

LINEE GUIDA 56^ Fiera dell'Artigianato Artistico

In linea con la strada intrapresa nella passata edizione, anche quest'anno è nostra intenzione affidare l'organizzazione della Fiera ad un team di professionisti che possano coadiuvare l'Amministrazione rispetto ai tempi e ai modi delle varie fasi della sua realizzazione.

La Fiera dell'Artigianato Artistico della Sardegna è uno spazio espositivo e culturale che nasce per raccontare, mettere in mostra e valorizzare le eccellenze dell'artigianato artistico sardo. Questo deve essere il punto fermo dal quale partire.

La Fiera è la più antica manifestazione fieristica in ambito artigianale di tutta la Regione. È uno spazio espositivo che si rinnova anno dopo anno, in cui la narrazione della Sardegna viene fatta attraverso le storie e le creazioni dei più eccellenti maestri artigiani di tutta l'Isola.

Rappresenta un insieme di valori che descrivono la Sardegna attraverso il lavoro e il sudore degli artigiani, la straordinaria eleganza dei loro manufatti, la forza dell'innovazione che discende da una tradizione millenaria che rinasce ogni giorno nei laboratori. Una tradizione ricca di contaminazioni ma che è riuscita a mantenere una sua unicità, tale da poter essere una voce nuova e dirompente nel panorama turistico e culturale europeo.

La Fiera dell'Artigianato artistico della Sardegna è l'evento in cui i visitatori possono immergersi nella Sardegna più nascosta, fatta di laboratori e persone che si sporcano le mani, respirare la cultura dell'Isola grazie alla bellezza delle sue creazioni, la passione delle persone che la abitano, la ricchezza della sua storia nelle tecniche artigiane che si tramandano da generazioni.

La Fiera è tutto questo, ma vuole essere molto di più.

La meta principale che essa si prefigge è di portare le creazioni e la maestria degli artigiani sardi fuori dai confini dell'Isola, per far diventare la Fiera e tutto il comparto dell'artigianato artistico sardo una delle realtà culturali ed economiche più importanti della nazione e del Mediterraneo; altro intento è quello di far sì che essa diventi uno spazio dove innovazione e tradizione si incontrano e si contaminano, dove le antiche tecniche ereditate dal passato si confrontano con le nuove espressioni e tendenze tecnologiche; ancora, diventare il luogo privilegiato per le istituzioni sarde dove collocare ogni riflessione e da cui far partire ogni iniziativa in ambito di artigianato artistico sardo.

Altro importante proposito è infine quello di creare una rete regionale di artigiani, designer, architetti, musei dell'artigianato, Fiere dell'artigianato artistico, una rete in costante evoluzione, che consenta di ridurre le distanze tra i vari nodi e permetta di instaurare un dialogo costruttivo e proficuo per tutti i soggetti interessati a questo mondo in continua evoluzione

OBIETTIVI

Gli obiettivi della 56^a edizione della Fiera nascono da ciò che è la Fiera adesso, cosa fa e a quali valori si ispira, e rendono operativo il “come” si vede la Fiera nel futuro, trasformandola in una serie di obiettivi operativi. Essi possono essere riassunti nei punti seguenti:

Cambio dell'allestitore e dei rapporti con l'allestitore.

Per la 56^a edizione si è deciso di cambiare il professionista che negli ultimi cinque anni si è occupato di progettare e allestire l'esposizione. Questo è quindi il momento ideale per innovare e rinnovare il ruolo di allestitore, rendere più chiari i compiti e i limiti così da migliorare tutto il processo di allestimento.

Comunicazione della Fiera anche fuori dai confini della Sardegna.

L'ambizione della Fiera è quella di essere un punto di riferimento dell'artigianato sardo di tutto il Mediterraneo, in un percorso che prevede un consolidamento dell'immagine della Fiera nei confini regionali, per poi espandersi verso tutta la penisola e verso il resto dell'Europa. Quest'anno si inizierà a guardare al resto della penisola e alla stampa specializzata di settore.

Miglioramento dei servizi e dell'organizzazione in Fiera. in linea con gli obiettivi della 55^a edizione, proseguirà il processo di miglioramento dei servizi offerti ai visitatori, inoltre sono previste piccole modifiche che serviranno a rendere più semplice la gestione della vendita e della rendicontazione.

Rafforzare la presenza e i contenuti digitali legati alla Fiera.

Uno dei grandi pregi della Fiera 2016 e dei vantaggi competitivi rispetto alle altre manifestazioni del settore è stata la forte presenza nel mondo digitale e dei social. Per questo è necessario proseguire e ampliare le attività digital della Fiera. Internet è il futuro e una buona posizione sul web (su tutti i fronti: contenuti, comunicazione, etc) garantirà al progetto una posizione di forza e una crescita capaci di caratterizzarla e differenziarla.

Creare un calendario di eventi complementari con tema l'artigianato.

La Fiera ha bisogno di costruire nel territorio un insieme di eventi legati all'artigianato, in particolare eventi di un certo livello culturale (come congressi e tavole rotonde sull'artigianato), che permettano alla comunità di settore di identificare la Fiera non soltanto come vetrina o luogo di scambio e vendita ma anche come polo culturale attivo che permetta un confronto sui temi legati all'artigianato e capace di attrarre importanti personalità sarde, italiane e internazionali per favorire la crescita del settore, intercettare le tendenze del mercato e presentarle agli operatori del settore e agli addetti ai lavori.

Aumento delle entrate ed espansione commerciale fuori da Mogoro.

La Fiera ha bisogno di allargarsi e affermare la sua importanza agli occhi degli artigiani sardi, in particolare gli espositori, non solo come vetrina dei loro prodotti ma come un'entità in grado di valorizzare la loro esperienza e maestria, in grado di aiutarli a vendere i loro prodotti e il loro know-how fuori dai confini del paese e della Sardegna.

Aumentare il numero di visitatori

Uno degli obiettivi più importanti per la Fiera è senza dubbio l'incremento dei visitatori con una serie di azioni che vanno dalla scelta dei più adatti canali di promozione alla costruzione di partnership con altre realtà museali/espositive che non siano in competizione con la Fiera.

Creare una rete reale e attiva di partnership e sponsorship.

Per poter organizzare una grande manifestazione, che non si limiti ai confini di Mogoro, una strada molto efficace è il consolidamento e ampliamento di una rete di Partner che possano affiancare e aiutare la Fiera nell'organizzazione di eventi collaterali e complementari. Anche gli Sponsor sono strumenti importanti e irrinunciabili non soltanto per reperire nuovi fondi ma anche per poter acquisire maggiore autorevolezza a livello regionale/nazionale e per poter creare sinergie con realtà che hanno finalità o interessi affini a quelli della Fiera.

Coinvolgere il paese.

La Fiera ha tra i suoi obiettivi generali e a lungo termine quello di diventare una meta turistica appetitosa per un gran numero di visitatori. Per raggiungere questo abbiamo bisogno della collaborazione attiva del paese in primis e del territorio in generale. Mogoro deve sentirsi coinvolto attivamente, è importante che la cittadinanza veda la Fiera come un'opportunità reale di visibilità e che ciascuno di essi si senta chiamato a partecipare in maniera propositiva per rendere l'esperienza dei visitatori unica.

Quest'anno potremo iniziare a coinvolgere (con convenzioni e/o tariffe agevolate per i visitatori della Fiera) ristoratori, albergatori, bar, pub e locali ma anche altre attività produttive del paese in maniera più mirata e capillare ma anche provare a coinvolgere la cittadinanza nel racconto della Fiera del passato o di qualche ricordo legato all'artigianato.

Coinvolgere maggiormente visitatori ed espositori nella Fiera.

Visitatori ed espositori sono un elemento molto importante per la Fiera, l'obiettivo per la Fiera 2017 è quello di coinvolgere maggiormente gli espositori, chiedendo loro di tenere dei workshop, delle dimostrazioni delle loro lavorazioni nei locali della Fiera, e i visitatori, con un percorso di condivisione social della loro visita e dei loro acquisti.

Conoscere il target e misurare il gradimento e le opinioni di visitatori e artigiani.

Dopo aver saltato un'edizione è necessario riprendere il lavoro di valutazione dei risultati rivolto sia ai visitatori che agli artigiani. L'obiettivo è riuscire ad avere un feedback dai visitatori non solo con un questionario ma anche in maniera più diretta e semplice per avere dei dati più capillari. Per gli artigiani è importante capire cosa pensano della manifestazione e quali sono, secondo loro, i punti deboli e le opportunità su cui lavorare.

ATTIVITÀ

Le attività che rientrano nel progetto **56^ Fiera dell'Artigianato artistico** sono:

Piano di comunicazione Fiera 2017.

Il piano è in via di definizione, accompagnerà tutte le attività della Fiera e cercherà di dare visibilità alla Fiera in tutta la regione e oltre i suoi confini. Nel piano di comunicazione si cercherà di trovare un equilibrio tra tutte le tipologie di media per avere una presenza il più possibile capillare su tutti i canali di comunicazione a nostra disposizione (giornali, pubblicità online, social media, televisione regionale e magari iniziare ad avere una presenza anche sulla televisione nazionale).

E' nostro forte proposito rifare il sito internet dedicato alla rassegna e lavorare per la produzione di contenuti per campagna di lancio/comunicazione sul web e i social media. questo per la Fiera 2017 vogliamo produrre un gran numero di video

incentrati sugli artigiani che espongono in fiera, video sulle loro lavorazioni e sui prodotti che creano. Questi sarebbero realizzati in cofinanziamento tra Fiera e artigiani espositori, realizzati da un professionista del settore e successivamente pubblicati sui vari canali social-web e andrebbero a creare un archivio storico digitale della Fiera. Il prodotto finale porterà la firma e il logo della Fiera in cobranding con il media partner che si occuperà della loro realizzazione e di un eventuale sponsor.

Ufficio stampa

Per muovere i primi passi verso i media nazionali e cominciare a promuovere la Fiera fuori dai confini regionali è necessario appoggiarsi a un ufficio stampa che abbia i contatti giusti già fidelizzati. Con il tempo e con i giusti investimenti, questo percorso ci consentirà di raggiungere in maniera stabile le testate nazionali, specialistiche e di settore italiane successivamente estere.

Creare un catalogo espositori

Il catalogo è uno strumento molto importante per la Fiera e gli espositori, l'obiettivo per la Fiera 2017 è quello di creare un catalogo digitale che possa essere scaricabile e consultabile online (pdf) e magari stipulare una partnership con una tipografia per eventuali stampe al dettaglio reperibili anche online con annessa spedizione.

Dare più peso al nome Mogoro nel logo Fiera.

Dopo aver scelto di ampliare la Fiera dandogli una connotazione regionale, è necessario non far sparire del tutto (o comunque dare più peso) il nome Mogoro, per questo nelle creatività della Fiera 2017 si cercherà di lavorare per dare più risalto al nome del paese.

Servizi in Fiera.

E' fondamentale continuare a migliorare i servizi in Fiera come la spedizione dei pezzi (pagamento a carico del visitatore); permettere il pagamento via bancomat in tutti i piani dell'esposizione; creare un'area dedicata alla ristorazione che offra aperitivi e bevande tipiche del paese; offrire una linea wi-fi dedicata ai visitatori della Fiera; riorganizzare la fase della vendita per non creare code alla singola postazione.

Migliorie generali per la Fiera

Ottimizzare il programma per la gestione della contabilità; rimettere in ordine i vari magazzini e risolvere alcune situazioni critiche relative alla struttura del Centro fieristico.

Visite guidate in Fiera e nei laboratori artigiani del paese.

Per arricchire l'offerta della Fiera è importante e fondamentale prevedere delle visite guidate della Fiera e dei laboratori artigiani che aderiranno. Il visitatore potrà pagare direttamente all'operatore che si occuperà delle visite, queste si terranno in orari e giorni prestabiliti così da consentire la prenotazione di un minimo di adesioni.

Creare un calendario di eventi complementari con tema l'artigianato.

Stiamo prendendo contatti per realizzare un convegno che servirà a presentare la ricerca di Cooperaction e della Sapienza sull'artigianato tessile in Sardegna. L'evento porterà visibilità e conferirà alla Fiera un'immagine istituzionale che contribuisce a veicolare l'evento non più solo come luogo di vendita e promozione ma anche di approfondimento e studio sull'artigianato. Si cercherà di invitare personalità importanti internazionali e nazionali per trasformare il congresso in una cassa di risonanza e di promozione per la Fiera.

Aumentare il numero di visitatori

Perché si possa riuscire nell'intento di incrementare il numero delle presenze in Fiera, è necessario cercare un collegamento tra la rassegna e altri attrattori. L'idea è quella di costruire delle "convenzioni" con musei e altre realtà espositive site nel nostro territorio o ancora quella di cercare dei tour operator o organizzatori di viaggi brevi per aumentare i visitatori; l'obiettivo è iniziare un dialogo con gli operatori turistici del territorio per capire che cosa vogliono in cambio e che cosa è necessario ancora fare perché la Fiera diventi una tappa dei loro tour o perché vengano organizzate delle gite settimanali di mezza giornata o una giornata che comprendano la Fiera, i laboratori artigiani e magari il territorio di Mogoro e dell'Unione dei Comuni.

TEAM PER LA 56^ EDIZIONE

In continuità con la 55^ edizione, il Team per la 56^ edizione della Fiera deve essere composto da una serie di figure che coprano l'ampio spettro di competenze e conoscenze necessario alla realizzazione di un evento complesso che ha grandi ambizioni di crescita.

Il Team individuato deve poter lavorare condividendo le scelte al suo interno, assieme all'Amministrazione comunale e gli artigiani collaboratori. Questo permette alla Fiera di crescere in maniera uniforme e di evitare scollamenti interni al gruppo allargato di lavoro.

Le competenze necessarie per organizzare un evento come la Fiera sono:

Gestione eventi

La Fiera è un grande evento, che dura tanti giorni e che ha necessità di essere organizzato nei minimi dettagli, e che ha dentro altri piccoli eventi come l'inaugurazione e il congresso, per questo è necessario un event manager che conosca già il mondo delle fiere con tutte le sue insidie;

Gestione progetti

Oltre ad essere un evento la Fiera è un sistema complesso di interazioni e persone e con un budget che ha necessità di essere armonizzato nella sua interezza, per questo è necessario un project manager che abbia avuto a che fare con strutture e progetti di difficile gestione;

Gestione della comunicazione e promozione

La Fiera ha necessità di organizzare una campagna di comunicazione e promozione in linea con le sue ambizioni, per raggiungere diversi target e comunicare ad ognuno di loro nel modo giusto, per questo è necessario impostare la comunicazione in maniera professionale e senza lasciare nulla al caso;

Gestione dello sviluppo economico

La Fiera deve ancora costruire una sua sostenibilità economica e per farlo deve lavorare sull'ampliamento del sistema d'offerta e sulla ricerca di nuovi sponsor e nuove linee di introiti, per questo è necessario un business development manager che riesca a individuare nuove possibili fonti d'entrata e vagli ogni percorso possibile;

Gestione clienti

La gestione del servizio clienti e in generale del rapporto con i clienti (visitatori ed espositori) è uno dei punti fondamentali della Fiera, per questo è necessario impostare il rapporto con tutti i "clienti" della Fiera in maniera professionale e con dei processi di gestione ben strutturati;

Operatore turistico

La Fiera ha bisogno di entrare nel mondo dei tour operator e del turismo organizzato in generale, per questo sarebbe necessario che le figure sopra elencate, che rappresentano la parte più importante dell'organizzazione della Fiera, siano affiancate da un professionista del turismo che possa indicare le strade migliori per avvicinare la Fiera a questo mondo del turismo e le sue logiche.

Collaboratori degli organizzatori

Alle competenze segnalate è necessario accostare un insieme di professionisti che supportino il lavoro degli organizzatori più stretti e seguano le attività specifiche nel dettaglio. Questo consente agli organizzatori di concentrarsi sulla progettazione e sugli aspetti più importanti del progetto e di avere un evento complessivamente migliore e meglio gestito.

Le figure necessarie sono:

Allestitore

E' il professionista più importante della Fiera dopo gli organizzatori. Il suo lavoro è molto importante per mantenere uno standard qualitativo dell'esposizione alto, come è stato in questi anni passati. Il professionista ideale deve essersi già fatto conoscere per i suoi lavori, sia in ambito di allestimento o ambiti affini, deve avere una passione per l'artigianato in tutte le sue sfaccettature e, ovviamente, uno spiccato senso estetico. La sfida più grande che deve affrontare è quella di rinnovare l'allestimento con il budget a disposizione e rispondere alle richieste del Team di progetto. Il suo lavoro va dalla progettazione dell'allestimento, seguire i lavori di modifica, aggiornamento o creazione ex-novo degli arredi, piazzare gli arredi nello spazio seguendo il progetto e poi effettuare la selezione dei pezzi degli espositori.

Grafico

E' una figura molto importante in quanto dovrà studiare e realizzare i materiali visual di tutta la campagna promozionale 2017 e realizzare i materiali necessari alla vestizione grafica dell'esposizione e della Fiera nel suo complesso, ma anche dare supporto per le cose da pubblicare sui social e per l'aspetto grafico del sito. L'idea è di cercare un neolaureato, o comunque un giovane che abbia una buona formazione di base, per poter sfruttare il suo entusiasmo e la voglia di crearsi un portfolio nonostante il poco budget a disposizione. Si dovrà occupare anche dei rapporti diretti con la tipografia durante le fasi precedenti la stampa dei materiali.

Social media manager

Altra figura molto importante, in quanto il Team sarà molto occupato nella gestione delle attività di pianificazione e organizzazione della Fiera, quindi per poter seguire al meglio la presenza sui social è necessario trovare una persona che abbia già un po' di esperienza e che possa, oltre a mettere in pratica le linee guida e le idee del Team, aiutare il Team nella ricerca di nuovi argomenti o di filoni interessanti oppure nella realizzazione dei materiali promozionali, ad esempio video di fotografie, o le dirette video di facebook. Una persona che monitori tutti i contenuti che verranno prodotti dagli utenti e legati alla Fiera e si occupi di allargare e coccolare la comunità e di ascoltare il sentiment generale per attivare nuove strategie di coinvolgimento.

Video maker

In linea con la 55^a edizione, per il 2017 sarà necessario trovare un video maker per la realizzazione degli spot della 56^a edizione.

Traduttore

Risulta necessario trovare una persona che possa tradurre una parte dei materiali che verranno creati in lingua inglese.

Servizi fotografici

Come per la passata edizione è necessario realizzare un servizio fotografico per avere del materiale da usare per la promozione della Fiera e per tutto il resto dell'anno. Presumibilmente si proseguirà con la collaborazione con il Bifoto.

Fotografo per catalogo

Per la 56^a edizione si è scelto di realizzare un catalogo in formato digitale, occorre dunque cercare un fotografo professionista che abbia lo stile e il gusto giusti per la realizzazione delle foto.

Creatore di contenuti per campagna di comunicazione sul web e i social-media Per la 56^a edizione sarà necessario realizzare dei contenuti per creare una grande campagna di lancio sul web e i social media, per questo occorre cercare una figura che si occupi di comunicazione e di pubbliche relazioni e che possa interfacciarsi con gli artigiani e con il Team di progetto per progettare e realizzare i contenuti più adatti per creare grande coinvolgimento degli utenti online.

BUDGET

Al momento il budget a disposizione per il compimento delle varie fasi organizzative e per la realizzazione del progetto nella sua complessità è di **€ 141.200,00**, ricompreso negli specifici capitoli sottostanti:

CAPITOLO 2109 (acquisto di beni) € 19.000
CAPITOLO 2109/35 (spese di organizzazione) € 52.075
CAPITOLO 2109/75 (spese di pubblicità) € 56.000
CAPITOLO 2109/55 (irap) € 2.000
CAPITOLO 2109/90 (manutenzioni) € 2.000
CAPITOLO 2109/91 (acquisto beni manutenzione fiera) € 500
CAPITOLO 2109/45 (collaborazioni) € 9.625

Il sopraindicato budget verrà presumibilmente suddiviso in:

€ 70.000,00	COMUNICAZIONE
€ 30.000,00	FORNITORI
€ 15.000,00	OPERATORI
€ 13.000,00	ALLESTIMENTO
€ 9.000,00	EVENTI
€ 4.200,00	ACQUISTI