



**FERRARA FOOD FESTIVAL**  
*Progetto artistico e di comunicazione*

**Organizzazione**  
**SGP Grandi Eventi**  
**Carpi, C.so A. Pio 56**  
**Tel. 059 643664**



**SGP**  
**GRANDI**  
**EVENTI**



**Strada dei Vini**  
**e dei Sapori**  
**Provincia di Ferrara**

### ***PROFILO DELLA MANIFESTAZIONE: OBIETTIVI E FINALITA'***

L'idea centrale del progetto è quella di realizzare un grande festival per la città di Ferrara in termini di visitatori e di risultati commerciali, tanto da arrivare ad affermarla come “capitale del buon cibo, della cultura e del divertimento”, rimarcando al contempo la volontà di creare un significativo momento di marketing territoriale, capace di attrarre grandi quantità di turisti sul centro storico di Ferrara nei giorni della kermesse.

Un evento dai contenuti multiformi, che trova la sua concretizzazione sia nella parte espositiva/commerciale che nelle iniziative collaterali, che saranno di forte impatto mediatico e susciteranno stupore e interesse in tutti i visitatori. Il progetto è suddiviso in distinti capitoli, pur mantenendo nella sua interezza una 'visione strategica' che porta il progetto ad essere unico, pluriennale e coordinato.

L'obiettivo è quello di offrire un programma ricco di idee accattivanti e diversificate, per trascorrere giornate memorabili tra eventi ed esposizioni culinarie, musica d'autore, presentazioni culturali di libri e rappresentazioni teatrali a cielo aperto o attraverso visite guidate ai luoghi più suggestivi della città, oltre ad offrire un'ampia offerta di diverse proposte che ruotano intorno al mondo del food.

### ***BREVE DESCRIZIONE***

La manifestazione si svilupperà con il taglio di festival all'aperto sviluppando così un evento ambientato nelle strade, sotto i portici, nei negozi e nelle piazze del centro storico di Ferrara, con un'ampia visibilità delle iniziative. La manifestazione si configura in una proposta eno-gastronomica, culturale e di animazione che con mostre e performance, incontri, Cooking show, ristoranti open air, mercato dei prodotti tipici, laboratori, musica e arte, sarà in grado di comunicare con forme diverse, i valori del territorio. Si cercherà pertanto di mettere al centro dell'attenzione il pubblico ed il palcoscenico della città di Ferrara e per far questo si dovranno costruire attività degne di nota in grado di attrarre l'attenzione di media locali e nazionali, creando un'identità dell'evento forte e riconoscibile. Da qui appare evidente anche la finalità dei promotori pubblici di cercare di creare un già citato momento di marketing territoriale.

L'organizzazione della manifestazione si baserà sulle seguenti linee guida fondamentali:

- 1. INIZIATIVE COMMERCIALI**
- 2. COINVOLGIMENTO DELLA CITTA'**
- 3. INIZIATIVE ENO-GASTRONOMICHE**
- 4. INCONTRI E CONVEGNI**
- 5. INIZIATIVE TURISTICHE**
- 6. INIZIATIVE DI INTRATTENIMENTO**
- 7. PROGETTO GRAFICO: LOGO E BRAND IDENTITY**

- 8. MATERIALE PROMOZIONALE**
- 9. PROGETTO DI COMUNICAZIONE**

### ***1 - INIZIATIVE COMMERCIALI***

#### ***1.1 - ESPOSIZIONE E VENDITA DI PRODOTTI TIPICI LOCALI***

La nostra filosofia nell'organizzare da un punto di vista commerciale la manifestazione consiste nel cercare di attenersi il più possibile alle tipicità del territorio e nel portare in fiera espositori che rispondano a standard qualitativi e produttivi di alto livello.

Questa operazione di selezione delle aziende presenti in fiera aumenta la qualità nel suo insieme poiché taglia realtà produttive e/o commerciali che nulla hanno a che fare con espositori che dovranno rispondere solo agli standard di una manifestazione siffatta. La volontà è quella di realizzare una vetrina commerciale delle numerose eccellenze enogastronomiche locali.

### **1.2 - ESPOSIZIONE E VENDITA DI PRODOTTI ECCELLENTI REGIONALI e/o NAZIONALI**

Alla suddetta area caratterizzata da un taglio prettamente locale, verrà affiancata un'altra zona, incentrata sulle eccellenze gastronomiche regionali e/o nazionali, con l'intenzione di offrire una qualificata rassegna in grado di vertere intorno alla realtà territoriale e nazionale enogastronomica attraverso l'esposizione e la vendita di prodotti selezionati e ricercati.

### **1.3 - AREA EVENTI PALAESTENSE**

Sarà allestita una tensostruttura in una delle piazze principali che sarà la location in cui si svolgeranno gli eventi *live*, gli incontri e i convegni; il PalaEstense sarà il cuore pulsante della manifestazione, vera e propria "Cattedrale del Gusto" in cui convoglieranno i momenti divulgativi e di intrattenimento principali.

## **2 - COINVOLGIMENTO DELLA CITTA':**

### **2.1 - LE VETRINE DEL CENTRO STORICO**

Le vetrine dei negozi del Centro Storico di Ferrara saranno allestite con packaging e materiale promozionale dei prodotti tipici ferraresi. L'obiettivo che s'intende perseguire è quello di coinvolgere a 360° i negozi del centro, rendendoli protagonisti di un'iniziativa che partirà antecedentemente alla manifestazione per preparare la città ad accogliere l'evento. Le vetrine dei negozi e delle attività del centro saranno decorate con frasi, aforismi e citazioni prese dalle opere dell'Autore Giorgio Bassani, che da ferrarese di adozione ne ha amato e decantato le bellezze e le atmosfere in varie opere, tra cui la celeberrima *Il Giardino dei Finzi Contini*.

### **2.2 - IL MENU' ESTENSE**

Durante i giorni della festa i ristoranti, i bar e le gastronomie della città che aderiranno al progetto proporranno un proprio menu estense cioè caratterizzato da prodotti tipici del territorio. L'elenco dei locali aderenti, che verranno contraddistinti da una specifica vetrofania o da altro strumento simile (cartoncino, appendino da maniglia, adesivo) con il logo della manifestazione e la scritta Menù Estense in evidenza, verrà pubblicizzato coi comunicati stampa, sul programma generale della festa e pubblicato sul sito della manifestazione in una specifica sezione.

## **EVENTI OPZIONALI**

### **2.3 – WEB CONTEST: THE PLATE**

Nelle settimane antecedenti il festival, gli chef dei ristoranti ferraresi aderenti saranno invitati a girare un breve video in cui presenteranno un piatto di loro ideazione dedicato alla manifestazione e quindi alle tipicità ferraresi: i video che seguiranno un format semplice ma predefinito per garantire omogeneità al risultato finale, saranno poi riuniti e caricati nella sezione dedicata “THE PALTE” sul sito web [www.ferrarafoodfestival.it](http://www.ferrarafoodfestival.it) e pubblicizzati lungo l’arco della campagna promozionale social. I vari video avranno risalto anche nelle diverse *stories* sui social network, dove gli utenti voteranno il loro preferito. Il vincitore avrà l’occasione di presentare la propria ricetta dal vivo in uno showcooking, con un appuntamento apposito all’interno dell’area eventi del PalaEstense

### **2.4 - SPIZZICAFRÀRA**

*SpizzicaFràra* sarà la maratona del gusto più apprezzata ed amata dai ferraresi e non solo. Un tour culinario per le vie del centro storico della Città di Ferrara, creato per far scoprire location d’arte e soprattutto assaporare le perle ferraresi. La manifestazione, a partire dalle ore 18.00 della giornata di Sabato 6 Novembre, prenderà il via dalla centralissima Piazza Castello.

*SpizzicaFràra* sarà costituita da due/tre percorsi degustativi composti di nove/dieci tappe caduna che permetteranno al pubblico, dopo aver acquistato un apposito ticket contraddistinto da un colore, di inoltrarsi nelle vie e nelle piazze del centro storico e assaporare le varie eccellenze del territorio fornite per l’occasione dalle attività ristorative fisse.

## **3 - INIZIATIVE ENO-GASTRONOMICHE:**

### *3.1 - PALAESTENSE: SHOW COOKING & DEGUSTAZIONI GUIDATE*

Questo filone del festival ha lo scopo di far conoscere e divulgare i prodotti del territorio e le loro interpretazioni culinarie attraverso situazioni innovative di coinvolgimento del pubblico all'interno del PalaEstense. Lo scopo è avvicinare il maggior numero di persone alla realtà eno-gastronomiche, tramite accostamenti originali enfaticamente capaci di esaltare qualità e distintività.

Il Pala Estense sarà il cuore pulsante del Ferrara Food Festival, costituito da una tensostruttura coperta e allestita per l'occasione in grado di creare un ambiente accogliente per il pubblico che assisterà ai vari appuntamenti. All'interno sarà presente un maxischermo in cui verranno proiettati i video promozionali dell'evento, il programma degli appuntamenti e le riprese dei momenti clou della manifestazione. Il PalaEstense sarà la vetrina ideale per ospitare eventi, quali ShowCooking, sfide gastronomiche, degustazioni guidate, premiazioni, tavole rotonde, convegni legati alla manifestazione ed infine altre performance culinarie.

*3.2 - DEGUSTAZIONI GUIDATE* In occasione della manifestazione, si definirà un ricco programma di degustazioni ed eventi che permetteranno di assaporare abbinamenti interessanti, passando da quelli classici, a quelli più raffinati per quelli più stravaganti. L'idea è proporre diversi percorsi degustativi, che vadano ad accostare anche in modo inaspettato e sorprendente i prodotti tipicamente ferraresi sia tra loro che anche con vini e birre all'apparenza molto lontani, ma che grazie alle ricette innovative e alla fantasia degli chef coinvolti creeranno connubi che lasceranno piacevolmente sorpresi anche i palati più pretenziosi o gli assaggiatori più scettici

### *3.3 - DISFIDA GASTRONOMICA DEGLI AGRITURISMI FERRARESI: LA MIGLIORE ZIA CHE A FERRARA CI SIA*

Il giornalista esperto di *food* e storico collaboratore de Il Corriere della Sera Giorgio Cannì selezionerà alcuni agriturismi del territorio, che saranno chiamati a cimentarsi nella produzione del migliore salame Zia, una delle più antiche e rinomate passioni ferraresi: la Zia, che con il suo caratteristico aspetto elegante e compatto e l'inconfondibile profumo di aglio che sprigiona quando viene tagliato è considerato da sempre "IL" Salame di Ferrara. Una giuria composta da esperti gourmet, di

appassionati di buona cucina, food blogger e giornalisti del settore gastronomico assegnerà il primo posto all'agriturismo che avrà confezionato il miglior esemplare di questo celebre salume e il vincitore sarà premiato in una cerimonia al PalaEstense con una targa commemorativa della competizione; il momento della premiazione sarà ripreso in un video che sarà postato sia sui canali social della manifestazione che sul sito della struttura vincitrice e sarà inoltre utilizzato come materiale pubblicitario delle successive edizioni di *Ferrara Food Festival*.

## **EVENTI OPZIONALI**

### **3.4 - LA VIA DEI TESORI FERRARESI**

In una zona del centro storico verrà inaugurato uno spazio dedicato ai prodotti DOP, IGP e DOC del ferrarese, oltre alle altre culture caratteristiche e alle eccellenze agroalimentari tipiche, creando una sorta di *boulevard* dove i nomi dei prodotti saranno riportati sull'asfalto tramite stancil, completati da un piccolo pannello esplicante le principali caratteristiche e gli impieghi.

### **3.5 - SFOGLIA MON AMOUR: LA SFOGLIA DEL RECORD**

Piazza Castello sarà la location suggestiva ed ideale per ospitare questo impasto da record legato al territorio. Un evento pensato per il pubblico, la stampa e i visitatori che vedrà coinvolte diverse zdòre al matterello, che metteranno a disposizione la loro abilità culinaria della sfoglia più lunga del mondo, che darà lustro ed orgoglio alla manifestazione e alla Città di Ferrara.

## **4. – INCONTRI E PREMIAZIONI**

All'interno dell'area eventi del PalaEstense saranno organizzati due momenti di incontro, dove esperti del settore, giornalisti, docenti o scrittori saranno chiamati ad intervenire come relatori, anche in collaborazione con enti e associazioni di categoria.

**4.1 - INCONTRO DI CARATTERE ECONOMICO** legato alla ripartenza del comparto agroalimentare ferrarese e del relativo indotto

**4.2 - APPUNTAMENTO STORICO** incentrato sull'eclettica figura di Messisbugo, cuoco e maestro di cerimonia alla corte degli Este, autore di un famoso trattato sull'arte della tavola e dell'organizzazione di cerimonie e banchetti.

#### **4.3 - DIAMANTE ESTENSE: UN PREMIO DELLA CITTA' DI FERRARA**

Si conferirà un premio "Diamante Estense" ad un personaggio del mondo della cultura o sport o giornalismo o spettacolo o politica che si sia particolarmente distinto nel suo campo e abbia contribuito a promuovere l'immagine di Ferrara a livello sia nazionale che internazionale. Tale premio ha la finalità di creare un appuntamento di forte richiamo mediatico prevedendo due momenti di premiazione: questo premio verrà consegnato in una cerimonia pubblica che si svilupperà nel PalaEstense e sarà dedicato a un pubblico ristretto con la presenza delle autorità, giornalisti, opinion maker e rappresentanti delle realtà imprenditoriali locali. Il premiato verrà intervistato da un giornalista e racconterà aneddoti e curiosità della sua vita privata, professionale e infine del rapporto che lo lega alla Città di Ferrara. Dopo aver risposto alle domande del pubblico presente gli verrà consegnato il Premio 'Diamante Estense' mediante una targa commemorativa.

#### **EVENTI OPZIONALI**

#### **4.4 - AMBASCIATORE DEL GUSTO**

Verrà assegnato questo riconoscimento ad un cuoco o ad uno chef che con la sua arte culinaria abbia fatto conoscere le prelibatezze e i prodotti tipici della cucina ferrarese, contribuendone alla divulgazione. L'Ambasciatore si esibirà in uno showcooking all'interno dell'area eventi del PalaEstense, proponendo dal vivo la realizzazione di una sua interpretazione di un piatto tipico o di una ricetta tradizionale ferrarese.

#### **5 - INIZIATIVE TURISTICHE: COINVOLGIMENTO DEL TERRITORIO**



### **5.1 - COLLABORAZIONE CON AGENZIE DI VIAGGIO**

Saranno messi a disposizione interessanti pacchetti turistici dedicati a tutti coloro che intenderanno vivere appieno la festa che unisce Ferrara alla sua più consolidata tradizione alimentare. Saranno predisposte alcune alternative di soggiorno in città, studiate con gli operatori e le agenzie viaggi del luogo, in modo da offrire una permanenza confortevole e completa al pubblico in visita per la festa. I tagli diversi dei pacchetti turistici potranno essere ipotizzati sia come giornalieri che per il week-end.

I turisti saranno sicuramente attratti da diverse proposte già strutturate grazie al ricco contenuto di intrattenimenti e comfort che questi comprenderanno, offrendo così un'occasione unica per conoscere in tutte le sue forme ed opportunità la festa: albergo, cena e/o pranzo in uno dei ristoranti della tradizione alimentare ferrarese, un percorso enogastronomico alla scoperta delle specialità culinarie e vitivinicole della zona, un percorso culturale grazie alla disponibilità di guide professioniste che illustreranno le bellezze architettoniche ed i siti d'arte della città.

## **6 - INIZIATIVE DI INTRATTENIMENTO**

Per l'occasione sarà organizzato uno di questi appuntamenti musicali itineranti

### **6.1 - CARILLON VIVENTE**

Un pianoforte munito di ruote e motore che vaga sulle note musicali guidato da un settecentesco pianista mentre un'eterea ballerina balla sulle punte in tutù! Tutto come fosse un vero carillon d'altri tempi ma itinerante! Uno spettacolo che coinvolgerà e lascerà un romantico ricordo agli spettatori.

### **6.2 – MABO MARCHING BAND**

Trio comico-teatrale-musicale, da oltre 20 anni una delle streetband più conosciute ed apprezzate d'Europa. Una band tutta da scoprire, con il loro straordinario intervento d'improvvisazione comico/musicale itinerante riusciranno a coinvolgere e sorprendere anche il pubblico più esigente

### 6.3 – BRIANZA PARADE BAND

Formazione da parata e spettacolo che si ispira alle grandi *marching band* musicali, portando avanti l'idea che la musica non sia solo da ascoltare ma anche da guardare: ecco quindi che canzoni, coreografie, costumi, accessori e divise diventano gli ingredienti che si assemblano alla perfezione per creare uno spettacolo spumeggiante, divertente e colorato, che lascerà a bocca aperta tutti gli spettatori, una grande band itinerante composta da decine di elementi che si muovono all'unisono, con un risultato di grande effetto ed alta spettacolarità.

### 6.4 – WHITE PARADE

La White Parade è uno spettacolo itinerante allegro e trascinante, accompagnato da una macchina scenica musicale auto-amplificata, che costituisce il vero motore dell'azione. I trampolieri, vestiti con frack bianchi illuminati a led, sono moderni angeli elegantissimi che coinvolgono il pubblico in un gioco di grande impatto visivo ed emotivo. Alla fine della parata, infatti, la compagnia distribuisce dei palloni giganti lunghi tre metri, che gli spettatori gonfiano con una piccola rincorsa e che colorano tutta l'area di bianco; prende quindi vita una animazione di piazza ritmata dalla musica e dai lanci dei palloni chiamati dagli attori.

Uno show di straordinaria delicatezza e vivacità, che trasformerà i grandi eventi in un successo assicurato.

### **EVENTI OPZIONALI**

#### 6.5- RIEVOCAZIONE STORICA E VALORIZZAZIONE DEI LUOGHI STORICI DELLA CITTA'

Sarà riproposta la tradizionale rievocazione storica del matrimonio tra Alfonso d'Este e Lucrezia Borgia.

La sfilata, composta da numerosi figuranti, toccherà i punti strategici del centro, calamitando l'attenzione del pubblico presente che, curioso seguirà le acrobazie di sbandieratori, musicisti e le splendide figure delle dame e dei cavalieri chiamati per il matrimonio più importante della città, rigorosamente vestiti con preziosi abiti ispirati all'epoca rinascimentale. Il corteo sarà aperto da un grande stendardo anticato e personalizzato del Festival e quello tradizionale della città di Ferrara ed anticipato da una portantina in stile rinascimentale sulla quale saranno adagate le eccellenze enogastronomiche del territorio a simbolo di dono di nozze e prevederà delle tappe in cui gli sbandieratori e i musicisti si esibiranno.

#### *6.6- CELEBRAZIONE DEL MATRIMONIO*

Tale rievocazione vedrà la celebrazione del matrimonio nella fascinosa cornice di Piazza della Cattedrale. Il tocco di originalità sarà dato da una Lucrezia che giungerà a cavallo in Piazza, per poi salire insieme al suo promesso sposo sulla scalinata del Comune dove verranno celebrate le nozze in perfetto stile rinascimentale.

#### *6.7- SPETTACOLO DI SBANDIERATORI*

A correlare le suddette performance, verrà proposto uno spettacolo di 30 sbandieratori che, accompagnati da chiarine, tamburini, drappi colorati e vestendo costumi realizzati a mano, metteranno in scena uno spettacolo variegato che lascerà meravigliato il pubblico.

#### *6.8 - GIOCHI DI FUOCO*

A seguire della rievocazione storica, sul calare della sera, ci sarà uno spettacolo magico per grandi e piccini; una dimensione surreale disegnerà l'aria di bagliori inattesi. Verrà messa in scena una suggestiva performance di fuoco che coinvolgerà

tutte le parti del corpo con l'utilizzo dei 'classici' attrezzi da giocoleria: catene, bastoni, torce ma soprattutto il protagonista dello spettacolo, il fuoco.

#### **6.9 - INFIORATA**

In omaggio ad uno dei simboli più rappresentativi della Città di Ferrara, verrà realizzata live in piazza una maxi-infiorata raffigurante un simbolo della città, che potrà essere un prodotto tipico, un'opera artistica o un monumento. Una vera e propria opera d'arte sulla pavimentazione in piazza e che con il trascorrere delle ore sarà pian piano ricoperta prendendo forma e colore, fino alla creazione di un maestoso disegno in omaggio alla città. Grandi e piccini avranno la possibilità di essere coinvolti in questa attività sia nella preparazione che nella colorazione del disegno. Un'opera di grande impatto emotivo ed emozionale che sarà di sicuro successo per il pubblico dei presenti.

### **7 - PROGETTO GRAFICO: LOGO E BRAND IDENTITY**

#### **7.1 - IMMAGINE GRAFICA E BRAND IDENTITY**

L'organizzazione si avvalerà della collaborazione di un ufficio grafico preposto che comincerà con l'ideare il logo della manifestazione, declinandolo in ogni forma atta all'espletamento dell'azione comunicativa di immagine.

Brand Identity e immagine del Festival saranno un aspetto fondamentale per il successo dell'evento, stabilendo le linee guida per una corretta progettazione grafica dell'identità e della percezione della manifestazione in tutti i suoi aspetti, applicando un metodo rigoroso, attraverso un'analisi delle problematiche e una ricerca di opportunità che consentano di realizzare strategie di design rispettando le esigenze della promozione e gratificando i consumatori.

Il Piano di Comunicazione dovrà articolarsi su diversi livelli e dovrà prevedere binari paralleli, sia in fase progettuale che nella successiva fase operativa, ma sarà sempre e comunque ispirato dal principio di "campagna coordinata e integrata" che prevede alla propria base un progetto grafico ben definito.

### **8 - MATERIALE PROMOZIONALE E DISTRIBUZIONE**

### **8.1 - VERRANO STAMPATI, REALIZZATI E DISTRIBUITI:**

- Cartoline della festa che verranno distribuite a Ferrara e Provincia e in tutte le manifestazioni e fiere in cui verrà promossa la manifestazione, in tutte le città della Regione, ma anche attraverso innumerevoli canali di collaborazioni e partnership sul territorio. e in tutti i negozi di Ferrara almeno due settimane prima dell'evento.

- Locandine dell'evento e degli appuntamenti principali che verranno affisse e distribuite nei negozi del Centro Storico.

- Pieghevoli a colori che riporteranno gli eventi più importanti della manifestazione e verranno distribuiti a partire da due settimane prima a Ferrara e provincia.

Sarà pubblicato il catalogo ufficiale della festa che riporterà il programma completo della manifestazione, le convenzioni, le visite guidate, l'elenco degli esercizi di ristorazione, ecc.. Il catalogo verrà distribuito a partire da due settimane prima la manifestazione e durante la manifestazione medesima.

Verrà realizzata una cartina dove saranno evidenziate le location in cui avverranno i molteplici appuntamenti presenti nel programma; la suddetta verrà inserita nel sito Internet e/o sarà stampata all'interno del catalogo contenente il programma della manifestazione.

### **8.2 - AFFISSIONI MANIFESTI**

Per l'affissione e la cartellonistica prevediamo: manifesti 6x3 e/o 70x100 e/o 100x140 che verranno affissi a Ferrara e nelle province limitrofe.

## **9 - PROGETTO DI COMUNICAZIONE**

Definizione di una strategia di comunicazione a partire da almeno sei mesi precedentemente all'evento per il sito ed i social, accompagnata e supportata successivamente dalla pubblicità tabellare, radiofonica e mediatica.

### **9.1 - ATTIVAZIONE DI UN SITO WEB DEDICATO ALLA MANIFESTAZIONE**

Avvalendoci di uno studio di web design ad alto profilo professionale, ci occuperemo di ideare e rendere attivo il sito internet della manifestazione, ove sarà visibile il programma della manifestazione, comprendente tutti gli appuntamenti, i comunicati stampa redazionali elaborati dal nostro ufficio stampa, link ai siti degli alberghi, ristoranti e attività turistiche promozionali della città di Ferrara, foto, news in

homepage, video dell'edizione precedente ed in corso, collaborazioni e sponsor. Saranno inoltre presenti in home page le news in evidenza, la fotogallery e i video da associare alle pagine social con le quali ne sarà evidenziata la connessione ed interazione ed infine verrà attivato il nostro servizio statistiche Google Analytics.

### *9.2 - PROMOZIONE WEB E SOCIAL*

Avvalendoci di un team di Social Media Manager di alto profilo professionale, creeremo le pagine dedicate alla manifestazione sui principali social network (Facebook ed Instagram) con un programma di uscita dei post e notifiche, densamente spalmato a partire da sei mesi prima alla data dell'evento e supportato da campagne di sponsorizzazione sia con delle skin su alcuni siti sia come Facebook Advertising che direttamente sulla pagina Facebook della manifestazione e su quelle ad essa correlate.

### *9.3 - COMUNICAZIONE SOCIAL - CAMPAGNA SOCIAL MEDIA MARKETING*

L'iscrizione diffusa e l'elevata partecipazione alla community della piattaforma social ci porta a sfruttare una potenziale audience estremamente ampia e diversificata. Il piano sarà costituito dai seguenti elementi: elaborazione di una strategia efficace per il posizionamento sui canali social attivi (Facebook, Twitter, Instagram) con particolare attenzione al rafforzamento dell'identità online; realizzazione di piani editoriali sia per i canali social che per il sito internet; azioni di contatto con i partner per messa in atto di strategie di CoMarketing decise di concerto con il cliente; creazione di contenuti interessanti coordinati per i canali social e per il sito internet; gestione strategica e aggiornamento costante dei canali social; ricerca e coinvolgimento di influencer; attività di community manager e digital PR per organizzazione di contest e blogtour; creazione strategica per promozione web, condivisione dei contenuti (compresi comunicati stampa) con le community online dei foodblogger e degli stakeholder; gestione delle interazioni sui profili social (commenti, condivisioni in entrata, messaggi privati); gestione campagne di sponsorizzazione (Facebook Ads); monitoraggio e reportistica campagne di sponsorizzazione; costante valutazione della reputazione e dell'influenza dell'evento; analisi dei dati statistici dei flussi d'interazione generale con i canali social.

### *9.4 - VIDEO PROMOZIONALI*

Saranno realizzati un video trailer promozionale dell'evento che verrà diffuso in modo capillare dopo la presentazione in conferenza stampa, attraverso le testate giornalistiche online e i canali social media e un video racconto conclusivo che riporterà i momenti più salienti della manifestazione.

#### *9.5 - SPOT TELEVISIVO E RADIOFONICO*

Sarà realizzato uno spot promozionale della festa sia radiofonico sia televisivo che verrà poi trasmesso su emittenti nazionali e regionali.

#### *9.6 - PROMOZIONE TABELLARE*

L'attività di promozione di tipo tradizionale sarà progettata con la massima cura e tempistiche mirate. Si cercherà una copertura tabellare su mensili, quotidiani, nazionali regionali e locali, emittenti televisive e radiofoniche cercando di ottenere dagli stessi un adeguato supporto redazionale.

#### *9.7 - MEDIA PARTNER*

La SGP si attiverà per trovare media-partners diversi, come emittenti radiofoniche, emittenti televisive, quotidiani e/o periodici di settore, in modo tale sviluppare con i seguenti media un'importante campagna promozionale.

#### *9.8 - MARKETING INNOVATIVO*

Con un fitto programma di collaborazioni e partnership sul territorio si intende dare risalto ad iniziative culturali e di animazione presenti nel programma della festa. Tali momenti dovranno essere in grado di coniugare il richiamo della proposta espositiva, ad altri elementi eventuali di attrattiva come incontri, animazioni, spettacoli, invenzioni ludiche, momenti di mondanità.

#### *9.9 - UFFICIO STAMPA*

Ci avvaleremo della collaborazione di più giornalisti professionisti, iscritti all'Albo, un ufficio stampa nazionale in grado di assolvere egregiamente a tale servizio. L'attività di ufficio stampa verrà svolta di volta in volta in sinergia con gli uffici stampa dei partner coinvolti per una copertura capillare dei contatti.

Con una determinata e capillare azione di ufficio stampa, è possibile ottenere un grande risalto sugli organi di informazione nazionali (quotidiani, periodici e emittenti

radiotelevisive, sia generalisti che specializzati nei settori di nostro interesse, come food, turismo, arte e design).

Sarà attivata un'adeguata attività mirata di P.R. e di Ufficio Stampa nazionale, particolarmente curata di comunicati stampa tempestivi e periodici nei confronti di oltre 20.000 contatti. L'attività di ufficio stampa, oltre ai comunicati, creerà storie e story angle specifici per contatti selezionati a livello nazionale e locale.

#### *9.10 - CONFERENZA STAMPA*

Saranno organizzate una o più conferenze stampa in un luogo istituzionale che vedranno la partecipazione dei promotori, delle istituzioni locali e dei main sponsor, nonché la presenza di giornalisti locali e regionali sia della carta stampata che del web.

**NOTE: Il programma che presentiamo risulta essere di massima e potrà essere modificato con appuntamenti di equivalente valenza. La SGP Grandi Eventi si riserva di programmare gli eventi elencati come opzionali in base alle risorse economiche che reperirà sul mercato in fase di organizzazione della manifestazione.**

**La SGP si riserva la facoltà di inserire ulteriori appuntamenti volti ad arricchire il programma in essere.**