

Showcase

christmas edition



CONCEPT

Altaroma con il supporto di Camera di Commercio di Roma vuole dare continuità alla sua attività di scouting e promozione di designer emergenti e nuovi brand del Made In Italy, lanciando un'esposizione aperta al pubblico di circa 30 designer romani e laziali selezionati dal suo vivaio, dando così un reale supporto alla piccola economia di settore in un momento di crisi dell'attività.

OBIETTIVI

- agevolare la promozione dei designer emergenti e brand verso il cliente finale.
- Offrire loro canali alternativi per conoscere il loro cliente finale e delineare sempre meglio il proprio target di riferimento.

Selezione dei designer

Altaroma sceglierà circa 30 designer già selezionati attraverso un bando per i progetti SHOWCASE e Who is On Next? nelle precedenti edizioni della Roma Fashion Week





Un'esposizione presso una location prestigiosa o particolarmente nota a un pubblico giovane, darebbe la possibilità ai brand di essere presenti in un luogo significativo della città;

- un'operazione di marketing esperienziale che in un periodo complicato consentirebbe al brand di espandere il proprio business fidelizzando la loro clientela e testando altresì nuovi mercati massimizzando la visibilità.
- Ritorno di immagine per Altaroma e stakeholder del progetto, poiché l'evento verrebbe percepito come una possibilità concreta e pragmatica di supportare i brand con eventi tattici, che si sommino alla strategia di promozione di Altaroma attuata su lungo periodo con le due manifestazioni annuali.

Eventi Correlati

Si prevede la possibilità di realizzare uno o più eventi correlati all'interno dello spazio designato.

Tali eventi potranno comprendere: Intrattenimento musicale, flash mob o anche cocktail party sfilate di capi esposti, tableau vivant.



Ufficio Stampa e Comunicazione Social

Oltre la campagna stampa con il coinvolgimento di giornalisti e blogger, saranno attivate una serie di iniziative di comunicazione social:

- Campagne sui canali social di Altaroma (Instagram, Facebook, LinkedIn), con post e stories dedicate
- Pagina dedicata sul sito Altaroma.it con presentazione del progetto e loghi istituzionali
- Coinvolgimento tramite newsletter della *community* Altaroma
- Inserimento all'interno dei prodotti in vendita di un'etichetta informativa sull'operazione di co-branding, con QRcode che rimanda alla pagina del progetto
- Presenza di influencer, in particolare micro, che acquistando i capi potranno aumentare la visibilità al brand anche sul lungo periodo
- Possibilità di abbinare il progetto ad un'iniziativa di *beneficienza* o un *contest*
- Parallelo racconto alla stampa sul piano del progetto generale e, al contempo, dedicato coinvolgimento in alcune testate selezionate dei brand partecipanti

