
INDICE

DEBRIEF E OBIETTIVI
INSIGHT
CONCEPT & STRATEGY
MUSICA CLASSICA E CONDIVISIONE
PR – CONTENT CREATOR
EVENTO
INIZIATIVE SPECIALI – LA CLASSICA PAUSA
INIZIATIVE SPECIALI – Menù spartito
TIMELINE
ECONOMICS

Rita Dal Canto
Mattia Gianninoto



DEBRIEF

Il Festival del MITO, con il suo fitto calendario di eventi musicali e un respiro internazionale, rappresenta il punto di incontro tra l'avvicinamento alla musica classica e la celebrazione di essa in modi sempre innovativi e originali, dai concerti agli spettacoli di teatro musicale fino alla partecipazione di cori da tutta Italia, a cui anche il pubblico può partecipare.

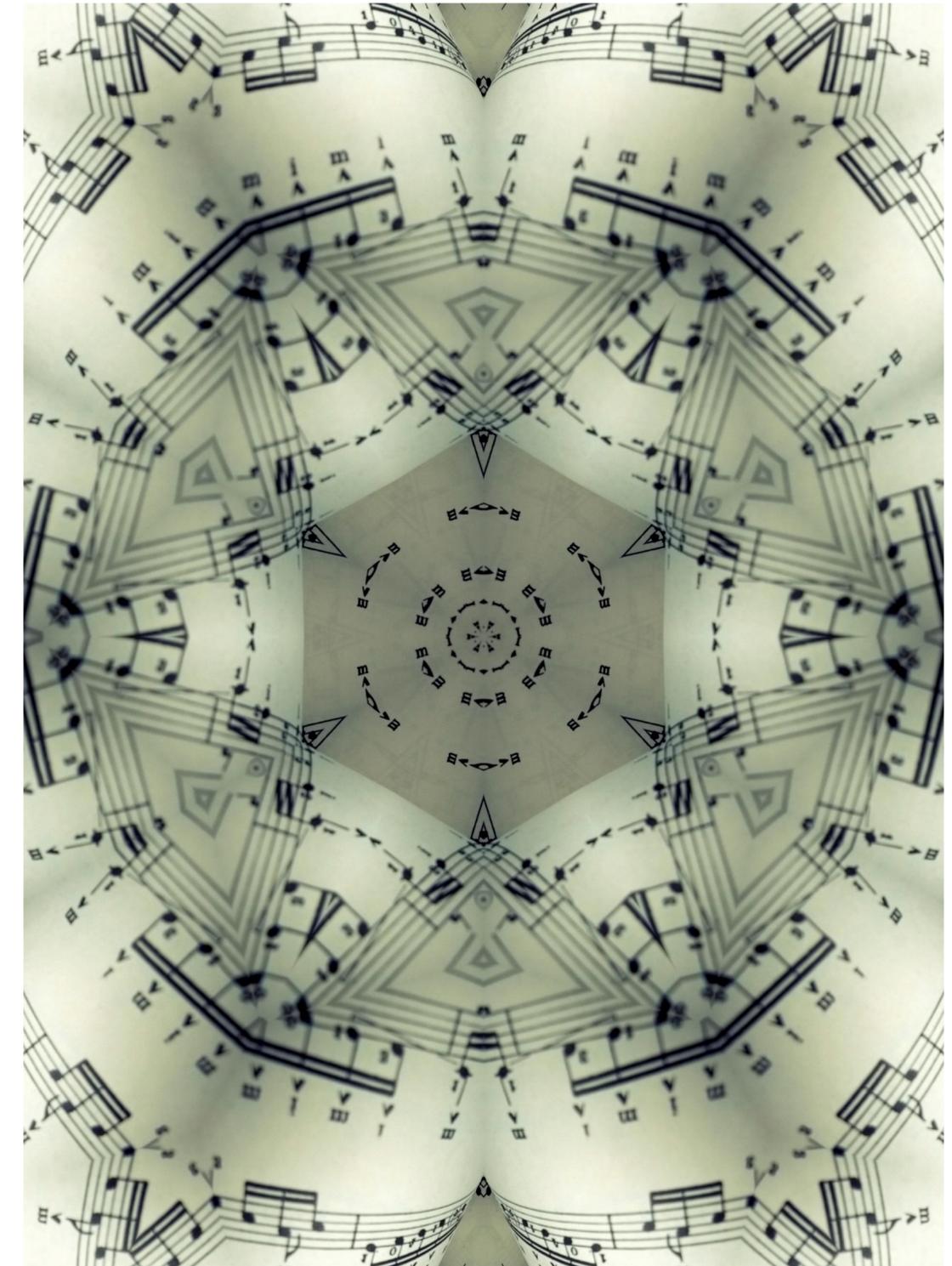
Il Festival si rivolge quindi alle seguenti tipologie di pubblico:

- Esperti ed appassionati di musica classica
- Famiglie e ragazzi che si avvicinano alla musica.

OBIETTIVI

Gli Obiettivi della campagna PR sono:

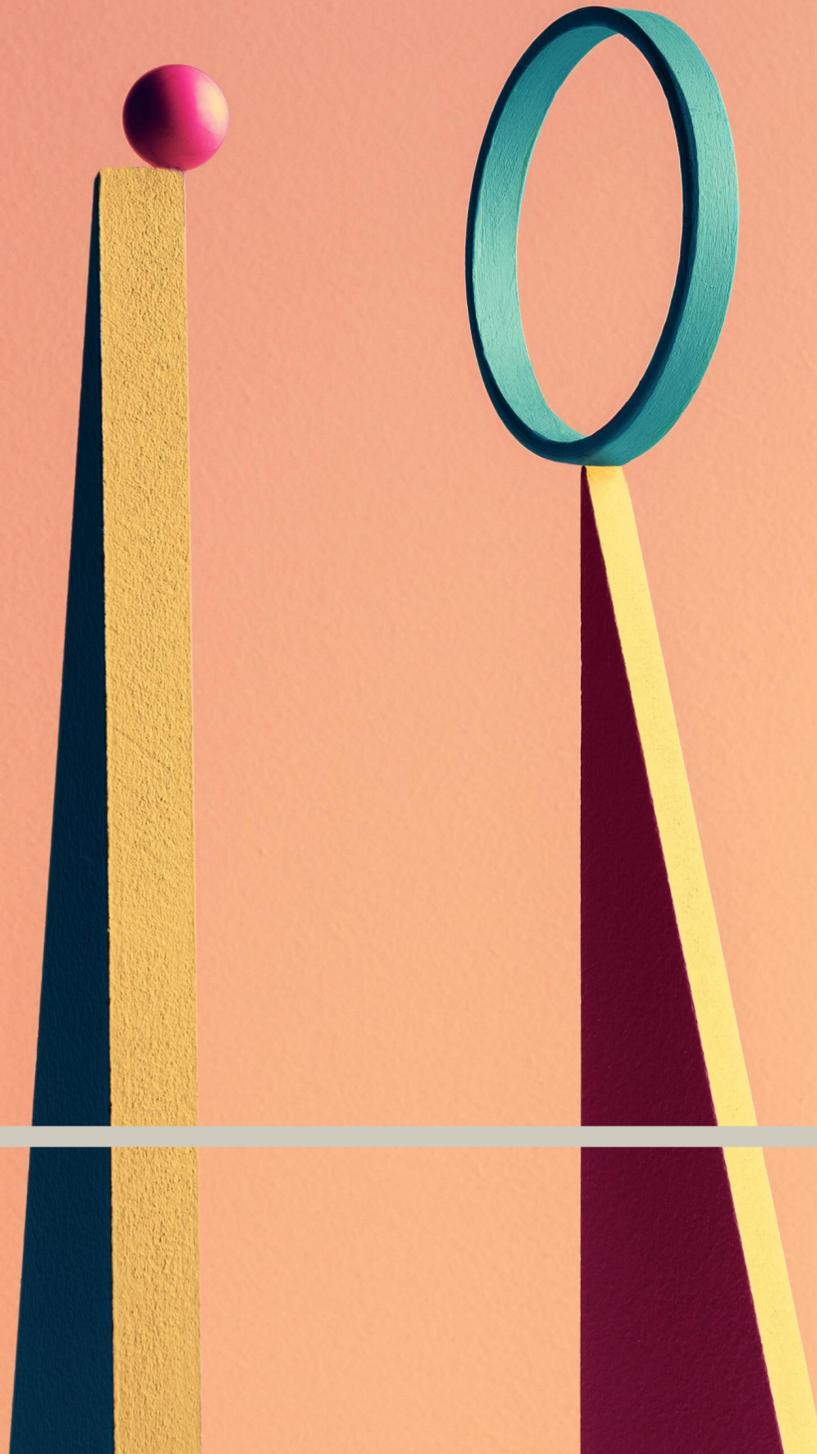
Generare Awareness sul Festival.
Fidelizzare e creare engagement su diversi target. Amplificare la visibilità e l'efficacia della campagna con attività integrate cross-mediali.
Porre l'attenzione su bambini e ragazzi e sulla musica come elemento di crescita, di condivisione e di formazione delle nuove generazioni.



INSIGHT

Desideriamo ascoltare musica classica quando siamo da soli.

Le parole che si associano nel linguaggio comune alla musica classica sono relax, riflessione, pausa.



CONCEPT & STRATEGY

Il MITO è il luogo in cui la musica classica esce dalla sua «bolla» e diventa condivisione.

L'ascolto in solitudine della musica classica suscita emozione.

L'emozione diventa più forte se condivisa.





MUSICA CLASSICA E CONDIVISIONE

Vorremmo portare la musica in primo piano, farla parlare per le emozioni che suscita in noi, che meritano di essere condivise.

In Italia i pasti rappresentano il fulcro della condivisione. A tavola le persone condividono esperienze, punti di vista, intrecciano e rafforzano legami: in una parola, condividono emozioni, spesso con musica in sottofondo.

Vogliamo estendere il clima di condivisione e convivialità tipici della cucina italiana alla musica classica.

COME?

L'INCONTRO TRA MUSICA E TAVOLA E' UNA **SINFONIA DIRETTA**
DA DUE OSPITI D'ECCEZIONE:



Cuoco e conduttore televisivo italiano, è conosciuto sul grande schermo per i suoi menù particolari e gli accostamenti che riesce a suggerire al grande pubblico.



Direttore musicale al Teatro alla Scala di Milano, coniuga il suo lavoro con una grande passione: avvicinare le persone alla musica.



EVENTO

“Lo stomaco è il maestro di musica che infrena e sprona la grande orchestra delle grandi passioni; lo stomaco vuoto suona il fagotto del livore e il flauto dell’invidia; lo stomaco pieno batte il sistro del piacere e il tamburo della gioia”.

A unire in questa riuscita metafora musica e cibo è Gioacchino Rossini.

Compositore ma anche amante della buona cucina, ci ha tramandato capolavori come il Barbiere di Siviglia e i maccheroni alla Rossini: una personalità tutta da scoprire.

All'interno della programmazione del MITO, inseriremo un evento aperto al pubblico in due date:

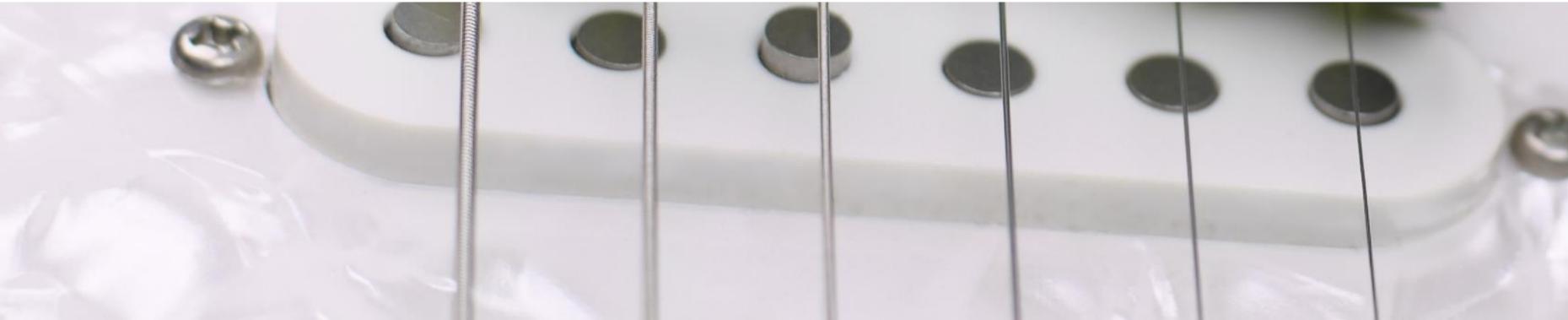
- 8 settembre 2018, Milano
- 15 settembre 2018, Torino

Dove: Milano, piazza Duomo e Torino, piazza Castello

Cosa: conferenza + showcooking live + degustazione

Come: Alessandro Borghese cucinerà i piatti più amati da Rossini secondo le ricette originali del compositore, commentandole per il pubblico. Durante lo showcooking, ad ogni portata Riccardo Chailly racconterà al pubblico alcuni aneddoti sul compositore e spiegherà i brani scelti dalle sue opere (a titolo di esempio, Guglielmo Tell, *ouverture*, accompagnerà l'omonima torta).

Al termine dello showcooking, realizzato in collaborazione con le scuole professionali di Torino gli ospiti potranno degustare un assaggio dei piatti proposti.



INIZIATIVE SPECIALI

LA CLASSICA PAUSA

La ricreazione a scuola è il momento di condivisione per eccellenza e rappresenta un momento formativo molto importante.

E' la tavola rotonda delle emozioni, un'occasione in cui i ragazzi si confrontano sui gusti musicali, tra un panino e un succo di frutta, dando vita a mode e primi debutti come band: emozioni che non sempre sono chiare e che risultano difficili da comunicare agli altri.

Alcuni disturbi alimentari come obesità e anoressia sono strettamente legati alla difficoltà di raccontare agli altri i propri stati d'animo.

Proponiamo ai ragazzi in età scolare un percorso musicale in collaborazione con gli insegnanti di musica, da adattare in base all'età, che li aiuti ad associare le emozioni che provano durante la ricreazione al linguaggio della musica classica.

Come esprime la rabbia l'opera? E la gioia?
E la vergogna? Cosa succede se invece di
abbuffarmi perché sono felice ascolto Mozart?



Obiettivo: insegnare ai ragazzi l'associazione linguaggio interiore delle emozioni – linguaggio universale della musica classica, per aiutarli a esprimersi al massimo e a condividere con gli altri quello che provano.

Realizzazione: 3 lezioni in 100 aule scolastiche milanesi e torinesi da 1 ora ciascuna durante il MITO, con materiale realizzato da Borghese e Chailly in veste di content creators. Le lezioni in aula saranno supportate da workshop creativi, gestiti da laureandi in scienze della formazione, a cui i ragazzi parteciperanno durante il MITO. Al termine del festival, alcuni lavori realizzati durante il workshop saranno premiati da Borghese e Chailly e faranno parte di una successiva attivazione di comunicazione nelle altre scuole d'Italia. L'evento vivrà sui social con hashtag #laclassicapausa.



IL Menù...spartITO

Borghese e Chailly realizzeranno un menù a quattro mani sulla base dei piatti di Rossini preparati durante l'evento.

Per ogni piatto, con ingredienti e modalità di preparazione a cura di Borghese, sarà presente una breve descrizione di contesto e un brano consigliato per la degustazione a cura di Chailly.

Obiettivo: riproporre il menù a casa, invitando all'ascolto dell'opera proposta in un clima di condivisione familiare.



Realizzazione in due fasi:

- A) Menù cartaceo autografato dai testimonial + QRCode che rimanda a playlist su Youtube da dove poter ascoltare i brani, distribuito gratuitamente ai partecipanti all'evento e ai cori che partecipano a MITO
- B) Menù in formato digitale, disponibile al sito dedicato.

L'iniziativa vivrà anche sui social, grazie all'hashtag #MenuspartITO e sui canali social ufficiali del brand, dove prevediamo una fase teaser di lancio e una coda lunga ad evento ultimato.

TIMELINE MITO 3 – 19 SETTEMBRE 2018

#MenuspartITO

FASE TEASER 20 AGO-2 SETT

ATTIVITA' DURANTE FESTIVAL 3-19 SETT

CODA LUNGA 20-30 SETT

#Iaclassicapausa 3-19 SETT

ATTIVITA' DURANTE FESTIVAL 3-19 SETT

CODA LUNGA 20 SETT-20 DIC

EVENTO INFLUENCER 8-15 SETT

ECONOMICS

SCOUTING & PROJECT – FEE AGENZIA 32.500

INFLUENCER/CONTENT CREATOR FEE 55.000

LOCATION+ORGANIZATION 18.000

CATERING + PERSONALE EVENTO 20.000

MENU'+GRAFICA+REALIZZAZIONE x200 3.000

SVILUPPO LANDING PAGE + FEATURE MENU' + QR CODE 6.000

BUDGET SOCIAL-SPONSORIZZAZIONI + REALIZZAZIONE E GESTIONE CONTENUTI 2.000

INSEGNANTI 4.500

TOTALE euro 141.000

GRAZIE!