

# **RICHIESTA DI OFFERTA PER SERVIZI RELATIVI ALLA CAMPAGNA**

## **PUBBLICITARIA PER ESPERIENZA ITALIA**

### **CAPITOLATO TECNICO**

#### **PREMESSA**

Nel 2011 si terranno i festeggiamenti per il centocinquantenario dell'unificazione italiana. Torino e il Piemonte per questa occasione organizzeranno dal 17 marzo al 20 novembre del 2011 Esperienza Italia, un evento che proporrà una riflessione sul passato e sul presente dell'Italia e uno sguardo al suo futuro.

Nei 250 giorni di attività, mostre, esposizioni tematiche, convegni e spettacoli, presenteranno quanto l'Italia ha di meglio da offrire al mondo: bellezze artistiche e culturali, creatività e made in Italy, innovazione, qualità della vita, storia, enogastronomia.

Esperienza Italia si rivolge idealmente a 150 milioni di persone: quel popolo "italico" che è composto dagli italiani in senso stretto, dai nuovi italiani, dalle comunità italiane nel mondo e da tutti coloro che sono appassionati del nostro Paese, magari perché ne studiano la lingua o ne apprezzano la produzione enogastronomica.

Per le attività di comunicazione necessarie a promuovere l'evento del 2011, la Regione Piemonte ha deciso di affidare ad un'agenzia pubblicitaria la creazione degli elementi descritti di seguito nel presente capitolato.

#### **1. OGGETTO GARA**

Sono oggetto della presente gara la strategia di comunicazione, la creazione e la realizzazione della campagna pubblicitaria e degli strumenti di below the line, nonché l'assistenza nelle fasi di produzione, secondo gli obiettivi e le specifiche sotto indicate.

## 2. SERVIZI RICHIESTI

**2.a)** elaborazione di una strategia di comunicazione complessiva e coordinata, che comprenda l'utilizzo di tutti i media indicati ed eventuali altre azioni ritenute coerenti ed efficaci per il conseguimento degli obiettivi di comunicazione indicati nel presente bando;

**2.b)** ideazione di un concept creativo generale; creazione, realizzazione e assistenza alla produzione della campagna pubblicitaria, da declinare sui seguenti mezzi:

- Stampa quotidiana
- Stampa periodica
- Radio
- Affissione
- Web
- Circuiti cinematografici
- Circuito Promocard

**2.c)** creazione, impaginazione, esecutivi e assistenza alla produzione dei seguenti strumenti di below the line:

- brochure istituzionale formato A5, n.16 facciate circa;
- programma di massima, in n. 2 versioni: completo 20 facciate circa formato A5 e sintetico 8 facciate formato 21x10 cm;
- 2°edizione programma di massima, in n. 2 versioni: completo 24 facciate circa formato A5 e sintetico 8 facciate formato 21x10 cm;
- programma definitivo formato da definire, n. 28 facciate circa, con relativa versione sintetica n.10 facciate formato 21x10 cm;
- n. 5 pieghevoli, 6/8 facciate, 1 per ciascuna delle 5 mostre principali;
- 1° folder settore didattica formato A5, n.16 facciate circa;
- 2° folder settore didattica formato A5, n.24 facciate circa;
- flyer settore didattica, n.4 facciate;
- n. 6 pieghevoli, 6/8 facciate, 1 per le principali area di attività del settore didattica;
- n. 1 folder 8/12 facciate per il progetto in collaborazione con università di Firenze;
- materiali di merchandising per il settore didattica (segnalibro, adesivo per diario, vetrofania)
- materiali di merchandising Esperienza Italia (cartoline, matite, block notes, segnalibro, adesivi, shopper in tessuto, Tshirt)

- pieghevole settore turismo formato da definire, n.16 facciate circa
- linee guida segnaletica interno mostra.

**2.d)** adattamento del concept creativo generale alla grafica del sito web Italia150.it; collaborazione alla definizione del menù e dei criteri di navigazione e fruizione.

**2.e)** adattamento del concept creativo a linea guida per grafica dei pannelli di allestimento stand.

### **3. AUMENTO O DIMINUZIONE DEI SERVIZI RICHIESTI**

La Regione Piemonte si riserva la facoltà di apportare, a suo insindacabile giudizio, variazioni ai servizi di below the line oggetto della gara, con semplice preavviso scritto, fino ad un massimo, in aumento o diminuzione, del 20% degli strumenti previsti.

### **4. DURATA DELL'INCARICO**

Il concorrente che sarà aggiudicatario della presente gara, sarà impegnato dal momento dell'aggiudicazione fino al 31 Dicembre 2011.

### **5. OBIETTIVI DI COMUNICAZIONE**

La comunicazione, articolata nei diversi strumenti above the line, below the line e web, avrà i seguenti obiettivi:

**5.a)** L'obiettivo generale è creare attenzione, empatia, emozione, interesse e curiosità intorno ai festeggiamenti del 150° anniversario dell'Unità d'Italia che si terranno a Torino nel 2011, il cui titolo è Esperienza Italia.

**5.b)** Il primo obiettivo istituzionale è informare, ovvero diffondere la conoscenza complessiva di Esperienza Italia in quanto evento a carattere nazionale localizzato a Torino dal 17 marzo al 20 novembre 2011.

Il secondo obiettivo istituzionale è sollecitare la partecipazione diretta del pubblico ad alcuni progetti, espressamente concepiti per ricevere contributi dai cittadini e dagli studenti.

**5.c)** L'obiettivo commerciale è promuovere il "prodotto" Esperienza Italia, ovvero sostenere la vendita dei vari biglietti per le visite alle mostre a carattere permanente e la partecipazione agli eventi specifici (conferenze, concerti, eventi, ecc.).

Note\*\* In funzione degli obiettivi di comunicazione, per quanto concerne la stampa quotidiana, la stampa periodica, la radio e il web, si rende necessario suddividere la comunicazione in 2 tipologie, una più grande (tipo pagina intera o 30") e una molto più piccola per la comunicazione specifica di carattere più commerciale. Questa seconda dovrebbe essere il più personale e riconoscibile possibile, con una posizione fissa e un formato sempre uguale all'interno dei vari media; là dove fosse

possibile, sarebbe auspicabile concordare con il centro media scelto dalla Regione Piemonte dei formati creati appositamente.

## **6. TARGET**

- 6.a)** adulti di entrambi i sessi, residenti in tutto il territorio nazionale, di età compresa tra i 25 e i 34 anni, single o senza figli;
- 6.b)** adulti di entrambi i sessi, residenti in tutto il territorio nazionale, di età compresa tra i 45 e i 54 anni, coppie o gruppi di amici che si spostano senza figli o con figli autosufficienti;
- 6.c)** adulti di entrambi i sessi, residenti in tutto il territorio nazionale, di età compresa tra i 55 e i 64 anni, coppie o gruppi di amici che si spostano in modo autonomo.
- 6.d.)** Cittadini di Torino e Regione Piemonte di età compresa tra gli 11 e 64 anni.

## **7. MEZZI DA UTILIZZARE**

- 7.a)** Stampa quotidiana
- 7.b)** Stampa periodica
- 7.c)** Radio
- 7.d)** Affissioni
- 7.e)** Web
- 7.f)** circuiti cinematografici
- 7.g)** circuito promocard

## **8. PERIODI**

Poiché Esperienza Italia avrà una durata di 8 mesi (dal 17 marzo al 20 novembre 2011), si dovranno prevedere almeno 3 periodi di comunicazione, ciascuno della durata di almeno 4/5 settimane.

Tali periodi saranno indicativamente i seguenti:

- da metà Febbraio a fine Marzo 2011;
- da fine Maggio ai primi di Luglio 2011;
- da metà Settembre a fine Ottobre 2011.