

LO ZECCHINO D'ORO NELLA RETE NAZIONALE DEI CC

Nel 2019 nasce il primo ufficiale Casting Tour con numeri impressionanti e tanta partecipazione.

Dici **Zecchino d'Oro** e pensi a Mago Zurlì e ai Quarantaquattro gatti... Nel tempo tuttavia la rassegna internazionale di canzoni per bambini più famosa in Italia, che proprio nel 2019 ha festeggiato i primi **sessant'anni di vita**, si è evoluta e, pur mantenendo il suo spirito originario, ha saputo rinnovarsi. La grande novità legata all'edizione dello Zecchino d'Oro di quest'anno è la nascita di un **Casting Tour** all'interno di centri commerciali affidato alla imponente rete commerciale di **Alla Vigna**, azienda leader nel mondo dell'organizzazione di eventi nei **centri commerciali**.

I NUMERI IMPRESSIONANTI DEL CASTING TOUR - Il risultato finale di un format innovativo e coraggioso è stato più che positivo. Il Casting Tour dello Zecchino d'Oro si è protratto per più di **cinque mesi** (da febbraio a metà luglio) per un totale di ben **quaranta giorni di eventi** sparsi lungo tutto lo Stivale, da Milano a Palermo, da Pescara a Cagliari. In totale sono stati provinati **3.744 bambini**, per una **media di 133 provini** effettuati all'interno di ogni data ([video sintesi](#)). Per la seconda fase dei casting sono stati selezionati soltanto **479 bambini** per la trasmissione televisiva, ridotti ulteriormente ad **80** per il terzo ed ultimo step di selezione. Sono stati coinvolti ben **28 centri commerciali** ([calendario](#)) e, com'è facilmente immaginabile, la macchina organizzativa è stata imponente con oltre **35 collaboratori interni** impegnati, tante società di gestione, direttori, uffici stampa ed un duro lavoro di **commercializzazione** durato oltre quattro mesi prima della effettiva partenza a febbraio 2019.



UN FORMAT NUOVO E DI SUCCESSO - Fino allo scorso anno lo Zecchino d'oro aveva sempre svolto i suoi casting in palcoscenici tradizionali, come studi televisivi o teatri. Per la prima volta nel 2019 la direzione del celeberrimo Festival canoro ha deciso di cambiare rotta e di proporre un format al passo coi tempi con l'obiettivo di aumentare il **raggio di visibilità** e di consentire una **maggiore affluenza di partecipanti**. Da qui la decisione di provare ad appoggiarsi ad alcuni tra i centri commerciali più importanti d'Italia, ovvero location capienti, fornite di tanti servizi e facilmente accessibili. Da qui la decisione nell'estate del 2018 di iniziare una **grande partnership** con Alla Vigna, che all'interno dei centri commerciali aveva già gestito casting di impatto nazionale come quelli della Prova del Cuoco, del Grande Fratello, di Caduta Libera e delle Winx. Anche per Alla Vigna si è trattata di una grandissima **sfida ambiziosa e difficile**, tenendo conto anche della molteplicità di aspetti da seguire (dalla contrattualistica all'allestimento, dagli impianti audio-luci-video alla sicurezza, da centinaia di famiglie a decine di cori e scuole di danza, dal grande numero di CC aderenti alle diverse fisiologiche esigenze dell'Antoniano).

ISCRIZIONI ONLINE, LIVE SHOW E LABORATORI IN GALLERIA - La prima grande novità proposta è stata quella delle iscrizioni online: attraverso un software inserito nel [sito ufficiale](#) dello Zecchino D'Oro, ogni famiglia italiana ha avuto la possibilità di **iscrivere online** i propri figli ai casting, scegliendo il giorno, la fascia oraria e la location desiderati. Gli utenti hanno risposto in massa a questa iniziativa e la percentuale totale delle adesioni giunte dalla rete internet è stata addirittura dell'**91,5%**. I provini dei bambini sono stati accostati (altra novità assoluta) assieme a dei pomeriggi di **live show**, con protagonisti le **scuole di canto e di ballo del territorio**. Ovviamente anche le esibizioni live avevano come tema i principali successi del repertorio dello Zecchino d'Oro ed il risultato conclusivo è stato uno show musicale emozionante, completo a 360 gradi e molto partecipato. Infine, ultimo elemento introdotto, i **laboratori creativi** all'interno delle giornate dei casting. Elementi specializzati dello staff operativo di Wobinda hanno tenuto attività di scrittura, ascolto, giochi e disegno dedicate ai bambini, arricchendo ulteriormente l'offerta di **entertainment** per il numeroso pubblico accorso.



FOOTFALL E FIDELIZZAZIONE - I centri commerciali che hanno aderito al tour hanno potuto beneficiare della **positiva reputazione** legata al nome dello Zecchino d'Oro e nelle giornate degli eventi hanno assistito ad un netto incremento del **footfall**. Molte delle famiglie accorse che non conoscevano a pieno il centro commerciale, in occasione dello Zecchino, hanno potuto finalmente scoprire con calma le **gallerie** ed i numerosi **punti vendita**: in poche parole questo tour è stata un'occasione preziosa per i centri commerciali di **fidelizzare** il pubblico locale anche al di là del singolo evento.

ALLA VIGNA SRL

società unipersonale - direzione e coordinamento Gest Srl

56021 - Cascina (PI) - via Olanda, 6 - P.IVA e CF 02070310509

capitale sociale 10.000,00 € interamente versato - REA di Pisa n° PI - 178514

N	CENTRO COMMERCIALE	PROVINCIA	TOTALE ISCRITTI ONLINE	PASSATI IN 2° FASE
1	CC POSEIDON	PALERMO	99	11
2	CC CENTRO SARCA	MILANO	106	10
3	CC ARSENALE	TREVISO	115	20
4	CC GRAN RONDÒ	CREMONA	84	6
5	CC MONDOVICINO	CUNEO	88	24
6	CC LE PORTE DI NAPOLI	NAPOLI	109	19
7	CC IBLEO	RAGUSA	155	16
8	CC LATINAFIORI	LATINA	107	19
9	CC VULCANO BUONO	NAPOLI	106	12
10	CC LE BOLLE	SALERNO	105	20
11	CC DUE MARI	CATANZARO	108	21
12	CC LE PORTE FRANCHE	BRESCIA	103	17
13	CC CENTRO D'ABRUZZO	CHIETI	105	24
14	CC CITTÀ DELLE STELLE	ASCOLI PICENO	107	29
15	CC KATANÈ	CATANIA	117	15
16	CC QUARTO NUOVO	NAPOLI	131	17
17	CC PARCO DA VINCI	ROMA	137	12
18	CC CREMONDA DUE	CREMONA	135	21
19	CC LE VELE & MILLENNIUM	CAGLIARI	133	21
20	CC AUCHAN MODUGNO	BARI	137	25
21	CC AUCHAN CASAMASSIMA	BARI	138	17
22	CC 45° NORD	TORINO	274	18
23	CC MAREMÀ	GROSSETO	145	20
24	CC TIBURTINO	ROMA	152	18
25	CC FANOCENTER	PESARO URBINO	80	7
26	CC AUCHAN P.S. ELPIDIO	FERMO	97	9
27	CC CENTROLUNA	LA SPEZIA	174	19
28	CC LA TORRE	PALERMO	137	12
TOTALE			3.484	479

INFORMAZIONI SU ALLA VIGNA - Alla Vigna è una delle agenzie leader in Italia nel business dell'organizzazione di eventi per i centri commerciali italiani. Il grappolo è il simbolo di appartenenza a quella terra, la Toscana, dove l'azienda risiede da oltre 10 anni. Alla Vigna si occupa da sempre di organizzare tantissimi eventi (core business) per tutti i tipi di target: bambini, ragazzi e famiglie. Grazie ad una storica partnership consolidata con tutte le principali major discografiche, Alla Vigna ha sempre curato centinaia di instore tour nazionali della maggior parte dei cantanti italiani come ad esempio recentemente: Guè Pequeno, Sfera Ebbasta, Il Volo, Fedez, Alessandra Amoroso, Emma Marrone, Marco Mengoni, Salmo, Francesco Renga, Alessandra Amoroso, Gianni Morandi e tantissimi altri. La media annuale è di circa 320 eventi, in particolare 337 solo nel 2018 ([video mix di fine anno](#)). Oltre al ramo degli eventi Alla Vigna è attiva anche nell'ambito degli allestimenti, del marketing a 360° e della musica tramite la sua esclusiva e particolare Music Factory.

LINKS

[SITO](#) / [FACEBOOK](#) / [INSTAGRAM](#) / [TWITTER](#) / [LINKEDIN](#) / [YOUTUBE](#)

CONTATTI UFFICIO STAMPA

Ilaria Valdiserra
+39 050 70 21 67
press@allavigna.com