



Una rete di castelli, castelli in rete

**Promo PA Fondazione | Istituto Valorizzazione dei Castelli
Associazione Lo Spino Bianco | Bone Wells Urbecon | Geographike
Global Base | Radio Papesse | Florencetown**

IL PROGETTO

Trame di Lunigiana

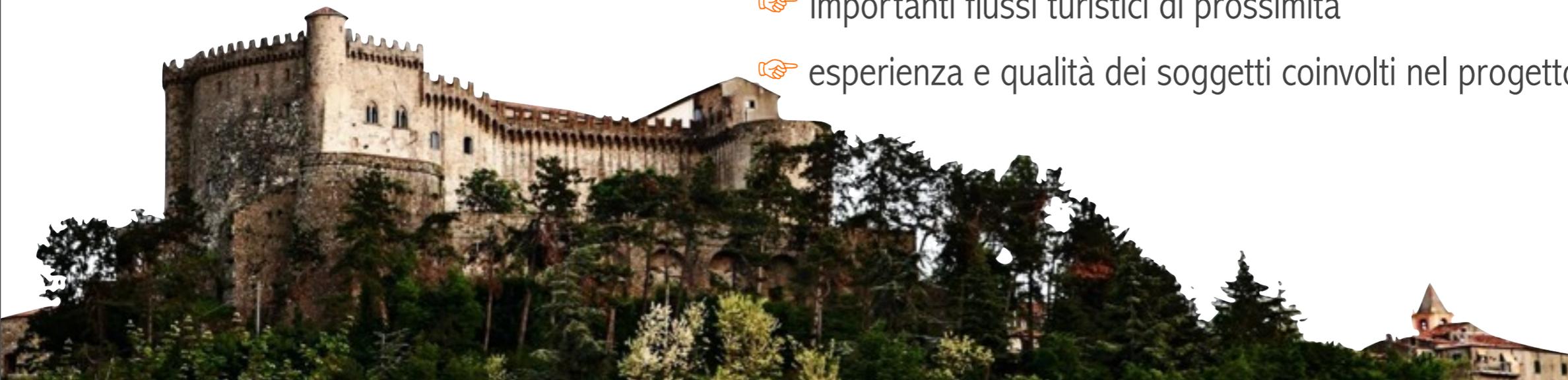
Una rete di castelli

Castelli in rete

- un progetto di **valorizzazione turistico culturale della Lunigiana e dei suoi castelli**, che intende implementare e diversificare le modalità di scoperta e permanenza sul territorio, organizzando e promuovendo l'offerta attraverso una piattaforma ICT.

I punti di forza del progetto?

- 👉 forte identità culturale del territorio
- 👉 unicità della proposta 'rete di castelli'
- 👉 Via Francigena, mare e montagna
- 👉 brand Regione Toscana
- 👉 importanti flussi turistici di prossimità
- 👉 esperienza e qualità dei soggetti coinvolti nel progetto



IL CONCORSO



Promosso dalla **Fondazione Italiana Accenture** con l'obiettivo di raccogliere proposte per l'ideazione, la realizzazione e la gestione di servizi e prodotti che, utilizzando come asset il **patrimonio artistico italiano**, creino ricavi tali da generare **occupazione sociale sostenibile**.

CHI SIAMO

Trame di Lunigiana nasce dalla collaborazione di **sette partner** - imprese private, istituzioni e associazioni culturali - con eterogenee e pluriennali esperienze nella divulgazione, promozione e valorizzazione del patrimonio turistico e culturale, tangibile e intangibile, del nostro paese:



Promo PA Fondazione capofila

coordinamento del progetto, sistema relazionale territoriale e processi partecipativi, piano marketing territoriale

Associazione Culturale Lo Spino Bianco

ideazione e coordinamento delle iniziative culturali sul territorio individuato

Bonewells [Sebastiano Peluso] • Geographike • Globalbase

progettazione dell'infrastruttura, tecnologica e delle sue componenti web e mobile

Istituto Valorizzazione Castelli

coordinamento e gestione degli interventi strutturali sui castelli individuati

Associazione Culturale Radio Papesse

progettazione e produzione dei contenuti multimediali per la valorizzazione del territorio

Florencetown

ideazione, progettazione e lancio commerciale di prodotti turistici esperienziali legati ai castelli e alla Lunigiana

IL TERRITORIO Lunigiana

All'incrocio dei confini liguri e parmensi della Toscana, tra mare e montagna, la Lunigiana presenta un eterogeneo corpo di patrimoni artistici, storico-architettonici, paesaggistici e archeologici: il Parco Regionale delle Alpi Apuane, la Via Francigena, Insediamento di Luni...

Un sistema territoriale unico, connesso da una fitta trama di collegamenti che traggono fortezze e castelli, simboli identitari che nel corso dei secoli sono stati palcoscenico della vita in queste terre rappresentando difesa, lavoro, governo e ospitalità.



CASTELLI

Per valorizzare il territorio, Trame di Lunigiana punta sui suoi castelli, **160 strutture** distribuite su tutto il territorio. Obiettivo del progetto è metterne in rete il 10%.

Il progetto pilota muoverà da tre fortificazioni. Il **Castello Malaspina di Massa**, il **Castello Malaspina di Fosdinovo** e il **Castello del Piagnaro di Pontremoli** saranno le **tre porte della Lunigiana**, il perno dell'accoglienza di uno dei più estesi e straordinari complessi turistico-monumentali del Paese: dislocate strategicamente sulle vie della Francigena, sono strutture accessibili con un elevato valore storico culturale.

Castello Malaspina di Massa

Simbolo del periodo feudale, oggi di proprietà del Comune di Massa, il Castello è uno dei più vasti complessi fortificati della Toscana; è stato recentemente riaperto al pubblico dopo anni di restauri, ancora in corso in alcune parti del castello. Ospita un museo.

MASSA

Castello Malaspina di Fosdinovo

Di proprietà privata e gestito dall'Associazione Lo Spino Bianco, il Castello oggi è un museo, un centro culturale dedicato alla produzione e alla diffusione delle arti contemporanee, una residenza per artisti e scrittori. Ospita al suo interno anche un accogliente bed and breakfast.

FOSDINOVO

Castello del Piagnaro di Pontremoli

Il castello è situato sulla collina che domina in direzione nord il borgo di Pontremoli: è parte integrante del sistema difensivo della città. Di proprietà del Comune di Pontremoli, oggi è sede del **Museo delle Statue Stele** ed ospita una foresteria per i pellegrini.

PONTREMOLI



**LE RISORSE
TURISTICO
CULTURALI**

I BORGHI



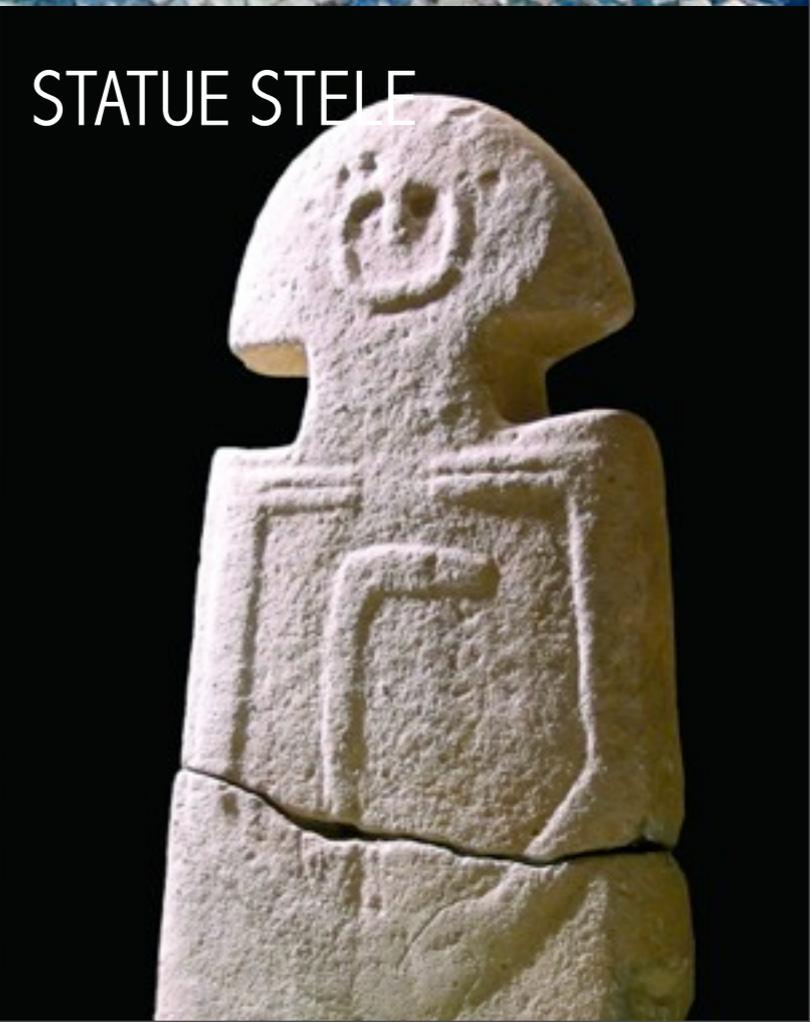
LUNI



VIA FRANCIGENA



ESCURSIONISMO



STATUE STELE



TDL IN 6 PUNTI



Valorizzazione del sistema esistente

Valorizzazione del territorio nel suo complesso partendo dall'esistente, attraverso:

- ricognizione e mappatura delle risorse culturali e turistiche del territorio;
- condivisione degli obiettivi con gli operatori del territorio pubblici e privati;
- un Piano di Marketing territoriale e un piano della percorribilità e accessibilità.



Riqualificazione dei singoli castelli

- miglioramento dell'**accessibilità alle strutture**, in coordinamento con le azioni in corso e in programma a cura degli EELL;
- **arricchimento del percorso di visita mediante le nuove tecnologie multimediali**, integrate con la piattaforma tecnologica di promozione e governance.



Costruzione di una rete digitale

- realizzazione di una **infrastruttura tecnologica di knowledge management** per mettere in rete i principali attori del comparto turistico e condividere la conoscenza relativa all'offerta turistica e culturale;
- integrazione con una **piattaforma multicanale web e mobile** per un'esperienza di visita interattiva, accessibile da qualunque dispositivo (pc, smartphone, tablet, internet kiosk) e proiettata verso la realtà aumentata e la sperimentazione di nuovi device, come i Google Glasses.



TDL IN 6 PUNTI



Produzione di contenuti multimediali

L'obiettivo è creare un canale di scoperta, una sorta di Specchio di Alice che apra un mondo di storie e immaginari, trasformando la Rete dei Castelli della Lunigiana da “un luogo dove si va” a “**qualcosa che si fa**”.
Con:

- **audioguide;**
- **percorsi sonori;**
- **strategie narrative a supporto di un'offerta turistica esperienziale.**



Ideazione e vendita di pacchetti a itinerari turistici esperienziali

Proposta di itinerari e altri format che emergeranno da un'analisi approfondita dei territori e che coinvolgeranno gli operatori, le cooperative, le associazioni già attive e presenti sul territorio:

- **esperienza di progettazione;**
- **networking di vendita;**
- **coinvolgimento di soggetti locali.**



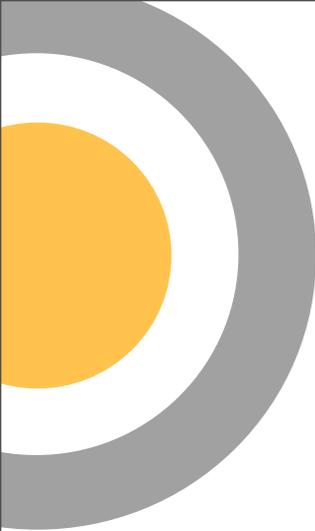
Creazione di un soggetto di imprenditoria sociale

La responsabilità della gestione a regime dell'iniziativa verrà affidata ad un **nuovo soggetto imprenditoriale non profit:**

- per garantire la sostenibilità economica del progetto;
- per favorire l'occupazione giovanile.

Il soggetto imprenditoriale scelto avrà due anime principali:

- **Destination Management Organization;**
- **Tour Operator.**



GLI OBIETTIVI



Integrazione con il territorio

Coinvolgimento sin dall'inizio di tutti gli stakeholder [cooperative sociali, associazioni di promozione sociale e di volontariato, ONLUS, organizzazioni non governative e altri operatori del terzo settore].

Collaborazione con responsabili della gestione dei beni culturali, organizzatori di eventi, strutture ricettive, servizi di trasporto, tour operator locali, guide turistiche, associazioni culturali, solo per citarne alcuni.

Integrazione come condizione necessaria per poter rilanciare in modo innovativo e sostenibile il territorio.

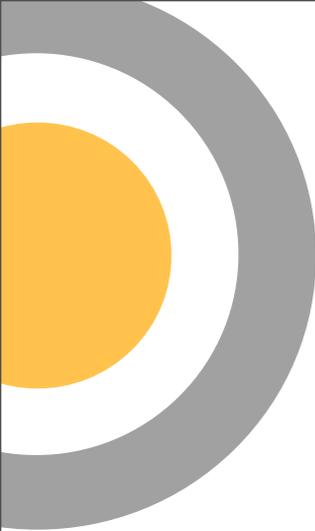


Allineamento con le principali istituzioni

Condivisione delle fasi di lavoro coi principali attori istituzionali del comparto turistico e culturale locale e centrale con workshop, seminari formativi, attività di relazione istituzionale.

Gli obiettivi sono:

- **studiare le esigenze del territorio, proporre e valutare le diverse soluzioni, trasferire i risultati, coinvolgere tutti gli attori all'interno di un unico piano di marketing territoriale;**
- **ottenere il supporto in termini sia economici sia di visibilità e promozione.**



GLI OBIETTIVI



Incremento del numero di arrivi e presenze turistiche italiane e straniere

Il progetto prevede una forte **componente commerciale**, declinata attraverso due canali:

- **vendita diretta sui mercati esteri;**
- **comunicazione su piattaforma tecnologica web e mobile** per intercettare i flussi turistici concentrati sui territori limitrofi e in generale i flussi attratti dalla forza del brand Toscana.



Sviluppo dell'occupazione giovanile

Il progetto è puntato all'innovazione e prevede il coinvolgimento soprattutto di **risorse umane giovani**, in grado di acquisire velocemente **nuove competenze**, di portare **entusiasmo** e conoscenza nel moderno mercato del turismo sviluppando **nuove professionalità**.

La creazione della nuova impresa sociale, la selezione e il coinvolgimento dei partner locali (guide, interpreti, organizzatori di eventi turistici esperienziali, fornitori di servizi, etc.) perseguono questo obiettivo.

GLI STRUMENTI

La rete digitale



Infrastruttura tecnologica di knowledge management & sharing

- **banca dati centralizzata** per condividere la conoscenza sul patrimonio;
- **rete digitale che collega i principali attori del comparto turistico** (comuni, province, associazioni, pro-loco, gal, distretti) con logiche collaborative e partecipative.



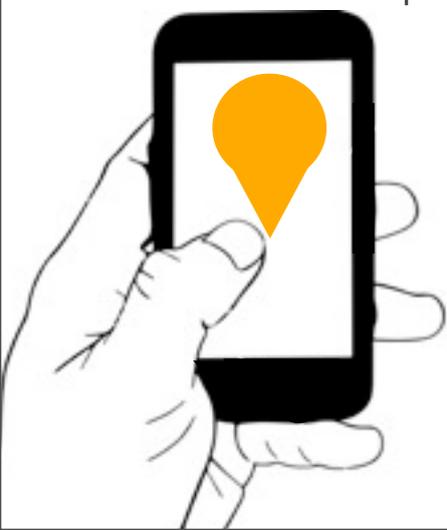
Piattaforma di open innovation

- **disponibilità di dati e informazioni** preziose relative all'interazione tra i turisti e il territorio: navigazione sul web, download delle applicazioni mobile, azioni social (like, check-in, share, feedback, commenti);
- **organizzazione con logiche di business intelligence** per una lettura moderna ed efficace dei dati sull'andamento del turismo nel territorio e per il riutilizzo in ottica open data



Rete multicanale web e mobile

- un'esperienza di visita moderna e interattiva per turisti e visitatori che hanno a disposizione l'intero patrimonio di informazioni sulla destinazione;
- un'esperienza **accessibile da qualunque dispositivo** (pc, smartphone, tablet, kiosk) proiettata verso le nuove frontiere del multimediale (Google glasses).



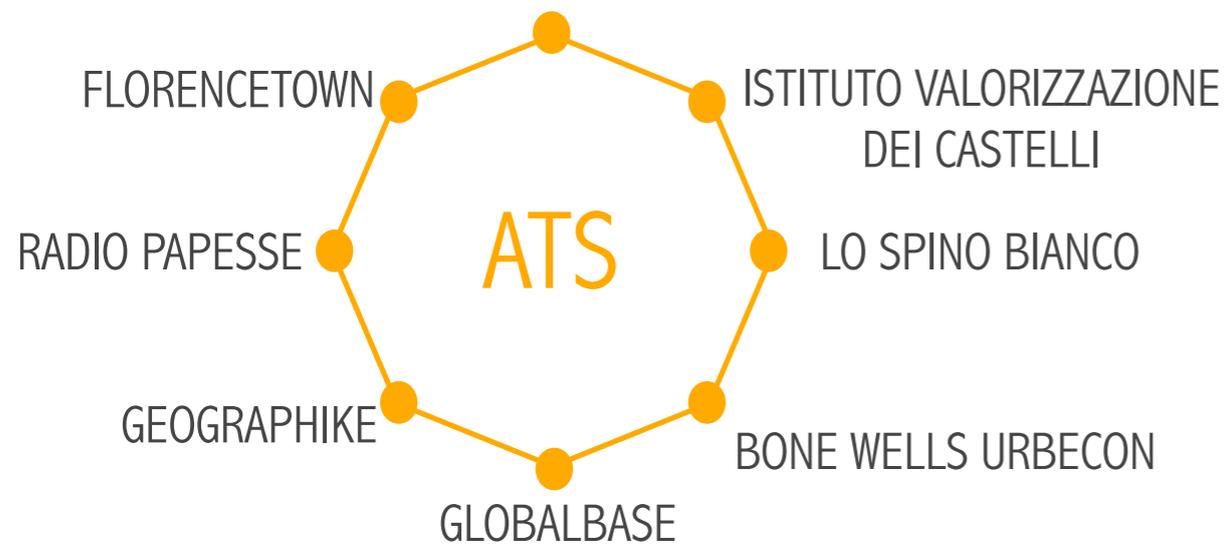
SISTEMA DI GOVERNANCE

Breve e medio periodo

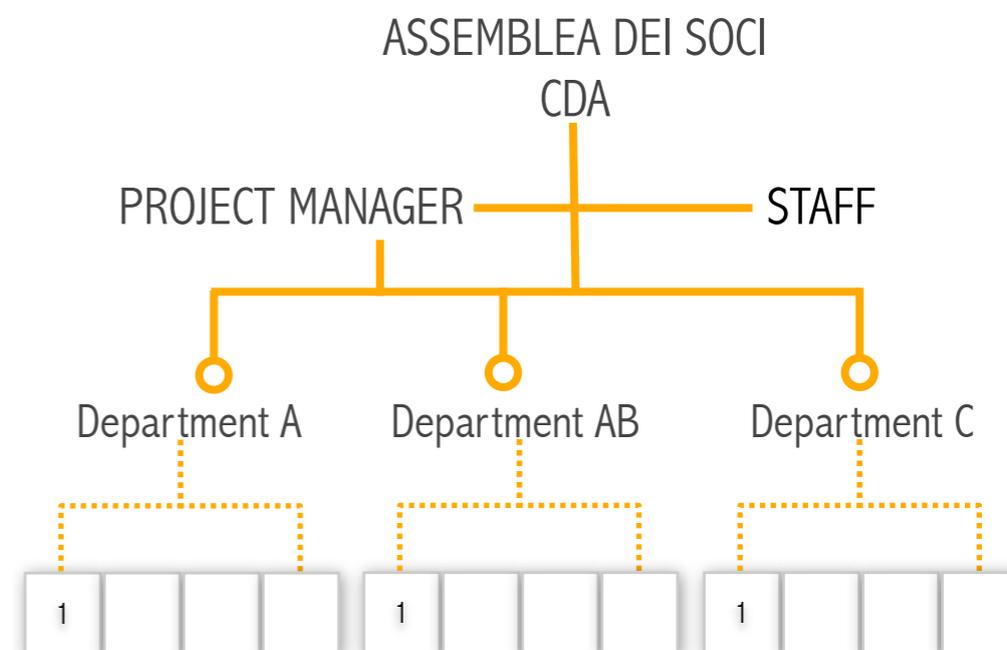
LUNIGIANA



PROMO PA FONDAZIONE
CAPOFILA



COOPERATIVA NON PROFIT [MINIMO 9 SOCI]



I TEMPI

2014 → 2016

FASE 1 | 8-10 MESI

Attività di analisi e progettazione

- analisi del territorio;
- progettazione delle infrastrutture tecnologiche e dei contenuti multimediali;
- coinvolgimento dei principali stakeholders;
- incubazione della NewCo.

Promozione e realizzazione

- definizione del piano di marketing territoriale, promozione turistica e comunicazione;
- interventi sui castelli;
- sviluppo della piattaforma tecnologica web e mobile;
- produzione dei contenuti multimediali e digitali;
- iniziative di formazione e coinvolgimento partner locali.

FASE 2

30 MESI

FASE 3



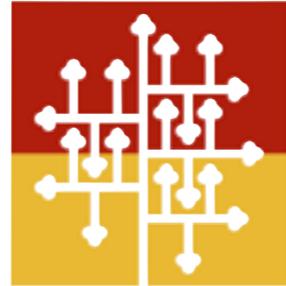
A presto in Lunigiana

www.tramedilunigiana.it | info@tramedilunigiana.it
[facebook.com/tramedilunigiana](https://www.facebook.com/tramedilunigiana) |  [@tramelunigiana](https://twitter.com/tramelunigiana)

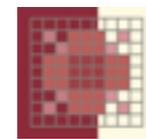


PROMO P.A.[®]
FONDAZIONE

RICERCA, ALTA FORMAZIONE E PROGETTI
PER LA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE



CASTELLO DI
FOSSDINOVO



Bone Wells Urbecon
Economic and Planning Consultants

