



Programmazione e organizzazione degli eventi

BIMBI D'ARTE

Progetto a cura di:
Giovanni Albanese



BIMBI D'ARTE

Bimbi d'Arte è un evento di beneficenza realizzato da Coordown con la collaborazione di TIM.

Coordown è un coordinamento nazionale delle associazioni incentrate nella tutela e supporto delle persone con sindrome di Down.

La sponsorhip con **TIM** invece è la scelta più adeguata in quanto l'azienda non è nuova a tali iniziative di beneficenza. Essa proporrà una raccolta fondi attraverso SMS con un numero ad-hoc e la sua risonanza mediatica sarà utile per avere un grande afflusso verso l'evento, oltre il supporto economico per la sua realizzazione.

Nell'evento, attraverso il pagamento di un biglietto d'ingresso, i genitori accompagneranno i propri figli nel **parco** predisposto per l'iniziativa nella propria città, trovando ad accoglierli vari **stand artistici** diversi immersi nel verde della natura.

All'interno dell'iniziativa, qualsiasi bambino sarà invogliato ad esprimere la propria **creatività** attraverso la realizzazione di disegni, dipinti, sculture di argilla e costruzioni senza linee guida o indicazioni di sorta, il tutto sotto uno spirito di **cooperazione** e di **inclusione** tra i bambini e le diverse attività, che sarà invogliata dal personale operativo di guida e assistenza dei minori. L'inclusività è la **mission** principale delle associazioni del coordinamento, e anche in questo evento essa sarà la **protagonista**.

I genitori, oltre ad accompagnare i propri bambini, potranno informarsi e **donare ulteriormente** per la causa per cui stanno partecipando, ottenendo di conseguenza anche la possibilità di portare a casa la creazione artistica del proprio figlio quando possibile.

Inoltre all'interno del parco saranno presenti anche stand che venderanno creazioni di bambini con sindrome di Down, dove tutto l'importo sarà devoluto alle associazioni.

Tutto l'evento sarà **documentato da TIM**, attraverso le riprese delle opere e piccole interviste ai bambini. Il materiale servirà successivamente per creare uno spot pubblicitario, distribuendolo nel web e in televisione.

What

Evento artistico destinato ai bambini per promuovere inclusività, cooperazione e supporto

Where

Milano, Roma, Napoli, Torino.

Who

TIM e CoorDown
(Coordinamento nazionale associazioni delle persone con sindrome di Down)

When

L'evento durerà tre giorni (prima dell'inizio delle attività scolastiche)
01/09/2022 – 03/09/2022
10:00 – 18:00

Why

Ottener donazioni per sostenere le iniziative di inclusione e partecipazione alla vita della comunità per bambini con sindrome di Down. Inoltre tutto l'evento documentato servirà a creare successivamente un video promozionale per web e TV.

BIMBI D'ARTE

Target

Genitori con i seguenti requisiti:

- Bambini con età compresa tra i 6 e i 13 anni
- Propensione verso i temi sociali e beneficenza
- Tempo libero nel corso della giornata

Obiettivi

● Raccogliere fondi per le iniziative delle associazioni del coordinamento.

L'obiettivo è raggiungere una soglia di partecipazione di almeno 1000 bambini al giorno per città, quindi con un totale di 16.000 per tutto l'evento.

Il biglietto di ingresso è per il bambino che partecipa all'evento. I genitori accompagnatori potranno entrare gratuitamente.

Il costo di ingresso dovrà coprire le spese per stand, materiali, autorizzazioni, personale e promozione, lasciando ovviamente una parte per la donazione.

Al tal fine si propone un costo di 15€ a bambino, per raggiungere un totale di 240.000€ (calcolando l'obiettivo di 16.000 bambini).

● Creare un'ottima esperienza educazionale e di intrattenimento per i partecipanti, sia genitori che bambini.

I bambini e i genitori che usciranno dall'evento saranno invitati a mettere un gettone in una delle quattro scatole presenti raffiguranti faccine diverse in ordine crescente. Esse indicheranno il grado di soddisfazione riguardo l'esperienza effettuata. I genitori che vorranno anche compilare il questionario qualitativo riceveranno una spilla di partecipazione di Bimbi d'Arte. In questo modo saremo in grado di rilevare efficacemente le sensazioni percepite per l'evento.

Grazie al premio per il questionario prevediamo una risposta dal 70% dei partecipanti.

● Creare materiale promozionale sull'evento attraverso la completa documentazione per spot. promozionali futuri.

Tim avrà l'incarico di fotografare e registrare l'evento, oltre che effettuare piccole interviste ai bambini presenti. L'operazione avverrà il primo giorno nella città di Milano dove si prevede più affluenza. Il materiale dovrà coprire la realizzazione di uno spot pubblicitario di 30 secondi da mandare in onda in TV e nel Web.





BIMBI D'ARTE

Posizionamento

Bimbi d'Arte

Facciamo sbocciare assieme l'arte della **cooperazione**.

Ogni bambino è artista, fantasista, vivo!
E l'**arte della vita** è riuscire ad essere tutti **uniti**.
Anche nella **diversità**.



Budget | Costi

Location e Servizi	Stimati
Allestimento	€ 8.000
Staff volontari	€ 0
Operatori interviste/registrazioni	€ 1.500
Sicurezza e paramedici	€ 8.000
TOTALE	€ 17.500

- Il costo dell'**allestimento** sarà di circa €.2.000 a città, quindi in totale €8.000.
- Lo **staff sarà composto dai volontari** delle varie associazioni del coordinamento Coordon, e quindi non saranno retribuiti. Tuttavia il costo del viaggio e alloggio verrà coperto da una percentuale del ricavo tra biglietti e merchandising.
- Gli unici operatori retribuiti saranno le persone al di fuori del coordinamento, ossia il **team di interviste e registrazioni** per lo spot futuro (il primo giorno a Milano in cui saranno presenti) e ovviamente il personale di **sicurezza e medica** per l'evento nelle 4 città.

Logistica	Stimati
Viaggio e alloggio personale	€ 40.000
Trasporto materiali	€ 3.000
TOTALE	€ 43.000

- Il costo del **viaggio e alloggio del personale** sarà ricoperto da una percentuale del ricavo ottenuto dalla vendita dei biglietti e merchandising.

Calcolando 200 persone per lo staff totali (50 a città), si ipotizzano:
 €80 di viaggio cad. = €16.000
 €40 a notte x3 giorni = €24.000
 Totale = €40.000

Concessione spazio pubblico	Stimati
Parco	€ 40.000
TOTALE	€ 40.000

- Si ipotizza un costo di affitto del **suolo pubblico** di 10.000€ al giorno.
 I parchi in totale sono 4 in città diverse.

Comunicazione	Stimati
Grafiche	€ 500
Stampe	€ 7.000
Spazi pubblicitari offline	€ 5.400
Social Network	€ 3.500
TOTALE	€ 16.400

- Per le **stampe** si includono:
 €2.000 per la stampa dei biglietti
 €5.000 per la stampa della cartellonistica
- Per la licenza degli **spazi pubblicitari offline** si includono:
 “6x3” = €150 cad.
 4 cartelloni per centro città, totale €600
 $600 \times 4 = €2.400$

Poster = €50 cad.
 15 poster nelle metro e fermate bus, tot. €750
 $750 \times 4 = €3.000$
- La **pubblicità online** avverrà su facebook e inizierà 20 giorni prima dell'evento,

Materiali e Gadget	Stimati
Materiali artistici	€ 10.000
Magliette	€ 8.000
Gadget	€ 5.000
TOTALE	€ 23.000

- I **materiali artistici** saranno il cuore dell'evento, e devono coprire abbondantemente tutti i bambini previsti per l'evento.
- Come **merchandising** abbiamo le magliette dell'evento e le spille che verranno regalate al completamento del questionario di valutazione finale.

Costi stimati totali = € 139.900

Budget | Ricavi

Stimati	
Biglietteria	
€15 a biglietto	€ 240.000
Vendita merchandising	Stimati
Magliette e gadget	€ 48.000
Altre entrate	Stimati
Ulteriori donazioni	€ 64.000
Contributi TIM	Stimati
Materiali artistici	€ 10.000
Comunicazione	€ 16.400
Concessione Parco	€ 40.000
TOTALE	€ 66.400

● I **biglietti** per i bambini costeranno **€15**, i genitori entreranno gratuitamente. I partecipanti pronosticati saranno 16.000.

● Ipotizzando che il **30%** dei partecipanti (4.800) acquistino merchandising venduto in media a **€10**.

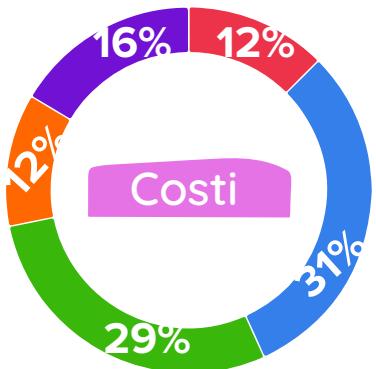
● I genitori che vorranno portare a casa la creazione artistica del bambino potranno farlo attraverso un ulteriore **donazione di €10** presso l'apposito stand. Si è stimata una partecipazione del **40%** (6.400).

● La collaborazione di sponsor con la **TIM** permette la copertura di alcuni costi dell'evento. Il loro guadagno è di **immagine**, con il posizionamento del loro logo in tutto l'evento, oltre che la presenza del marchio nel nome dell'iniziativa.

Ricavi stimati totali = **€ 418.400**

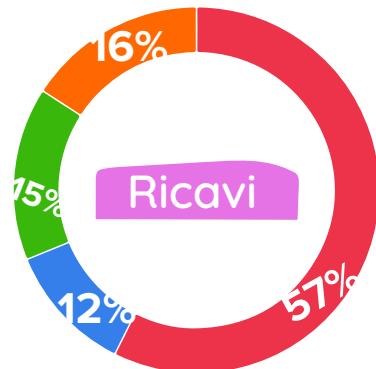


BIMBI D'ARTE



- Logistica
- Concessione spazio pubblico
- Materiali e Gadget
- Location e Servizi
- Comunicazione

TOT
€ 139.900



- Biglietteria
- Contributi TIM
- Donazioni
- Vendita Merch.

TOT
€ 418.400

Qual è il **Break Even Point**?

$$73.900 / (15 - 4,125) =$$

6.795,4

Costi Fissi	= € 73.900
Costi Variabili	= € 66.000
Costo Variabile Unitario	= € 4,125
Costo vendita prodotto	= € 15
Vendite previste	= 16.000

Quanti soldi andranno in **beneficenza**?

$$\begin{aligned} \text{€ 418.400} &- \\ \text{€ 139.900} &= \end{aligned}$$

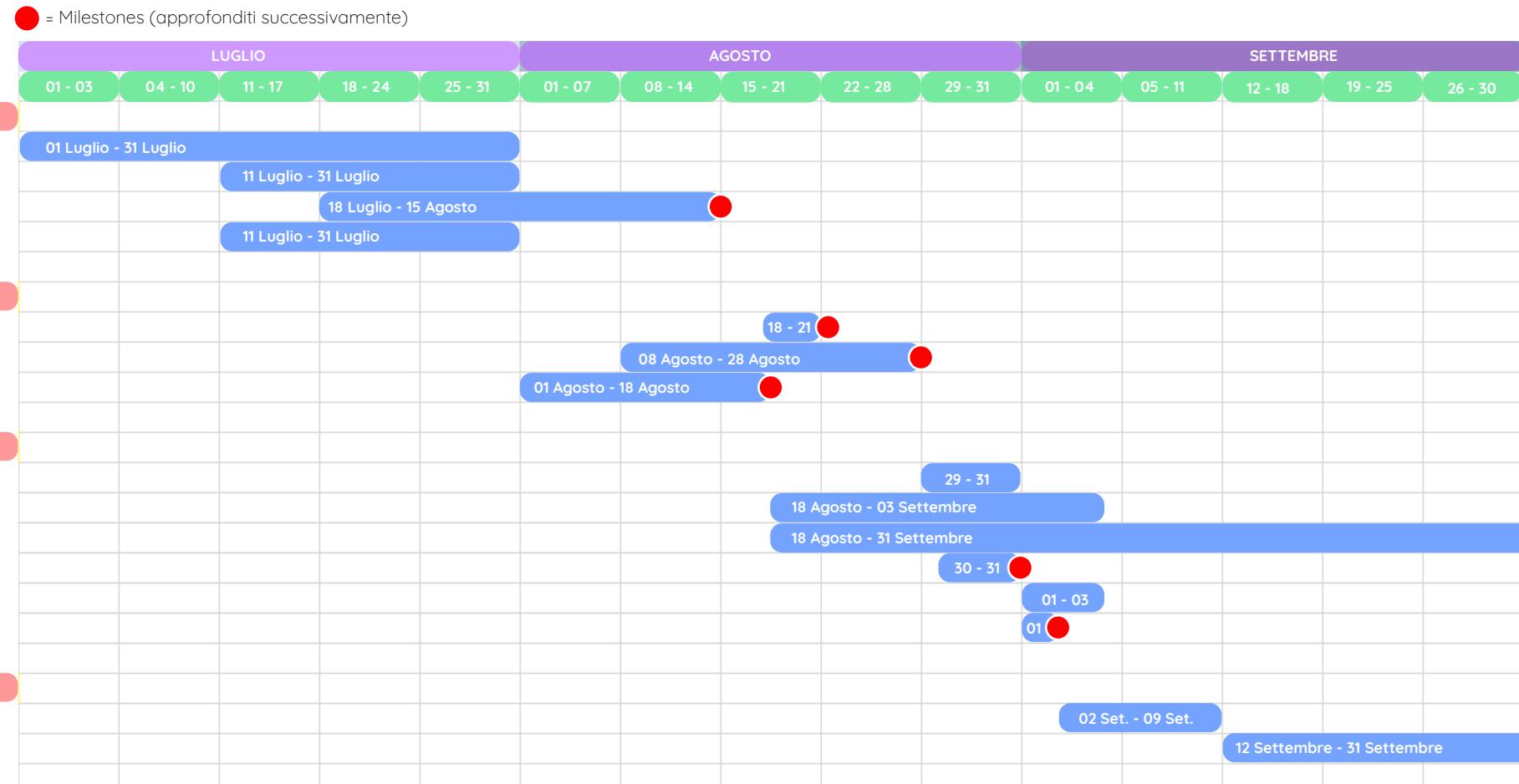
€ 278.500



Project Charter

Descrizione progetto	Scopo del progetto
Bimbi d'Arte è evento artistico che si svolgerà in 4 diversi parchi d'Italia, destinato ai bambini per promuovere inclusività, cooperazione e supporto. L'iniziativa è organizzata da Coordown, le sue associazioni interne e il supporto finanziario dello sponsor TIM.	Ottenere donazioni per sostenere le iniziative di inclusione e partecipazione alla vita della comunità per bambini con sindrome di Down. Inoltre tutto l'evento documentato servirà a creare successivamente un video promozionale per web e TV.
Obiettivi	Requisiti
<ul style="list-style-type: none"> - Raggiungere 16.000 partecipanti - Raggiungere un ricavo totale di €420.000 - Donare €280.000 - Creare un'ottima esperienza per i bambini 	<ul style="list-style-type: none"> - Disponibilità dei comuni per i parchi - Raggiungere 100 volontari dal coordinamento - Attrezzature e materiali artistici - Fondi dallo sponsor TIM - Troupe per la documentazione video e interviste
Milestones	
<ul style="list-style-type: none"> - Raggruppare staff volontari nel coordinamento entro il 15 Agosto - Ottenere tutte le grafiche pubblicitarie entro il 18 Agosto - Ottenere tutti i materiali artistici nei parchi entro il 31 Agosto - Ottenere accordo con i comuni per i parchi entro il 28 Agosto - Allestire gli stand nei 4 parchi entro l'1 Settembre - Ottenere materiale di registrazione per Spot l'1 Settembre 	
Budget	Sponsor
Per la realizzazione del progetto saranno necessari €140.000	<p>Sponsor TIM</p> <p>Autorità:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tempistiche evento - Comunicazione evento
Rischi	Project Team
<ul style="list-style-type: none"> - Poca affluenza verso l'evento - Sovraffollamento verso l'evento - Materiali artistici non sufficienti - Poche donazioni presso gli stand 	<p>Il project manager ha le seguenti responsabilità:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Gestire le tempistiche - Coordinare la comunicazione - Coordinare lo staff volontari

Piano Gantt



Stakeholders

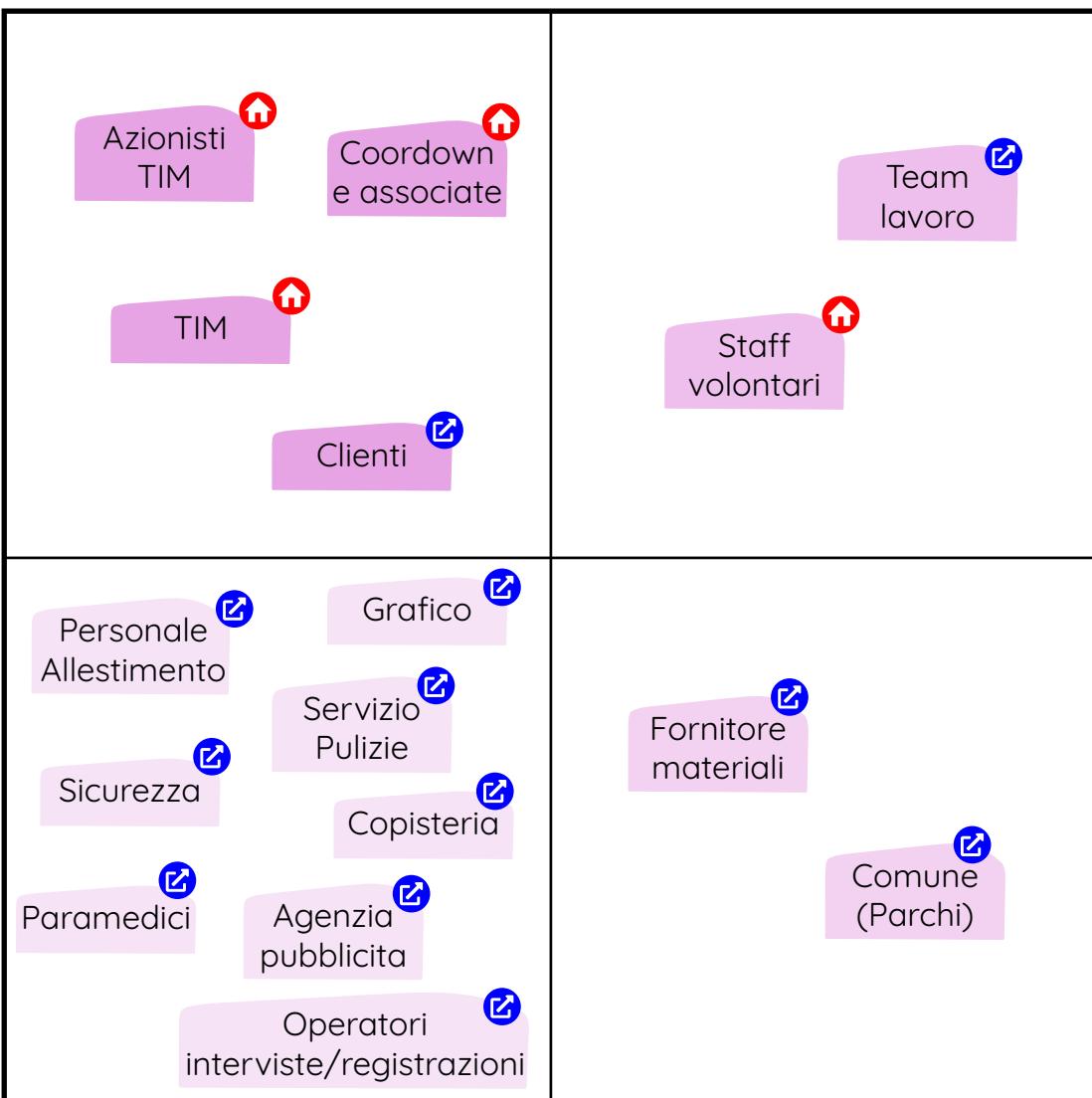
 = Interni

 = Esterni

Alto

Potere

Basso



Basso

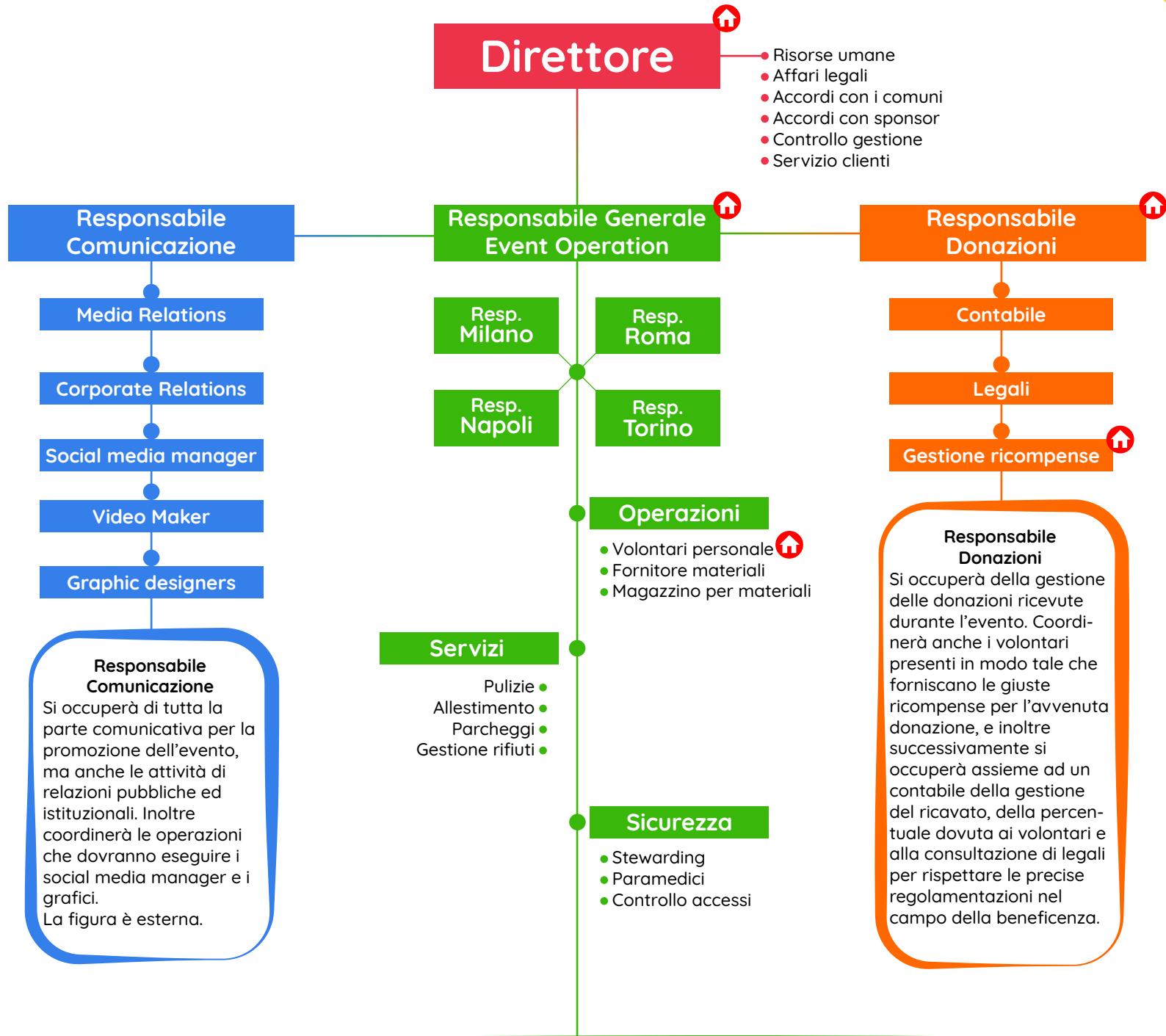
Alto

Interessi



Organigramma

= Figura Interna



Responsabile generale event operation: Questa figura gestirà in prima persona tutte le decisioni e coordinazioni dell'evento. Essendo un evento che si svolgerà in 4 città diverse, esso avrà una figura per città che farà le sue veci, coordinando le operazioni in loco.

Volontari personale: i volontari del coordinamento si occuperanno della biglietteria e dei vari stand presenti, oltre che gestire il reparto donazioni e le relazioni con i bambini nel parco.

Fornitore materiali: diversi fornitori si occuperanno di inviare i materiali artistici per i bambini, ma anche la produzione dei gadget dell'evento, come le spille e le magliette.

Magazzino: l'evento si svolgerà in un parco all'aperto, e l'assenza di un edificio rende necessario un magazzino per raccogliere i materiali che arriveranno prima dell'operazione.

I Servizi che si occuperanno delle pulizie, dei rifiuti, del parcheggio e dell'allestimento, saranno tutte ditte assunte per tali operazioni necessarie alla corretta prosecuzione dell'evento.

La sicurezza include steward, paramedici e del personale incaricato al controllo all'ingresso per i partecipanti, naturalmente assunti esteriormente per l'evento.

Piano di Comunicazione

Al fine di convincere i genitori dei bambini a partecipare all'evento, verranno effettuate alcune attività di comunicazione per far conoscere l'iniziativa.

Il Target analizzato è il genitore, in quanto il fine ultimo dell'evento è quello di raccogliere donazioni per l'associazione Cooldown. Inoltre l'età dei bambini partecipanti è piccola, per questo è necessario prima di tutto convincere il genitore sulla bontà dell'iniziativa.

Chi?

Genitori con i seguenti requisiti:

- Bambini con età compresa tra i 6 e i 13 anni
- Propensione verso i temi sociali e beneficenza
- Tempo libero nel corso della giornata

Dove?

● Comunicazione offline

Cartellonistica, manifesti, volantini.

● Comunicazione online

Facebook, Instagram

Quando?

● Fase 1 - Prima e durante l'evento:

Comunicazione online e offline sull'evento in sé (informazioni, prezzi, orari, luoghi...)

● Fase 2 - Prima, durante e post evento:

Comunicazione online e offline da parte di TIM + spot con materiale registrato e prodotto nell'evento al fine di invitare a donare per la causa di Cooldown

	AGOSTO				SETTEMBRE			
	15 - 21	22 - 28	29 - 31	01 - 04	05 - 11	12 - 18	19 - 25	26 - 30
Campagna comunicazione evento	18 Agosto - 03 Settembre							
Campagna donazioni TIM								
Evento				01 - 03				
Registrazione evento				01				

Come?

- La comunicazione sarà coerente con i valori dell'evento, ossia l'accettazione della **diversità**, ma anche incentrata nel **divertimento** e nella **creatività**.

Piano di Comunicazione

Alcuni esempi di comunicazione
per l'evento:

AD
FB/IG

Volantino/
Manifesto



Cartellone
6x3

Piano d'azione

Il piano d'azione dell'evento in sè è molto linerare, in quanto per tutte e 3 le giornate le attività saranno sempre le stesse.

Saranno i bambini all'interno del parco a decidere che attività fare, come ad esempio pittura, modellismo, mosaici, disegni, costruzioni, etc.

Costo del biglietto = **15€**

Acquistabile in loco o Online

Cosa?

- Nell'evento, i genitori accompagneranno i bambini nel parco predisposto, dove ad attenderli ci saranno dei volontari Cooldown ad assistere i bambini alla cooperazione e divertimento attraverso attività artistiche che stimoleranno la loro fantasia in maniera collettiva.

Dove?

- **Milano** - Parco Nord
- **Roma** - Villa Borghese
- **Napoli** - Parco del Poggio
- **Torino** - Parco del Valentino

Quando?

- Ore **09:00** – Inizio vendita biglietti
- Ore **10:00** – Inizio evento
- Ore **18:00** – Fine evento
- Ore **18:15** – Inizio pulizie

} x3 Giorni

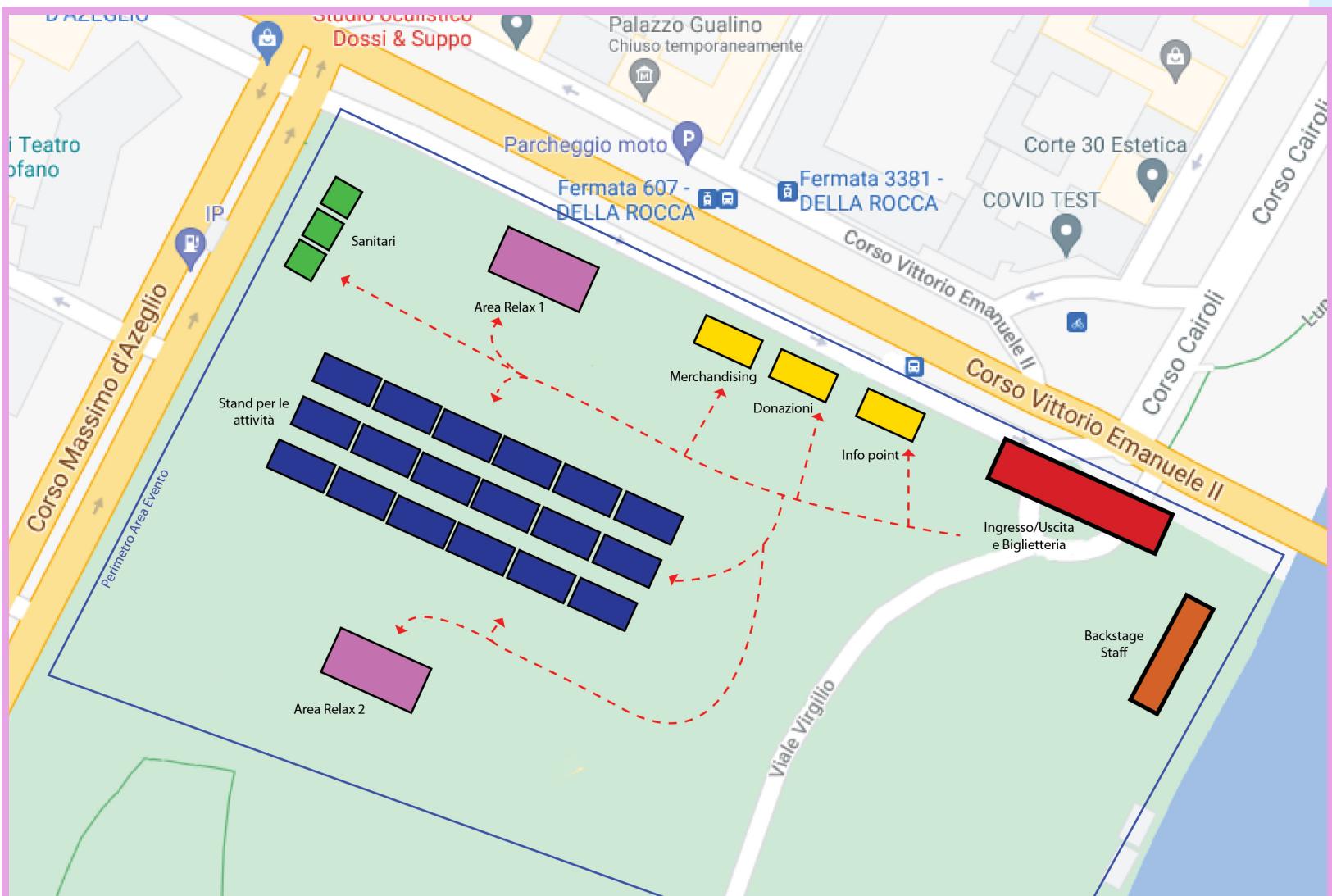
Come?

- Stand personalizzati con sponsor e sponsee
- Dressing personalizzato
- Affissioni ingresso e dentro il parco
- Palloncini
- Volontari per donazioni
- Volontari per distribuzione di volantini promozionali

Piano d'azione

Mappatura

Realizzata utilizzando il Parco del Valentino (Torino) come modello.



Dressing

Il personale avrà un completo personalizzato in tema con le grafiche dell'evento.

Inoltre, è provvista una sezione dove applicare un adesivo con il nome del volontario, in modo tale da offrire ai bambini un modo diretto per chiamarli con facilità.

Piano d'azione

Approfondendo il Dressing.

Tutto l'evento sarà ricoperto dalle grafiche scelte per l'evento, utilizzando quindi colori allegri in tutti gli elementi, dagli stand, alle magliette fino ai banner d'ingresso del parco.

Il logo dello sponsor TIM sarà presente in tutti gli elementi grafici, affiancato al logo di Cooldown, l'ente principale dell'evento.

**Banner
Ingresso**



**Stand
Personalizzati**



Fine

Grazie dell'attenzione

Progetto a cura di:
Giovanni Albanese