

PERCHE' FINANZIARE IL TEATRO MOBILE: IL PROGETTO COMMERCIALE

L'idea: il suo valore commerciale

Il NUOVO CARRO DI TESPI offre spettacoli teatrali, concerti, proiezioni, eventi multidisciplinari, installazioni artistiche, mostre, conferenze culturali e quant'altro. Tutti i prodotti, opportunamente adattati, hanno la caratteristica di essere "nuovi" ed originali, la loro diffusione consente di raggiungere aree e contesti altrimenti irraggiungibili.

La sperimentazione, prevista in sinergia con competenze universitarie e non solo, consentirà la realizzazione di nuovi modelli di conoscenza ed approfondimento e l'elaborazione di un vero know-how.

Il mercato di riferimento sono quindi gli enti pubblici, nazionali, regionali, provinciali, comunali e locali preposti alla realizzazione di eventi culturali ai quali sarà offerto un prodotto nuovo e potenzialmente vincente. Il bisogno di nuove forme di cultura e spettacolo è oggi ineludibile (e, questa volta, Maometto va alla montagna!).

L'area di riferimento è potenzialmente illimitata: dalla grande città al piccolo paese tutto è raggiungibile dal Carro! Le aziende, anche locali, interessate a nuove forme di pubblicità e tradizionalmente disattente alla sponsorizzazione culturale, troveranno in questo nuovo mezzo, possibilità concrete di rientro di immagine.

Quindi, oltre alle abituali forme di promozione (vedi piano di comunicazione, p.4), il carro ha la possibilità di veicolare il messaggio di uno sponsor, privato o istituzionale, in ogni luogo, e data la sua peculiarità il messaggio verrà veicolato usando tutti i possibili linguaggi mediali oggi a disposizione.

Possiamo ricevere finanziamenti, oltre che dagli abituali canali dei bandi pubblici e, volendo, delle elargizioni liberali (Alyax e La Barraca sono due onlus !), anche da enti o sponsor pubblici e privati, concertando una strategia promozionale specifica.

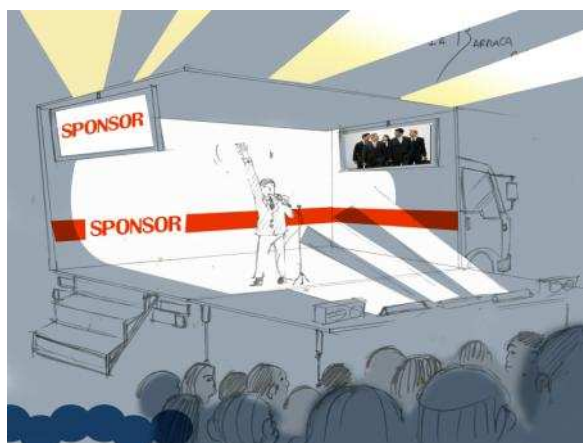


Chi contribuirà alle attività del Teatro Mobile potrà usufruire di spazi fisici dedicati ai loghi e ai messaggi pubblicitari stabiliti attraverso apposite realizzazioni grafiche nelle pareti esterne del Carro che, come una vela commerciale, transitando durante il giorno, potrà diffondere il messaggio promozionale anche tra gli abitanti, i passanti, gli automobilisti. (il mezzo è una “pubblicità in movimento”, originale nella forma e nell'impatto: verrà quindi notato da tutti - non solo da coloro che sceglieranno di usufruire dell'evento particolare).

Inoltre, il messaggio audio di promozione dell'evento potrà anche “nominare” lo sponsor e-o l'ente promotore. Allo stesso modo i messaggi video (previsti sia nella situazione di Carro chiuso in movimento che di Carro aperto nel luogo stabilito dell'evento) potranno mandare clip animate e fotogrammi dedicati.

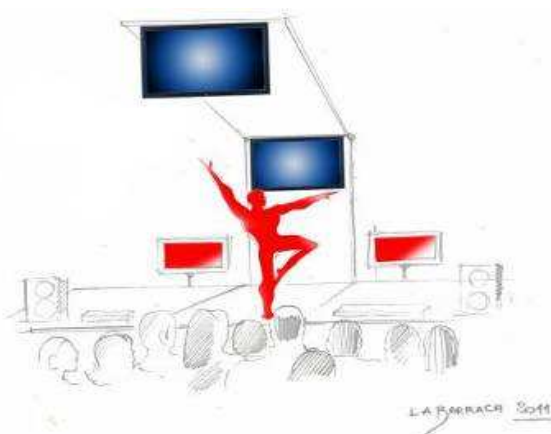
E' inoltre possibile concertare di comune accordo, nell'attività del Carro, una spazio tempo dedicato alla promozione e alla comunicazione delle attività e-o dei prodotti dello sponsor, essendo di fatto il palcoscenico mobile completamente attrezzato con luci, audio e video alla funzione di “conferenza-spettacolo”.

Riferendoci poi a particolari partners commerciali che hanno interesse ad una diffusione pubblicitaria in più luoghi (come ad esempio enti territoriali che includono molte realtà locali o le catene di grande distribuzione alimentare) è possibile concertare un tour specifico che consente un itinerario dedicato ogni giorno ad una differente località (realizzando eventi unici ed originali ed ottimizzando, in forza del mezzo utilizzato, necessità logistiche e costi di allestimento).



La giornata-tipo può così consistere (come per l'arrivo del circo in un paese!) :

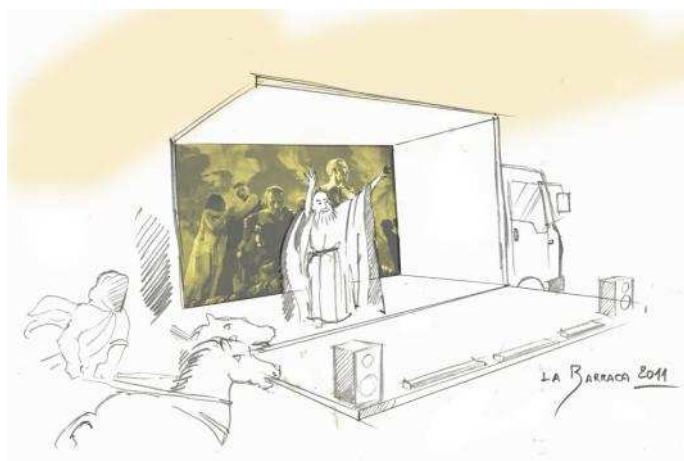
- nel movimento del carro nella località prescelta con la diffusione continuata dei messaggi (grafici, audio e video),
- nel posizionamento nel luogo aperto stabilito (la piazza, il parcheggio del supermercato) e nell'apertura laterale al fine di divenire un punto di attrazione e distribuzione.



- nell'apertura completa per l'evento serale (quando si presume che lo spazio prescelto sia anche più libero da ingombri e funzionale) e nella realizzazione dello stesso anche allestendo con posti a sedere la platea. L'evento spettacolare (teatro, recital, proiezione, concerto..) sarà esso stesso, attraverso l'utilizzo di videoproiezioni e messaggi audio e la distribuzione dei materiali informativi un'ulteriore possibilità per veicolare i messaggi promozionali stabiliti.

Occorre inoltre porre l'attenzione sul canale in attivazione legato al collegamento web previsto dalle attività anche con trasmissioni in streaming, dove, ovviamente, avranno il giusto risalto i partners che hanno finanziato il progetto.

E' inoltre possibile la realizzazione di progetti commerciali specifici e condivisi (sfilate di moda, lancio di prodotti, occasioni teatral-culinarie) oltre che il noleggio del mezzo e del personale tecnico per progetti propri.



Piano di comunicazione con indicazione-standard dei mezzi che s'intendono utilizzare

Allo sponsor viene offerta la possibilità di pubblicizzare il proprio segno distintivo/marchio attraverso una sponsorizzazione di eventi culturali di rilievo nazionale e internazionale.

Il messaggio trasmesso attraverso questo modello pubblicitario non si limita alla mera finalità di promuovere un bene o un servizio o all'esaltazione dello stesso, ma fa appello ai sentimenti, alle passioni, all'emotività dei consumatori, molto più di quanto non riesca a fare la pubblicità tradizionale.

Il messaggio pubblicitario diffuso in modo indiretto nel corso di avvenimenti attraverso immagini, video, suoni e quant'altro, valorizza ed accresce la conoscenza del prodotto o dell'impresa sponsorizzata senza creare una situazione di esclusiva propaganda del prodotto.

La nostra società produce spettacoli dal vivo e contenuti audiovisivi nelle forme più disparate e dai contenuti di sicuro richiamo culturale e sociale, la loro divulgazione avviene attraverso tutti i media a disposizione (nel corso degli anni abbiamo affinato strumenti e tecnologie affidabili e di sicuro impatto) nella misura e nei contenuti precedentemente concordati e progettati.

Come si evince dal preventivo dei costi la spesa prevista per la pubblicità è pari a circa il 7% dei costi totali.

Occorre considerare che anche gli altri enti partecipanti contribuiranno a pubblicizzare le attività con propri comunicati interni e con appositi uffici stampa.

Verrà elaborato, per ogni manifestazione ed in sinergia con gli enti e gli sponsors partecipanti, uno specifico piano di comunicazione con comunicati elaborati da un apposito ufficio stampa: le iniziative verranno promosse e recensite presso i principali quotidiani (locali e nazionali), presso periodici, riviste settimanali e mensili e presso rubriche televisivi e radiofoniche, pubbliche e private, con servizi, interviste etc.

La promozione verrà inoltre realizzata con volantini e flyer A4, locandine e manifesti 35x70 e 600x300 e quant'altro necessario a comunicare, tramite affissioni e distribuzioni, l'iniziativa.

Ogni manifestazione avrà inoltre una documentazione video fotografica (disponibile online) e appositi cataloghi pubblicati.

Verranno inoltre spediti e consegnati inviti postali al prestigioso indirizzario istituzionale della città e non solo.

Particolare importanza verrà data ai servizi web con appositi inviti e comunicati che verranno diffusi via mail (indirizzari di migliaia di account), in siti dedicati e nelle nuove piattaforme (face book, twitter, etc).

Gli enti e gli sponsors compariranno, insieme alle istituzioni partecipanti, con il logo e con tutte le forme che si riterranno necessarie condividendo, fin dalla progettazione, la campagna di comunicazione e pubblicità, nonché nei siti dedicati.