

Istanza **n.6**

Arengo del
04/10/2015

Cod. 11122
ss
Andrea Mularoni,
Via U.da Piandavello 10 Domagnano
Alessandro Barducci
Via U.da Piandavello 28

San Marino, il 24 settembre 2015

Agli Ecc.mi Capitani Reggenti Lorella Stefanelli e Nicola Renzi

Oggetto: La creazione di un franchising di prodotti tipici sammarinesi che segua alla chiusura del padiglione Expo Milano 2015, puntando a una promozione turistica efficace e poco dispendiosa, che si avvalga del lavoro di giovani sammarinesi e aziende/ artigiani del territorio.

Con la chiusura di Expo Milano 2015 ormai prossima, sarebbe un peccato lasciar perire il materiale prodotto per l'Esposizione Universale. Perché non riproporlo in altri luoghi? Non solo la vendita di prodotti alimentari, ma coinvolgere varie eccellenze sammarinesi, tra cui l'artigianato e aziende virtuose. Inoltre recuperare i numerosi video di presentazione del territorio, gli spot pubblicitari, il network, i variegati gadget. Con una spesa non troppo ingente, ma comunque che necessita di un investimento da parte dello stato, magari coinvolgendo le Segreterie del Turismo, Cultura e Territorio, vorremo che si potesse procedere a:

a) la creazione di temporary store/ pop-up store (negozi a tempo, una nuova tendenza del marketing contemporaneo, che punta a coinvolgere per pochi giorni da una settimana a massimo 3/4 mesi il consumatore/pubblico in un'esperienza dai significati profondi, che non dia modo di diventare abituale come un negozio fisso). Si modifica così il messaggio pubblicitario: un' esperienza peculiare dedicata allo shopping , e non una vendita usuale definita al dettaglio. Spazi di vendita dedicati alla scoperta dei prodotti tipici della Repubblica di San Marino, dislocati in punti strategici delle capitali europee (aeroporti, centri commerciali, stazioni dei treni, centro città e piazze, fiere enogastronomiche e culturali) permettendo di conoscere e fare conoscere i grandi marchi manifatturieri e l'eccellente artigianato presente nel nostro territorio. Per il turismo sammarinese sarebbe un'occasione interessante per divulgare e quindi pubblicizzare la Repubblica più antica del mondo, che forse ancora tutti non conoscono; essere presenti nelle grandi città e farsi conoscere "face to face" con un contatto diretto tra il pubblico/consumatore e il cittadino sammarinese presente all'interno dei temporary store come commesso-responsabile. Questi negozi hanno una loro particolare giurisdizione, che permette, ad esempio, un abbattimento di costi fissi quali i canoni di affitto degli immobili; basterebbe l'affitto temporaneo di spazi ad utilizzo commerciale molte volte con costi fissi definiti e contenuti (quota partecipazione a fiere, eventi e manifestazioni nei centri città).

b) con una particolare struttura: vengono individuati vari punti strategici, nelle principali città d'Italia ma soprattutto d'Europa, a cui capo fanno parte un team composto da giovani sammarinesi laureati in studi di stampo umanistico, turistico, design e architettura che avranno lo scopo di creare sofisticati "design" di negozio. Ovvero in base alla partecipazione in un determinato sito, verranno realizzati temporary store ad hoc. Un esempio? L'idea di essere presenti all'interno dell'aeroporto di Parigi, permetterebbe di pubblicizzare, vendere e diffondere attraverso un percorso sensoriale le particolari caratteristiche vinicole presenti nel territorio di San Marino. Il messaggio sarà: non solo in

25

Francia ci sono vini buoni, ma anche la Repubblica di San Marino ha grandi peculiarità. L'olio ad esempio, che ad Expo 2015, all'interno del padiglione di San Marino, viene chiamato il nostro "oro liquido" è un prodotto altamente rinomato e che nei paesi scandinavi potrebbe ottenere grande successo visto che nei Balcani di olio non se ne produce: il messaggio è quindi che anche San Marino ha prodotti di qualità e unici. L'idea è quella, come preannunciato nel punto a) di creare forme diverse di viaggio "esperienziale" del nostro territorio, avvalendoci del materiale pubblicitario di Expo, ma non solo. Far promozione del nostro Stato, certo, ma in modo quanto più possibile coinvolgente e innovativo. In base alle aziende/artigiani che aderiranno all'iniziativa di partecipare all'interno del temporary store, saranno costruiti dei percorsi conoscitivi unici, con un messaggio diretto a mostrare che San Marino è un territorio "abbastanza piccolo da essere grande". Il negozio naturalmente servirà anche come promozione per eventi del territorio sammarinese come, ad esempio, le serate medievali e tutta l'agenda estiva degli eventi culturali e turistici che vengono effettuati ogni anno in centro storico e non solo.

Il tutto seguendo criteri di sostenibilità ferrei.

Alcuni esempi possono essere:

-il negozio in Milano Corso Garibaldi 59 di Ferrero, che nel 2014 ha permesso al pubblico di vedere, per il periodo delle vacanze natalizie (scelta non casuale, poi si poteva acquistare direttamente sul luogo) come vengono realizzati le famose praline della sua linea (Roche, Raffaello, Pocket Coffé, ecc.ecc.). L'iniziativa ha avuto un gran successo e fidelizzato ancora più il marchio al proprio target di riferimento.

- banalmente, i negozi di Eataly, che non sono Temporary store, ma puntano molto sul Marketing Esperienziale, comunicando ogni caratteristica del prodotto al cliente.

c) Una volta fatto questo, sarà necessaria una valutazione dei possibili prodotti da poter vendere: ad esempio la cioccolata ha dei criteri molto rigidi, quindi la torta di San Marino dovrebbe probabilmente essere vincolata solo ad alcuni progetti di temporary store, in Italia e negli Stati limitrofi per poterne garantire un'elevata conservazione. I temporary store necessiteranno di personale addetto alla vendita e a possibili visite guidate. Qui potremmo utilizzare i giovani laureati sammarinesi che hanno studiato lingue straniere, sottoforma di stage universitari o esperienze lavorative, prevedendo mansioni valide sia come impiego a progetto sia come attività curriculari di internship.

d) L'esperienza, della durata di un anno (poi estendibile se darà risultati), confluirà in un sito web e verranno create pagine social ad hoc per condividere contenuti.

e) Per questo, servono alcuni permessi e investimenti, che potrebbero essere coperti in collaborazione tra Stato e aziende. Ad esempio: i temporary store hanno una loro giurisdizione, basata su un permesso temporaneo e pagamento di un affitto (di solito più alto rispetto alla norma, ma attutito dalla durata: solo pochi mesi). E' inoltre da prevedere che l'Iva aereoportuale è diversa da quella di territorio. I promotori dell'istanza gestirebbero la fase logistica/organizzativa, oltre a creare, supportare e gestire, in collaborazione con le Segreterie istituzionali, i team di lavoro. Abbiamo già contattato varie aziende del territorio e artigiani e molti si sono dimostrati incuriositi dalla proposta, alcuni addirittura interessati ad investire.

f) Il tutto crea benefici su più fronti: pubblicizza San Marino in maniera rapida ed efficace. Non disperde un lavoro già intrapreso con l'Esposizione Universale, anzi, lo valorizza. Da risalto alle aziende/prodotti sammarinesi in maniera massiccia. Offre lavoro e modo di esprimersi ai giovani laureati sammarinesi. Da l'immagine di un paese vivo.

Confidando nel favorevole accoglimento della presente Istanza d'Arengo da parte della Reggenza e del Consiglio Grande e Generale, si porgono deferenti ossequi.

In fede, i promotori dell'istanza:

