

### **All.3 al Protocollo di intesa**

## **PIANO DI PROMOZIONE E COMUNICAZIONE**

Linee guida per una strategia comunicativa efficace e mirata.

Interventi della Provincia e degli Enti aderenti

Con le iniziative di promozione e comunicazione integrata la Provincia, in qualità di ente capofila e di coordinamento dei *Circuiti teatrali lombardi*, in accordo con gli enti aderenti, intende uniformare un metodo di lavoro comune per valorizzare il progetto culturale dei "Circuiti" e renderlo percepito come progetto di "rete", migliorandone la tempistica e la percezione presso il pubblico di riferimento.

L'obiettivo è quello di far convivere una valida proposta culturale con la necessità di raggiungere e conquistare un pubblico più numeroso e più vasto, riscontro imprescindibile per assicurare la riuscita e la continuità nel tempo dei *Circuiti teatrali lombardi*.

### **1 Redazione materiali promozionali e grafica coordinata**

La Provincia provvede alla redazione dei materiali promozionali e stampa: **1.000 manifesti** (500 nel 2009 e 500 nel 2010), **10.000 pieghevoli**, **7.000 libretti di sala**, **5.000 locandine personalizzate** per la programmazione territoriale di ogni comune (circa 500 per Comune).

Gli Enti che intendano produrre materiali promozionali propri dovranno utilizzare e posizionare, secondo il format fornito dalla Provincia, il logo della Provincia di Lecco, i loghi dei Comuni aderenti al "circuito", il marchio identitario regionale dei *Circuiti teatrali lombardi*, il marchio identitario del progetto *Mi.Bac Oltre il Palcoscenico*, il marchio identitario del progetto di rete provinciale *C'è aria di spettacolo* nel quale sono inseriti i *Circuiti teatrali* e il logo della Fondazione Cariplo.

Ogni stampato aggiuntivo a quelli generali deve poter comunicare efficacemente l'idea che lo spettacolo programmato nell'area territoriale di ogni comune è parte di un "circuito teatrale" più allargato che coinvolge più soggetti pubblici che insieme concorrono a promuoverlo e diffonderlo nella sua interezza."

### **2. Diffusione dei materiali promozionali**

La Provincia provvede a diffondere i materiali promozionali alla propria struttura e alle Biblioteche del territorio provinciale.

Gli enti aderenti provvedono a diffonderli nelle proprie aree territoriali, avendo cura di prenotare gli spazi - sia nel 2009 sia nel 2010 - per le affissioni dei manifesti, sostenendone la spesa.

### **3. Sito web**

La Provincia si impegna a realizzare un sito specifico dei "Circuiti teatrali lombardi" nell'ambito del progetto di rete provinciale *C'è aria di spettacolo*, importante mezzo informativo e promozionale che spesso rappresenta il primo passo attraverso cui il pubblico si avvicina al festival.

Gli enti aderenti provvedono, laddove è possibile, a segnalare il programma dei "Circuiti" nei rispettivi siti internet.

### **4. Mailing list**

La Provincia provvede a diffondere l'iniziativa ad una mailing list.

## **5. Conferenza stampa ed altre strategie di comunicazione**

La Provincia organizza e coordina la conferenza stampa di presentazione del progetto per stimolare i mass media (stampa ed emittente televisiva) a diffondere l'iniziativa sul territorio. Si impegna altresì ad individuare altri canali di promozione e comunicazione (spot radiofonici e promozione su stampa locale e nazionale).

## **6. Monitoraggio del pubblico**

La Provincia continua il lavoro di monitoraggio del pubblico, utile per orientare le strategie a comprenderne tipologia, provenienza e gradimento degli spettacoli.

Gli enti aderenti si impegnano, in ottemperanza al Protocollo di intesa, affinché nel corso di ogni rappresentazione teatrale le schede di rilevazione vengano distribuite agli spettatori e consegnate in biglietteria a conclusione di ogni spettacolo.

Lecco,        novembre 2009