



EURO FLORA 2018

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 organizzata da **Genova Floralies** in collaborazione con le Istituzioni e con il pieno coinvolgimento del territorio.



IL PROGETTO



LA FILOSOFIA GENERALE

Nell'ambito dell'anno europeo dedicato alla tutela 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 vari regioni del globo.

- **VOLO DI GABBIANI**
- **LAGO DELLE NINFEE**
- **RED WAVE**
- **ROSETO**
- **GERMINAZIONI**
- **IL GRANDE LABIRINTO**



QUADRO 3
Red Wave

QUADRO 4
Germinazioni

QUADRO 5
Giardino

QUADRO 6
Giardino

QUADRO 1
Welcome

QUADRO 2
Lago delle fontane

PARCO VILLA GROPALLO

PARCO VILLA SERRA

PARCO VILLA GRIMALDI

Passeggiata Anita Garibaldi

Via Capolungo

Via Capolungo

Via Villa Lucara

Villa Gropallo

Villa Serra - GAM

Villa Grimaldi



I CONCORSI

NELL'EDIZIONE 2018 SONO PREVISTI:

Concorsi rivolti ai **florovivaisti**

Concorsi rivolti agli **architetti del paesaggio**



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.

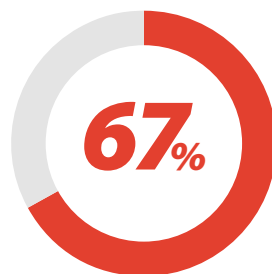


IL GRANDE PUBBLICO

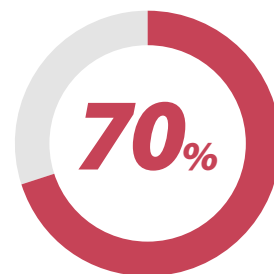
Euroflora è da mezzo secolo la più importante delle floralies europee in termini di pubblico. Punto di riferimento internazionale per gli operatori del comparto florovivaistico e strumento insostituibile di marketing territoriale, la manifestazione intercetta l'interesse di un pubblico ampio, anagraficamente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

400K

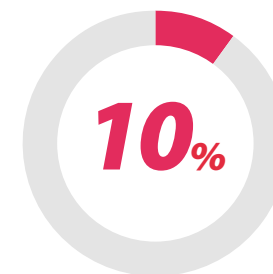
VISITATORI
NEL 2011



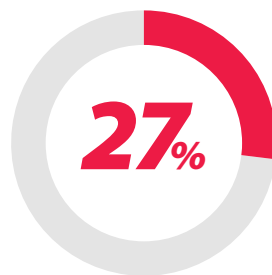
DONNE



IN FASCIA
35-65



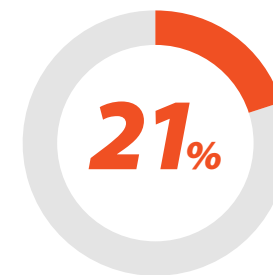
STRANIERI



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



VIVERE EUROFLORA DA PROTAGONISTI

EUROFLORA 2018

UN PALCOSCENICO UNICO, ACCESSIBILE A TUTTI



PRODUTTORI E PAESAGGISTI

Vivaisti, floricoltori, architetti del paesaggio: possono godere dell'attenzione di un bacino di addetti ai lavori e di appassionati unico in Italia.



DESTINAZIONI TURISTICHE

Istituzioni locali, enti di promozione turistica, soggetti pubblici e privati: potranno realizzare promozione diretta verso un pubblico amante della natura e della bellezza



AZIENDE

Eccellenze produttive e del settore della ricerca, "campioni" dei progetti di sostenibilità. Potranno valorizzare il proprio brand attraverso un evento che ha notevole visibilità, oltre che un pubblico vasto.



OPERATORI ECONOMICI LOCALI

Tutta la filiera del turismo e del commercio locale può trarre beneficio dall'evento, grazie all'indotto aggiuntivo creato dalla manifestazione in termini di domanda di prodotti e servizi.



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 targettizzate 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.

Questo richiede il ricorso ad un media mix con un forte orientamento a soluzioni di allocazione flessibili e ben misurabili rispetto agli obiettivi di performance, che diventano prioritari anche rispetto a quelli di awareness.

IL MEDIA MIX

Il media mix vedrà un investimento sul digitale, pari al 25% 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 sulla aree territoriali obiettivo e costo per contatto: TV, stampa quotidiana e di settore, circuiti out of home.

I CANALI PRESIDATI

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

WEB

(Google Adwords e Display)

OUT OF HOME

(affissioni esterne, dinamica e circuiti arredo urbano)

SOCIAL MEDIA

(Facebook, Instagram)

TV

(tematici e generalisti)

STAMPA

(quotidiani e periodici di settore e femminili)

MEDIA PARTNER

(editori locali)



GLI SPONSOR

GLI STRUMENTI DI PARTECIPAZIONE A DISPOSIZIONE DEGLI SPONSOR

- Progetti ad hoc
- La campagna di comunicazione
- Il sistema di accesso
- I quadri e le scenografie
- Il sistema di wayfinding
- La segnaletica allestimenti
- La mobilità sostenibile

EUROFLORA 2018 prevede 6 modalità di partecipazione per gli sponsor.

- *Main Partner | Investimento a partire da 200 mila euro.*
- *Sponsor Ufficiale | Investimento a partire da 100 mila euro.*
- *Sponsor | Investimento a partire da 30 mila euro.*
- *Amici di Euroflora | Investimento a partire da 10 mila euro.*
- *Sponsor tecnico*
- *Media partner*

LA CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE

100.000 EURO





EURO FLORA 2018

Media

CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE

Presenza del marchio dello sponsor nei seguenti strumenti di comunicazione: inserzioni su stampa periodica e quotidiana, affissioni, cataloghi, mappe per visitatori, flyer e promo card, sito internet e dem.

**COME NON
L'AVETE
MAI VISTA**

**LOGO
PARTNER** **LOGO
PARTNER**

**LOGO
PARTNER**



XI ESPOSIZIONE INTERNAZIONALE DEL
FIORE E DELLA PIANTA ORNAMENTALE
**PARCHI DI NERVI
GENOVA**



PIANO MEDIA EUROFLORA

Media partnership locali

Formato	Testate	Marzo	Aprile
Progetti ad hoc	Secolo XIX		✓
Progetti ad hoc	Repubblica		✓
Progetti ad hoc	Radio Babboleo		✓
Progetti ad hoc	Primo Canale		✓
Progetti ad hoc	mentelocale.it		✓
Progetti ad hoc	Genova 24		✓
Progetti ad hoc	Liguria Business Journal		✓
Progetti ad hoc	Tele Nord		✓

Stampa quotidiana

Formato	Testate	Marzo	Aprile
Quarto Piede	King Size Manzoni Nord Ovest		✓
Guida 2 pagine più 1/4 adv	Repubblica		✓
Nobile 1 pagina più 1/4 adv	La Stampa		✓

Stampa di settore

Formato	Testate	Marzo	Aprile
Pagina Intera	Linea Verde	✓	
Pagina doppia Pub.	Topscape	✓	
Quarta di cover	Giardini	✓	
Pagina intera	Case in fiore	✓	
Pagina intera	Gardenia	✓	
Pagina intera	Guida comuni fioriti	✓	
Pagina intera	Acer	✓	
Pagina intera	GreenLine	✓	

PIANO MEDIA EUROFLORA

Out of home

Formato	Testate	Marzo	Aprile
Arredo Urbano	Genova	✓	✓
Dinamica (esterno e interno mezzi)	AMT Genova	✓	✓
Grandi affissioni	Genova	✓	✓
Plance comunali	Genova	✓	✓

Televisione

Formato	Testate	Marzo	Aprile
5"/7"	Rai/mediaset		✓

Digital

Formato	Testate	Marzo	Aprile
Display adv	Cross-Platform	✓	✓
Social ads	Facebook	✓	✓
Adwords	Google	✓	✓
Content Mktg e Native	Cross-Platform	✓	
Dem	B2B/B2C	✓	✓
Digital Pr	Instagram	✓	✓

SISTEMA DI ACCESSO

80.000 EURO





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 stendardi verticali sui lampioni, totem, pavimentazione grafica sull'asfalto, pannelli di schermatura di alcune pareti e il rivestimento del portale di ingresso nel Parco.

LOGO PARTNER





standardo
80cm x 50cm



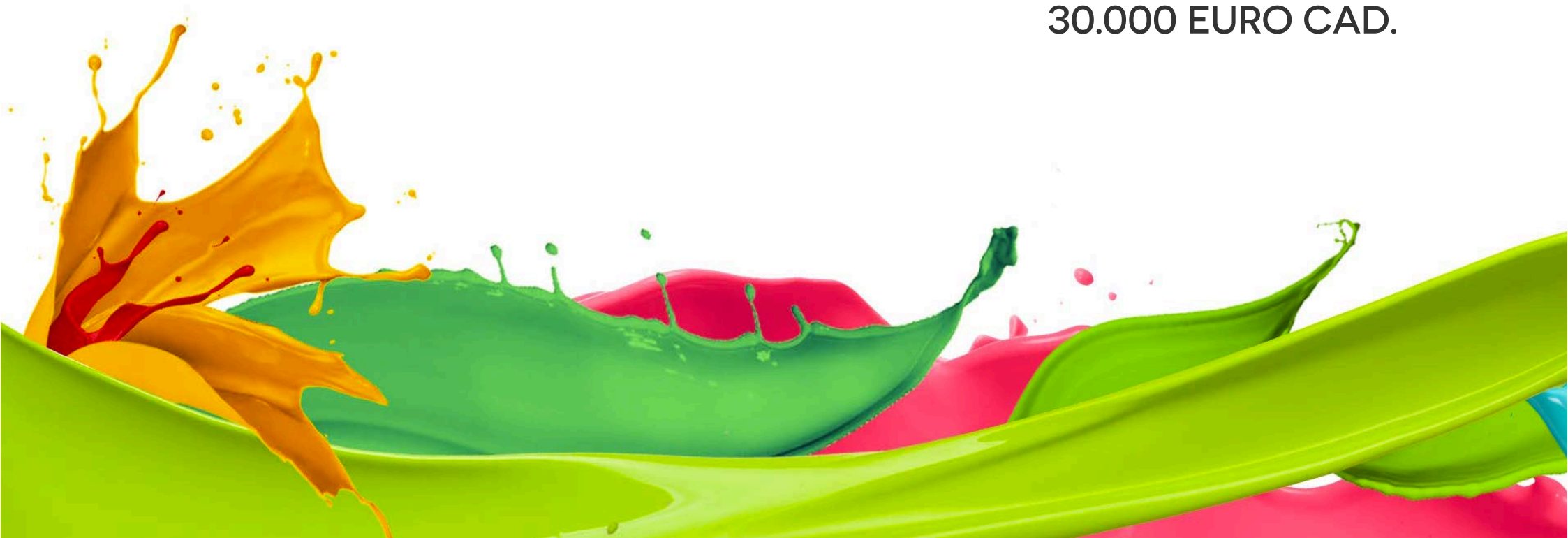
Pannellatura via Eros da Ros

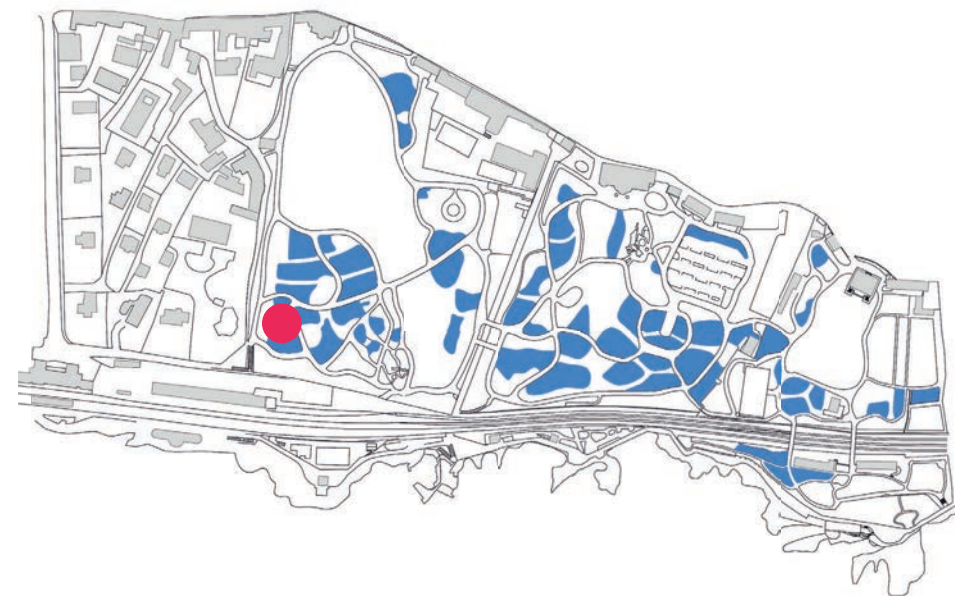


Totem informativi ingressi
70 x 170

I QUADRI E LE SCENOGRAFIE

30.000 EURO CAD.





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.

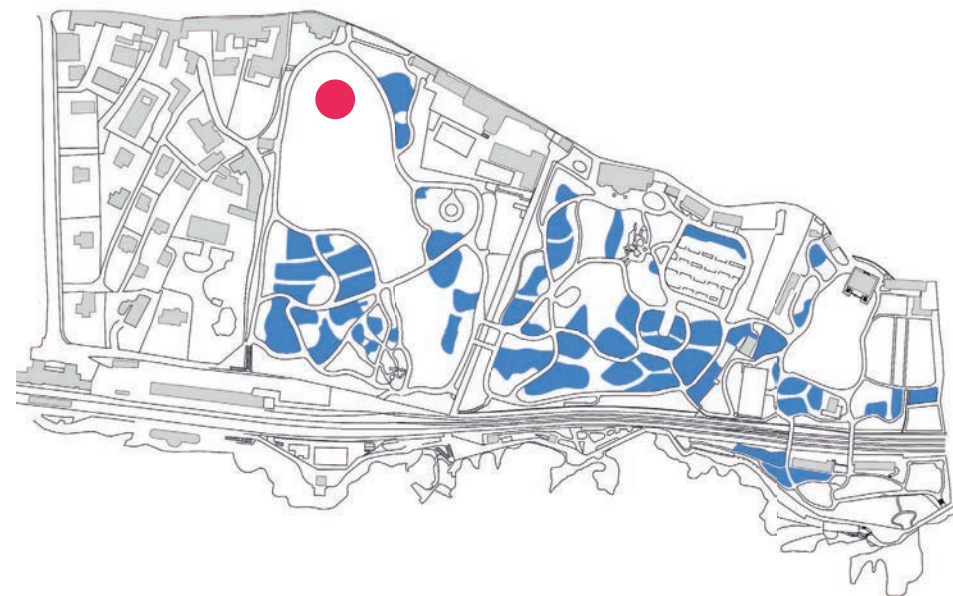


Spazi e quadri - Quadro 2

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 grandissimo 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

GERMINAZIONI

Germinazioni è il quadro dedicato all'elemento naturale della terra. Una esplosione di colore che si svela d'improvviso tra le quinte verdi degli alberi secolari.

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

IL GRANDE LABIRINTO

La terra è l'elemento naturale protagonista di questa installazione. Un grande labirinto di siepi verdi 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.



SPONSOR



SPONSOR

WAYFINDING

30.000 EURO





SPONSOR

IL SISTEMA DI WAYFINDING

Disseminati nei Parchi, sono previsti 60 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.

SEGNALETICA AREE ESPOSITIVE

30.000 EURO





SEGNALETICA ALLESTIMENTI

Lo sponsor può brandizzare con il proprio logo le segnaletiche verticali che identificheranno lungo il percorso di visita le 40 aree espositive previste dal progetto.

MUOVERSI LIBERAMENTE A EUROFLORA

A PARTIRE DA 10.000 EURO





UN'EUROFLORA ACCESSIBILE A TUTTI

Anche nella sede inedita dei Parchi di Nervi, Euroflora vuole essere realmente accessibile a tutti, cioè il più possibile priva di barriere architettoniche.

Ai visitatori con disabilità, agli anziani e in generale a quanti faticano a camminare verrà offerto gratuitamente un ausilio elettrico alla visita, noleggiabile presso un apposito Punto Accoglienza.

Per tutta la durata della manifestazione sono previsti 6 scooter elettrici. Il servizio verrà gestito dalla Cooperativa Sociale La Cruna ONLUS (www.lacruna.com), un'impresa sociale che inserisce al lavoro persone con disabilità, e prevede anche una serie integrata di servizi di comunicazione, accoglienza e supporto alla mobilità.

CONTATTI

RINO SURACE
surace@fiera.ge.it

ALBERTO CAPPATO
acappato@portoantico.it

TIZIANA GINOCCHIO
tginocchio@comune.genova.it

