



ENOTECANIZZA

wine shop • wine tasting • wine restaurant

Allegato A

Proposta di organizzazione partecipata di eventi/iniziative

Soggetto proponente: Enoteca Nizza

Progetto

Titolo dell'iniziativa: NBM Nizza, Barbera & Music

Relazione descrittiva del progetto coerente con le tematiche contenute nel Piano annuale di attività approvato con DUP 258/2024 e riportate nell'art. 1 dell'Avviso pubblico.

INTRODUZIONE

NB&M - Nizza, Barbera&Music rappresenta un nuovo segmento autonomo e arricchente di "Nizza è Barbera", la manifestazione, ormai ventennale, più importante dedicata alla valorizzazione del vino Barbera e del territorio vitivinicolo di Nizza Monferrato, riconosciuto come patrimonio UNESCO.

L'evento "Nizza è Barbera" da 20 anni coinvolge l'intera città con degustazioni e street food, ma, fino ad ora, è mancato completamente un programma di intrattenimento musicale di alto livello, capace di richiamare nuovo pubblico, coinvolgere i giovani, rinnovare l'entusiasmo di chi già conosce la manifestazione.

Per questo, l'Enoteca Regionale di Nizza Monferrato, con il patrocinio del Comune di Nizza Monferrato, della Provincia di Asti, dell'Unione Collinare, della Camera di Commercio e dell'ATL, intende rinnovare profondamente l'edizione 2025, che si svolgerà il **9,10 e 11 maggio**, inserendo questo "evento nell'evento", intitolato **NB&M-Nizza, Barbera&Music**.

Negli anni precedenti, la componente musicale è stata marginale, ma con l'edizione 2025 si intende potenziare l'offerta culturale con un programma di concerti strutturati in una piazza della città, identificando chiaramente la manifestazione musicale e dandogli una dignità e una valorizzazione autonoma rispetto a quella enologica per migliorarne l'organizzazione e l'impatto.



ENOTECANIZZA

wine shop • wine tasting • wine restaurant

NB&M nasce per supportare, far conoscere a un nuovo pubblico e valorizzare la Barbera, i suoi luoghi di produzione e la sua cultura, patrimonio enogastronomico di Nizza Monferrato, sito Unesco, in piena aderenza con l'articolo 1 del piano annuale (comma f).

L'evento avrà un forte potere aggregante verso i giovani, aspetto fondamentale per coinvolgere un nuovo pubblico e garantire un ricambio generazionale tra gli appassionati della manifestazione enologica.

Il programma di concerti si configura come il più importante momento culturale primaverile della zona del Monferrato, con un altissimo potenziale di attrazione di visitatori dal Piemonte, dalla Lombardia, dall'Emilia Romagna e dalla Liguria. La manifestazione musicale **NB&M** Nizza, Barbera & Music valorizza anche le tradizioni culturali locali, con particolare attenzione alle esperienze sociali e di piazza, rendendo la musica un elemento di coesione e condivisione per la comunità.

OBIETTIVI DELL'INIZIATIVA

- **Valorizzare il territorio e il vino Barbera**, integrando esperienze culturali e musicali per un'offerta più ampia.
- **Accrescere la partecipazione turistica**, superando le 10.000 presenze registrate negli anni scorsi.
- Rendere la **parte musicale un elemento attrattivo** centrale, aumentando la qualità dell'offerta artistica attraverso la collaborazione con professionisti del settore come la direzione artistica del festival Collisioni.
- **Rafforzare l'identità culturale di Nizza Monferrato**, migliorandone la visibilità e l'attrattività regionale.
- **Garantire una gestione organizzativa efficiente**, separando il budget dell'evento musicale da quello enogastronomico.

PROGRAMMA ARTISTICO

Venerdì 9 maggio: *Dj Tuttafuffa* a seguire *Dj Fargetta* e *Dj Molella@Deejay Time*;

Sabato 10 maggio: *W Love 2000* a seguire *Voglio tornare negli anni 90*: lo show anni '90 più grande d'Italia;

Domenica 11 maggio: *Gran Gala di Magia*. Spettacoli di magia dedicati alle famiglie e agli appassionati dell'incanto; Tutti gli spettacoli saranno gratuiti per il pubblico e si svolgeranno in piazza Martiri di Alessandria.



ENOTECANIZZA

wine shop • wine tasting • wine restaurant

I VANTAGGI PER IL TERRITORIO

La manifestazione Nizza, Barbera & Music offre diversi vantaggi: promuove il territorio e i prodotti locali, come la Barbera, rafforzando l'identità culturale di Nizza Monferrato. Grazie a un programma variegato e gratuito (Dj set, spettacolo anni '90, gala di magia), attrae un pubblico eterogeneo, favorendo il turismo e il commercio locale. Eventi per famiglie e giovani creano un'atmosfera inclusiva, migliorando il senso di comunità e valorizzando piazza Martiri come centro nevralgico

TARGET

- **Giovani** (18-35 anni): appassionati di musica, eventi e nightlife che fino ad oggi non si erano avvicinati alla manifestazione.
- **Wine lovers**: appassionati di vino e gastronomia, curiosi desiderosi di degustare e scoprire il territorio di cui il vino è espressione
- **Famiglie e turisti culturali**: interessati a esperienze enogastronomiche e di intrattenimento.
- **Operatori del settore turistico ed enogastronomico** da coinvolgere per creare sinergie e opportunità di business in prospettiva per le prossime edizioni.

RISULTATI ATTESI:

Risultati a breve termine:

- Incremento del 25% del numero di visitatori rispetto alle edizioni precedenti.
- Maggiore coinvolgimento di un pubblico eterogeneo grazie alla diversificazione dell'offerta musicale.
- Benefici economici immediati per le attività commerciali e turistiche locali.
- Valorizzazione dell'immagine della Barbera di Nizza come un vino emblematico di un luogo e di una cultura aperta, , sensibile all'arte e alla musica, coinvolgente, capace di rinnovarsi e "parlare" a un pubblico diversificato per età e cultura, proiettata verso potenziali nuovi estimatori e wine lovers
- Maggiore partecipazione giovanile grazie alla proposta musicale mirata.

Risultati a medio termine:

- Rafforzamento dell'identità di Nizza Monferrato come centro culturale ed enogastronomico di riferimento.
- Maggiore attrattività per sponsor e partner istituzionali nelle edizioni future.
- Rafforzamento della visibilità e della conoscenza della Barbera di Nizza Monferrato in pubblici diversi e provenienti da altre regioni italiane
- Creazione di una rete di collaborazioni stabili con artisti e produttori musicali.
- Crescita della reputazione dell'evento come appuntamento imprescindibile della primavera monferrina.



ENOTECANIZZA

wine shop • wine tasting • wine restaurant

Risultati a lungo termine:

- Consolidamento dell'evento musicale come parte integrante della manifestazione enogastronomica
- Acquisizione di un nuovo pubblico, incuriosito grazie alla musica e fidelizzato nel tempo.
- Educazione a un equilibrato consumo di vino: attraverso la fidelizzazione del pubblico giovane si potrà contribuire all'educazione dello stesso, facendo aumentare nei giovani la consapevolezza del valore qualitativo ed esperienziale di una degustazione rispetto all'uso smodato e irresponsabile di alcol.

LA COMUNICAZIONE DELL'INIZIATIVA

Al fine di promuovere adeguatamente l'evento, è stato elaborato il seguente piano di comunicazione, che verrà sviluppato d'intesa con la manifestazione Nizza è Barbera. Si precisa che il presente progetto **NB&M** si incaricherà solo della comunicazione social dell'iniziativa e dei relativi costi:

1. Obiettivi della comunicazione:

- Aumentare la notorietà dell'evento a livello locale, regionale e nazionale.
- Coinvolgere un pubblico eterogeneo, con particolare attenzione ai giovani.
- Posizionare l'evento come il principale appuntamento culturale primaverile del Monferrato.
- Promuovere l'identità e le tradizioni di Nizza Monferrato, rafforzando il legame tra cultura, musica ed enogastronomia.
- Stimolare la partecipazione attiva attraverso interazioni sui social media e campagne mirate.

2. Target di riferimento per la comunicazione:

- Giovani (18-35 anni): appassionati di musica, eventi e nightlife.
- Famiglie e turisti culturali: interessati a esperienze enogastronomiche e di intrattenimento.
- Media e influencer locali e di settore: per amplificare la risonanza dell'evento.
- Operatori del settore turistico ed enogastronomico: per creare sinergie e opportunità di business.

3. Strategia e strumenti di comunicazione:

3.1. Identità visiva e branding:

- Creazione di un logo dedicato all'evento musicale NB&M, collegato al brand "Nizza è Barbera".



ENOTECANIZZA

wine shop • wine tasting • wine restaurant

- Definizione di una palette cromatica e di uno stile visivo coerente con la manifestazione principale.
- Produzione di materiali grafici (manifesti, locandine, flyer, banner digitali).

3.2. Comunicazione digitale:

Social Media Marketing:

- Creazione di un calendario editoriale con post pre-evento, live coverage e post-evento.
- Contenuti su Facebook, Instagram con:
- Post in countdown con curiosità su artisti e location.
- Reels e storie con testimonianze di partecipanti e operatori.
- Collaborazioni con influencer locali/regionali collegati alle pagine ufficiali IGERS Piemonte e IGERS Italia per raggiungere un pubblico più ampio.

Sito web e landing page dedicata:

- Attivazione di una sezione dedicata sul sito di “Nizza è Barbera” con programma dettagliato, curiosità sugli artisti ospiti, informazioni logistiche.
- SEO ottimizzata per garantire una buona indicizzazione sui motori di ricerca.

3.3. Media e PR:

- Ufficio stampa: comunicati stampa a giornali locali, regionali e nazionali.
- Coinvolgimento di radio: attraverso interviste informative e promozionali.
- Collaborazione e definizione di mediaplanning : pianificazione di spot su radio locali-regionali
- Press tour per giornalisti e blogger: visita guidata con esperienze enogastronomiche e musicali.

3.4. Marketing territoriale:

- Affissioni e cartellonistica nei punti strategici di Nizza Monferrato e città limitrofe.
- Distribuzione di materiale promozionale in locali, enoteche, hotel, punti turistici.
- Collaborazioni con attività locali (bar, ristoranti, negozi) per promuovere il festival con offerte dedicate.

3.5. Eventi collaterali e engagement

- Al fine di stimolare il coinvolgimento del pubblico dei giovani 18-35 anni e presentare con anticipo la manifestazione, sollecitando la partecipazione del pubblico, l'Ente proponente, in collaborazione con IGERS Piemonte, desidera promuovere un contest



ENOTECANIZZA

wine shop • wine tasting • wine restaurant

social che riconosca premialità di pronta fruizione e immediata desiderabilità, come la partecipazione gratuita a degustazioni.

4. Timing della comunicazione

Fase Attività Strumenti

T-60 giorni Lancio ufficiale della comunicazione Social media, comunicato stampa

T-30 giorni Promozione intensiva Affissioni, advertising online, collaborazioni con media

T-20 giorni Engagement del pubblico Contest social, interazioni con influencer

T-7 giorni Countdown e ultime informazioni logistiche Newsletter, stories giornaliere,

Durante l'evento Live coverage Dirette social, reportage fotografico, interviste

T+7 giorni Raccolta feedback e post-evento Video recap, analisi insights, ringraziamenti

5. KPI e misurazione del successo

- Copertura social media: numero di visualizzazioni, interazioni e condivisioni.
- Affluenza all'evento: incremento rispetto agli anni precedenti.
- Impatto economico sul territorio: feedback dagli operatori commerciali locali.
- Rassegna stampa e visibilità mediatica.

PATROCINI E COLLABORAZIONI:

- Comune di Nizza Monferrato;
- Provincia di Asti;
- Camera di Commercio Alessandria-Asti;
- Consorzio Barbera d'Asti e Vini del Monferrato;
- Associazione Produttori del Nizza;
- ATL Langhe Roero e Monferrato;
- Paesaggi Vitivinicoli del Piemonte Langhe Roero e Monferrato;
- Unione Collinare Vigne e Vini;
- Slow Food Alessandria e Colline Nicesi;
- Pro Loco di Nizza Monferrato;
- Erca;

RICHIESTA DI CONTRIBUTO:

Per garantire la realizzazione dell'evento musicale e coprire i costi di produzione, palco e cachet artistici, si richiede un contributo economico al Consiglio Regionale.

Il sostegno finanziario permetterà di ridurre il disavanzo tra disponibilità finanziaria dell'Ente Proponente e spese previste al fine di:

- Potenziare l'offerta culturale e musicale dell'evento.
- Coinvolgere artisti di rilievo, incrementando l'attrattività della manifestazione.
- Promuovere l'immagine di Nizza Monferrato come polo culturale ed enogastronomico di eccellenza.



ENOTECANIZZA

wine shop • wine tasting • wine restaurant

Si precisa che la partnership e il supporto ricevuto saranno segnalati su tutti i canali di comunicazione ufficiali (sitoweb di Enoteca, comunicati stampa, post social, backdrop, banner, adv, roll up e totem, manifesti, striscioni e cartoline)

Il Presidente

