è molto inferiore rispetto, ad esempio, a quelli su Instagram (Twitter conta circa 270 milioni di utenti in tutto il mondo contro 1 miliardo di utenti Instagram).
Il coinvolgimento di Twitter è molto più basso, anche se le sue funzioni di retweet, citazione e risposta consentono ugualmente comunicazioni istantanee. Inoltre, l'impostazione Twitter consente la pubblicazione di massimo 140 caratteri per volta, e questo non rende possibile per GardaMusei la promozione di eventi o attività che richiederebbero un minimo di descrizione come data, luogo, ora e tipologia dell'evento per attrarre l'utente finale.
L'obiettivo è per il 2022 quello di incrementare anche l'attività su Twitter.

Obiettivi GardaMusei 2022

Gli obiettivi GardaMusei 2022:

- **Ampliamento dei servizi offerti** al turista e agli stessi associati;
- **Ideazione, progettazione e realizzazione di nuove strategie di promozione e valorizzazione** culturale, turistica,ambientale e di marketing territoriale;
- **Promozione multimediale e mediatica** per un più forte posizionamento di contenuti e di immagine dell'associazione;
- **Continuo miglioramento della propria attività per la promozione** dei soci attraverso nuove idee e nuovi progetti;
- **Miglioramento del progetto Tessera GardaMusei** attraverso l'attivazione della vendita online delle tessere e la creazione di un sistema digitale per la distribuzione delle stesse;
- **Ampliamento dei progetti di GardaMusei Scuole** attraverso la realizzazione di progetti dedicati anche alle scuole primarie.