



United Nations
Educational, Scientific and
Cultural Organization



Man and the
Biosphere
Programme

PIANO TRIENNALE COMUNICAZIONE

Riserva di Biosfera Alpi Ledrensi e Judicaria

dalle Dolomiti al Garda



Alpi Ledrensi
e Judicaria
RISERVA DI BIOSFERA UNESCO



Piano Triennale della Comunicazione
Riserva di Biosfera “Alpi Ledrensi e Judicaria”

Realizzato da:

Punto 3 s.r.l.

www.punto3.info



su incarico di:

BIM Sarca Mincio Garda

Segretariato Permanente Riserva di Biosfera “Alpi Ledrensi e Judicaria”

GIUGNO 2018



SOMMARIO

1. INTRODUZIONE E RIFERIMENTI STRATEGICI	4
2. I VALORI COMUNICATIVI DELLE RISERVE DI BIOSFERA MAB UNESCO	6
3. OBIETTIVI DEL PIANO DI COMUNICAZIONE	10
3.1. Obiettivi generali	10
3.2. Obiettivi specifici	11
4. TARGET DEL PIANO DI COMUNICAZIONE	13
4.1 Target interni alla Riserva di Biosfera	13
4.2 Target esterni alla Riserva di Biosfera.....	14
5. ATTIVITA' E STRUMENTI DI COMUNICAZIONE	16
5.1 Centri Visita MIDAS	16
5.2 Sito web	17
5.3 Newsletter.....	19
5.4 Social media	19
5.5 Campagne pubblicitarie web	20
5.6 Video documentario	20
5.7 Ufficio Stampa	21
5.8 Portale web #MeetTheBiosphere	22
5.9 Festa di compleanno.....	23
5.10 Ambasciatori della Riserva di Biosfera	23
5.11 Iniziative per far cogliere il potenziale del network MAB UNESCO.....	24
5.12 Mostre itineranti	24
5.13 Concorsi video-fotografici	25
5.14 Inno della Riserva di Biosfera	26
5.15 Quiz della Riserva di Biosfera (MaB Quiz)	26

Piano Triennale della Comunicazione
Riserva di Biosfera “Alpi Ledrensi e Judicaria”

5.16 Flyer e brochure.....	26
5.17 Pannelli informativi stradali.....	27
5.18 Carta illustrata.....	29
5.19 Mappa turistica	29
5.20 Roll-up banner	29
5.21 Bandiera	30
5.22 Gadget	30
5.23 Tool-kit “Sense of Place”	30
5.24 Educational tour per operatori del territorio	31
5.25 Educational tour per giornalisti e tour operator.....	32
5.26 Interazione con i canali di comunicazione del network MAB UNESCO ...	32
6. CRONOPROGRAMMA ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE.....	33
7. MONITORAGGIO DEL PIANO DI COMUNICAZIONE	36

1. INTRODUZIONE E RIFERIMENTI STRATEGICI

Il programma MAB UNESCO ed il network mondiale delle Riserve di Biosfera connettono la dimensione antropica e quella naturale in centinaia di siti in tutto il mondo, coinvolgendo persone con culture e lingue differenti, accomunate da un obiettivo e da una visione comune: lo sviluppo sostenibile.

Il Programma MAB ha identificato nella comunicazione un'opportunità strategica. Esistono, infatti, numerosi esempi di progetti virtuosi di comunicazione nel network MAB UNESCO, che dimostrano come sia possibile informare le persone su cosa sia una Riserva di Biosfera aumentando la consapevolezza delle comunità locali.

Il presente documento è stato redatto tenendo in considerazione ed in piena integrazione con:

- MAB STRATEGY 2015-2025 ¹
- Lima Action Plan for UNESCO's Man and the Biosphere (MAB) Programme and its World Network of Biosphere Reserves (2016 -2025) ²
- UNESCO MAB Brand&Story Toolkit ³
- Linee Guida IUCN "Managing MIDAs – Harmonising the management of Multi-Internationally Designated Areas: Ramasar Sites, World Heritage sites, Biosphere Reserves, UNESCO Global Geoparks" ⁴
- Linee Guida Nazionali per le Riserve della Biosfera in Italia ⁵
- MAB Youth Forum Declaration ⁶

¹ www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/SC/pdf/MAB_Strategy_2015-2025_final_text.pdf

² www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/SC/pdf/Lima_Action_Plan_en_final.pdf

³ <http://www.slideshare.net/JeffMelnyk/unesco-MAB-brand-story-toolkit>

⁴ <https://portals.iucn.org/library/sites/library/files/documents/2016-033.pdf>

⁵ http://www.minambiente.it/sites/default/files/archivio/allegati/trasparenza_valutazione_merito/DPN/unesco/MAB_ct_linee_guida_nazionali.pdf

⁶ <http://unesdoc.unesco.org/images/0025/002598/259873E.pdf>

Piano Triennale della Comunicazione
Riserva di Biosfera “Alpi Ledrensi e Judicaria”

Il programma Man and Biosphere (MAB) persegue obiettivi e strategie correlati alla tutela degli ecosistemi ed allo sviluppo sostenibile del nostro pianeta. All'interno di questo ambito, le Riserve di Biosfera attuano e concretizzano a livello locale tali valori universali. L'obiettivo primario della Riserva di Biosfera Alpi Ledrensi e Judicaria è quindi interpretare i valori di un programma mondiale, concretizzandoli coerentemente alle caratteristiche del proprio territorio.

Analogamente, l'attività di comunicazione della Riserva di Biosfera Alpi Ledrensi e Judicaria ha come finalità principale di veicolare i valori della Riserva e promuovere la cultura della sostenibilità. Si tratta quindi di una comunicazione che intende evidenziare l'ambizione di un territorio e di una comunità verso il miglioramento, la crescita, la tensione allo sviluppo sostenibile.

In secondo luogo l'attività di comunicazione è finalizzata ad aumentare la conoscenza della Riserva di Biosfera Alpi Ledrensi e Judicaria e dei valori perseguiti, sia all'interno della comunità locale, sia rivolgendosi al contesto internazionale.

2. I VALORI COMUNICATIVI DELLE RISERVE DI BIOSFERA MAB UNESCO

L' "UNESCO MAB Brand & Story Toolkit" ⁷ definisce "**Ispirare un futuro positivo collegando oggi natura e persone**" quale la mission principale per cui tutte le Riserva di Biosfera sono state istituite.

Il Toolkit identifica inoltre i quattro valori che devono orientare l'operato di una Riserva di Biosfera:



Figura 1: i valori di una Riserva di Biosfera (Fonte: "UNESCO MAB Brand & Story Toolkit")

Innovazione, collettività, celebrazione e partecipazione sono, quindi, i valori che caratterizzano anche il Piano di Comunicazione della Riserva di Biosfera Alpi Ledrensi e Judicaria, la cui mission può essere sintetizzata in:

"Sostenere e favorire le comunità delle Alpi Ledrensi e Judicaria nell'aspirazione ad un futuro positivo, attraverso una rinnovata connessione con il proprio territorio, valorizzandone a livello internazionale le sue eccellenze".

⁷ La guida realizzata dal network EuroMAB per supportare le Riserve di Biosfera nell'impostare strategie di comunicazione e coinvolgimento, presentata nell'ambito della conferenza mondiale MAB di Lima (marzo 2016).

Piano Triennale della Comunicazione
Riserva di Biosfera "Alpi Ledrensi e Judicaria"

Il Piano di Comunicazione deve esprimere i temi-chiave relativi all'equilibrio fra le attività umane e i valori naturalistici, ecologici ed ambientali, puntando a supportare un diffuso senso di appartenenza alle Alpi Ledrensi e Judicaria e alla sua Riserva di Biosfera. Questo senso di appartenenza deve portare al desiderio di essere coinvolti e favorire lo sviluppo di buone pratiche.

Serve dunque veicolare abbondantemente messaggi relativi alla sostenibilità, declinandola in: **Temporalità** (vivere le Alpi Ledrensi e Judicaria in tutte le stagioni), **Lentezza** (rallentare i ritmi, ma non i contenuti fruiti), **Autenticità** (cultura dell'accoglienza e del territorio), **Naturalità** (star bene con la natura, sviluppare soluzioni eco-compatibili), **Accessibilità** (fruibilità e mobilità, soprattutto grazie all'innovazione tecnologica). Su questi temi le Alpi Ledrensi e Judicaria *non partono da zero*: molto è stato già fatto negli anni dalla Provincia Autonoma di Trento, dalle aree protette (Reti di Riserve, PNAB), dagli Enti di Promozione Turistica e dalle amministrazioni locali (Comunità di Valle, Comuni). Basti pensare al progetto "TurNat: una strategia di sviluppo turistico sostenibile nelle Aree Protette del Trentino" e alla Carta Europea del Turismo Sostenibile del PNAB e delle Reti di Riserve, a cui la Riserva di Biosfera dovrà certamente far riferimento per veicolare i messaggi di sostenibilità.

Per ottenere questo risultato, sempre il *tool-kit* dell'EuroMAB, individua come fondamentale il coinvolgimento delle comunità locali e, più in generale, di tutti gli attori che operano ed hanno interessi nella Riserva di Biosfera. I primi destinatari di una azione di conoscenza e di avvicinamento alla Riserva di Biosfera dovranno essere i residenti della Riserva di Biosfera "Alpi Ledrensi e Judicaria, affinché ne diventino *testimonial*, moltiplicando il potenziale comunicativo e di marketing territoriale degli Enti gestori. Infatti, tanto più ampio sarà il numero di soggetti territoriali che comprenderà il valore ed il potenziale di "essere Riserva di Biosfera", tanto più diffusa, omogenea ed efficace sarà la promozione della Riserva di Biosfera delle Alpi Ledrensi e Judicaria. Le coscienze singole, come quelle collettive, devono comprendere a pieno la funzione della Riserva di Biosfera, intesa come il laboratorio dell'apprendimento continuo, della sperimentazione, dell'innovazione e del coordinamento di buone pratiche. Il Piano di Comunicazione deve perciò supportare le "energie positive" del

Piano Triennale della Comunicazione
Riserva di Biosfera "Alpi Ledrensi e Judicaria"

territorio (quelle che favoriscono la conservazione della biodiversità ecologica e culturale, lo svolgimento di azioni di educazione, lo sviluppo sostenibile, formazione e monitoraggio) affinché diventino la voce attraverso cui raccontare al mondo i valori delle Alpi Ledrensi e Judicaria.

La modalità con cui viene comunicata la "storia" della Riserva di Biosfera determina l'efficacia della comprensione delle persone riguardo a cosa essa sia e al loro coinvolgimento. Per questo è necessario adottare strategie di comunicazione innovative, che determinino un netto cambiamento rispetto all'approccio tradizionale.

Cambiare il metodo di coinvolgimento



*Figura 2: il cambiamento della strategia comunicativa
(Fonte: "UNESCO MAB Brand & Story Toolkit")*

**Piano Triennale della Comunicazione
Riserva di Biosfera "Alpi Ledrensi e Judicaria"**

Il Piano di Comunicazione della Riserva di Biosfera Alpi Ledrensi e Judicaria deve essenzialmente prevedere una serie di strumenti in grado di rispondere a tre domande fondamentali:

PERCHÉ ?

Il cuore della comunicazione deve essere la comprensione costante del perché la Riserva di Biosfera esiste e perché è importante per le persone che vivono al suo interno.

COME ?

Illustrare un modus operandi tipico della Riserva di Biosfera, stimolare a comportamenti virtuosi che tutelino e promuovano i valori del territorio e delle comunità delle Alpi Ledrensi e Judicaria.

COSA ?

Descrivere in modo semplice, chiaro e coinvolgente cosa sia una Riserva di Biosfera ed il programma MaB e, in particolare, cosa faccia e quali progetti sostenga quella delle Alpi Ledrensi e Judicaria per perseguire lo sviluppo sostenibile.

3. OBIETTIVI DEL PIANO DI COMUNICAZIONE

Comunicare la Riserva di Biosfera “Alpi Ledrensi e Judicaria” significa innanzitutto lavorare sul territorio per creare consenso, consapevolezza e condivisione sul significato di essere una Riserva di Biosfera. Tale premessa è, infatti, la condizione necessaria per impostare una comunicazione turistica di successo che sappia proporre la Riserva di Biosfera all'esterno promuovendo la fruizione e la valorizzazione dei valori riconosciuti dall'UNESCO.

3.1. Obiettivi generali

Il presente Piano Triennale della Comunicazione è il primo per la Riserva di Biosfera Alpi Ledrensi e Judicaria. Fino ad oggi, seppur non sia stata pianificata una strategia comunicativa autonoma e specifica per la Riserva di Biosfera, sono state realizzate alcune importanti azioni di comunicazione al fine di dare evidenza delle principali attività in corso ed informare la comunità (attivazione della pagina Facebook istituzionale, realizzazione brochure informativa, articoli sulla stampa locale). Per quanto riguarda le comunicazioni istituzionali ci si è invece momentaneamente avvalsi del sito web del BIM Sarca Mincio Garda in qualità di Segretariato Permanente della Riserva di Biosfera. Il Piano di Comunicazione Triennale è da considerarsi dunque come uno strumento che contribuisce a **rafforzare i caratteri identitari e fondanti della Riserva di Biosfera**. Un obiettivo prioritario è quindi, soprattutto nella fase iniziale di adozione del Piano di comunicazione, evidenziare l'identità della Riserva di Biosfera come progetto territoriale indipendente, seppur strettamente correlato, al BIM Sarca Mincio Garda che concretamente ne è l'Ente attuatore. Il Piano di Comunicazione dovrà altresì evidenziare i punti in comune e le diversità fra il riconoscimento a Riserva di Biosfera MAB UNESCO e le Reti di Riserve.

La valenza triennale del Piano di Comunicazione fa sì che il termine coincida con il “quinto compleanno” della Riserva di Biosfera Alpi Ledrensi e Judicaria, ovvero a metà strada dalla prima revisione decennale prevista dal programma MAB. Il Piano quindi deve garantire la messa in campo di azioni e strumenti i cui esiti siano anche facilmente rendicontabili in termini capacità ed efficacia di

Piano Triennale della Comunicazione
Riserva di Biosfera “Alpi Ledrensi e Judicaria”

coinvolgere le popolazioni locali e gli stakeholder nelle dinamiche della Riserva di Biosfera e di promuovere soluzioni e comportamenti coerenti alla mission del programma MAB UNESCO.

3.2. Obiettivi specifici

Stimolare le comunità locali e i visitatori a “far propri” i valori della Riserva di Biosfera. L'azione comunicativa deve creare un senso di appartenenza ma anche la volontà di contribuire, di sentirsi parte attiva in un processo collettivo di miglioramento continuo: una comunità ed un territorio, le Alpi Ledrensi e Judicaria, in tensione verso lo sviluppo sostenibile.

Coinvolgere i giovani in un processo virtuoso che possa definire opportunità per il futuro. Cogliendo gli spunti del Forum mondiale MAB UNESCO dedicato ai giovani, a cui, nel settembre 2017, ha partecipato anche una delegazione di giovani della Riserva di Biosfera Alpi Ledrensi e Judicaria, l'azione comunicativa dovrà svilupparsi anche secondo modalità e strumenti in grado di cogliere l'attenzione dei giovani, in primis quelli residenti nella Riserva di Biosfera, per coinvolgerli attivamente e far comprendere loro il potenziale che le Alpi Ledrensi e Judicaria possono offrire loro in termini di studio, lavoro, attività culturali e ricreative.

Valorizzare le peculiarità culturali intangibili delle comunità locali. L'azione comunicativa sostenuta dalla Riserva di Biosfera non deve concentrarsi esclusivamente sui valori naturali e paesaggistici, ma saper dare enfasi anche ai valori culturali, spesso intangibili, strettamente correlati all'identità, alla storia ed alle tradizioni delle comunità locali. In tal senso l'azione comunicativa della Riserva di Biosfera dovrà promuovere tre valori fondanti del proprio territorio quali la gestione collettiva del bene comune, la cooperazione e l'autonomia. Dovrà altresì promuovere le attività antropiche che maggiormente testimoniano il rapporto equilibrato tra uomo e natura nelle Alpi Ledrensi e Judicaria, sia quelle “tradizionali” connesse all'agricoltura, all'allevamento e pascolo, all'artigianato, sia quelle più “moderne” come lo sviluppo di forme di eco-turismo.

Piano Triennale della Comunicazione
Riserva di Biosfera "Alpi Ledrensi e Judicaria"

Enfatizzare gli elementi chiave che fanno delle Alpi Ledrensi e Judicaria un territorio vocato alla sostenibilità.

La Riserva di Biosfera va intesa come uno strumento basilare per promuovere lo sviluppo sostenibile, deve essere proposta e gestita come luogo di riferimento per la sostenibilità attiva a tutte le scale e in tutti i settori. Il riconoscimento MAB UNESCO ha responsabilizzato il territorio delle Alpi Ledrensi e Judicaria affinché diventi sempre più luogo di ispirazione e di sperimentazione, per introdurre e diffondere modelli e pratiche innovative per promuovere lo sviluppo sostenibile a tutte le scale e in tutti i settori, nella prospettiva di rendere la Riserva di Biosfera, anche attraverso la pratica comunicativa, un luogo di educazione permanente, un laboratorio per lo sviluppo sostenibile.

Valorizzare il far parte di un network mondiale di luoghi di eccellenza

per l'equilibrio fra le attività umane e i valori naturalistici, ecologici ed ambientali; luoghi dello scambio e dell'incontro, in cui sviluppare nuove forme di collaborazione e adesione a network nazionali e internazionali in cui siano rispettate delle basi d'approccio e di vision della Riserva di Biosfera delle Alpi Ledrensi e Judicaria. In tal senso sarà fondamentale istituire una serie di intenti/accordi sia in ambito MAB che in altri ambiti, con istituzioni pubbliche e soggetti privati, nelle Alpi Ledrensi e Judicaria o al suo esterno, sulla base di affinità tematiche e/o collaborative, che possano garantire la continuità ed il potenziamento della strategia comunicativa della Riserva di Biosfera nel tempo.

Potenziare l'attrattività della "destinazione UNESCO"

comunicando le Alpi Ledrensi e Judicaria come territorio pluri riconosciuto (Riserva di Biosfera, Geoparco, World Heritage culturale, World Heritage naturalistico) capace di offrire a chi lo visita esperienze peculiari (territorio unico da visitare, unico per imparare, unico per esperire) e condivise (territorio in rete con altre eccellenze, territorio permeabile ed accogliente), evidenziando come l'"esperienza" promessa sia autentica, fuori dall'ordinario; sottolineando da punto di vista esperienziale le modalità attraverso cui tale eccellenza si evidenzia: temporalità (stagionalità), lentezza (rallentare i ritmi), autenticità (ecologica e culturale), naturalità (star bene con la natura), accessibilità (fruibilità e mobilità).

4. TARGET DEL PIANO DI COMUNICAZIONE

4.1 Target interni alla Riserva di Biosfera

Il Piano di Comunicazione, intende rafforzare le audience esistenti della Riserva di Biosfera e contemporaneamente crearne di nuovi nei seguenti ambiti

- i giovani: a partire dai risultati emersi dall'esperienza del Forum Mondiale dei Giovani MAB UNESCO, si intende stimolare il protagonismo dei giovani residenti nelle Alpi Ledrensi e Judicaria affinché diventino promotori di iniziative in tutti gli ambiti che da un lato consentano loro di stringere e approfondire il legame con il proprio territorio, dall'altro porre le basi per crearsi opportunità lavorative connesse allo sviluppo sostenibile delle Alpi Ledrensi e Judicaria.
- il mondo della scuola e della formazione: UNESCO è l'Organizzazione delle Nazioni Unite per la Scienza e la Cultura, il mondo della scuola/della formazione non può quindi che essere un interlocutore strategico per la Riserva di Biosfera, si intende quindi attraverso l'azione comunicativa fornire stimoli sia ai soggetti che già si occupano di educazione (PNAB, Reti di Riserve, Ecomusei, MUSE, PAT, Università, Enti di Ricerca, ecc.), sia ai dirigenti scolastici, ai docenti e agli studenti, affinché le Alpi Ledrensi e Judicaria diventino un'aula didattica a cielo aperto dove veicolare i valori ambientali di questo territorio e quelli culturali delle comunità che vi vivono.
- gli amministratori locali e provinciali: il loro coinvolgimento è fondamentale sia per tenerli aggiornati sugli sviluppi della Riserva di Biosfera, sia per offrire alle loro amministrazioni la capacità comunicativa della Riserva di Biosfera per promuovere le iniziative e progetti da loro sviluppati e coerenti con i valori MAB UNESCO.
- gli operatori economici (turismo, agricoltura, allevamento, artigianato, servizi, usi civici, società cooperative), mostrando loro la Riserva di Biosfera un luogo delle opportunità, stimolandoli ad agire in modo coerente ai

Piano Triennale della Comunicazione
Riserva di Biosfera “Alpi Ledrensi e Judicaria”

valori della Riserva di Biosfera, intraprendere percorsi virtuosi di miglioramento continuo verso lo sviluppo sostenibile.

- le associazioni di volontariato ed il terzo settore, che rappresentano il tessuto sociale delle comunità delle Alpi Ledrensi e Judicaria, i soggetti che mettono quotidianamente in pratica i principi di sviluppo sostenibile (ambientale, etico e sociale) sostenuti dal programma MAB e possono quindi essere considerati dei partner importanti per lo sviluppo di progetti della Riserva di Biosfera e per la divulgazione dei valori delle Alpi Ledrensi e Judicaria.
- i media locali: sarà importante instaurare una relazione continuativa con i media locali, affinché questi inizino ad identificare la Riserva di Biosfera Alpi Ledrensi e Judicaria del come un soggetto attivo del territorio (e non solo un riconoscimento ottenuto), rilanciando i comunicati stampa emanati, ma anche correlando alla Riserva di Biosfera tutti i contenuti originali che sviluppano inerenti le Alpi Ledrensi e Judicaria ed i valori perseguiti dal programma UNESCO. Sarà inoltre importante far comprendere ai media locali la differenza fra Riserva di Biosfera e Reti di Riserve al fine di non creare confusione nella comunità locale.

4.2 Target esterni alla Riserva di Biosfera

Il principale target esterno alla Riserva di Biosfera sono tutti i **potenziali visitatori** (i turisti) dei 4 ambiti turistici che fanno parte delle Alpi Ledrensi e Judicaria (Garda Trentino, Val di Ledro, Terme di Comano – Dolomiti di Brenta, Valle del Chiese), in ambito nazionale ed internazionale. Il Piano di Comunicazione deve cercare di incrementare il desiderio di visitare le Alpi Ledrensi e Judicaria in modo sostenibile per apprezzarne i valori che lo hanno reso Riserva di Biosfera. Inoltre importanti target esterni del Piano di Comunicazione sono anche i tour operator, gli opinion leader turistici (es. blogger), i media specializzati nel settore del turismo. Il turismo sostenibile può far emergere il valore aggiunto del programma MAB UNESCO, ovvero un approccio integrato di conservazione attiva della natura e di valorizzazione della cultura tradizionale delle comunità locali. Il

Piano Triennale della Comunicazione
Riserva di Biosfera "Alpi Ledrensi e Judicaria"

recente "Piano d'Azione di Lima", che orienta l'operato del Programma MAB UNESCO nel periodo 2016-2026, conferma come il turismo sostenibile possa essere un valido mezzo attraverso cui le Riserve di Biosfera assolvono ad alcune delle proprie funzioni principali:

- funzione di sviluppo: il turismo sostenibile è fonte di reddito per le popolazioni locali, genera benessere, qualità della vita e contrasta fenomeni di emigrazione e abbandono da territori periferici.
- funzione educativa: il turismo offre la possibilità di mostrare al mondo le buone pratiche di sostenibilità attuate all'interno della Riserva di Biosfera, stimolando nei visitatori il desiderio di replicarle anche nei loro territori e comunità di provenienza. Inoltre attraverso l'apprezzamento da parte dei turisti per i valori e le eccellenze della Riserva di Biosfera, ne viene facilitato anche l'apprezzamento da parte dei residenti. Non sempre infatti chi risiede in un'area riconosciuta dal Programma MAB ha la capacità di comprenderne il valore (forse per l'abitudine al bello) e solo grazie agli occhi dei turisti può davvero apprezzare l'ambito in cui vive e quindi impegnarsi a tutelarlo e valorizzarlo.
- funzione logistica: Il turismo sostenibile mettendo al centro di una strategia economica le eccellenze naturali e culturali specifici di un territorio, che ne diventano capitale fisso e leva competitiva non replicabile altrove, favorisce la percezione del valore della Biosfera - economico e non solo - da parte delle comunità locali, le quali saranno quindi motivate e proattive anche a supportare quanto necessario mettere in atto per garantire la funzione di conservazione della Riserva.

In fine, ma non meno importante, il Piano di Comunicazione della Riserva di Biosfera dovrà saper comunicare l'agire della Riserva di Biosfera a **tutti soggetti afferenti alla rete mondiale MAB UNESCO** e, contemporaneamente cercare di instaurare con essi un dialogo collaborativo.

5. ATTIVITA' E STRUMENTI DI COMUNICAZIONE

5.1 Centri Visita MIDAS ⁸

Sul territorio della Riserva di Biosfera sono già presenti diversi “centri visitatori” ed “uffici di informazione turistica”, per tanto in coerenza a quanto previsto nella Linee Guida IUCN “Managing MIDAs – Harmonising the management of Multi-Internationally Designated Areas: Ramasar Sites, World Heritage sites, Biosphere Reserves, UNESCO Global Geoparks” ⁹, è opportuno adoperarsi affinché tali uffici, così come quelli che verranno creati in futuro, si strutturino per fornire maggiormente ed in modo più consapevole e proattivo, informazioni e servizi di approfondimento culturale e fruizione in merito a tutti i riconoscimenti UNESCO presenti sul territorio (Riserva di Biosfera Alpi Ledrensi e Judicaria, Heritage Siti Palafitticoli, Heritage Dolomiti di Brenta, Geoparco Adamello Brenta), sottolineandone e valorizzandone le connessioni.

La creazione di uno o più Centri Visitatori MIDAS, in rete tra loro, sarebbero quindi un importante strumento soprattutto per informare e sensibilizzare le comunità locali e turisti, sui motivi per cui il territorio è stato riconosciuto dell'UNESCO attraverso le varie forme di designazione internazionale, illustrando con chiarezza gli obiettivi specifici associati a ciascuna di esse. Le comunità locali e i visitatori, infatti, spesso non riescono a capire perché un'area abbia diverse riconoscimenti UNESCO, ritenendo talvolta, erroneamente, ridondante e ottenendo quindi una perdita di valore anziché un incremento.

I Centri Visitatori MIDAS devono quindi essere chiari testimoni di questa “ricchezza” sottolineata dai vari riconoscimento UNESCO, sia in termini comunicativi (ad esempio esponendone in modo chiaro ed evidente tutti i loghi UNESCO nelle insegne esterne ed in tutti gli strumenti di comunicazione), sia in di

⁸ UNESCO Multi-Internationally Designated Areas

⁹ <https://portals.iucn.org/library/sites/library/files/documents/2016-033.pdf>

Piano Triennale della Comunicazione
Riserva di Biosfera “Alpi Ledrensi e Judicaria”

trasmissione di conoscenza, attraverso specifici allestimenti multimediali e/o attività didattiche, laboratoriali ed escursioni.

Tanto più le attività proposte dai Centri Visitatori MIDAS sapranno essere innovative, educative, semplici e divertenti, tanto più anche i centri stessi potranno divenire delle attrazioni, punti di riferimento e tappe apprezzate di una visita sul territorio.

In fine, i Centri Visitatori MIDAS avranno anche il compito di monitorare e gestire il numero dei visitatori nelle aree più sensibili dei vari riconoscimenti UNESCO presenti sul territorio, al fine di salvaguardare la conservazione e l'integrità ambientale e sviluppare strategie e piani per un turismo sostenibile.

5.2 Sito web

Attualmente è in fase di realizzazione il sito web della Riserva di Biosfera “Alpi Ledrensi e Judicaria”. Nel sito web sarà importante garantire sessioni e funzioni dedicate all'aggiornamento su ciò che è in atto sul territorio, così come strumenti per favorire il coinvolgimento e l'interazione di tutti gli stakeholders: andranno inseriti i collegamenti in Homepage ai profili social della Riserva di Biosfera (Facebook, Instagram, YouTube) ed i plug-in per poter condividere sui social i contenuti delle pagine interne del sito, così come la possibilità di iscriversi alla Newsletter. Andranno inoltre inseriti dei riferimenti su “come arrivare” nelle Alpi Ledrensi e Judicaria (viabilità e principali connessioni con aeroporti e stazioni) e a chi rivolgersi per avere ospitalità e servizi nel territorio (ad esempio attraverso un link ai servizi di promozione turistica di altri Enti Pubblici).

Le principali sessioni del sito dovranno essere disponibili anche in inglese e tedesco, al fine di favorirne la consultazione anche da parte dei potenziali visitatori stranieri.

Sarebbe opportuno inoltre istituire una sessione “ufficio stampa” in cui far trovare tutto i contenuti (testi, immagini, video) utili ai media per realizzare articoli sulla Riserva di Biosfera Alpi Ledrensi e Judicaria. Andrebbe inoltre organizzata una sezione “materiali” in cui far confluire tutti i documenti scaricabili relativi alla

Piano Triennale della Comunicazione
Riserva di Biosfera “Alpi Ledrensi e Judicaria”

Riserva di Biosfera MAB UNESCO organizzati per funzionalità (es. dossier di candidatura, documenti Piano di Gestione, locandine eventi, ecc.).

Il sito Internet della Riserva di Biosfera deve essere costantemente aggiornato secondo una strategia redazionale che prevede la pubblicazione di news, con un mix equilibrato di notizie che riguardano iniziative ed eventi inerenti le Alpi Ledrensi e Judicaria e approfondimenti (privi di specifica connessione temporale) sui valori naturali ed antropici che hanno portato questo territorio ad ottenere il riconoscimento MAB UNESCO. Le news andranno rilanciate attraverso i social media della Riserva di Biosfera al fine di creare coinvolgimento e “traffico web” sul sito della Riserva di Biosfera. Gli articoli delle news dovrebbero poter essere catalogati secondo le seguenti categorie¹⁰:

- Iniziative ed eventi nella Riserva di Biosfera Alpi Ledrensi e Judicaria
- Relazioni con la rete MAB UNESCO
- I valori identitari della Riserva di Biosfera Alpi Ledrensi e Judicaria
- Interviste/testimonianze agli ambasciatori della Riserva di Biosfera (imprenditori, amministratori, giovani, ecc.)
- Strumenti e progetti della Riserva di Biosfera Alpi Ledrensi e Judicaria
- Vita istituzionale della Riserva di Biosfera (convocazione governance, decisioni, rinnovo cariche di rappresentanza, ecc.)
- Aggiornamenti sullo stato di attuazione dei progetti che fanno parte della banca progetti della Riserva di Biosfera Alpi Ledrensi e Judicaria
- La biodiversità della Riserva di Biosfera Alpi Ledrensi e Judicaria (in connessione a quanto già promosso dalle Reti di Riserve e dal PNAB)
- Uomo e natura insieme nella Riserva di Biosfera Alpi Ledrensi e Judicaria
- Progetti di altri Enti, associazioni in corso nel territorio della Riserva di Biosfera Alpi Ledrensi e Judicaria

Questo piano redazionale così strutturato, e rafforzato dalla collaborazione con i canali social e la Newsletter della Riserva di Biosfera, dovrebbe consentire al

¹⁰ A titolo esemplificativo, non esaustivo.

Piano Triennale della Comunicazione
Riserva di Biosfera “Alpi Ledrensi e Judicaria”

sito internet di divenire il punto di riferimento della Riserva di Biosfera, sia per chi ne cerca contenuti per la prima volta (la pubblicazione di articoli consentirà una buona indicizzazione sui motori di ricerca) sia per chi vuole rimanervi in contatto. Si suggerisce dunque di provvedere al più presto alla pubblicazione online del sito della Riserva di Biosfera Alpi Ledrensi e Judicaria.

5.3 Newsletter

La Newsletter della Riserva di Biosfera dovrà essere per lo più correlata agli articoli pubblicati sul sito internet a cui rimanderà sempre per approfondimento. Si prevede di inviare periodicamente tramite un software specializzato (ad esempio Mailchimp) che consente di avere informazioni sui comportamenti di apertura e di lettura degli utenti iscritti alla mailing-list. Tali informazioni verranno utilizzate sia per ottimizzare eventuali re-inviati della newsletter (a chi non la avesse aperta la prima volta ad esempio), sia in merito alle tipologie di news più apprezzate (per calibrare meglio la scelta di quelle da segnalare nei numeri successivi).

Raggiunto un numero di utenti significativo (almeno 1.000) sarà opportuno proporre agli iscritti alla newsletter una profilazione, attraverso cui gli stessi indicheranno a che tipo di contenuti/aggiornamenti siano maggiormente interessati¹¹; da quel momento in avanti dovranno essere inviate più newsletter distinte specifiche per le diverse tipologie di interesse (ad esempio: iniziative ed eventi, approfondimenti scientifici, turismo, ...).

5.4 Social media

È già stata avviata la presenza della Riserva di Biosfera su Facebook. Si suggerisce di procedere all'attivazione anche di un canale YouTube e di un profilo Instagram della Riserva di Biosfera al fine di dare visibilità alla stessa su tutti i social media ed intercettare diversi target di utenti. Gli strumenti social

¹¹ Funzionalità proposta in automatico dal software Mailchimp.

Piano Triennale della Comunicazione
Riserva di Biosfera “Alpi Ledrensi e Judicaria”

dovranno essere gestiti con aggiornamenti frequenti – per quanto riguarda Facebook e Instagram quasi quotidiani - e per lo più correlati agli articoli/news pubblicati sul sito web, ma anche finalizzati a rilanciare post, video ed immagini degli Enti Pubblici (Rete di Riserve, PNAB, Comuni, PAT, istituzioni scolastiche) e dei principali stakeholders del territorio. Per favorire una comunicazione trasversale in grado di intercettare diverse tipologie di utenti si consiglia di pubblicare sia post in italiano sia post in inglese/tedesco, rilanciando i principali post delle pagine social del programma MAB UNESCO e/o di altre Riserve di Biosfera, ma anche ideando/replicando post ex novo direttamente in lingua straniera.

5.5 Campagne pubblicitarie web

Le campagne pubblicitarie verranno pianificate per raggiungere tre distinti obiettivi:

- a) aumentare la conoscenza ed il coinvolgimento nella “vita” della Riserva di Biosfera Alpi Ledrensi e Judicaria da parte delle comunità locali;
- b) promuovere la partecipazione ad eventi e iniziative della Riserva di Biosfera;
- c) promuovere i valori della riserva a potenziali visitatori.

Le campagne pubblicitarie saranno prevalentemente programmate sul web (Facebook Advertising e Google Insights) per poterne segmentare dettagliatamente il target (età, residenza, interessi) e programmarne al meglio la diffusione (in occasione di eventi territoriali, peculiarità stagionali). Le campagne saranno finalizzate anche ad accrescere i follower della Riserva sui social media e gli iscritti alla newsletter. Si consiglia di ideare campagne pubblicitarie direttamente in lingua inglese e tedesca, in particolar modo per quanto riguarda la promozione integrata del territorio ai potenziali visitatori.

5.6 Video documentario

Oltre al video documentario già realizzato che racconta la Riserva di Biosfera “Alpi Ledrensi e Judicaria” e che sarà opportuno pubblicizzare sia attraverso gli strumenti di comunicazione della Riserva di Biosfera, sia mediante la sua messa

Piano Triennale della Comunicazione
Riserva di Biosfera "Alpi Ledrensi e Judicaria"

in rete sulle emittenti televisive locali e nazionali, è importante che vengano prodotti, attraverso delle estrapolazioni dal video documentario, anche dei video molto brevi (delle pillole da 30 - 120 secondi) al fine di poterli valorizzare al meglio anche attraverso i canali social della Riserva di Biosfera (Facebook, Youtube, Instagram). Tali video dovranno essere coerenti alle categorie definite per il piano redazionale del sito internet, ovvero relativamente ai progetti portati avanti nell'ambito delle Alpi Ledrensi e Judicaria, alle iniziative e agli eventi che vi vengono organizzati, nonché ovviamente agli specifici valori delle Alpi Ledrensi e Judicaria in termini di biodiversità, tradizioni e elementi culturali.

Molto efficaci appaiono essere, in termini di diffusione virale sul web i video che illustrano/consigliano come si fa una cosa ("how to!") o rispondono a domande particolari (do you know?). In tal senso si potrebbero realizzare dei video con:

- i 5 migliori luoghi/punti panoramici della Riserva della Biosfera in cui poter fotografare albe/tramonti "mozzafiato";
- le principali ricette correlate ai prodotti tipici delle Alpi Ledrensi e Judicaria (es. ricette partecipanti al concorso Upvivium);
- le 5 feste/sagre tradizionali da non perdere per nessuna ragione;
- le regole d'oro per un'escursione in montagna nelle Alpi Ledrensi e Judicaria.

5.7 Ufficio Stampa

L'attività di ufficio stampa dovrà essere svolta in modo coordinato e strettamente collaborativo con quelle già svolte dalle Reti di Riserve, dal PNAB, dal BIM Sarca Mincio Garda, dalla Provincia autonoma di Trento e dalle Amministrazioni Locali coinvolte nella governance della Riserva di Biosfera. In particolare andrà potenziata la comunicazione sui media locali di notizie riguardanti la Riserva di Biosfera "Alpi Ledrensi e Judicaria" affinché venga distinta dagli Enti di tutela ambientale già esistenti, in particolar modo dalle Reti di Riserve, e venga maggiormente colta la dimensione internazionale del riconoscimento MAB UNESCO.

L'ufficio stampa della Riserva di Biosfera dovrà dunque essere gestito con modalità costanti e proattive, inoltrando comunicati stampa e contenuti

Piano Triennale della Comunicazione
Riserva di Biosfera “Alpi Ledrensi e Judicaria”

multimediali differenziati a diverse liste di media e stakeholders segmentati per area geografica di riferimento e coerenza settoriale al contenuto dell'informazione trasmessa, tra questi vi saranno certamente i media locali, i media nazionali operanti in settori connessi ai valori della Riserva di Biosfera Alpi Ledrensi e Judicaria, i media internazionali correlati al programma MAB UNESCO (in primis i media del programma stesso). Per gli eventi e le iniziative principali dovranno anche essere indette apposite conferenze stampa.

5.8 Portale web #MeetTheBiosphere

Un approccio comunicativo informale, libero dagli schemi della comunicazione istituzionale, crea empatia fra gli utenti aumentando il loro coinvolgimento. Come emerso dallo studio Incipit “Opportunità turistiche derivanti dalla Riserva della Biosfera UNESCO Alpi Ledrensi e Judicaria” si propone dunque di creare un portale web “informale” della Riserva di Biosfera (#MeetTheBiosphere), che si affianca al sito web istituzionale integrandosi con gli altri strumenti di comunicazione della Riserva di Biosfera, ma che allo stesso tempo sia autonomo da un punto di vista grafico e soprattutto comunicativo. Tale approccio, adottato localmente anche da altre istituzioni locali quali, per esempio, la Cassa Rurale Giudicarie Valsabbia Paganella con l'implementazione del sito www.prendilvolo.it, permette di trasmettere in modo efficace il messaggio che la Riserva di Biosfera “Alpi Ledrensi e Judicaria” non è una nuova istituzione, un ente, un'organizzazione, quanto piuttosto un riconoscimento che, per essere efficacemente comunicato, ha bisogno delle persone, delle associazioni, delle imprese e di tutti i principali operatori che vivono quotidianamente il territorio delle Alpi Ledrensi e Judicaria. Si propone dunque di dar vita ad un portale web capace di raccogliere esperienze, storie, testimonianze di persone che quotidianamente sperimentano e interpretano il rapporto uomo – ambiente aderendo agli obiettivi di sostenibilità che stanno alla base del programma MAB UNESCO. Il payoff proposto “MeetTheBiosphere” intende dar voce proprio a tale messaggio mettendo al centro le persone che sono chiamate ad incontrare la Riserva di Biosfera attraverso le loro azioni quotidiane di sostenibilità. Il payoff “MeetTheBiopshere” potrà inoltre essere utilizzato per le cosiddette azioni di

Piano Triennale della Comunicazione
Riserva di Biosfera “Alpi Ledrensi e Judicaria”

“guerrilla marketing”, azioni pubblicitarie a basso budget, attuate attraverso tecniche di comunicazione non convenzionali per colpire l'immaginario e stimolare la curiosità degli utenti.

5.9 Festa di compleanno

Per celebrare il riconoscimento MAB UNESCO potrebbe essere istituita la ricorrenza del compleanno della Riserva di Biosfera (15 giugno). L'iniziativa costituirebbe un'importante occasione per coinvolgere e sensibilizzare la comunità locale ed i visitatori della Riserva di Biosfera in merito alle motivazioni del riconoscimento MAB UNESCO del territorio Alpi Ledrensi e Judicaria. Inoltre il compleanno potrebbe diventare un importante appuntamento della Riserva di Biosfera in cui illustrare e rendicontare i risultati delle principali attività realizzate e pubblicizzare le iniziative in essere e/o programmate connesse al riconoscimento MAB UNESCO. Potrebbe inoltre essere l'occasione per invitare rappresentanti di altre Riserve di Biosfera con cui avviare nuove progettualità.

5.10 Ambasciatori della Riserva di Biosfera

Con il progetto “Ambasciatori della Riserva di Biosfera” si intende individuare e ingaggiare (gratuitamente) personalità di spicco del territorio trentino (sportivi, artisti, ricercatori, giornalisti, imprenditori, ecc.), capaci di trasmetterne l'identità con autenticità e autorevolezza e al tempo stesso favorire il senso di appartenenza, stimolarne la visita e la conoscenza alla Riserva di Biosfera. Vanno inoltre individuati e promossi Testimoni/Ambasciatori della Riserva di Biosfera, attinti dalle comunità locali, che possano tradurre autenticità e autorevolezza legata all'identità e al senso di appartenenza. In particolare, secondo quanto emerso dal Forum Mondiale dei Giovani MAB UNESCO, andranno nominati dei giovani ambasciatori della Riserva di Biosfera con lo scopo di rafforzare la rappresentatività e il coinvolgimento dei più giovani nella vita della Riserva di Biosfera.

Gli “ambasciatori” verranno intervistati in merito alla loro “esperienza” di vita e/o lavoro nelle Alpi Ledrensi e Judicaria. A tali interviste verrà dato spazio sugli strumenti di comunicazione della Riserva di Biosfera (articolo sul sito web, rilancio

Piano Triennale della Comunicazione
Riserva di Biosfera "Alpi Ledrensi e Judicaria"

sui canali social e newsletter) quindi verrà chiesto agli stessi ambasciatori di rilanciare l'intervista sui loro canali di comunicazione (in modo da ottenere una importante audience). Agli ambasciatori verrà rilasciato l'attestato di "ambasciatore della Riserva di Biosfera delle Alpi Ledrensi e Judicaria", che non ha alcun valore, se non quello simbolico e comunicativo.

5.11 Iniziative per far cogliere il potenziale del network MAB UNESCO

Sarà molto importante organizzare dei momenti di informazione e sensibilizzazione sul territorio della Riserva di Biosfera, rivolti sia a specifiche categorie di portatori di interesse, sia in termini generali alla popolazione residente ed ai turisti. In particolare devono essere pensati dei momenti di approfondimento della Riserva di Biosfera nell'ambito dei principali "contenitori di eventi" del territorio (rassegne, fiere/sagre, eventi). In particolare sarebbe opportuno organizzare con cadenza annuale seminari, convegni e workshop ai quali invitare ospiti e relatori di altre Riserve di Biosfera italiane e straniere al fine di far conoscere le loro esperienze facendoli dialogare con gli stakeholder del territorio. Le tematiche di tali iniziative andranno concordate dal Tavolo di Indirizzo e dovranno riprendere i principali elementi di valori della Riserva di Biosfera Alpi Ledrensi e Judicaria già evidenziati in fase di candidatura, quali, per esempio, la gestione collettiva dei "beni comuni", la cooperazione e l'autonomia.

5.12 Mostre itineranti

Nel 2017 è stata inaugurata la mostra itinerante "Uomini, boschi e prati: paesaggi dell'umanità" che è già stata allestita in alcune location delle Alpi Ledrensi e Judicaria al fine di sensibilizzare la comunità locale in merito al profondo rapporto uomo ambiente che sta alla base del riconoscimento Riserva di Biosfera MAB UNESCO. Sarà molto importante allestire la mostra itinerante in altre location della Riserva di Biosfera promuovendola in particolar modo negli Istituti Scolastici affinché venga visitata da un maggior numero di studenti. Un'altra azione di promozione potrebbe essere rivolta alle associazioni culturali del

Piano Triennale della Comunicazione
Riserva di Biosfera “Alpi Ledrensi e Judicaria”

territorio affinché invitino i propri soci a visitare la mostra e farsene promotori all'interno delle comunità. Infine, in un secondo momento, la mostra potrà essere allestita in luoghi ad alta frequentazione turistica e/o nei principali centri culturali/musei della provincia di Trento (es. MUSE) al fine di promuovere la Riserva di Biosfera “Alpi Ledrensi e Judicaria” anche al di fuori del bacino locale di utenza mostrandola ad un pubblico più ampio.

Inoltre altre mostre potrebbero essere realizzate e promosse sia per l'approfondimento dei caratteri scientifici sia per stimolare creatività in ambito artistico connessa alla relazione uomo biosfera.

5.13 Concorsi video-fotografici

Il Programma MAB UNESCO ha recentemente stretto una collaborazione con Wikipedia nell'ambito del progetto “Wiky loves earth” (<http://wikilovesearth.org>), un concorso fotografico internazionale, con cadenza annuale, a cui possono accedere solo foto scattate (secondo criteri Wikimedia Commons) in Riserve di Biosfera o in aree protette con lo scopo di promuoverle. Sarebbe importante promuovere questo concorso coinvolgendo i fotografi, gli appassionati di fotografia e le associazioni culturali del territorio delle Alpi Ledrensi e Judicaria affinché vi aderiscano e, più in generale, partecipino tutte le iniziative che intendono comunicare i valori della Riserva di Biosfera attraverso video e immagini. La diffusione mondiale del canale “Wiky loves earth” è infatti decisamente significativa e ad oggi le Riserve di Biosfera italiane non stanno ancora valorizzando adeguatamente questa opportunità al contrario di altre nazioni¹². Le fotografie utilizzate dovranno saper raccontare in modo autentico il territorio della Riserva di Biosfera, senza cadere in facili escamotage di marketing territoriale che falsificano la realtà di un luogo. Infatti, il grado di soddisfazione del turista è inversamente proporzionale alla divergenza tra immagine proposta e realtà percepita.

¹² <http://wikilovesearth.org/en/stats/>

5.14 Inno della Riserva di Biosfera

Le comunità della Riserva di Biosfera Alpi Ledrensi e Judicaria possiedono un ricco patrimonio musicale e canoro che è testimoniato dalla presenza nel territorio di numerosi cori, bande ed istituti musicali. Sarebbe dunque importante ideare e promuovere un concorso rivolto a cori, bande, istituti musicali, ecc. del territorio per la creazione/composizione di musiche, testi, canzoni ispirate ai valori della Riserva di Biosfera che sappiano restituire in forma artistica il senso profondo del rapporto uomo/ambiente. L'inno rimarrà quale patrimonio della collettività della Riserva di Biosfera e potrà essere suonato/cantato in ogni occasione/evento promosso dalla Riserva di Biosfera Alpi Ledrensi e Judicaria.

5.15 Quiz della Riserva di Biosfera (MaB Quiz)

La comunicazione attraverso attività ed intrattenimenti è estremamente efficace nel veicolare le informazioni e generare “engagement” con l'audience. Per tale ragione, come emerso dallo studio Incipit “Opportunità turistiche derivanti dalla Riserva della Biosfera UNESCO Alpi Ledrensi e Judicaria”, si propone di realizzare un sistema di gamification alla comunicazione formale della Riserva della Biosfera, con il quale le informazioni base da trasmettere siano gestite e comunicate attraverso delle attività ludiche on line. Si propone dunque di sviluppare un “quiz della Riserva di Biosfera” che informi gli utenti (turisti, ma anche residenti) sulle peculiarità naturali, culturali e storiche che sono alla base del riconoscimento MAB UNESCO e che li possa mettere in contatto con l'offerta locale. Il quiz, che potrà essere diffuso sul sito web e attraverso gli strumenti social della Riserva di Biosfera, potrà essere connesso a forme di premialità in grado di incentivarne la diffusione.

5.16 Flyer e brochure

La Riserva di Biosfera Alpi Ledrensi e Judicaria si è già dotata di un flyer in italiano che illustra in modo sintetico i principali valori riconosciuti al territorio dal programma MAB UNESCO (gli ambienti, la natura, i monumenti e i manufatti tipici del luogo, il lavoro dell'uomo, l'ospitalità) e le caratteristiche della Riserva di Biosfera (zonizzazione, funzioni della Riserva di Biosfera, ecc.). Tale flyer dovrà

Piano Triennale della Comunicazione
Riserva di Biosfera “Alpi Ledrensi e Judicaria”

essere tradotto anche in inglese e tedesco per essere distribuito non solo ai residenti, ma anche ai numerosi ospiti italiani e stranieri che ogni anno frequentano il territorio e le zone limitrofe spesso inconsapevoli del fatto di essere in un territorio riconosciuto a livello internazionale.

La Riserva di Biosfera dovrà altresì dotarsi di una brochure da distribuire in occasione di eventi speciali quali convegni, seminari, fiere in cui si presenta la Riserva di Biosfera Alpi Ledrensi e Judicaria. Tale pubblicazione andrà realizzata in italiano, inglese e tedesco, su carta patinata¹³ a colori, e dovrà contenere almeno 12 facciate in formato A4 così suddivise:

- Prima di copertina (loghi istituzionali, nome brochure, foto emozionale)
- 2 facciate dedicate all'organismo Riserva di Biosfera (programma MAB UNESCO; perimetrazione/zonizzazione, funzioni, governance...)
- 2 facciate dedicate ai valori della biodiversità delle Alpi Ledrensi e Judicaria
- 2 facciate dedicate ai valori antropici delle Alpi Ledrensi e Judicaria (lavori, tradizioni, prodotti tipici, ecc.)
- 2 facciate dedicate agli elementi storici/architettonici/culturali (musei, monumenti, centri storici, ecc.)
- 2 facciate dedicate alle possibilità di fruizione della Riserva di Biosfera (attività outdoor, turismo esperienziale di comunità, ecc.)
- Ultima di copertina (contatti e come arrivare)

5.17 Pannelli informativi stradali

Mediante la realizzazione ed installazione di pannelli informativi stradali, si intende far conoscere e comunicare in modo diffuso le eccellenze delle Alpi Ledrensi e Judicaria dal punto di vista del riconoscimento a Riserva di Biosfera MAB UNESCO. L'azione di comunicazione sarà rivolta sia alle comunità locali, per accrescerne la consapevolezza dell'importante riconoscimento e stimolarne la

¹³ Su stampa certificata PEFC o FSC

Piano Triennale della Comunicazione
Riserva di Biosfera "Alpi Ledrensi e Judicaria"

partecipazione ad una loro tutela attiva, sia ai turisti, e più in generale alle persone di passaggio, per informarli sui valori che, spesso nascosti o poco riconoscibili, le Alpi Ledrensi e Judicaria possono offrire loro in termini culturali e ambientali.

I pannelli informativi verranno installati lungo le principali arterie stradali della Riserva di Biosfera Alpi Ledrensi e Judicaria (porte della Riserva di Biosfera) e lungo l'asse autostradale Verona – Brennero (già in fase di realizzazione). Si suggerisce di sviluppare tre tipologie di pannelli:

- Pannelli identificativi. Sotto i pannelli di identificazione geografica comunale dei Comuni della Riserva di Biosfera verranno posizionati dei cartelli, identici tra loro, riportanti i loghi di UNESCO, Programma MAB, Riserva di Biosfera Alpi Ledrensi e Judicaria oltre alla scritta "COMUNE DELLA RISERVA DI BIOSFERA ALPI LEDRENSI E JUDICARIA". Il messaggio, in questo caso, è diretto a comunicare un senso di appartenenza.
- installazione in punti di sosta. Questa tipologia di pannello incorpora elementi del luogo, immagini riconoscibili e immediate dei valori della Riserva di Biosfera e una loro breve spiegazione. I contenuti sono divisi in due elementi distinti:
 - Una porzione del pannello sarà comune a tutti i pannelli e tratterà la Riserva nel suo insieme: questa porzione non occuperà oltre il 30% della superficie;
 - una descrizione dei valori del luogo specifico e il contributo da esso fornito al mosaico dei valori della Riserva: tale parte occuperà il 70% della superficie.
- installazione lungo strada in tratte ad alta percorrenza. Si tratta di pannelli che invitano all'esplorazione del territorio. Tali pannelli rappresenteranno valori naturali e culturali della Riserva di Biosfera che siano al contempo tipici del Comune in cui tali pannelli verranno installati. In questo caso i pannelli conterranno un'immagine che inviti alla conoscenza del territorio, uno slogan o un messaggio che faccia riferimento ai valori dell'area. Lungo strade secondarie o al fine di ridurre

Piano Triennale della Comunicazione
Riserva di Biosfera "Alpi Ledrensi e Judicaria"

gli impatti sul paesaggio è possibile prevedere pannelli di dimensioni inferiori purché mantengano il medesimo fattore di forma (2:3).

5.18 Carta illustrata

Va sviluppata una carta illustrata con finalità esclusivamente promozionali, dove mettere in evidenza alcune delle attrazioni delle Alpi Ledrensi e Judicaria. Tale carta illustrata dovrebbe essere stampata su supporti "poveri" per favorirne un'ampia diffusione, ad esempio attraverso un blocco a strappo in formato A3 oppure producendola sotto forma di "tovaglietta" da pranzo da distribuire gratuitamente a lunch-bar, pizzerie presenti sul territorio. Questa azione consentirebbe anche ai turisti che hanno scelto l'area per altre tipologie di vacanza (es. vacanza termale, vacanza balneare, ecc.) di avere una immediata percezione del valore del territorio delle Alpi Ledrensi e Judicaria nel suo complesso stimolandoli a fare anche delle visite nelle aree interne durante il loro soggiorno o a programmare un'altra vacanza specifica.

5.19 Mappa turistica

È importante giungere in tempi rapidi alla pubblicazione di un'unica mappa turistica della Riserva di Biosfera Alpi Ledrensi e Judicaria, che evidenzia tutte le principali modalità di fruizione e collegamento tra le varie zone della stessa (viabilità ordinaria, piste ciclabili, sentieri, trasporti pubblici) oltre che i principali servizi turistici presenti. Tale mappa è di fatto un altro importante elemento fondante della Riserva di Biosfera. Nella mappa potrebbe inoltre essere evidenziato il "Grand Tour della Riserva di Biosfera", un itinerario ad anello che in una giornata di auto permetta di toccare tutti i principali punti di interesse della Riserva di Biosfera viaggiando lungo i percorsi stradali esistenti.

5.20 Roll-up banner

Prevedendo numerose occasioni pubbliche per promuovere la Riserva di Biosfera Alpi Ledrensi e Judicaria si ritiene opportuno realizzare alcuni semplici strumenti per presidiare sale o corner interni a stand fieristici, quali roll-up o stendardi autoreggenti. Rispetto al roll-up banner già realizzato dalla Riserva di Biosfera, si suggerisce di realizzarne altri, in formati e dimensioni differenti, da

Piano Triennale della Comunicazione
Riserva di Biosfera “Alpi Ledrensi e Judicaria”

distribuire nel territorio in particolar modo ai soggetti che si occupano di organizzare eventi/manifestazioni coerenti ai valori della Riserva di Biosfera MAB UNESCO (associazioni, scuole, Enti turistici, Pro Loco, ecc.).

5.21 Bandiera

Si ritiene opportuno realizzare una bandiera della Riserva di Biosfera per pennoni da edifici, da affiggere ad esempio presso i Municipi della Riserva di Biosfera, nei rifugi, negli uffici di accoglienza turistica, ma anche ad esempio presso esercizi commerciali (camping, hotel) che sono nella Riserva di Biosfera.

5.22 Gadget

Dando continuità ai gadget già realizzati (magliette, penne, ecc.) dalla Riserva di Biosfera “Alpi Ledrensi e Judicaria”, andranno realizzati altri gadget della Riserva di Biosfera per garantire una efficace azione di marketing territoriale, valorizzando l'esperienza di chi è stato nelle Alpi Ledrensi e Judicaria. Inoltre sarebbe necessario favorire la vendita di tali gadget riportanti il brand della Riserva di Biosfera non solo presso i centri di informazione turistica o bookshop dei musei del territorio, ma anche presso strutture ricettive e negozi specializzati.

Tra i gadget suggeriti vi sono senza dubbio quelli legati all'abbigliamento tecnico (T-shirt, cappello, felpa, bandana, impermeabile, borraccia, zainetto, spilla, adesivi, stemmi per bastoni) o agli accessori connessi alle principali vocazioni turistiche del territorio (outdoor, bike, nordic walking, pesca, arrampicata, ...). Questa scelta consente infatti la diffusione del brand in successive situazioni/luoghi dove tali attività outdoor sono praticate, quindi il gadget può essere notata da altri soggetti potenzialmente interessati ad una esperienza nelle Alpi Ledrensi e Judicaria.

5.23 Tool-kit “Sense of Place”

Sarà molto importante affiancare all'azione comunicativa anche delle attività formative, rivolte specifiche tipologie di stakeholders locali (a titolo esemplificativo ma non esaustivo: operatori turistici, imprese agricole e agroalimentari, imprese di allevamento, ristoratori, imprese sociali, insegnanti, funzionari di Enti locali, associazioni ricreative - culturali, ASUC e gestori beni

Piano Triennale della Comunicazione
Riserva di Biosfera “Alpi Ledrensi e Judicaria”

collettivi, ...). Tali attività formative saranno organizzate sotto forma di seminari (con cadenza annuale, prevedendo quindi anche aggiornamenti) finalizzati a:

- far conoscere i valori territoriali che sottendono al riconoscimento MAB UNESCO delle Alpi Ledrensi e Judicaria
- dare stimoli per una partecipazione alla tutela attiva della Riserva di Biosfera;
- offrire contenuti per valorizzare nella propria attività l'essere «Riserva di Biosfera» e cogliere le opportunità della green-economy.

Seguendo l'esempio del progetto “Sense of place” realizzato dalla Riserva di Biosfera “Galloway and Southern Ayrshire” in Scozia (<http://www.gsabiosphere.org.uk/get-involved/sense-of-place/>) e dei manuali per gli operatori realizzata dalla Riserva di Biosfera del Delta de Po (<http://www.biosferadeltapo.org/documentazione-e-download/>), i percorsi formativi saranno incentrati nella realizzazione di specifici tool-kit e nella loro diffusione e assistenza all'utilizzo. I tool-kit sono supporti didattici (e-book) che affiancano alle nozioni esempi concreti di buone pratiche fatte in altre Riserve di Biosfera e strumenti attuativi “pronti per l'uso” per replicarle.

5.24 Educational tour per operatori del territorio

Un educational tour è un soggiorno guidato alla scoperta di una località organizzato in modo tale da far vivere agli ospiti delle esperienze dirette ed autentiche. È opportuno organizzare alcuni educational tour di una giornata rivolti agli stakeholders della Riserva di Biosfera finalizzati a far loro conoscere le principali attrazioni/eccellenze del territorio della Riserva di Biosfera nella sua interezza. Tali educational tour andranno realizzati in primis per le scuole attraverso l'organizzazione di gite scolastiche finalizzate a far conoscere agli studenti i valori di tutto il territorio della Riserva di Biosfera, ma anche per gli operatori turistici, le associazioni, le guide alpine/accompagnatori, ecc. Gli educational tour potranno essere organizzati in modo coordinato con altri Enti e soggetti impegnati nella promozione del territorio delle Alpi Ledrensi e Judicaria (es, Reti di Riserve, PNAB, Enti turistici, Ecomuseo della Judicaria, ecc.).

5.25 Educational tour per giornalisti e tour operator

Ad integrazione dell'attività di ufficio stampa è opportuno organizzare periodicamente degli educational tour destinati ad un numero limitato di blogger e giornalisti specializzati su temi affini ai valori della Riserva di Biosfera o in alternativa a tour operator, agenti di viaggio, tour organizer, MICE specializzati nel turismo sostenibile.

5.26 Interazione con i canali di comunicazione del network MAB UNESCO

La presenza della Riserva di Biosfera Alpi Ledrensi e Judicaria deve essere corretta ed esaustiva su tutti gli strumenti di comunicazione messi a disposizione dall'UNESCO per i soggetti facenti parte del network MAB UNESCO. Si suggerisce dunque di interagire con i principali strumenti di comunicazione del programma MAB quali, per esempio, gli strumenti social (es. tag pagina FB del programma MAB, pubblicazione post in pagina FB MAB #isproudtoshare, ecc.). E' necessario inoltre aggiornare ed integrare le informazioni inerenti la Riserva di Biosfera Alpi Ledrensi e Judicaria sul portale UNESCO www.biospheresmart.org, attualmente parziali e incomplete¹⁴.

¹⁴ Tra gli aggiornamenti necessari, innanzitutto va fornito loro il collegamento al sito internet della Riserva di Biosfera non appena disponibile ed i confini corretti, inviando gli shapefile della perimetrazione e zonizzazione. Inoltre l'attuale “link alla candidatura” va fatto con il dossier di candidatura in inglese e non italiano come è attualmente.

6. CRONOPROGRAMMA ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE

ATTIVITA' /STRUMENTI	2018		2019				2020				2021	
	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II
5.1 Centri Visita MIDAS												
5.2 Sito web												
5.3 Newsletter												
5.4 Social media												
5.5 Campagne pubblicitarie web												
5.6 Video documentario												
5.7 Ufficio Stampa												
5.8 Portale web #MeetTheBiosphere												
5.9 Festa di compleanno												
5.10 Ambasciatori della Riserva di Biosfera												
5.11 Iniziative per far cogliere il potenziale del network MAB UNESCO												

Piano Triennale della Comunicazione
Riserva di Biosfera "Alpi Ledrensi e Judicaria"

ATTIVITA' /STRUMENTI	2018		2019				2020				2021	
	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II
5.12 Mostra itinerante												
5.13 Concorsi video-fotografici												
5.14 Inno della Riserva di Biosfera												
5.15 Quiz della Riserva di Biosfera (MaB Quiz)												
5.16 Flyer e brochure												
5.17 Pannelli informativi stradali												
5.18 Carta illustrata												
5.19 Mappa turistica												
5.20 Roll-up banner												
5.21 Bandiera												
5.22 Gadget												
5.23 Tool-kit "Sense of Place"												

Piano Triennale della Comunicazione
Riserva di Biosfera "Alpi Ledrensi e Judicaria"

ATTIVITA'/STRUMENTI	2018		2019				2020				2021	
	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II
5.24 Educational tour per operatori del territorio												
5.25 Educational tour per giornalisti e tour operator												
5.26 Interazione con i canali di comunicazione del network MAB UNESCO												

7. MONITORAGGIO DEL PIANO DI COMUNICAZIONE

Il monitoraggio del Piano di Comunicazione dovrà verificare la realizzazione delle azioni previste nei tempi indicati e la loro efficacia nel raggiungimento degli obiettivi strategici del Piano stesso. Se la prima modalità di monitoraggio è relativamente semplice, la seconda è più complessa perché non è facile verificare se l'azione comunicativa è riuscita a creare un senso diffuso di appartenenza alla Riserva di Biosfera nelle comunità locali e contemporaneamente contribuire ad aumentare i visitatori dell'area.

Si suggerisce per tanto di tenere costantemente monitorati i seguenti parametri:

- Statistiche di utilizzo del sito web della Riserva di Biosfera, attraverso lo strumento Google Analytics ed in particolare:
 - numero utenti/sessioni
 - Tempo medio di visita
 - Percentuale di rimbalzo
 - Provenienza geografica degli utenti
 - Percentuale di utenti provenienti da ricerca organica (motori di ricerca)
 - Percentuale di utenti provenienti da referral (siti in cui è posizionato un link al sito della Riserva di Biosfera)
- Statistiche di utilizzo della newsletter della Riserva di Biosfera, attraverso la reportistica di mailchimp ed in particolare:
 - Crescita degli iscritti alla newsletter
 - Tasso di apertura medio delle newsletter
 - Tasso di click medio dei contenuti della newsletter
 - Tasso di abbandono all'iscrizione alla Newsletter
- Performance dei social media ed in particolare:
 - Bacino di provenienza geografica
 - Tasso di interazione (condivisioni, like, commenti)
- Rassegna stampa generata da comunicati stampa inviati
- Numero di comunicati stampa ricevuti da soggetti del territorio della Riserva di Biosfera con richiesta di rilancio sugli strumenti di comunicazione della stessa.
- Numero di partecipanti agli eventi organizzati
- Mappatura dell'utilizzo degli strumenti di comunicazione realizzati (brochure, roll-up banner, gadget).