

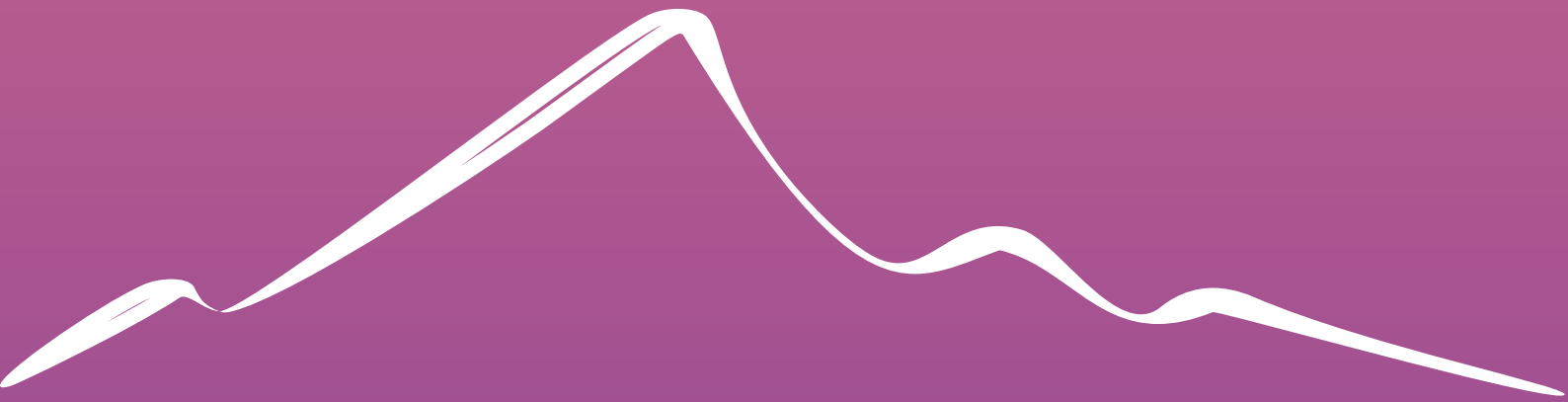


CONFINDUSTRIA
BELLUNO DOLOMITI

Associazione fra gli Industriali della Provincia di Belluno

CRESCERE, INSIEME

DOLOMITI BELLUNESI, LABORATORIO DI FUTURO E INNOVAZIONE



Strategia di storytelling territoriale
in vista di Milano - Cortina 2026

ABSTRACT

Nell'epoca dell'**economia della conoscenza**, il valore di un territorio non si misura più solo in termini di **risorse naturali o infrastrutture fisiche**, ma nella sua capacità di **generare e attrarre innovazione, talento e opportunità**. Il territorio delle Dolomiti Bellunesi ha una storia industriale, culturale e produttiva straordinaria, che oggi può essere rilanciata attraverso un **nuovo modello di narrazione** incentrato sull'innovazione, la sostenibilità e la qualità della vita.

Lo **storytelling territoriale basato sull'innovazione** è una leva strategica per **contrastare lo spopolamento, attrarre nuovi residenti e posizionarsi nel mercato turistico globale**. Questo tipo di narrazione aiuta a trasformare la percezione del territorio, rendendolo **un luogo di crescita e opportunità per professionisti, imprenditori, investitori e turisti alla ricerca di esperienze uniche**.

L'**autenticità**, valore chiave del brand **Dolomiti Bellunesi**, è il filo conduttore di questa strategia: raccontare **la vita delle comunità locali, la storia industriale dell'occhialeria, le eccellenze enogastronomiche e il turismo esperienziale** con un approccio contemporaneo e innovativo. Le Dolomiti Bellunesi non sono solo una destinazione turistica, ma **un territorio vivo, in evoluzione, che unisce tradizione e avanguardia**.

Per dare concretezza a questa visione nasce la **Fabbrica dei Contenuti**, un'iniziativa che si pone l'obiettivo di **produrre e distribuire narrazioni strategiche** per posizionare il territorio bellunese come un modello di **innovazione, qualità della vita e sviluppo sostenibile**. Attraverso un hub di produzione multimediale (testi, video, podcast, reportage), la Fabbrica dei Contenuti sarà uno strumento fondamentale per: ✓ **Raccontare il territorio come ecosistema innovativo e sostenibile**; ✓ **Dare visibilità internazionale al distretto dell'occhialeria**, evidenziandone il ruolo pionieristico nell'AI e negli smart glasses; ✓ **Supportare il Media Center delle Olimpiadi Milano-Cortina 2026**, fornendo materiali per giornalisti e broadcaster internazionali; ✓ **Promuovere le Dolomiti Bellunesi come destinazione per il turismo esperienziale, l'enogastronomia e il benessere**; ✓ **Creare un asset strategico per la legacy post-2026**, lasciando un'eredità duratura in termini di contenuti e posizionamento globale.

Milano-Cortina 2026 rappresenta un'opportunità unica per ridefinire l'identità del territorio e renderlo **più attrattivo per turisti, nuovi abitanti e investitori**. La Fabbrica dei Contenuti sarà il motore di questa trasformazione, utilizzando il **potere delle storie autentiche per connettere Belluno con il mondo**.

1. PREMESSA: L'EVOLUZIONE DI BELLUNO NELL'ECONOMIA DELLA CONOSCENZA

La provincia di Belluno si trova al centro di una trasformazione cruciale. Storicamente territorio manifatturiero, con una forte vocazione produttiva legata al distretto dell'occhialeria e al settore della meccanica (in particolare del "freddo"), oggi si confronta con le sfide dell'economia della conoscenza. La globalizzazione, la digitalizzazione e le nuove dinamiche del lavoro hanno cambiato il paradigma competitivo, rendendo sempre più essenziale l'integrazione tra tradizione industriale e innovazione tecnologica.

L'**Ecosistema Belluno**, delineato nel Manifesto IPA Prealpi Bellunesi, identifica le principali leve di sviluppo del territorio, ponendo l'accento su:

- **Innovazione e ricerca** come motori di competitività per le imprese;
- **Alta formazione e università** per attrarre e trattenere talenti;
- **Open innovation e nuove imprenditorialità** per modernizzare il tessuto produttivo;
- **Sostenibilità e smart working** per migliorare la qualità della vita e contrastare lo spopolamento.

Le Olimpiadi **Milano-Cortina 2026** rappresentano un'opportunità irripetibile per valorizzare questa trasformazione e posizionare Belluno come un laboratorio di innovazione, attrattività e qualità della vita. Questa nuova narrazione deve integrarsi con la promozione del brand territoriale "DOLOMITI BELLUNESI" e dei suoi valori, a cominciare dall'**autenticità**, vero tratto caratteristico del brand, del territorio e delle sue eccellenze.

L'**autenticità** è il valore cardine del brand **Dolomiti Bellunesi** e deve essere la parola chiave di tutte le narrazioni prodotte dalla Fabbrica dei Contenuti. Questa autenticità si declina in più dimensioni: nelle persone che abitano il territorio, nelle produzioni artigianali e industriali, nei prodotti tipici e nella cultura del luogo.

Raccontare l'autenticità di Belluno significa valorizzare il saper fare delle aziende del distretto dell'occhialeria, esaltare la qualità dei prodotti tipici e trasmettere il legame profondo tra comunità e ambiente. Questo approccio contribuirà a creare una narrazione unica, capace di attrarre turisti, investitori e nuovi residenti, posizionando Belluno non solo come meta turistica e produttiva, ma come *esempio di innovazione radicata nella tradizione*.

2. OBIETTIVI DEL PROGETTO

Il progetto mira a costruire una **Fabbrica dei Contenuti**, un hub di produzione multimediale (testi, audio, video, reportage) che diventi:

✓ **Uno strumento di valorizzazione territoriale**, raccontando Belluno come ecosistema innovativo;

✓ **Un acceleratore di visibilità per il distretto dell'occhialeria**, mettendo in evidenza la sua storia – in particolare attraverso il Museo di Pieve di Cadore e il Museo Luxottica di Agordo, nonché di eventi e mostre dedicate – ma anche la sua evoluzione, fino a diventare un riferimento mondiale nell'ambito dell'AI e degli smart glasses;

✓ **Una fonte primaria per il Media Center** delle Olimpiadi, fornendo materiali per giornalisti e broadcaster internazionali;

✓ *Un motore per la promozione turistica delle Dolomiti*, valorizzando i suoi itinerari, prodotti tipici ed eccellenze agroalimentari.

✓ **Un asset strategico per la legacy post-2026**, lasciando un'eredità duratura in termini di contenuti e posizionamento globale.

3. STORYTELLING TERRITORIALE: LE QUATTRO NARRAZIONI CHIAVE

Lo storytelling territoriale è uno strumento fondamentale per trasformare Belluno in un punto di riferimento per innovazione, qualità della vita e sviluppo sostenibile. Le Dolomiti Bellunesi non sono solo un luogo da visitare, ma un ecosistema in cui si intrecciano tradizione e futuro. Attraverso la Fabbrica dei Contenuti, vogliamo raccontare come il territorio stia evolvendo in risposta alle nuove sfide dell'economia della conoscenza, posizionandosi come un modello di eccellenza e autenticità.

Le quattro narrazioni chiave del progetto riflettono questa visione e mirano a valorizzare i punti di forza di Belluno e delle Dolomiti, raccontandone la vocazione all'innovazione, l'identità produttiva e culturale e l'attrattiva per nuovi residenti, investitori e turisti.

a. BELLUNO, HUB DI INNOVAZIONE E AI PER L'OCCHIALERIA DEL FUTURO

- **Obiettivo:** raccontare l'evoluzione del distretto dell'occhialeria, posizionandolo come polo di riferimento per l'innovazione tecnologica e l'intelligenza artificiale applicata all'eyewear.

- **Temi principali:**
 1. **Dalla tradizione alla tecnologia:** dagli occhiali a rivetto del XIII secolo agli smart glasses con AI integrata, creazione di storytelling della tradizione del territorio attraverso la storia e le storie di un settore rappresentativo della moda, della bellezza, del Made in Italy e, oggi, della tecnologia più avanzata;
 2. **Il ruolo delle aziende leader** nello sviluppo di nuovi materiali e tecnologie digitali;
 3. **Collaborazione con università e centri di ricerca:** la nascita di un hub di competenze nel Bellunese.
- **Output:** Video documentari sulle aziende e le tecnologie emergenti; Podcast con designer, imprenditori e innovatori; Infografiche su trend e dati di mercato.

b. ECOSISTEMA BELLUNO: IL NUOVO MODELLO DI SVILUPPO TERRITORIALE

- **Obiettivo:** valorizzare l'evoluzione di Belluno in un ecosistema dell'innovazione e della conoscenza.
- **Temi principali:**
 1. Il ruolo chiave delle **università (LUISS, Verona, Padova)** nella formazione di nuovi talenti;
 2. **Le startup e l'open innovation** come strumenti per la crescita economica;
 3. **Valorizzazione delle infrastrutture tecnologiche**, laboratori a cielo aperto come la "smart road" di Anas e, in prospettiva, della pista da sci sensorizzata a Falcade;
 4. **La transizione green e digitale**, con focus sulla sostenibilità industriale e ambientale.
- **Output:** Report sull'innovazione e le trasformazioni economiche; Video interviste con professori, studenti e imprenditori; Infografiche sui trend di crescita del territorio.

c. SMART LIVING E QUALITÀ DELLA VITA: L'ATTRATTIVITÀ DI BELLUNO

- **Obiettivo:** posizionare Belluno come una destinazione ideale per professionisti, nomadi digitali e nuove imprese.
- **Temi principali:**
 1. **Lavoro e benessere:** Belluno come modello di equilibrio tra produttività e qualità della vita;
 2. **Infrastrutture digitali e smart working** per attrarre nuove professionalità;
 3. **Testimonianze di chi ha scelto di trasferirsi nel Bellunese.**
- **Output:** Storytelling di professionisti e startup che hanno scelto Belluno; Infografiche su costi e vantaggi del vivere nelle Dolomiti; Video immersivi sulle opportunità del territorio.

d. PROMOZIONE TURISTICA DELLE DOLOMITI E DEI PRODOTTI TIPICI

Obiettivo: rafforzare l'attrattività turistica delle Dolomiti Bellunesi, mettendo in risalto le eccellenze paesaggistiche, culturali e agroalimentari.

- **Temi principali:**
 1. **Itinerari e percorsi turistici:** trekking, bike, sci e turismo lento;
 2. **Eccellenze enogastronomiche:** prodotti tipici come il gelato artigianale, i formaggi di montagna e i vini locali;
 3. **Ospitalità e accoglienza diffusa:** strutture ricettive innovative e turismo esperienziale.
- **Output:** Video emozionali sugli itinerari; Infografiche sui prodotti tipici e percorsi enogastronomici; Interviste con produttori e chef locali.

4. DISTRIBUZIONE E STRATEGIA MEDIA

Per massimizzare l'impatto, la Fabbrica dei Contenuti opererà attraverso un modello multicanale:

- **ANSA e Media Partner** > Diffusione internazionale attraverso ANSA, in virtù di una partnership strategica, con la principale agenzia di stampa in Italia e la 5° al Mondo: attraverso questo canale privilegiato le informazioni confezionate dalla Fabbrica dei Contenuti saranno diffuse capillarmente a tutte le testate giornalistiche italiane (testate tradizionali, online, televisioni, radio) e in alcune aree internazionali selezionate come strategiche;
- **Media locali** > L'iniziativa non è in concorrenza ma supporta i media presenti nel territorio offrendo contenuti sulle 4 narrazioni chiave e producendo approfondimenti tematici on demand.
- **Social Media e Digital Platforms** > Storytelling con contenuti brevi per Instagram, TikTok, LinkedIn;
- **Podcast e Web Series** > Approfondimenti su innovazione e Made in Italy;
- **Media Center Milano-Cortina** > Fornitura diretta di materiali ai giornalisti accreditati e non accreditati.

5. NUMERI E IMPATTO ATTESO

Dati chiave su Milano-Cortina 2026:

- 4 miliardi di spettatori globali;
- 160.000 ore di trasmissione TV;
- Milioni di visualizzazioni su piattaforme digitali;
- Migliaia di giornalisti internazionali attesi.

Opportunità per Belluno: ✓ Raggiungere un'audience globale; ✓ Posizionarsi come modello di innovazione e sostenibilità; ✓ Attrarre investimenti e nuovi residenti.

6. RISULTATI ATTESI

- ✓ Riposizionamento del distretto dell'occhialeria come hub tecnologico;
- ✓ Maggiore attrattività per talenti, startup e imprese;
- ✓ Un archivio di contenuti permanenti per la legacy post-Olimpiadi;
- ✓ Crescita della visibilità internazionale e sviluppo economico e turistico del territorio.

7. KPI, CRONOPROGRAMMA E COMPETENZE NECESSARIE

KPI (Indicatori chiave di prestazione):

- Numero di contenuti prodotti e distribuiti
- Engagement e copertura media
- Interazioni sui social e traffico web
- Collaborazioni attivate con aziende, media e istituzioni

Cronoprogramma:

1. **2024 - Q2-Q4:** Strutturazione della Fabbrica dei Contenuti, avvio della produzione e definizione dei format
2. **2025 - Q1-Q4:** Distribuzione e diffusione dei contenuti, collaborazione con il Media Center
3. **2026 - Q1-Q2:** Massima visibilità durante i Giochi Olimpici
4. **2026 - Post-evento:** Legacy e valorizzazione dei contenuti per attrarre investimenti e residenti

Competenze necessarie:

- **Giornalista senior** con esperienza in comunicazione territoriale e media internazionali per il coordinamento dell'iniziativa e della produzione
- **Giornalista** in condivisione con ANSA di cui sarà corrispondente territoriale
- **Due collaboratori** con competenze in videomaking, editing e social media
- **Stagisti** per supporto nella ricerca, produzione e gestione contenuti

- **COMITATO DI REDAZIONE**

Un comitato di redazione (CdR) ben strutturato può contribuire significativamente al successo dell'organizzazione, migliorando la sua visibilità e reputazione.

- ✓ **Obiettivi**
 - Strategia di Comunicazione: Definire e implementare una strategia di comunicazione chiara e coerente.

- Coordinamento: Assicurare che tutte le realtà del territorio siano allineate con la missione e i valori dell'organizzazione.

✓ **Composizione**

- I rappresentanti di categorie economiche e soggetti con competenze specifiche;

✓ **Attività**

- Pianificazione di Campagne: Sviluppare e pianificare campagne di comunicazione per promuovere eventi, prodotti o iniziative.

- Monitoraggio e Valutazione: Analizzare l'efficacia delle comunicazioni e apportare miglioramenti basati sui feedback e sui dati raccolti.

- Formazione: offrire formazione ai membri dell'organizzazione su best practices di comunicazione e utilizzo dei canali di comunicazione.

✓ **Comunicazione Interna**

- Assicurarsi che le informazioni siano condivise in modo efficace all'interno dell'organizzazione, promuovendo un ambiente di trasparenza e collaborazione.

✓ **Incontri e Report**

- Riunioni Regolari: Stabilire un calendario di incontri per discutere i progressi, le sfide e le opportunità.

- Report di Attività: Creare report periodici per documentare le attività del comitato e i risultati ottenuti.

8. CONCLUSIONI

Milano-Cortina 2026 è una vetrina unica per raccontare un **territorio che evolve, innova e investe nel futuro**. La **Fabbrica dei Contenuti**, integrata con il Media Center e allineata ai principi dell'**Ecosistema Belluno**, sarà il motore di questa trasformazione, posizionando Belluno come **un'eccellenza dell'innovazione e del Made in Italy**.



**CONFINDUSTRIA
BELLUNO DOLOMITI**

Associazione fra gli Industriali della Provincia di Belluno

CRESCERE, INSIEME