



ORTICOLA 2005 10 ANNI LA TRADIZIONE DEL FUTURO

Il 2005 è un anno particolarmente importante per la manifestazione che compie 10 anni; tutti contrassegnati da un costante e continuo successo, sia di pubblico sia di espositori, entrambi più che triplicati dal 1996, anno d'esordio.

Nel corso del decennio, Orticola ha messo in mostra quanto di nuovo segnava l'evoluzione dello stile nel giardino contemporaneo, senza peraltro perdere di vista le radici della cultura orticola italiana e della sua storia. Quest'anno riesce ad amalgamare immagini, colori, profumi e tradizioni del nostro paese con quelli di diverse culture, dando sempre spazio a chi si dedica con impegno alla ricerca del nuovo, non trascurando chi lavora con passione alla conservazione del patrimonio storico e a chi ricerca le rarità riservate ai collezionisti.

Orticola, mostra-mercato di fiori e piante, sostiene e privilegia la coltivazione amatoriale senza escludere chi abbia saputo dare carattere di accurata pratica di cultura botanica a un'attività di ampio respiro commerciale.

L'evento è una delle iniziative dell'Associazione Orticola di Lombardia, che da più di 150 anni si adopera per promuovere la diffusione di una cultura botanica, attraverso la conoscenza delle piante da orto e da giardino, della storia dell'arte dei giardini e con la tutela del paesaggio naturale.

LA MOSTRA

ORTICOLA, mostra-mercato di fiori e piante insolite organizzata da Orticola di Lombardia e patrocinata dal Comune di Milano, si svolgerà da venerdì 6 a domenica 8 maggio 2005 dalle ore 10,00 alle ore 19,00 ai Giardini Pubblici di via Palestro, nello spazio davanti a Palazzo Dugnani.



LE NOVITÀ 2005

ORTICOLA DEI GIARDINI

Anche le piante più comuni, le più conosciute e quasi banali, con l'esperienza di creativi paesaggisti ed esperti vivaisti possono costituire immagini di grande effetto visivo, anche facili da realizzare e da curare.



Le profumate rose e i colorati gerani, i soleggiati cactus e il verde nascosto nell'ombra, le essenze che danno sapore e le erbacee che ravvivano gli angoli, le piante che spuntano dall'acqua e quelle che s'inerpicano fino al cielo, la frutta e gli agrumi, succosi, dolci e aspri al tempo stesso: a ognuno di loro sarà dedicato un giardino, strano, particolare, fantasioso, ma sicuramente italiano.



ORTICOLA WORLDWIDE

Un indonesiano accanto a un marocchino, una pianta abituata alla neve vicino a quella che non vive senza sole, un vaso di ceramica lavorato a poca distanza da quello di fango essiccato: **Orticola apre le porte a vivaisti e giardinieri provenienti da tutto il mondo, a testimonianza che il futuro di integrazione e armonia fra i popoli, in natura esiste da sempre.**



LE NOVITÀ 2005

ORTICOLA DEL PROFUMO

Viviamo freneticamente, sempre di corsa e in perenne lotta con il tempo. Parliamo, ascoltiamo, guardiamo, mangiamo, ma quante volte ci fermiamo ad ... annusare?

Orticola presenta gli aromi, i sentori, i profumi che rallegrano, curano, rilassano e aiutano a vivere meglio.



ORTICOLA DEL FUTURO

Sfiori un vaso, tocchi un fiore, digiti una parola e ... come per incanto appare un giardino, il tuo giardino, esattamente come lo volevi, esattamente quello che volevi.

È l'ingresso ufficiale di Orticola nel futuro mediatico e digitale: un grande schermo dotato di touch screen dove ognuno, con la semplice pressione delle dita, può creare, cambiare, realizzare il proprio verde virtuale.



L'INAUGURAZIONE

Il vernissage della mostra, esclusivamente a inviti, è, fin dai suoi esordi, un momento “ludico” elegante, importante e significativo, cui tutti ambiscono partecipare. Il mailing, cui sarà spedito l'invito, è composto da circa 1.800 persone appartenenti alla nobiltà e alta borghesia, soprattutto milanese e lombarda.

Organizzato nella splendida cornice del cortile di Palazzo Dugnani, l'inaugurazione riprende il connubio tra passato e innovazione. La serata s'inserisce, infatti, in modo armonico e in perfetta sintonia con l'ambiente storico e naturale circostante e il catering, che allestisce un buffet scenografico, propone ogni anno combinazioni particolari e nuove di aromi e sapori.

E ancora una volta l'alternanza di nuovo e antico è evidente: ad esempio nei cappelli e nelle acconciature floreali che le signore invitate, come da tradizione, indossano. Nel corso della serata saranno assegnati, da una giuria composta da esperti e tecnici, i premi ai vivaisti che hanno esposto la miglior collezione botanica e la pianta più significativa per rarità e bellezza, che hanno presentato la miglior esposizione per allestimento e cura dei dettagli e la collezione storica più importante.





FOCUS SU NONNI E NIPOTI



Proseguendo nel mix di novità e tradizione, i laboratori e i corsi, ormai di rito nelle tre giornate di Orticola, quest'anno saranno particolarmente dedicati agli anziani e ai bambini: nonni e nipoti, storia e futuro.



L'IMPEGNO SOCIALE

Continua la relazione tra passato e presente, infatti, ogni anno Orticola si propone rinnovata, ma qualcosa non è mai cambiato in questi dieci anni: **la volontà di aiutare e sostenere il verde cittadino.**

Dalla prima edizione, gli incassi provenienti dalla vendita dei biglietti di ingresso, sono sempre stati devoluti al restauro di aree e spazi verdi di Milano.

Dal 2002 Orticola partecipa al progetto quinquennale del Comune di Milano volto al restauro floreale dello storico giardino della Biblioteca Sormani di Milano.



L'EDIZIONE 2004

Anche in questo caso un intreccio tra passato e futuro. Ogni anno aumentano i visitatori e le novità presentate, ribadendo una tradizione che si ripete fin dalla prima edizione.

Ecco i numeri:

- **26.000** visitatori in tre giorni
- **1.500** invitati presenti all'inaugurazione
- oltre **100** giornalisti delle principali testate italiane
- **9.000** mq. occupati
- **120** espositori, provenienti sia dall'Italia sia dall'estero
- più di **15** novità botaniche presentate
- **30** tra laboratori e corsi gratuiti per adulti e bambini



Sono le cifre che permettono a Orticola di raggiungere ogni anno i vertici delle manifestazioni nazionali per la fama degli espositori, la qualità delle essenze in vendita e l'interesse del pubblico.



LA COMUNICAZIONE CAMPAGNA PUBBLICITARIA



Fin dagli inizi Orticola ha creduto nella comunicazione a 360 gradi per diffondere le sue informazioni e i suoi plus. Comunicazione, quindi, importante e accattivante, per diffondere i messaggi in maniera capillare e chiara, ma al tempo stesso curiosa e innovativa, che evidenzia le caratteristiche intrinseche e le novità della manifestazione, sottolineando la valenza positiva di una giornata trascorsa in un ambiente naturale e tranquillo.

Nel 2004 la **campagna pubblicitaria** è stata effettuata tramite pagine e tabellari, sia a colori sia in bianco e nero, su stampa quotidiana e periodica, nazionale e locale.

La pianificazione prevedeva 22 uscite:

Quotidiani:	2 uscite su “Corriere della Sera”	Periodici:	1 uscita su “Vivimilano”
	2 uscite su “La Repubblica”		1 uscita su “Tuttomilano”
	2 uscite su “Il Giornale”		1 uscita su “Airone”
	3 uscite su “City”		1 uscita su “Bell’Italia”
	3 uscite su “Metro”		1 uscita su “Giardinaggio”
	4 uscite su “Leggo”		1 uscita su “Il Giardino Fiorito”



LA COMUNICAZIONE

UFFICIO STAMPA

L'ufficio stampa 2004 ha ottenuto uno strepitoso successo.

Sono state 120 le uscite, tra articoli, citazioni e brevi, dedicate alla manifestazione, pubblicate su 93 testate: il che sta a significare che 15 giornali hanno parlato di Orticola più di una volta.

14 quotidiani, 19 settimanali, 35 mensili hanno citato la mostra mercato almeno una volta, senza dimenticare il bellissimo servizio realizzato dal TG24 di Sky con intervista al Presidente del Comitato Organizzatore della Mostra Mercato, a quello di Orticola di Lombardia e a numerosi espositori.

Citiamo solo alcune testate:

Quotidiani:	Settimanali:	Mensili:
Corriere della Sera	Anna	Bell'Italia
La Repubblica	Io Donna	Case&Country
Il Giornale	D	Vogue
Il Sole 24 Ore	Famiglia Cristiana	Casaviva
Libero	Vivimilano	Elle Decor
Metro	Gioia	AD
City	Grazia	Ville Giardini
Leggo	Panorama	Glamour

Oltre a tutti gli specializzati:

da Gardenia a Giardinaggio, da Il Giardino Fiorito a Casa in Fiore.



anna casaviva

city ELLE DECOR

CORRIERE DELLA SERA

GRAZIA GIOIA

Gardenia

la Repubblica

VIVIMILANO

VilleGiardini

COUNTRY

LE COLLEZIONI

Dal 2003, Orticola firma alcuni oggetti particolari e originali, creati in esclusiva per la mostra da professionisti e artigiani.

Le proposte 2004 comprendevano: la collezione "argenti" realizzata dall'Argenteria Dabbene (portacandele e portachiavi), la collezione "rattan" realizzata da Nella Longari (il cesto degli attrezzi e il carrello per il giardinaggio) e, novità assoluta, lo "speciale bambini" composto dagli allegri stivaletti per la pioggia e i kit a forma di animali realizzati da Ingegnoli per insegnare ai più piccoli l'arte del giardinaggio.

Sono allo studio nuove proposte per arricchire e ampliare le collezioni, che saranno in vendita durante la mostra.



IL CATALOGO

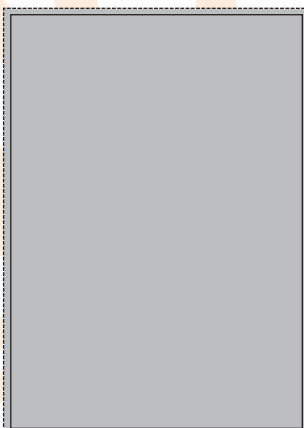
Il catalogo della mostra, stampato in 24.000 copie, è distribuito gratuitamente durante il vernissage e alle casse nei tre giorni di mostra.

Rinnovato completamente nel 2003, è realizzato in formato cm. 12 x 17 a colori ed è composto da un minimo di 44 pagine, che possono essere ampliate in base alle esigenze tecniche e informative del Comitato Organizzatore della Mostra Mercato.

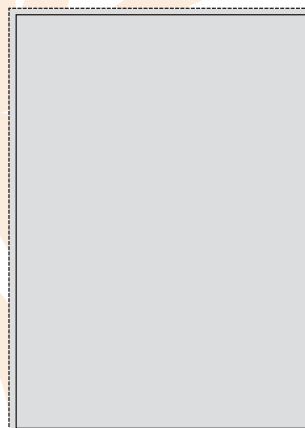
FORMATI PER IL CATALOGO



Copertina
Formato cm 12 x 17



IV° di copertina 4 colori
Formato cm 12 x 17
più abbondanza di 3 mm sui 4 lati



Pagina interna 4 colori
Formato cm 12 x 17
più abbondanza di 3 mm sui 4 lati

SPECIFICHE TECNICHE PER LA STAMPA DELLE PAGINE PUBBLICITARIE SUL CATALOGO 2005

- **File** realizzati per Macintosh con x-press 5/FreeHand 10/Photoshop 6 e loro versioni precedenti
- **Immagini** salvate a 4 colori (CMYK) a 300 dpi/pollice, in formato eps (jpeg qualità alta) o tiff
- **Font** allegati
- **Supporti utilizzabili** CD-Rom
- **Prove colore** cromalin
- **Termine ultimo per prenotazione pagine: 26 febbraio 2005**
- **Termine ultimo di consegna materiale: 31 marzo 2005.**

Per informazioni e prenotazioni contattare:
Giovanna De Michelis - Kroma
Tel. 02 76113130 - 02 7385199 / Fax 02 7385196
giovanna.demichelis@kromacomunicazione.it



LINEE GUIDA PER PARTNERSHIP

Gli interventi di uno o più partner, che non saranno concorrenziali fra loro, possono essere declinati nelle diverse fasi e momenti della manifestazione, scegliendo singole ipotesi o abbinandole tra loro.

L'impegno economico relativo sarà quantificato in base alla scelta effettuata dal partner.

Tutti i partner saranno citati nella pagina di ringraziamento inserita nel catalogo e le loro iniziative saranno comunicate in base alle alternative scelte.

Le ipotesi di intervento riguardano:

Catalogo

- Pagina pubblicitaria interna a 4 colori
- IV^a di copertina a colori
- Quartino publiregionale 4 colori pagine centrali

Inaugurazione

- Inserimento logo su biglietto invito
- Disponibilità di biglietti invito per propria clientela
- Spazio espositivo per cartellonistica o piccolo stand nella serata di giovedì
- Distribuzione di materiale promozionale e informativo
- Organizzazione di "micro-evento nell'evento"
- Supporto al servizio catering con prodotti alimentari

Campagna pubblicitaria

- Inserimento logo su pagine pubblicità tabellari
- Co-partecipazione alla pianificazione pubblicitaria

Ufficio stampa

- Inserimento scheda informativa in cartella stampa diffusa ai media
- Attività di Ufficio Stampa con inserimento della partnership su comunicato stampa ufficiale e su scheda informativa in cartella stampa diffusa ai media

Mostra-Mercato

- Spazio espositivo nei tre giorni di mostra
- Organizzazione di micro-eventi promozionali durante i tre giorni di mostra

Promozione

- Inserimento logo su biglietto ingresso, locandine e volantini, cartellonistica e shopper

Le collezioni

- Creazione di oggetti in esclusiva per Orticola con vendita durante la mostra

