

**LINEE GUIDA PER I SERVIZI DI COMUNICAZIONE “OPEN CALL GRANDI EVENTI”
a cura dell’ARET Pugliapromozione**

Premessa generale

Nell’ambito dell’ Open Call “Grandi Eventi”, a cura del Dipartimento Turismo, Economia della Cultura e Valorizzazione del Territorio della Regione Puglia e di Pugliapromozione, è previsto il Piano di comunicazione dell’evento proposto.

I costi ammissibili riguardano servizi di comunicazione consistenti nella “brandizzazione” di spazi fisici e/o virtuali in occasione di eventi tematici, utili a veicolare il brand Puglia e la sua identità visiva.

Per “brandizzazione” si intende l’apposizione dei segni distintivi dei “brand Puglia” e dei loghi istituzionali forniti dal Committente (ARET).

Per “segni distintivi del brand Puglia” si intende l’hashtag #WeAreInPuglia e/o della scritta PUGLIA e/o di altre creatività eventualmente concordate, nell’ambito dei servizi di comunicazione approvati on e off line.

La “brandizzazione” può essere anche di tipo contenutistico con opportuni contenuti e/o citazioni concordati con il Committente (ARET).

I materiali recanti segni grafici e/o contenuti sulla Puglia devono essere elaborati in forma di anteprime-preview per preliminare approvazione del Committente (ARET).

Ad esempio, la voce di costo associata a “palco” non si riferisce al costo del palco intero, ma della parte di palco da personalizzare (fondale, retropalco, torri laterali).

Non sono ammissibili, invece, spese di ideazione, produzione, creazione di tutta l’organizzazione dell’evento o parte di essa.

Si precisa che nell’ambito del “disavanzo” generato tra costi e ricavi descritti nel quadro economico-finanziario del progetto, saranno riconosciute soltanto le spese corrispondenti a servizi di comunicazione.

Il Piano di comunicazione deve essere integrato con il brief di comunicazione adottato dall’A.Re.T. Pugliapromozione, come specificato nell’Avviso pubblico Open Call grandi Eventi, suscettibile di variazione in base alle campagne di comunicazione prodotte dalla stessa Agenzia.

A titolo esemplificativo si riportano quindi le macro-voci e le indicazioni per redigere il preventivo integrativo del Piano di Comunicazione riferito a un evento di varia natura (musicale, sportivo, letterario, enogastronomico, ...):

SERVIZI DI COMUNICAZIONE OFF LINE	
MATERIALE PROMOZIONALE	Flyer: volantino con funzione di invito all’evento proposto o con funzione informativa

(in quantità inferiore rispetto ai servizi digitali per sostenibilità e rispetto protocolli anti-covid)	Locandine o Manifesti: di opportuno formato dal più piccolo al più grande (6x3) per mega - affissioni da affiggere opportunamente per la promozione pre e durante l'evento
	Cartelle stampa: s'intende la cartellina brandizzata in copertina e/o nel retro con la grafica concordata. In aggiunta può essere anche brandizzato il contenuto interno (press kit e altro materiale informativo inerente l'evento)
	Gadget: Materiali di vario tipo da specificare e scegliere in base al tipo di evento, da brandizzare e distribuire gratuitamente ai partecipanti all'evento (magliette, tovagliette, sacche portacalice, sottobicchieri, block-notes, penne, matite, etc...)
ALLESTIMENTI IN LOCO	Roll - up: Simile a un Totem, è un pannello in formato verticale di tipo mobile o autoportante, particolarmente indicato negli eventi itineranti e nei convegni. Lo stesso deve essere brandizzato anche con un'opportuna creatività o con l'inserimento di un breve programma dell'evento.
	Retroproiezioni o Proiezioni: Proiezione di loghi e hashtag ed altro materiale concordato, anche in forma di slideshow-presentazione, su opportuno supporto scelto in maniera adeguata in base all'evento (pannello retro-palco, monitor, etc...)
	Palchi: Area riservata a speech e presentazione di eventi e spettacoli, all'interno dei quali bisogna indicare lo spazio riservato alla brandizzazione dell'ARET. Normalmente si predilige il retropalco-fondale o il lato frontale. S'intende generalmente costituito da una pedana o sopraelevazione con un pannello che funge da fondale.
	Pannelli espositivi: Pannelli di varie dimensioni da brandizzare e da collocare durante gli eventi anche con funzione esplicativa.
	Corner- punti informativi o accoglienza Simili ai desk, sono punti informativi da brandizzare e utilizzare per la distribuzione di gadget, materiale promozionale del territorio e inerente l'evento.

<p>SERVIZI DI COMUNICAZIONE ON-LINE per tipologia di servizio e tipo di diffusione sul web su account social, siti dell'evento o specializzati</p>
<p>Pubblicazione Redazionali: Contenuti da concordare con l'ARET, da brandizzare opportunamente, che illustrino l'evento e la sua connessione con il territorio, contribuendo indirettamente allo sviluppo del turismo</p>
<p>Passaggi Video: indicativamente in formato breve (10" - 30") e in versione estesa (60" - 3'), rispettivamente da utilizzare come trailer per annunciare l'evento e/o per riepilogare l'evento come reportage a fine evento. Il video deve essere supervisionato, concordato e poi brandizzato con il frame di chiusura (bumper out) fornito dall'ARET</p>
<p>Invio Newsletter Pubblicazione on-line dedicata alla promozione del brand puglia attraverso all'evento in co-branding con l'ARET, con contenuto e opportuno layout brandizzato, al fine di aggiornare gli iscritti sulle attività oggetto dell'evento. Il servizio s'intende opportunamente calendarizzato, in base alle date concordate, con un determinato numero di invii previsti a mezzo mail.</p>
<p>Spazio per Banner: materiali on line di vario formato (box, leaderboard, etc...) statici o dinamici (animati), con eventuale puntamento al sito viaggiareinpuglia.it, da brandizzare opportunamente in accordo con l' ARET. E' importante indicare i siti di destinazione su cui si intende pubblicare i predetti banner. I siti devono essere scelti in base al target di riferimento dell'evento e al numero di visualizzazioni potenziale, al fine di amplificare la risonanza mediatica dell'evento che promuove il brand Puglia</p>
<p>Pubblicazione Streaming personalizzazione di dirette dell'evento con blink in sovraimpressione fissa o in certi punti ora da concordare</p>
<p>Passaggi di Post social: pubblicazione di post su canali social con video o foto contenenti loghi</p>

Il partecipante alla Call è tenuto a presentare:

- Preview e anteprime di stampa, prima dell'evento, dei servizi come sopra elencati;
- Report web e fotografico-illustrativo dell'evento svolto, per il controllo dei servizi contrattualizzati e realizzati, come sopra-elencati, a conclusione dell'evento, al fine della rendicontazione.

Inoltre ogni strumento di comunicazione deve riportare la sequenza loghi come forniti dall'A.Re.T. Pugliapromozione dopo l'approvazione dell'evento da parte del Comitato di valutazione.

A titolo esemplificativo e non esaustivo, qui di seguito il format del Piano di Comunicazione

Il Piano di comunicazione

Gli obiettivi del piano di comunicazione

Indicare il "cosa si vuole fare", "come si vuole fare", "l'arco temporale di riferimento", "Chi si vuole coinvolgere e perché al fine di raggiungere tali obiettivi (max 20 righe)

Il target/I target

Descrivere i destinatari del piano di comunicazione, se diversi da quanto descritti nel Modulo A

Gli strumenti

Descrivere i mezzi di comunicazione, di quelli sopra descritti, più idonei, per raggiungere i target sopra indicati.

Programmazione evento (calendario)

Inserire il dettaglio del programma evento, se non indicato nel Modulo A

PIANO COSTI

Fare riferimento agli strumenti sopra elencati

Qui di seguito a titolo esemplificativo sono stati inseriti alcuni servizi sopra descritti

Tipologia		Quantità	Formato-Misure- Specifiche tecniche e Luogo/spazio di collocazione	Costo Unitario (IVA esclusa)	Costo Totale (Iva inclusa)
MATERIALE PROMOZIONALE	Flyer				
	Manifesti				
	Maglietta brandizzata				
	Badge brandizzato				
	Bag brandizzata				
	altro				
ALLESTIMENTI ON SITE	Pannello brandizzato				
	Palco brandizzato				
	Dispositivi di sicurezza brandizzati				
	altro				
SERVIZI DI COMUNICAZION E ON-LINE	redazionali				
	video				
	altro				
SCONTO OFFERTA O OMAGGI EXTRA				costo totale iva esclusa	costo totale iva inclusa
COSTO TOTALE SCONTATO				IVA ESCLUSA	IVA INCLUSA

N.B.: per eventuali chiarimenti di natura tecnica rispetto a quanto sopra rappresentato è possibile contattare la Dott.ssa Claudia Nicolamarino all'indirizzo mail: c.nicolamarino@aret.regione.puglia.it