

# VISIBILITA'

## BIENNALE 2003

### PARTNERSHIP/SPONSORSHIP



*L'opportunità per un'azienda di legare il proprio nome ad un evento che produca cultura, rappresenta l'occasione per caratterizzarne l'impegno e per creare un ritorno d'immagine che la differenzi e la identifichi nell'immaginario di una ampia e selezionata fascia di utenti. La Biennale, e gli sponsor che la sosterranno, godrà di grande visibilità grazie ad una sinergia di azioni di comunicazione.*

responsabile *Filippo Cellini*

In particolare l'evento sarà pubblicizzato attraverso una campagna di comunicazione declinata nel seguente modo:

- Pianificazione nazionale Radio e TV.

- Pianificazione locale Campagna 6x3

- Creazione e diffusione locale Below the line (depliantes, flyers, locandine e manifesti presso l'intera zona dell'Argentario durante tutto il mese di Agosto)

- Il sito internet della Biennale

- Ufficio stampa e media relation (conferenza stampa di apertura con la presenza degli Enti Patrocinanti, Cartella Stampa, VHR conclusivo, rassegna stampa conclusiva);

Ed inoltre attraverso:

- pubblicazione del catalogo di 150 pag. in 3000 copie, quadricromia e conseguente veicolazione presso i circuiti artistici di maggior livello Internazionale;

- attività di pubbliche relazioni in loco (1to1)

- allestimento di scenografie e stand espositivi;

- collegamenti in diretta radiofonica con radio locali e network nazionali.

- attivazione della rete di contatti internazionali con associazioni europee d'arte contemporanea per la promozione dell'Evento fuori dai confini nazionali e per la diffusione del Bando di Concorso



Ingresso Biennale 2002

**SITO INTERNET**  
[www.bip-art.net](http://www.bip-art.net)



LOCANDINA 2002  
di MATTEO BASILE'

