

La “Cracking Art” nei Centri GCS



CENTRO COMMERCIALE
OLBIA MARE



CENTRO COMMERCIALE
PORTE DI SASSARI



CENTRO COMMERCIALE
I FENICOTTERI



CENTRO COMMERCIALE
CAGLIARI MARCONI



Indice

- I Centri Commerciali: perchè, ruolo sociale e valore relazionale
- Gli obiettivi
- L'idea
- La Cracking Art
- Il progetto
- Scuole e Charity
- Partnership e Patrocini
- La Sponsorizzazione



I CENTRI COMMERCIALI PERCHÈ



Valori

#Proximity

Pensiamo localmente e agiamo per il vicinato. Viviamo da cittadini i territori in cui prendono vita i nostri progetti, ne conosciamo la storia e le vie, le complessità e gli attori in gioco. Collaboriamo “come un vicino” creando connessioni umane e sincere con tutti. Sì, crediamo nella forza dell’intelligenza collettiva.

#Empowerment

Ognuno di noi ha il potere di agire e da questo potere nasce il nostro più grande impegno: soddisfare i nostri clienti nel miglior modo possibile; andare al di là delle loro aspettative, anticipare bisogni e trend ed essere costantemente innovativi. Per farlo ci facciamo guidare dal nostro spirito imprenditoriale, dall’intraprendenza, dalla voglia di riuscire e dalla creatività!

#PositiveImpact

Vogliamo che il nostro progetto abbia un triplo impatto positivo: misuriamo il contributo delle nostre azioni sull’ambiente, la società e l’economia per generare performance a lungo e medio termine. Quindi allineiamo parole e azioni, facendo in modo che sia possibile misurare e tenere traccia dei nostri progressi dal punto di vista ambientale, economico e sociale.



- Il Centro Commerciale è a tutti gli effetti un **mezzo di comunicazione**: uno spazio ad alta frequentazione di pubblico
- È un luogo nel quale è possibile **organizzare eventi ed attività promozionali che coinvolgono i visitatori**.
- Le attività possono essere strutturate per **creare spettacolo, informare, intrattenere** ma anche per **raccogliere database e informazioni**
- I Centri Commerciali posseggono **canali di comunicazione (sito, pagine social, comunicazione instore)** con altissime performances



Footfall



CENTRO COMMERCIALE
PORTE DI SASSARI

PORTE DI SASSARI
Visitatori medi annui
5.836.00

Visitatori medi mensili
486.334



CENTRO COMMERCIALE
I FENICOTTERI

I FENICOTTERI
Visitatori medi annui
3.538.00

Visitatori medi mensili
294.834



CENTRO COMMERCIALE
OLBIA MARE

OLBIA MARE
Visitatori medi annui
4.221.000

Visitatori medi mensili
351.750



CENTRO COMMERCIALE
CAGLIARI MARCONI

CAGLIARI MARCONI
Visitatori medi annui
3.753.000

Visitatori medi mensili
312.750

**I CENTRI
COMMERCIALI
GCS**



Il Centro Commerciale è **l'opportunità ideale** per creare **contatto diretto** con un **elevato numero di persone** in un momento di svago e relax in cui sono particolarmente predisposte a **recepire messaggi**

- il 95% del target popolazione 18-64 anni frequenta i Centri Commerciali*
- il 47% li frequenta almeno 3 volte al mese
- il tempo di permanenza medio è di un'ora e mezza

* Fonte: "Dove va lo shopping", Tradelab



I CENTRI COMMERCIALI PERCHÈ

ATTIVITÀ SVOLTE CON MAGGIOR FREQUENZA


Nell'ultimo anno, quali attività ha svolto quando è andato al Centro Commerciale?

Risposte SEMPRE+SPESSE+OGNI TANTO

FATTO ACQUISTI in

- 88% Iper/Supermercati 
- 86% Galleria commerciale 
- 72% Aree ristoro 
- 23% Dentista, estetista, cinema, ... 

TRASCORSO IL TEMPO

- 89% Confrontare prodotti e offerte 
- 89% Guardare vetrine 
- 41% Incontrare amici 
- 24% Partecipare ad eventi 

51%

NELL'ULTIMO ANNO

ha partecipato ad almeno 1 EVENTO organizzato nei Centri Commerciali

EVENTI & ENTERTAINMENT
TOP 5 MOTIVI DI PARTECIPAZIONE

- Interesse personale **32%**
- Accompagnare un'altra persona
(figlio, nipote, amico, ...) **28%**
- Clima piacevole che si crea **17%**
- Mancanza di un'offerta di eventi
alternativa sul territorio
(unico luogo in città in cui si organizzano eventi) **8%**
- Fare nuove conoscenze **7%**

Fonte: Nomisma | Industry dei Centri Commerciali in Italia, 2019



Ogni Centro Commerciale possiede dei media di contatto diretto con i visitatori, che è possibile utilizzare per dare visibilità alle attività organizzate nel Centro





ATTIVITÀ & MOTIVI DI FREQUENTAZIONE

REGULAR USER TOP 4 MOTIVI PER CUI SI FREQUENTA IL CC

Chi frequenta il Centro Commerciale almeno 2 volte al mese, va soprattutto per

Risposte SEMPRE+SPESSE

...





USER EXPERIENCE

IN QUALI GIORNI DELLA SETTIMANA Quando frequenta il Centro Commerciale ?

Non c'è un giorno preciso **32%**

POSSIBILITÀ DI RISPOSTA MULTIP

LUNEDÌ	MARTEDÌ	MERCOLEDÌ	GIOVEDÌ	VENERDÌ	SABATO	DOMENICA
--------	---------	-----------	---------	---------	--------	----------

GIORNI FERIALI (dal lunedì al venerdì)

40%

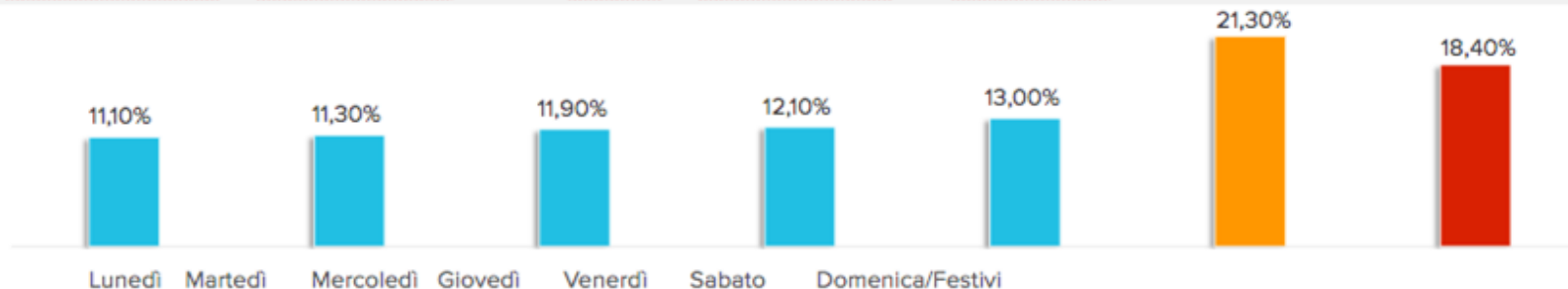
37%

32%

Percentuali calcolate su chi ha frequentato il Centro Commerciale nell'ultimo anno (89%)

Fonte: Survey Nomisma 2019 | User Experience Centri Commerciali

Distribuzione del fatturato dei Centri Commerciali per giorno della settimana



I Centri Commerciali registrano il 40% del loro fatturato nei weekend e nei giorni festivi.

In particolare, domeniche e giorni festivi rappresentano il secondo giorno per quota di fatturato generato (18,40%).

Fonte: Nomisma | Industry dei Centri Commerciali in Italia, 2019



Retail mix dei cc in Italia

(N° attività per categoria merceologica / N° attività tot Poli Commerciali)

Moda e accessori	45,9%
Servizi retail	15,1%
Bar e ristorazione	11,8%
Elettronica	6,5%
Make up, salute e bellezza	6,3%
Casa	5,5%
Sport e tempo libero	4,7%
Infanzia e bambini	3,9%
Pet Store	0,4%



GLI OBIETTIVI



- Utilizzare tutte le opportunità di comunicazione che i Centri Commerciali offrono, in termini di advertising, promozioni ed eventi
- Progettare e attivare strategie di comunicazione che utilizzino il Mall come media in grado di raggiungere il target, con messaggi diretti e sintonici, nel momento più alto di propensione all'acquisto
- Creare rapporti con i Centri Commerciali per l'utilizzo degli spazi e per la promozione e comunicazione
- **Essere partecipi e protagonisti di un grande progetto di sensibilizzazione ambientale**



L'IDEA

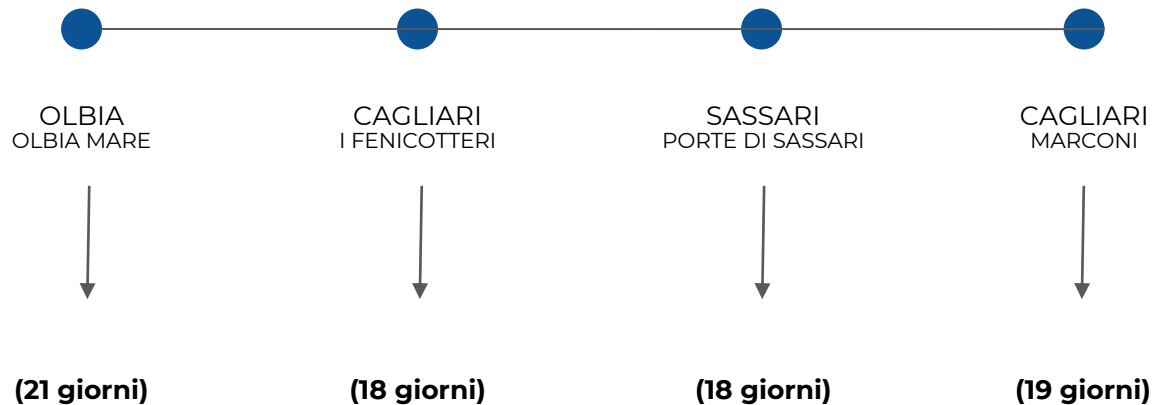
Realizzare una mostra **itinerante** nei 4 Centri GCS della Sardegna, utilizzando le opere artistiche Cracking Art per coprire 4 mesi quale elemento **unico ed esclusivo** di attrazione sia per i residenti che per i turisti.

Questa sarà la **prima mostra Cracking Art** organizzata in tutto il territorio della Sardegna

La mostra seguirà un itinerario prestabilito; iniziando da OLBIA MARE ad Olbia si sposterà a I FENICOTTERI a Cagliari, poi a PORTE DI SASSARI ed infine si concluderà a CAGLIARI MARCONI

QUATTRO TAPPE

IPOTESI CALENDARIO





LA CRACKING ART

La **Cracking Art** è un movimento artistico conosciuto per la creazione di installazioni urbane caratterizzate da animali giganti in **plastica colorata riciclabile**.

Cracking è quel processo che trasforma il naturale in artificiale, l'organico in sintetico.

Un procedimento drammatico, se non è controllato, una scissione che ci mette tutti di fronte a realtà nuove.

Il movimento **Cracking Art** nasce nel 1993: l'intenzione è quella di cambiare radicalmente la storia dell'arte attraverso un forte **impegno sociale e ambientale** che unito all'utilizzo rivoluzionario dei materiali plastici mette in evidenza il rapporto sempre più stretto tra **vita naturale e realtà artificiale**.

La dimensione corale del gruppo non limita l'espressione individuale delle singole voci: gli artisti lavorano anche in modo indipendente interpretando, ciascuno secondo le proprie esigenze, le problematiche e le tensioni del nostro tempo.

Rigenerare la plastica significa sottrarla alla distruzione tossica e devastante per l'ambiente donandole nuova vita, farne delle opere d'arte significa **comunicare attraverso un linguaggio estetico innovativo** esprimendo una particolare **sensibilità nei confronti della natura**.

<https://www.crackingart.com/invasioni/gallery/>





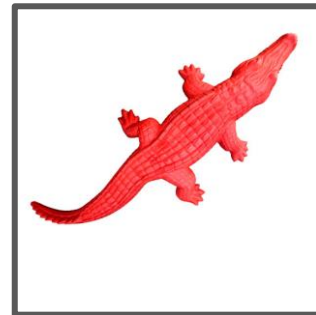
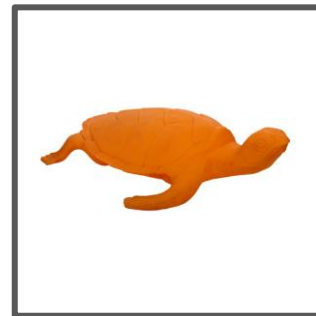
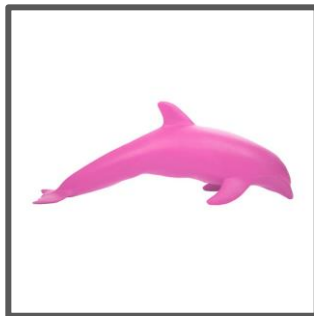


IL PROGETTO

Le opere

Un totale di 439 opere artistiche compongono la mostra in ogni Centro Commerciale:

- 150 Delfini
- 1 Chiocciola gigante
- 50 Chiocciole medie
- 40 Pinguini
- 20 Tartarughe medie
- 50 Tartarughe piccole
- 2 Coccodrilli giganti
- 40 Gatti
- 1 Coniglio gigante
- 20 Conigli medi
- 30 Rane medie
- 4 Lupi
- 1 Rondine gigante
- 30 Orsi





COMUNITA', SCUOLE E CHARITY



Comunità

Una importante collaborazione con gli enti locali, che prevederà la presenza delle opere nelle piazze più importanti delle Città di Olbia, Sassari e Cagliari.

Ogni postazione sarà correlata di totem di comunicazione dedicata agli sponsor.





Comunità

Coinvolgimento dei cittadini tramite un importante concorso a premi





Scuole del territorio

Coinvolgeremo attivamente tutte le scuole, da Cagliari a Sassari a Olbia, che saranno invitate a visitare la mostra con tour guidati, divertenti e istruttivi.

Saranno realizzate attività e laboratori dedicati, in linea con i valori della mostra, che possono essere integrati con programmi ministeriali già esistenti.





Charity

A conclusione dell'iniziativa, alcune delle opere esposte saranno vendute tramite un'asta dedicata.

Ogni opera sarà battuta e venduta, singolarmente oppure in gruppo, e l'intero ricavato sarà destinato al finanziamento di uno o più progetti sociali promossi da associazioni no profit o Onlus presenti sul territorio sardo.





PARTNERSHIP E PATROCINI



Partnership

Stiamo coinvolgendo il **WWF Italia** che è la maggiore associazione ambientalista italiana, e fa parte di WWF (World Wildlife Fund), la più grande organizzazione mondiale dedicata alla conservazione della natura





Partnership

Stiamo coinvolgendo il Parco Naturale di Molentargius- Cagliari

L'area umida di Molentargius, dalla dismissione della attività di estrazione del sale, avvenuta nel 1985, ha attraversato un percorso di riqualificazione e trasformazione in quello che ora è uno dei siti più ricchi di specie dell'avifauna dell'intera Sardegna.

Lo stagno di Molentargius è risultato negli ultimi anni il sito più importante nel bacino del Mediterraneo per quanto riguarda la nidificazione dei fenicotteri.

Il Parco, oltre ad ospitare una grande varietà di habitat e specie di importanza comunitaria, conserva ancora le tracce del suo passato testimoniato dagli affascinanti edifici dei primi del '900 della Città del Sale e degli antichi macchinari industriali.

<https://www.parcamolentargius.it/index.php/>





Partnership

Stiamo coinvolgendo il SEAME Sardinia

Associazione Onlus dedicata alla tutela e conservazione del mare e delle sue risorse, con particolare attenzione ai cetacei del Mare Mediterraneo e ai loro habitat.

<https://www.seame.it/>





Partnership

Stiamo coinvolgendo l'Associazione CRAMA (Centro Recupero Animali Marini Asinara)

Nasce nel Giugno 2009 per volontà di sei giovani soci aventi una formazione tecnico scientifica.

Crama si occupa principalmente di attività di recupero, cura e monitoraggio di tartarughe marine e cetacei, di attività di educazione ambientale con scuole di ogni ordine e grado e di ricerca scientifica.

L'associazione svolge anche attività di sensibilizzazione rivolta agli operatori del mare (Pescatori, Capitaneria di Porto, Corpo Forestale V.A. etc), alle scolaresche ed all'opinione pubblica principalmente nel Nord Sardegna.

<https://crama.org/page/chi-siamo>





Patrocini da richiedere

L'evento, di rilevanza regionale, per le tematiche trattate sarà oggetto di richiesta di Patrocinio presso le seguenti istituzioni:



Ministero dell'Ambiente e della tutela del territorio e del Mare



Regione Autonoma della Sardegna



COMUNE DI SASSARI



Città di Olbia



COMUNE DI CAGLIARI



LA SPONSORIZZAZIONE

La Sponsorizzazione

LIGHT SPONSOR 5.000€

comprende la presenza del logo in seconda linea su tutte le comunicazioni del progetto:

- . All'interno dei Centri Commerciali
- . Sui canali social dei Centri Commerciali ed esterni
- . Sulle testate giornalistiche
- . Spot sulla tv locale Videolina
- . Su tutti i redazionali
- . Sui totem presenti nelle piazze delle città Olbia - Sassari - Cagliari

La Sponsorizzazione

BASIC SPONSOR 10.000€

comprende la presenza del logo in POSIZIONE PRIVILEGIATA su tutte le comunicazioni del progetto:

- . All'interno dei Centri Commerciali
- . Sui canali social dei Centri Commerciali ed esterni
- . Sulle testate giornalistiche
- . Spot sulla tv locale Videolina
- . Su tutti i redazionali
- . Sui totem presenti nelle piazze delle città Olbia - Sassari - Cagliari

La Sponsorizzazione

MEDIUM SPONSOR 15.000€

comprende la presenza del logo in POSIZIONE PRIVILEGIATA su tutte le comunicazioni del progetto:

- . All'interno dei Centri Commerciali
- . Sui canali social dei Centri Commerciali ed esterni
- . Sulle testate giornalistiche
- . Spot sulla tv locale Videolina
- . Su tutti i redazionali
- . Sui totem presenti nelle piazze delle città Olbia - Sassari - Cagliari
- . Postazione interna ai Centri Commerciali per pannello di comunicazione Sponsor per tutta la durata della mostra

La Sponsorizzazione

VIP SPONSOR 20.000€

comprende la presenza del logo in POSIZIONE PRIVILEGIATA su tutte le comunicazioni del progetto:

- . All'interno dei Centri Commerciali
- . Sui canali social dei Centri Commerciali ed esterni
- . Sulle testate giornalistiche
- . Spot sulla tv locale Videolina
- . Su tutti i redazionali
- . Sui totem presenti nelle piazze delle città Olbia – Sassari – Cagliari
- . Postazione interna ai Centri Commerciali spazio 2x2 per Sponsor per tutta la durata della mostra

INSIEME, AMBASCIATORI PER RENDERE IL PIANETA UN POSTO MIGLIORE ATTENTO ALLA SOSTENIBILITÀ E ALL'AMBIENTE

***Questo documento è protetto dalle leggi vigenti in materia di privacy e copyright.
Ne è vietata la copia e la diffusione anche parziale senza l'autorizzazione di Canali&C.***

Canali&C.
MARKETING & COMMUNICATION

MILANO
Via Turati 7
20121 Milano
T. 02 55196427 - 02 55196428
F. 02 54019182

REGGIO EMILIA
Viale Ippolito Nievo 13/a
42121 Reggio Emilia
T. 0522 232680 - 0522 232688
F. 0522 232672

UDINE
Via Cjovetto 3
33100 Udine
T. 0432 42200 - 0432 499500
F. 0432 499510

