

SCHEDA DI CASO

Comune di Carpi – Dr.ssa Rita Tirelli

Nella primavera del 2002 il Comune di Carpi ha inaugurato “Il Falco magico”, una Biblioteca dedicata ai bambini e ragazzi da 0 a 16 anni, che a Carpi sono 8.200.

L’apertura di una Biblioteca dedicata ai ragazzi da 0 a 16 anni ha rappresentato per Carpi un punto di eccellenza, l’approfondimento di un servizio che già da tempo viene svolto all’interno della Biblioteca civica. Si tratta di un servizio che ha sviluppato negli ultimi anni diversi progetti per l’utenza giovanile, per le famiglie, per i docenti e per gli educatori.

La Biblioteca si trova nella prestigiosa cornice di Palazzo Pio, a piano terra, con ingresso principale su Piazza Martiri a fianco della Torre dell’Uccelliera. La Biblioteca Ragazzi ha a disposizione uno spazio di 480 mq, di cui 110 mq di laboratorio e un cortile interno nell’area d’ingresso.

Il Comune di Carpi intratteneva già una collaborazione, per un’attività di co-marketing, con NordiConad, che è stata quindi contattata direttamente dall’Amministrazione, ed in particolare dalla Responsabile del Servizio Comunicazione. Il referente presso NordiConad è il Direttore Marketing e comunicazione dell’azienda.

Il finanziamento è stato acquisito e gestito direttamente dal Servizio comunicazione del Comune di Carpi

In un primo tempo il Servizio Comunicazione del Comune di Carpi ha presentato a NordiConad un progetto di Sponsorizzazione che, oltre a descrivere la nuova biblioteca, prevedeva una serie di azioni, di strumenti e di iniziative da realizzare. Una volta approvato il progetto si è passati alla stesura di un Contratto di sponsorizzazione triennale, da rinnovare di anno in anno, previa presentazione di un progetto da parte del Comune di Carpi.

La sponsorizzazione ha portato una maggiore disponibilità economica per la Biblioteca ragazzi, disponibilità che è stata utilizzata per realizzare campagne di comunicazione integrata più frequenti e maggiormente articolate rispetto al passato.

Fin dall’inizio il progetto di sponsorizzazione è stato pensato come una vera e propria partnership con lo Sponsor: l’idea di fondo era quella di portare la Biblioteca all’interno dei Supermercati Conad di Carpi, prevedendo una serie di momenti di animazione, delle vere e proprie anteprime di spettacoli, fiabe animate, inviti alla lettura che poi si sono tenuti all’interno della Biblioteca stessa.

Viceversa lo Sponsor è “entrato” in biblioteca attraverso alcuni momenti di presentazione pubblica (conferenze stampa, convegni), sia con i propri prodotti: alle classi in visita alla Biblioteca viene regalata una “merenda” composta di prodotti a marchio Conad.

NordiConad ha presentato il progetto di sponsorizzazione all’interno del suo bilancio sociale, nonché nella news-letter interna, inviata a tutti i dipendenti e soci dell’azienda.

Gli altri uffici del Comune, ed in particolare il Settore Cultura e Turismo, hanno riutilizzato l'esperienza maturata in questa occasione sia in termini di predisposizione del progetto iniziale di sponsorizzazione, sia per quanto riguarda la stesura del contratto.

In particolare la stessa Biblioteca ragazzi ha utilizzato il progetto ed il contratto predisposto per NordiConad per proporsi ad un altro sponsor, la ditta Parrot di Carpi, produttrice di abbigliamento per bambini.

I contatti con questa ditta, che è diventata il secondo sponsor della Biblioteca, sono avvenuti esclusivamente per fax e per telefono e rappresentano un caso di successo sia per la rapidità con la quale è stato chiuso il contratto pluriennale, che per l'importo della sponsorizzazione.

Dopo una serie di incontri durante i quali sono state definite le esigenze dello sponsor e quelle dell'Ente, NordiConad ed il Comune di Carpi hanno sottoscritto in un primo momento il progetto di sponsorizzazione, ed in un secondo momento il contratto vero e proprio.

Come previsto da contratto il Comune di Carpi invia periodicamente allo Sponsor una relazione (con documentazione prodotta) circa l'effettiva realizzazione di quanto previsto nel contratto stesso. Dal momento che il contratto ha durata triennale il Comune di Carpi invia ogni anno allo sponsor un progetto per l'anno successivo: in questo progetto vengono definiti modi e tempi della presenza di NordiConad sul materiale pubblicitario e in occasione di iniziative.

L'esperienza viene senz'altro giudicata in modo positivo da entrambi i contraenti.

Dal punto di vista operativo il Comune di Carpi ha riscontrato una certa difficoltà iniziale dovuta alla lentezza con la quale lo sponsor ha sottoscritto il contratto, presentato dal Comune con largo anticipo rispetto alla data di inaugurazione della Biblioteca.