



**CAPITOLATO TECNICO**  
**ALLESTIMENTO STAND APT SERVIZI EMILIA ROMAGNA**  
**BIT Milano, 11-13 febbraio 2018**

## MANIFESTAZIONE

**BIT** Borsa Internazionale del Turismo – è una fiera internazionale che raccoglie intorno a sé gli operatori turistici di tutto il mondo. E' focalizzata su incontri B2B, ma prevede anche momenti per il pubblico dei viaggiatori.

## LUOGO

BIT 2018 avrà luogo nelle nuove sedi di **Fieramilanocity** (l'innovativo quartiere fieristico cittadino) e **MiCo** (uno tra i più grandi centri congressi d'Europa e del mondo).

## DATA

La manifestazione si svolgerà da domenica 11 a martedì 13 febbraio 2018.

Tre giorni di business che vedono: la domenica un target misto (consumer e trade) lunedì e martedì riservati ai professionisti dell'industria dei viaggi e delle vacanze.

## DIMENSIONI E POSIZIONE DELL'AREA ESPOSITIVA DELLA REGIONE EMILIA ROMAGNA

La superficie espositiva riservata all'Emilia-Romagna è di 375,5 mq (11,50 X 33,00 m) - dedotto l'ingombro di 2 colonne pari a 4 mq -, aperta su 4 lati (in allegato la planimetria del padiglione e della superficie).

Essendo presenti sull'area due colonne in muratura, queste andranno inserite nel progetto di allestimento dello stand, cercando nascondere e inglobarle all'interno di aree di servizio come il magazzino-guardaroba. Resta tuttavia l'esigenza di lasciare accessibili le prese e i quadri elettrici insistenti sulle colonne per permettere eventuali interventi dei tecnici, qualora dovessero essere necessari.

## LINEE GUIDA PER IL PROGETTO DI ALLESTIMENTO

La partecipazione a BIT (*manifestazione con attività promo-commerciale prevalente di tipo b2b*), avverrà insieme alle tre Destinazioni Turistiche dell'Emilia Romagna (Emilia, Bologna Metropolitana e Romagna) e alle imprese turistiche incoming dell'Emilia-Romagna.

Il brand turistico promosso e da posizionare sul mercato è: "Emilia-Romagna", unito al global brand di destinazione "Via Emilia Experience the Italian lifestyle" e alle sue declinazioni *MotorValley, FoodValley e WellnessValley*.

Lo stand dovrà esprimere, trasmettere e declinare visivamente - attraverso scenografie, layout grafici, loghi, colori, materiali, arredi, elementi di decoro, ecc. - i valori materiali ed immateriali del brand Emilia-Romagna/Via Emilia. Dovrà essere accogliente, ospitale, aperto, con una propria identità, creativo ed emozionante per attirare il pubblico dei viaggiatori e degli operatori turistici *trade* che frequenta la manifestazione.

Lo stand dovrà essere accessibile, sostenibile e idoneo per svolgere incontri di tipo B2B. Dovrà essere equipaggiato con postazioni operative ergonomiche concepite

### 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



per lo svolgimento di *business meeting* 1to1, tra i *buyer* italiani ed internazionali e i *seller* emiliano-romagnoli. Le postazioni dovranno essere quelle in cui il visitatore di BIT 2018 s'imbatte per prime. Ne consegue che dovranno essere: ben visibili, di facile identificazione, poste prevalentemente lungo il perimetro (i 4 lati aperti) dello stand e non dovranno essere schermate da barriere occlusive. Le postazioni che dovessero essere inserite all'interno dello stand, dovranno essere collocate a file alterne rispetto a quelle che le precedono, in maniera tale da essere ben visibili anche dal corridoio.

### **LE AREE DELLO STAND**

Lo stand dovrà essere ospitale e funzionale, ben strutturato ed articolato al suo interno, in base alle diverse funzioni. Occorre prevedere le seguenti aree:

- un'area adibita alle attività promozionali, promo-commerciali e commerciali (vedere il punto postazioni istituzionali e delle aziende private);
- un'area riservata agli incontri istituzionali e alle *public relation* con *influencer*, giornalisti, rappresentanze di altre Regioni, ecc. (es. sala meeting, ufficio stampa, bar all'italiana, ecc.);
- un'area per le conferenze stampa e presentazioni;
- un'area per l'animazione eno-gastronomica (punto di eccellenza della regione Emilia-Romagna);
- un'area con magazzino e guardaroba riservata agli operatori ed ospiti dello stand.

### **POSTAZIONI ISTITUZIONALI E DELLE AZIENDE PRIVATE**

Come anticipato in premessa l'Emilia-Romagna parteciperà BIT insieme ai seguenti partner privati e pubblici:

- 50 aziende private (ovvero tour operator ed agenzie di viaggio incoming, consorzi e gruppi ricettivi, DMO, ecc.),
- 3 destinazioni turistiche istituite con LR 4/96 ("Destinazione Turistica Romagna", "Destinazione Turistica Emilia", "Destinazione Turistica 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),
- La Riviera dei Parchi.

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

### **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;
1. 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*;
2. 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;
  3. Dare notorietà e posizionare sul mercato turistico italiano ed internazionale la nuova organizzazione turistica regionale LR 4/16 incentrata sulle Destinazioni (marketing territoriale);
  4. Dare notorietà e posizionare sul mercato turistico italiano ed internazionale elementi di appeal unici legati al patrimonio globale dell'Emilia-Romagna: FICO *Eataly World* e la Riviera dei Parchi (quest'ultima inserita all'interno del welcome desk istituzionale).

### **CARATTERISTICHE GENERALI DELLA FORNITURA DI BASE**

Lo stand deve rispondere e soddisfare necessariamente 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. (inclusa la pedana e gli allestimenti con soppalco);
- Essere progettato in maniera tale da rispettare il regolamento di Fiera Milano sulla chiusura dei lati nel rispetto della garanzia di reciproca visibilità degli stand. E' vietato, infatti, per gli spazi espositivi con area superiore a 50 mq, chiudere i lati liberi del posteggio assegnato per più del 50% del lato stesso, con qualsiasi tipo di elemento architettonico siano essi tessuti, pannelli, grafiche.
- 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 BIT 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;

### **DESCRIZIONE DELLA FORNITURA DI BASE**

#### **A. PAVIMENTAZIONE**



1. Pedana rialzata con passaggio sotto-pedana di impianti di distribuzione (luce, acqua, telefonia, segnali audio/video, rete, ecc);
1. Rivestimento modulare lavabile ad effetto naturale e/o materico (es. Parcolor) la cui colorazione verrà stabilita insieme alla committenza; è espressamente escluso l'utilizzo di moquette;
2. 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 superfici e/o altre strutture verticali e orizzontali idonee ad alloggiare e/o appendere elementi visual grafici (immagini, loghi e lettering), attraverso i quali la committenza comunica con il proprio consumatore potenziale (vedere punto "Obiettivi di comunicazione e di partecipazione"). Tali superfici/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. Lo stile dovrà essere in linea con l'identity turistica della regione Emilia-Romagna.
- Possibilmente tutte le superfici di supporto alle grafiche dovranno decorate con pannelli **retroilluminati backlight** (immagini e loghi) per almeno i 2/3 della loro altezza;
- Sui disegni (planimetrie e rendering 3 D) e sulla relazione tecnica dovranno essere indicate le dimensioni esatte delle grafiche, la loro esatta posizione e i materiali utilizzati (vedi "Punto D");
- L'ideazione grafica, le bozze, 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. Tutte le bozze dovranno essere sottoposti alla committenza per approvazione, prima di procedere con la stampa. La committenza fornirà all'azienda allestitrice loghi, immagini (foto) e i file sorgente della propria immagine coordinata.

Per il brief creativo vedere il punto "Obiettivi di comunicazione e partecipazione".

## C. ORGANIZZAZIONE DEGLI SPAZI INTERNI DELL'AREA ESPOSITIVA

Lo stand Emilia-Romagna dovrà essere suddiviso in quattro aree perfettamente integrate ed in armonia l'una con l'altra:

- Area "*Business*", con le postazioni operative delle imprese turistiche dell'Emilia-Romagna (n. 50 co-espositori privati) per *business meeting* in formula 1to1. Quest'area rappresenta il core dello stand, cui attribuire la massima rilevanza, visibilità, funzionalità e accessibilità.
- Area "*Destinazioni Turistiche*" con i box personalizzati degli operatori turistici pubblici (n. 3 Destinazioni turistiche) per attività prevalentemente di tipo b2c.
- Area "*Welcome*" con *desk reception* - a gestione diretta della committenza per accogliere e orientare i buyer e i media, distribuire



materiale turistico informativo e promozionale ecc. (tale postazione ha la funzione di *info-point* di tutto lo stand).

- Area "Servizi" con ambienti aperti e/o chiusi in base alle diverse funzioni ed esigenze, come dettagliato sotto al Punto C4.

### **C1) AREA "BUSINESS"**

L'area dedicata alle postazioni B2B (n. 50 postazioni) dovrà essere idonea e funzionale per attività promo-commerciali e commerciali, che saranno svolte tra i rappresentanti privati dell'offerta turistica regionale e i rappresentanti privati della domanda internazionale. Tutte le postazioni B2B, laddove possibile, dovranno essere poste lungo il perimetro dello stand, in corrispondenza dei lati aperti e dei corridoi di maggior flusso dei visitatori, in modo che gli operatori possano:

- essere visti e identificati immediatamente, anche da lontano, dai *buyer*;
- promuovere e vedere in maniera diretta, senza barriere, destinazioni e prodotto;
- avere l'opportunità di accogliere potenziali clienti presso la propria postazione e di intavolare trattative riservate;
- avere l'opportunità di approcciare anche potenziali clienti in maniera confortevole, accogliente ed ergonomica;

Ciascuna postazione dovrà essere dotata di grafica di riconoscimento e di arredi come qui di seguito descritto:

#### Elementi grafici d'identificazione del co-espositore:

- 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 logo aziendale in quadricromia;
- numero ordinale della postazione (da n. 1 a n. 47), in dimensioni ben visibili (min. 15 cm in h);

#### Arredi:

- n° 4 sedie confortevoli ed eleganti/di design per ciascuna postazione;
- n° 1 piano di appoggio comodo per alloggiare 4 persone e collocare computer portatili e/o *tablet* da mostrare al visitatore. Il piano di appoggio dovrà essere provvisto di armadietto, chiudibile a chiave, o altra soluzione ove custodire materiale di vario tipo (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*).

### **C2) AREA "DESTINAZIONI TURISTICHE"**

L'area dedicata alle destinazioni turistiche dovrà essere ben visibile al visitatore, collocata in posizione "front", lungo il perimetro, e ben valorizzata e armonizzata.

Ogni postazione di destinazione dovrà essere concepita come uno stand nello stand ed allestita come segue:

- un *front desk* personalizzato con grafica e logo (i file grafici verranno inviati dalla committenza) con ripiani interni e ante richiudibili;
- n.1/2 sgabelli;



- un fondale con un monitor di almeno 50" (il fondale dovrà essere coperto da grafica in quadricromia a piena superficie - fornita dalla committenza)

### **C3) AREA "WELCOME"**

Trattasi dell'*info-point* dello stand che sarà gestito dalla committenza con proprio personale. Dovrà essere collocato in posizione centrale, a perimetro. Dovrà essere ben visibile da tutti i lati di arrivo allo stand. A questo desk si rivolge il visitatore che desidera ricevere informazioni generali sulla regione per pianificare la propria vacanza, il buyer in cerca del co-espositore con cui ha fissato i suoi meeting, il giornalista che desidera ricevere cartelline stampa, ecc. Dovrà avere una grafica identificativa connotante la funzione di *reception/area welcome/info-point*. Il *front desk* dovrà essere di comode dimensioni per alloggiare il materiale promozionale istituzionale della Regione. Dovrà essere dotato di ripiani robusti, ante chiudibili a chiave, prese di corrente (almeno due per ricarica computer, cellulari, ecc.), sgabelli con schienale (almeno quattro).

### **C4) AREA "SERVIZI "**

Il progetto di allestimento dovrà prevedere un'area servizi – aggregata o distribuita, attraverso dei volumi, sulla superficie espositiva - composta da più ambienti con diverso utilizzo e destinazione - come qui di seguito descritto:

#### **a) Area ospitalità (bar all'italiana, animazioni eno-gastronomiche, presentazioni/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. **NOTA BENE** – l'angolo bar all'italiana e l'area animazioni enogastronomiche dovranno essere distinte e separate in quanto dovranno funzionare contemporaneamente con due pubblici distinti (alcuni ospiti avranno l'accesso solo al bar ed altri al bar e all'area animazioni enogastronomiche). La proposta di un unico spazio con angolo bar e angolo animazioni non risponde alle esigenze del committente.

- Angolo bar all'italiana con accesso riservato agli ospiti di Apt Servizi e della Regione Emilia Romagna, ai co-espositori, ai rappresentanti dei media accreditati dall'ufficio stampa di Apt Servizi. L'accesso è solo su invito (non è aperto al pubblico). Dovrà essere 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 animazioni enogastronomiche con accesso e servizio riservato agli ospiti di Apt Servizi e della Regione Emilia Romagna, ai co-espositori, ai rappresentanti dei media accreditati dall'ufficio stampa di Apt Servizi. L'accesso è solo su invito (non è aperto al pubblico). Qui verrà servita - in determinate fasce orarie - la food box - degustazione del giorno. Quest'ambiente dovrà essere allestito come un'osteria all'aperto o il cortile/giardino di un ristorante italiano. Dovrà essere presente un banco di mescita di acqua/ vino e distribuzione della "food box", un buffet di dimensioni ridotte per la frutta e i dolci, tavoli e sedie da bistrot in numero e misura idonea ad accogliere almeno 50 persone contemporaneamente, scenografie e elementi di decoro da interni a tema. Qui i giornalisti, i co-espositori e gli ospiti dovranno trovare un'atmosfera rilassata e conviviale, diversa rispetto a quella dell'area business, per un break 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). Dovrà essere delimitata, con elementi d'arredo o altre soluzioni non impattanti (ad es. pareti pantografate tematizzate) e dotata di un unico ingresso. L'accesso a quest'area è solo su invito. L'ambiente deve risultare chiuso al pubblico e accessibile in maniera controllabile da parte del personale di Apt Servizi. Deve essere posto all'interno della superficie espositiva, poco visibile dal perimetro esterno. **NOTA BENE** - 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 prevedendo accorgimenti che creino ulteriore riservatezza (quando necessaria), attraverso ad esempio sistemi di pannellature scorrevoli. La dotazione di base per la funzione ristorante, dovrà essere pertanto essere integrata con la seguente attrezzatura in parte fissa e in parte amovibile:

- n° 25 sedie pieghevoli (amovibili - da utilizzare in occasione di conferenze stampa/presentazioni al posto dei tavoli e delle sedie da bistrot)
- 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 microfonic 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.

**b) 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. **NOTA BENE:** cucina e l'area animazioni eno-gastronomiche dovranno essere tassativamente comunicanti e 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 orzo e, se possibile anche ginseng, cm 20 cad. spina shuko – 800 W

**c) Ufficio stampa** - attrezzato con n° 2 scrivanie rettangolari (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. L'ufficio stampa dovrà essere dotato di prese di corrente per allacciamento computer, stampante, ricarica telefoni cellulari e di un monitor da 47" min. ove proiettare filmati della regione;

**d) Magazzino-guardaroba** - attrezzato con robuste scaffalature per lo stivaggio di materiale promozionale cartaceo e per custodire dei gadget. Per quest'ultimi, è necessario prevedere un paio di armadietti chiudibili a chiave. Inoltre, si richiede un armadietto tipo "casellario" per la custodia di effetti personali (n. 20 scomparti min.), appendiabiti (stender con grucce, 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. 150 pax.). All'interno di quest'area dovrà essere previsto anche un vano tecnico per quadri elettrici, regia audio/video, ecc. Quest'area dovrà essere disposta in modo tale da essere fruibile per i co-espositori, che vi eccederanno in tutti i momenti della giornata, quindi lontana dall'area degustazioni enogastronomiche e dal bar;

**e) Sala meeting** – sala adibita ad incontri riservati equipaggiata con un tavolo elegante, in dimensioni tali da alloggiare comodamente 8 persone, sedie confortevoli, un appendiabiti e un piccolo armadietto basso (di ca. 2/2,5 mt lineari) con ripiani interni, chiudibile a chiave. Si richiede altresì la graficizzazione con motivi visual (immagini, logotipo e lettering) di almeno 1 parete dell'ufficio.



Si fa notare che – come sopra già specificato - gli ambienti al punto a) e b) dovranno essere comunicanti o attigui per agevolare lo svolgimento del servizio.

#### **C5) 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).

#### **D. EQUIPAGGIAMENTO TECNOLOGICO**

➤ n° 1 videowall composto da schermi full HD ultranitidi e ultrasottili, che offra un'ampia area di visione e una tela digitale perfetta (o in alternativa unledwall con ampia area di visione senza linee divisorie), predisposto al *playback* video via USB, per proiezione di filmati, da collocare sulla parete più importante dello stand, visibile in esterno al flusso esterno dei visitatori;

➤ n° 1 schermo CD da 52” con uscita USB, per proiezione materiale video, posto all'interno dell'area animazioni enogastronomiche (vedere punto C4 a);

➤ impianto audio adeguato alla superficie espositiva, con casse poste in posizione ottimale per servire tutte le zone (in particolare dove si svolgeranno le conferenze stampa e impianto microfonico con n° 2 microfoni a gelato (vedere Punto C4 a);

➤ n° 3 schermi LCD da min. 50” con uscita USB per le postazioni delle “Destinazioni turistiche” (Punto C2);

➤ n° 1 schermo LCD da 47” con uscita USB, all'interno dell'ufficio stampa.

#### **F. VARIE**

- Impianto di alimentazione e illuminazione a luce diffusa su tutta l'area e a luce direzionale sulle pareti decorate con grafiche 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 fornitura connettività (due linee cablate) in punti specifici dello stand 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.
- Totem o altra soluzione espositiva (può essere anche una parete dello stand) collocata lungo i corridoi, nei punti di maggior flusso di visitatori, ad uso informativo. Questi elementi dovranno rappresentare la mappa completa dello stand con le postazioni operative occupate dai co-



espositori e la lista completa delle aziende presenti. Se disponibili, si richiede l'utilizzo di totem touch screen interattivi.

- N° 1 palina autoportante (in formato A4 verticale) da utilizzare come segnaletica per le conferenze stampa previste all'interno dello stand;
- Elementi dissuasori amovibili (n° 2) da utilizzare durante le animazioni gastronomiche, se necessario;
- Presenza per tutta la durata della fiera di una persona in loco in assistenza ad Apt Servizi per la risoluzione di eventuali problemi legati all'allestimento dello stand e al malfunzionamento degli impianti;
- L'ultimo giorno di allestimento (quello antecedente l'apertura della manifestazione) dovrà essere garantita la presenza di personale per l'assistenza ad Apt Servizi e lo stivaggio del materiale promozionale cartaceo nel magazzino (n° 2 persone). Si richiede altresì la presenza di una persona responsabile del cantiere di allestimento per la risoluzione di eventuali problemi e/o richiesta di ulteriori forniture;
- Utilizzo, laddove possibile, di materiali certificati eco-sostenibili ed eco-compatibili;
- Stesura di tutti gli esecutivi necessari di costruzione e di cantiere e invio del progetto dello stand, nei tempi stabiliti dall'ente fieristico di competenza;
- 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.

### **TERMINI DI CONSEGNA**

Lo stand dovrà essere consegnato perfettamente finito in ogni sua parte, chiavi in mano, alla committenza 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 essere effettuato a chiusura manifestazione, come da regolamento.