



EURO FLORA 2018

**È NEI
PARCHI**

DAL
21 APRILE
AL
06 MAGGIO

**COME NON
L'AVETE
MAI VISTA**



XI ESPOSIZIONE INTERNAZIONALE DEL
FIORE E DELLA PIANTA ORNAMENTALE

**PARCHI DI NERVI
GENOVA**



UNA BELLEZZA MAI VISTA



NEL 2018, A GENOVA, TORNA EUROFLORA

Una grande tradizione scrive il nuovo capitolo della sua storia.

In un luogo d'eccezione e con un format inedito, offrirà al suo pubblico un'esperienza senza precedenti.





EUROFLORA NEI PARCHI

Novità assoluta nella storia della manifestazione, l'undicesima edizione di Euroflora si svolgerà dal 21 aprile al 6 maggio 2018 ai Parchi di Nervi di Genova.

Una scelta fortemente condivisa, che nell'Anno Europeo del Patrimonio Culturale valorizza pregio, storia e bellezza di un luogo unico nel suo genere e noto in tutto il mondo.

UNA TRADIZIONE CHE SI RINNOVA

NEL 2018, EUROFLORA SARÀ:

- Per la prima volta, un evento interamente all'aperto.
- Per la prima volta, nei parchi di Nervi, un'oasi straordinaria di verde e di bellezza affacciata sul mare.
- Per la prima volta, un'esposizione che vede protagonisti florovivaisti, paesaggisti, regioni e comuni italiani e, per la prima volta, le eccellenze imprenditoriali del territorio e nazionali.
- Un evento sempre più attento alla tutela del paesaggio, alla valorizzazione della biodiversità, alla sostenibilità urbana e ambientale.



NUOVE ENERGIE PER UN PROGETTO STORICO

Euroflora è la più importante tra le floralies europee.

Riconosciuta dall'**Association Internationale des Producteurs Horticoles**, fa parte della **Association of International Floralies**.

L'edizione 2018 è promossa dal Comune di Genova e progettata da **Fiera di Genova Spa** in collaborazione con le Istituzioni e con il pieno coinvolgimento di aziende del sistema pubblico locale.



IL PROGETTO



LA FILOSOFIA GENERALE

Nell'ambito dell'Anno Europeo del Patrimonio Culturale, Euroflora nei parchi valorizza un patrimonio storico e naturalistico unico in Italia.



I PARCHI

I parchi di Nervi sono un palcoscenico naturale di rara bellezza, che verrà esaltato da produzioni florovivaistiche di grande qualità con colori, profumi, sfumature e prospettive inedite, e da allestimenti rispettosi dell'ambiente e della storicità dei parchi.

Euroflora nei parchi comprenderà anche le suggestioni offerte dai poli museali presenti all'interno dell'area.

I QUADRI

Grandi scenografie realizzate con fiori e piante di tutto il mondo collocate nelle aree più suggestive dei parchi per offrire prospettive e visuali emozionanti. Saranno il cuore di Euroflora 2018 intorno al quale si svilupperanno giardini, composizioni floreali e installazioni di paesaggisti di fama internazionale. Un'immersione nei parchi con emozioni che nascono dalla creatività di collettive provenienti da varie regioni del globo.

- VOLO DI GABBIANI
- LAGO DELLE NINFEE
- RED WAVE
- ROSETO
- IL SOFFIO DEL VENTO
- MOSAICOLTURA



LEGENDA

ACCESSIBILITA'

- A. Reception
- B1. Ingresso principale per il pubblico
- B2. Ingressi di rappresentanza
- C. Nuovo ponte pedonale

ESPOSIZIONE

- D. Aree espositive (>500 mq con possibilità di frazionamento)
- E. Mercato verde
- F. Composizioni floreali
- G. Esposizione dei fiori recisi
- H. Elementi storici (fontane, vasche, catene d'acqua)
- I. Scuole di paesaggio
- L. Stampa di settore

FOOD

- M. Ristoranti
- N. Street food
- O. Food Corner

SERVIZI E LOGISTICA

- Centro servizi per espositori
- Spazio per incontri di paesaggio
- Scia stampa
- Uffici Euroflora
- Uffici espositori
- Servizi igienici
- P. Depositi e aree logistiche

QUADRI E VISUALI

- QUADRO 1 Parco di Villa Groppallo | Mosaicultura - Volo di gabbiani
- QUADRO 2 Parco di Villa Groppallo | Lago delle ninfee
- QUADRO 3 Parco di Villa Groppallo | Red Wave
- QUADRO 4 Parco di Villa Serra | Il soffio del vento
- QUADRO 5 Parco di Villa Gimaldi | Mosaicultura - Wild Horses
- QUADRO 6 Parco di Villa Gimaldi | Roseto

Punti di vista scenografici

EUROFLORA NEI PARCHI



GLI ASSET DI UN EVENTO UNICO



LA FORZA DEL MARCHIO

La notorietà internazionale di Euroflora è radicata in oltre 50 anni di storia. Dieci edizioni hanno coinvolto migliaia di espositori da tutto il mondo, attirato oltre 5 milioni di visitatori, conquistato l'attenzione dei media generalisti e di settore in Italia e all'estero.



IL GRANDE PUBBLICO

Euroflora è da mezzo secolo la più importante delle floralies europee in termini di pubblico. Punto di riferimento internazionale per gli operatori del comparto florovivaistico e strumento insostituibile di marketing territoriale, la manifestazione intercetta l'interesse di un pubblico ampio, anagraficamente e socialmente trasversale.

I VISITATORI DEL 2011



DONNE



IN FASCIA
35-65



STRANIERI



NORDOVEST



NORDEST



CENTRO



LA VETRINA DI UN TERRITORIO ATTRATTIVO

Euroflora sarà il più importante evento del 2018 a Genova, capace di richiamare un pubblico numeroso ed eterogeneo.

In una Genova che sta conoscendo un vero e proprio boom di presenze turistiche Euroflora si pone come lo strumento ideale per la promozione, il marketing territoriale e la valorizzazione dei talenti e delle eccellenze produttive.

CONTENUTI IN LINEA CON UN TARGET DIVERSIFICATO

Euroflora, nata come esposizione del fiore e della pianta ornamentale, è un'efficace opportunità di comunicazione che abbraccia temi di grande attualità: tutela del patrimonio artistico e culturale, rispetto dell'ambiente, protezione del suolo, promozione della sostenibilità.

TARGET SU FACEBOOK

7,9 MNI	15 MNI	2,1 MNI
FIORI E PIANTE	GIARDINAGGIO	BOTANICA

12 MNI	1,9 MNI
NATURA	SOSTENIBILITÀ



LA PORTATA DELLA COMUNICAZIONE

Grazie ad una mirata campagna di comunicazione in Italia e in Europa, la promozione dell'evento realizzerà un volume complessivo di oltre **240 milioni** di contatti lordi tra i diversi canali utilizzati.



IL PIANO DI COMUNICAZIONE

I TARGET

Il piano di comunicazione sarà bilanciato tra Italia, con focus di geotargeting prevalentemente nelle aree Nielsen 1 e Nielsen 2, e l'estero con investimenti nei principali paesi europei.

Per l'Italia, si tratta di un bacino pari a oltre 16 milioni di individui.

TRE TIPOLOGIE:

- I fidelizzati. Persone che hanno partecipato in passato ad Euroflora.
- Gli appassionati. Persone targetizzate in base ai principali temi di interesse della manifestazione (fiori e giardinaggio, natura e patrimonio, sostenibilità, viaggi).
- Le nuove leve. Persone che conosceranno Euroflora in questa occasione, concentrati nella fascia under 35.



LA STRATEGIA

Euroflora 2018 attiverà il coinvolgimento dei visitatori con una modalità completamente nuova rispetto alle edizioni del passato.

La vendita dei biglietti online sarà fino a esaurimento della capienza dei Parchi nelle singole giornate.

IL MEDIA MIX

Il media mix vedrà un investimento consistente sul digitale, con il 50% del budget allocato tra Google Adwords, Social ads, Display e retargeting.

TRE OBIETTIVI:

- **Awareness su evento**
- **Traffico verso i presidi online della comunicazione**
- **Spinta all'acquisto dei biglietti**

A livello offline, priorità alle soluzioni che coniugano con il mix migliore penetrazione sul target, pressione sulle aree territoriali obiettivo e costo per contatto.

In generale, quindi, priorità alla pianificazione sui circuiti di carta stampata, radio e TV che siano prevalenti nelle aree territoriali target, rispetto a circuiti nazionali con maggiori costi per contatto.



I CANALI PRESIDATI

Il media mix vedrà un investimento consistente sul digitale, senza trascurare i canali più "tradizionali".

WEB

(Google Adwords e Display)

OUT OF HOME

(affissioni esterne, dinamica e circuiti arredo urbano)

RADIO

(nazionali e locali)

SOCIAL MEDIA

(Facebook, Instagram)

STAMPA

(quotidiani e periodici)

TV

(tematici e generalisti)



I VOLUMI DI PUBBLICO RAGGIUNTI

77 MILIONI

DI IMPRESSION ONLINE

120 MILIONI

DI CONTATTI LORDI RADIO

45 MILIONI

DI CONTATTI LORDI SU
CARTA STAMPATA



LE OPPORTUNITÀ PER GLI SPONSOR

QUATTRO PERCORSI SU MISURA

Per gli sponsor, Euroflora è un'occasione di promozione rilevante e versatile allo stesso tempo. Ogni azienda può coglierla scegliendo tra quattro diversi profili quello più adatto alla propria strategia di marketing.

LE ESSENZE DI EUROFLORA

Per le aziende che partecipano all'esposizione con un progetto espositivo e allestitivo appositamente realizzato.

I COLORI DI EUROFLORA

Per le aziende che partecipano all'esposizione sostenendo la realizzazione di una delle strutture o di uno dei progetti espositivi previsti dall'evento.

LE ARTI DI EUROFLORA

Per le aziende che parteciperanno come sponsor tecnici, offrendo prodotti o servizi necessari alla realizzazione dell'evento.

LE VOCI DI EUROFLORA

Per i media che condivideranno con Euroflora un progetto di media partnership.

LE ESSENZE DI EUROFLORA

Le aziende che partecipano all'evento con un progetto espositivo dedicato.

OPZIONI POSSIBILI DI BRANDIZZAZIONE:

- Uno dei quadri previsti dal progetto, personalizzandone i contenuti.
- Uno degli spazi allestitivi di maggiori dimensioni (da 100 mq a 500 mq), personalizzandone i contenuti.
- Uno degli spazi funzionali previsti dal progetto (area Kids, area laboratori, area eventi, padiglioni all'aperto).

BENEFIT DI VISIBILITÀ:

- Valorizzazione del brand negli spazi/progetti realizzati.
- Presenza su tutti i materiali di comunicazione ufficiali di Euroflora e richiamo nelle azioni di comunicazione sviluppate online.
- Possibilità di sviluppare iniziative ad hoc negli spazi dell'evento (eventi aziendali, visite guidate).
- Possibilità di allestire desk informativi brandizzati.

I COLORI DI EUROFLORA

Le aziende che sostengono l'evento contribuendo alla realizzazione di uno degli elementi espositivi o allestitivi previsti dal progetto.

OPZIONI POSSIBILI DI BRANDIZZAZIONE:

- Uno degli spazi (fino a 500 mq), con possibilità di scegliere il progetto tra quelli previsti.

BENEFIT DI VISIBILITÀ:

- Valorizzazione del brand negli spazi/progetti realizzati grazie al contributo dello sponsor.
- Presenza sui materiali di comunicazione cartacei consegnati ai visitatori e nei wall all'accesso e all'uscita
- Possibilità di brandizzare concorsi o altri eventi ufficiali.
- Possibilità di sviluppare iniziative ad hoc negli spazi dell'evento (eventi aziendali o visite guidate).

LE ARTI DI EUROFLORA

Le aziende che forniranno prodotti o servizi utili alla realizzazione dell'evento.

OPZIONI POSSIBILI DI BRANDIZZAZIONE:

- I prodotti/servizi forniti ad Euroflora.

BENEFIT DI VISIBILITÀ:

- Brandizzazione del servizio/prodotto offerto.
- Possibilità di brandizzare concorsi o altri eventi ufficiali.
- Presenza sui materiali di comunicazione cartacei consegnati ai visitatori e nei wall all'accesso e all'uscita.
- Possibilità di sviluppare iniziative ad hoc negli spazi dell'evento (visite guidate).



LE VOCI DI EUROFLORA

LE AZIENDE CHE SARANNO MEDIA PARTNER

Ai media partner, suddivisi per categoria e con particolare attenzione ai nuovi canali "social" di comunicazione, potrà essere offerta una proposta personalizzata di presenza/partecipazione alla manifestazione, anche in questo caso calibrata in funzione dell'impegno prestato e delle specifiche esigenze di comunicazione.

GLI STRUMENTI DI PARTECIPAZIONE A DISPOSIZIONE DEGLI SPONSOR:

- **Media.** Brandizzazione della campagna di comunicazione.
- **Spazi e quadri.** Brandizzazione di elementi del progetto espositivo.
- **Servizi.** Brandizzazione di ambienti e funzioni nel percorso di visita.
- **Digital.** Promozione sui canali di comunicazione online.
- **Direct.** Presenza nei materiali di comunicazione diretti ai visitatori.
- **Eventi.** Brandizzazione di eventi ufficiali o organizzazione di eventi propri.
- **Co-marketing.**

EUROFLORA2018.IT

EURO FLORA 2018

**È NEI
PARCHI**

DAL 21 APRILE
AL 6 MAGGIO
PARCHI DI NERVI
GENOVA

COME
NON L'AVETE
MAI VISTA

MAIN SPONSOR



PROMOSSO DA



Media

CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE

Presenza del marchio dello sponsor a fianco del logo Euroflora in tutti i contenuti di comunicazione prodotti e cioè: inserzioni su stampa periodica e quotidiana, affissioni, cataloghi, mappe per visitatori, flyer e promo card, biglietti elettronici, sito internet e dem.



Spazi e quadri - Quadro 1

VOLO DI GABBIANI

Posta all'ingresso dei Parchi di Nervi, questa installazione, dislocata su una superficie di 700 mq, offrirà la vista di uno spettacolare pattern di forme circolari, grazie alla combinazione di elementi floreali e corde marine.

Lo sponsor potrà personalizzare la segnaletica verticale dedicata all'installazione e associare il proprio brand a tutte le comunicazioni verso il pubblico e i media relative a questo allestimento.



Spazi e quadri - Quadro 2

LAGO DELLE NINFEE

L'elemento naturale cui è dedicata questa installazione è l'acqua. Si tratterà di una vasca circolare piena di ninfee, con un diametro di 15 metri, armonizzata con il contesto verde circostante grazie al contorno di un prato modellato.

Lo sponsor potrà personalizzare la segnaletica verticale dedicata all'installazione e associare il proprio brand a tutte le comunicazioni verso il pubblico e i media relative a questo allestimento.

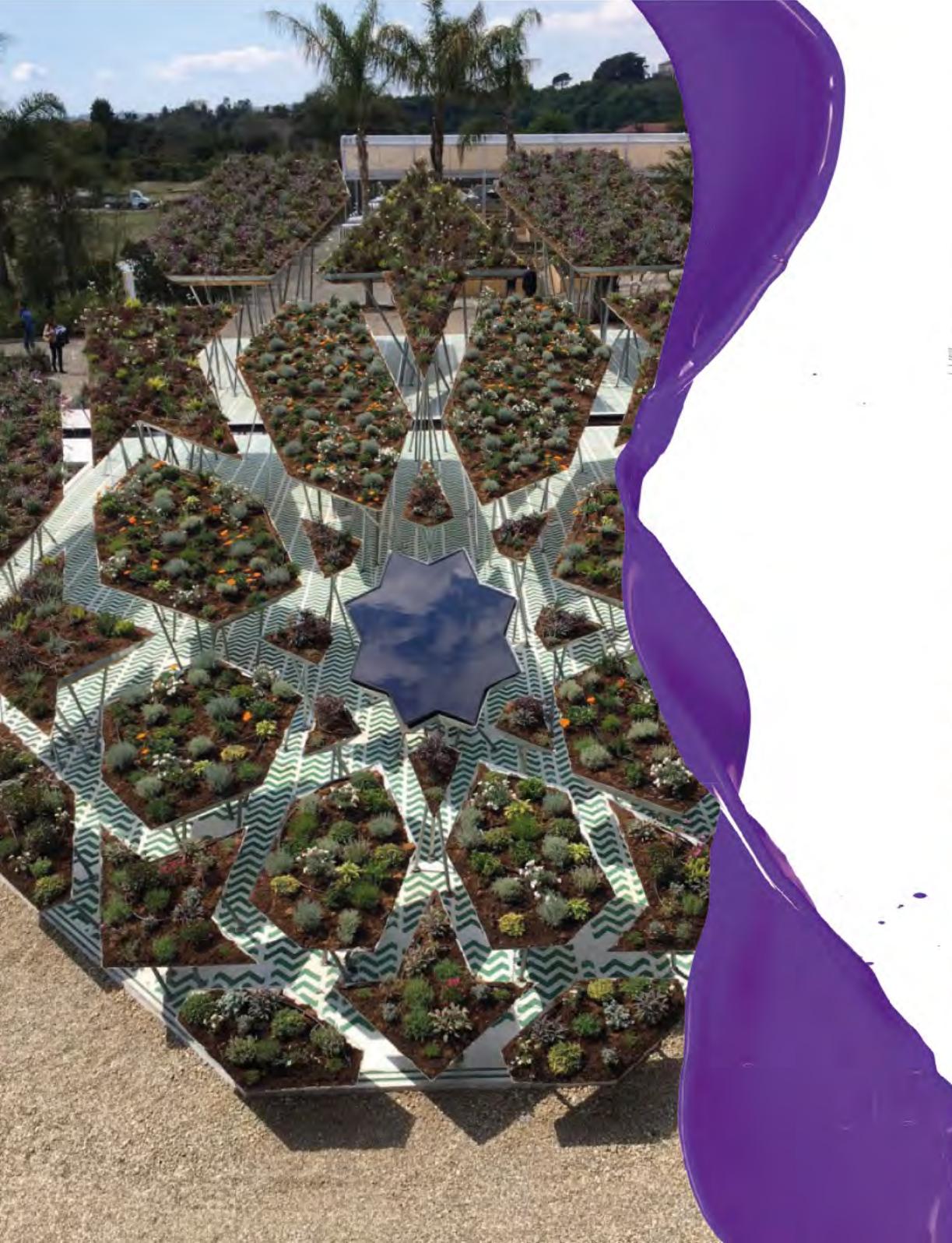


Spazi e quadri - Quadro 3

RED WAVE

L'elemento naturale interpretato da questo quadro è il fuoco. La fioritura rossa, grazie al suo forte contrasto con il fondo verde del prato, disegnerà una spirale di grandissimi impatto e visibilità, con 600 metri quadri di superficie e 90 metri di lunghezza.

Lo sponsor potrà personalizzare la segnaletica verticale dedicata all'installazione e associare il proprio brand a tutte le comunicazioni verso il pubblico e i media relative a questo allestimento.



Spazi e quadri - Quadro 4

IL SOFFIO DEL VENTO

Questo quadro è un omaggio al terzo elemento naturale, quello dell'aria. Oltre 800 metri quadri di superficie per un'installazione che utilizza l'affascinante effetto dell'anamorfose (una figura che si svela solo quando l'osservatore la guarda da un determinato punto di vista) e la tecnica della mosaicoltura.

Lo sponsor potrà personalizzare la segnaletica verticale dedicata all'installazione e associare il proprio brand a tutte le comunicazioni verso il pubblico e i media relative a questo allestimento.



Spazi e quadri - Quadro 5

WILD HORSES

La terra è l'elemento naturale protagonista di questa installazione. Un'opera in mosaicoltura, con sculture di cavalli selvaggi alte circa 8 metri e una superficie complessiva interessata di 800 metri quadri.

Lo sponsor potrà personalizzare la segnaletica verticale dedicata all'installazione e associare il proprio brand a tutte le comunicazioni verso il pubblico e i media relative a questo allestimento.



Spazi e quadri - Quadro 6

IL ROSETO

Lo storico roseto dei Parchi di Nervi verrà arricchito con nuove fioriture scenografiche, per riportare all'antico splendore e prestigio un luogo amato dai genovesi e non solo.

Lo sponsor potrà personalizzare la segnaletica verticale dedicata all'installazione e associare il proprio brand a tutte le comunicazioni verso il pubblico e i media relative a questo allestimento.



Servizi - Accesso all'area

VIALE DELLE PALME

Il celebre viale delle Palme sarà il principale percorso di accesso pedonale all'evento. Insieme alla strada di accesso ai Parchi di Nervi e al portale di ingresso, costituirà un format di sponsorizzazione a sé stante.

Un percorso di 400 metri personalizzabile con standardi verticali sui lampioni, totem, pavimentazione grafica sull'asfalto, pannelli di schermatura di alcune pareti e il rivestimento del portale di ingresso nel Parco.



Genova - Nervi - Viale delle Palme



RISTORANTI



TOILETTE



SPONSOR

Servizi

IL SISTEMA DI WAYFINDING

Disseminati nei Parchi, sono previsti 500 elementi di segnaletica per orientare il percorso dei visitatori. Lo sponsor potrà personalizzare con il proprio marchio i supporti utilizzati per offrire indicazioni e informazioni agli utenti.

FORMATO	DESCRIZIONE	INVESTIMENTO
Grandi partner	Progettualità ad hoc.	200.000 € / 300.000 €
Campagna di comunicazione	Presenza esclusiva del marchio su tutta la comunicazione ufficiale di Euroflora.	100.000 €
Quadri	Brandizzazione dell'installazione tramite la segnaletica in sito.	30.000 € cad.
Superfici espositive	Brandizzazione delle strutture perimetrali delle 62 aree espositive previste (solo cordoli / cordoli + totem).	20.000 € / 30.000 €
Sistema di accesso	Brandizzazione con stendardi, segnaletica orizzontale e grafiche a pavimento del viale di accesso all'area dei Parchi; personalizzazione totale dei varchi di accesso.	80.000 €
Sistema di wayfinding	Brandizzazione del sistema di segnaletica verticale all'interno dell'area espositiva (500 posizioni).	30.000 €

CONTATTI

RINO SURACE

surace@fiera.ge.it

335 387 084

ALBERTO CAPPATO

acappato@portoantico.it

348 282 28 72

TIZIANA GINOCCHIO

tginocchio@comune.genova.it

335 569 93 78

