



Finanziato
dall'Unione europea
NextGenerationEU



MINISTERO
DELLA
CULTURA



COMUNE DI MORANO

PNRR M1C3 INTERVENTO 2.1 - ATTRATTIVITÀ DEI BORGHI STORICI PROGETTO LOCALE DI RIGENERAZIONE CULTURALE E SOCIALE

PROGETTO: Ri_AbitareMorano: Contratto di rigenerazione urbana per la valorizzazione culturale e sociale del centro storico di Morano Calabro.

CUP1: I14H22000100006



Ri_AbitareMorano

Progetto locale di rigenerazione culturale e sociale

PROGETTO ESECUTIVO

INTERVENTO 11 – Centro Studi Internazionale della Migrazione: CESIM

RELAZIONE ILLUSTRATIVA	ELABORATO N.01	Scala _____
<p><i>Il Progettista</i> Arch. Rosanna Anele</p> <p>_____</p> <p><i>Il Sindaco</i> Dott. Nicolò De Bartolo</p> <p>_____</p>	<p>Delibera di G.C. approvazione</p> <p>N _____ R.G. del _____</p> <p><i>Il RUP</i> Arch. Rosanna Anele</p> <p>_____</p>	

INTERVENTO 11 – Centro Studi Internazionale della Migrazione: CESIM

A – Relazione tecnica delle prestazioni e servizi

SCOPO GENERALE DELL'INIZIATIVA

L'intervento si prefigge di lavorare per colmare il grave gap che affligge l'offerta turistica del sud in tema di internazionalizzazione e quindi di accesso alla domanda straniera.

Il Centro Studi Internazionale della Migrazione: CESIM ha l'obiettivo di attivare azioni di Cooperazione interterritoriale in particolare con i MORANESI nel Mondo.

Obiettivo è quello di raggiungere, tramite la cooperazione, quella massa critica di soggetti agenti in grado di superare la scarsa attrattività delle offerte turistiche, puntando sulle potenzialità del turismo di ritorno.

Morano come membro del Coordinamento Nazionale per il progetto: 2003 anno del Turismo di ritorno, attiverà per l'occasione manifestazioni con i cittadini Moranesi di prima e seconda generazione che vivono all'estero consolidando le reti di collaborazione e i legami con la terra d'origine.

Attraverso le attività del CESIM si intende favorire da un lato la conoscenza del fenomeno dell'emigrazione che appartiene alla storia del popolo moranese, dall'altro si vuole attivare la comunità moranese nel mondo a supporto delle politiche di sviluppo e di internazionalizzazione.

Obiettivi

- recuperare l'identità storico-culturale dei luoghi del territorio attraverso la promozione e valorizzazione della conoscenza delle aree di migrazione e dei loro prodotti, ponendo come fulcro centrale del processo le stesse popolazioni migrate;
- promuovere i prodotti locali attraverso la sponsorizzazione degli italiani all'estero grazie ad a collaborazioni, favorendo la creazione di joint venture tra PM.

Azioni

Nell'immediato sarà necessario individuare il target attraverso analisi e studi per individuare le zone che registrano le comunità più numerose di moranesi nel mondo.

Tale attività sarà condotta con l'ausilio della Consulta Calabresi nel Mondo istituita presso la Regione Calabria, la quale gestisce l'elenco delle associazioni censite dei calabresi nel mondo insieme al Centro Calabrese Rio Grande do Sul-Brasile.

Individuate le città e località, che contano le comunità più popolose di moranesi, si passerà ad una fase operativa composta da azioni calibrate per ogni singola città o località.

In questa fase sarà anche valutata la presenza di Consolati, Camere di commercio, Istituti Italiani di Cultura, Associazioni di italiani o Calabresi all'estero al fine di poter avere un ausilio specifico per lo svolgimento delle azioni previste per ogni singola destinazione.

Metodologia

L'iniziativa proposta ha come obiettivo l'internazionalizzazione dell'offerta turistica della destinazione Morano Calabro, volta a stimolare e potenziare il turismo delle origini, attraverso un piano di attività articolato per riattivare il ricordo e il legame con la terra di origine presso la rete di moranesi di prima, seconda e terza generazione.

Il progetto di promozione del borgo e del suo comprensorio territoriale prevede iniziative ad alto coinvolgimento emotivo e sensoriale che mettono al centro le specificità identitarie, a partire dal paniere agroalimentare in cui gran parte della storia del luogo e della comunità moranese si mantiene e viene tramandata.

La partecipazione in prima persona è il fulcro di un evento multi-esperienziale con degustazioni delle produzioni e delle specialità tipiche, con cene evocative di riti e usanze, con performance di racconto per immagini, attraverso opere letterarie e d'artigianato, suoni e musiche popolari.

Un palinsesto di rappresentazioni attraverso cui l'oriundo moranese è portato a riconoscersi, a celebrare l'orgoglio d'appartenenza alla propria comunità, la propria storia, a vivere occasioni uniche di condivisione.

ATTIVITA' PREVALENTI

1. Ottobre 2023 – gennaio 2024 - budget 10.000 €

Profilazione del target

Profilazione del target di riferimento nei principali Paesi di destinazione dell'emigrazione: il moranese di prima, seconda e terza generazione.

Fase primaria per la segmentazione dell'offerta: è lo strumento strategico fondamentale per finalizzare al meglio gli obiettivi dell'iniziativa e definire il mercato di riferimento.

L'individuazione del target sarà propedeutica alla stesura del piano di attività di comunicazione, con i canali più idonei, e della promozione previste.

Step necessario per garantire all'operazione il raggiungimento, il coinvolgimento del cluster degli oriundi e quindi la creazione del mercato turistico.

Questa fase prevede una seconda attività di indagine e ricerca, volta all'individuazione dei luoghi dove maggiormente si concentrano le comunità di Moranesi nel mondo, funzionale alla scelta della località dove concentrare le attività e gli eventi di promozione.

È prevista la possibilità di interpellare e coinvolgere le associazioni e gli enti che si occupano degli italiani all'estero.

A tale scopo, per la profilazione del target e delle principali località di stanziamento delle comunità moranesi nel mondo, verrà creata una task force di ricerca, localizzata nell'head quarter allestito nello Spazio San Bernardino a Morano.

2. Novembre 2023 - Dicembre 2025 - budget 21.000 euro

Quartier generale per attività operative

1. Nello spazio messo a disposizione dal Comune di Morano Calabro all'interno del complesso di San Bernardino sarà allestito l'head quarter dell'iniziativa.
L'ufficio rimarrà attivo, durante l'arco temporale di tutta la campagna di promozione, come centro operativo e di riferimento per l'espletamento delle attività del progetto con modalità e tempi modellati sulle reali esigenze del gruppo di lavoro.
2. Il piano dell'iniziativa verrà promosso da un evento di presentazione a Morano, nella location di San Bernardino, rivolto alle istituzioni, alle autorità locali, alla stampa e alla comunità veicolato da una campagna mediatica, supportata da attività di ufficio stampa rivolta alle maggiori testate locali, nazionali e del settore turistico, ai blog e altri canali media (internazionali) dediti al turismo.

3. Febbraio 2024 – ottobre 2025 - budget 20.000 Euro

Strutturazione dell'offerta turistica della destinazione Morano Calabro, e degli attrattori del comprensorio, con la definizione dei beni, servizi, prodotti (esperienze) in base al target profilato.

Obiettivo dell'iniziativa è **costruire un ponte per i moranesi discendenti.**

L'offerta si intende di tipo "esperienziale" e "relazionale", capace di rendere la riscoperta delle proprie radici, dei luoghi di appartenenza, della memoria, altamente coinvolgente a livello emotivo. Si intende strutturare e proporre quindi un'offerta che si traduce per l'oriundo in un percorso reale di vita, di accrescimento, di trasformazione, dando l'opportunità al target di riappropriarsi del patrimonio culturale, architettonico, ambientale del territorio di origine, di percepirsi parte di un mondo, di accendere il desiderio di tornare alle radici.

Si intercetterà la collaborazione dei migliori "ambasciatori" e "narratori" del territorio (produttori, artigiani, soggetti operativi in campo culturale, ambientalistico e artistico), selezionati tramite attenta valutazione secondo i requisiti di alta qualità e/o valore dell'operato, la cui testimonianza attraverso le proprie opere o progetti farà da collante verso un mondo da scoprire e riscoprire.

Per l'aspetto enogastronomico si procederà ad una composizione del paniere moranese, e del Pollino, scegliendo le produzioni e le specialità più iconiche, identitarie, espressione di tradizione e saperi del luogo, emblema delle usanze e dello stile di vita del luogo.

4. Novembre 2025 – febbraio 2026

Eventi di promozione all'estero

Una volta individuate, tramite l'indagine di profilazione del target e sulle comunità di moranesi nel mondo (vedi punto 1.), le due località "destinazione" più significative per la finalità del progetto, si procederà alla realizzazione di due happening dedicati alla promozione dell'offerta turistica di Morano.

Saranno grandi momenti di reunion per le comunità moranesi, occasioni di incontro in cui celebrare le proprie radici.

Gli eventi saranno una vetrina d'eccezione per il borgo, daranno vita ad una rappresentazione multi-tematica "ad alto coinvolgimento emotivo" della sua storia, della sua unicità culturale, delle tradizioni, del contesto in cui è incastonato (l'areale del Pollino, l'alta Calabria, la Sibaritide), con momenti di degustazione delle produzioni locali.

Sarà previsto il coinvolgimento di Consolati, Camere di commercio, Istituti Italiani di Cultura, Associazioni di italiani o Calabresi all'estero al fine di poter avere un ausilio specifico per lo svolgimento delle azioni previste.

Gli eventi verranno promossi da una campagna mediatica a mezzo stampa e via social network presso il target di riferimento.

Considerate le azioni precedentemente esplicitate e le forze messe in campo per la realizzazione delle stesse, si adotta il cronoprogramma che segue:

Contenuti	Durata	Inizio intervento	Fine intervento
Profilazione del target	3 mesi	Ottobre 2023	Gennaio 2024
Quartier generale per attività operative CESIM	32 mesi	Novembre 2023	Giugno 2026
Strutturazione dell'offerta turistica	22 mesi	Febbraio 2024	Ottobre 2025
Eventi di promozione all'estero	n- 2 eventi	Novembre 2025	Febbraio 2026

Costi

Attività	Importo	Importo con IVA 22%
1. Profilazione del target	10.000 €	12.200 €
2. Quartier generale per attività operative	20.000 €	24.400 €
3. Strutturazione dell'offerta turistica	20.000 €	24.400 €
4. Eventi di promozione all'estero	35.000 €	42.700 €
5. Spese generali, coordinamento e comunicazione	18.813,06 €	22.651,93 €
Totale costo delle attività	103.813,06 €	126.651,93 €