

Negozi affiliati

Loro sedi

Circolare n. 54

Segrate, 16 febbraio 2018

Oggetto: LINEE GUIDA ORGANIZZAZIONE EVENTI RETAIL BU FRANCHISING

Gentile affiliato,

per supportare la tua attività, ed in particolare la pianificazione degli eventi nei negozi, abbiamo redatto alcune linee guida generali affinché gli stessi eventi siano organizzati nel rispetto degli standard di qualità del Gruppo Mondadori.

Le linee guida si applicano a tutti gli eventi organizzati all'interno o in spazi antistanti/attigui ai negozi in Franchising di Mondadori Retail.

In allegato il documento "Linee guida organizzazione eventi Retail – BU Franchising" che fornisce indicazioni per la corretta realizzazione degli eventi promozionali all'interno dei propri negozi, per i quali i franchisee stessi risultano responsabili.

Le indicazioni operative fornite sono finalizzate a garantire che gli eventi promozionali siano organizzati e gestiti con la massima professionalità e livello qualitativo tale da garantire il mantenimento di un'immagine unica e solida del marchio Mondadori.

E' possibile scaricare il documento "Linee guida organizzazione eventi Retail – BU Franchising" anche nell'area affiliato del sito www.mondadoriretail.com

Rimaniamo a disposizione per ogni chiarimento

Direzione Vendite e Marketing

Mondadori Retail S.p.A.

LINEE GUIDA ORGANIZZAZIONE EVENTI RETAIL

BU FRANCHISING

V1.1 del 16-01-2018

AREA DI APPLICAZIONE

BU Franchising

INDICE

1	OBIETTIVI E AMBITO DI APPLICAZIONE	3
1.1	OBIETTIVI.....	3
1.2	AMBITO DI APPLICAZIONE	3
2	TIPOLOGIE DI EVENTI.....	3
3	GESTIONE DEGLI EVENTI	4
3.1	PRESENTAZIONI ALL'INTERNO DEL NEGOZIO	4
3.1.1	<i>Allestimento e preparazione dell'evento</i>	<i>4</i>
3.2	SIGNING SESSIONS	5
3.2.1	<i>Allestimento e preparazione dell'evento</i>	<i>5</i>
3.2.2	<i>Informazioni per le autorizzazioni necessarie all'evento.....</i>	<i>6</i>
3.3	LIBRERIE NEI CENTRI COMMERCIALI.....	7
4	ALLEGATI.....	8

1 OBIETTIVI E AMBITO DI APPLICAZIONE

1.1 Obiettivi

Il presente documento ha la finalità di fornire ai franchisee alcune linee guida generali per la pianificazione di eventi affinché gli stessi siano organizzati nel rispetto degli *standard* di qualità del Gruppo Mondadori.

Resta inteso che i franchisee che intendono organizzare presentazioni o eventi nelle proprie librerie rispondono personalmente dell'organizzazione e hanno la responsabilità esclusiva della gestione delle richieste di autorizzazione presso le autorità locali e conseguenti oneri.

1.2 Ambito di applicazione

Le linee guida si applicano a tutti gli eventi organizzati **all'interno o in spazi antistanti/attigui ai negozi in Franchising di Mondadori Retail**.

Per i franchisee il presente documento costituisce una linea guida per la corretta realizzazione degli eventi promozionali all'interno dei propri negozi, per i quali i *franchisee* stessi risultano responsabili. In particolare le indicazioni operative fornite sono finalizzate a garantire che gli eventi promozionali siano organizzati e gestiti con la massima professionalità e livello qualitativo tale da garantire il mantenimento di una immagine unica e solida del marchio Mondadori.

2 TIPOLOGIE DI EVENTI

Gli eventi organizzati nei negozi in Franchising di Mondadori Retail sono per lo più finalizzati alla promozione delle vendite dei prodotti del negozio affiliato.

In base alla tipologia gli stessi si articolano in:

1. Presentazioni di libri/album musicali all'interno del negozio:
 - a. In spazi eventi dedicati;
 - b. In spazi normalmente dedicati alle attività di vendita;
2. Signing Session di libri/album musicali ed altro con eventuale necessità di gestire la folla antistante al negozio (occupazione di suolo pubblico);
3. Eventi realizzati in spazi esterni (es. teatri, centri commerciali, ecc.).

3 GESTIONE DEGLI EVENTI

In base alla tipologia degli eventi precedentemente descritti e qui di seguito riportati, si specificano le modalità di allestimento, preparazione e le informazioni sulle autorizzazioni necessarie agli eventi.

L'organizzazione di tali eventi deve comunque fare riferimento alla normativa vigente (D.Lgs. 81 del 2008 e ss.mm.ii.).

1. Presentazioni di libri/album musicali all'interno del negozio:
 - a. In spazi eventi dedicati
 - b. In spazi normalmente dedicati alle attività di vendita
2. Signing Session di libri/album musicali ed altro con eventuale necessità di gestire la folla antistante al negozio (occupazione di suolo pubblico);
3. Eventi realizzati in spazi esterni (es. teatri, centri commerciali).

3.1 Presentazioni all'interno del negozio

3.1.1 Allestimento e preparazione dell'evento

Allestire lo spazio come di seguito, se di volta in volta ritenuto opportuno o necessario:

- Tavolo per la firma e seduta per l'artista/autore
- Impianto audio e microfoni
- Sedute per i clienti
- Personalizzazione dell'area dedicata con materiale di comunicazione dell'evento e il prodotto oggetto della vendita
- Eventuale fotografo se richiesto
- Dare visibilità alla comunicazione dell'evento in tutte le posizioni di forte visibilità del negozio e in vetrina.
- Definire lo spazio da dedicare all'evento in maniera coerente con il numero di persone che ci si aspetta partecipino all'evento e in un'area adeguata raggiungibile in sicurezza da parte di artista/autore e accompagnatori.
- Promuovere l'evento con i mezzi che lo store può attivare (piattaforma eventi, social, etc.), in conformità alla "Social Media Policy" di cui *infra* (*).
- Nei casi di eventi all'interno del centro commerciale, definire con lo stesso la migliore modalità di attivazione dell'evento in base alle indicazioni ricevute dall'Ufficio Organizzazione Eventi (**operante nell'ambito della Direzione Marketing di Mondadori Retail - mail: eventi.store@mondadori.it - tel. 02.84707716**).

(*) L'Ufficio Organizzazione Eventi supporta il franchisee nella promozione dell'evento - attivata dal negozio affiliato sui propri canali web (es. sito e social network) - a condizione che il franchisee operi in conformità alle linee guida contenute nella "Social Media Policy" disponibile sul sito "mondadoriretail.com" nell'Area Affiliato.

L'attivazione del servizio di Security necessario alla gestione del pubblico presente in negozio è sempre a carico del franchisee.

3.2 Signing sessions

3.2.1 Allestimento e preparazione dell'evento

Allestire lo spazio come di seguito, se di volta in volta ritenuto opportuno o necessario:

- Tavolo per la firma e seduta per l'artista/autore
- Personalizzazione dell'area dedicata con materiale di comunicazione dell'evento e il prodotto oggetto della vendita
- Eventuale fotografo se richiesto
- Dare visibilità alla comunicazione dell'evento in tutte le posizioni di forte visibilità del negozio e in vetrina.
- Definire lo spazio da dedicare all'evento in maniera coerente con il numero di persone che ci si aspetta partecipino all'evento e in un'area adeguata raggiungibile in sicurezza da parte di artista/autore e accompagnatori.
- Promuovere l'evento con i mezzi che lo store può attivare (piattaforma eventi, social, etc.).
- Nei casi di eventi all'interno del centro commerciale, definire con lo stesso la migliore modalità di attivazione dell'evento in base alle indicazioni ricevute dall'Ufficio Organizzazione Eventi.

A titolo esemplificativo e non esaustivo, si riportano le modalità di gestione di spazi transennati. Comunque, in relazione alla tipologia dello spazio ospitante l'evento (ad es. area pedonale, marciapiede fronte strada, marciapiede fronte piazza, strada, ecc.) è necessario valutare di volta in volta l'organizzazione, confrontandosi con la Pubblica Sicurezza.

Per gli eventi con un forte richiamo di pubblico, i fan devono essere posizionati in area sicura a debita distanza dall'artista/autore e successivamente incanalati a gruppi di massimo 20 in area transennata a serpentina fino ad arrivare all'area polmone antistante l'artista/autore e fatti poi avvicinare all'artista/autore a gruppi di 4 persone. Ogni area deve essere presidiata da persone della sicurezza.

Se l'evento prevede la distribuzione di pass collegati all'acquisto del cd/libro, è necessario stampare il form del pass ricevuto dall'Ufficio Organizzazione Eventi, consegnare un solo pass per ogni cd/libro acquistato, specificare che il pass per essere valido deve essere presentato unitamente allo scontrino d'acquisto, per ogni pass può entrare solo una persona.

Negli eventi a grande affluenza si consiglia di numerare i pass e stamparli di colori diversi, distribuendoli in ordine di acquisto, ad esempio:

- Da 1 a 200 - colore 1
- Da 201 a 400 - colore 2
- Da 401 a 600 - colore 3
- Ecc.

Per ogni colore è necessario creare degli spazi transennati, ognuno con un proprio accesso prioritario e comunicare ai fan con pass colorato di arrivare non più di 2 ore prima dell'evento e prendere posto all'interno dello spazio segnalato con il proprio colore. In questo modo si evitano code fin dalla mattina che, soprattutto nella stagione calda, possono creare problemi di sicurezza per i presenti.

Gli artisti solitamente non firmano null'altro che non sia il prodotto in promozione. Il management dell'artista/autore definisce le regole riguardanti la possibilità di fare foto all'artista/autore, di fare foto con l'artista/autore, le modalità di avvicinamento all'artista/autore e altri dettagli riguardanti il rapporto tra l'artista/autore e il pubblico.

Per ogni evento comunicare il riferimento della persona che si occupa della gestione operativa dell'evento e dell'arrivo dell'artista/autore. Deve essere necessariamente un cellulare per poter comunicare in tempi rapidi e il responsabile dell'evento in loco deve essere raggiungibile nelle ore precedenti l'inizio dell'evento per poter definire eventuali aspetti legati all'orario di arrivo, al parcheggio da utilizzare, all'entrata del personaggio in negozio (alcuni cantanti molto popolari richiedono di poter entrare da una porta sul retro senza entrare in contatto con il pubblico fino al momento in cui parte l'evento).

Qualsiasi richiesta di intervista con stampa/tv/radio locale il giorno dell'in-store deve essere precedentemente richiesta e concordata con il management dell'artista/autore tramite l'Ufficio Organizzazione Eventi.

Si richiede la massima collaborazione nel rispetto delle indicazioni fornite dall'entourage che accompagna l'artista/autore il giorno dell'evento.

L'attivazione del servizio di Security necessaria alla gestione del pubblico presente in negozio è sempre a carico del franchisee.

3.2.2 *Informazioni per le autorizzazioni necessarie all'evento*

Di seguito sono descritte le informazioni/adempimenti per ottenere le autorizzazioni previste nell'organizzazione degli eventi (rischio alto).

- **Autorizzazione per l'occupazione del suolo pubblico**, da richiedere alla Polizia Locale di zona.
- **Segnalazione evento alla Questura** per la valutazione di un eventuale presidio durante l'evento, inviare il modulo condiviso con la Direzione Affari legali e Societari di Mondadori (Allegato 1) completandolo con le informazioni relative all'evento ospitato dal negozio.
- **Licenza temporanea per autorizzazione di "pubblico spettacolo"**, da richiedere al Comune di riferimento (Commissione comunale di vigilanza) almeno 30 giorni prima dell'evento, nel caso in cui l'evento preveda un'attività di intrattenimento in un'area esterna al negozio. Specificare la tipologia di attività che si vuole realizzare all'esterno del negozio per fornire tutti gli elementi utili ad un'analisi attenta e puntuale.
- **SIAE**: qualora, in occasione di un evento, venga trasmesso il CD presentato dall'artista/autore o siano previste delle letture di brani sotto tutela Siae, è necessario verificare le procedure di richiesta permesso alla SIAE con la filiale di riferimento e l'importo relativo da pagare.

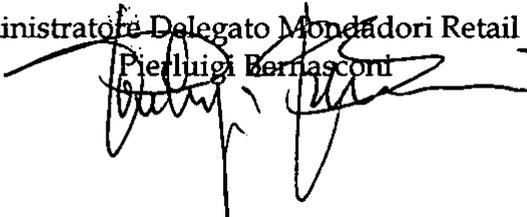
Tutta la documentazione prodotta per l'evento deve essere archiviata sia elettronicamente che in cartaceo da parte di ciascun franchisee.

L'Ufficio Organizzazione Eventi fornisce supporto ai franchisee relativamente agli adempimenti di legge necessari alla realizzazione dell'evento, resta inteso che il franchisee dovrà verificare autonomamente e per tempo con le autorità locali l'eventuale necessità di richiedere ulteriori autorizzazioni oltre a quelle indicate nei paragrafi precedenti.

3.3 Librerie nei centri commerciali

Nei centri commerciali presentazioni e signing sono organizzati in spazi comuni al complesso e la gestione e la responsabilità relativamente alla sicurezza è demandata al centro commerciale.

L'Amministratore Delegato Mondadori Retail
Pierluigi Bernasconi



4 ALLEGATI

Allegato 1 – Modulo di segnalazione alla questura

Città, gg/mm/aaaa

Spett.le

Questura ufficio di Gabinetto

Commissariato Centro Uigos

OGGETTO: Evento con *Nome autore*, *Breve Descrizione dell'evento*, *Luogo* , *Data*, *Orario*

Con la presente è nostra intenzione segnalare alla Vs attenzione l'evento che si terrà *data*, *orario*, *nome negozio*, *città*.

L'autore *nome autore* sarà presente in negozio per una firma copie.

In considerazione della notorietà dell'artista/autore è possibile che si presenti presso lo store un flusso ingente di persone.

Per questa ragione, nonostante sia stato previsto un adeguato servizio di sicurezza interna, è possibile che si possano creare stazionamenti nei pressi di *indirizzo negozio* in prossimità dell'ingresso del negozio *nome negozio*.

In attesa di un Vs gentile riscontro vogliate gradire i più cordiali saluti.

Timbro e firma del Titolare / Legale rappresentante

mail, cellulare