



Il sottoscritto **Giampaolo Viglia**

presenta

la seguente proposta progettuale per l'eventuale preselezione alla partecipazione del Bando CRT 2025:

- a) **Titolo del progetto di ricerca:** "Marketing Digitale per la Valle d'Aosta: Promozione e Sviluppo Sostenibile per il Territorio"
- b) **Durata presunta (data inizio e data fine progetto):** 18 mesi (dalla data di assegnazione del contributo) – 01 Novembre 2025- 30 Aprile 2027
- c) **Indicazione del docente responsabile scientifico:** Prof. Giampaolo Viglia
- d) **Composizione del gruppo di ricerca e impegno in mesi-uomo:**

	Cognome e nome	Ruolo	Impegno (mesi-uomo)
1.	Giampaolo Viglia	Responsabile scientifico	2
2	Vincitore Borsa	Borsista	12 (estendibile per altri 3 mesi)

e) **Obiettivi:**

Questo progetto nasce con l'obiettivo di rafforzare la presenza online del territorio valdostano attraverso strategie di marketing digitale innovative e sostenibili. La creazione di contenuti di alta qualità – testi, immagini, video e storytelling – sarà centrale per valorizzare l'identità della regione, attrarre visitatori e generare nuove opportunità economiche per le imprese locali. In parallelo, verranno promosse pratiche di marketing responsabile, per garantire una crescita equilibrata e rispettosa delle risorse naturali e culturali della Valle d'Aosta.

Oltre alla promozione turistica, il progetto affronta un'importante sfida legata alla sostenibilità: il *decoupling energetico*, ovvero la dissociazione tra crescita del settore turistico e aumento del consumo energetico. L'incremento dei flussi turistici, soprattutto in aree fragili, deve essere gestito in modo da ridurre l'impatto ambientale. Per questo, il progetto mira a sviluppare strategie integrate per un turismo sostenibile, puntando su soluzioni innovative per l'efficienza energetica delle infrastrutture ricettive, l'adozione di fonti rinnovabili in collaborazione con operatori energetici locali e il potenziamento della mobilità sostenibile. Inoltre, il progetto esplorerà l'uso di tecnologie digitali e strumenti di sensibilizzazione per incentivare comportamenti virtuosi tra turisti e operatori del settore.

Grazie a un approccio basato sul monitoraggio continuo dei consumi e sull'implementazione di modelli di gestione energetica supportati dall'intelligenza artificiale, l'iniziativa non solo contribuirà alla valorizzazione turistica del territorio, ma renderà il turismo motore di innovazione e transizione ecologica per la Valle d'Aosta.

Obiettivi specifici del progetto

Valorizzare la Valle d'Aosta attraverso il digitale

- Rafforzare la visibilità online del patrimonio culturale, naturale e imprenditoriale locale tramite strategie di marketing digitale e contenuti di alta qualità.

Supportare PMI, associazioni e operatori culturali

- Fornire strumenti e competenze per migliorare la loro comunicazione e promozione sui principali canali digitali, sostenendo lo sviluppo economico locale.

Promuovere un turismo sostenibile e innovativo

- Sviluppare strategie integrate per minimizzare l'impatto ambientale del turismo, favorendo pratiche di marketing responsabili e l'adozione di soluzioni tecnologiche innovative.

Favorire il decoupling energetico nel turismo

- Ridurre il legame tra crescita turistica e aumento del consumo energetico attraverso l'efficienza energetica nelle infrastrutture ricettive, l'uso di fonti rinnovabili e la mobilità sostenibile.

Sfruttare tecnologie digitali per la transizione ecologica

- Implementare strumenti di monitoraggio, intelligenza artificiale e campagne di sensibilizzazione per incentivare comportamenti sostenibili tra turisti e operatori del settore.

f) Descrizione sommaria delle attività previste (WP):

	Descrizione	Durata
WP1	Analisi del territorio e definizione della strategia di marketing. <ul style="list-style-type: none">• Attività:<ul style="list-style-type: none">○ Indagine sui punti di forza del territorio da valorizzare (cultura, natura, gastronomia, artigianato, ecc.).○ Analisi dei trend di marketing digitale e dei social media per settori specifici (turismo, cultura, imprese).○ Elaborazione di una strategia di marketing digitale mirata per la Valle d'Aosta.• Output: Pubblicazione sul marketing digitale per la Valle d'Aosta.	4 mesi
WP2	Creazione e gestione di campagne di marketing digitale <ul style="list-style-type: none">• Attività:<ul style="list-style-type: none">○ Ideazione e gestione di campagne pubblicitarie su social media (Facebook, Instagram, TikTok) per promuovere eventi e prodotti locali.○ Creazione di contenuti coinvolgenti (video, immagini, articoli) per far conoscere la Valle d'Aosta a un pubblico nazionale e internazionale.	3 mesi

	<ul style="list-style-type: none"> ○ Collaborazione con influencer e creator digitali per amplificare la visibilità della regione. • Output: Almeno 3 campagne pubblicitarie realizzate 	
WP3	<p>Strategie di decoupling e turismo sostenibile</p> <ul style="list-style-type: none"> • Attività: <ul style="list-style-type: none"> ○ Identificazione di azioni volte al decoupling energetico ○ Raccolta e analisi dei dati territoriali per identificare aree di intervento prioritarie ○ Elaborazione di campagne di sensibilizzazione per incentivare comportamenti sostenibili tra turisti e operatori del settore • Output: Elaborazione di linee guida a favore del decoupling e, quindi, della transizione energetica. 	9 mesi
WP4	<p>Monitoraggio e valutazione</p> <ul style="list-style-type: none"> • Attività: <ul style="list-style-type: none"> ○ Monitoraggio delle performance delle campagne di marketing attraverso metriche digitali (engagement, click-through rate, crescita dei follower). ○ Raccolta di feedback dai beneficiari locali (imprese, operatori culturali) sull'impatto delle attività di marketing e riduzione energetica. ○ Redazione di un report finale con risultati e raccomandazioni per il futuro. • Output: Report finale con analisi dettagliata delle metriche 	2 mesi

g) Risultati attesi e impatto sul territorio:

Risultati Attesi

- **Maggiore visibilità della Valle d'Aosta online**, con un incremento del traffico turistico e culturale grazie a strategie di marketing digitale efficaci.
- **Rafforzamento del brand Valle d'Aosta** a livello nazionale e internazionale, posizionandolo come destinazione sostenibile e innovativa.
- **Coinvolgimento attivo di almeno imprese e organizzazioni locali** nella promozione digitale, favorendo la crescita economica e l'adozione di strumenti digitali.
- **Produzione di contenuti digitali di alta qualità**, riutilizzabili per iniziative future e capaci di attrarre visitatori e investitori.

- **Adozione di pratiche di turismo sostenibile**, con l'integrazione di soluzioni per la riduzione dell'impatto ambientale, tra cui l'efficienza energetica e la mobilità sostenibile.

Impatto Atteso

- **Economico:** Crescita del turismo e delle vendite di prodotti locali grazie a una maggiore visibilità online e a strategie di marketing mirate.
- **Sociale:** Rafforzamento del senso di comunità e coinvolgimento attivo delle realtà locali nella costruzione di un'identità digitale del territorio.
- **Culturale:** Valorizzazione e tutela del patrimonio culturale e tradizionale della Valle d'Aosta attraverso narrazioni digitali coinvolgenti e accessibili.
- **Ambientale:** Riduzione dell'impatto del turismo grazie a strategie di *decoupling* energetico, promozione della mobilità sostenibile e utilizzo di tecnologie per l'efficienza energetica.
- **Tecnologico:** Sperimentazione di strumenti digitali innovativi, tra cui intelligenza artificiale e analisi avanzata dei dati, per monitorare e ottimizzare consumi e strategie di marketing sostenibile

h) Budget di progetto:¹

Macrovoce	Dettaglio	Importo
Borsa di Studio	Collaborazione per attività di ricerca per un giovane esperto in marketing digitale e social media, 18 mesi di lavoro	€ 20,000
Budget campagne pubblicitarie social media	Collaborazioni con influencer per attività inclusa nel Work Package 2	€ 7,000
Evento scientifico	Stanziamiento per organizzazione di evento per disseminazione	€ 3,000
Cofinanziamento	Garantito dall'ente richiedente	€ 25,685
Totale	Costo totale del progetto	€ 55,685

_____ Aosta _____, li _____ 19/03/2025 _____

¹ Macrovoce di possibile riferimento: 1. Acquisti di beni inventariabili; 2. Acquisti di servizi e di beni non inventariabili; 3. Collaborazioni all'attività di ricerca; 4. Missioni e partecipazioni a convegni e ad eventi scientifici; 5. Organizzazione di convegni; 6. Pubblicazioni: