

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ

ПО ОРГАНИЗАЦИИ ГАСТРОНОМИЧЕСКИХ И ЯРМАРОЧНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ,
НАПРАВЛЕННЫХ НА ПОПУЛЯРИЗАЦИЮ РОССИЙСКОЙ РЫБНОЙ ПРОДУКЦИИ

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Возможные форматы мероприятий	3
2. Организация самостоятельного мероприятия	6
2.1. Выбор локации и наличие инфраструктуры	7
2.2. Приглашение и работа с участниками фестиваля	9
2.3. Программа мероприятия	10
2.4. Информационное сопровождение	12
2.5. Логистика и обеспечение безопасности	14
2.6. Организация работы промо-персонала	17
2.7. Типовое дизайнерско-планировочное решение для тематических ярмарок и фестивалей	18
2.8. Планировка территории мероприятия	19
3. Организация тематической зоны рыбной кухни на мероприятии комплиментарной тематики	22
4. Организация тематической зоны рыбной кухни на массовом развлекательном мероприятии	26

1. ВОЗМОЖНЫЕ ФОРМАТЫ МЕРОПРИЯТИЙ

ПО НАПОЛНЕНИЮ:

Гастрономическое мероприятие

Ярмарочное мероприятие

Смешанный формат

ПО ФОРМАТУ ОРГАНИЗАЦИИ:

Самостоятельное мероприятие

Тематическая зона рыбной кухни

- на мероприятии комплиментарной тематики
- на массовом развлекательном мероприятии

ГАСТРОНОМИЧЕСКОЕ МЕРОПРИЯТИЕ

ЦЕЛЬ

- ✓ Получение посетителями нового опыта потребления блюд из рыбы и морепродуктов
- ✓ Повышение уровня компетенций потребителей в области обращения с рыбной продукцией
- ✓ Популяризация рыбы и морепродуктов как неотъемлемой составляющей рациона питания

НАПОЛНЕНИЕ

- ✓ Приготовление и реализация блюд из рыбы и морепродуктов
- ✓ Реализация рыбной продукции и сопутствующих товаров
- ✓ Образовательная и развлекательная программа (лекции, мастер-классы, кулинарные шоу)

УЧАСТНИКИ

- ✓ Предприятия общественного питания
- ✓ Производители рыбной продукции (как правило, деликатесов)
- ✓ Производители сопутствующих товаров

ЯРМАРОЧНОЕ МЕРОПРИЯТИЕ

ЦЕЛЬ

- Предоставить потребителям возможность приобрести широкий ассортимент качественной рыбной продукции по доступным ценам
- Повысить уровень компетенций потребителей в области разнообразия рыбной продукции
- Популяризация рыбы и морепродуктов как неотъемлемой составляющей рациона питания

НАПОЛНЕНИЕ

- Реализация рыбной продукции
- Реализация сопутствующих товаров

УЧАСТНИКИ

- Производители рыбной продукции
- Предприятия розничной торговли
- Производители сопутствующих товаров

2. ОРГАНИЗАЦИЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОГО МЕРОПРИЯТИЯ

2.1. ВЫБОР ЛОКАЦИИ И НАЛИЧИЕ ИНФРАСТРУКТУРЫ

Для проведения фестиваля/ярмарки лучше всего подходят площади, парки, набережные и улицы в центральной части города, где традиционно проходят большие городские мероприятия и которые ассоциируются у жителей с праздниками. Важно учесть расположение сцен, зон отдыха и других ключевых точек мероприятия.

Площадка должна быть обеспечена необходимой инфраструктурой или иметь возможность её организации, а именно:



ЭНЕРГОСНАБЖЕНИЕ

Оборудование ресторанных и торговых павильонов потребляет значительную мощность, что требует надёжного и стабильного электроподключения. Для этого следует обратиться в городскую электросетевую компанию для проработки оптимального решения, включающего резервное электроснабжение в виде дизель-генераторных установок.



ВОДОСНАБЖЕНИЕ И ВОДООТВЕДЕНИЕ

Как правило, организация полноценного водоснабжения и водоотведения на центральных площадках города затруднена. Необходимо предусмотреть временные решения, так как для работы ресторанных и торговых павильонов этот вопрос критичен.



СБОР МУСОРА

Большое количество посетителей генерирует значительный объём отходов, особенно в зоне приготовления пищи. Необходимо продумать чёткий регламент сбора и вывоза мусора, чтобы избежать его накопления.

2.2. ПРИГЛАШЕНИЕ И РАБОТА С УЧАСТНИКАМИ ФЕСТИВАЛЯ



ПРИВЛЕЧЕНИЕ РЕСТОРАНОВ

Для приглашения участников необходимо заранее организовать открытый приём заявок на сайте фестиваля/ярмарки, а также обратиться в местные ресторанные объединения и холдинги с предложением принять участие. Главное условие — использование только российской рыбы и рыбной продукции в предлагаемых блюдах.



ПРИВЛЕЧЕНИЕ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ

Помимо гастрономических павильонов, на фестивале/ярмарке следует предусмотреть участие производителей рыбной продукции, а также сувениров, ремесленных и иных сопутствующих товаров.



ГАСТРОНОМИЧЕСКОЕ МЕНЮ

Для удовлетворения запросов большой аудитории мероприятия необходимо предоставить ей большой выбор различных вариантов кухонь и способов приготовления рыбы и рыбной продукции. Важно, чтобы предлагаемые блюда были приготовлены наиболее полезными для здоровья способами (запекание, варка, приготовление на пару и на гриле).

2.2. ПРИГЛАШЕНИЕ И РАБОТА С УЧАСТНИКАМИ ФЕСТИВАЛЯ



УСЛОВИЯ УЧАСТИЯ И КОНТРОЛЬ КАЧЕСТВА

Для участников фестиваля/ярмарки необходимо разработать чёткие условия работы и осуществлять контроль их соблюдения:

- стоимость аренды торгового места;
- соблюдение требований к оформлению точки продаж;
- соблюдение стандартов приготовления и подачи блюд.



ОПТИМАЛЬНАЯ ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА

Доступные цены привлекают больше гостей, рекомендуется учитывать средний чек целевой аудитории мероприятия.

2.3. ПРОГРАММА МЕРОПРИЯТИЯ

Насыщенная образовательная и развлекательная программа, анонсированная заранее, позволит привлечь большее число посетителей, увеличить среднее время их пребывания на мероприятии, а следовательно, повысит его эффективность с т.з. популяризации потребления российской рыбной продукции.

Программа может включать (но не ограничиваться) следующие виды мероприятий:

КУЛИНАРНЫЕ МАСТЕР-КЛАССЫ

Одним из лучших форматов мероприятий для популяризации рыбы и рыбной продукции является мастер-класс от шеф-повара по способам разделки и приготовлению российской рыбы. Участие известного шеф-повара дополнительно усилит эффект от мероприятия. Заблаговременное анонсирование позволит привлечь бóльшую аудиторию мероприятия.

ДЕГУСТАЦИИ

Бесплатные дегустации мини-порций рыбных блюд, представленных на фестивале, позволят посетителям расширить свой «гастрономический кругозор», получить новый опыт и определиться с приобретением полноценных блюд, представленных участниками фестиваля. Аналогичный подход можно использовать в ярмарочной зоне фестиваля, что будет также стимулировать продажи продукции.

ГАСТРОНОМИЧЕСКИЕ КОНКУРСЫ

Для многих посетителей кулинария является любимым хобби. Предоставьте им возможность продемонстрировать свои кулинарные таланты, организуйте зоны гастрономических конкурсов (самый вкусный рецепт, самое быстрое приготовление блюда и т.д.). Жюри или зрители смогут попробовать блюда участников и определить победителя, для которого необходимо предусмотреть специальные призы (различные наборы посуды для приготовления, фирменный мерч фестиваля и т.д.)

2.3. ПРОГРАММА МЕРОПРИЯТИЯ



ЛЕКЦИИ И ПУБЛИЧНЫЕ ВЫСТУПЛЕНИЯ

Фестиваль – это возможность популяризации среди посетителей пользы потребления рыбы и рыбной продукции. Для этого можно организовать встречи с диетологами и нутрициологами, которые расскажут о полезных свойствах рыбы и рыбной продукции.



РАЗВЛЕКАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА

Фестиваль - это городской праздник. Целесообразно дополнить его развлекательной программой с живыми выступлениями артистов. Они также могут учитывать тематику мероприятия.



ДЕТСКИЕ ЗОНЫ

Значительную часть аудитории уличных фестивалей составляют семьи с детьми. Организация для самых маленьких посетителей мастер-классов и игровых тематических активностей – это коммуникация с будущими покупателями.

2.4. ИНФОРМАЦИОННОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ

Успех проведения мероприятия во многом зависит от его информационного сопровождения.

САЙТ МЕРОПРИЯТИЯ

Позволит собрать всю информацию о мероприятии (время и место проведения, состав участников и партнеров, карту-схему фестиваля, программу мероприятий, информацию об организаторах, контактные данные и ссылки на социальные сети)

SMM-ПРОДВИЖЕНИЕ

Страницы/каналы мероприятия в Telegram и VK позволят оперативно информировать аудиторию о ходе подготовки мероприятия, о его участниках, дополнениях в программе мероприятий, вести трансляции непосредственно во время события и т.д. Все это позволит увеличить аудиторию мероприятия. Используйте хэштеги связанные с мероприятием для быстрого поиска контента связанного с фестивалем

МЕДИЙНАЯ ПОДДЕРЖКА

Для большего охвата аудитории заключите партнерство с местными СМИ.

РЕКЛАМА

Одним из успешных инструментов привлечения внимания к мероприятию является реклама в местах большого скопления людей. Для этого могут использоваться не только уличные носители, но и общественный транспорт, предприятия торговли, общественного питания, и др.

2.4. ИНФОРМАЦИОННОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ

РАССЫЛКИ

Рекомендуется сделать информационную рассылку с приглашением на мероприятие по всем городским организациям.

! Обязательно воспользуйтесь возможностями участников и партнеров фестиваля в любых каналах (соц медиа, сайты, реклама на местах и тп) для увеличения охвата анонсов события.

ПОСТ-КАМПАНИЯ

После мероприятия важно сохранить интерес аудитории и заложить основу для будущих фестивалей:

- Создание динамичного видеоролика о мероприятии;
- Фотогалерея с основными моментами фестиваля;
- Репортажи и интервью с участниками и посетителями;
- Подготовка тизеров будущего мероприятия.

2.5. ЛОГИСТИКА И ОБЕСПЕЧЕНИЕ БЕЗОПАСНОСТИ

Гастрономический фестиваль/ярмарка – это охватное городское мероприятие, которые собирает большое количество посетителей, что в свою очередь требует особого внимания к вопросам логистики и безопасности. Этот процесс включает в себя тщательное планирование входных зон, транспортной доступности, санитарных норм, медицинского обслуживания и охраны общественного порядка.



ОРГАНИЗАЦИЯ ВХОДНЫХ ЗОН

Правильно организованные входные зоны помогают избежать скопления посетителей, минимизировать очереди и обеспечить удобный доступ к территории фестиваля.

Разделение потоков посетителей

Отдельные входы для гостей, участников и персонала

Пункты информации

Размещение волонтеров или сотрудников, которые помогут посетителям сориентироваться, подскажут, где расположены основные зоны фестиваля

Контроль на входе

Проверка безопасности с использованием металлодетекторов и досмотра ручной клади, предотвращение проноса запрещенных предметов (стекло, алкоголь, оружие)



ТРАНСПОРТНАЯ ДОСТУПНОСТЬ

Обеспечение удобного и безопасного подъезда транспорта гостей и участников

Зоны разгрузки и загрузки

Создание выделенных коридоров для участников фестиваля, поставщиков продуктов, оборудования, мебели

Общественный транспорт

Увеличение числа общественного транспорта в день фестиваля (автобусы, маршрутки)

Навигация по территории

Указатели, стенды с картой фестиваля, разметка дорог и пешеходных маршрутов.

2.5. ЛОГИСТИКА И ОБЕСПЕЧЕНИЕ БЕЗОПАСНОСТИ



САНИТАРНЫЕ НОРМЫ

Соблюдение санитарных требований необходимо для предотвращения возникновения инфекционных заболеваний и обеспечения чистоты на территории фестиваля.

Контроль за санитарным состоянием точек питания

Соблюдение температурных режимов хранения продуктов, санитарных норм для персонала (наличие медицинских книжек, использование одноразовых перчаток и фартуков).

Установка биотуалетов

Расчет кабинок исходя из нормы: 1 туалет на 100 человек, регулярная уборка и дезинфекция.

Обеспечение чистоты на фуд-кортах

Установка контейнеров для сбора мусора, сортировка отходов, своевременная уборка территории.

Вывоз мусора

Организация утилизации отходов, заключение договоров со специализированными службами



МЕДИЦИНСКИЙ ПУНКТ

Наличие медицинской помощи на мероприятии обязательно, особенно если фестиваль проходит в жаркое время года или предполагает массовое скопление посетителей.

Присутствие кареты скорой помощи

Оперативное реагирование на возможные экстренные ситуации

Подготовка персонала и волонтеров

Базовый инструктаж по оказанию первой помощи

Профилактика тепловых ударов

Наличие зон с питьевой водой, теневых укрытий, вентиляторов или охлаждающих установок.

2.5. ЛОГИСТИКА И ОБЕСПЕЧЕНИЕ БЕЗОПАСНОСТИ



ОХРАНА И КОНТРОЛЬ ПРАВОПОРЯДКА

Обеспечение безопасности на мероприятии является одной из ключевых задач организаторов, особенно при большом скоплении посетителей

Привлечение охранных компаний (ЧОП)

Обеспечение порядка на входе, в ключевых зонах (фуд-корты, сцены, зоны отдыха)

Присутствие полиции

Взаимодействие с правоохранительными органами для патрулирования территории, предотвращения возможных нарушений

Контроль противопожарной безопасности

Наличие огнетушителей, гидрантов, эвакуационных выходов, обучение персонала действиям в случае пожара.

Работа с системой видеонаблюдения

Установка камер для мониторинга ситуации в режиме реального времени.

Экстренная эвакуация

Разработка и согласование схемы выхода с территории фестиваля в случае ЧС, обозначение аварийных выходов и путей эвакуации.

2.6. ОРГАНИЗАЦИЯ РАБОТЫ ПРОМО-ПЕРСОНАЛА

Важная часть работы мероприятия – это работа его промо-персонала.

Живая реклама и взаимодействие с аудиторией значительно повышают узнаваемость фестиваля.

ОТБОР И ОБУЧЕНИЕ ПЕРСОНАЛА

Промоутеры должны хорошо разбираться в меню ресторанов участников, уметь привлекать посетителей, а также знать территорию фестиваля, чтобы помогать посетителям на нём ориентироваться

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ФИРМЕННОЙ ОДЕЖДЫ

Персонал необходимо обеспечить фирменной одеждой (мерчем), согласно разработанному брендбуку.

ПРОВЕДЕНИЕ ИНТЕРАКТИВНЫХ АКТИВНОСТЕЙ

Проведение интерактивных активностей промо-персонал должен быть проинструктирован о правилах и особенностях проведения конкурсов, бесплатных дегустаций, работы фотозоны

РАЗДАЧА ИНФОРМАЦИОННЫХ БУКЛЕТОВ

Важной задачей промо-персонала является раздача информационных буклетов с информацией о полезных свойствах рыбы и важных особенностях её выбора и хранения. Персонал должен уметь вкратце рассказать о содержании буклетов

КОНТРОЛЬ РАБОТЫ ПРОМОУТЕРОВ

Для контроля работы промо-персонала необходимо нанять менеджера, который будет ответственен за всю промо-группу и будет контролировать время и качество её работы.

2.7. ТИПОВОЕ ДИЗАЙНЕРСКО-ПЛАНИРОВОЧНОЕ РЕШЕНИЕ ДЛЯ ТЕМАТИЧЕСКИХ ЯРМАРОК И ФЕСТИВАЛЕЙ

Оформление мероприятия – его неотъемлемая составляющая, придающая визуальную целостность проводимому мероприятию. С этой целью разработано **типовое дизайнерско-планировочное решение для тематических ярмарок и фестивалей (Приложение №1)**, которое включает в себя визуальные решения по оформлению основных зон и элементов мероприятия вместе с **техническим проектом на возводимые конструкции (Приложение №2)**.

Приложение №3 включает в себя макеты специальной рекламно-сувенирной продукции (мерч).

Промо-персонал должен быть одет в специальный мерч фестиваля (толстовка\футболка и бейсболка).

Также на территории фестиваля один из торговых павильонов можно определить для продажи рекламно-сувенирной продукции фестиваля.

! При оформлении площадки необходимо строго следовать разработанному решению, **любые изменения должны быть согласованы центром компетенций (АНО «АПП»).**

2.8. ПЛАНИРОВКА ТЕРРИТОРИИ МЕРОПРИЯТИЯ

При организации фестиваля, особое внимание необходимо уделить его планировке, которая должна отталкиваться от площадки его проведения.

ОБЯЗАТЕЛЬНЫЕ ЗОНЫ МЕРОПРИЯТИЯ:

Зона торговых павильонов — в данной зоне размещаются рестораны участников. При её организации важно контролировать, чтобы представленные кухни и способы приготовления рыбы – чередовались между собой, создавая ощущение разнообразия представленных блюд. Единственным исключением могут стать рестораны, использующие для готовки блюд «открытый огонь» или барбекю, что обусловлено вопросом пожарной безопасности. Помимо ресторанов участников в данной зоне размещаются производители рыбной продукции, специй, соусов и других продуктов, применяемых при приготовлении рыбных блюд. Также в данной зоне можно разместить производителей ремесленных и сувенирных товаров.

Зоны приема пищи и отдыха — помимо самих торговых павильонов и уличных кухонь, необходимо обеспечить достаточное количество столиков, лавочек и навесов от солнца для удобства и комфорта гостей. При организации данных зон важно не концентрировать все объекты в одной точке, а располагать равномерно по всей территории фестиваля.

Зона лекций и мастер-классов — в данной зоне необходимо установить большую шатровую конструкцию, которая позволит расположить зону кухни для проведения мастер-классов от шеф-поваров и посадочные места для зрителей (не менее 50). Также в данной зоне предполагается проведение лекций диетологов и нутрициологов, для этого необходимо её оснастить презентационным оборудованием и обеспечить постоянное присутствие технического специалиста, ответственного за управление мультимедийным оборудованием:

- светодиодный LED экран (рекомендуемый размер - не менее 3x2) м с видеомикшерным пультом, который необходимо разместить за открытой кухней, где будет проводиться мастер-класс шеф-поваров
- комплект звукоусиления (2 колонки не менее 800 Вт, микшерный пульт и 2 радиомикрофона, головной микрофон для шеф-повара, у которого будут заняты руки)
- ноутбук для вывода презентационных материалов и видео
- кликер для переключения слайдов

2.8. ПЛАНИРОВКА ТЕРРИТОРИИ МЕРОПРИЯТИЯ

ОБЯЗАТЕЛЬНЫЕ ЗОНЫ МЕРОПРИЯТИЯ:

Фотозона — конструкция изготавливается согласно утвержденному фирменному стилю фестиваля и устанавливается в точке с самой большой проходимостью. В данной зоне необходимо обеспечить работу промо-персонала, который будет предлагать посетителям сфотографироваться и выложить фотографии в свои социальные сети с отметкой аккаунта фестиваля. За это посетители могут получать флаеры на скидки или памятные подарки (мерч).

Медицинский пункт — на территории фестиваля в обязательном порядке должен находиться стационарный медицинский пункт или автомобиль скорой помощи для оказания экстренной помощи.

Техническая зона — для работы участников фестиваля необходимо создание отдельной технической зоны в виде шатровых конструкций с закрытыми боковыми поверхностями. В данной зоне для участников необходимо организовать складское пространство вместе с холодильным оборудованием для хранения продуктов, а также зону их разделки и заготовки. Размеры данной зоны и состав необходимого оборудования определяются после уточнения запросов по всем участникам фестиваля.

Зона сбора мусора и установки дизель — генераторных установок – в самой удаленной площадке фестиваля, необходимо оградить зону для точки сбора мусора со всей территории фестиваля, а также точки установки дизель-генераторных установок, которые могут быть как постоянной схемой энергоснабжения фестиваля, так и резервной.

Зона биотуалетов — данную зону необходимо располагать на удалении от зон «Ресторанного двора» и Зоны лекций и мастер-классов. Помимо биотуалетов необходимо продумать установку умывальников. Обеспечить её ограждение декоративной сеткой или другим материалом. На всех носителях навигации по территории фестиваля предусмотреть указание данной зоны.

2.8. ПЛАНИРОВКА ТЕРРИТОРИИ МЕРОПРИЯТИЯ

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ЗОНЫ МЕРОПРИЯТИЯ

при наличии возможностей площадки мероприятия, рекомендуются к размещению

Зона развлекательной программы — предлагается установка небольшой сцены с подиумом. Данная зона предназначена для выступления музыкальных групп, выступления приглашенных звездных гостей, награждений участников и других массовых развлекательных активностей.

Инфо-центр — данная зона может быть реализована в виде небольшой стойки, за которой необходимо обеспечить работу промо-персонала, задача которого - помогать посетителям с навигацией по территории фестиваля, информировать об участниках фестиваля, а также программе мероприятий.

3. ОРГАНИЗАЦИЯ ТЕМАТИЧЕСКОЙ ЗОНЫ РЫБНОЙ КУХНИ

НА МЕРОПРИЯТИИ КОМПЛИМЕНТАРНОЙ ТЕМАТИКИ

ТЕМАТИЧЕСКАЯ ЗОНА РЫБНОЙ КУХНИ НА МЕРОПРИЯТИИ КОМПЛИМЕНТАРНОЙ ТЕМАТИКИ

В течение года, особенно в летнее время, проводится большое количество гастрономических фестивалей. Как правило, на таких мероприятиях блюда из рыбы представлены в небольшом объеме. Возможно инициировать создание специальных тематических зон рыбной кухни в рамках таких мероприятий под условным названием «Рыбацкая деревня».

ВЫБОР ЛОКАЦИИ И НАЛИЧИЕ ИНФРАСТРУКТУРЫ

Тематическую зону необходимо органично интегрировать в уже существующую концепцию мероприятия, для этого необходимо изучить его схему и определить наиболее выигрышное с точки зрения проходимости место. Также необходимо узнать у организаторов мероприятия о наличии инфраструктуры необходимой для работы зоны (см. слайд 4).

НАПОЛНЕНИЕ ТЕМАТИЧЕСКОЙ ЗОНЫ

Наполнение тематической зоны должно исходить из возможностей площади, предлагаемой организаторами фестиваля, а также количества желающих принять участие ресторанов и производителей рыбной продукции, но не менее 8 павильонов из которых ориентировочно $\frac{1}{2}$ - рестораны, $\frac{1}{2}$ - производители. (См. слайды 14 – 16)

ОФОРМЛЕНИЕ ТЕМАТИЧЕСКОЙ ЗОНЫ

Оформление тематической зоны должно соответствовать разработанному типовому решению. (Приложение № 1 и Приложение № 2)
Принимая во внимание, что у общего гастрономического фестиваля, может быть свой собственный фирменный стиль, при необходимости, надо обсудить с организаторами возможности их интеграций.

ТЕМАТИЧЕСКАЯ ЗОНА РЫБНОЙ КУХНИ НА МЕРОПРИЯТИИ КОМПЛИМЕНТАРНОЙ ТЕМАТИКИ

ПРИГЛАШЕНИЕ И РАБОТА С УЧАСТНИКАМИ ТЕМАТИЧЕСКОЙ ЗОНЫ

Посетителям качественные, интересные и полезные блюда из российской рыбы и рыбной продукции. Помимо ресторанов в тематической зоне необходимо организовать несколько торговых павильонов с производителями рыбной продукции. (см. слайд 5)

ПРОГРАММА МЕРОПРИЯТИЙ И ИНТЕРАКТИВНЫХ АКТИВНОСТЕЙ

Помимо торговой части, важно уделить внимание событийной активности тематической зоны. Для этого с организаторами мероприятия необходимо обсудить возможности по интеграции мероприятий по рыбной тематике в общую программу фестиваля. Они могут быть разных форматов и для разных возрастных категорий. (см. слайды 6-7).

ИНФОРМАЦИОННОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ

Для того чтобы привлечь дополнительную аудиторию в тематическую зону, необходимо узнать у организаторов их возможности по рекламному продвижению и что из них можно использовать (см. слайд 8)

Помимо возможностей организаторов, необходимо задействовать собственные инструменты продвижения и рекламы.

ТЕМАТИЧЕСКАЯ ЗОНА РЫБНОЙ КУХНИ НА МЕРОПРИЯТИИ КОМПЛИМЕНТАРНОЙ ТЕМАТИКИ

ЛОГИСТИКА И ОБЕСПЕЧЕНИЕ БЕЗОПАСНОСТИ

Для хорошей и безопасной работы тематической зоны, необходимо узнать у организаторов все правила связанные с организацией логистики и безопасности фестиваля и четко следовать им. (см. слайды 9-11).

ОРГАНИЗАЦИЯ РАБОТЫ ПРОМО-ПЕРСОНАЛА

Большая часть успеха тематической зоны заложена в хорошей и качественной работе её промо-персонала. Живая реклама и взаимодействие с аудиторией значительно повышают узнаваемость зоны. (см. слайды 12).

4. ОРГАНИЗАЦИЯ ТЕМАТИЧЕСКОЙ ЗОНЫ РЫБНОЙ КУХНИ

НА МАССОВОМ РАЗВЛЕКАТЕЛЬНОМ МЕРОПРИЯТИИ

ТЕМАТИЧЕСКАЯ ЗОНА РЫБНОЙ КУХНИ НА МАССОВОМ РАЗВЛЕКАТЕЛЬНОМ МЕРОПРИЯТИИ

Помимо гастрономических фестивалей, большой популярностью у публики пользуются различные городские праздники, которые собирают десятки тысяч посетителей. В рамках таких мероприятий также часто организовывается зона общественного питания. Эти мероприятия являются удобным форматом для популяризации российской рыбы и рыбной продукции, для чего предлагается организовать небольших тематических зон рыбной кухни.

ВЫБОР ЛОКАЦИИ И НАЛИЧИЕ ИНФРАСТРУКТУРЫ

Тематическую зону необходимо органично интегрировать в уже существующую концепцию фуд-корта мероприятия, для этого необходимо изучить его схему и определить наиболее выигрышное с точки зрения проходимости место. Также необходимо узнать у организаторов мероприятия о наличии инфраструктуры необходимой для работы зоны (см. слайд 4).

НАПОЛНЕНИЕ ТЕМАТИЧЕСКОЙ ЗОНЫ

Наполнение тематической зоны должно исходить из возможностей площади предлагаемой организаторами фестиваля, а также количества желающих принять участие ресторанов, но не менее 5 торговых павильонов.
(См. слайды 14 – 16)

ОФОРМЛЕНИЕ ТЕМАТИЧЕСКОЙ ЗОНЫ

Оформление тематической зоны должно соответствовать разработанному типовому решению. (Приложение № 1 и Приложение № 2)

Принимая во внимание, что у мероприятия может быть свой собственный фирменный стиль, при необходимости, надо обсудить с организаторами возможности их интеграций.

ТЕМАТИЧЕСКАЯ ЗОНА РЫБНОЙ КУХНИ НА МАССОВОМ РАЗВЛЕКАТЕЛЬНОМ МЕРОПРИЯТИИ

ПРИГЛАШЕНИЕ И РАБОТА С УЧАСТНИКАМИ ТЕМАТИЧЕСКОЙ ЗОНЫ

Посетителям качественные, интересные и полезные блюда из российской рыбы и рыбной продукции. Помимо ресторанов в тематической зоне необходимо организовать несколько торговых павильонов с производителями рыбной продукции. (см. слайд 5)

ИНФОРМАЦИОННОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ

Для того чтобы привлечь дополнительную аудиторию в тематическую зону, необходимо узнать у организаторов их возможности по рекламному продвижению и что из них можно использовать (см. слайд 8)

Помимо возможностей организаторов, необходимо задействовать собственные инструменты продвижения и рекламы.

ЛОГИСТИКА И ОБЕСПЕЧЕНИЕ БЕЗОПАСНОСТИ

Для хорошей и безопасной работы тематической зоны, необходимо узнать у организаторов все правила связанные с организацией логистики и безопасности фестиваля и четко следовать им. (см. слайды 9-11).

ОРГАНИЗАЦИЯ РАБОТЫ ПРОМО-ПЕРСОНАЛА

Большая часть успеха тематической зоны заложена в хорошей и качественной работе её промо-персонала. Живая реклама и взаимодействие с аудиторией значительно повышают узнаваемость зоны. (см. слайды 12).