

the most
tasteful week
in the world



Milano
Food
Week



7 > 15 Maggio 2011



COS'È LA MILANO FOOD WEEK?

Milano Food Week



Milano Food Week, giunta alla terza edizione, è la **prima settimana al mondo interamente dedicata all'enogastronomia**: nove giorni di **iniziative ed eventi** sinergici tra loro con un forte **contenuto culturale**, che **invadono la città di Milano** e coinvolgono **spazi pubblici, location private, agenzie, aziende, istituzioni, associazioni, ristoranti, locali e negozi**.

Milano Food Week, punta ad **aggregare ed informare** un numero sempre crescente di **appassionati di enogastronomia provenienti da tutta Italia e dall'estero**, creando un calendario ricco di **appuntamenti** in cui il **cibo** diventa **protagonista**.

Milano Food Week è entrata di diritto nel calendario dei **grandi eventi di Milano**, andando ad aggiungere alle esclusive settimane della Moda e del Design, quella dedicata all'altra eccellenza della cultura italiana, il Food&Beverage.

I numeri di Milano Food Week

Edizione 2010

> **130**
Eventi

88
Ristoranti

> **2.500**
foodlovers registrati

10
Gallerie d'arte

136
Negozi

> **10.000**
Bottiglie Stappate

> **100.000**
persone coinvolte

58
Uscite stampa

144
Uscite web

7
Interviste Radio

5
Scuole di cucina

10
Consorzi vinicoli

7
Vie di Milano

9
Giorni di eventi

5
Servizi TV

Patrocini e partner

L'organizzazione a Milano di una settimana di eventi dedicati al *Food&Beverage* con un **forte contenuto culturale e sociale**, ha permesso a Milano Food Week di ottenere **importanti riconoscimenti e patrocini** da parte di:



Riconoscimenti



In occasione della **Biennale degli Eventi** promossa dal **Ministero delle Politiche Agricole** e dal **Ministero del Turismo** che si svolgerà a Genova, la **MilanoFoodWeek** è stata selezionata da un team di critici, giornalisti, progettisti e docenti universitari tra i **migliori eventi food 2008-2010**. E' stata pertanto **oggetto della mostra** che si è svolta dal 4 al 16 Dicembre 2010 all'interno del **Palazzo Ducale di Genova**.

Novità 2011

Milano Food Week 2011 (7>15 maggio) si svolgerà in contemporanea con Tuttofood (8>11 maggio), la manifestazione fieristica internazionale B2B dedicata al mondo agroalimentare, in Fiera Milano.



Questa contemporaneità rafforza il concetto di **Milano Food Week** come Fuori Salone (dedicato, invece, al **pubblico**) e contribuisce ad aumentare l'attenzione di **opinion leader, stampa, buyer nazionali ed internazionali** verso Milano come capitale dell'alimentazione. La sinergia tra le due manifestazioni è resa ancora più significativa dall'atteso **Expo 2015** che, per 6 mesi, trasformerà Milano nel teatro del più importante e internazionale momento di riflessione ed approfondimento sul tema.



In quest'ottica, MFW ha elaborato un'offerta personalizzata per l'inserimento dell'evento nel **Calendario Ufficiale** e sulla **Guida di Milano Food Week** del proprio evento per le aziende presenti in fiera che desiderano aggredire il mercato a 360°, puntando anche sul **consumatore finale**, vero motore dell'economia e dei consumi.

**QUALI SONO
LE
ATTIVITÀ
PRINCIPALI?**



Main activities



CASA

+



TRAM

+



VETRINE

+



GUIDA

Le **Main Activities** sono il cuore della Milano Food Week.

Si tratta di attività con **un forte contenuto comunicativo**, progettate da MFW con lo scopo di offrire agli **sponsor il massimo della visibilità**.

Il calendario della settimana sarà quindi composto da **tutte queste iniziative** e da **centinaia di eventi** promossi da aziende del settore F&B, associazioni, università, istituzioni, ristoranti, locali e negozi.

Il pubblico avrà modo di registrarsi e, diventando un "MilanoFoodLovers", riceverà tasca e bicchiere per le degustazioni, e disporrà inoltre di tutte le informazioni sulle iniziative della giornata.

Casa della Milano Food Week

Main Activities



La **Casa di Milano Food Week** è una location temporanea di circa 400 mq allestita in **Piazza Liberty**, il centro assoluto della città, tra il **Duomo** e **piazza San Babila**, accanto all'affollatissimo corso Vittorio Emanuele.

All'esterno della casa, un **ingresso frontale in maxiformato** - di circa 60 mq - catturerà l'attenzione dei passanti ed offrirà agli sponsor la giusta visibilità.

Gli spazi interni saranno progettati in base al risultato prodotto dal concorso di idee fra **giovani architetti del Politecnico di Milano**, e costituiranno un'integrazione armonica tra le installazioni dedicate alle aziende e l'area hospitality.

All'interno della Casa i visitatori potranno trovare **l'Infopoint della Manifestazione**, le **aree riservate agli sponsor** oltre **alla sala conferenze** destinata ai momenti istituzionali, ai **corsi** e alle **degustazioni**.

Tram degustazione

Main Activities



Durante **Milano Food Week**, **2 tram del 1920** saranno allestiti per effettuare degustazioni itineranti. **Completamente personalizzati all'esterno** saranno un veicolo di comunicazione anche per le aziende sponsor.

Il valore di questa **comunicazione esterna** sarà inoltre arricchito dalle **attività all'interno dei tram**.

Ogni giorno il **primo tram** sarà dedicato ad uno diverso fra i consorzi sponsor: a bordo si svolgeranno **10 degustazioni al giorno da 40 persone ciascuna**. I consorzi potranno invitare i **produttori, buyer, giornalisti, opinion leaders o semplicemente i FoodLovers**.

Ogni giorno il **secondo tram** sarà dedicato ad **uno dei partner**: si svolgeranno **5 degustazioni al giorno da 40 persone ciascuna**.

Vetrine

Main Activities



In collaborazione con le **Associazioni di Via** del centro storico, Milano Food Week selezionerà **100 negozi** tra quelli resisi disponibili a “**dedicare**”, per tutti e **9 i giorni** della **Manifestazione**, una delle loro vetrine **agli sponsor** di MFW,

Queste vetrine saranno **personalizzate** con l’**installazione vincitrice** del **concorso fra giovani Visual Designer**.

L’installazione avrà il compito di **attirare l’attenzione del consumatore**, di rendere riconoscibili, con una **comunicazione identitaria**, le vetrine della MFW e di **mettere in evidenza i prodotti delle aziende sponsor**.

Dalle 17:30 alle 19:30 sarà inoltre possibile **degustare, all’interno di ogni negozio, i prodotti offerti dagli sponsor** presenti in vetrina.

Main activities

La guida



La **Milano Food Guide** è una pubblicazione che raccoglie la **descrizione** e la programmazione di tutti gli **eventi** che si svolgono durante la MFW. Nella guida trovano spazio anche **contenuti culturali, interviste e redazionali** degli sponsor.

Sarà composta da circa 100 pagine.

La guida (**200.000 copie**) sarà distribuita in **allegato ad un quotidiano**, o periodico o **feepress** oltre che essere scaricabile da sito Milanofoodweek.com in formato pdf e come applicazione per smartphone e ipad.

Le **aziende sponsor** saranno presenti sia nel **footer** della copertina che all'interno della Guida con una **doppia pagina pubblicitaria**.

Eventi



Alle **Main Activities** si aggiungeranno numerosi **eventi** organizzati da **agenzie partner, aziende, associazioni, università istituzioni, ristoranti, locali e negozi** che contribuiranno ad arricchire il calendario e a rendere la **MFW presente in tutta la città.**

Gli eventi inseriti nel calendario ufficiale saranno riconoscibili perché esporranno all'esterno e all'interno i banner "Evento della MilanoFoodWeek"

CHI SONO | FOOD LOVERS?

Target e associazione

eventi negozi
 showcooking special riviste
 colazioni e merende
 ristoranti libri saggi ricette
 fare la spesa aperitivi
 brunch corsi di cucina
 degustazioni di vino workshop
 cocktail pranzi biologico
 birre artigianali mostre
 dopo cena
 caffè e viaggi
 social stories
 blog

**MILANO
 FOOD
 LOVERS**

I **Milano Food Lovers**, sono persone di **ogni età** e provengono principalmente dal **nord Italia**. Sono tutti coloro che **amano** il mondo del **food**, il **vino**, la **birra**, e il **turismo enogastronomico**.

Sono operatori esperti del settore e anche semplici appassionati, sono abili cuochi o solamente buone forchette. Hanno le loro preferenze di marca o di gusti e sono pronti a difenderle, ma sono anche **curiosi, amano sperimentare e conoscere nuovi prodotti**.

I MilanoFoodLovers sono i **partecipanti degli eventi della Milano Food Week**, **iscritti all'Associazione MFL** (15€) per essere sempre aggiornati sugli eventi e le novità legate all'enogastronomia in tutta Italia. A loro sono **riservati vantaggi e sconti** nei ristoranti che aderiscono alla MFW e **ingressi riservati agli eventi**.

**COME
COMUNICA
MFW?**

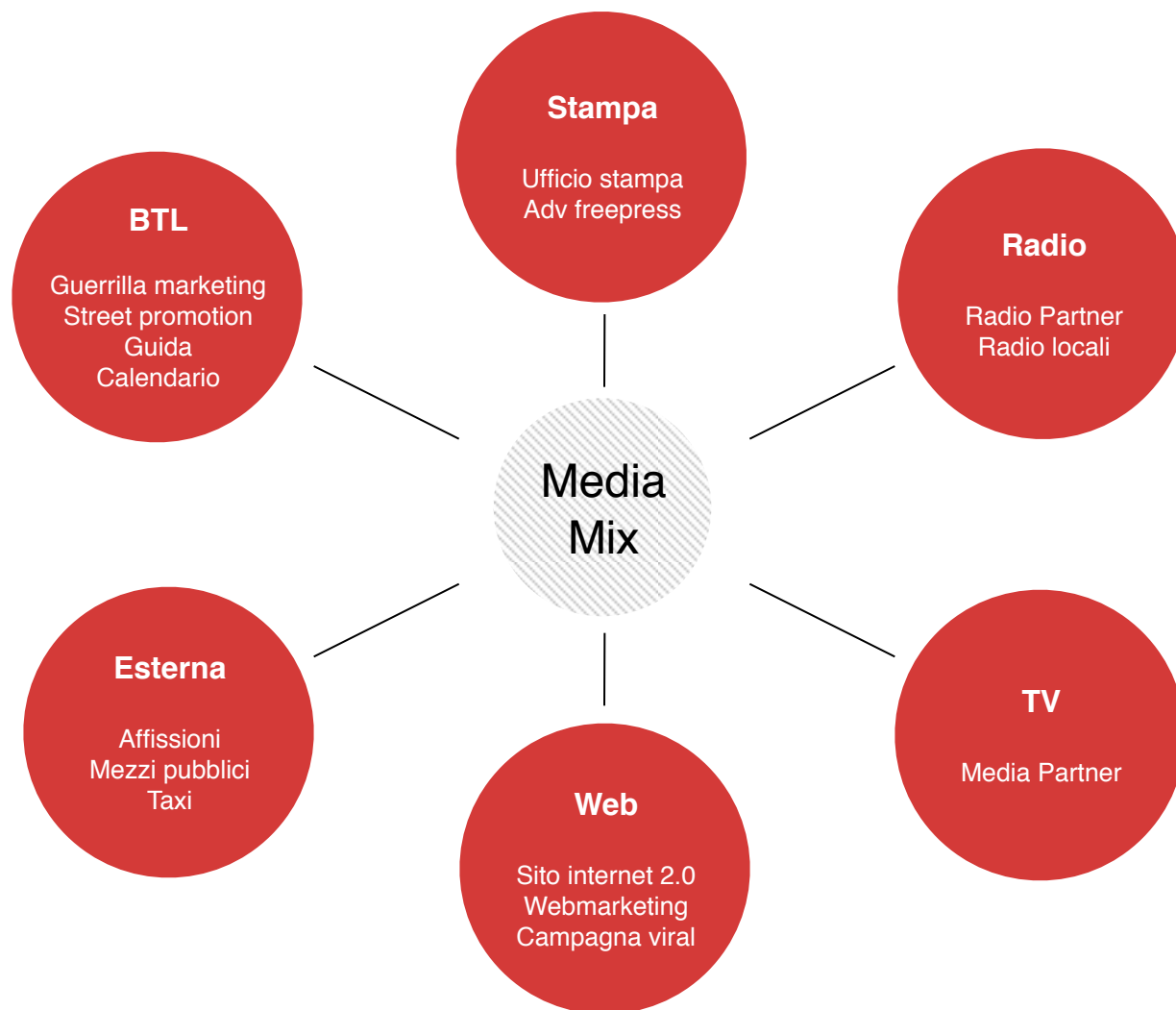
Piano di Comunicazione

Obiettivi

- Creare la “**Milano Food Week Experience**”
- Coinvolgere e dare visibilità alle aziende presenti e agli **sponsor**
- Aumentare l'**awareness** ed il **captive** del brand MFW
- Implementare **la comunicazione** e quindi la notiziabilità dell'evento
- Trasferire le informazioni su un **gran numero di eventi**
- Comunicare **tanti contenuti** fruibili da visitatori
- Segmentare **eventi** focalizzati **su target specifici**

Piano di comunicazione

Mezzi



COME INSERIRE UN EVENTO IN CALENDARIO ?

Partecipante

Le aziende che non partecipano come Sponsor o Partner, che autonomamente o con la propria agenzia di comunicazione decidono di organizzare un evento in città, sia questo b2b che b2c (ad esempio: promozione nei punti vendita, degustazioni nei ristoranti, serata dedicata ai buyer o alla rete commerciale, etc) durante la MilanoFoodWeek, possono richiedere l'inserimento dell'evento all'interno del calendario ufficiale della MilanoFoodWeek. L'inserimento garantisce la presenza sulla guida cartacea ed elettronica dell'evento e di una pagina pubblicitaria dedicata (200.000 copie diffuse), l'inserimento dell'evento nel sito internet www.milanofoodweek.com, l'inserimento dell'evento nella newsletter inviata nei giorni di manifestazione a tutti i MilanoFoodLovers.

- **Intera pagina pubblicitaria Istituzionale** sulla Guida.
- **Intera pagina dedicata all'evento** dell'azienda sulla Guida.
- Inserimento dell'evento nel **calendario ufficiale** della MFW sul sito internet.
- Comunicazione **e-mail** dell'evento a tutti i **Food Lovers**.
- **Comunicazione** dell'evento alla **stampa**.
- Inserimento del **comunicato stampa** dell'azienda nella cartella stampa di Milano Food Week.

Costo Partnership € 1.800 + Iva

Milano Food Week 2011

Quando

Da sabato 7 maggio a domenica 15 maggio 2011

Dove

In tutti i negozi, locali, bar, ristoranti aderenti ed in alcune location private

Prezzo

Eventi gratuiti e a pagamento

Comunicazione

Campagna advertising (periodici, quotidiani, affissioni)

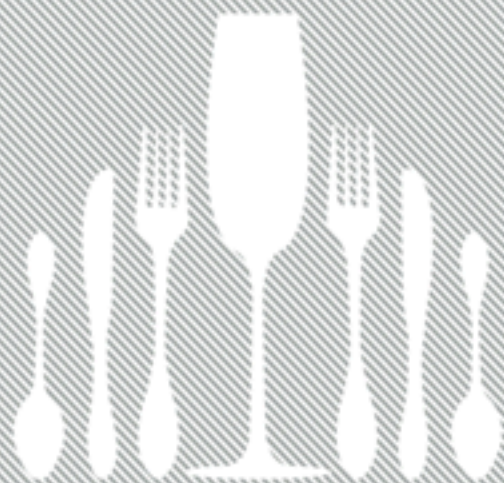
Sito internet 2.0

Ufficio stampa dedicato alla manifestazione

Campagna webmarketing

Guida e calendario della settimana distribuiti in 200.000 copie

Media Partnership



Milano
Food
Week

GRAZIE PER L'ATTENZIONE

Via Francesco Soave, 23 - 20135 Milano

Tel.: 02.39.19.89.12

www.milanofoodweek.com - info@milanofoodweek.com