

WORLD CAFÈ

SCHEDA PROGRAMMA

ESTA-DRINK

Video su Youtube dove viene realizzato e assaggiato un cocktail con dirette social nel periodo estivo e contenuti extra su Instagram

• **GRUPPO:** Cucina / Stagione Estiva

• **PARTECIPANTI**

1. Paola Galassi, Scambiamenti
2. Ilaria Cantoni, Gruppo Holden, lavora nella Comunicazione
3. Zoé Ruggieri, Studentessa, ha già lavorato in radio

• **TIPO di programma e PIATTAFORMA utilizzata**

- Video breve, da editare e postare su Youtube breve
- Pubblicazione di contenuti secondari legati al drink su Instagram (storie, video, reels) e Tik Tok
- SOLO NEL PERIODO ESTIVO: Dirette social (Instagram e/o Facebook)

• **FREQUENZA & DURATA**

- Il video su Youtube esce ogni due settimane in un giorno fisso, ad esempio venerdì ore 18.00, da Aprile a Dicembre.
- Durante l'estate abbinare anche due dirette social al mese, da programmare e concordare prima con il titolare del locale perché possa essere presente

Durata: 20 minuti massimo, anche meno

• **CHI? In senso generale: Chi conduce? Chi parla? Si interviene? Ci sono ospiti? Di che tipo?**

- Una persona che sta dietro alla videocamera
- un presentatore che conduce e che interagisce attivamente
- Il bartender che fa il cocktail
- Il titolare (a meno che non sia egli stesso la persona che prepara il cocktail)



CERVIA
ON AIR

Regione Emilia-Romagna
Con il contributo della Legge regionale 15/2018



<https://www.facebook.com/CerviaOnAir>

Per le dirette saltuarie si valuta di rispondere alle domande interagendo con il pubblico.

● **STRUTTURA** *(Come si svolge una puntata tipo?)*

- Presentazione del drink, del locale e della persona che crea il drink
- Breve storia del drink
- Ingredienti
- Ricetta
- Assaggio
- Invito a provare
- Bevi responsabilmente!

Se è una diretta: Risposte alle domande/curiosità se ci sono.
Contenuto extra: promozione del locale.

● **COME AVVIENE IL COINVOLGIMENTO DELLE PERSONE?**

- Promozione e coinvolgimento tramite canali social
- Sondaggi su Instagram per chiedere opinioni su quali Cocktail / Locali proporre nelle puntate successive
- Coinvolgimento dei titolari e dei locali della zona, che ottengono pubblicità e si sentono parte della community
- Quando ci sono le dirette il coinvolgimento avviene in automatico, può essere un programma dedicato anche ai turisti
- Occasione per parlare della Web Radio in un programma che è rivolto in generale a tutti, anche ai turisti

● **COME PROMUOVIAMO IL PROGRAMMA?** *(ad esempio: su quali social e con quali contenuti? Anche nel mondo reale? Collaborazioni? Eventi? Associazioni?)*

- Su Instagram pubblichiamo contenuti relativi al drink della settimana per promuovere il programma, pubblicare anche la storia durante la registrazione del video
- Collaborazione con alcuni locali della città e studenti dell'Istituto alberghiero

● **COSA PRODUCE SUL LUNGO TERMINE?** *(ad es. dopo sei mesi di attività o più)*

- Coinvolgimento dei giovani target 18-35 anni.
- Promozione della radio, dei locali della zona, di Cervia come località per giovani
- Gli esercenti vorranno partecipare per far parte dello storico dei locali citati e ricevere pubblicità extra

● **ALTRE NOTE E INDICAZIONI VARIE:**

Ospitare un evento in presenza ogni tanto nei locali della zona.
Ovviamente il Cocktail si considerano anche analcolici.



CERVIA
ON AIR

Regione Emilia-Romagna
Con il contributo della Legge regionale 15/2018



<https://www.facebook.com/CerviaOnAir>