



COMUNE DI GENOVA



# **GENOVA: “UN PONTE SUL MONDO”**

I<sup>^</sup> EDIZIONE 2019-2020

Dicembre 2018

## GENOVA: "UN PONTE SUL MONDO" – 1<sup>a</sup> edizione 2019-2020

*Il **Comune di Genova** sostiene il progetto proposto dall'**associazione no profit "Zandra"**.*

*Tramite un viaggio attraverso l'Europa, questa iniziativa promuove con curiosità ed ironia, la "**way of life**" di Genova e, con essa, i **prodotti tipici** della nostra terra.*

***Testimonial d'eccezione**, l'attrice ed esperta di comunicazione **Saba Wesser**, che realizzerà materiali comunicativi multimediali veicolati tramite circuiti tipici dei **social media** e vere e proprie **dirette TV**, con alcune stazioni TV liguri e genovesi, partner del progetto.*

*Così, un'**ambasciatrice ideale di Genova**, propone i sapori, i profumi, i gusti della cucina genovese, nell'ambito di un viaggio nei diversi paesi inseriti in questo itinerario.*

*Così succede a tanti di noi Genovesi quando ci troviamo all'estero...*



**(G)EN(O)VA**  
MORE THAN THIS



# GENOVA: "UN PONTE SUL MONDO" – 1<sup>^</sup> edizione 2019-2020

Le ricette ed i prodotti tipici proposti sono **solo un aspetto** di questo viaggio. A fianco alle eccellenze delle manifatture, della moda e della gastronomia della nostra terra, questa iniziativa si pone obiettivi di **marketing territoriale**.

Attraverso una raffinata strategia comunicativa, alle persone, alle istituzioni, ai compagni di viaggio, la "testimonial" proporrà video e altri materiali multimediali con le **eccellenze culturali**, le meraviglie del nostro **patrimonio artistico**, i panorami mozzafiato che hanno reso famosa Genova nel mondo.

Dopo **la tragedia** senza precedenti che ha colpito la nostra città nel 2018, è proprio a partire dal termine "**ponte**" che si desidera comunicare al mondo la voglia della nostra gente di **riprendersi**, di **rialzarsi**, a partire dai tesori della nostra terra.

E' per questo che, assieme ad altre iniziative, anche "GENOVA: UN PONTE SUL MONDO", rientra a pieno diritto nella **strategia di comunicazione globale** del **Comune di Genova**.



**GENOVA**  
MORE THAN THIS



*“ Penso ad un’iniziativa volta **alla promozione e rilancio del nostro Territorio**, attraverso una **strategia comunicativa innovativa, moderna e tangibile**, portando **le nostre eccellenze fuori dai nostri confini**, raccontando la nostra storia, la nostra cultura, i nostri circuiti enogastronomici, la nostra propensione alla tecnologia e le nostre grandi opportunità di crescita permettendo così, anche alle nostre aziende, di farsi conoscere ed attrarre nuovi turisti ed investitori.”*

**Saba Wesser**

## COMUNICAZIONE

Le **opzioni di comunicazione** e di **sponsorship** forniscono visibilità, una modalità efficace per raggiungere il target desiderato inclusi gli executives delle società.

I contenuti e i reportage saranno diffusi tramite storytelling (linkedin facebook, instagram, twitter e i vari siti d'appartenenza), che **oggi contribuiscono in modo determinante allo sviluppo di narrazioni e storie sul territorio**, affiancate dai tradizionali strumenti di comunicazione.

- Post social media
- Articoli sul sito d'appartenenza
- Partnership editoriali (riviste e siti viaggi, tour operator, camping, cucina)
- Creazione pagina facebook , Instagram del progetto
- Comunicati stampa
- Foto e dirette video dei prodotti
- Collegamenti con stazioni TV liguri e genovesi



## OBIETTIVI

- Sviluppare uno scambio culturale
- Attività di connessione tra la Regione, il Comune e l'estero
- Indagine sui trend
- Interattività, contatto diretto, comunicazione one-to-one, alto coinvolgimento emotivo da parte del pubblico
- Implementare e promuovere i nostri prodotti
- Stimolare le vendite dei prodotti attraverso un direct marketing efficace.



## NUMERI DEL VIAGGIO:

- 365** GIORNI DI VIAGGIO
- 178** NOTTI IN CAMPEGGIO/AREE ATTREZZATE
- 187** NOTTI ALL'APERTO
- 14** PAESI VISITATI
- 27.420** KM STIMATI



## **IN PILLOLE:**

- *Il Tour on the road, è un viaggio a bordo di un **camper in solitaria**, ma in compagnia di 4 chihuahuas, con l'obiettivo di promuovere la cucina ligure in altri paesi.*
- *Il diario di viaggio di uno "**Chef itinerante**", che realizza le proprie ricette, integrando i prodotti tipici liguri con quelli locali del posto.*
- *La scrittura in tempo reale di un **libro** (in formato cartaceo) e di un **e-book** (consultabile e navigabile digitalmente) con una scelta delle ricette realizzate durante il viaggio, il cui il ricavato della vendita andrà in **beneficenza** al corpo dei Vigili del Fuoco e alle tante associazioni di volontariato che hanno contribuito con la loro opera nel corso delle emergenze che hanno interessato il nostro territorio.*



## BENEFIT

### **Visibilità dello sponsor attraverso i canali comunicativi istituzionali**

I vari livelli vi permettono di scegliere la modalità che vi assicurano il massimo della visibilità per incontrare i vostri obiettivi e per posizionare la vostra società come uno dei leader del settore.

### ***Tutte le opzioni includono la seguente visibilità di base:***

Visibilità del logo dello sponsor, che sarà strettamente legato all'evento in tutte le fasi e accompagnerà lo sviluppo del progetto attraverso:

- Presenza del proprio logo sul sito dell'evento, sui social network e con i sistemi di web communication;
- Conferenza stampa;
- Comunicati stampa.



## Visibilità e Benefit del MAIN SPONSOR

(contributo economico e/o tecnico a partire da 10.000€)

- Brandizzazione abbigliamento e oggetti promozionali.
- Inserimento in cartella stampa di una scheda di presentazione dell'azienda.
- Invito alla conferenza stampa di presentazione dell'evento.
- Citazione dell'azienda nel comunicato stampa.
- Logo in tutta la comunicazione (prima linea – banner “large”)  
**con reverse link al sito della Sponsor.**
- Possibilità per l'azienda di citare nelle proprie comunicazioni la collaborazione con il Comune di Genova quale sponsor.
- Utilizzo diretto dei prodotti durante il Tour.
- Possibilità di donare un prodotto specifico ad un Paese estero a propria scelta, per poter aprire nuovi canali di collaborazione.  
**Momenti di presentazione pubblica: incontri con le istituzioni estere.**
- Video spot pubblicitario presso la propria azienda.

## **Visibilità e Benefit del GOLD SPONSOR**

(contributo economico e/o tecnico a partire da 5.000€)

- Inserimento in cartella stampa di una scheda di presentazione dell'azienda.
- Citazione dell'azienda nel comunicato stampa.
- Invito alla conferenza stampa di presentazione dell'evento.
- Visibilità del logo su materiale cartaceo, web e sul sito dell'evento.
- Visibilità aziendale nelle comunicazioni social tramite Storytelling.
- Logo in tutta la comunicazione (banner “medium”)  
**con reverse link al sito della Sponsor.**
- Utilizzo visibile e diretto dei prodotti durante il Tour.

## Visibilità e Benefit del SILVER SPONSOR

(contributo economico e/o tecnico a partire da 1.500€)

- Inserimento in cartella stampa di una scheda di presentazione dell'azienda.
- Citazione dell'azienda nel comunicato stampa.
- Invito alla conferenza stampa di presentazione dell'evento.
- Logo in tutta la comunicazione (banner "small")  
**con reverse link al sito della Sponsor.**
- Utilizzo diretto dei prodotti durante il Tour.

## LA PROMOTER:

### Saba Wesser

Genovese, 42 anni, di nobili origini etiopi, 32 paesi del mondo visitati.

Fondatrice dell'associazione no-profit Zandra – Zoogeography Animals Nature Defence Resource Ambient.

Autrice e responsabile del nuovo blog 'Saba Gourmet'.

Ex modella, ex conduttrice tv, da sempre impegnata nella difesa dei diritti degli animali e della tutela all'ambiente.

## CONTATTI:

- Saba Wesser 371/1555316  
[zandranoprofit@gmail.com](mailto:zandranoprofit@gmail.com)
- Tiziana Ginocchio 335/5699378  
[tginocchio@comune.genova.it](mailto:tginocchio@comune.genova.it)  
Responsabile Relazioni con Aziende e Fundraising Comune di Genova - Gabinetto del Sindaco  
Palazzo Albini - Via Garibaldi 9 - 5° piano lato levante  
16124 Genova

