

**XXXXXXXXXXXX NELLE UNIVERSITA'**

Pubblicità

Prova su strada

Concorso di giovani creativi del circuito Erasmus

## **IL BRIEF**

Promuovere xxxxxxxxxxxx con iniziative mirate **sul pubblico 18-35**,  
con particolare focalizzazione su  
**universitari** e giovani laureati

## GLI STRUMENTI IPOTIZZATI:

### Organizzazione di un tour promozionale nelle università italiane

caratterizzato dalle seguenti iniziative:

- Promozione dell'evento **all'interno delle università** (attraverso la rete di associazioni autorizzate)
- Promozione dell'evento e del concorso con **mail** ad hoc in community tematiche costituite da pubblico target
- Organizzazione “chiavi in mano” del tour di eventi con esposizione delle vetture e **prova su strada** presso le sedi universitarie
- **Raccolta dati** degli interessati a informazioni commerciali e di chi ha provato le automobili
- Organizzazione del **concorso** sulla “xxxxxxxxxx” aperto a un pubblico internazionale del circuito Erasmus

## DESCRIZIONE DEL TOUR

Il calendario proposto consente di rivolgersi ad un target di quasi **un milione di persone**, considerando solo gli studenti iscritti.

L'evoluzione delle date segue un criterio accademico (si cercano di raggiungere le università nel pieno della loro frequenza) e metereologico (le ultime settimane nelle città più calde).

L'iniziativa progettata si dovrebbe svolgere in **8 settimane per complessive 32 giornate** di presentazioni.

Ogni settimana di presentazioni va preceduta da **due settimane di promozione** interna ai locali accademici, attraverso l'affissione di cartelloni e la distribuzione di materiale promozionale dell'evento e del modello).

Totale iniziativa:

32 giornate di presentazioni

16 settimane di promozione dell'evento e del modello (con l'obiettivo di attirare nelle giornate di presentazione il massimo numero di interessati alla prova, compresi quelli attivati dalla comunicazione "secondaria", ossia parenti e amici di universitari interessati alla vettura).

## **SEDI UNIVERSITARIE IPOTIZZATE**

I settimana

MILANO (Bocconi, Cattolica, Università Statale, Politecnico)

Popolazione toccata: sono iscritti circa 175.000 studenti (11% degli studenti italiani)

5 giornate di eventi

II settimana

Padova (Psicologia, Ingegneria)

Popolazione toccata: 65.815 iscritti

3 giornate di eventi

III settimana

TORINO (Università Statale, Ingegneria, Architettura)

Popolazione toccata: 87.766 iscritti

4 giornate di eventi

IV settimana

BOLOGNA (Ingegneria, Economia, Lettere, Giurisprudenza)

Popolazione toccata: 93.112 iscritti.

4 giornate di eventi

V settimana

PISA o

FIRENZE

(UNIVERSITÀ STATALI, SCUOLA NORMALE, ISTITUTO SUPERIORE DI SANT'ANNA)

Popolazione toccata: 44.698 a Pisa, 57.194 a Firenze)

3 giornate di eventi

VI settimana

ROMA (La Sapienza + Tor Vergata)

Popolazione toccata: 215.727 iscritti

5 giornate di eventi

VII settimana

NAPOLI (Federico II e II Università)

Popolazione toccata: 76.947 iscritti

4 giornate di eventi

VIII settimana

PALERMO

Popolazione toccata: 53.397 iscritti.

4 giornate di eventi

Tale calendario potrà subire delle variazioni riguardo alle Università per motivi burocratici/logistici.

## IL SERVIZIO OFFERTO

### LA PROMOZIONE

#### Il servizio comprende:

Trasporto, magazzino, smistamento in loco ad affissionisti e volantinatori delle diverse facoltà	350 euro a città
Affissione 400 locandine per la durata di 2 settimane prima dell'evento e distribuzione 20.000 volantini di invito nella settimana precedente	2.400 euro a città
Invio di mail differenziate per universitari e giovani laureati degli iscritti alle varie associazioni studentesche e di Partner (totale 500.000 mail ad hoc mirate)	4.000 euro (nazionale)

#### **TOTALE COSTI DI PROMOZIONE (SENZA CREATIVITA' E STAMPA)**

**26.000 euro**

Servizi supplementari:

#### **Creatività**

Ipotesi: ideazione, produzione e distribuzione di cartelloni formato 35 x 50 4 colori, volantini 10x15 4 colori f/r, cartelloni rigidi di invito alla prova

A1 Esecutivo (ideazione, realizzazione, ricerca, bozzetti)

A2 Fotolito (cartelloni, fronte volantini, 9 retro volantini)

A3 Esecutivo e produzione di cartelloni rigidi (10) da esporre nelle presentazioni per invitare alla

**6.700 euro**

**Stampa e produzione materiali**

**da verificare**

## IL SERVIZIO OFFERTO

### ADEMPIMENTI BUROCRATICI E RICERCA SPAZI

La manifestazione progettata necessita di diversi tipi di autorizzazioni: da parte degli **organi accademici** per l'attività di promozione, da parte delle autorità **comunali e regionali** per l'occupazione dello spazio pubblico, l'attività di promozione commerciale ed i nulla osta delle Soprintendenze per i Beni Monumentali; da parte delle **autorità di polizia** per l'ottenimento di licenze temporanee alle esposizioni e per il rispetto dell'ordine pubblico.

L'organizzazione si fa carico dell'assolvimento di tutte le pratiche burocratiche nonché del pagamento delle relative tasse ed imposte.

#### **Il servizio comprende:**

Ricerca siti idonei, spese di trasferta per supervisione e sopralluoghi, fotografo

Materiali e documentazione (bozzetti presentazioni, gigantografie, cartografie, bolli

Spese generali di contatto e di ottenimento permessi (autorità accademiche, amministrazioni locali, soprintendenze, polizia e vigilanza municipale, uffici tecnici per materiali segnaletica viabilistica)

Versamento tasse di occupazione ed imposte pubblicitarie (per esposizione cartellonistica e vetture e per distribuzione di volantini pubblicitari), noleggio spazi e imposte accademiche

### **COSTI COMPLESSIVI DI OTTENIMENTO SPAZI**

<b>Costi fissi</b>	<b>2.250 euro</b>
<b>Costi a città</b>	<b>1.800 euro (tot. 14.400)</b>
<b>Costi a presentazione</b>	<b>400 euro (tot.12.800)</b>
<b>TOTALE</b>	<b>29.450 euro</b>

## IL SERVIZIO OFFERTO

### LA STRUTTURA

L'obiettivo delle prove e della comunicazione del nuovo modello può essere meglio raggiunto con una struttura di basso profilo, non ingombrante o chiassosa, più consona alle caratteristiche dell'università e dei centri storici ove sono ospitate. La struttura dovrebbe essere strettamente funzionale alle esigenze di chi desidera effettuare la prova e di chi necessita di informazioni sul modello presentato.

Per questo, l'esperienza ci insegna a puntare più sul fattore umano che sulle attrezzature che possono sì attirare più l'attenzione sull'evento ma che possono irrigidire la dinamica delle prove e creare imbarazzo e timidezza negli studenti, poco abituati ad iniziative puramente commerciali nei pressi delle università.

La struttura, a nostro avviso, ottimale per l'esecuzione delle prove e la raccolta dei nominativi degli interessati dovrebbe essere costituita da:

- un gazebo con due tavoli e sedie, come reception, per favorire l'aggregazione;
- cartellonistica stradale per la delimitazione del territorio (per riservare spazio alle vetture da provare)
- una moquette da posizionare sotto la vettura
- pulmino per trasporto struttura e personale.

### Il servizio comprende:

- noleggio gazebo, cartelli, tavoli, sedie, moquette, trasporto (anche traghetto) e parcheggio furgone, allestimento e presidio zona di esposizione

**COSTI COMPLESSIVI DI STRUTTURA (ipotesi pulmino furgone fornito da xxxxxxxx con copertura spese di benzina e assicurazione e trasporto vetture a carico xxxxxxx)**

<b>Costi fissi</b>	<b>6.900 euro</b>
<b>Costi a città</b>	<b>400 euro (tot. 3.200)</b>
<b>Costi a presentazione</b>	<b>150 euro (tot.4.800)</b>
<b>TOTALE</b>	<b>14.900 euro</b>

### Servizi accessori:

noleggio pulmino	da verificare
trasporto auto (su strada o tramite bisarca)	da verificare
personalizzazione struttura	da verificare

## IL SERVIZIO OFFERTO

### IL PERSONALE

Nelle presentazioni commerciali spesso viene sottovalutata l'attività dello staff. A nostro avviso nelle manifestazioni a diretto contatto col pubblico il personale funge da vero e proprio "testimonial" del prodotto. Per tale motivo riponiamo estrema importanza nella scelta e nell'addestramento dello staff, che deve essere costituito da **studenti e studentesse** (per un fattore di identificazione da parte del pubblico) di elevata professionalità e abili nell'intrattenimento. Inoltre dovranno essere in grado di fornire informazioni attendibili sulla vettura e pronti ad individuare i soggetti interessati all'acquisto per indirizzarli al/ai venditore/i. La promozione si svolgerà in tutte le sedi tra le 10.00 e le 16.00, poiché in tale fascia oraria si concentra la massima affluenza degli studenti, evitando le ore di punta del traffico.

Per assicurare uno standard ottimale di professionalità e socialità, lo staff previsto dovrebbe essere costituito da: 4 hostess locali che avranno il compito di: coinvolgere il pubblico, dare un minimo di informazioni tecniche invitando poi gli interessati a provare la xxxxxx e a compilare il questionario relativo alla prova; 3 driver: 2 provenienti dalla sede centrale e uno locale, responsabile dell'intera operazione in quella sede. Dei due driver provenienti da Milano uno sarà responsabile del pulmino, del trasporto e dell'allestimento della struttura, mentre l'altro avrà il compito di coordinare l'attività.

*Lo staff sarà quindi composto da:*

- 1 driver
- 4 hostess/animatrici per le attività di accoglienza e di promozione
- 1 responsabile locale
- 1 coordinatore

*Obiettivi primari da perseguire da parte di uno staff efficiente saranno:*

- numero di prove
- numero di questionari/nominativi raccolti
- individuazione del maggior numero possibile di potenziali acquirenti
- diffusione di materiale promozionale ed informativo
- accoglienza e disponibilità

### STIMA COSTI PERSONALE

Spese staff a giornata promozionale:

- |                         |   |
|-------------------------|---|
| - hostess               | 125 euro cadauna a giornata                 |
| - coordinatore          | 150 euro a giornata                         |
| - driver                | 150 euro a giornata                         |
| - responsabile          | 150 euro a giornata                         |
| - forfait pasti:        | 40 euro a persona a giornata                |
| - indennità trasferta:  | 30 euro a persona per ogni notte fuori sede |
| - Spese a pernottamento | 150 euro a camera                           |

(considerando i 2 componenti itineranti del team stimiamo che sarà necessaria 1 stanza a notte)

Il servizio comprende anche: le spese di assicurazione e di acquisto divise

**TOTALE PERSONALE**

**52.500 euro**

## IL SERVIZIO OFFERTO

### IL CONCORSO PER DISEGNARE LINEE INNOVATIVE RIVOLTO A STUDENTI DEL CIRCUITO ERASMUS

Ideazione e organizzazione di un concorso aperto a tutti gli studenti e in particolare indirizzato agli studenti internazionali del programma Erasmus. Scopo del concorso è di coinvolgere un pubblico più ampio e utilizzare il concorso (disegna la linea xxxxxxxx) come elemento identificativo sul tipo di approccio scelto da xxxxxxxx con gli universitari (intelligente, dinamico e innovativo).

Il servizio comprende:

Ideazione del concorso  
Pubblicizzazione del concorso  
Raccolta elaborati e dati dei partecipanti  
Promozione del concorso nelle università

**TOTALE BUDGET CONCORSO**

**9.500 euro\***

\*escluse spese di stampa dei materiali promozionali

Servizi supplementari:

Promozione aperta anche a studenti di altre città d'Europa

prezzo da verificare

