

# PRESENTANO

☰ 🔍  **Economia** Marketing



**Temi Caldi** Coronavirus Bonus mobili Cedolare affitti Oscar 2020 Elezioni in Irlanda

24+ **ABBONATI** Accedi 

Pubblicità



VALORIZZA I TUOI RISPARMI  
CON **CHEBANCA!**

**CheBanca!**

Messaggio pubblicitario con finalità promozionale.

## Sanremo 2020

Indice MULTIMEDIA

10 febbraio 2020

Sanremo  
Gruppo Eventi Gruppo

SERVIZIO | LA MACCHINA ORGANIZZATIVA

**Sanremo, come funzionano le  
partnership di marketing**



Da Casa Sanremo a Tra Palco e Città: 300 happening prodotti da Gruppo Eventi per Rai Pubblicità. Con aziende partner che investono e offrono servizi

dall'inviato Francesco Prisco



Sanremo, il Nutella stage è stato allestito dal Gruppo Eventi

2' di lettura

Il 70esimo festival di Sanremo chiuso sabato 8 febbraio ha portato nelle casse della Rai **37 milioni di ricavi pubblicitari**, cifra in crescita del 19% rispetto al 2019, a fronte di un investimento pari a 18 milioni. Dati comunicati da Antonio Marano, presidente di Rai Pubblicità, nella conferenza stampa finale della kermesse. Merito della strategia di «crossmedialità» più volte sbandierata nelle giornate festivaliere, certo, ma anche degli eventi a corollario della gara canora.



Levante ospite di Casa Sanremo

### **Dentro Casa Sanremo**

Vedi alle voci «Casa Sanremo» e «Tra Palco e Città», iniziative che quest'anno hanno attirato l'interesse di grandi investitori come Ferrero che ha posto il bran Nutella sul palco di piazza Colombo che, in contemporanea con le serate dell'Ariston, ha ospitato concerti di artisti del calibro di Emma e Mika. Ma chi ha curato gli allestimenti, chi si è occupato dei servizi, chi ha prodotto gli eventi a margine del festival? Tutta farina del sacco di Grandi Eventi, consorzio di 27 aziende in gran parte meridionali che riunite insieme fatturano 40 milioni e danno lavoro a 350 addetti diretti. I loro settori vanno dagli allestimenti alla sicurezza.

### **L'evoluzione del progetto**

«Questa è stata un'edizione molto importante per Casa Sanremo», sottolinea Vincenzo Russolillo, presidente di Gruppo Eventi. «La crescita del progetto, nato 13 anni fa da un'idea condivisa con Mauro Marino, è diventata esponenziale con “Tra palco e città” e la triangolazione con il Teatro Ariston e il grande palco di Piazza Colombo. Restano alcuni punti fermi, che il pubblico ha imparato ad amare, come l'opportunità di vedere il Festival in diretta sui megaschermi allestiti nei teatri di Casa Sanremo e l'ampio planning di eventi che mette in vetrina tanti ambiti, dai social alla cultura, al food, per permettere a cittadini, turisti e addetti ai lavori, che in quei giorni affollano Sanremo, di vivere con uno spirito di euforia la settimana del Festival della musica italiana».



Vincenzo Russolillo

### **Il modello Gruppo Eventi**

Gruppo Eventi, consorzio che si occupa anche dei servizi per i Nastri d'Argento, il Concerto di Natale del Vaticano e il Lucca Summer Festival, non è un semplice contractor full service, ma contribuisce alla produzione stessa degli eventi a corollario del festival. «Gli eventi sono un formidabile veicolo di promozione per le aziende partner», spiega Russolillo. «Da un lato c'è una grande domanda di servizi, dall'altro ci sono aziende pronte a investire su partnership. Noi, tra le altre cose, favoriamo l'incontro tra queste due esigenze. Negli spazi da noi allestiti i servizi di catering sono per esempio offerti da aziende partner che investono per legare il proprio brand a quello di Sanremo». Per dire: nella settimana del festival, si contano 300 eventi di soggetti partner. Che occupano 1.800 posti letto. Se non sono ricadute economiche queste...

#### **PER APPROFONDIRE:**

- [Share al 60% per la finale, ricavi pubblicitari a 3,7 milioni \(+18%\)](#)
- [Bugo contro Morgan \(e viceversa\): evviva il festival dell'amicizia](#)