



**Relazione
2022**

Il 2022 GardaMusei

Il 2022 è stato per GardaMusei un anno di affermazione, sul territorio gardesano e non. GardaMusei è riuscita infatti a raggiungere importanti obiettivi non solo attraverso progetti di promozione e valorizzazione, ma anche grazie all'avvio del progetto di bigliettazione unica, vincitore del bando GAL 2020 Garda Valsabbia "Incentivi per lo sviluppo di infrastrutture e di servizi turistici locali", che intercetterà i turisti in visita sul territorio ancora in fase di prenotazione, suggerendo mete culturali e fornendo loro un unico voucher digitale per l'accesso alle attrazioni scelte tra quelle proposte.

L'attrattività dell'associazione, unitamente al costante lavoro sul territorio e al coinvolgimento di enti pubblici e privati, ha consentito di ampliare la propria rete includendo non solo nuovi territori, ma anche importanti realtà di collegamento tra di essi. La progettazione culturale sviluppata in sette anni dalla nascita dell'associazione consente oggi di raccogliere i frutti di un lavoro nel quale tutti i soci hanno costantemente e fortemente creduto.

Il 2023 rappresenta, anche per GardaMusei, un importante traguardo. I territori di Brescia e Bergamo saranno protagonisti di un anno all'insegna della cultura, degli eventi, ma anche e soprattutto del territorio. Le reti territoriali come GardaMusei, fortemente sostenute da Regione Lombardia ma, più in generale, da tutte le regioni in affaccio sul lago di Garda, avranno un ruolo primario in un anno che incrementerà il flusso turistico sul territorio. I visitatori verranno invitati a viaggiare sul territorio, scoprirlo in ogni sua forma, visitare i luoghi della tradizione, osservare l'innovazione che lo stesso territorio ha da offrire.

GardaMusei, in questo 2022, ha lavorato per rafforzare le proprie basi in vista del 2023 e lo ha fatto coinvolgendo anche i giovani studenti delle università locali che con grande entusiasmo hanno preso parte allo studio di strategie di promozione turistica.

Non è mancata la promozione delle attività fatte dai soci, che spesso hanno visto la collaborazione tra gli stessi patrocinata da GardaMusei, che tra le proprie finalità ha quella di porre in relazione gli enti territoriali.

Presidente: Dott. Matteo Bussei

Direttore: Prof. Giordano Bruno Guerri

Nuove realtà a sostegno di GardaMusei

Nel 2022 hanno aderito a GardaMusei 5 soci.

Apripista è stata **Ocean Viaggi**, la rete di agenzie turistiche che da oltre 40 anni lavora nel panorama bresciano e non solo per la promozione del territorio e il supporto a turisti italiani e stranieri. Salò è il centro nevralgico e propulsivo di tutte le attività aziendali, ma la rete di agenzie ha sedi anche a Castiglione delle Stiviere, Sirmione, Montichiari, Lonato, Desenzano del Garda, Peschiera del Garda, Leno e naturalmente nel centro storico di Brescia, nella quale la Ocean Viaggi è nata. Ocean Viaggi è entrata in GardaMusei come socio sostenitore, ritirando 1000 tessere GardaMusei da distribuire ai propri clienti nella fase di prenotazione del viaggio.

In aprile ha aderito a GardaMusei il **Comune di Malcesine**, che ospita un meraviglioso borgo medievale, collocato tra il lago e il Monte Baldo, il castello Scaligero affacciato sul lago, il Palazzo dei Capitani e interessanti musei. Malcesine è un comune di forte attrazione turistica, specialmente per turisti di provenienza austriaca e tedesca, e il suo supporto a GardaMusei rappresenta un importante passo verso l'abbattimento dei confini geografici e l'unione nello studio di strategie turistiche.



La sponda veneta del lago di Garda ha incrementato ulteriormente il proprio sostegno a GardaMusei nello stesso mese con l'adesione del **Comune di Castelnovo del Garda**, che ospita antiche ville, monumenti, architetture militari e parchi divertimento che ogni anno attirano milioni di visitatori da tutto il mondo. Castelnovo del Garda inoltre, con la realizzazione di un

esposizione museale nell'ex scuola elementare di Oliosì, è entrato a far parte del MuDRI, ossia il Museo Diffuso del Risorgimento Italiano per la valorizzazione del patrimonio storico e paesistico legato agli avvenimenti di quel periodo storico.

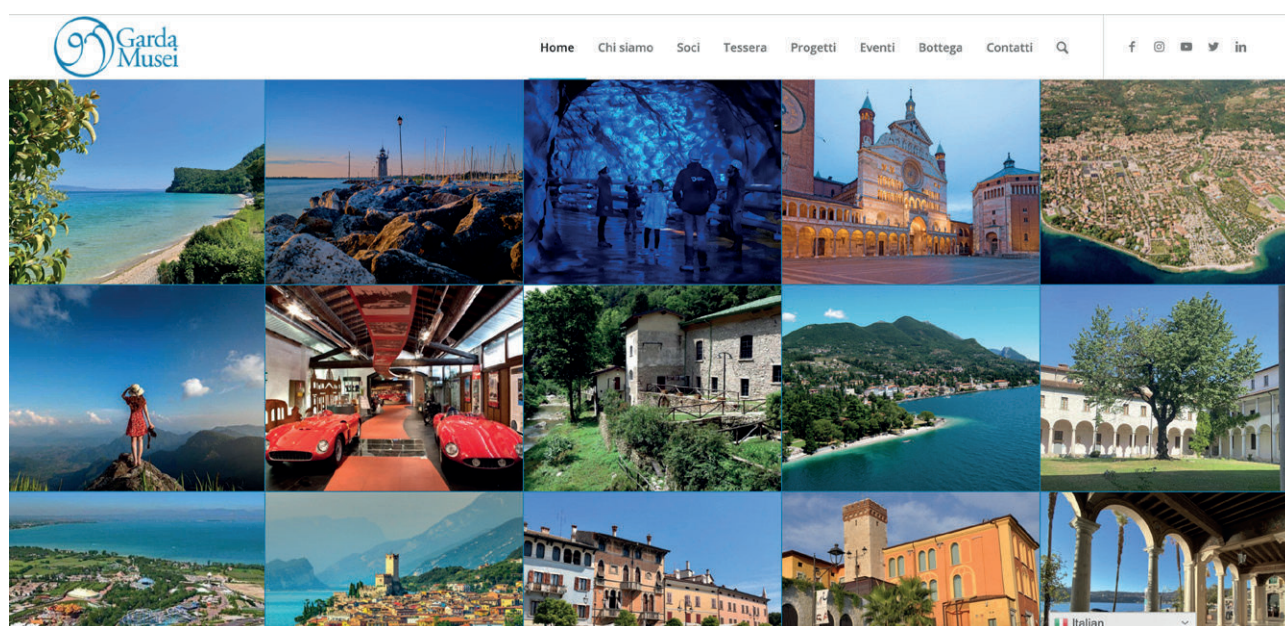
In ottobre ha aderito a GardaMusei la **Fondazione Virgilio con il Forte di Pietole**, imponente struttura difensiva ottocentesca in fase di valorizzazione attraverso l'istituzione del Museo Multisensoriale Virgilio, del Museo diffuso del Forte e del Percorso cicloturistico denominato Virgilio Bike (in partner con i comuni mantovani di San Giorgio, Porto Mantovano, Bagnolo San Vito, Curtatone).

Sempre in ottobre anche **Navigazione dei laghi - Navigarda** ha scelto di rafforzare il proprio rapporto con GardaMusei, già definito da un protocollo d'intesa sottoscritto nel maggio 2016, aderendo come socio ordinario. Navigarda rappresenta sul lago di Garda il principale e più importante ente di trasporto via lago, con una flotta di 28 imbarcazioni e assicura collegamenti frequenti con servizi longitudinali fra Desenzano-Peschiera-Riva.

Attività dell'associazione

1) Un nuovo sito

Il sito di GardaMusei è stato rinnovato e riordinato. Dopo 7 anni dalla nascita dell'Associazione i contenuti presenti sul sito sono molti e necessitavano di un'organizzazione che consentisse a tutti gli utenti di raggiungerli in modo semplice e veloce. Il **restyling del sito** ha visto anche l'aggiornamento delle pagine e dei loro contenuti, compreso il calendario eventi che è stato organizzato in modo da rendere ancor più evidenti le categorie delle proposte turistiche e culturali caricate periodicamente. Oggi il sito www.gardamusei.it è disponibile non solo in lingua italiana, ma in 10 lingue.



2) Percorsi Inimitabili

Il progetto **Percorsi Inimitabili**, tra i vincitori nel 2021 del bando **GAL 2020 Garda Valsabbia**, rientrante negli *"Incentivi per lo sviluppo di infrastrutture e di servizi turistici locali"*, è stato avviato attraverso la realizzazione in back end di una mappa interattiva nella quale, attraverso una serie di filtri, il turista digitale potrà selezionare i luoghi che desidera visitare e pre-acquistare un voucher unico di accesso, da convertire in biglietto presso le biglietterie dei singoli luoghi. Il nuovo sistema verrà pubblicato online nella primavera 2023: sarà accompagnato da due applicazioni, una per IOS e una per Android, e da un sistema gestionale interno ad uso esclusivo dei soci di GardaMusei e degli enti che aderiranno al progetto.

3) GardaMusei TAG



Gli aderenti a GardaMusei sono in costante aumento. Seppur siano tanti, l'identificazione dei luoghi che caratterizzano la rete territoriale non è sempre immediata, come non lo è, per un turista, l'individuazione delle informazioni sul territorio, sulla sua storia e sulle sue tradizioni.

Abbiamo pensato quindi di mappare i luoghi appartenenti a GardaMusei e, attraverso la tecnologia, rendere le informazioni più facilmente accessibili a tutti. Attraverso le **targhe GardaMusei**,

affisse nei luoghi di riferimento e riportanti l'apposito QR code di rimando al nostro sito, abbiamo identificato oltre 90 luoghi.

Monumenti, musei, luoghi naturali. Tutto oggi collabora in GardaMusei per rendere fruibile il territorio, conservarlo e valorizzarlo, per dare risalto alle tradizioni e alla memoria storica di ciascun luogo. I confini geografici sono stati abbattuti e quello che oggi cerchiamo in un posto possiamo facilmente accomunarlo ad un altro.

4) GardaLo!

GardaMusei ha supportato la nascita e lo sviluppo della prima edizione di **GardaLo!**, il festival del Garda Lombardo che si prefigge di diventare un appuntamento fisso per il lago di Garda. Il Festival, ideato da Giordano Bruno Guerri, si è svolto per la prima volta al Vittoriale degli Italiani nelle giornate del 24, 25 e 26 giugno, e ha visto il susseguirsi di eventi legati a quattro tematiche: giovani, innovazione, letteratura e spettacolo.

Al festival ha partecipato attivamente anche il **Comune di Cremona** che, nella giornata di domenica 26 giugno, ha proposto per la sezione "spettacolo" un'audizione della violinista Lena Yokoyama. Il festival si ripeterà, per la seconda edizione, nel maggio 2023, estendendo la proposta a tutti i comuni rivieraschi e al capoluogo.



5) Podcasts GardaMusei

Il progetto **Podcasts GardaMusei**, attivo dal 2020, ha continuato la sua crescita proponendo nuove puntate legate al territorio e ai suoi protagonisti e aumentando così i download.

E' stata pubblicata la seconda stagione del podcast **Storie del Garda e dintorni**, dedicato al racconto del territorio, della sua storia, della sua natura e delle sue bellezze architettoniche. Le 9 puntate che compongono la seconda stagione riguardano i soci Centrale Idroelettrica di Riva del Garda, Salò, Malcesine, Peschiera del Garda, Cremona e Provincia di Brescia.

Anche la **versione per bambini** del podcast Storie del Garda ha raggiunto la seconda stagione con l'aggiunta di tre puntate dedicate a Malcesine, Peschiera e Salò.

Tre nuove puntate anche per il podcast **Un insolito turista**, dedicate a Salò e Cremona, mentre sono due le nuove puntate del podcast **Sapori del Garda**, dedicate a i vini bresciani e al torrione cremonese.

E' stato pubblicato inoltre un nuovo podcast, interamente in lingua inglese, chiamato **Welcome to Lake Garda**

e dedicato, in generale, alla promozione del territorio gardesano e dei suoi dintorni attraverso tutto ciò che lo caratterizza e che ogni anno attrae milioni di turisti da tutto il mondo.

Al progetto hanno partecipato, anche nel 2022, numerosi studenti di università territoriali e non.



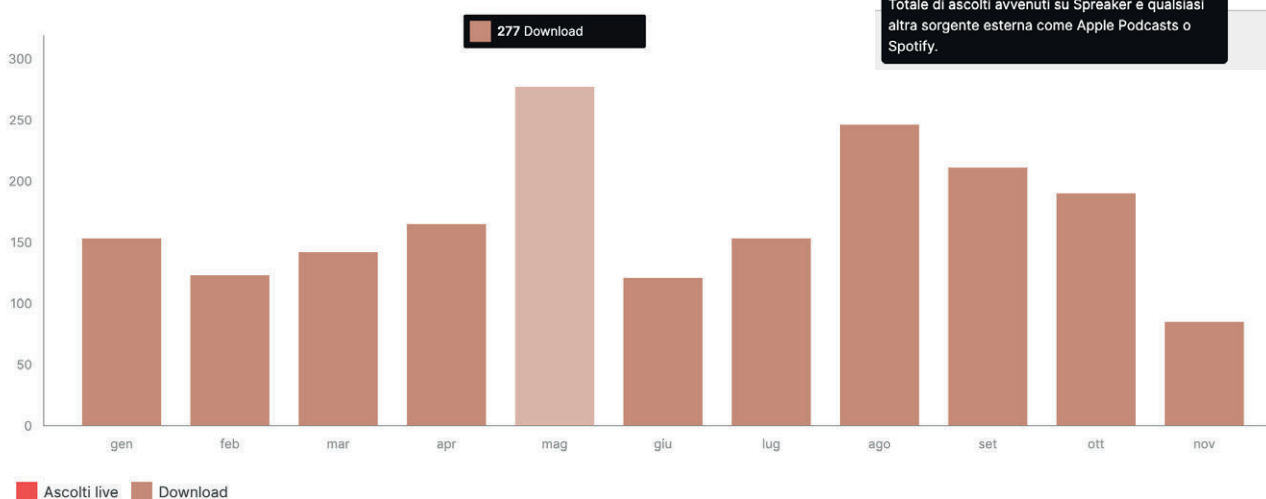
GardaMusei

3.613

Totale dei Download ?

Totale di ascolti avvenuti su Spleaker e qualsiasi altra sorgente esterna come Apple Podcasts o Spotify.

I dati mostrati sono relativi al periodo da 1 gennaio 2022 a 23 novembre 2022



6) Guide GardaMusei

GardaMusei ha avviato nel 2020 la realizzazione di **guide tematiche** sfruttando i propri canali social, in particolare Instagram. A partire dal 2022 le guide riceveranno una veste grafica e verranno pubblicate anche sul sito dell'associazione, rendendosi così disponibili a tutti per il download. Il progetto mira alla promozione dei soci fornendo un supporto ai turisti, fidelizzandoli nella scelta di GardaMusei per i propri viaggi sul territorio e facendo scoprire loro le bellezze che musei, comuni e fondazioni hanno da offrire.

7) Progetti didattici e universitari

GardaMusei ogni anno collabora con il Vittoriale degli Italiani nella proposta di un **progetto didattico** a istituti di ogni ordine e grado. Quest'anno il progetto ha avuto come titolo *Ripartiamo da 100. Leggere d'Annunzio e vivere il Vittoriale: storia, arte e natura*.

L'associazione è stata **attiva anche in ambito universitario**, incrementando e rafforzando la collaborazione con gli atenei territoriali. Grazie alle convenzioni stipulate infatti molti studenti hanno scelto di attivare il proprio tirocinio curricolare con GardaMusei, incuriositi dal mondo culturale e attratti dal territorio del quale GardaMusei si occupa. Alle convenzioni già in corso (LABA - Libera Accademia delle Belle Arti di Brescia, HDemia Santa Giulia di Brescia, Università Cattolica, Università degli studi di Verona, Università degli Studi di Milano Bicocca, Università degli Studi di Trento, Università di Bergamo) si sono aggiunte due nuove convenzioni: quella con l'Università degli Studi di Padova e quella con l'Università di Pisa. Inoltre è stata rafforzata la collaborazione con LABA Libera Accademia delle Belle Arti di Brescia con la quale sono stati organizzati tirocini concatenati per tutti i mesi da settembre 2022 a febbraio 2023.

In ottobre la studentessa Verena Ciullo, che per due anni ha svolto il tirocinio presso la nostra associazione, ha realizzato per e con GardaMusei un **laboratorio didattico** per bambini sotto i 10 anni.

8) Promozione extraterritoriale

Nel 2022 sono state numerose le occasioni per promuovere l'associazione fuori dal proprio territorio grazie alla collaborazione con **Ocean viaggi**, GardaMusei è stata promossa in fiere nazionali e internazionali. Ocean Viaggi ha organizzato, in aprile, una giornata in compagnia di operatori turistici da tutta Italia presso la sede GardaMusei, dove è stata presentata l'associazione e dove sono state distribuite tessere GardaMusei.

In agosto **Cremona** ha portato nuovamente la violinista Lena Yokoyama

sul territorio gardesano. Questa volta l'audizione è stata protagonista, sul lungolago di **Salò**, della campagna promozionale del progetto Cremona is Music.

In ottobre GardaMusei era presente, insieme al Vittoriale degli Italiani, al **Futura Expo**, l'hub per il futuro sostenibile nel quale è stato allestito un angolo dedicato alla cultura e al turismo sostenibile.

Nello stesso mese il Direttore Generale Giordano Bruno Guerri ha intrapreso un viaggio a **Calcutta** e a **Singapore** per promuovere, oltre che il Vittoriale degli Italiani di cui è Presidente e Direttore Generale, anche GardaMusei e, più in generale, tutto il territorio che ne fa parte.

A contribuire alla promozione di GardaMusei anche l'Hotel gardonese **Ville Montefiori** che ha scelto di acquistare delle tessere GardaMusei da omaggiare ai propri ospiti nella stagione 2022.



Il bilancio

Per la Presidenza, il Consiglio Direttivo ed il Direttore il bilancio ha un ruolo determinante nella gestione dell'associazione GardaMusei. Tutte le scelte e tutte le strategie sono ideate per fare in modo che l'oggetto sociale e le indicazioni date dall'assemblea dei soci trovino le giuste coperture economiche e ne garantiscano la gestione futura.

Negli anni si è evidenziata la necessità di coprire un costo "strutturale" dato dai compensi e dalle spese imprescindibili all'associazione utili all'attività caratterizzante e l'esigenza di trovare le risorse necessarie per sviluppare nuovi progetti. Questo è stato raggiunto principalmente con l'**allargamento della compagine associativa** che garantisce il flusso di cassa necessario e negli anni ha permesso di poter accantonare gli importi necessari per poter affrontare progetti più impegnativi. Un ulteriore aiuto al bilancio è stato trovato con la **partecipazione a bandi** (tra l'altro ritenuto uno dei punti fondamentali dell'oggetto sociale) tra cui ricordiamo l'ultimo vinto tramite GAL e riguardante la bigliettazione elettronica ed il rifacimento del sito istituzionale. Questi ultimi saranno attivi nei prossimi mesi ed a fronte di un costo stimato di €135.800,00+Iva al 22% è stato ottenuto un contributo di €122.220,00 (importi che si renderanno nel bilancio 2023, anno di conclusione del progetto).

Premesso questo la situazione finanziaria è così riassunta:

	Anno 2016	Anno 2018	Anno 2021	Anno 2022*
Proventi	37.050,00	63.981,00	52.109,57	64.000,00
di cui quote associative	37.050,00	63.950,00	48.100,00	57.900,00
Costi	14.267,00	51.672,00	30.184,00	47.000,00
di cui personale e prof.	13.570,00	33.322,00	27.908,00	27.930,00
Utile	22.071,00	6.935,77	10.276,00	10.000,00
Capitale	38.000,00	56.000,00	56.000,00	62.000,00
Cassa	79.130,00	90.045,00	112.231,00	112.600,00
Crediti	6,00	9.917,00	19.525,00	32.422,00

** Preconsuntivo con importi indicativi per l'anno 2022*

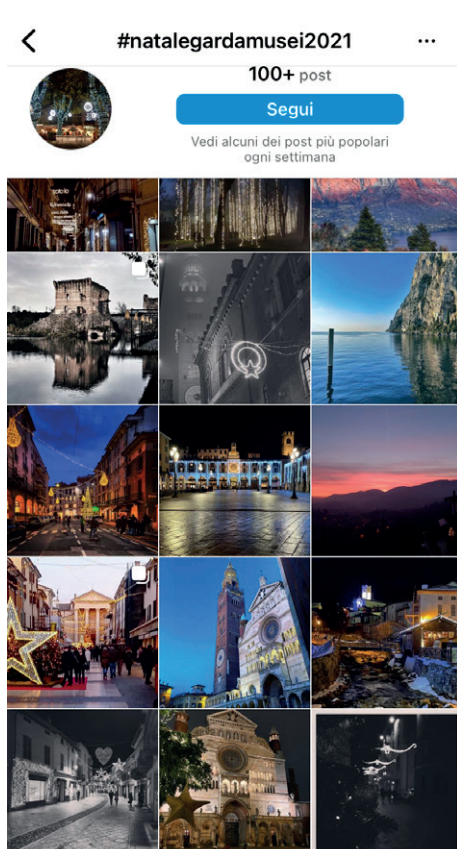
Dalla situazione riassunta emerge che l'associazione gode di ottima salute che gli consentirà di affrontare in modo tranquillo gli impegni fino ad ora presi nonostante gli ultimi anni caratterizzati dalla pandemia Covid 19, in cui tra l'altro erano state dimezzate le quote associative.

Social Network

Anche nel 2022 i canali social di GardaMusei hanno avuto un ruolo di primaria importanza per la promozione delle attività dell'associazione e dei suoi soci. Sebbene siano diminuiti i limiti imposti dalla pandemia, i social network rimangono uno strumento fondamentale per intercettare turisti italiani e stranieri, far conoscere loro l'associazione e interagire. Unitamente al sito web, che di settimana in settimana viene aggiornato con notizie e programmazione di eventi, anche i social network vengono costantemente aggiornati con contenuti di rimando oppure con contenuti originali GardaMusei.

1) Instagram

Il profilo Instagram risulta seguito, coerentemente con il 2021, da un pubblico prevalentemente giovane, interessato all'arte, alla cultura, ma anche ai viaggi, alle esperienze enogastronomiche e ai progetti dell'associazione più innovativi, come i podcast e i tag. I contenuti caricati sulla piattaforma sono quasi esclusivamente di tipo fotografico, con immagini panoramiche o dei singoli luoghi associati. La promozione di eventi è stata effettuata tramite



lo strumento "storie", il migliore in termini di interazione con l'utente che può commentare, rispondere a sondaggi e quiz. La promozione dei soci e delle attività dell'associazione è stata fatta invece tramite post, caroselli e reel, per i quali si registra un ottimo riscontro (oltre 2.000 visualizzazioni di media).

Nel periodo natalizio, tra dicembre 2021 e gennaio 2022, è stato riproposto il contest fotografico che invitava gli utenti a scattare fotografie sul territorio, taggando #natalegardamusei2021. Lo straordinario risultato ha visto la partecipazione di decine di utenti, misti tra bresciani, veneti, trentini e cremonesi, non solo. Il forte entusiasmo è stato riscontrato anche nei commenti ai post e alle storie pubblicate da turisti che hanno scoperto i luoghi meno conosciuti e che hanno scelto di visitarli appena possibile.



2) Facebook

Il profilo Facebook dell'associazione ha raggiunto nel 2022 il numero massimo di contatti, ossia 5.000, con un esubero di richieste dirottate alla pagina.

La pagina Facebook ha raggiunto i 6.529 seguaci, incrementati rispetto all'anno precedente, e anche in questo caso molto attivi con commenti e condivisioni.

I post sono stati pubblicati principalmente nelle ore di punta: dalle 7.00 alle 8.00, dalle 12.00 alle 14.00 oppure dalle 18.00 alle 20.00).

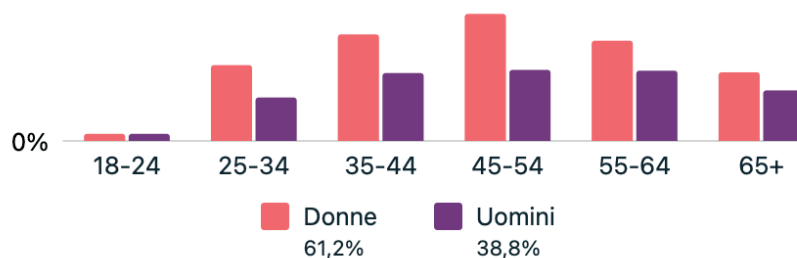
Il pubblico di Facebook è senza dubbio differente da quello su Instagram. Se quello su Instagram è più giovane, più interattivo e interessato a temi di viaggio più che quelli museali, quello su Facebook è un pubblico adulto, meno interattivo ma più propenso alla condivisione.

Inoltre, mentre su Instagram la pubblicazione di locandine o grafiche non ottiene un grande riscontro (è infatti un'applicazione mirata più alla fotografia che alla promozione), su Facebook colpiscono molto i contenuti informativi che regolarmente pubblichiamo con link ai siti di riferimento.

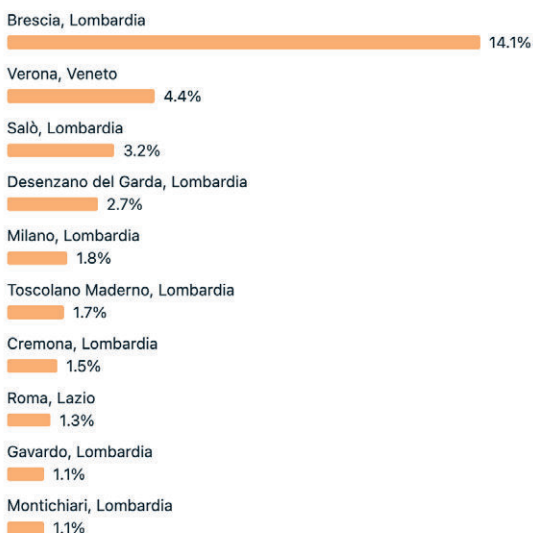
Follower della Pagina Facebook ⓘ

6528

Età e genere ⓘ



Città principali

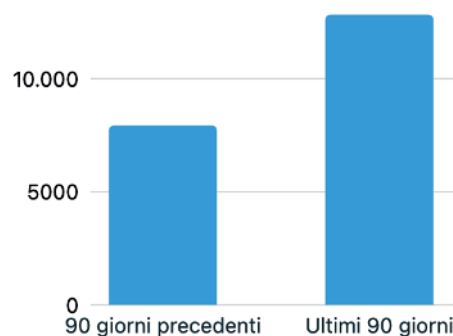


Copertura

Copertura dei post ⓘ

12.828 ↑ 61,8%

Totale degli ultimi 90 giorni rispetto ai 90 giorni precedenti



3) Twitter

Il profilo Twitter dell'associazione conta 513 seguaci, un numero inferiore rispetto agli altri canali social, giustificato da diversi fattori. Dapprima il fatto che il numero di utenti presenti su Twitter è molto inferiore rispetto, ad esempio, a quelli su Instagram (Twitter conta circa 270 milioni di utenti in tutto il mondo contro 1 miliardo di utenti Instagram).

Il coinvolgimento di Twitter è molto più basso, anche se le sue funzioni di retweet, citazione e risposta consentono ugualmente comunicazioni istantanee.

4) TikTok

E' stato avviato un profilo TikTok per raggiungere anche il pubblico più giovane. L'obiettivo è quello di creare contenuti dinamici, sfruttando le tendenze del social per promuovere i soci e comunicare i progetti dell'associazione.

Obiettivi GardaMusei 2023

Gli **obiettivi GardaMusei 2022:**

- **Ampliamento dei servizi offerti** al turista e agli stessi associati;
- **Ideazione, progettazione e realizzazione di nuove strategie di promozione e valorizzazione** culturale, turistica, ambientale e di marketing territoriale;
- **Promozione multimediale e mediatica** per un più forte posizionamento di contenuti e di immagine dell'associazione;
- Continuo **miglioramento della propria attività** per la promozione dei soci attraverso nuove idee e nuovi progetti;
- **Supporto al turista** nella visita sul territorio;
- **Creazione di sinergie tra i soci** volte a amplificare e differenziare la proposta culturale;
- **Incremento dell'attività con scuole e università** per garantire ai giovani studenti un'esperienza con GardaMusei e progetti formativi in ambito della cultura e del turismo;