



Obiettivi dell'incarico

Individuazione di un'agenzia (conditio sine qua non) per l'organizzazione tecnica di un road show di almeno sei tappe sul territorio regionale per la promozione a favore dei vini e dei prodotti a qualità regolamentata Emilia- Romagna.

Gli eventi/tappe devono essere organizzati in regione con particolare riferimento alle città balneari e alle città d'arte. N^ 3 tappe saranno individuate dai funzionari della Regione Emilia-Romagna.

Periodo: da metà luglio - fine settembre.

1. FORMAT

Ideazione di uno spazio espositivo, tendenzialmente all'aperto nelle piazze o nelle vie cittadine, che possa contenere alcune centinaia di persone (400/700) con un allestimento e layout originale atto alle suddette degustazioni.

Il vino dovrà essere servito esclusivamente da professionisti iscritti ad un'Associazione sommelier riconosciuta a livello nazionale.

2. LAYOUT ESPOSITIVO E ALLESTIMENTO

Ideazione di un layout originale nel quale predisporre le degustazioni di prodotti a qualità regolamentata regionali in corretto abbinamento con i vini selezionati (con criteri non commerciali) attraverso banchi d'assaggio gestiti da personale professionale con qualifica di sommelier per il vino, chef, operatori professionali e/o studenti scuole alberghiere regionali coordinati a norma di legge dai docenti.

L'allestimento della location, nelle aree individuate di circa 300 mq. delimitate e transennate, dovrà essere adeguatamente predisposto per la distribuzione coordinata e centralizzata dei prodotti DOP e IGP in abbinamento ai vini selezionati.

L'allestimento deve prevedere le seguenti attrezzature/forniture:

- tavoli per almeno 40 metri lineari;
- transenne e pannellature a norma;
- tovagliato bianco e calici/stoviglie (in vetro e/o materiale riciclabile 100%)
- gazebo o altre coperture, tassative per le aree di presentazione dei prodotti;

- allacci e consumi acqua e luce;
- allestimento impianto audio musica e voce (con copertura dei relativi oneri SIAE);
- costi per l'area (occupazione del suolo pubblico, SCIA o altri costi per permessi necessari allo svolgimento dell'evento da richiedere ai comuni interessati;
- montaggio e dis-allestimento delle strutture, compresi i relativi oneri di facchinaggio e trasporto;
- manutenzione e pulizia costante delle aree durante le manifestazioni;
- produzione e esposizione di materiale promozionale, secondo il format individuato vele, striscioni identificativi e caratterizzanti gli spazi degustativi con i loghi della manifestazione e coordinati con il resto dei materiali utilizzati per tutto il calendario e relativa distribuzione dei programmi della manifestazione;
- predisposizione e coordinamento della sicurezza in ogni fase delle attività e installazione a spese proprie di tutte le apparecchiature eventualmente necessarie per la prevenzione degli infortuni ed antincendio;
- assistenza tecnica in loco con la presenza fissa di un proprio responsabile e del personale tecnico necessario;
- predisposizione di un punto cucina per la preparazione e la di distribuzione alimentare a norma, come punto di appoggio per la preparazione dei piatti proposti in degustazione a base dei prodotti dei Consorzi partner della manifestazione. A gestire le preparazioni devono essere impiegati chef, operatori professionali e/o studenti delle scuole alberghiere regionali coordinati a norma di legge dai docenti.

3. MATERIALE PROMOZIONALE

In accompagnamento all'organizzazione degli eventi si richiede la predisposizione di una pubblicazione sia cartacea che on line adatta ai supporti mobili, su tutti i vini e le cantine dell'Emilia Romagna, comprensiva anche di un capitolo riguardante i prodotti DOP e IGP della regione. La pubblicazione dovrà avere una larga rappresentanza delle aziende vitivinicole regionali (minimo 250 cantine dei vari territori enologici da Rimini a Piacenza), dovrà essere certificata da un ente terzo di alta competenza sul vino che descriva ciascun prodotto inserito ed identifichi una scala meritocratica e non commerciale per descrivere e differenziare vini e cantine selezionate.

4. ANIMAZIONE E STORY TELLING

Predisposizione per tutti gli eventi di un sottofondo musicale. Animazione e storytelling sui prodotti e il vino attraverso la realizzazione di momenti di animazione che coinvolgano il pubblico



con giochi e/o allestimenti e racconto da parte di esperti di prodotti e vini in degustazione. Ideazione di uno o più giochi on line per il coinvolgimento del pubblico dei social network.

5. LOGISTICA DEI PRODOTTI E DEI VINI

Organizzazione del ricevimento, stoccaggio e trasporto presso le sedi degli eventi di tutti i prodotti alimentari deperibili e dei vini seguendo le norme di legge. I prodotti alimentari certificati saranno forniti dai consorzi partner e dagli altri attori coinvolti nelle iniziative promozionali.

Reperimento a proprio carico e messa a disposizione di tutti i vini necessari per l'abbinamento con i prodotti del food (almeno 300 etichette rappresentative di tutti i territori di Emilia e Romagna per tappa). Dette etichette devono far parte della suddetta pubblicazione complessiva sia cartacea che on line.

6. AUTORIZZAZIONI E CONTATTI CON LE PA

Sono a carico dell'organizzatore, i contatti con le amministrazioni locali per l'ottenimento del patrocinio e la collaborazione nelle varie attività necessarie alla buona riuscita dell'evento (reperimento strutture, comunicazione, ecc.)

Richiesta e presentazione di tutte le pratiche necessarie alla realizzazione degli eventi (Scia, piano della sicurezza, ecc.).

Richiesta in autonomia alle Autorità preposte, di tutte le autorizzazioni necessarie alla installazione a norma di legge degli allestimenti completi in ogni loro parte.

Elaborazione del documento di valutazione dei costi della sicurezza e attuazione delle misure necessarie per eliminare o ridurre al minimo i rischi, sostenendo tutti i costi al riguardo.

Richiesta e compilazione di tutte le pratiche burocratiche, autorizzazioni, permessi, sostenendone i costi di bolli, spese tecniche, e quant'altro necessario alla realizzazione degli eventi.

7. COMUNICAZIONE

Pianificazione e realizzazione di un piano di comunicazione e adv adeguato a supportare tutte le tappe del tour attraverso: ufficio stampa locale e nazionale, inserzioni su quotidiani e periodici, campagne radiofoniche, adeguato utilizzo dei social network.

Conferenza Stampa: predisposizione di una conferenza stampa evento con il quale lanciare il tour con invito ai giornalisti e ai partner coinvolti. La location sarà definita in stretta sinergia con i funzionari dell'Assessorato regionale Agricoltura.