



## Focus Sponsorizzazioni PromoP.A. \_Agosto 2009\_ QUESITI

D.: Ho partecipato al seminario sulla “sponsorizzazione nella PA”.

Volevo chiedere ulteriori informazioni in merito all’esperienza citata del comune di Roma in tema “campagna informazioni”, ovvero il questionario da loro elaborato e proposto ai dirigenti di aziende private sulla propensione alle sponsorizzazioni, aree di interesse,...

Vi ringrazio per la collaborazione.

Cordiali saluti.

R.: Sinteticamente il questionario era organizzato con una prima sezione anagrafica, attraverso la quale si richiedevano ai diversi destinatari del questionario di fornire i propri riferimenti. Questa sezione serviva a creare la rubrica dei contatti. Le sezioni successive erano volte ad identificare il settore merceologico dell'azienda, il proprio target di riferimento e gli obiettivi di mercato perseguiti con la comunicazione. Inoltre una sezione molto approfondita risultava dedicata alla rilevazione degli strumenti di comunicazione maggiormente utilizzati dall'azienda e la loro eventuale diversificazione a seconda dei prodotti (nel caso di azienda che produca prodotti differenti), del periodo dell'anno in cui si concentra l'attività di comunicazione/promozione e del target che si intende raggiungere.

Un'altra sezione era dedicata alla rilevazione di eventuali precedenti esperienze di sponsorizzazione, indagando settore/ambiti di interesse/esperienza già maturata, modalità di gestione ritenute più efficaci, tempi tecnici per l'attivazione delle sponsorizzazioni e infine sistemi di misurazione dell'efficacia della collaborazione posta in essere.

Nell'ultima sezione si richiedevano le modalità preferite (ponendole come suggerimenti da parte dell'azienda all'amministrazione) di contatto/proposta da parte della PA nei confronti dell'azienda potenziale sponsor.

Il questionario (in tutto 4 pagine con domande a scelta multipla, alcuni delle quali potevano avere più risposte tra quelle indicate) era preceduto da una breve lettera di presentazione dell'amministrazione, della sua volontà di avvalersi dello strumento delle sponsorizzazioni, al fine di realizzare una serie di attività, del questionario e delle modalità di compilazione dello stesso. La lettera inoltre era firmata dal vertice dell'amministrazione, così da rinforzarne l'effetto con l'assunzione di impegni direttamente da parte del massimo rappresentante dell'amministrazione stessa.