



Spett.le

COMUNE DI REGGIO EMILIA

Area Servizi alla Città

C.a. Lorena Belli, Simona Mannari

REGGIO EMILIA – FESTIVITÀ 2024 (NATALE E CAPODANNO) **VERSO UNA COPY STRATEGY**

Città delle persone?

Da qualche anno il Comune di Reggio Emilia si è dato un posizionamento generale, una sorta di brand awareness (che include il logo 'città delle persone', presente anche nell'attuale immagine coordinata a fianco dello stemma araldico). Una scelta comunicativa che mette l'accento sugli aspetti di comunità. **Qualità delle relazioni, qualità della vita, cura della città, inclusività, partecipazione.**

Tali valori, tipici di una città accogliente e attrattiva, possono essere declinati come mood e 'tono di voce' anche nella comunicazione degli eventi proposti nel tempo di festività importanti per il centro storico, per l'intero comune, ma anche per tutta la provincia e le città vicine.

Come prima cosa si suggerisce alla committenza di valutare se quel posizionamento istituzionale viene ritenuto ancora attuale o già da questa prima 'uscita' di comunicazione istituzionale dell'Amministrazione, la prima in grande stile dopo l'insediamento della Giunta in questa nuova legislatura, vuol essere superato accentuando valori e modalità differenti. Nel caso tali qualità andranno specificate.

Torna il veglione

Pur non conoscendo ancora il dettaglio e il programma delle iniziative in termini di offerta, pare utile sottolineare come la ripresa del Veglione di Capodanno nelle piazze del centro storico (dopo qualche anno di asseza) sia un fatto davvero nuovo, nonché una formidabile occasione per dare un segnale di rinnovato interesse per la valorizzazione del centro storico, posto dall'Amministrazione come priorità strategica, come volano per promuovere l'intera città.



'Effetto Reggio'

Per sviluppare una creatività (visual e copy) coerente a quanto detto in precedenza e capace di far percepire un vero e proprio 'effetto città', sarà fondamentale conoscere la varietà e il taglio degli eventi in programma.

Un aspetto decisivo pare infatti quello legato alla individuazione di un format/template comunicativo visivo e verbale brillante, intelligente pop e istituzionale (parla una amministrazione e non un centro commerciale o un outlet) che abbia tuttavia la giusta empatia per porgersi con un impatto immediato, chiaro e caldo ai target di riferimento.

Si tratterà dunque di mettere particolare cura nello stile della creatività che può consentire di veicolare con efficacia uno specifico 'Effetto Reggio'.

Il format/template consentirà di declinare la comunicazione del Natale e quella del Capodanno come parte di una 'narrazione comunicativa coordinata'. Tale sistema di segni consentirà poi di essere richiamato anche in futuro per campagne di comunicazione che riguardino la promozione di eventi in momenti forti dell'anno, iniziative che possono contribuire a rafforzare l'identità della città, supportando contemporaneamente l'offerta commerciale e le opportunità di shopping in centro storico.

Nel caso in cui questa proposta venga selezionata sarà importante confrontarsi con la committenza per poter mettere a punto una copy strategy definitiva (di cui questo primo documento vuol costituire una semplice bozza di premessa in attesa di conoscere eventi e attività proposte).

L'immagine

Una volta definita una adeguata copy strategy ed entrati nella fase più creativa, particolare attenzione andrà riposta nella scelta dell'[immagine guida](#).

Occorrerà per questo tenere in adeguata considerazione il fatto che:

- andrà evitato il rischio di voler vendere Reggio ai reggiani giocando immagini fotografiche che rappresentino una città stereotipata o diversa dalla città colorata, ricca e viva che le persone troveranno realmente nel corso degli eventi (di cui ovviamente mancano le immagini);
- non si dovrà dimenticare di citare in qualche modo la città (non solo nel copy, ma anche nel visual) perché questa campagna si rivolgerà anche ai comuni della provincia di Reggio Emilia e alle città vicine (in particolare Modena e Parma).

Periodo di campagna

Novembre 2024 - gennaio 2025

Target

- Cittadini residente nel Comune di Reggio Emilia e provincia
- Cittadini dell'area vasta - particolarmente Modena e Parma

Piano mezzi (gli strumenti indicati dalla vostra lettera)

Offline

- Flyer/brochure di programma
- Cartoline
- Locandine
- Affissione cittadina (poster di tutti i formati)
- Materiali per albero natale (cubo copri torretta albero)
- Totem urbani
- Spot Tv + Spot radio
- Annunci quotidiani locali
- Servizio fotografico

Meta (Tramite BM)

- Vieoclip per campagna social
- Piano editoriale
- Produzione di almeno 20 post programmati (tutti i formati)



salsicomunicazione

Budget

10.000,000 euro + iva

Inclusa:

- Strategia e creatività
- Progettazione di tutti gli strumenti indicati
- Esecutivi e impianti di tutti i materiali
- Stampa, confezione e consegna 5.000 flyer/brochure
- Produzione, speakeraggio professionale, messa in onda, spot radio + spot tv
- Acquisti verso Meta per sponsorizzate

Note sul piano media

Anche in relazione alle decisioni prese con la committenza in fase di definizione della copy strategy, andranno definiti con particolare cura gli acquisti con budget da versare a Radio, Tv, Meta (Facebook + Instagram).

Dato il budget occorrerà definire con attenzione i vari obiettivi (centro storico, tutto il Comune, provincia altre città) per evitare di polverizzare il budget sui diversi canali riducendo eccessivamente la pressione complessiva.

Andranno graduate con cura e definite priorità, concentrando gli acquisti di spazi in relazione ad azioni mirate e ben focalizzate.


salsicomunicazione
studio salsi comunicazione di s. salsi & c. sas
via previdenza sociale, 8 - 42124 reggio emilia
p.iva e cod. fisc. 02667440354
iban IT35B0503412800000000025475
salsistud@legalmail.it - www.studiosalsi.it

(Reggio Emilia, 4 novembre 2024)