



UNIONE EUROPEA



Il futuro alla portata di tutti
Asse VI - Azione 6.8



PROMOZIONE
Agenzia Regionale del Turismo

Programma operativo Regionale FESR-FSE 2014 – 2020 “Attrattori culturali, naturali e turismo” Asse VI – Tutela dell’ambiente e promozione delle risorse naturali e culturali – Azione 6.8 Interventi per il riposizionamento competitivo delle destinazioni turistiche
CUP: B39118000090009

ATTUAZIONE DEL PROGETTO di Comunicazione digitale e brand identity della destinazione Puglia (Business to consumer) 2018-2019 – Avviso pubblico per la acquisizione di servizi di comunicazione in co-branding ex art. 36, comma 2, lett. a), del D.LGS. N. 50/2016.

APPENDICE 2 - LINEE GUIDA PER I SERVIZI DI COMUNICAZIONE IN CO-BRANDING

PREMESSA GENERALE

Oggetto dell’Avviso è l’acquisto di servizi di comunicazione consistenti nella “brandizzazione” di spazi fisici e/o virtuali in occasione di eventi tematici.

Per “brandizzazione” si intende la 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).

Servizio obbligatorio: Photo – book: Report fotografico e illustrativo dell’evento svolto, da brandizzare nel fronte e/o nel retro e da consegnare in formato cartaceo, eventualmente rilegato, e in formato digitale.

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



UNIONE EUROPEA



Il futuro alla portata di tutti
Asse VI - Azione 6.8



AGENZIA REGIONALE DEL TURISMO

Programma operativo Regionale FESR-FSE 2014 – 2020 “Attrattori culturali, naturali e turismo” Asse VI – Tutela dell’ambiente e promozione delle risorse naturali e culturali – Azione 6.8 Interventi per il riposizionamento competitivo delle destinazioni turistiche

CUP: B39I18000090009

	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, tovaglette, sacche porta-calice, sottobicchieri, block-notes, penne, matite, etc...)
ALLESTIMENTI on site	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: 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: Simili ai desk, sono punti informativi da brandizzare e utilizzare per la distribuzione di gadget, materiale promozionale del territorio e inerente l’evento.
SERVIZI DI COMUNICAZIONE ON-LINE per tipologia di servizio e tipo di diffusione sul web	
	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
	Video: in formato breve(30”-60”) e in versione estesa (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



UNIONE EUROPEA



Il futuro alla portata di tutti
Asse VI - Azione 6.8



REGIONE PUGLIA

ASSESSORATO
INDUSTRIA TURISTICA E CULTURALE
GESTIONE E VALORIZZAZIONE
DEI BENI CULTURALI



PROMOZIONE
Agenzia Regionale del Turismo

Programma operativo Regionale FESR-FSE 2014 – 2020 “Attrattori culturali, naturali e turismo” Asse VI – Tutela dell’ambiente e promozione delle risorse naturali e culturali – Azione 6.8 Interventi per il riposizionamento competitivo delle destinazioni turistiche

CUP: B39I18000090009

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.

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.