
**LE CITTÀ
VISIBILI**

RITORNO ALL'ASTORIA

il futuro si fa Hub

piano di comunicazione per la rigenerazione
dell'ex cinema Astoria di Rimini

Bando per comunicazione strategica e branding 2025
Fondazione Italia Patria della Bellezza ETS

Indice dei contenuti /

- 01 Ritorno all'Astoria: il contesto**
- 02 Il Progetto di Comunicazione: le linee di azione e il cronoprogramma**
- 03 Gli attori coinvolti e il team di progetto**

Il progetto Ritorno all'Astoria

Ritorno all'Astoria è un **processo di rigenerazione a base culturale** che, dal 2022, a più riprese, valorizza il bene in disuso cinema Astoria di Rimini come hub di comunità: uno spazio identitario capace di esprimere il potenziale di giovani ed ETS come promotori di welfare culturale e comunitario.



Il contesto



Il PEEP Ausa in un opuscolo del Comune dei primi anni '70 (BCG). Fonte: mostra del progetto Ritorno all'Astoria.

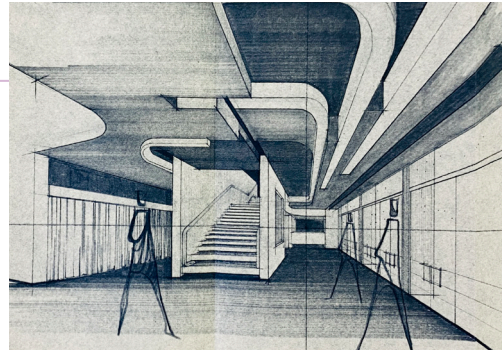


Tavola schizzo prospettico ingresso P.T. (1973-74, AVM). Fonte: mostra del progetto Ritorno all'Astoria.



Locandina di un film proiettato da "Il Resto del Carlino" (1985). Fonte: mostra del progetto Ritorno all'Astoria.

il Cinema Astoria

affidato all'architetto modenese Vinicio Vecchi, viene edificato con le più moderne tecniche dello spettacolo e dotato di due sale cinematografiche (n.1500 posti), palcoscenico (220 mq) e torre scenica alta 13 metri

le attività dell'Astoria

fino alla chiusura del 2008 inaugurato il 30 ottobre 1977, con la proiezione di *New York New York*, non fu solo cinema, ma ospitò anche assemblee, convegni, rassegne e manifestazioni

il piano di urbanizzazione all'interno del *Piano delle zone destinate all'Edilizia Economica e Popolare (P.E.E.P.)* del Comune di Rimini del 1964, dotato di una serie di servizi necessari alla vita sociale e collettiva

Pratiche di riuso: le fasi

0

le iniziative temporanee

dal 2015 al 2019

Atelier A-Storia, workshop per giovani artisti; Rimini Wake Hub, Facciamo l'Astoria, Riutilizzasi Cinema Astoria organizzati da Il Palloncino Rosso



Facciamo l'Astoria durante il flash mob musicale. Fonte: mostra del progetto Ritorno all'Astoria.

1

Ritorno all'Astoria

febbraio 2022 - dicembre 2023

il processo partecipativo e le sperimentazioni di riuso



2

Ritorno all'Astoria

gennaio 2025 - ottobre 2027

il progetto di gestione dello spazio verso un hub culturale di comunità

Alla reazione del pubblico, il nonno disse: "Sembra che in sala ci sia un gruppo di gnu. Non ho mai visto un film così"

Denis

MI RACCONTI LA TUA ASTORIA?

Attività di comunicazione

dall'identità visiva alle azioni di storytelling al calendario delle iniziative

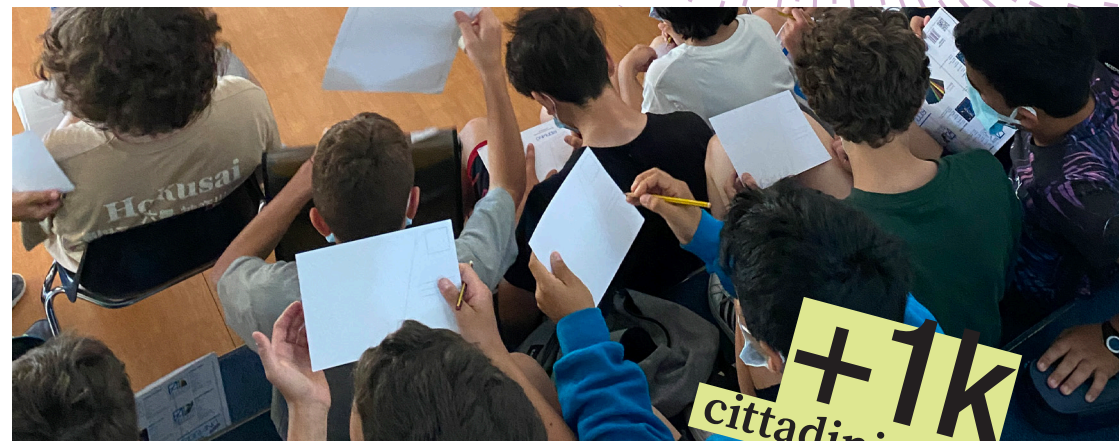
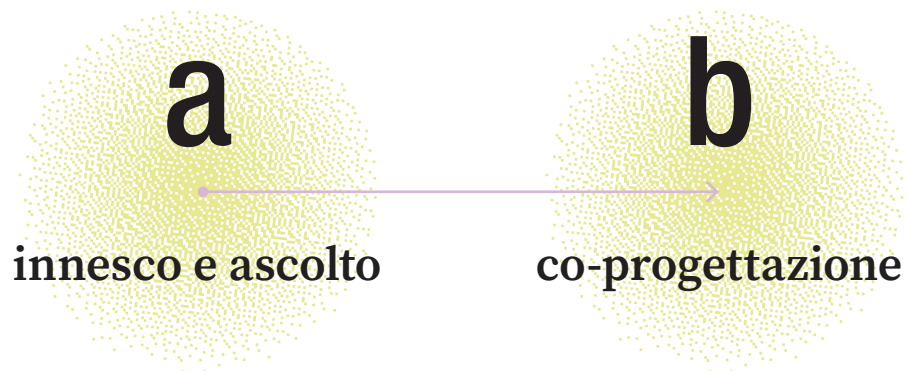
Ritorno all'Astoria 2022-2023

GUARDA
IL VIDEO

il processo partecipativo obiettivi

- » recuperare una memoria collettiva sul bene
- » ascoltare le necessità e i bisogni dei cittadini
- » coinvolgere la cittadinanza nella progettazione partecipata di un calendario di eventi

azioni



+1k
cittadini coinvolti
direttamente



La prima sperimentazione 2022

attività

- » tre mesi di programmazione culturale: spettacoli teatrali e performance artistiche, mostre e installazioni, workshop e laboratori creativi, laboratori di teatro e artistici, musical, tango, concerti di jazz, incontri, talk e presentazioni di libri
- » attività culturali con finalità didattiche per il coinvolgimento delle scuole

alcuni numeri

- 25 realtà proponenti, tra cui singoli cittadini, gruppi informali, collettivi, istituti scolastici, associazioni e organizzazioni del territorio
- 66 giornate di apertura dello spazio
- 129 iniziative occasionali e continuative realizzate di 35 tipologie differenti



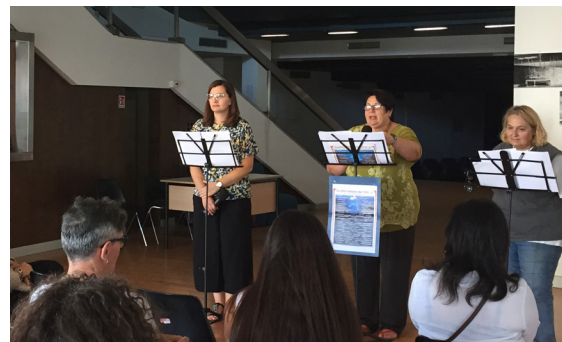
La seconda sperimentazione 2023

attività

- » il riuso transitorio come approccio: una *vision*, degli obiettivi e 5 *domande test*
- » una *call* per proporre attività ed eventi e azioni di ascolto attivo e di esplorazione urbana
- » una programmazione culturale: spettacoli teatrali e performance artistiche, mostre e installazioni, workshop e laboratori creativi per bambini, laboratori di teatro e artistici, musical, yoga, concerti, talk e presentazioni di libri

alcuni numeri

- 34 realtà proponenti, tra cui enti del terzo settore, cooperative sociali, università e scuole, singoli cittadini, gruppi informali e collettivi
- 93 giornate di apertura dello spazio
- 161 iniziative occasionali e continuative realizzate di 55 tipologie differenti



+8k
cittadini coinvolti



Esiti: un manifesto per l'Astoria

da spazio
in disuso

a luogo
per la comunità

- » ibrido, accessibile, aperto e inclusivo
- » in cui le realtà locali e la comunità possano esprimersi
- » un centro di sperimentazione per le giovani generazioni
- » dove sia possibile collaborare, proporre idee e progetti
- » capace di rispondere, in maniera innovativa e partecipata, ai bisogni della comunità



Ritorno all'Astoria 2025-2027

L'Astoria è oggi oggetto di un'ulteriore azione di rigenerazione urbana, volta a testare un uso dell'ex cinema come hub di comunità, promossa dal Comune di Rimini e coordinato dalle associazioni Il Palloncino Rosso, Città Visibili e Alcantara, che proseguirà fino a settembre 2027.

obiettivi specifici della gestione

- » consolidare la comunità di pratica creatasi
- » rafforzare la collaborazione con enti del terzo settore e imprese
- » valorizzare i giovani in qualità di innovatori sociali e culturali
- » esprimere le potenzialità dello spazio in modo da radicarlo maggiormente nel contesto culturale della città e nel tessuto sociale locale
- » sperimentare la produttività dello spazio
- » valorizzare il ruolo strategico della cultura come mezzo generativo di benessere collettivo

attività previste

- » ampliamento della mappatura degli stakeholders
- » progettazione partecipata e realizzazione di attività di riuso quali iniziative ed eventi sociali e culturali
- » realizzazione di iniziative con Istituti scolastici e Università
- » attivazione di servizi di prossimità per il quartiere
- » attivazione di azioni di volontariato che favoriscano inclusione sociale

Il progetto di comunicazione

Le azioni previste nel progetto di comunicazione consentiranno ai cittadini di riappropriarsi di un luogo ricco di senso e di esprimere il proprio diritto di prendersi cura di un bene comune.

valori

- » le attività non saranno volte soltanto alla diffusione delle informazioni relative al progetto, dei risultati raggiunti, della programmazione culturale, ma saranno progettate come un vero e proprio **strumento per l'engagement dei beneficiari** portando al centro della comunicazione la comunità in qualità di ambassador del progetto
- » poiché la comunicazione viene intesa come *comunicazione partecipata* si vuole mettere in atto **azioni culturali di tipo "bottom up"** per coinvolgere i cittadini, i giovani e le associazioni locali e renderli agenti del cambiamento

obiettivi

- » potenziare la comunicazione di Ritorno all'Astoria e l'accessibilità delle pratiche progettuali
- » attivare processi di comunicazione partecipata con i cittadini e i giovani
- » sperimentare prodotti comunicativi per il futuro Hub Astoria e sviluppare nuove competenze creative nella popolazione giovanile
- » dar vita ad una memoria collettiva del quartiere che restituisca un senso di appartenenza al bene e favorire una narrazione del futuro per la nuova Astoria

La linea di azione 1

Progettare, Creare e Comunicare. Insieme.

1.1 AUDIENCE DEVELOPMENT. Attraverso un'analisi approfondita dei pubblici di riferimento, con particolare attenzione alla popolazione giovanile, si vuole sviluppare strategie di comunicazione mirate e personalizzate per coinvolgerli attivamente nel progetto.

1.2 POTENZIAMENTO DELLA PRESENZA DIGITALE. Si vuole mettere in campo strategie per implementare e potenziare l'uso dei canali social del progetto.

1.3 ACCESSIBILITÀ DEL PROGETTO. Per favorire una maggiore diffusione e accessibilità delle pratiche progettuali si intende costruire un sito web dedicato al progetto, anche in relazione alla futura e definitiva destinazione d'uso dell'Astoria.

1.4 INFORMAZIONE E DIFFUSIONE. Si vuole implementare le attività di comunicazione ordinaria favorendo una maggiore visibilità del progetto attraverso: realizzazione di stampati, banner, brochures, creazione e gestione di una newsletter o altri canali digitali, campagne pubblicitarie, ufficio stampa.

La linea di azione 2

Comunicazione partecipata: coinvolgere e co-creare.

2.1 AUDIENCE ENGAGEMENT. Si vuole realizzare un approfondito studio per individuare le strategie più efficaci per coinvolgere attivamente la comunità in tutte le fasi di Ritorno all'Astoria. Attraverso sondaggi, workshop e momenti di ascolto diretto, si creerà un dialogo costante con i cittadini, valorizzando le loro idee e trasformandole in azioni concrete.

2.2 AUTOCOSTRUZIONE. Insieme a giovani professionisti, neolaureati o studenti negli ambiti di design, architettura, arte, ingegneria, comunicazione si intende progettare, attraverso un processo di co-design e autocostruzione, che preveda l'utilizzo di materiali di recupero, installazioni temporanee utili a rendere lo spazio funzionale e versatile. L'Astoria diventerà così un luogo unico e originale, espressione della creatività e della partecipazione dei giovani e della comunità.

2.3 PRODUZIONE PARTECIPATA: TEATRO, CINEMA E ALTRE ESPRESSIONI ARTISTICHE. Si organizzeranno una serie di iniziative "flash" che coinvolgeranno giovani tra i 18 e i 30 anni. Attraverso laboratori di teatro, cinema e altre forme d'arte, si creeranno produzioni originali che raccontino le storie e le emozioni della comunità in relazione alla vita nel quartiere.

La linea di azione 3

Futuro in divenire.

L'università e la comunità entrano al cinema dando vita all'identità visiva di una nuova Astoria.

3.1 LABORATORIO DI IDENTITÀ VISIVA. Realizzazione di un corso laboratoriale in collaborazione con il Corso di Laurea in Design dell'Università di San Marino per esplorare prodotti comunicativi innovativi e per sviluppare un progetto di identità visiva del futuro Hub Astoria, attraverso la sperimentazione che caratterizza l'ambiente universitario.

In particolare studenti e docenti universitari, insieme alla comunità, lavoreranno alla creazione di un'identità visiva elastica che sappia accogliere la complessità, la molteplicità e la pluralità del luogo come elementi di vitalità e sostenibilità. Un sistema segnico relazionale che estende il progetto alla comprensione delle interazioni fra persone, sistemi e contesti e che non si focalizza solo sulla forma o sul contenuto come risultato finale e finito, ma si concentra sul processo della loro creazione enfatizzando quindi le dinamiche, le interazioni e le relazioni che hanno luogo all'interno del processo stesso.

3.2 RESTITUZIONE DEGLI ELABORATI. Esposizione degli elaborati presso l'Astoria. L'evento, che sarà accompagnato da attività e iniziative che animeranno lo spazio, sarà occasione per celebrare il lavoro svolto insieme e per condividere con la comunità la nuova identità visiva dell'Hub.

La linea di azione 4

Mappe e storie: raccontiamo la nostrA-storia.

4.1 STORYTELLING E MAPPA DI COMUNITÀ. Con questa azione si lavorerà insieme agli abitanti e agli studenti della scuola secondaria di I° grado 'A. Bertola', per portare al centro dell'attenzione il quartiere e le sue bellezze nascoste, attraverso attività come: laboratori di storytelling e scrittura creativa e la creazione di una mappa di comunità. Emergeranno le storie, i ricordi e le emozioni legati all'ex cinema per quello che è stato, e le aspettative, i desideri, le visioni intorno a questo luogo per quello che ancora non è, ma che si sogna che sia, come al Cinema.

4.2 GLI ALUNNI SI RACCONTANO. L'azione progettuale culminerà in un evento di restituzione, organizzato con gli alunni e aperto alla scuola e a tutti i cittadini.

I risultati e gli impatti attesi

Con il progetto di comunicazione si prevede l'aumento:

- » della presenza digitale del progetto Ritorno all'Astoria
- » del numero di partecipanti alle iniziative
- » della riconoscibilità dell'ex cinema, della sua storia e del suo futuro tra la comunità
- » del senso di appartenenza al bene e di cura collettiva
- » del coinvolgimento dei cittadini come ambassador del progetto
- » del protagonismo giovanile
- » delle competenze dei giovani legate a comunicazione, grafica, storytelling, creazione di prodotti culturali e di design, rigenerazione urbana

Il cronoprogramma

2025

2026

LINEA DI AZIONE 1

- 1.1 AUDIENCE DEVELOPMENT
- 1.2 POTENZIAMENTO DELLA PRESENZA DIGITALE
- 1.3 ACCESSIBILITÀ DEL PROGETTO
- 1.4 INFORMAZIONE E DIFFUSIONE

LINEA AZIONE 2

- 2.1 AUDIENCE ENGAGEMENT
- 2.2 AUTOCOSTRUZIONE
- 2.3 PRODUZIONE PARTECIPATA

LINEA AZIONE 3


- 3.1 LABORATORIO DI IDENTITÀ VISIVA
- 3.2 RESTITUZIONE DEGLI ELABORATI

LINEA AZIONE 4

- 4.1 STORYTELLING E MAPPA DI COMUNITÀ
- 4.2 GLI ALUNNI SI RACCONTANO

	feb	mar	apr	mag	giu	lug	ago	set	ott	nov	dic	gen	feb	mar	apr	mag	giu	lug	
1.1 AUDIENCE DEVELOPMENT	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
1.2 POTENZIAMENTO DELLA PRESENZA DIGITALE	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
1.3 ACCESSIBILITÀ DEL PROGETTO	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
1.4 INFORMAZIONE E DIFFUSIONE	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
2.1 AUDIENCE ENGAGEMENT	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
2.2 AUTOCOSTRUZIONE	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
2.3 PRODUZIONE PARTECIPATA	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
3.1 LABORATORIO DI IDENTITÀ VISIVA	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
3.2 RESTITUZIONE DEGLI ELABORATI	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
4.1 STORYTELLING E MAPPA DI COMUNITÀ	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
4.2 GLI ALUNNI SI RACCONTANO	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

Le collaborazioni e le reti

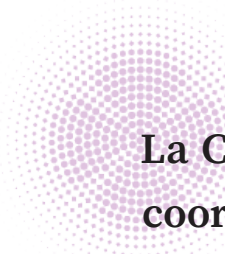


Il progetto Ritorno all'Astoria 2025-2027 è promosso dal **Comune di Rimini** e coordinato da **Il Palloncino Rosso APS, Città Visibili APS e Ass. culturale e teatrale Alcantara**, le quali collaboreranno attraverso un contratto di rete.

Attorno al progetto si è creata una **Comunità di Pratica** che coinvolge una **quarantina di realtà locali**, tra cui enti del terzo settore, cooperative sociali, università e istituti scolastici, singoli cittadini, gruppi informali e collettivi, le quali verranno coinvolte anche nelle azioni di comunicazione previste nel presente progetto.

Già formalizzate sono inoltre le collaborazioni con **l'UNIRSM Design e con la Scuola secondaria di I° 'A. Bertola'**, per le attività previste nelle linee di azione 3 e 4.

Il team di progetto



La Comunicazione sarà gestita da un **team di professionisti**, supportate dalle coordinatrici e community manager di Ritorno all'Astoria, Irene Buttà ed Elisa Giagnolini.

In particolare lo **staff COMUNICAZIONE** del progetto è composto da:

- » Paola Russo, copywriter, editor, content writer presso AdriasOnline, già responsabile della gestione dei social di Ritorno all'Astoria: per le attività di social media management e storytelling;
- » Barbara Bastianelli, professionista nel team dell'ufficio stampa del Gruppo Hera: per le attività di ufficio stampa e gestione della newsletter;
- » Ilaria Ruggeri docente presso UNIRSM Design e fondatrice dello studio di grafica Studio Taller: per l'elaborazione dei prodotti grafici e le attività formative progettate l'UNIRSM Design.

Oltre a queste figure responsabili vi saranno dei professionisti a supporto come videomaker, fotografi, architetti e designer per le specifiche attività.



RITORNO ALL'ASTORIA

1977

PARTECIPARE
PER CAMBIARE
IL FINALE

2022

ASTORIA

*Un'altra Astoria
è possibile*