



## “UNA NOTTE AL CASTELLO DI MONCALIERI”

### RELAZIONE DESCRITTIVA

#### 1. SOGGETTO PROPONENTE

L'associazione **Club Silenzio** ha come obiettivo la promozione e la valorizzazione del patrimonio culturale e artistico italiano, in particolar modo di quello piemontese. Per raggiungere tali obiettivi, l'associazione si muove su quattro principali direttrici di lavoro:

- A. la creazione di **manifestazioni all'interno di edifici di interesse storico, artistico e culturale**, destinate ad un pubblico di età compresa tra i 20 e i 35 anni;
- B. la realizzazione di **una campagna comunicativa virale** che, promuovendo tali iniziative, sponsorizzi l'edificio ospitante, rinnovandone la capacità attrattiva nei confronti di un bacino d'utenza meno sensibile all'offerta culturale e artistica del territorio;
- C. la consegna, agli enti ospitanti **le manifestazioni** e ai soggetti coinvolti, di un **report d'analisi** elaborato grazie alle **attività di audience engagement** svolte durante le manifestazioni, da essi utilizzabili per la progettazione delle proprie iniziative;
- D. infine, la costruzione di **una rete di rapporti entro l'Associazione, gli istituti di cultura e le realtà artistico-culturali del territorio** che sia luogo di confronto e di collaborazione in termini di progettazione e lavoro.

Collaboreranno con l'associazione Club Silenzio nella realizzazione dell'iniziativa: **Comune di Moncalieri**, che concederà gli spazi del Castello di Moncalieri; **Moncalieri Giovane**, che metterà a disposizione dell'organizzazione un gruppo di giovani volontari moncalieresi; **Associazione Amici del Real Castello e del parco di Moncalieri**, che collaborerà alla realizzazione delle visite guidate; **Associazione PassePartout**, con il progetto Algoritmi che contribuirà alla selezione musicale; **Culturit Torino**, che collaborerà alla realizzazione delle attività di audience engagement.

#### 2. INIZIATIVA

L'iniziativa **“Una Notte al Castello di Moncalieri”** rientra all'interno del progetto “Una Notte al Museo”, format di manifestazioni culturali esperienziali ideato dall'associazione Club Silenzio al fine di portare i giovani (20-35 anni) alla scoperta del patrimonio storico-artistico e culturale locale. La manifestazione, che si terrà **sabato 16 luglio 2022**, prevede **l'apertura in fascia oraria serale del Castello** (h19-h24), durante la quale la fruizione culturale del Castello di Moncalieri verrà unita al momento ricreativo, trasformandola in strumento di condivisione e convivialità grazie al rinfresco con sottofondo musicale, alle attività di audience engagement e alle performances di artisti locali. Saranno infatti cifra distintiva dell'iniziativa:

- la visita guidata degli appartamenti di Maria Letizia, di Vittorio Emanuele II e di Maria Clotilde;
- il rinfresco con prodotti locali allestito nel Giardino delle Rose;
- la sonorizzazione del Giardino delle Rose a cura di Led, artista torinese (<https://www.instagram.com/luca.led/>) e di Algoritmi ([https://www.instagram.com/algoritmi\\_official/](https://www.instagram.com/algoritmi_official/));
- l'illuminazione architettonica ideata al fine di esaltare il patrimonio artistico del Castello;
- il quiz interattivo accessibile da smartphone e la caccia al tesoro riguardanti le caratteristiche storico-artistiche e la storia del Castello e della città di Moncalieri;
- il sondaggio interattivo pensato per indagare i consumi culturali dei partecipanti e la loro esperienza del Castello;
- il Virtual Reality Corner in cui, tramite l'utilizzo di dispositivi standalone di realtà virtuale, il pubblico potrà immergersi in un video 360° sulla storia del Castello di Moncalieri.

#### 3. STRATEGIA DI COMUNICAZIONE

La strategia di comunicazione dell'iniziativa sarà **interamente digitale**, elemento che contraddistingue da sempre i progetti di Club Silenzio. Essa verrà messa in campo tramite i seguenti canali:

- **Landing page**: creazione di una pagina contenente tutte le informazioni dell'iniziativa tramite cui accreditarsi;
- **Facebook** (27.000 likes): creazione dell'evento con link diretto alla landing page; condivisione delle foto e dei video dell'evento durante e dopo la serata;



- **Instagram** (24.000 followers): sponsorizzazione dell'appuntamento; condivisione delle foto e dei video dell'evento durante e dopo la serata sia in formato post sia come stories/reel; ricondivisione delle stories fatte dal pubblico durante l'evento;
- **Newsletter** (100.000+ iscritti): invio di una newsletter relativa all'iniziativa con link diretto alla landing page tramite cui accreditarsi.

È inoltre da evidenziare che la comunicazione di Club Silencio, resa così capillarmente efficace dalla sua community in continua espansione, sarà supportata anche dai canali social dalle realtà associative coinvolte, allargando ulteriormente il bacino di pubblico dell'iniziativa.

#### 4. GESTIONE DELL'AFFLUENZA

Si prevede **ingresso libero previo accredito online** da effettuarsi sulla landing page, consentendo in tal modo di scaglionare gli ingressi dei partecipanti all'evento, evitando assembramenti e riducendo i tempi di attesa.

#### 5. RISULTATI PREVISTI

L'iniziativa prevede i seguenti risultati in termini di affluenza e visibilità:

- un'affluenza di circa 2.000 persone;
- una visibilità virale e targettizzata di circa **80.000 persone raggiunte sui social network** (Facebook e Instagram) principalmente di un'età compresa tra i 16 e i 35 anni e di circa **100.000 contatti profilati** appartenenti al database dell'associazione Club Silencio.

#### 6. ANALISI E VALUTAZIONE

Al termine della rassegna, Club Silencio prevede di consegnare al Castello di Moncalieri un **report conclusivo riguardante l'affluenza, la visibilità e il tipo di ricezione e fruizione culturale esperito** dai partecipanti nel corso dell'iniziativa. In particolare, grazie alle attività di audience engagement (quiz, sondaggi, caccia al tesoro), Club Silencio sarà in grado di restituire una fotografia relativa al tipo di consumo culturale dei partecipanti all'iniziativa e alla loro conseguente esperienza del Castello di Moncalieri: i contatti raccolti saranno inoltre profilati per età, scolarità e cap di residenza.