



SCHEDA TECNICA
STAND REGIONE EMILIA ROMAGNA
TTG Incontri
Rimini, 12, 13 e 14 ottobre 2017

PREMESSA

TTG Incontri è il principale market place B2B in Italia dell'industria turistica, giunto nel 2017 alla 54esima edizione.

Si svolge ogni anno a ottobre e, con 63.045 partecipanti, 1.000 hosted buyer, 700 giornalisti, 300 travel blogger, è l'evento clou dell'anno per il settore turistico, la fiera in cui tutta l'industria dei viaggi e delle vacanze (nazionale e internazionale) si riunisce per contrattare, fare networking, attivare nuovi business, confrontarsi, trovare nuove idee.

Si svolge in contemporanea con altre due rassegne fieristiche: "Sia Guest" - il Salone Internazionale dell'Accoglienza - e "Sun" - il Salone dell'Outdoor.

Oltre 130 le destinazioni rappresentate a TTG Incontri e 3 le aree tematiche: *Global Village*, *The World* e *Italia*. Quest'ultima area rappresenta la più grande piazza di contrattazione al mondo del prodotto turistico italiano.

La manifestazione si svolgerà nel Quartiere Fieristico di Rimini, in via Emilia, 155.

DIMENSIONI DELLO STAND APT SERVIZI/REGIONE EMILIA-ROMAGNA

La superficie espositiva riservata alla Regione Emilia-Romagna, nel Padiglione C5, è di 816 mq complessivi, suddivisa in due aree distinte e separate tra loro da una corsia: un'area è di 720 mq (18 x 40 mt) e un'altra è di 96 mq (8 x 12 m), entrambe aperte su 4 lati (Vedere per dettagli e posizione la planimetria in allegato).

Le due aree espositive dovranno essere percepite, a colpo d'occhio, dal visitatore, come un unico spazio – un territorio: la Regione Emilia-Romagna. Il progetto di allestimento dovrà essere sviluppato in modalità coordinata, continuativa, senza interruzioni, con elementi strutturali e visivi di raccordo. Dovranno essere previsti elementi di comunicazione sospesi che colleghino a livello aereo le due aree. L'insegna della Regione dovrà essere visibile sia dagli ingressi principali (Ovest e Sud), sia dalle corsie laterali. Si richiede di sfruttare l'altezza massima consentita dal Quartiere Fieristico di Rimini: 5 mt.

LINEE GUIDA PER IL PROGETTO DI ALLESTIMENTO- BRIEFING DI COMUNICAZIONE

L'Emilia-Romagna parteciperà a TTG Incontri insieme ai seguenti soggetti privati e pubblici del sistema turistico regionale:

- imprese turistiche incoming;
- destinazioni turistiche;
- La Riviera dei Parchi;
- FICO - Eataty World;
- I musei di Motor Valley.

Lo stand ospiterà quindi al suo interno complessivamente:

- 83 aziende private (ovvero tour operator ed agenzie di viaggio incoming,

Apt Servizi srl

Società costituita dalla
Regione Emilia Romagna, Unioncamere
e C.C.I.A.A. dell'Emilia Romagna
Cap. Soc. Euro 260.000 i.v.
C.C.I.A.A. di Bologna N. 51008
p.iva 01886791209

sede legale

Viale Aldo Moro 62
I - 40127 Bologna
Tel. +39 051 4202611
Fax +39 051 4202612
e-mail: info.bologna@aptservizi.com
www.aptservizi.com

sede operativa

P.le Federico Fellini, 3
I - 47900 Rimini
Tel. +39 0541 430111
Fax +39 0541 430150
e-mail: info@aptservizi.com
www.aptservizi.com



consorzi e gruppi ricettivi, DMO, ecc.),

- le 3 destinazioni turistiche istituite con LR 4/96 ("Destinazione Romagna", "Destinazione Emilia", "Destinazione Bologna Metropolitana"),
- F.I.CO. - Fabbrica Italiana Contadina (il grande parco tematico dedicato alla produzione alimentare, ideato da Eataty World, a Bologna, che sarà inaugurato ad ottobre), la Riviera dei Parchi (brand di prodotto che riunisce 11 parchi divertimento della Riviera dell'Emilia-Romagna)
- e i musei della Motor Valley (Fondazione Enzo Ferrari, Ducati, Ferruccio Lamborghini, Lamborghini e Pagani).

Tutte queste diverse realtà - da collocare all'interno della superficie regionale in posizione di evidenza, visibili e accessibili - si presenteranno a TTG con delle postazioni "autonome" (gestite direttamente con propri rappresentanti), importanti, ideone a svolgere attività promozionale e promo-commerciale, con della grafica di riconoscimento dedicata.

Pur essendo lo stand Emilia-Romagna costituito da due superfici espositive, separate da un corridoio, si ribadisce quanto già detto in precedenza: **il progetto di allestimento dovrà essere unitario ed entrambe le superfici dovranno essere connotate e denominate con il global brand di destinazione turistica: Via Emilia-Emilia Romagna terra con l'anima**. La sezione di corridoio che congiunge le due aree espositive dovrà essere personalizzata con lettering e logo Emilia-Romagna utilizzando una moquette dello stesso codice di colore della pavimentazione delle due aree in modo da dare continuità agli spazi espositivi.

L'area maggiore da 720 mq alloggerà al suo interno un'area servizi comuni (ben strutturata ed articolata), un'area commerciale (con le postazioni delle imprese turistiche dell'Emilia-Romagna) e delle aree promozionali (riservate agli organismi preposti alle attività di promozione di matrice più istituzionale come il committente - APT Servizi -, le Destinazioni LR 4/16, la Riviera dei Parchi e FICO), che saranno utilizzate per i seguenti scopi:

- *business meeting* tra *hosted buyer* e le imprese turistiche incoming dell'Emilia-Romagna (nello specifico n. 75 postazioni b2b, adatte a svolgere trattative commerciali in forma d'incontri seduti);
- *public relation* - spazi che favoriscono la socializzazione, gli incontri e le attività di PR con *influencer*, giornalisti, ecc.
- *conferenze stampa e/o presentazioni di destinazione/prodotto* - a questa attività va destinata una zona riservata, interna allo stand;
- *valorizzazione e degustazione delle eccellenze eno-gastronomiche* - a questa attività va destinata una zona riservata, interna allo stand, con accessi controllabili (attività su invito, riservata ad un numero contingentato di persone)
- *magazzino* - per lo stivaggio dei materiali promozionali e guardaroba.

L'area più piccola da 96 mq verrà riservata ad uno dei prodotti di eccellenza del turismo esperienziale dell'Emilia-Romagna – Motor Valley - costituito dal patrimonio motoristico della nostra regione declinato in chiave turistica (musei dell'auto e della moto e operatori turistici specializzati su questo prodotto special interest). Oltre ad elementi *visual* e grafici di collegamento con l'area maggiore e la presenza del



global brand di destinazione, il progetto di allestimento di quest'area dovrà essere focalizzato sul tema Emilia-Romagna la terra dei motori e promuovere il brand "Motor Valley". Quest'area sarà utilizzata ai seguenti scopi:

- *business meeting* tra *hosted buyer* e le imprese turistiche incoming dell'Emilia-Romagna (nello specifico max n. 8 postazioni B2B, adatte a svolgere trattative commerciali in forma d'incontri seduti);
- *public relation* - spazi che favoriscono la socializzazione, gli incontri e le attività di PR con *influencer*, giornalisti, ecc.
- presentazione, promozione e promo-commercializzazione delle strutture museali associate a Motor Valley Development (n. 5);
- esposizione di auto e /o moto dei grandi marchi della Motor Valley.

OBIETTIVI DI COMUNICAZIONE E PARTECIPAZIONE

1. Presentare, promuovere e posizionare sul mercato domestico ed internazionale l'intera offerta turistica regionale (destinazioni e prodotti trasversali al territorio) e le sue eccellenze;
2. Valorizzare l'offerta turistica regionale nel segmento del turismo esperienziale attraverso il global brand *Via Emilia, Experience the Italian lifestyle*, nelle sue articolazioni *Motor Valley, Food Valley* e *Wellness Valley*;
3. Rafforzare il posizionamento internazionale dell'Emilia-Romagna come "Motor Valley d'Italia" (con un'area riservata a questo prodotto);
4. Incrementare la notorietà e posizionare sul mercato turistico italiano ed internazionale le imprese turistiche incoming dell'Emilia-Romagna (i co-espositori privati), favorendo attività commerciali b2b;
5. Dare notorietà e posizionare sul mercato turistico italiano ed internazionale la nuova organizzazione turistica regionale LR 4/16 incentrata sulle Destinazioni (marketing territoriale);
6. Dare notorietà e posizionare sul mercato turistico italiano ed internazionale elementi di appeal unici legati al patrimonio globale dell'Emilia-Romagna: FICO *Eataly World*, la Riviera dei Parchi e i Musei di Motor Valley.

CARATTERISTICHE GENERALI DELLA FORNITURA DI BASE

Lo stand deve rispondere e soddisfare le seguenti esigenze:

- Essere di forte impatto visivo, originale, creativo e innovativo sotto il profilo progettuale;
- Essere riconoscibile, di facile e immediata identificazione da parte dei visitatori in arrivo dagli ingressi principali (Ovest e Sud), ponendo in evidenza la denominazione geografica Emilia-Romagna, il global brand turistico "Via Emilia – Emilia Romagna terra con l'anima" e la marca "Motor Valley";
- Essere accogliente e ospitale per il pubblico dei visitatori (buyer, media, influencer, istituzioni, professional visitor, ecc) – in particolare lo stand deve coniugare in maniera tangibile e visibile uno dei valori UNICI IDENTITARI dell'Emilia-Romagna: essere una terra OSPITALE, che accoglie con il sorriso;
- Essere accessibile e fruibile per tutti i co-espositori e per il pubblico;
- Essere ben illuminato e valorizzato all'interno del padiglione;
- Essere progettato e realizzato in maniera tale da sfruttare le altezze massime consentite - 5 mt.;
- Essere funzionale. In particolare riguardo al punto funzionalità dello stand, va



tenuto in considerazione lo scopo primario della manifestazione: il *business meeting* tra la domanda trade e l'offerta trade (imprese turistiche incoming). Così come l'obiettivo di TTG Incontri è creare networking tra le imprese, lo scopo di APT Servizi è quello di favorire i propri co-espositori regionali nello svolgimento di attività commerciali e promo-commerciali, dotandoli di postazioni operative, confortevoli, pratiche e funzionali. Queste postazioni dovranno essere ben visibili al visitatore (hosted buyer), di facile identificazione, e dovranno essere collocate in prima linea ovvero prevalentemente lungo il perimetro (i 4 lati aperti) dello stand, non schermate da barriere occlusive.

CAPITOLATO TECNICO

A. PAVIMENTAZIONE

1. Pedana rialzata con passaggio sotto-pedana d'impianti di distribuzione (luce, acqua, telefonia, cavi audio/video, rete, ecc.);
2. Rivestimento modulare lavabile ad effetto naturale e/o materico (es: legno, sabbia, erba, pietra, ecc.) la cui colorazione verrà stabilita insieme alla committenza; è espressamente escluso l'utilizzo di moquette;
3. Accesso per disabili motori lungo tutto il perimetro dello stand (evitare dislivelli o rampe che possano causare inciampi).

B. PROGETTO CREATIVO, SCENOGRAFIE E GRAFICHE

- Il progetto di allestimento dovrà prevedere degli appendimenti personalizzabili con immagini, loghi e lettering (banner tesato con struttura rigida perimetrale a grafica bi-facciale), in dimensioni idonee e proporzionate alla superficie espositiva complessiva, per mezzo dei quali la committenza comunicherà con il visitatore (vedere punto "Obiettivi di comunicazione e di partecipazione"). Gli appendimenti dovranno unire e raccordare le due superfici espositive riservate all'Emilia-Romagna. Tutti i costi - inclusi quelli del punto di appendimento, la posa in opera di cavi per l'appensione, eventuali oneri pubblicitari, ecc. - devono essere compresi nell'offerta economica;
- All'interno delle aree espositive dovranno essere previste delle strutture con sviluppo verticale (in altezza) e/o orizzontale (in lunghezza) atte ad alloggiare visual grafici di comunicazione. Tali strutture dovranno garantire allo stand un forte impatto visivo e dovranno essere di dimensioni e altezze tali da rendere distinguibile e identificabile lo stand stesso da tutti gli angoli del padiglione, ma non dovranno costituire una barriera che va ad inficiare la visibilità dei co-espositori. Lo stile dovrà essere in linea con l'identity turistica della regione Emilia-Romagna. Le strutture di maggiore rilievo e dimensioni dovranno prevedere pannelli retroilluminati (in pellicola backlit) personalizzati (layout composto da immagini e loghi) per almeno i 2/3 della loro altezza complessiva;
- Sui disegni (planimetrie e render 3 D) e sulla relazione tecnica-illustrativa, componenti l'offerta tecnica, dovranno essere indicate le



dimensioni esatte delle grafiche, la loro esatta posizione e i materiali utilizzati;

- L'ideazione, i bozzetti, i rendering, gli esecutivi di stampa, la stampa, il montaggio e lo smontaggio di tutte le grafiche dovranno essere implementati dall'azienda allestitrice, e dovranno essere compresi nell'offerta economica. Tutti i layout dovranno essere sviluppati nel rispetto delle linee guida dell'immagine coordinata del global brand *Via Emilia experience the Italian life style* e seguendo le indicazioni del brief di comunicazione e gli obiettivi di comunicazione e partecipazione qui sopra esplicitati negli appositi punti. Tutti i bozzetti ed i rendering dovranno essere sottoposti alla committenza per approvazione, prima di procedere con la stampa e la messa in produzione. La committenza fornirà all'azienda allestitrice loghi, immagini (foto) e i file sorgente della propria immagine coordinata. In allegato, esempi dell'immagine coordinata Food/Motor e Wellness Valley e della campagna di destinazione "Romagna", il logotipo "Via Emilia/Emilia Romagna terra con l'anima", un'immagine di pedana per l'esposizione di auto.

C. ORGANIZZAZIONE DEGLI SPAZI INTERNI DELL'AREA ESPOSITIVA

Come indicato nelle "Linee guida per l'allestimento", le due superfici espositive che costituiscono lo stand della Regione Emilia-Romagna a TTG Incontri 2017, dovranno essere suddivise in aree e dovranno essere allestite in modo tale che risultino, a colpo d'occhio, perfettamente integrate, in armonia l'una con l'altra, in continuità e coordinate. Qui di seguito le specifiche tecniche e le aree delle due superfici.

C1 - SUPERFICIE DA 720 mq

- Area "*Business*": accoglie tutte le postazioni commerciali delle imprese turistiche incoming dell'Emilia-Romagna per i *business meeting* in formula one-to-one. Quest'area rappresenta il core dello stand, cui attribuire la massima rilevanza, visibilità, funzionalità e accessibilità. Le postazioni saranno 75.
- Area "*Destinazioni Turistiche*": da allestire con front desk importanti e personalizzazione grafica retrostante. Quest'area assolve la funzione di promozione e valorizzazione dei territori turistici della Regione Emilia-Romagna (le aree vaste). Deve essere ben visibile, di facile accesso, aperta e orientata al pubblico per svolgere attività b2c. Le destinazioni turistiche sono 3.
- Area "*Welcome*": da equipaggiare con un *desk reception* per accogliere e orientare i buyer, i media, i visitatori. Quest'area è gestita direttamente dalla committenza – APT Servizi. Funge da *info-point interno dello stand* per orientare i visitatori e distribuire materiale turistico informativo e promozionale di carattere regionale, Qui verrà ospitata anche la postazione promo – informativa de "*La Riviera dei Parchi*": (con logotipo e immagine rappresentativa). Quest'area dovrà essere punto d'attrattiva per il visitatore e quindi di facile riconoscibilità ed accessibilità.



- Area “Servizi” con ambienti aperti e/o chiusi in base alle diverse funzioni ed esigenze, come dettagliato nel punto apposito sottostante.
- Area “F.I.CO. - Eataty World”: da allestire come box personalizzato con desk, sgabelli, grafica personalizzata e un monitor per la proiezione di audio-video. Quest'area è punto d'attrattiva dello stand e quindi dovrà essere di facile riconoscibilità e accesso.

Qui di seguito le specifiche tecniche delle aree della superficie maggiore da 720 mq.

1) AREA “BUSINESS”

L'area riservata alle postazioni meeting B2B (n. 75 postazioni) dovrà essere idonea e funzionale per attività commerciali, che saranno svolte in forma di incontri, della durata di 30 minuti cadauno, tra i rappresentanti dell'offerta turistica regionale (i seller) e i rappresentanti della domanda italiana ed internazionale (gli hosted buyer). Tutte le postazioni B2B, laddove possibile, dovranno essere posizionate lungo il perimetro dello stand, in corrispondenza dei lati aperti e dei corridoi di maggior flusso dei visitatori, in modo che i seller possano:

- essere visti e identificati immediatamente, anche da lontano, dagli hosted buyer con i quali hanno un appuntamento fissato in agenda;
- promuovere le destinazioni e i prodotti turistici da loro offerti;
- avere l'opportunità di intercettare, oltre agli hosted buyer con i quali hanno gli appuntamenti fissati in agenda, ulteriori potenziali clienti (tra il pubblico composto da professional visitor).

N.B. – gli incontri avendo una natura commerciale devono garantire un livello minimo di privacy. Pertanto qualora le postazioni, per uno sfruttamento ottimale della superficie espositiva, dovessero essere abbinate, dovranno essere previsti dei divisori.

Ciascuna postazione meeting B2B sarà occupata da un'impresa turistica incoming dell'Emilia-Romagna, accreditata allo stand, e dovrà essere dotata di grafica di riconoscimento dell'impresa e arredata come qui di seguito descritto:

Elementi grafici d'identificazione del co-espositore (operatore turistico incoming privato):

- Denominazione dell'azienda - ad 1 colore - chiara e ben leggibile da una determinata distanza (almeno 50 cm di lunghezza e min. 15 cm di altezza) e logotipo aziendale;
- numero ordinale della postazione (da n. 1 a n. 75), in dimensioni ben visibili (min. 15 cm in h).

Arredi:

- n° 4 sedute confortevoli e di design per ciascuna postazione;
- n° 1 piano di appoggio comodo e di dimensioni tali da alloggiare 4 persone contemporaneamente e collocare computer portatili e/o tablet da mostrare al visitatore.;
- n° 1 elemento contenitivo - preferibilmente nascosto - ove custodire materiale di vario tipo, chiudibile a chiave (cataloghi, brochure, biglietti da visita, borse, ecc.);
- n° 2 prese elettriche per la ricarica di computer portatili, tablet



e cellulari.

Ogni grafica dovrà essere collocata il giorno antecedente l'apertura della manifestazione e, all'occorrenza, poter essere rimossa e sostituita (per cambi di postazione all'ultimo minuto o *no-show*).

b) AREA “DESTINAZIONI TURISTICHE”

L'area dedicata alle tre destinazioni turistiche istituite con LR 4/16- “Destinazione Romagna”, “Destinazione Emilia” e “Destinazione turistica Bologna Metropolitana” - dovrà essere ben visibile al visitatore, collocata in posizione “front” e ben valorizzata ed armonizzata con il resto dello stand.

Ogni destinazione dovrà essere concepita come uno stand nello stand con elementi strutturali e di arredo coordinati. Ogni postazione dovrà prevedere:

- n° 1 *front desk* ampio, elegante, personalizzato con grafica e logo (i file grafici verranno inviati dalla committenza) con ripiani interni e ante richiudibili;
- n° 2 sgabelli ergonomici;
- n° 1 tavolino per *meeting* con due sedie eleganti.

Le postazioni saranno gestite dai rappresentanti delle destinazioni.

2) AREA “WELCOME”

Trattasi dell'*info-point* dello stand a gestione diretta di APT Servizi. Il desk *info-point* – a forma lineare o ovoidale - dovrà essere collocato in posizione centrale e ben visibile da tutti i lati di arrivo allo stand, senza barriere di accesso. Anche se non posto lungo il perimetro dello stand, dovrà comunque essere collocato in modo che sia di facile individuazione dall'ingresso Ovest, l'ingresso principale al padiglione C5.

A questo desk si rivolge il buyer in cerca del co-espositore con cui ha fissato i suoi meeting, il visitatore che desidera ricevere informazioni generali sulla regione per pianificare la propria vacanza, il giornalista che desidera ricevere cartelline stampa, ecc.. Dovrà essere connotato con una grafica identificativa avente la funzione di *reception/info-point* e di comode dimensioni per mostrare il materiale promozionale istituzionale della regione. Dovrà essere dotato di ripiani interni robusti ove verrà sistemato il materiale, ante chiudibili a chiave, prese di corrente (almeno due per ricarica computer, cellulari, ecc.), sgabelli ergonomici (n°4).

3) AREA “RIVIERA DEI PARCHI”

L'area dedicata alla Riviera dei Parchi dovrà far parte dell'area welcome sopra citata. Quindi sarà caratterizzata da una postazione personalizzata (logotipo e immagine) ove distribuire materiale promozionale dedicato al distretto dei parchi divertimento dell'Emilia-Romagna che ne raggruppa 11.

4) AREA “SERVIZI ”

Il progetto di allestimento dovrà prevedere un'area servizi comuni distribuita sulla superficie espositiva, in diversi volumi, a cui corrispondono più ambienti con diverso utilizzo e destinazione - come qui di seguito descritto:



4a - Area ospitalità (bar - degustazioni eno-gastronomiche - presentazioni e conferenze stampa) - quest'area avrà plurime funzioni e vedrà lo svolgimento di diversi tipi di accoglienza. Dovrà essere dotata degli allacci idrici ed elettrici necessari allo svolgimento delle attività e dovrà essere sufficientemente spaziosa oltre che riservata.

- Angolo bar all'italiana- equipaggiato con un banco bar di almeno 8-10 m di lunghezza x 60 cm di profondità, idoneo ad alloggiare una macchina da caffè professionale con macinino. Il banco bar dovrà essere provvisto di tutte le prese necessarie per la macchina da caffè professionale, un sotto-quadro elettrico obbligatorio di controllo e sicurezza, carico e scarico idrico supplementare, deposito degli scarti di caffè.

Il bar dello stand Emilia-Romagna è riservato esclusivamente agli ospiti istituzionali della regione, ai media e ai co-espositori aventi diritto (tutte queste persone saranno dotate di un pass che darà diritto ad accedere all'area). Svolgendo un servizio interno, non accessibile al pubblico dei visitatori, l'angolo bar va collocato in posizione defilata, nascosta e riservata all'interno dello stand.

- Area degustazioni eno-gastronomiche - anche questo spazio ha un accesso limitato e riservato a ospiti istituzionali della regione, media e co-espositori aventi diritto. L'accesso sarà solo su invito (gli aventi diritto avranno un buono consumazione che consentirà loro di accedere all'area e ritirare la "food box"). Qui verranno serviti - in determinate fasce orarie - dalle 12:30 alle 14:30 - bevande e alimenti tipici regionali. Quest'ambiente conviviale dovrà essere allestito:
 - con tavoli da bistrot a stelo in numero e misura idonea ad accogliere almeno 50 persone contemporaneamente (l'accesso avverrà a turni - per un complessivo di ca. 200/250 persone suddivise in 4/5 turni di 30 min cadauno).;
 - un bancone per la somministrazione di vini a bicchiere e la distribuzione di "food box".

Qui i giornalisti, i co-espositori e gli ospiti dell'Emilia-Romagna potranno godere di un'atmosfera più rilassata rispetto all'area business e gustare (in piedi) un bicchiere di vino e i prodotti gastronomici di eccellenza della regione (serviti in modalità "food box", da ritirare al banco). Quest'area dovrà essere personalizzata con immagini rappresentative dei prodotti tipici dell'Emilia-Romagna e dotata di un unico ingresso controllabile da parte del personale APT Servizi.

In questo stesso ambiente, in orari diversi da quelli stabiliti per le degustazioni enogastronomiche, si svolgeranno delle presentazioni e/o conferenze stampa. Si richiede, quindi, la massima versatilità e multifunzionalità di quest'area, prevedendo accorgimenti che creino riservatezza (quando necessaria), attraverso ad esempio sistemi di sliding door o altra soluzione simile. L'ambiente deve risultare chiuso al pubblico e accessibile in maniera controllabile. Va posto interno dello stand e dotato, oltre ai tavoli da bistrot e al banco di somministrazione, anche della seguente attrezzatura in parte amovibile:



- n° 25 sedie pieghevoli (da utilizzare in occasione di conferenze stampa/presentazioni)
- un tavolo relatori corredato da n° 4 sedie (amovibile, da utilizzare in occasione di conferenze stampa/presentazioni);
- un monitor da 52" (fisso, da collocare a parete, alle spalle del tavolo relatori);
- un impianto microfonico con n° 2 microfoni a gelato.

Questi arredi dovranno essere coordinati e nello stile di allestimento dell'area degustazioni, dovranno poter essere collocati e rimossi agevolmente e quando non in uso saranno custoditi nell'area magazzino.

4b - Cucina. La cucina dovrà essere allestita con le seguenti attrezzature:

- 1) N° 1 lavello
- 2) N° 1 freezer pozzetto da 300 lt – 1,5 KW
- 3) N° 1 frigo a colonna a 2 ante da 200 lt cm – 2 KW
- 4) N° 1 forno elettrico, teglia 1/1 gastronorm – 22 KW 380 V 64 A 5 poli
- 5) N° 1 forno a microonde - 2 Kw
- 6) N° 1 affettatrice - 2 KW
- 7) N° 2 piastre a induzione 2,8 KW
- 8) N° 1 piastra piada 5KW spina 3 poli blu

Si richiedono per questo ambiente prese di corrente adeguate per elettrodomestici di diverso tipo ed i relativi allacci idrici. Si fa notare che la cucina e l'area ristorante dovranno essere tassativamente comunicanti o attigui per agevolare lo svolgimento del servizio. Eventualmente, anche l'angolo bar all'italiana, qualora adiacente.

A cura del caterer che si aggiudicherà il servizio saranno le seguenti attrezzature:

- N° 1 macchina da caffè professionale L 95 P 57 H 50 da posizionare a 90 cm d'altezza spina rossa 380V – 4,50 KW
- N° 2 macinini cm 20 cad. spina shuko – 1 KW cad.
- N° 1 macchina orso/ginseng cm 20 cad. spina shuko – 800 W

4c - Ufficio stampa - attrezzato con n° 2 scrivanie rettangolari comode (da min 1,60 a max 1,80 metri lineari cad.), accessibili da ambo i lati e dotate di almeno n° 4 sedie cad., n° 2 appendiabiti a stelo e n° 1 armadietto basso (di 2/2,5 mt lineari) con ripiani interni, chiudibile a chiave, sul quale posizionare cartelline stampa e una stampante laser b/n (di competenza quest'ultima dalla committenza APT Servizi). Si richiede altresì la graficizzazione con motivi visual (immagini, logotipo, e lettering) di almeno 1 parete dell'ufficio (la più importante e visibile dall'ingresso). L'ufficio stampa dovrà essere dotato di prese di corrente per allacciamento computer, stampante e ricarica telefoni cellulari;

4d - Magazzino-guardaroba - adibito principalmente a guardaroba per tutti i co-espositori allo stand. Dovrà prevedere al suo interno un'ampia scaffalatura robusta per lo stivaggio di materiale promozionale cartaceo, un armadietto tipo "casellario" per la custodia di effetti personali (n. 20 scomparti min.), appendiabiti (stender con grucce, con barra a parete, a doppia altezza o altra soluzione il meno ingombrante possibile), in quantità idonea per il numero di persone che lo stand ospiterà



giornalmente (ca. 200 pax.). In quest'area dovrà essere collocato un vano tecnico per quadri elettrici, regia audio/video, ecc.

5) AREA "FICO Italy World"

L'area dedicata a F.I.CO.- Italy World dovrà essere allestita un box personalizzato per un'attività promozionale prevalente di tipo B2C, quindi di facile accesso al pubblico dei visitatori e dotata di:

- n° 1 desk di comode dimensioni atto ad accogliere n° 2 persone, graficizzabile con loghi e immagini forniti dalla committenza;
- n° 2 sgabelli ergonomici;
- un fondale personalizzato con un monitor di almeno 42" (il fondale dovrà essere coperto da grafica in quadricromia a piena superficie - fornita dalla committenza) ove proiettare filmati promozionali di FICO (che verranno forniti dalla committenza).

C2) SUPERFICIE DA 96 mq

Questa superficie è destinata all'eccellenza turistica "Motor Valley", facendo attenzione al coordinamento e al raccordo visual con la superficie maggiore, affinché il visitatore percepisca a prima vista che si tratta sempre della Regione Emilia-Romagna e non di un espositore autonomo e indipendente. Anche questa superficie va articolata in aree interne con diverse funzioni, come qui di seguito dettagliato.

➤ **AREA BUSINESS** - con postazioni meeting B2B riservate agli operatori turistici soci di Motor Valley Development (n. 8 aziende). Queste postazioni dovranno essere poste lungo il perimetro dello stand (i lati aperti), in modo da essere facilmente visibili a prima vista ed accessibili ai buyer italiani ed internazionali ed al pubblico dei visitatori. In ciascuna postazione la stessa azienda svolgerà in contemporanea due meeting *one-to-one*. Pertanto le postazioni meeting B2B collocate in quest'area dovranno essere realizzate in modalità doppia con un elemento divisorio, in modo tale da creare riservatezza durante lo svolgimento dell'incontro. Ogni postazione, infatti, sarà occupata da un'azienda turistica privata che dovrà gestire due agende appuntamenti (la stessa azienda gestisce due appuntamenti in contemporanea). Si suggerisce, trattandosi della medesima azienda, di utilizzare del plexiglass come elemento di separazione o altro tipo di struttura elegante che crei riservatezza senza dare origine ad un effetto barriera, quindi non impattante.

Elementi grafici d'identificazione dell'azienda co-espositrice:

- Denominazione dell'azienda - ad 1 colore - chiara e ben leggibile da una determinata distanza (almeno 50 cm di lunghezza e min. 15 cm di altezza), logotipo aziendale, immagine grafica rappresentativa;
- numero ordinale della postazione (da n. 76 a n. 83 max.), in dimensioni ben visibili (min. 15 cm in h);

Arredi:

- n° 4 sedute (totale) confortevoli e di design per ciascuna postazione/azienda;
- n° 2 piani di appoggio comodi per alloggiare cadauno, 2 persone contemporaneamente (1 a 1 face to face) e collocare computer



portatili e/o *tablet* da mostrare al visitatore.

- n° 1 elemento contenitivo, ove custodire materiale di vario tipo (cataloghi, *brochure*, biglietti da visita, borse, ecc.), chiudibile a chiave;
- n° 2 prese elettriche per la ricarica di computer portatili, *tablet* e cellulari per postazione/azienda;

Ogni grafica dovrà essere collocata il giorno antecedente l'apertura della manifestazione e, all'occorrenza, poter essere rimossa e sostituita (per cambi di postazione all'ultimo minuto o *no-show*).

Le postazioni commerciali delle imprese turistiche incoming dell'Emilia Romagna – n. 8 soci Motor Valley - non necessariamente devono essere la riproduzione esatta delle postazioni presenti nell'area business in C1) - Area da 720 mq - e non obbligatoriamente devono intendersi abbinate, seppure debbano trovarsi vicine l'una all'altra perché rappresentative della medesima azienda. Sarebbe auspicabile che i piani di lavoro o il design delle postazioni richiamassero la tematica della Motor Valley.

➤ **SALA MEETING/UFFICIO MARKETING** – sala adibita a incontri istituzionali e di rappresentanza, chiusa, arredata con tavolo elegante per alloggiare comodamente 8 persone, sedie di design confortevoli, un appendiabiti, un piccolo armadietto basso (di ca. 2/2,5 mt lineari) con ripiani interni, chiudibile a chiave, ben illuminata. Si richiede altresì la graficizzazione con motivi visual (immagini, logotipo e lettering) di almeno 1 parete dell'ufficio, la più importante.

➤ **AREA MUSEI** – costituita dalle postazioni espositive dei 5 musei del circuito turistico della Motor Valley, di seguito elencati: Fondazione Enzo Ferrari, Ducati, Ferruccio Lamborghini, Lamborghini, Pagani. Ogni museo avrà a disposizione una postazione di tipo B2C, rivolta al pubblico dei visitatori, concepita ed allestita come uno stand nello stand, provvista di:

- n° 1 front-desk elegante (graficizzabile con logo museale) e n° 2 sgabelli ergonomici per attività di promozione verso il pubblico;
- grafica identificativa di riconoscimento (con logo e immagini del museo);
- n° 1 pannello grafico retro-illuminato (backlit) di almeno 350 B x 400 H cm (con logo e immagini a tutt'ampiezza);
- n° 1 elemento contenitivo chiudibile a chiave (nascosto interno all'allestimento e chiudibile a chiave) per uso guardaroba e stivaggio materiale promozionale;
- prese di corrente per ricarica telefoni cellulari e/o computer, I-pad, ecc..

➤ **AREA ESPOSITIVA DI AUTO E MOTO** – si tratta di elementi di forte appeal per catalizzare e attirare l'attenzione del pubblico dei visitatori. Sia le automobili che le moto dovranno essere collocate su pedane in truciolare doppio strato e rivestite con quadrotte di MDF laccate bianco (H 5,6 cm). La pedana per l'auto sarà di dimensioni ca. 500 x 300 cm. La pedana per la moto dovrà alloggiare da min. una a max due moto Ducati. In totale dovranno essere realizzate n. 3 pedane max. per auto e n. 1 o 2 per moto. Prevedere inoltre:



- tendiflex in numero sufficiente per proteggere le automobili e le moto;
- paline eleganti, autoportanti (in formato A4), da utilizzare come segnaletica accanto ad ogni pedana e per esporre la scheda tecnica del mezzo.
 - **AREA PROIEZIONI** - In questo spazio dovrà essere collocato uno schermo TV ultra HD di ampie dimensioni (65 pollici) ove proiettare i filmati della Motor Valley e dei musei. Lo schermo, dotato di audio surround, dovrà essere appeso ad una parete di ampie dimensioni e forte impatto visivo, con sfondo graficizzato. Dovrà essere in posizione elevata, in modo tale da essere visto anche da fuori stand e, sul davanti (ad una distanza di ca. 2 mt) andranno posizionate delle poltroncine/sedie da regista (n. 12 max.), disposte a file di tre o quattro a fila, come per ricreare l'ambiente interno di un cinematografo. Qui il visitatore potrà fermarsi diversi minuti, in relax, per guardare i filmati (della durata media cadauno di 3/4 minuti).
 - **AREA WELCOME – INFO POINT MOTOR VALLEY** personalizzata con la mappa della Motor Valley. Si tratta dell'info-point interno dello stand e di promozione istituzionale del prodotto tematico trasversale. Sarà gestita direttamente da parte della committenza - APT Servizi. Questa postazione dovrà essere realizzata come quella dei musei.

D) EQUIPAGGIAMENTO TECNOLOGICO AUDIO-VIDEO

Superficie da 720 mq

- n° 1 videowall, composto da schermi *full HD* ultranitidi e ultrasottili, che offra un'ampia area di visione su una tela digitale perfetta, predisposto al *playback* video via USB. Il videowall (di dimensioni min. 4 mq) andrà collocato sulla parete verticale più importante, in posizione elevata (non ad altezza uomo), visibile dall'esterno dello stand, da media distanza, con affaccio sulla corsia principale, lontano dalle postazioni B2B degli operatori turistici (per evitare di disturbare i meeting e le contrattazioni);
- n° 1 schermo LCD da 52" con uscita USB, da posizionare all'interno dell'area ospitalità – degustazioni eno-gastronomiche;
- n° 1 monitor LCD da 42" per la postazione espositiva "F.I.CO. - Eataly World";
- Impianto audio adeguato alla superficie espositiva, con casse poste in posizione ottimale per servire tutte le zone - in particolare dove si svolgeranno nell'area "degustazioni eno-gastronomiche" dove si svolgeranno le conferenze stampa e le presentazioni ;
- impianto microfonic con n° 2 microfoni a gelato nell'area degustazioni eno-gastronomiche per utilizzo durante le conferenze stampa/presentazioni.

Superficie da 96 mq

- n° 1 monitor *full HD* da 65 pollici, dotato di audio surround, con uscita USB, posto nell'area proiezioni.



E. VARIE

- Impianto di alimentazione e illuminazione a luce diffusa su tutta l'area e a luce direzionale sulle pareti decorate con motivi grafici (ad esclusione di quelle con grafica retroilluminata) e sulle postazioni operative;
- Cestini getta-carta nella misura necessaria e funzionale allo stand;
- Allacciamenti elettrici e prese come richiesto dalla committenza;
- Allacciamenti idrici come richiesto dalla committenza;
- Allacciamenti per la fornitura della connettività (due linee cablate) in punti specifici dello stand, che saranno indicati dal referente tecnico di Apt Servizi, e relativi cablaggi per consentire l'installazione di tre/quattro *access point* negli angoli più periferici dello stand.
- In ciascuna delle due aree espositive (da 720 mq e da 96 mq) dovrà essere presente, in più punti, in posizione visibile al pubblico, utilizzando le superfici presenti oppure creando dei supporti ad hoc, la pianta dell'intero stand (entrambe le superfici) con la lista di tutti i co-espositori presenti (operatori turistici privati, Riviera dei Parchi, FICO *Eataly World*, Destinazioni turistiche, musei, ecc.) e le coordinate alfa/numeriche identificanti la loro posizione sulla mappa. Si prega di utilizzare i numeri per le postazioni dei co-espositori turistici privati, le lettere per le altre realtà territoriali;
- N° 2 paline autoportanti (in formato A4) da utilizzare come segnaletica per le conferenze stampa;
- Elementi dissuasori amovibili (n° 4) da utilizzare per chiudere e delimitare lo spazio, durante l'attività di animazione eno-gastronomica, se necessario;
- L'ultimo giorno di allestimento (quello antecedente l'apertura della manifestazione) l'azienda allestitrice dovrà garantire la disponibilità di proprio personale per lo stivaggio nel magazzino del materiale promozionale cartaceo di Apt Servizi e dei co-espositori (min. n° 2 persone);
- Nelle due giornate di allestimento antecedenti l'apertura della manifestazione, si richiede, durante le site inspection, che il personale di Apt Servizi effettuerà sul cantiere per controllare il progress dei lavori di allestimento, la presenza di una figura responsabile del cantiere per la risoluzione di eventuali problemi e/o richiesta di ulteriori forniture;
- Presenza in loco, per tutta la durata della manifestazione, di una figura tecnico-operativa in assistenza ad Apt Servizi per la risoluzione di problemi legati all'allestimento dello stand e/o al malfunzionamento degli impianti;
- Utilizzo, laddove possibile, di materiali certificati eco-sostenibili ed eco-compatibili;
- Servizio di consulenza e gestione della modulistica fieristica – sia obbligatoria che facoltativa (previo confronto con la Committenza), legata alla partecipazione della Regione Emilia-Romagna a TTG Incontri;
- Stesura e preparazione del progetto dello stand, nei tempi stabiliti e fissati da Rimini Fiera;



- Elaborazione e presentazione di tutta la documentazione richiesta dalle discipline normative generali dell'ente fieristico di competenza (sicurezza, antincendio, collaudi, ecc.) e disbrigo di tutte le procedure atte ad ottenere le relative autorizzazioni;
- Progettazione e realizzazione dello stand nel rispetto del regolamento dell'ente fieristico di competenza;
- Presentazione alla committenza, all'esito dell'affidamento dell'incarico, del piano di sicurezza e di valutazione dei rischi specifici da cantiere;
- Segnalazione alla committenza, in caso di superficie espositiva confinante con altro stand, di eventuali criticità.

F. OFFERTA TECNICA

L'offerta tecnica dovrà essere composta dai seguenti elaborati:

1. Documento 1 - **Relazione tecnica-illustrativa**, redatta in word, completa e dettagliata della fornitura.
2. Documento 2 - **Progetto tecnico**, i disegni tecnici e i render 3D complessivi delle due superfici espositive (completi degli appendimenti), in scala 1:100, con diverse angolazioni - laterali, dall'alto, ecc.; i disegni tecnici e render 3D delle singole aree/sezioni/elementi principali del progetto di allestimento (postazioni co-espositori, postazioni destinazioni, area welcome istituzionale, uffici, area degustazioni enogastronomiche, area bar all'italiana, ecc); disegni tecnici indicanti le misure in pianta delle singole aree e degli arredi in esse collocati (area business, area destinazioni, angolo bar, area degustazioni enogastronomiche riservata, ufficio stampa, magazzino-guardaroba, , area FI.CO, ufficio meeting, area proiezioni, area musei, area esposizioni auto e moto, ecc.).
3. Documento 3 - **Progetto grafico** completo di: disegni tecnici e render 3D in scala 1:100 indicanti la posizione e le dimensioni di ciascuna grafica (misure lineari); lista di tutte le grafiche previste (immagini, loghi, lettering), tipo di supporto (pvc, forex, pellicole adesive, pre-spaziate ad intaglio, backlit, ecc), dimensioni lineari.
4. Documento 4 - **Arredi** - composto dalla lista completa ed analitica di tutti gli elementi di arredo, con le immagini fotografiche (tavoli, desk, sgabelli, sedie, poltroncine, tavolini, ecc.) - NB - le immagini dovranno essere quelle degli arredi proposti e non esempi simili.
5. Documento 5 - **Equipaggiamento tecnologico** - composto dalla lista completa ed analitica delle soluzioni tecnologiche proposte (*video wall*, schermi, impianto audio, impianto microfónico, ecc.), con immagini e misure. Si richiede altresì di completare il documento con disegno tecnico dello stand indicante la posizione esatta in pianta dell'equipaggiamento video.
6. Documento 6 **Progetto illuminotecnico** - completo di: disegno tecnico indicante la disposizione dei corpi illuminanti sulla pianta; lista descrittiva analitica degli elementi illuminanti utilizzati (fari, faretti, lampade, ecc.); immagini fotografiche.



Tutti gli elaborati (relazioni e disegni tecnici) dovranno essere chiari, dettagliati e accurati per consentire una corretta valutazione dell'offerta tecnica da parte della commissione.

Attenzione: Le offerte tecniche mancanti anche di uno solo dei documenti qui sopra elencati non saranno valutate e saranno escluse.

TERMINI DI CONSEGNA

Lo stand dovrà essere consegnato perfettamente finito in ogni sua parte, chiavi in mano, alla committenza Apt Servizi, tassativamente il giorno precedente a quello di apertura della manifestazione, entro le ore 15:00, previa approvazione da parte dell'Ente Certificatore della fiera.

I lavori di allestimento e smontaggio dello stand dovranno essere effettuati nel rispetto del regolamento dell'ente fieristico di competenza e delle norme sulla sicurezza sul lavoro. Gli oneri derivanti da eventuali deroghe relative ai giorni ed agli orari stabiliti da tale regolamento sono a carico dell'azienda allestitrice. Si richiede di verificare direttamente con l'*Ufficio Espositori* dell'ente fieristico di competenza, le altezze massime consentite per l'allestimento dello stand, prima della presentazione del progetto tecnico alla committenza.

Lo smontaggio dovrà avvenire a chiusura manifestazione, come da regolamento.

NOTE INERENTI LA FORNITURA

Ad assegnazione della fornitura mediante apposita conferma d'incarico, come da procedura codificata nel protocollo 7 del MOG, la committenza – Apt Servizi - richiederà alla ditta allestitrice la produzione di disegni tecnici e *render* dello stand (grafica inclusa), anche più volte, durante tutta la fase di sviluppo del progetto, in caso di varianti richieste dalla committenza stessa.

Le postazioni degli operatori turistici privati (area business) dovranno essere numerate in ordine crescente e distribuite logicamente all'interno di entrambe le superfici espositive. L'abbinamento co-espositore/postazione sarà effettuato dalla committenza - Apt Servizi - ca. un mese prima dell'inizio della manifestazione, attraverso una procedura digitale denominata "click day", che utilizza un software apposito.

Per consentire alla committenza l'aggiornamento del software, l'azienda allestitrice dovrà predisporre due file grafici:

- il rendering 3D dello stand con diverse angolature;
- la planimetria delle due superfici espositive correttamente orientate nel padiglione rispetto all'ingresso Ovest riportanti le postazioni numerate;

L'area da 720 mq dovrà alloggiare un numero di postazioni da n. 1 a n. 75, mentre l'area da 96 mq presenterà n. 8 postazioni (doppie) numerate in ordine progressivo da n. 76 a n. 83.

I due file in formato vettoriale dovranno essere inviati a Silvia Placucci s.placucci@aptservizi.com e a Francesca Pasqualetti f.pasqualetti@aptservizi.com **entro e non oltre venerdì 1 settembre 2017.**