

SPONSORSHIP DECK

Dove vivere in Italia

La guida oggettiva ai piccoli comuni italiani
dove vivere bene.

Proposta di partnership e sponsorizzazione





“Dove vivere in Italia”

aiuta persone, famiglie e lavoratori a scegliere piccoli comuni dove vivere meglio, usando **dati oggettivi**, **visite sul campo** e il **racconto video** dei luoghi.

≤ 5.000

abitanti per comune
analizzato

1

scoring oggettivo
di vivibilità



CHI SIAMO

Una community editoriale nata per orientare chi cerca un posto più sostenibile, concreto e vivibile in cui trasferirsi.

Non valutiamo “borghi da visitare”, ma luoghi per vivere bene.

1,8 mln

Visualizzazioni video Youtube

+27K

iscritti al canale YouTube interessati al tema

+6K

membri nel gruppo Facebook “Dove vivere in Italia” a due mesi dall'apertura

IL PROBLEMA CHE AFFRONTIAMO

Oggi chi vuole lasciare una grande città trova molte storie, ma pochi dati utili per scegliere il luogo giusto dove vivere

Mancano informazioni comparabili su servizi, lavoro, accessibilità e connessioni.

Le **guide tradizionali privilegiano paesaggio e turismo**, non la vita quotidiana.

Molti **comuni virtuosi restano invisibili** ai target che potrebbero trasferirsi.





DIMENSIONE INTERNAZIONALE

L'Italia gode di una fortissima attrattività internazionale, ma viene percepita soprattutto come una meta da visitare. La sfida è ampliare questo immaginario e raccontarla anche come un luogo in cui scegliere di vivere.

Pubblico

Popolazione internazionale ampia e diversificata, interessata a costruire in Italia una parte della propria vita.

Ostacolo

Una reputazione internazionale molto forte legata all'attrattività turistica e a stereotipi diffusi sul Paese.

Obiettivo

Spostare il posizionamento dell'Italia nel pubblico internazionale: da luogo da visitare a luogo in cui vivere bene.

IL PROBLEMA CHE AFFRONTIAMO

**GAP
INFORMATIVO**

**Persone interessate a
trasferirsi**
non sanno quali comuni
sono realmente adatti

Comuni con potenziale
non riescono a raccontare
i propri
vantaggi in modo
oggettivo



LA NOSTRA RISPOSTA

Una guida nazionale per scoprire dove vivere bene fuori dai grandi centri urbani

Un progetto che unisce dati, racconto e presenza sul territorio.

1

Analisi oggettiva

Misuriamo la vivibilità reale con parametri comparabili.

2

Visita e ascolto

Incontriamo residenti, amministratori, imprese e attori locali.

3

Contenuti video

Rendiamo accessibile il risultato tramite schede, video e social.

TARGET PRIMARIO

A CHI PARLIAMO

Diversi modi di “vivere bene” per diversi target



GIOVANI

- opportunità
- mobilità
- servizi
- futuro



FAMIGLIE

- scuole
- sanità
- sicurezza
- casa



PENSIONATI

- servizi
- salute
- costo della vita
- comunità



NOMADI DIGITALI

- connessione
- network
- Qualità ambientale

IL METODO DI VALUTAZIONE

Uno scoring di vivibilità reale, costruito su dati e verifica territoriale.

Accessibilità

trasporti, collegamenti, prossimità

PA e servizi

efficienza amministrativa, sanità, scuola

Lavoro

mercato locale, imprese, opportunità

Ambiente

qualità naturale, sicurezza, vivibilità

Digitale

connessione, servizi online, smart working

Futuro

progetti, investimenti, visione del territorio

Output: ranking, scheda comune, video e racconto verificato sul campo.





IL FORMAT EDITORIALE

Ogni territorio diventa una storia verificata, accessibile e condivisibile.

Dalla ricerca alla pubblicazione

- **Raccolta dati preliminare e analisi dei parametri.**
- **Call con residenti o referenti locali.**
- **Visita sul posto e incontri** con stakeholder del comune.
- **Riprese video per YouTube e contenuti social.**
- **Scheda finale** con punti di forza, criticità e profili più adatti.

L'IMPATTO CHE GENERIAMO

Valorizzare territori, orientare persone, creare connessioni utili, allontanarsi dagli stereotipi.

Il progetto crea valore su tre livelli

Per i cittadini

decisioni più consapevoli su dove trasferirsi

Per i comuni e le imprese locali

visibilità qualificata e racconto dei servizi, nuove opportunità, competenze e domanda

Per il Paese

contrasto allo spopolamento, riequilibrio territoriale, attrattività per i pubblici internazionali.



UN PO' DI NUMERI

Risultati pubblici e segnali di interesse della community, da consolidare con report analytics a supporto della sponsorizzazione.

27,1K

Iscritti
Youtube

354

Video
pubblicati

1,8 mln

Visualizzazioni
totali

6,6K

Membri gruppo
Facebook

Nota: i KPI finali per sponsor includeranno visualizzazioni, retention, click, reach, commenti, richieste e comuni segnalati.



YOUTUBE

- **canale verticale** dedicato al tema “dove vivere”
- **video lunghi** utili per **approfondire** comuni, costi e servizi
- **contenuti evergreen**: continuano a generare valore dopo la pubblicazione

FACEBOOK / COMMUNITY

- **domande** su trasferimenti, servizi, lavoro, casa e qualità della vita che **permettono conversazioni** e **interazioni** anche tra i membri stessi
- commenti con **richieste** di comuni da analizzare e ringraziamenti
- **microdati qualitativi** utili per capire bisogni reali e contenuti futuri

INSTAGRAM

- **canale** utilizzato principalmente per **riproporre** in formato Reel i **contenuti** pubblicati su **YouTube**, rendendoli più brevi e immediati
- **contenuti visivi** che rafforzano la riconoscibilità del progetto
- **ampliamento della presenza** di *Dove Vivere in Italia* su **altri social** e possibilità di **intercettare nuovi pubblici**

VALORE PER GLI SPONSOR

Accesso a una community interessata a casa, mobilità, servizi, tecnologia, sostenibilità e sviluppo locale.

Visibilità verso audience in target

persone che stanno valutando un cambiamento di vita e cercano informazioni oggettive

Credibilità editoriale

integrazione del brand in contenuti utili, verificati e non invasivi

Relazione territoriale

contatto con comuni, amministratori, imprese locali e comunità attive

Contenuti riutilizzabili

video, schede, short social e report spendibili anche dal partner

Per lo sponsor significa entrare in una conversazione già attiva:
non solo esposizione, ma associazione a un progetto con utilità pubblica e impatto territoriale.

COSA OFFRIAMO AGLI SPONSOR

Visibilità integrata nel progetto, senza snaturare il valore editoriale

Asset principali

- **Logo** nei video e nelle schede dei comuni.
- **Menzione** come **partner** del progetto o della tappa territoriale.
- **Branded content** coerenti con la missione.
- **Presenza** nei materiali social e **contenuti YouTube**.
- **Report di visibilità e impatto** a fine attività.





COSA OFFRIAMO AGLI SPONSOR

Esempi di attivazione

PRINCIPIO GUIDA
la sponsorizzazione sostiene
il progetto, ma non altera
l'oggettività della valutazione.

“Powered by”

sponsorizzazione della guida o di una rubrica

Tappe territoriali

supporto a visite e reportage in specifiche aree

Contenuti utili

guide pratiche su casa, lavoro, servizi, connessione

Eventi locali

incontri con comuni, imprese e potenziali residenti



PACCHETTI DI SPONSORIZZAZIONE

Proposta economica indicativa, modulabile per singola tappa, mini-serie, stagione editoriale o partnership annuale.

Importi IVA esclusa.

SUPPORTER

Garantire una presenza base del brand all'interno del progetto.

250 - 350 €

Attività incluse

- **Logo** in 1 **video Youtube**;
- 1 menzione nel **parlato**; 1 menzione nella **descrizione**;
- **menzione** in 1 **post social** dedicato al Comune;
- **2 stories**;
- **Logo** in 1 **scheda** di un comune;
- 1 **report sintetico**.

PARTNER TERRITORIALE

Associare lo sponsor a una
specifica area geografica o
a un gruppo di comuni.

650 €

Attività incluse

- **Logo** in **1 video Youtube**;
- **3** menzioni nel **parlato** (apertura - corpo - coda);
- **1** menzione nella **descrizione**;
- **menzione** in **1 post social** dedicato al Comune
- **1 post** dedicato allo sponsor (**adv**)
- **4 stories** (in 2 uscite);
- **1 reel** (dedicato al comune)
- **Logo** in **3 schede comuni** (limitrofi);
- **1 banner** (fisso per **1 mese**) nella pagina classifica
- **link diretto** e **CTA** verso sito dello sponsor;
- **1 box newsletter**
- **1 report KPI** per tappa

SPONSOR TECNICO

Mostrare concretamente l'utilità
di un prodotto o servizio
collegato alla vita nei territori.

900 €

Attività incluse

- **Logo** in **tutti i video** dedicati al Comune (1 o +) e limitrofi
- **1 capitolo di introduzione** all'interno del video (**30-90"**) interamente dedicato a dimostrazione del prodotto/servizio + **2 menzioni nel parlato**;
- **menzione** nelle **descrizioni**;
- **menzione** in **1 post social** dedicato al Comune;
- **2 post**;
- **6 storie** (in 3 uscite);
- **1 reel** (capitolo dedicato);
- **Logo** in **3 schede comuni** (limitrofi);
- **1 banner + header/footer** (fisso per **1 mese**) nella pagina classifica
- **link diretto** e **CTA** verso sito dello sponsor;
- **2 box newsletter**;
- **1 case study finale**;
- **report KPI** con insight tecnici.

MAIN SPONSOR

Ottenere la massima esposizione attraverso una partnership nazionale o un'intera stagione editoriale.

1.400 €

Attività incluse

- **Logo** in **tutti i video** dedicati al comune (1 O +) E limitrofi
- **1 approfondimento** all'interno del video (1,5-5') interamente dedicato allo sponsor + **2 menzioni nel parlato**;
- **Menzione** nelle **descrizioni**;
- **Menzione** in **tutti i post social** dedicati al comune
- **3 post**;
- **10 stories** (in 5 uscite);
- **2 reel**;
- **Logo** in **3 schede comuni** (limitrofi);
- **Presenza in home page** per **1 mese**; **1 banner + header - footer E skin** (fisso per **1 mese**) nella pagina classifica
- **3 box newsletter**;
- **1 case study** finale;
- **Report mensile e conclusivo** con risultati e learnings.

Diventiamo partner?

Prossimi step

- Call conoscitiva
- Definizione del pacchetto
- Selezione aree/comuni
- Piano contenuti e calendario