



Allegato A)

#SOSTienici

Il commercio è l'anima del paese

campagna di marketing per il commercio, la ristorazione, il piccolo artigianato, i prodotti tipici locali e le strutture turistico-ricettive in Emergenza Covid-19

PREMESSA - ANALISI DEL CONTESTO

La particolare posizione geografica di Montalto Di Castro, comune costiero, con la Capitale e l'aeroporto di Fiumicino a poco più di un'ora di macchina, il porto di Civitavecchia a circa trenta minuti, sulla linea ferroviaria Roma-Pisa, nonché il vicinissimo confine con la Toscana e ad un passo da Parchi e insediamenti archeologici e naturalistici di grandi rilievo, fanno di questo Comune – con poco meno di 9000 abitanti – un importante crocevia di attività e di interessi economici commerciali, turistici e agricoli spiccati, anche in ragione di una storia industriale che, seppur parzialmente superata, ne ha modificato l'imprinting economico.

Complessivamente la struttura produttiva di Montalto di Castro è costituita da 1.582 unità locali, tra stabili e stagionali, di cui 131 attività di servizi di ristorazione (somministrazione di alimenti e bevande, ristoranti, trattorie, pizzerie, tavole calde, pasticcerie, agristori..), 47 esercizi di vicinato e 6 tra supermercati e medie superfici di vendita. In termini di ospitalità, tra alberghi e hotel, agriturismi e ospitalità extralberghiera, sono presenti circa 80 attività. Presenze, queste, nettamente superiori ai livelli medi provinciali e regionali per numero di abitanti.

Nella situazione pre-Covid tali attività hanno svolto un ruolo importante come componente d'offerta non solo per la popolazione residente ma per i turisti e gli avventori occasionali, anche quelli che fruivano del territorio per i servizi offerti, sia culturali (teatro, parco di Vulci,..) che sanitari (Presidio Socio Sanitario) che educativi (Istituto alberghiero).

L'emergenza sanitaria ha prodotto sulle attività effetti negativi in linea con quelle che sono le medie nazionali, fatta eccezione per la breve e pur sempre minima ripresa estiva tipica delle località balneari, che necessitano interventi puntuali di rilancio sostenuti anche da parte dell'Amministrazione Comunale.

Al di là di una generalizzata sofferenza che ha riguardato tutti i comparti, da marzo ad oggi, ad eccezione forse di quello alimentare, le attività commerciali che presentano maggiori difficoltà sono gli esercizi di vicinato, i negozi di abbigliamento, i negozi per la casa e per la persona, le piccole attività artigianali, i servizi per la ristorazione – specie con le limitazioni numeriche e orarie imposte dagli ultimi DPCM di ottobre e novembre 2020, la ricettività, ed è su queste attività che si nutrono le maggiori preoccupazioni sulla tenuta complessiva.

OBIETTIVI – LA CAMPAGNA DI MARKETING PER IL COMMERCIO CHE CONSOLIDA ANCHE LA RETE DEGLI OPERATORI

In un contesto autunnale in cui la memoria della scorsa primavera rende palesi e legittimi i dubbi e le paure per il futuro, in cui le autorità preposte monitorano quotidianamente l'andamento della pandemia e quotidianamente emanano provvedimenti per il suo contenimento, posto che l'emergenza sanitaria è stata già prorogata al 31 gennaio 2021, dato anche l'approssimarsi delle festività natalizie e dei successivi saldi, in cui storicamente si ha un aumento generalizzato dei consumi, l'Amministrazione Comunale, in collaborazione con l'ufficio Commercio e Attività Produttive, ha ideato ad una campagna di marketing per il commercio forte e concreta con due obiettivi:

1

- stimolare la cittadinanza residente e i frequentatori abituali del paese ad acquistare all'interno del nostro territorio, caratterizzato da qualità, professionalità e innovazione, spiegando il valore economico e sociale che tali punti vendita rivestono nel contesto urbano e sociale, limitando al massimo – ottimisticamente, evitando – di ricorrere per gli acquisti alle grandi internet company;
- stimolare e promuovere una sorta di patto sociale e solidale tra i cittadini e le imprese, in un momento di gravi difficoltà economiche, anche con l'obiettivo di consolidare la rete dei negozianti e del tessuto produttivo locale in vista di progetti promozionali futuri condivisi;

Il claim ideato per la campagna di marketing, **"#SOSTienici – i commercio è l'anima del paese"**, ricorda il valore che hanno gli acquisti nei punti vendita tradizionali che sono luoghi di relazione, coesione, socialità, perché sono basati sui rapporti umani e sulle persone ma sottolinea anche che chi compra in questi negozi sostiene il proprio territorio, mantiene in vita una via, una piazza o un quartiere, ma soprattutto, trova un servizio personalizzato e di qualità, basato su un rapporto di fiducia tra commerciante e cliente, nonché competenza, qualità e cortesia.

Chi acquista in paese, grazie all'effetto moltiplicatore, crea un valore enorme al territorio, con un investimento diretto nell'economia locale che si traduce immediatamente in un miglioramento diffuso della qualità della vita dei cittadini e in posti di lavoro.

Dall'altro lato i commercianti, ognuno per le proprie caratteristiche e disponibilità, potranno proporre vantaggi, promozioni, omaggi, degustazioni e quant'altro, rimodulando orari di apertura, come nel caso dei servizi di ristorazione, con centinaia di opportunità da scoprire e da non perdere e veicolate anche attraverso questa campagna pubblicitaria, che parte ai primi di dicembre, in occasione delle festività natalizie e non si concluderà – almeno per la parte multimediale - con i saldi di gennaio, intende parlare a tutti, dai giovani agli anziani, dalle famiglie a chi visita il territorio per altri motivi.

Sono difatti previsti **sia gli strumenti tradizionali, quali affissioni e volantini**, sia **strategie social, on-line e multimediali**. L'intento è chiaro: dare semaforo verde alla voglia di riscatto, per settori economici storici, quello del commercio, dell'artigianato e delle strutture turistico-ricettive in genere, che partendo da un eccellente passato, alla luce delle difficoltà di questa emergenza, vuole compattarsi, scrivere il proprio futuro e metterci ancora la faccia, come grande anima del paese.

IL PROGETTO

Lo slogan **"#SOSTienici – i commercio è l'anima del paese"**, apparirà su affissioni pubbliche e volantini distribuiti su tutto il territorio comunale e, ove le misure restrittive lo permettano e lo si ritenga necessario, anche nei paesi limitrofi, e su tutta la rete creata nel web attraverso un sito dedicato – dal quale si potrà accedere direttamente alle vetrine online di tutti i commercianti che ne hanno una -, veicolato attraverso tutti gli strumenti social e informativi in disponibilità del Comune, dei commercianti stessi e dei cittadini che vorranno rendersi parte attiva nell'operazione. Le strutture aderenti saranno contraddistinte da apposita vetrofania/adesivo della campagna, fornita dal Comune. Verranno realizzati videoclip in formati adatti al sito, ai social e alle app di messaggistica affinché ogni strumento informatico possa contribuire alla costruzione di una rete comunicativa, informativa, promozionale ma anche umana della campagna di marketing, con un ritorno positivo in termini di immagine, di fiducia e coesione sociale, oltre che di ritorno economico per gli operatori commerciali e, di riflesso, per la nostra società cittadina. Un jingle promozionale verrà passato in loop attraverso la filodiffusione natalizia per le vie del paese. Tutto questo in via **totalmente gratuita per i commercianti**: uno sforzo economico da parte del Comune, che ha deciso di investire molto sul commercio locale.

Oggetto principale della campagna di marketing saranno **i ritratti dei negozianti**, che dovranno dare la loro formale adesione al progetto e il proprio nulla osta all'utilizzo dell'immagine, all'uso dei dati personali, oltre ad impegnarsi a fornire tutte le informazioni necessarie alla scheda personale (contatti, pagine social, ecc...) e che diventerà anche il marchio unico della propria attività insieme al proprio

nome all'insegna. I volti dei commercianti, in pratica, che compongono un collettivo unito, capaci di metterci la faccia per garantire ai clienti competenza e per offrire la migliore selezione di prodotti o servizi. **Prodotti** che diventeranno in ogni caso protagonisti nella fase intermedia della campagna di comunicazione con una cartellonistica e prodotti multimediali dedicati, con l'obiettivo di creare un binomio commerciante/prodotto forte, riconoscibile e appetibile.

La realizzazione della campagna verrà affidata ad aziende specializzate del settore.

FASI DI ATTUAZIONE

La struttura dell'intera campagna, per la quale si auspica – data la sperimentalità del progetto – una adesione di almeno 50 operatori commerciali, seppur unitaria, si articolerà in due sezioni tematiche:

- **FOOD:** con i volti e un prodotto di punta delle attività alimentari (ristorazione, pasticceria, pizzerie, bar, enoteche, produttori locali...)
- **NON FOOD:** con i volti e un prodotto per il resto dei commercianti (abbigliamento, profumerie, oggettistica, strutture ricettive...)

In considerazione dell'emergenza sanitaria da Covid-19 e visti gli obblighi di distanziamento sociale, lo shooting si svolgerà presso la sala grande del Complesso Monumentale San Sisto, debitamente messa in sicurezza e allestita per l'operazione.

Gli interventi attuativi prevedono:

- **FASE 1:** Raccolta dei moduli di adesione vincolante al progetto, contenenti tutti i dati richiesti (nome all'insegna, recapiti, indirizzo attività, indirizzi social network, sito...), comprensivo di liberatoria per l'uso dell'immagine e del nome, per il trattamento dei dati sensibili e autodichiarazione da rilasciare ai sensi del DPR 445/2000 sul possesso dei requisiti morali del legale rappresentante e, ove presenti, dei soci (Art. 80 D.lg. 50/2016). Tutta la modulistica verrà fornita dall'ufficio comunale competente e pubblicata sul sito istituzionale dell'ente www.comune.montaltodicastro.vt.it.

Scadenza presentazione adesioni: entro 10 giorni dalla data di pubblicazione della Deliberazione di Giunta Comunale relativa all'approvazione del presente progetto.

Le stesse, comprensive di tutti gli allegati, andranno inviate per PEC a commercio.comune.montaltodicastro@legalmail.it, per e-mail a commercio@comune.montaltodicastro.vt.it o brevi manu presso gli uffici comunali in Piazza G. Matteotti, 11 – Montalto di Castro.

La trasmissione delle schede adesione operatori al committente avverrà contestualmente alla ricezione delle stesse da parte dell'ufficio, al fine di poter elaborare un progetto creativo quanto più mirato, rapido ed efficiente possibile.

- **FASE 2:** due giorni massimi dedicati a scatti fotografici e riprese video, presso la sala grande dello stabile comunale San Sisto con gli operatori commerciali per lo shooting:
 - **Riprese video, scatti fotografici dei ritratti in b/n** per categorie **FOOD** e **NON FOOD** + **scatti still life a colori a n. 1 prodotto di punta per attività commerciale** (es: un piatto di punta ristorazione, un prodotto di punta pasticceria, un prodotto enogastronomico locale, un prodotto oggettistica, profumeria, abbigliamento, ecc.... La scelta dovrebbe vertere verso un prodotto quanto più rappresentativo possibile dell'attività

Tempo massimo articolazione FASE 2: n. 2 giorni, con una ipotesi di lavoro compresa tra le ore 10.00 alle ore 16.00. Sarà pertanto necessaria la massima collaborazione dei commercianti per

consentire lo sviluppo, la realizzazione e presentazione della campagna in tutte le sue forme, con uscita entro e non oltre l'8 dicembre 2020.

- **FASE 3: a cura del committente:** elaborazione grafica manifesti, volantini, vetrofanie/adesivi, realizzazione e implementazione sito web, videoclip nei formati adatti al sito, social e app di messaggistica (watsapp).

La FASE 3, equivalente alla consegna lavori e all'avvio della campagna, sarà conclusa entro il 5 dicembre 2020.

- **FASE 4:** pianificazione affissioni, distribuzione volantini, aggiornamento sito dell'Ente con news e veicolazione della campagna su tutti i social istituzionali, comunicati stampa.

La FASE 4 si articolerà dall'avvio della campagna (8/12/2020) e si concluderà, per la parte di affissioni, il 10 gennaio 2021, con continui refresh da parte degli addetti.

Considerato il formato aperto della parte multimediale della campagna, la stessa resterà attiva e implementabile anche in seguito con ulteriori contenuti e adesioni e sviluppabile con ulteriori idee e successivi interventi.

MATERIALE TIPOGRAFICO E PRODOTTI MULTIMEDIALI:

- stimato un numero di 50 fotografie per tematica (commerciante + prodotto)
- realizzazione grafica logotipo (solo testo)
- realizzazione grafica e stampa n. 90 manifesti (formati differenziati: f.to. 70x100 + 100x210 + 200x140)
- realizzazione grafica e stampa n. 1000 volantini
- realizzazione grafica e stampa n. 50 (circa) vetrofanie/adesivo per attività
- realizzazione, implementazione e messa in esercizio sito web
- realizzazione materiale video digitale
- realizzazione di n. 3 videoclip (regia montaggio, post produzione) nei vari formati adatti a sito, social e messaggistica (watsapp)

CRONOPROGRAMMA AFFISSIONI:

1° uscita – 07/12/2020 – FOOD + NON FOOD “ritratti”

- n. 3 manifesti 210x100 – Via Garibaldi
- n. 2 manifesti 210x100 – P.zza G. Matteotti
- n. 1 manifesto 140x200 – P.le Gravisca
- n. 1 manifesto 140x200 – P.le delle Mimose
- n. 1 manifesto 140x200 – Via Fontanile Vecchio
- n. 1 manifesto 140x200 – Via della Pace

Affissione contestuale di tutti i manifesti “ritratti” in f.to 70x100 anche nelle bacheche comunali su tutto il territorio comunale, presidio socio sanitario, sedi comunali, ecc..

2° uscita – 17/12/2020 – FOOD + NON FOOD “prodotti”

- n. 3 manifesti 210x100 – Via Garibaldi
- n. 2 manifesti 210x100 – P.zza G. Matteotti
- n. 1 manifesto 140x200 – P.le Gravisca
- n. 1 manifesto 140x200 – P.le delle Mimose

- n. 1 manifesto 140x200 – Via Fontanile Vecchio
- n. 1 manifesto 140x200 – Via della Pace

Affissione contestuale di tutti i manifesti “**prodotti**” in f.to 70x100 anche nelle bacheche comunali su tutto il territorio comunale, presidio socio sanitario, sedi comunali, ecc..

3° uscita – 04/01/2021 – FOOD + NON FOOD “ritratti”

- n. 3 manifesti 210x100 – Via Garibaldi
- n. 2 manifesti 210x100 – P.zza G. Matteotti
- n. 1 manifesto 140x200 – P.le Gravisca
- n. 1 manifesto 140x200 – P.le delle Mimose
- n. 1 manifesto 140x200 – Via Fontanile Vecchio
- n. 1 manifesto 140x200 – Via della Pace

Affissione contestuale di tutti i manifesti “**ritratti**” in f.to 70x100 anche nelle bacheche comunali su tutto il territorio comunale, presidio socio sanitario, sedi comunali, ecc...

USCITA UNICA cartello 5x4 mt in P.zzale GRAVISCA (OPS GROUP) FOOD + NON FOOD “ritratti” dal 08/12/2020 al 10/01/2021

**il cronoprogramma delle attività previste potrebbe subire piccole variazioni*

SOGGETTI COINVOLTI

I soggetti coinvolti nel progetto sono il Comune di Montalto di Castro, Assessorato al Commercio e Attività Produttive e Assessorato al Turismo, il personale dell’Ufficio SUAP e Attività Produttive.

SOGGETTI DESTINATARI

Tutti gli esercizi di vicinato (abbigliamento, profumerie, oggettistica per la casa,...), le attività di ristorazione (ristoranti, pizzerie, pasticcerie, tavole calde, ecc..), le attività di piccolo artigianato e artigianato artistico, di prodotti tipici locali e le strutture turistico-ricettive del territorio comunale.

PIANO ECONOMICO

- SHOOTING	€ 300,00
- GRAFICA materiale tipografico	€ 500,00
- STAMPA materiale tipografico	€ 800,00
- SITO WEB	€ 1.800,00
- VIDEO CLIP	€ 3.500,00
- Noleggio, grafica e stampa maxi cartello	€ 1.000,00
- Imprevisti/acquisti in economica	€ 500,00
- IVA	€ 1.848,00

Totale € **10.248,00**

Fonte di finanziamento: risorse di Bilancio assegnate all’Assessorato al Commercio e Attività Produttive per il sostegno e lo sviluppo in campo commerciale.

F.to Il Responsabile del
Servizio Commercio e Attività Produttive

M.M.