

Fiera 2017

56[^] edizione

Linee guida e proposte progettuali

Lo scopo di questo documento è presentare una panoramica dei progetti che si vorrebbe mettere in pratica per la 56[^] edizione della Fiera, con un budget approssimativo e con il Team che lavorerà al progetto

Sommario

MISSION & VISION

Mission

Vision

OBIETTIVI 56[^] EDIZIONE

SINTESI ATTIVITÀ

Cambio dell'allestitore e dei rapporti con l'allestitore

Comunicazione della Fiera anche fuori dai confini della Sardegna

Miglioramento dei servizi e dell'organizzazione in Fiera

Rafforzare la presenza e i contenuti digitali legati alla Fiera

Creare un calendario di eventi complementari con tema l'artigianato

Aumento delle entrate ed espansione commerciale fuori da Mogoro e dalla Sardegna

Aumentare il numero di visitatori

Creare una rete reale e attiva di partnership e sponsorship

Coinvolgere il paese

Coinvolgere maggiormente visitatori ed espositori nella Fiera

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

TEAM PER LA 56[^] EDIZIONE

Collaboratori degli organizzatori

BUDGET

MISSION & VISION

Mission

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.

È la più longeva 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 migliori 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 e 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.

Vision

La Fiera dell'Artigianato artistico della Sardegna vuole:

- 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;
- diventare 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 degli IoT e dell'artigianato 4.0;
- 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;
- 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 56[^] EDIZIONE

Gli obiettivi della 56[^] edizione della Fiera nascono dalla mission (che cosa è la Fiera adesso, cosa fa e a quali valori si ispira) e rendono operativa quella che è la vision (dove si vede la Fiera nel futuro) trasformandola in una serie di obiettivi operativi. Le direttrici che muovono il lavoro del Team per il progetto della 56[^] edizione sono:

- **Cambio dell'allestitore e dei rapporti con l'allestitore** > per la 56[^] edizione si è deciso di cambiare il professionista che negli ultimi cinque anni si è occupato di progettare e allestire l'esposizione; nonostante la fortunata collaborazione degli anni passati, sembra arrivato il momento di un cambio di rotta con l'individuazione di un nuovo direttore artistico.
- **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 (iniziato l'anno scorso e continuerà quest'anno), 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 di settore è stata la 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, ecc) garantirà al progetto una posizione di forza e una crescita costante.
- **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 obiettivo 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.
- **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.

SINTESI ATTIVITÀ

Cambio dell'allestitore e dei rapporti con l'allestitore

Le attività che rientrano in questo progetto sono:

- **Scelta del nuovo allestitore** > per la scelta del nuovo allestitore si era inizialmente pensato di realizzare un concorso di idee per favorire la partecipazione di giovani talentuosi architetti o designer. Dopo attenta valutazione dei rischi e delle tempistiche, l'idea del concorso è stata messa temporaneamente da parte poiché ritenuta un passo troppo lungo per questo anno di transizione. In sostituzione, per dare seguito al sentimento di fiducia che la Fiera ha creato e consolidato negli anni passati soprattutto con gli artigiani, si è optato per la scelta di un nuovo allestitore professionista con un portfolio di esperienze nel settore.
- **Allestimento 2017** > per la 56^a edizione e per gestire in maniera più accorta il budget si potrebbe chiedere all'allestitore di riciclare tutto il materiale creato per gli allestimenti precedenti, in modo da limitare il budget e andare incontro all'Assemblea generale dell'ONU che ha dichiarato il 2017 come "Anno internazionale del turismo sostenibile per lo sviluppo".
- **Rapporti con l'allestitore** > per la 56^a edizione si vuole lavorare sulla definizione e istituzionalizzazione dei rapporti tra organizzatori e allestitore e tra allestitore e gli artigiani espositori per consentire una più facile comunicazione tra tutti i soggetti coinvolti e ridurre al minimo alcune problematiche che si sono presentate nelle passate edizioni. Il ruolo dell'allestitore è composto dai seguenti compiti/fasi e inizia a partire dalla consultazione approfondita e relativo studio della lista degli artigiani espositori che sarà stilata dagli organizzatori. Il suo ruolo consiste in:
 - disegnare il progetto di allestimento;
 - seguire i lavori di modifica ai materiali o di creazione di nuovi materiali per l'allestimento;
 - piazzare gli arredi nello spazio (con il supporto degli operai comunali);
 - scegliere i pezzi degli artigiani da piazzare (vorremmo far proporre ad ogni artigiano almeno 2 o 3 pezzi che vanno per forza esposti).

Dunque, come si vede nell'elenco dei compiti, l'allestitore non avrà una comunicazione diretta con gli artigiani ma sarà la Fiera che si prenderà carico del ruolo di intermediario tra il professionista e gli espositori. Questo consentirà di gestire in maniera efficace i rapporti di assistenza clienti e la mediazione tra le varie parti.

Comunicazione della Fiera anche fuori dai confini della Sardegna

Le attività che rientrano nel progetto di comunicazione 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). L'obiettivo per la 56^a edizione è quello di iniziare un posizionamento verso un target più in linea la vision della Fiera.
- **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.

Miglioramento dei servizi e dell'organizzazione in Fiera

Le attività che rientrano nel miglioramento dei servizi e delle logistiche interne alla Fiera sono:

- **Servizi in Fiera** > è 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 access per la gestione della contabilità; rimettere in ordine i vari magazzini, quello al piano terra va tenuto libero e quello al piano -1 va svuotato dagli scaffali di archivi e riorganizzato per gestire l'arrivo degli artigiani quando portano nuovi pezzi; rimettere a posto il lavandino rotto e verificare l'impianto elettrico.
- **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.

- **Vincoli e opportunità per gli artigiani** > grazie all'esperienza della precedente edizione, riteniamo molto utile cominciare a disciplinare il rapporto tra Artigiani e Fiera, è giusto concedere loro più controllo del proprio spazio espositivo (magari indicando 2 o 3 pezzi che l'allestitore deve per forza esporre). Ma è altrettanto importante fornire loro dei limiti ben precisi impedendogli di prendere iniziative personali ed estemporanee sull'esposizione in corso e organizzare in maniera precisa la fase in cui portare nuovi pezzi in Fiera.

Rafforzare la presenza e i contenuti digitali legati alla Fiera

Le attività legate a quest'area di intervento sono:

- **Rifare il sito** > al momento il sito della Fiera non è fruibile da device mobile (smartphone in particolare che, durante il periodo estivo, vengono utilizzati da circa il 70% dei visitatori della pagina facebook della Fiera) e ha un'estetica e una struttura piuttosto vecchi. L'obiettivo è rifare il sito senza costi aggiuntivi, quindi utilizzare wordpress con un template gratuito o a basso costo o far disegnare un template al grafico che collaborerà con il Team.
- **Produzione di contenuti per campagna di lancio/comunicazione sul web e i social media** > i contenuti digitali sono molto importanti perché consentono di creare un substrato di informazioni che riportano alla Fiera e che, col passare del tempo, faranno la differenza per gli utenti che cercheranno online informazioni relative a Fiere o Artigianato. In particolare i contenuti video danno molta visibilità sui social network e sono una fonte di interesse maggiore rispetto ai testi e alle semplici foto, per 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 verrebbero realizzati attraverso un cofinanziamento tra Fiera e artigiani espositori, creati 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.

Creare un calendario di eventi complementari con tema l'artigianato

Le attività legate a quest'area di intervento sono:

- **Congresso di presentazione della ricerca sull'artigianato tessile** > realizzare 1 congresso che servirà a presentare la ricerca di Cooperaction e della Sapienza sull'artigianato tessile in Sardegna. Il congresso 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.

- **Inaugurazione** > l'obiettivo è quello di svecchiare e rinnovare l'evento di inaugurazione anche grazie ad un nome/testimonial che riesca a portare visibilità alla Fiera agli occhi della stampa e della comunità di settore. Tale iniziativa sarà strettamente connessa anche alle risorse che la Fiera riuscirà a dedicare.
- **Evento a Mogoro dedicato all'artigianato** > una delle attività che si vorrebbe fare ma per cui non è sicura la riuscita per la 56^a edizione è l'organizzazione un evento che si svolga tra le vie del paese in cui artigiani espositori e collaboratori potrebbero coinvolgere i visitatori con attività laboratoriali legate al lavoro artigiano. L'evento sarà strutturato in tutto il paese e ad arricchire le attività degli artigiani come dimostrazioni, laboratori, etc, vi saranno iniziative che attireranno anche il pubblico interessato all'agroalimentare tipico e ai vini. La manifestazione è stata pensata con una struttura simile alla Notte Bianca, con locali e attività aperte fino a tarda notte, musica dal vivo, e tante altre attività che si riterranno utili per catturare l'attenzione del visitatore.

Aumento delle entrate ed espansione commerciale fuori da Mogoro

Le attività legate a questa branca del progetto sono:

- **Aumento del prezzo dei biglietti** > si vuole portare il prezzo dei biglietti a 3€ per gli Interi; 1,5€ per i Ridotti; 5€ per i cumulativi con 4€ che vanno a Cuccurada e 1€ che va alla Fiera.
- **Espansione della rete di vendita legata alla Fiera ad altri luoghi** > l'obiettivo è trovare 1 o 2 luoghi/boutique/negozi dove portare i manufatti di alcuni artigiani (che verranno selezionati in base al tipo di prodotti che creano e al volume di vendite che generano in Fiera) in luoghi che non siano la Fiera, come ad esempio un negozio di prodotti tipici sardi in Costa Smeralda. La vendita andrebbe poi gestita in modo da prendere una % di aggio più bassa rispetto a quella che trattiene la Fiera per poi girare la restante % al negozio. Questo permetterebbe di fare promozione alla Fiera durante il periodo estivo e magari di generare un discreto introito durante tutto il resto dell'anno.

Aumentare il numero di visitatori

Le attività legate a questo obiettivo sono:

- **Cercare uno o più partner per portare più visite in Fiera** > l'obiettivo è costruire delle "convenzioni" con musei e altre realtà espositive per portare nuovi visitatori in Fiera. Le partnership per quest'anno dovrebbero essere organizzate in maniera light, per cui se un utente visita il museo X gli viene detto che conservando il biglietto avrà uno sconto (o la visita gratuita) in Fiera, quando poi si presenta in Fiera con il biglietto del museo X, gli verrà applicato uno sconto. Allo stesso modo i visitatori della Fiera dovrebbero poter avere uno sconto o qualcosa di particolare se si recano in uno dei musei "convenzionati".
- **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.

Creare una rete reale e attiva di partnership e sponsorship

PARTNERSHIP:

- **Cercare partner per la Fiera** > le partnership si possono creare a costo zero e possono portare sia visibilità che forza lavoro o know-how in Fiera. Per fare delle partnership che funzionano occorre avere delle leve, quindi poter dare qualcosa al partner, ad esempio visibilità sui canali social, loghi nelle creatività 2017 o magari qualcosa di dedicato (come una brochure o un manifesto), il tutto in base all'importanza del partner e del suo apporto.
- **FASI** > <http://www.fasi-italia.it/> federazione delle associazioni di sardi, con circa 70 circoli associati, l'obiettivo è darsi visibilità a vicenda e offrire uno sconto agli associati che visiteranno la Fiera.
- **Sardi Celtici** > associazione di sardi a Dublino con cui si vorrebbe realizzare una mini-fiera a Dublino.
- **RAS** > perché la Fiera venga riconosciuta dalla Regione per la sua importanza e venga coinvolta nelle iniziative più importanti, è necessario che si crei un rapporto più diretto tra la Fiera e la Regione. Per la 56^a edizione vorremmo chiedere alla Regione di partecipare al congresso (ci piacerebbe invitare non soltanto assessore e/o vice-assessore ma anche chi lavora nell'assessorato turismo e artigianato); potremmo anche offrire una bottega da allestire o semplicemente mettere un corner informativo della RAS.
- **DMOGORO** > il DMOGORO è una parte importante della Fiera ma non è facile trovare una soluzione alla situazione che si è venuta a creare. La situazione va indagata e analizzata insieme ai principali partecipanti per trovare una soluzione. Per la 56^a edizione non si può assicurare un intervento diretto nel progetto ma, se richiesto, un supporto consulenziale per cercare una strategia vincente che consenta una più facile gestione del progetto.
- **SardinianDreams** > <http://sardiniandreams.com/> partner che può aiutarci a trovare i primi agganci nel mondo dei tour operators e che può essere la porta verso il turismo di lingua inglese.
- **Pretziada** > <http://www.pretziada.com/> partner potenziale che si occupa di design e artigianato sardo, attivo con un e-commerce di prodotti di artigianato artistico verso i paesi di lingua inglese, collabora già con alcuni artigiani espositori e potrebbe essere interessante sia come partner commerciale per il mercato inglese sia in ottica di presenza in Fiera.
- **Su sticau** > partner che allestisce una bottega, sarebbe un peccato perderli ma occorre valutare bene che cosa sono disposti a fare e che budget vogliono (possiamo al massimo riconoscergli un compenso per l'allestimento degli arazzi antichi).

SPONSORSHIP

- **Cercare sponsor per la Fiera** > per aumentare il budget della Fiera e coinvolgere delle aziende che possono portare autorevolezza alla Fiera. In particolare l'obiettivo è di trovare sponsor per i singoli progetti della Fiera, ad esempio Sardex potrebbe sponsorizzare la produzione dei video degli artigiani e noi in cambio potremmo dargli visibilità nei materiali creati, potremo organizzargli un incontro con gli artigiani, potremo consegnare del materiale informativo agli artigiani o altro simile. Le sponsorship sono anche un'ottima opportunità di comunicazioni e ufficio stampa, e possono portare visibilità anche a livello nazionale (ovviamente in base allo sponsor).
- **Sardex** > primo partner contattato, gli offriremo visibilità all'interno della Fiera e sui social, gli offriremo di fare da sponsor per uno dei progetti della Fiera 2017 il contatto con loro sarà il banco di prova per le future sponsorship e per costruire un listino prezzi per la sponsorizzazione in Fiera.

Coinvolgere il paese

Le attività di questa parte del progetto sono:

- **Pro-LoCo** > la ProLoCo è sicuramente la realtà associativa più importante del paese, è importante coinvolgerla perché con il suo aiuto si potrebbe realizzare un evento con tema l'artigianato, il cibo del paese e le sue eccellenze, un evento da fare in paese che porti un gran numero di visitatori; evento che verrà veicolato, promosso e comunicato dalla Fiera.
- **CCN "Sa passillada"** > altra realtà associativa molto importante, da coinvolgere per la realizzazione di un evento in paese con tema l'artigianato.
- **Coinvolgere il paese e le realtà produttive** > 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

Le attività di questa parte di progetto sono:

- **Creare un percorso di gamification per i visitatori della Fiera** > gamification significa utilizzare le strategie dei videogiochi per coinvolgere le persone nel mondo reale. Per l'edizione 2017 l'idea è di creare un percorso che in 7/10 passi spinga i visitatori della Fiera a interagire sui social e pubblicare contenuti legati alla Fiera, questo permetterebbe di ottenere visibilità gratuita tramite il passaparola online. I visitatori che compiranno tutti i passi riceveranno un piccolo gadget regalo o un aperitivo tipico o uno sconto particolarmente importante nelle attività convenzionate.
- **Creare un percorso di gamification per gli espositori** > una cosa che manca in Fiera è sicuramente la presenza degli artigiani, soltanto una cooperativa tessile rende visibile il proprio lavoro con il telaio. Per questo l'idea per l'edizione 2017 è chiedere agli artigiani di collaborare maggiormente alla realizzazione della Fiera promettendo uno sconto sulla % di aggio, per cui se si realizza il pezzo unico, si ha

uno sconto del 2%; se si tiene un laboratorio almeno 2 volte durante la Fiera, si ottiene un altro sconto del 3%, fino ad arrivare ad un massimo del 5/10% di sconto. Questo ci permette di abbassare l'aggio e allo stesso tempo di creare un'offerta di eventi legati alla Fiera.

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

Le attività per questa parte del progetto sono:

- **Provenienza dei visitatori** > viene chiesto alle receptionist che si occupano dei biglietti di chiedere il CAP di provenienza dei visitatori, il dato viene quindi immesso in un sistema che consente a fine Fiera di sapere la provenienza di tutti o della maggior parte dei visitatori.
- **Indagine sul sentiment dopo la visita in Fiera** > per avere uno spaccato di come viene percepita la Fiera da un gran numero di persone è necessario immaginare un sistema semplice, da posizionare all'uscita della Fiera, con cui raccogliere una piccola informazione dai visitatori. Ad esempio chiedere 1 parola e/o 1 colore per descrivere la Fiera e poi aggregare tutte queste parole/colori in quella che viene definita una "nuvola" (esempio > <https://www.rinorizzo.com/wp-content/uploads/2011/04/Cloud-RinoRizzo.png>) che rappresenta il modo in cui le persone hanno vissuto la visita.
- **Questionario completo per tutti** > piccolo questionario da proporre a tutti i visitatori, massimo 5 domande, veloce da compilare, utile per capire motivazioni alla visita, debolezze e suggerimenti e capire dove hanno conosciuto la Fiera. Da valutare se presentarlo insieme all'indagine sul sentiment o no. Per chi compila il questionario prevediamo di consegnare un piccolo gadget.
- **Questionario veloce per chi acquista** > potendo differenziare tra acquirenti e semplici visitatori possiamo presentare a chi acquista un semplice questionario con massimo 3 domande che ci aiuteranno a capire meglio le motivazioni o altre informazioni di chi decide di spendere soldi in fiera, magari offrendo uno sconto sull'acquisto successivo.
- **Questionario per gli artigiani** > da presentare alla fine della Fiera per chiedere un feedback su cosa ha funzionato e cosa no, e per capire come gli artigiani vedono la Fiera e che cosa secondo loro deve fare ancora per offrire loro un servizio efficace e moderno.

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 concertando le scelte all'interno del Team e con l'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.

Grazie a queste competenze descritte nel paragrafo precedente è possibile organizzare una Fiera che tenga conto delle attività più importanti per la propria crescita.

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** > è il professionista più importante della Fiera dopo gli organizzatori. Il suo lavoro è fondamentale per creare l'effetto-wow nel visitatore e per mantenere uno standard qualitativo dell'esposizione alto, come è stato in questi anni passati. Il professionista ideale ha già un nome e si è già fatto conoscere per i suoi lavori, sia in

ambito di allestimento o ambiti affini, ha una passione per l'artigianato in tutte le sue sfaccettature e ha, 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** > è 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** > probabilmente sarà necessario trovare una persona che possa tradurre una parte dei materiali che verranno creati in lingua inglese.
- **Servizi fotografici** > come per la scorsa 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 compessità 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