

BANDI iNEST Spoke 6

31 maggio 2024



Spoke 6

Acronimo

CALT Hub

Titolo Progetto

Hub per la Comunicazione su Arte e Letteratura per il Turismo

Key-words

Cultura, Arte, Letteratura, Modelli Culturali, Narrazione, Innovazione, Turismo, Comunità, Ecosistema, Comunicazione, Digitalizzazione, Sostenibilità

Partecipanti

Alma Srl

Durata

15 mesi

Budget totale

€113.876,00

Coordinatore

Ketti Bertesina

Abstract

Il progetto favorisce l'ibridazione fra strategia aziendale e discipline artistico-letterarie per le imprese del Nord-est rispetto al settore turistico. Prevede la creazione di un laboratorio per le Humanities promosso da Almacode, al fine di supportare i propri clienti nell'individuazione di strategie di comunicazione innovative. A tal proposito, CALT Hub si prefigge di monitorare i più significativi mutamenti storico-culturali dal 1960 ad oggi, analizzando la loro proiezione nelle arti e nella letteratura. CALT Hub punta all'analisi e alla sintesi di precisi modelli e influssi culturali che, intrinsecamente, sono legati al profilo e alle pratiche delle aziende nel territorio di iNEST.

L'attività di monitoraggio di tendenze artistico-culturali si configura come una duplice innovazione per le parti coinvolte: dal punto di vista di Almacode, la presenza delle Humanities all'interno dell'azienda sarà la cifra distintiva del servizio offerto ai propri clienti, rigenerando meccanismi, intuizioni e prospettive; dal punto di vista del destinatario, le aziende saranno beneficiarie di un'attività di consulenza con maggiore efficacia sia comunicativa che a livello di contenuti.

Stato dell'arte

Il territorio di iNEST affronta sfide nella gestione del turismo, con impatti negativi sulla tutela del territorio e sulle comunità locali. Problemi rilevanti includono la residenzialità a Venezia, gli eventi in località montane e l'impatto delle infrastrutture turistiche.

Le narrazioni e le strategie di comunicazione sono fondamentali, influenzando le relazioni tra destinazione turistica, turista e comunità locale. Il turismo culturale può promuovere benessere economico ma anche danneggiare le culture locali.

La digitalizzazione delle esperienze turistiche porta a rappresentazioni soggettive e stereotipate, riflettendo una più ampia contraddizione dello storytelling. Le discipline umanistiche, soprattutto gli studi ecocritici, sono essenziali per comprendere e salvaguardare il pianeta, contrastando le derive antropoceniche.

Obiettivi

Gli obiettivi SMART del progetto sono:

- Identificare modelli socioculturali: Analizzare modelli artistici, letterari, cinematografici e mediatici nelle regioni di interesse per migliorare le strategie comunicative aziendali.
- Applicare modelli a casi studio: Valutare l'impatto delle strategie comunicative sul turismo, confrontando tecniche regionali con quelle di paesi leader come Francia e Spagna.
- Prevedere trasformazioni ecologiche e digitali: Sviluppare nuovi modelli di comunicazione per promuovere un turismo sostenibile e rigenerativo, guidando le aziende nella transizione culturale.

Risultati

I risultati attesi del progetto riguardano:

- Elaborazione di tre modelli culturali: Modello del passato (Anni '80 e '90), Modello del presente (Inizio anni 2000), Modello del futuro (2040-60).
- Applicazione dei modelli a casi studio: Analisi delle strategie di promozione turistica.
- Diffusione dei risultati: Pubblicazione di paper in Open Access e organizzazione di meeting e workshop per enti pubblici e aziende private nel settore turistico.

KPIs

I KPI per monitorare il successo del progetto includono:

- Partecipazione a eventi e collaborazioni: Numero di aziende coinvolte in eventi o collaborazioni durante l'applicazione dei modelli culturali.
- Adozione di modelli culturali: Traccia l'adozione dei modelli culturali nelle strategie di comunicazione di Almacode, esaminando campagne pubblicitarie e progetti.
- Risultati dei clienti: Valuta il successo delle campagne basate sui modelli culturali tramite feedback e risultati dei clienti.
- Percezione del marchio: Misura l'influenza dei modelli culturali sulla percezione del marchio attraverso sondaggi e ricerche di mercato.
- Risultati in sostenibilità: Valuta gli impatti positivi in termini di sostenibilità ambientale, economica e sociale delle nuove strategie di comunicazione.

Articolazione progetto

Il progetto si articola in 5 Work Packages (WP), ciascuno con obiettivi specifici e compiti definiti:

- **WP 0: Coordinamento tecnico e reporting periodico (M1-M15)**

Garantisce l'attuazione tempestiva del progetto e la conformità agli obblighi normativi.

- **WP 1: Ricerca preliminare e raccolta dati (M1-M4)**

Fornisce una base teorica e concettuale attraverso la ricerca e l'analisi critica dei modelli culturali.

- **WP 2: Identificazione e classificazione dei modelli teorici di riferimento (M5-M8)**

Individua e categorizza modelli teorici e concettuali per il progetto.

- **WP 3: Applicazione dei Modelli Culturali a un Caso Aziendale Concreto (M9-M12)**

Applica i modelli culturali a un caso aziendale nel settore turistico per sviluppare strategie di comunicazione innovative.

- **WP 4: Validazione pratica e scientifica dei risultati (M12-M15)**

Convalida i risultati del progetto attraverso standard scientifici e applicazioni imprenditoriali.

Ogni WP include specifici task e deliverables, con un focus sull'integrazione delle componenti digitali e la documentazione dettagliata per garantire la trasferibilità e l'accessibilità dei risultati.

Impatti attesi

- **Impatto Scientifico:** Avanza la conoscenza interdisciplinare, collegando arte, cultura e turismo, e promuove nuove ricerche.
- **Impatto Economico/Tecnologico:** Sviluppa nuovi prodotti e servizi per il turismo, migliorando marketing e sostenibilità economica.
- **Impatto Sociale/Ambientale:** Promuove turismo etico e sostenibile, riducendo l'impatto ambientale e favorendo la comprensione culturale.
- **Impatto sulla Filiera e sul Territorio:** Migliora la comunicazione e l'attrattività turistica, preservando il patrimonio culturale.
- **Trasferibilità dei Risultati:** I benefici del progetto possono essere applicati a livello nazionale e internazionale.
- **Benefici per gli End-Users:** Le aziende turistiche possono migliorare competitività e sostenibilità adottando i modelli culturali del progetto.

Immagine rappresentativa progetto

