



**Giornata della Trasparenza
Comunicazione Eventi**

09.03.2015 Technotown

Zètema
progetto cultura

LA COMUNICAZIONE NEGLI EVENTI

- Il processo di comunicazione e Analisi della struttura della domanda; Identità e immagine; L'immagine coordinata e il messaggio
- Il piano di comunicazione
- La pianificazione media
- La promozione
- Attività di comarketing, convezioni e il direct marketing
- L'ufficio stampa: comunicato stampa; la conferenza e la rassegna stampa
- Le Relazioni Esterne;
- Sponsorizzazioni: Media sponsor e sponsorizzazione come mezzo di comunicazione aziendale.

Il processo di comunicazione di un evento culturale non si sottrae alle caratteristiche della comunicazione **di un prodotto commerciale**.

Nel caso di un evento culturale le leve del marketing mix (product, place, price, promotion) significano:

- definire le componenti dell'evento: identità e immagine;
- in quali luoghi ed orari si svolgerà;
- il *prezzo* del biglietto o se gratuito;
- con quale *promozione*, pubblicità e altri mezzi.

Definito il prodotto, la strategia di comunicazione prevede: obiettivo del piano di comunicazione, analisi della domanda, definizione del messaggio, pianificazione media e promozione, monitoraggio delle attività.

Struttura della domanda



Fondamentale è definire la struttura della domanda, vale a dire la composizione del pubblico ed il suo processo nella scelta dell'evento:

- A chi si rivolge
- Qual è il target del pubblico finale e quale intermedio
- Da chi è costituito e dove si trova
- Qual è il pubblico potenzialmente interessato

Nella definizione del potenziale pubblico si valuterà se orientarci verso:

- Vasto audience

Oppure

- Verso segmenti specifici: giovani, studenti, storici dell'arte, famiglie, anziani



L'identità (*chi sono*) è data da quell'insieme di elementi e dati oggettivi, tra cui la missione, la storia, il modo di operare, i tratti distintivi che caratterizzano l'evento e i promotori dello stesso. Essa viene definita in fase di ideazione e progettazione.

L'immagine (*chi sembro*) è ciò che viene percepito dal pubblico, è l'espressione con cui si comunica la propria identità.

L'analisi dell'identità e dell'immagine è decisiva per l'operazione del **naming** dell'evento.



L'immagine coordinata è una serie di suggerimenti visivi che aiutano ad identificare l'evento nei diversi livelli di comunicazione.

Il marchio/logotipo e l'immagine devono essere supportati da un messaggio chiaro, sintetico e deciso.

Il messaggio deve:

- **Informare:** far sapere che ci sarà l'evento e dare i dettagli essenziali;
- **Istruire:** presentare gli elementi chiave;
- **Persuadere:** far crescere la percezione.

Il Piano di comunicazione. Obiettivi



Definita la strategia ed i contenuti, il piano di comunicazione seleziona i mezzi, gli strumenti e le azioni.

Gli obiettivi del piano di comunicazione sono:

- Produrre informazione;
- Acquisire pubblico in generale o suoi segmenti specifici;
- Vendere biglietti;
- Garantire ritorno d'immagine al progetto e ai soggetti coinvolti (sponsor, organizzatori, istituzioni).

L'Ufficio Comunicazione ha la missione di:

- Promuovere le attività organizzate per favorirne l'accesso;
- Assicurare una comunicazione istituzionale che promuova l'identità di Zètema Progetto Cultura quale operatore turistico culturale di riferimento a Roma e nel Lazio.

L'ufficio supporta le diverse **aree e settori dell'azienda** (Musei, Mostre, Eventi, Didattica, Turismo, Biblioteche, Ludoteche, Centri Culturali, Case e Teatri) a promuovere le proprie attività:

- Per l'avvio di **nuove iniziative** si realizzano **campagne di comunicazione ad hoc**;
- per gli **spazi permanenti** si garantisce una **promozione costante periodica** attraverso dei format di comunicazione di ogni spazio (newsletter digitali, locandine eventi mensili, aggiornamento materiali, ecc.)

Ufficio Comunicazione. Attività e acquisti



Definita la strategia, i contenuti ed il budget, l'ufficio comunicazione procede nelle seguenti attività:

- Ideazione grafica e successiva declinazione su tutti i materiali. L'ufficio provvede al traffico dei materiali verso fornitori. Attività svolta generalmente con ufficio Grafico di Zètema.
- Pianificazione, gestione piano mezzi e calendario uscite. *Gli spazi pubblicitari su stampa e affissione dinamica sono dati in concessione in esclusiva pertanto sono molti affidamenti diretti.*
- Produzione tipografica materiali promozionali. *Gara Tipografica annua.*
- Distribuzione materiali. *Indagine di mercato annua.*
- Monitoraggio attività. Controllo giustificativi e visite negli spazi.



L'evento: La Notte dei Musei

Sabato 17 maggio 2014 è tornata a Roma “**La Notte dei Musei**”, la straordinaria iniziativa ad accesso libero e gratuito che dal 2005 si svolge in contemporanea in tutta Europa.

Alla sua sesta edizione nella città capitolina, l'iniziativa ha previsto l'apertura di musei e spazi culturali in orario serale e la messa in scena di tanti eventi tra arte, musica, danza, teatro, cinema, letture, visite guidate.





La notte del 17 maggio sono stati aperti straordinariamente e gratuitamente, dalle ore 20 **fino alle 2 di notte**, 100 spazi espositivi e culturali, tra musei civici, musei statali, spazi privati, biblioteche comunali, accademie e istituzioni culturali straniere, istituti e case di cultura, siti archeologici della città.





L'ultima edizione

L'iniziativa ha riscosso un grandissimo successo nel 2014, con una no-stop di 6 ore che ha visto:

- una partecipazione di **270.000 persone**
- **100 spazi espositivi e culturali** coinvolti
- **oltre 30 mostre** da visitare
- un totale di circa **200 eventi organizzati**.



Anche per l'edizione 2014 il programma è stato definito tramite un apposito bando pubblico.



Caratteristiche della Notte dei Musei

- Notorietà dell'evento: 2014 era la VI edizione romana
- Molteplicità degli eventi
- Molteplicità dei luoghi
- Evento notturno
- Gratuità
- Internazionalità dell'offerta



Target

Il target al quale si rivolge è:

- Residenti a Roma e dintorni
- Turisti italiani e stranieri in soggiorno a Roma
- Particolare attenzione ai giovani e alle famiglie che cercano nuove occasioni di spettacolo per il sabato sera



Obiettivi del piano di comunicazione

Data la notorietà della Notte dei Musei che ha già un posizionamento strategico nel calendario degli eventi romani, il piano di comunicazione deve:

- Informare il pubblico della nuova edizione
- Promuovere la molteplicità dell'offerta



Il messaggio

Il logo della Notte dei Musei creato un connubio tra l'arte e la notte, elementi strategici dell'evento: una cornice e il cielo stellato.

Nelle diverse edizioni è stato introdotto un pay-off che rafforza l'identità del programma.





Edizione 2009

Stasera ti aspetto fino a tardi.

PRESENTAZIONE DELLA NOTTE DEI MUSEI

LA notte DEI musei
16 MAGGIO '09
INGRESSO GRATUITO

*stasera
ti aspetto
fino a tardi.*

I MUSEI DI ROMA SONO
APERTI DALLE 20.00 ALLE
2.00 (ultimo ingresso ore 1.00)
E MOLTI TI ASPETTANO
CON LETTURE, TEATRO
E MUSICA

INFO 060608
WWW.MUSEIINCOMUNEROMA.IT
WWW.BENICULTURALI.IT

Sponsors: Comune di Roma, Assessorato alle Politiche Culturali, Assessorato alla Comunicazione, Sovrintendenza ai Beni Culturali, musei@Comune, Ministero della Cultura, Sapienza Università di Roma, Zetema, Sponsors: Sistema Musei in Comune, con la collaborazione di BNL, UniCredit Banca di Roma, con il contributo tecnico di la Repubblica, con il contributo di gns, gsicoop, ARTEMISIA.



Edizione 2010

Ci sono appuntamenti a cui non puoi mancare.

INVITO ALLA PARTECIPAZIONE

Ci sono appuntamenti a cui non puoi mancare.

LA notte DEI musei
15 MAGGIO 2010
 Ingresso gratuito

I musei di Roma sono aperti dalle 20.00 alle 02.00 (ultimo ingresso ore 01.00)
 L'elenco completo dei musei e degli eventi è consultabile sui siti
www.museiincomuneroma.it
www.beniculturali.it
 info 060608

Sponsor ufficiali: Comune di Roma, Assessorato alle Politiche Culturali e alla Comunicazione, Assessorato ai Beni Culturali, ams, Roma, Ministero per i Beni e le Attività Culturali, Zetema, Roma, ams, Roma.

In collaborazione con: Sapienza Università di Roma, Roma TRE.

Sponsor Notte dei Musei: Greta Vinci, San Raffaele S.p.A., CNS, gsicoop, GRO, acea.

Sponsor Musei Civili: BNL, Gruppo BNP Paribas, UniCredit Banca di Roma, Monte dei Paschi di Siena.

Patrocinatore: Banca di Roma.

Sponsor: Lotto, atac, mobilità, Vodafone, la Repubblica, Repubblica.



Edizione 2011

Di Notte è tutta un'altra cosa

ECCEZIONALITÀ DELL'EVENTO NOTTURNO

ROMA CAPITALE
Assessorato alle Politiche Culturali e Centro Storico
Sovrintendenza ai Beni Culturali

museiROMA

MINISTERO PER I BENI E LE ATTIVITÀ CULTURALI

Camera di Commercio Roma

Zetema
progetto cultura

In collaborazione con
Biblioteche di Roma **SAPIENZA**
UNIVERSITÀ DI ROMA

Sponsor Musei Civici
Con la collaborazione di
BNL
GRUPPO BNP PARIBAS
UniCredit
MONTI DEI PASCHI DI SIENA

BANCHE TROVARE DI ROMA CAPITALE
FINMECCANICA
LOTTO
vodafone

Con il contributo tecnico di
atac **mobilità**
la Repubblica
Rai radio2

Sponsor evento
cns
gsicooop
azienda CNA
GROS

LA notte DEI musei
14 MAGGIO 2011
Ingresso gratuito

Di notte è tutta un'altra cosa.

I musei di Roma sono aperti dalle **20.00** alle **02.00** (ultimo ingresso ore 01.00)

L'elenco completo dei musei e degli eventi è consultabile sui siti
www.comune.roma.it
www.museiincomuneroma.it

www.beniculturali.it
info 060608

La creatività



Edizione 2013

Questa Notte ... Arte sarai la mia Luna

IL SOGNO

ROMA CAPITALE musei in Comune MINISTERO PER I BENI E LE ATTIVITÀ CULTURALI Camera di Commercio Roma IL GIOCO DEL LOTTO Zètema progetto cultura con il sostegno del programma Cultura dell'Unione europea

Roma Capitale e il Gioco del Lotto per

LA notte DEI musei
INGRESSO GRATUITO
18 MAGGIO 2013

Questa notte... Arte sarai la mia luna! (Anonimo)

I musei di Roma sono aperti
dalle **20.00** alle **02.00**
(ultimo ingresso ore 01.00)
con **concerti, danza, teatro e letture**

L'elenco completo dei musei e degli eventi è consultabile su
www.museiincomuneroma.it
info **060608**
Segui la diretta Twitter su **#NDMroma13**

Main Sponsor: in collaborazione con: Sponsor del Sistema Musei in Comune con la collaborazione di: con il contributo tecnico di:

La creatività



Edizione 2014

Molteplicità di offerta

ROMA CAPITALE
Assessorato alla Cultura, Creatività e Promozione Artistica
Sovrintendenza Capitolina ai Beni Culturali
Dipartimento Cultura

musei in comune

MINISTERO DEI BENI E DELLE ATTIVITÀ CULTURALI E DEL TURISMO

Camera di Commercio Roma

Zetema
progetto cultura

La notte dei musei

SABATO 17/05 2014

MOSTRE, CONCERTI, DANZA, TEATRO e LETTURE

Il programma è disponibile dal 13 maggio su
www.museiincomuneroma.it - info 060608

Segui la diretta Twitter su
#NDMroma14

in collaborazione con

Sponsor del Sistema Musei in Comune
con la collaborazione di

SAPIENZA
UNIVERSITÀ DI ROMA

BNL
GRUPPO BNP PARIBAS

UniCredit

MONTI DEI PASCHI DI SIENA
BANCA DEL FIRENZE

PRICELESS
ROME

vodafone

con il contributo tecnico di

atac

la Repubblica



Pianificazione media

- Stampa Locale: *Speciali monografici su Il Messaggero e la Repubblica*, quotidiani, settimanali, free press;
- Affissione: statica e dinamica;
- Radio Locale;
- Produzione Materiali e distribuzione capillare in città e mirata nelle Università: locandine, cartoline, programmi analitici;
- Sito internet e social network;
- Altri mezzi: Video Casa del Cinema, Video nei PIT, ecc.

Il piano mezzi - 1



NOTTE DEI MUSEI		
17/05/2014		
Strumento	Quantità	Formato
STAMPA		
Il Messaggero, Nazionale	1	speciale 1 pagina Itinerario Notte dei Musei
	2	junior page b mm 199 x h mm 267
La Repubblica, Roma	1	mezza pagina 275x197 mm
Trovaroma	1	pagina intera 152X225 mm (142x215 mm al vivo)
Corriere della Sera, Roma	1	mezza pagina (311x210 mm)
Corriere dello Sport	1	pagina ultima di copertina (235mmX 328mm)
Free press		
Leggo	1	mezza pagina colore (225x136 mm)
Metro	1	mezza pagina 239x155 mm
AFFISSIONE		
Manifesti	1.000	100x140 senza loghi per 10 gg
Manifesti	1.000	100x140 senza loghi per 10 gg
Retrobus	300	formato 120x70
Metro	145	200x140 colla dal 12 al 18/5
Manifesti La Sapienza + Eataly	30	Manifesto affissione, f.to 70x100, carta Monolucida 130 gr./mq., stampa 4 colori in bianca
Parapedonali	100	formato100x70

Il piano mezzi - 2



PRODUZIONE		
Locandina	300	carta Gardamatt gr/mq 130 – formato cm 35-50, stampa 4 colori in bianca
Cartolina	20.000	cartolina, f.to 15x10, carta patinata opaca da 300 gr, stampa 4 colori in B/V in pacchetti da 100 pezzi
Cartelle stampa	200	carta Gardamatt gr.300, f.to aperto cm 53x41 con ali 21x9 e 8x31; formato chiuso cm 22x31; stampa 4 colori in bianca e volta; piegate e cordonate con fustella
Manifesti Affissione comunale	2.000	f.to 100x140
Manifesti La Sapienza + Eataly	50	Manifesto affissione, f.to 70x100, carta Monolucida 130 gr./mq., stampa 4 colori in bianca
Depliant	20.000	depliant 5 ante, f.to chiuso cm 15x21, f.to aperto cm 75x21, carta Gardamatt gr/mq 170, stampa 4 colori in B/V, piega a fisarmonica
Pass	150 staff	f.to 10x15, carta Gardamatt da gr 250, stampa a 4 colori in b, plastificati lucidi in b/v con foro
	150 stampa	
	1.000 ospiti	
Laccetti	1.300	collarino porta badge in seta, con portachiavi, larghezza 2 cm, colore blu navy
Carta intestata		digitale
Locandina digitale		digitale
Programma Digitale		digitale

Il piano mezzi - 3



RADIO		
Radio Roma Capitale		spot da 60"
VIDEO		
Video Casa del Cinema		
Video Romaincontra		
Eataly		
WEB		
www.comune.roma.it		
www.museiincomuneroma.it		670x350px e 851x315px
www.beniculturali.it		
Seat - pagine gialle, pagine bianche e tuttocittà		pushbar 978x45 e medium rectangle 300x250 con sito di atterraggio
Corrieredellosport.it canale Calcio		half page (300X600 mm)
Attività facebook		

Il piano mezzi - 4



ALTRI SERVIZI	
Invio newsletter Zetema invita programma generale e singoli inviti	
Attività Social network e blog	
Diretta twitter	
Attività di comarketing con Atac	
Attività di Ufficio Stampa	
Ideazione grafica	Campagna
Distribuzione nei Musei, PIT, biblioteche, centri culturali, incontrGiovani, librerie, Università (oltre 300 luoghi)	Musei e Pit
	Strutture coinvolte
Volantinaggio nelle Università	
Promozione nei Supermercati	

ROMA VERSO EXPO

Il progetto intrapreso per promuovere la collaborazione tra Roma ed Expo nella promozione dell'Esposizione Mondiale Milano 2015 è partito dalla definizione di un naming e logo: ROMA VERSO EXPO.

La strategia di comunicazione ha scelto di avviare la campagna nei luoghi di maggior afflusso di turisti, italiani ed internazionali: i Punti Informativi Turistici di Roma Capitale, Aeroporti (sia Fiumicino che Ciampino), la Stazione Termini, i Musei dell'Ara Pacis e il Vittoriano.

La promozione, con la presenza di Totem e la distribuzione capillare di materiale promozionale, ha coinvolto anche numerose strutture culturali quali Musei e spazi Espositivi, Biblioteche, Centri Culturali, Case di Cultura, ecc...



ROMA
VERSO
EXPO

PROGETTO DI COMUNICAZIONE

ROMA
VERSO
EXPO

Il progetto di comunicazione di ROMA VERSO EXPO è stato lanciato ufficialmente il 30 ottobre con l'allestimento della prima mostra al Vittoriano e l'avvio della personalizzazione dei PIT.

Sono stati progettati ad hoc diversi strumenti:

- *Personalizzazione Punti Informativi Turistici di Roma Capitale;*
- *Produzione e allestimento di 60 Totem;*
- *Allestimento nuovi punti Informativi dedicati Roma Verso Expo;*
- *Avvio campagna di comunicazione.*

PERSONALIZZAZIONE

PUNTI INFORMATIVI TURISTICI

ROMA
VERSO
EXPO

Per dare massima visibilità all'evento dal 30.10 sono stati personalizzati i PIT di Roma Capitale:

- *Aeroporto di Ciampino;*
- *Aeroporto di Fiumicino;*
- *Stazione Termini;*
- *Castel S. Angelo;*
- *Via dei Fori Imperiali;*
- *Piazza 5 Lune (Piazza Navona);*
- *Via Minghetti (angolo Via del Corso);*
- *Via Nazionale;*
- *Ostia Lido.*

PIT 5 LUNE

ROMA VERSO EXPO



PIT CASTEL S. ANGELO

ROMA VERSO EXPO



PIT FIUMICINO

ROMA
VERSO
EXPO



PIT FORI IMPERIALI

ROMA VERSO EXPO



PIT FORI IMPERIALI (CORTILE)

ROMA VERSO EXPO



PIT CIAMPINO

ROMA VERSO EXPO



PIT VIA MINGHETTI

ROMA VERSO EXPO



PIT VIA NAZIONALE

ROMA VERSO EXPO



PIT STAZIONE TERMINI

ROMA VERSO EXPO



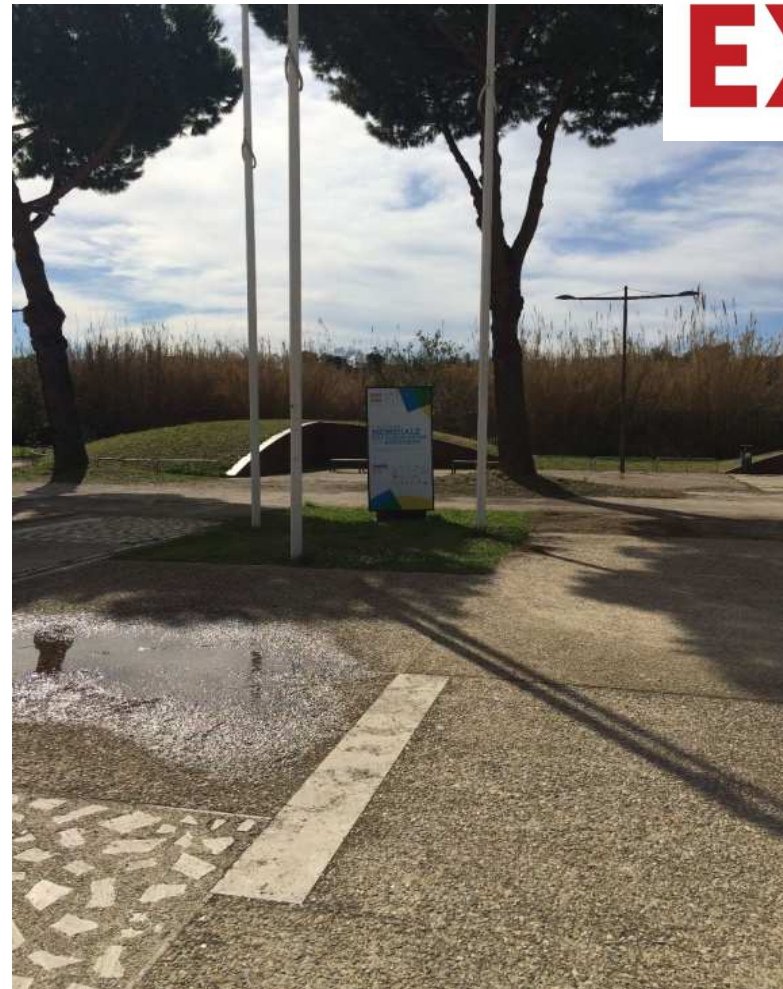
TOTEM

ROMA VERSO EXPO



TOTEM

ROMA VERSO EXPO

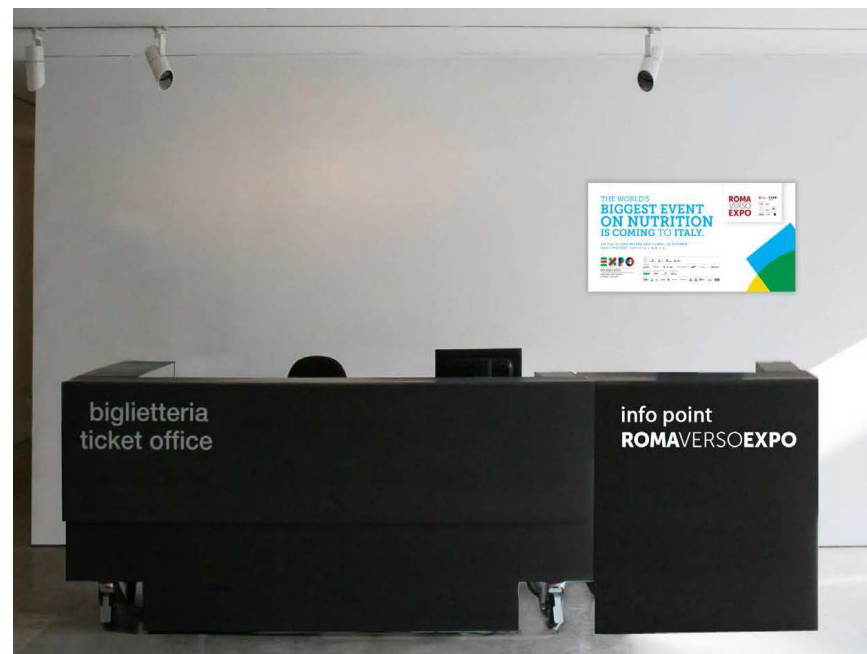
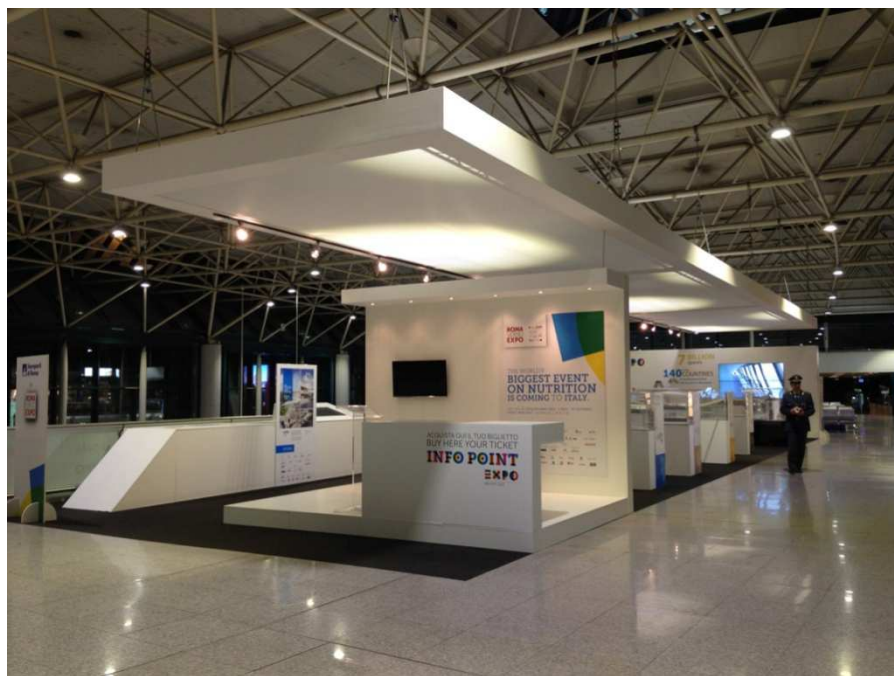


PUNTI INFORMATIVI DEDICATI

Sono stati allestiti 3 punti dedicati in esclusiva all'informazione di Roma Verso Expo e la vendita dei biglietti dell'Expo:

- Spazio Espositivo Ara Pacis;
- Vittoriano;
- Aeroporto Fiumicino Terminal T3 Partenze.

ROMA VERSO EXPO



MATERIALE TIPOGRAFICO



La campagna di comunicazione è stata avviata con una prima fase di ideazione, produzione tipografica e distribuzione dei **materiali promozionali**:

• **5.000 Press folder** (1° stampa) Produzione tipografica cartelle stampa, f.to chiuso cm 22x31, f.to aperto cm 53x41 con ali 21x9 e 8x31, carta FEDRIGONI OIKOS da gr/mq 300, stampa 4 colori in B/V, piegate e cordonate con fustella. Certificazione FSC. (30.10.2014).

• **150.000 Cartoline Italiano/Inglese** (1° stampa) Produzione tipografica Cartoline, f.to 15x10, carta FEDRIGONI OIKOS da gr/mq 300, stampa 4 colori in B/V. Certificazione FSC. (30.10.2014)

• **300.000 Brochure Italiano/Inglese** (1° stampa) Produzione tipografica Brochure, f.to chiuso cm. 14,85x10,5 (A6), formato aperto 29,7x21 cm (A4), carta FEDRIGONI OIKOS da gr/mq 115, stampa 4 colori in B/V, piega a croce. Certificazione FSC.

Per tale Affidamento è stata fatta una gara ad inviti.



THE WORLD'S
**BIGGEST EVENT
ON NUTRITION
IS COMING TO ITALY.**

SEE YOU AT **EXPO MILANO 2015** | 1 MAY - 31 OCTOBER
DON'T MISS OUT. expo2015.org



AFFISSIONE - FIUMICINO



Dal 19.11 è stata allestito anche la **mega affissione**, 25 mtx1 mt, nell'aeroporto di Fiumicino.



AFFISSIONE - AUTOBUS

Sono stati pianificati 4.200 tabelle retroautobus con 4 campagna di avvicinamento e lancio.

- 6/3 al 19/3, 3/4 al 16/4 (1° soggetto)
- 24/4 al 7/5, 15/5 al 28/5 (2° soggetto)
- 5/6 al 18/6, 12/6 al 25/6 (3° soggetto)
- 26/6 al 9/7, 17/7 al 30/7 (4° soggetto)



WEB

ROMA
VERSO
EXPO

Dal 30.10 è stato inserito il **banner Roma verso Expo** con link al sito www.expo.org nei seguenti siti web gestiti da Roma Capitale in collaborazione con Zètema:

- Portale dei MiC
- Musei Capitolini
- Centrale Montemartini
- Mercati di Traiano
- Museo dell'Ara Pacis
- Museo di Scultura Antica Giovanni Barracco
- Museo delle Mura
- Villa di Massenzio
- Museo della Repubblica Romana e della memoria garibaldina
- Museo di Roma
- Museo Napoleonico
- Galleria d'Arte Moderna
- Museo Carlo Bilotti
- Museo Pietro Canonica

WEB

- Museo di Roma in Trastevere
- Musei di Villa Torlonia
- Planetario e Museo Astronomico
- www.turismoroma.it
- www.060608.it
- www.romapass.it
- www.technotown.it
- www.casinadiraffaello.it
- www.centriculturali.roma.it
- www.zetema.it
- www.sovrintendenzaroma.it
- www.incontragiovani.it
- www.casadelcinema.it

