

Storytelling digitale per la promozione delle attività locali

Trasformare il territorio
in un asset aziendale



Photo credits: Aria SpA

Francesca De Finis
Founder Stendhapp



per



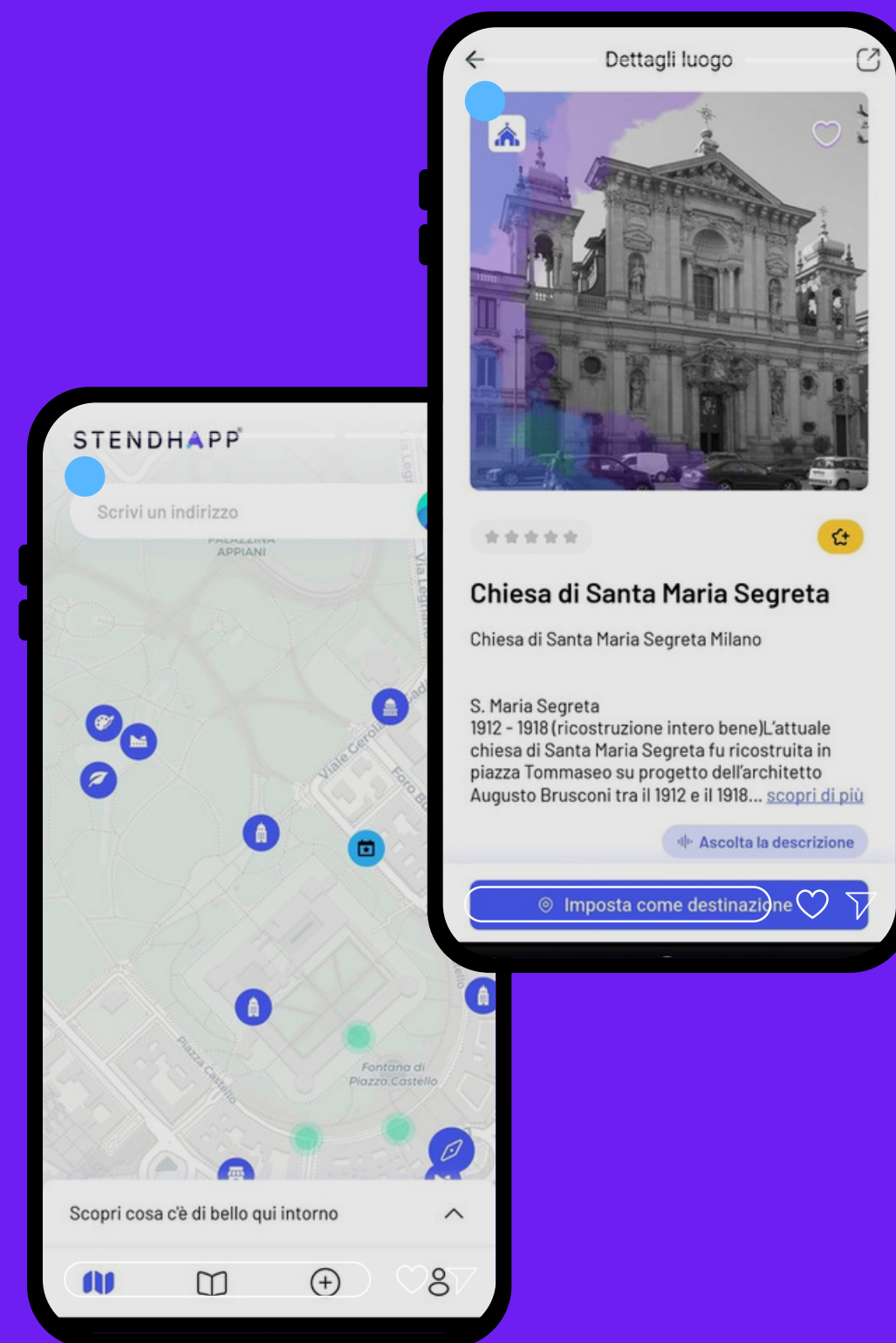


Stendhapp

Sveliamo la Bellezza Diffusa dell'Italia

Siamo una PMI Innovativa e al femminile ex SIAYS che si occupa di valorizzazione del patrimonio culturale attraverso il digitale, iscritta a Impact 2026 e all'albo fornitori del Ministero della Cultura e vincitrice di importanti call a livello internazionale

Sull'app ispirata alla Sindrome di Stendhal sono stati mappati oltre 71.000 luoghi della cultura su tutto il territorio nazionale e gli eventi culturali di E015 e di Regione Veneto



L'Italia e il suo patrimonio culturale

Percezione comune



Come la vediamo noi



Evitiamo la retorica

“

Un tempo si parlava
di **terre**
e di **paesi**
oggi si parla solo
di territori
e di borghi

”

Franco Arminio
Poeta e “Paesologo”



Benvenuti nell'era dell'economia dell'esperienza

non compriamo più solo oggetti, compriamo
"pezzi di mondo" che ciascun oggetto
rappresenta

siamo passati da "cosa facciamo"
a "dove siamo e perché conta"



Photo credits: Stendhapp

Turista culturale: il cliente ideale

- spende il **31% in più** del turista generico
- ha una **cultura** generale medio alta
- è attento alla **sostenibilità ambientale**
- è attento alla sostenibilità **economica**

ma...esiste??



Il Turista Culturale 4.0

esiste e genera valore tangibile

56,7 mio
persone/anno

40,7 mld € /anno



65% “Culture Addicts”



35% “Generazione Qui ed Ora”

Fonte: Stendhapp, ISNART

Photo credits: Stendhapp

Il territorio come vantaggio competitivo

In un territorio **attrattivo**
tutte le imprese beneficiano del
traffico indotto.

Direttamente o indirettamente.



Storytelling digitale: oltre la vetrina

Storytelling digitale =

Patrimonio Culturale + Storie + Tecnologia

Non basta dire ‘siamo aperti’ e
‘siamo bravi’

occorre dare un motivo per
scoprire qualcosa di nuovo
facendo leva sulle emozioni

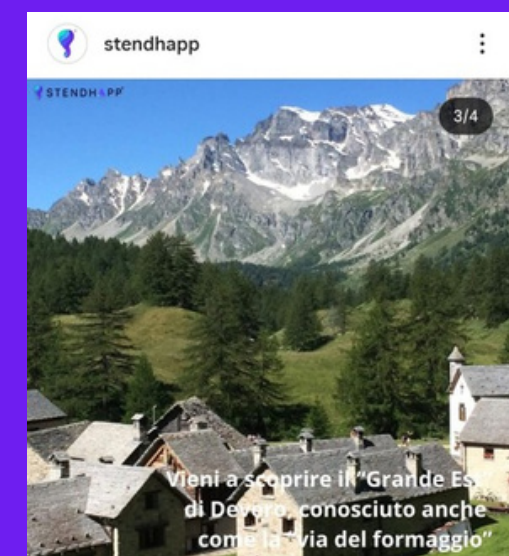


Quale tono di voce usare?

“Risultare accoglienti come un oste e professionali come un consulente”



Evitare il ‘Turistese’
niente ‘cornici incantevoli’



Strategia di contenuti

70 - 20 - 10

70% territorio e curiosità
20% valore dell'impresa
10% offerta commerciale diretta

I canali? **Tutti**

è il contenuto a determinarli
non viceversa



Misurare l'incanto



- Comunicate **il territorio prima** e poi la vostra attività
- Ricordatevi che **visualizzazioni** e **like** non generano fatturato
- Focalizzatevi sui **contatti utili**, parlate al pubblico giusto nel momento giusto
- Considerate la possibilità di offrire dei **vantaggi** a chi vi segue
- Cercate di stabilire un **dialogo** con il vostro pubblico
- Datevi **tempo**: difficilmente potrete vedere effetti in pochi mesi

Un piccolo passo per domani mattina

1. Fate caso al **territorio** in cui operate : monumenti, leggende, enogastronomia tipica, natura, eventi storici etc.
2. Identificate i **motivi per venire a visitarlo** anche dal paese accanto
3. Cominciate a **raccontarli**
.... e se non sapete come fare?
Contattatemi!



Photo credits: Stendhapp



grazie



francesca de finis
fdefinis@stendhapp.com
www.stendhapp.com