

**Comune di Firenze****Florence Art Week 2023****Firenze, sedi varie  
settembre 2023****Comunicazione, Ufficio Stampa  
Proposta economica**

TIWI S.r.l.  
Viale Piave 4H – 42120 Reggio Emilia  
M. +39 0522 594443 | info@tiwi.it  
www.tiwi.it

**TIWI & LARA FACCO**

*Questa presentazione è stata creata per la Florence Art Week. Chiediamo che venga rispettata la proprietà intellettuale e il copyright dei materiali e delle proposte incluse, di esclusiva proprietà di TIWI S.r.l. con il contributo di Lara Facco – Pubbliche Relazioni e Comunicazione. Non sono possibili copie o riproduzioni, totali o parziali, senza uno specifico consenso scritto.*

Documento riservato — Pagina 1 di 9

## PREMESSA

Gentilissimi,

vi ringraziamo ancora per averci contattato per presentare una proposta per la **gestione delle relazioni con la stampa nazionale e internazionale** per la prossima edizione della **Florence Art Week**, che si svolgerà a **Firenze a settembre 2023**.

Questo documento è un **ulteriore approfondimento e completamento** rispetto alle informazioni contenute nei documenti che presentano una panoramica delle nostre attività e dei clienti attualmente nel nostro portfolio, insieme a una prima *media list* nazionale e internazionale cui rivolgere la comunicazione del progetto.

Al termine troverete la nostra **proposta economica declinata in un arco temporale di 3-4 mesi** (agosto – ottobre 2023), periodo necessario per **sviluppare la comunicazione dell'Art Week** nel contesto culturale italiano e internazionale, dalla prima fase di lancio fino a seguirne e gestirne il *follow up*, unitamente al lavoro di **comunicazione mirata, media partnership e posizionamento**. Il lavoro partirà dal mese di agosto.

La Florence Art Week coinvolge circa 30 istituzioni nella città di Firenze, include più di 40 eventi in altrettanti luoghi, distribuiti in 10 giorni di programmazione: Firenze diventa fucina e vetrina del meglio della produzione artistica contemporanea con un palinsesto di appuntamenti risultato di un lavoro di squadra tra diverse e importanti realtà fiorentine fortemente voluto dal Comune di Firenze. Il calendario di appuntamenti vede protagonisti gli spazi espositivi e culturali fiorentini votati al contemporaneo. Il coordinamento della Florence Art Week è stato realizzato da MUS.E.

## STRATEGIA DI COMUNICAZIONE

Alla **comunicazione stampa** classica dedicata all'Art Week verrà affiancata una **comunicazione sartoriale e dinamica, che fin dal suo lancio ne rispecchi gli obiettivi, il senso, la visione e, in parallelo, la vivacità del panorama fiorentino dedicato all'arte contemporanea**. La comunicazione sarà attenta tanto ai contenuti dell'Art Week quanto alle necessità e indicazioni dei promotori, con l'obiettivo di **posizionare a livello nazionale e internazionale la settimana dell'arte**, manifestazione **capace**, da una parte, **di sviscerare temi di forte attualità** generando un impatto e ricadute positive sul territorio in termini di visibilità e riconoscibilità, e, dall'altra, di **posizionare parallelamente Firenze come fulcro di mostre ed eventi fortemente orientati verso la contemporaneità, attore educativo-culturale e catalizzatore di innovazione e trasformazione**, con un'offerta culturale integrativa rispetto a quella prettamente turistica che caratterizza la città.

In questo senso si strutturerà una **strategia di comunicazione** per l'Art Week – intesa sia quale rassegna internazionale ma anche come evento culturale a tutto tondo, attivatore di relazioni – che ne accompagni l'attività, lavorando sulla sua **percezione** come hub di pensiero, aperto e in dialogo con diverse tipologie di *stakeholder*, dai molteplici interessi.

Tutte queste attività devono essere tese a una **crescente visibilità dell'Art Week**, degli **organizzatori** e della **città**, e alla costruzione della sua **reputation**, finalizzate al **raggiungimento del posizionamento desiderato**, in coerenza con i seguenti obiettivi generali:

- Promuovere le attività espositive e culturali in generale, a livello nazionale e internazionale;
- Diffondere il nome della Florence Art Week verso il grande pubblico;
- Favorire la partecipazione e (a tendere) l'aumento dei visitatori dell'Art Week e del contemporaneo;
- Accrescere la conoscenza della città di Firenze come meta dal punto di vista dell'offerta culturale contemporanea oltre che turistica.

**Come già sottolineato nel documento di presentazione**, l'attività di comunicazione strategica e ufficio stampa messa in campo da **TIWI S.r.l. in collaborazione con Lara Facco**, pensata per **l'intero periodo di attività**, si svilupperà non soltanto nella direzione della mera **comunicazione dell'Art Week** ma anche e soprattutto nella **costruzione di un giusto racconto dell'identità della manifestazione stessa e del suo territorio**, del suo **ruolo di catalizzatore di pensiero**, del suo **posizionamento** negli ambiti nazionale e internazionale.

In questo senso sarà necessario definire insieme al committente un quadro il più chiaro possibile su:

### **1. STRUTTURA E PIANIFICAZIONE DELLA COMUNICAZIONE A 360° GRADI**

### **2. PARTNERSHIP E MEDIA PARTNERSHIP ATTIVE E DA ATTIVARE**

- Interesse a sviluppare Media Partnership su scala nazionale e internazionale (es: Sky Arte, La7, Radio Rai, Radio Montecarlo, Il Giornale dell'Arte, My Art Guide...)
- Interesse a sviluppare Partnership Istituzionali (es: Trenitalia/La Freccia, Wetransfer, Moleskine, Xiaomi...)

### **3. OBIETTIVI GENERALI DI COMUNICAZIONE**

1. Target di riferimento (media e pubblico)
2. Interesse all'organizzazione di viaggi stampa per giornalisti nazionali e internazionali e relativo budget

Forti della **condivisione degli obiettivi** e delle **informazioni** e **materiali** messi a disposizione dagli organizzatori, il **piano di comunicazione** sarà basato anche su un'**analisi** attenta delle strategie e

delle diverse modalità messe in campo da **manifestazioni simili** a livello nazionale e internazionale, declinandolo nelle **due macroaree: UFFICIO STAMPA e COMUNICAZIONE INTEGRATA.**

L'attività di ufficio stampa dovrà mirare alla creazione di un flusso di comunicazione continuativo con i media presenti in Italia (stampa, radio, TV, web) e anche esteri, sia generalisti che specializzati dei settori dell'arte, cultura e turismo. Inoltre, l'ufficio stampa individuerà e segnalerà opportunità di comunicazione utili a sviluppare tale flusso di comunicazione attraverso attività redazionali o partnership.

Per questo, **TIWI & Lara Facco** con il loro team lavoreranno sia alla **creazione ex novo di rapporti** con tutte le testate per conto dell'Art Week, per garantire adeguata **copertura** con approfondimenti e servizi, a livello **nazionale** e, parallelamente, **internazionale.**

Se con la **stampa nazionale di settore** si lavorerà per raccontare l'importanza del progetto culturale e dell'offerta dell'Art Week, con la **stampa extra settore** si costruirà una **comunicazione trasversale** tra **cultura, arte, società, turismo**, sulla scia di quanto avviene ormai per molte manifestazioni. In particolare, si intende formulare una **narrazione dinamica e aggiornata**, che metta l'Art Week al centro del suo territorio, capofila del tessuto culturale della città, per raccontare una città che riflette sui linguaggi dell'arte per comprendere le criticità del presente e definire una identità forte e caratterizzata.

In questo senso **TIWI & Lara Facco** grazie alla loro esperienza e alle collaborazioni consolidate, può garantire **contatti e relazioni forti** nell'ambito dell'arte, della moda, del design e della cultura, **rapporti personali e di fiducia** con i più importanti giornalisti, professionisti e opinion leader nazionali e internazionali.

Per la **stampa internazionale, di settore ed extra settore**, il *team* lavorerà seguendo le stesse direttrici, per allargare il più possibile la **risonanza** dell'Art Week.

Lo staff dell'Art Week verrà affiancato per coordinare al meglio i tempi e i modi della **comunicazione** e per definire azioni come **media partnership** nazionali e internazionali ed **eventuali progetti speciali di comunicazione e/o legati alla stampa.**

Ogni **attività di contatto e relazione** è da intendersi come il risultato di un lavoro di squadra che segue le modalità più utili e corrette al raggiungimento degli obiettivi definiti. **TIWI & Lara Facco** si relazioneranno in modo **specifico e differente** con i singoli contatti delle diverse tipologie di testata, **lavorando in modo creativo** per identificare storie e sviluppare idee sulla base dei materiali ricevuti e degli interessi delle redazioni.

**Annunci, commenti, opinioni e interviste, ritratti dei protagonisti, tagli turistici, citazioni dei principali protagonisti, preview, recensioni,** più materiale verrà messo a disposizione, più il lavoro di ufficio stampa potrà essere differenziato e capillare.

Per informare al meglio tutti i media, **TIWI & Lara Facco** provvederanno alla diffusione di **cartelle stampa**, realizzate sulla base del materiale fornito dal *team* dell'Art Week: **comunicato stampa, testi istituzionali, testi critici e immagini** per fornire ai giornalisti tutto il necessario alla redazione di articoli e approfondimenti.

Provvederà inoltre, all'organizzazione, secondo tempi e modi concordati con i soggetti coinvolti nella preparazione dell'Art Week, delle **conferenze stampa e degli eventi** di presentazione e teaser.

#### **ATTIVITÀ:**

- Creazione di un flusso di comunicazione continuativo con i media presenti in Italia (stampa, radio, TV, web) e anche esteri, sia generalisti che specializzati nei settori dell'arte, della cultura e del turismo;
- Segnalazione di eventuali opportunità di collaborazione utili a sviluppare il flusso di comunicazione attraverso attività redazionali e partnership.

Sono escluse la gestione dei social network, anche se si agirà comunque in pieno coordinamento con chi gestirà i profili.

#### **APPROCCIO OPERATIVO:**

TIWI & Lara Facco forniranno, come da richiesta, tutte le attività normalmente fornite dagli uffici stampa secondo la prassi consolidata del settore, ed in particolare le seguenti attività:

- Supporto strategico (a medio termine) e operativo (nelle singole attività), al fine di definire le modalità, la tempistica e costruire un flusso di comunicazione continuativo;
- Redazione, realizzazione e predisposizione del materiale informativo necessario al lavoro di ufficio stampa, alla realizzazione di articoli/servizi (redazione dei comunicati, costruzione delle cartelle stampa, selezione dei contenuti...) in collaborazione con gli organizzatori, i curatori e l'editore del catalogo (se previsto);
- Media relation per individuare le opportunità di richiesta dei contenuti e per consolidare canali di comunicazione con le redazioni;
- Ufficio stampa operativo con cura dei rapporti con i giornalisti nazionali, gestione delle conferenze stampa e/o preview per tutto il periodo (pre o durante), organizzazione e gestione delle interviste, diffusioni di informazioni istituzionali e immagini libere da diritti per i media;
- Raccolta rassegna stampa finale.

#### **AZIONI:**

- Redazione e stesura di comunicati e cartelle stampa di presentazione differenziati per tipologie di media sulla base di contenuti e programmi forniti dai curatori e dall'organizzazione, subordinati ai tempi di chiusura dei media;

- Elaborazione di un target prioritario di testate per la comunicazione e costituzione di un ampio archivio stampa comprendente: stampa generalista, specializzata e di settore, periodici, quotidiani, radio, televisioni, agenzie, testate online;
- Costituzione di un archivio di materiali di approfondimento, selezione e costituzione di un archivio di immagini (libere da diritti) fornite dall'organizzazione;
- Relazioni con i media, lanci stampa e recall, interviste a organizzatori e curatori;
- Organizzazione e gestione delle conferenze stampa, con predisposizione e invio dell'invito e Save The Date, recall e gestione presenze;
- Segnalazione degli articoli e servizi e dei lanci di agenzia ottenuti e consegna della rassegna stampa online al termine del progetto.

Si precisa che:

- La realizzazione e la stampa dei materiali cartacei e/o digitali (inviti, flyer, cartelle stampa) sono a carico del committente;
- I servizi fotografici sono a carico del committente;
- Eventuali ospitalità di giornalisti, da concordare preventivamente, sono a carico del committente;
- Le traduzioni sono a carico del committente;
- L'aggiornamento del sito web è a carico del committente.

#### PROPOSTA ECONOMICA:

La proposta, come da richiesta, comprende (a contestualizzazione e integrazione di quanto da capitolato) i seguenti servizi:

- **sviluppo strategia media nazionali e internazionali** centrata sui target di pubblico dell'Art Week e obiettivi di posizionamento;
- **cura della nascita, sviluppo e gestione delle relazioni con le redazioni** nazionali e internazionali di agenzie di stampa, quotidiani, magazine e TV;
- **impostazione della campagna stampa;**
- **realizzazione di un repertorio testi;**
- **redazione e diffusione di comunicati stampa;**
- **organizzazione di conferenze stampa o momenti dedicati alla stampa;**
- **interviste** online e offline.

In dettaglio:

- **pianificazione e programmazione di azioni di promozione e ufficio stampa** dell'intero programma dell'Art Week;
- **promozione in dettaglio delle specifiche attività di residenze e ricerca connesse all'Art Week;**
- **creazione e promozione dell'identità comunicativa dell'Art Week nel suo complesso;**
- **proposta di soluzioni, strumenti e modalità di comunicazione convenzionale e digitale** finalizzati a promuovere le attività e le sedi dell'Art Week con gli interlocutori della stampa specializzata e non specializzata per generare crescita di visibilità e reputazione;

- **attività di comunicazione strategica**, su progetti mirati individuati con la committenza e con attività specifiche *taylor made*, **finalizzata al posizionamento dell'Art Week**;
- **attività di media partnership strategiche**, su progetti mirati individuati con la committenza, con creazione di contenuti e servizi **finalizzati al posizionamento dell'Art Week**;
- **attività di influencer marketing e influencer engagement**, su progetti mirati individuati con la committenza, con creazione di contenuti e servizi **finalizzati al posizionamento dell'Art Week**, in coordinamento con il team dell'Art Week e chi gestisce i canali social e digitali;
- **contributo nell'ottimizzare**, in rapporto diretto con il *team* di lavoro dell'Art Week, **la produzione di comunicati stampa, foto, video e altri strumenti** di presentazione e comunicazione convenzionale e digitale;
- **esercizio della funzione coordinata e integrata di press & pr officer** di tutta l'attività dell'Art Week nell'arco del periodo per il quale viene affidato l'incarico.

## PROPOSTA

### Ufficio Stampa, Pubbliche Relazioni e Comunicazione Integrata

Per le attività di ufficio stampa è previsto l'impiego del lavoro di **3 persone**:

- **Lara Facco**, libera professionista operante con Partita IVA, per la definizione delle linee strategiche, dell'impianto di comunicazione complessivo, e per la realizzazione degli articoli e dei servizi principali e più importanti, attorno ai quali ruota l'intera attività di comunicazione e ufficio stampa;

con il **supporto di altre due figure dedicate** (sempre libere professioniste operanti con Partita IVA):

- **1 figura senior**, con formazione in storia dell'arte/art management, più di 5 anni di esperienza e già referente operativa e **addetta stampa** per altri musei/istituzioni dedicate;
- **1 figura junior**, con formazione in storia dell'arte/art management, più di 1 anno di esperienza.

Le attività verranno svolte in pieno coordinamento con lo *staff* e comprendono:

- **ideazione e redazione di comunicati stampa**, testi di presentazione e press kit;
- **raccolta e selezione immagini** e materiali stampa a supporto della comunicazione;
- **supervisione alla preparazione dei materiali stampa e informativi** (cartelle stampa, cd, pieghevoli ecc.) nelle varie fasi del lavoro;
- **invio comunicati** al proprio database contatti, internazionale (circa 25.000 giornalisti) e nazionale (circa 20.000 giornalisti e *freelancer*);
- **adeguato lavoro preparatorio "1 to 1"** con i giornalisti e collaboratori delle principali testate, nazionali e internazionali, di settore ed extra settore;
- **lanci stampa periodici, recall e follow up**;
- **invio newsletter periodica** (circa 70.000 contatti tra professionisti, addetti ai lavori e istituzioni del mondo dell'arte moderna e contemporanea, del design e dell'architettura e pubblico generico, nazionali e internazionali);
- **inserimento dell'Art Week nella newsletter editoriale TELESCOPE** e all'interno di altri progetti speciali ideati dall'agenzia;

- **organizzazione conferenze stampa** ed eventi di presentazione;
- **supervisione delle azioni post conferenza stampa**, qualora previste (invio cartelle stampa, invio pubblicazioni e cataloghi ecc. in formato digitale, in formato cartaceo a carico del committente);
- **organizzazione in house di eventuali viaggi stampa** per un numero selezionato di giornalisti e influencer italiani e stranieri in occasione dell'opening dell'Art Week o di altre attività e momenti ritenuti rilevanti;
- **coordinamento per la realizzazione di articoli di approfondimento e servizi fotografici/ tv/ radio** e interviste sui principali media e network locali, nazionali e internazionali;
- **creazione di un piano di comunicazione a 360°**;
- individuazione di canali e soggetti per possibili **partnership o media partnership**;
- collaborazione alla gestione e organizzazione – per tutti gli aspetti legati alle pubbliche relazioni, alla promozione e comunicazione – di eventuali **eventi collaterali**;
- **studio e progettazione di un'identità comunicativa condivisa e coordinata** in collaborazione con lo *staff*;
- **pianificazione e coordinamento di campagne acquisto advertising** (il budget dedicato alle campagne deve essere conteggiato separatamente);
- **monitoraggio della rassegna stampa sia su stampa che on-line** (in aggiunta e integrazione del già esistente abbonamento all'Eco della Stampa, a carico del committente).

Per il corretto svolgimento delle attività di ufficio stampa si garantisce:

- Contatto costante con lo *staff*;
- Riunioni periodiche/call eventualmente anche con altri soggetti istituzionali o privati coinvolti;
- Lavoro preparatorio redazionale;
- Lavoro di ricerca testate nazionali (a implementazione del *database* contatti già esistente);
- Contatti costanti con la stampa nazionale (specializzata e non);
- Presenza nei momenti salienti (conferenze stampa, inaugurazioni, riunioni).

#### Sono da considerarsi incluse

- spese di trasferimento per le trasferte nazionali;
- spese di telefono, fax, e-mail.

#### Il compenso non comprende

- trasferte nazionali (pernottamento a Firenze o altrove) per lo *staff* (preventivamente concordate e approvate);
- trasferte internazionali (viaggi e pernottamento) per lo *staff* (preventivamente concordate e approvate);
- spese per viaggi stampa, trasferimento e soggiorno di giornalisti e influencer italiani o stranieri preventivamente concordate e approvate;
- straordinari notturni (da definire in base alle esigenze);

- produzione e stampa materiali (fotocopie, *folder*, materiale cartaceo di comunicazione);
  - spese di spedizione materiali (cartelle stampa, cataloghi ecc.);
  - servizi Extra (traduzioni, campagne foto video, calcolo valore rassegna, rassegna stampa);
  - spese per servizi di monitoraggio e produzione della rassegna stampa (per es. Eco della Stampa).
- Tutte queste attività possono essere gestite e coordinate da TIWI & Lara Facco, ma verranno calcolate a parte.

➤ **PROPOSTA: 4.900 euro + IVA**

Il preventivo formulato consente di remunerare a norma di legge i collaboratori che verranno impiegati per garantire l'efficacia della prestazione.

La cifra verrà corrisposta in tranche da definire alla firma del contratto.

In fede,  
TIWI & Lara Facco

TIWI S.r.l.  
Viale Piave 4H – 42121 Reggio Emilia  
tel. 0522 594443 (ref. Federico Riboldazzi)  
P.IVA 02367390354  
SDI: USAL8PV  
[tiwi@pec.it](mailto:tiwi@pec.it) - [info@tiwi.it](mailto:info@tiwi.it)

*Referente diretto:*  
Federico Riboldazzi +39 349 2218873  
[federico.riboldazzi@tiwi.it](mailto:federico.riboldazzi@tiwi.it)

Lara Facco - Pubbliche relazioni e comunicazione  
Via G. Aurispa, 7 – 20122 Milano  
tel. +39 02 36565133 / cell. +39 349 2529989  
[lara@larafacco.com](mailto:lara@larafacco.com)  
[postmaster@pec.larafacco.com](mailto:postmaster@pec.larafacco.com)  
C.F: FCCLRA74P47B564J - P.I: 04474810282  
P.I: 04474810282