



Obiettivi dell'incarico

L'obiettivo del contratto è l'individuazione di una agenzia che sviluppi e realizzi materiali e progetti di comunicazione coordinata della Destinazione Turistica Emilia per l'anno 2018"partendo dalla declinazione del logo Destinazione Emilia (file in allegato).

1. SERVIZIO

Le aziende che risponderanno all'invito dovranno fornire uno studio di pianificazione dei materiali di comunicazione e promozione della Destinazione Emilia curandone direttamente i testi, la realizzazione grafica e la stampa al meglio di almeno 3 preventivi da subfornitore.

La proposta di declinazione dovrà prevedere almeno i seguenti materiali:

a) mappa territoriale della Destinazione secondo i seguenti input:

Bilingue italiano/inglese, quadricromia, piegata in formato tascabile, aperto di formato consono all'estensione territoriale in N 30.000 COPIE MAPPA BILINGUE

Contenuti:

Lato A: mappa STRADALE/TURISTICA stilizzata Dt Emilia contenente il tessuto stradale principale del territorio, iconografia dei principali monumenti dislocati territorialmente in base ad un'iconografia standard da legenda sintetica (castelli, musei, chiese, palazzi, caselli autostradali, TAV, stazioni ferroviarie)

+ focus 14 prodotti dop/igp (icone)

Lato B: testi e foto dei principali prodotti turistici (enogastronomia, castelli, terme, appennino, Po e borghi storici, musica..)

b) Brochure istituzionale

Bilingue ITA/EN, formato A5 con punti metallici, quadricromia
N° 10.000 copie brochure (n° 20 pagine circa 2 punti metallici) bilingue

Contenuti:

Date le linee strategiche contenute nel piano della Destinazione (in allegato), si richiede una impaginazione che evidenzi le linee di prodotto per la promozione del territorio individuando nel "food" il cluster principale, declinarlo pertanto per i tematismi (Termale,Culturale/Castelli/Borghi, Verde & natura, ecc).



c) video istituzionale DT

Realizzazione di un promo video della Destinazione:

versione web 1 min circa

versione long 5/8 min max

Trattasi del video istituzionale della Destinazione che deve rappresentare il territorio in occasione di campagne web (versione short) o durante la partecipazione a fiere ed eventi (versione long) che dia un taglio all'immagine della Destinazione completo ma in linea con le ultime tendenze di comunicazione visiva per prodotti di organizzazioni territoriali similari, comprensivo di riprese con drone, musiche libere da diritti SIAE + inserimento di claim/mini testi di suggestioni in sovrapposizione in lingua inglese. Da includere le riprese necessarie sui tre territori (Parma, Piacenza, Reggio Emilia) sulla base delle linee strategiche contenute nel piano della Destinazione (in allegato), individuando nel food il cluster principale e declinarlo per i tematismi individuati (Termale, Culturale/Castelli/Borghi, Verde & natura, ecc).

d) Mini sito web

Realizzazione di un mini sito temporaneo (lingua Ita/En) al dominio registrato dal committente che rappresenti l'attività della Destinazione in attesa del completamento del portale regionale previsto entro l'anno 2018. Template del sito, in linea con l'immagine coordinata, dovrà essere ideato e declinato nei suoi contenuti base rappresentativi della Destinazione:

- Welcome page descrizione del territorio
- area pacchetti turistici (no e-commerce ma solo vetrina con richiesta info)
- galleria fotografica
- sezione eventi

Si richiede altresì l'attivazione:

a) di un profilo Fb per la gestione della parte dinamica dei contenuti;

b) 1 redattore sito;

c) una proposta di attività di posizionamento del sito

L'attività social deve coordinarsi con i profili di #inEmiliaRomagna e con il team tecnico del committente per l'attività di monitoraggio e privacy del sito.

NOTE

La proprietà di tutti i materiali realizzati è del committente con la consegna di tutti i file esecutivi per la stampa e/o per la pubblicazione su strumenti web.

Tutti i testi (brochure/mappa/sito) saranno forniti in italiano (da tradurre in inglese).

Le competenze ed esperienze richieste al professionista sono: *

- a) esperienze professionali già maturate nella gestione della comunicazione corporate di un ente/azienda
- b) conoscenza del territorio regionale;
- c) capacità di sviluppo ed utilizzo di sistemi informatici, sia con sistema operativo Windows che macOS.
- d) servizio (interno o esterno) di traduzione in lingua inglese dei contenuti.

3. TEMPI DI CONSEGNA

L'azienda incaricata dovrà consegnare gli elaborati secondo le tempistiche concordate con il Committente. Nella fase di realizzazione del servizio, e per tutta la sua durata, la azienda incaricata sarà tenuta a partecipare a riunioni periodiche di coordinamento con il committente; nella misura che il committente riterrà opportuna e in ogni caso in misura non inferiore a cinque.

4. CRITERI DI VALUTAZIONE DELLE OFFERTE TECNICHE

| CRITERIO | P.TI MAX | PUNTEGGI |
|--|-------------|--|
| ESPERIENZE E COMPETENZE PROFESSIONALI | | TOT 80 punti |
| Originalità e corrispondenza alla tematica e al concept indicato. | 20 punti | Ottimo – 20 punti Buono – 15 punti Sufficiente – 10 punti Insufficiente – 5 punti Non valutabile – 0 |
| Efficacia comunicativa sotto il profilo di immediatezza, informazione, capacità evocativa ed emozionale. | 20 punti | Ottimo – 20 punti Buono – 15 punti Sufficiente – 10 punti Insufficiente – 5 punti Non valutabile – 0 |
| Armonia stilistica tra gli elementi costitutivi la creatività (immagine, titolo, claim, loghi ecc.). | 20 punti | Ottimo – 20 punti Buono – 15 punti Sufficiente – 10 punti Insufficiente – 5 punti Non valutabile – 0 |
| Coerenza dell'offerta con il capitolato tecnico richiesto. | 20 punti | Ottimo – 20 punti Buono – 15 punti Sufficiente – 10 punti |

| | | |
|-------------------------|--|---|
| | | Insufficiente – 5 punti Non valutabile – 0 |
| TOTALE PUNTEGGIO | | 80 PUNTI max |

Per ogni criterio di valutazione potranno essere attribuiti punteggi parziali da 0 a 20.

Saranno escluse le offerte tecniche che abbiano ottenuto un punteggio tecnico di qualità inferiore a 40 punti.