



Prot. n. 2270/2015/BA

Bari 23/04/2015

BRIEF CAMPAGNE DI COMUNICAZIONE PUGLIAPROMOZIONE

Nell'ambito dell'Accordo di Programma Quadro "Beni Culturali - Promozione del patrimonio culturale materiale ed immateriale", e con riferimento alla determina dirigenziale n. 151 del 23 Aprile 2015, si illustrano di seguito i brief relativi alle prossime campagne di comunicazione programmate da Pugliapromozione, nonché le indicazioni operative per la presentazione delle proposte media all'attenzione dell'Ufficio Comunicazione & Media.

CAMPAGNA N.1: PROMOZIONE DEL PATRIMONIO CULTURALE MATERIALE E IMMATERIALE DELLA REGIONE PUGLIA (BENI & EVENTI)

Campagna di comunicazione integrata on/offline dedicata alla promozione della destinazione turistica Puglia e in particolare del patrimonio culturale materiale e immateriale, ovvero i beni culturali e il calendario degli eventi turisticamente più attrattivi, a valenza di motivazione al viaggio. Ci si riferisce quindi alla promozione e comunicazione del brand Puglia in senso trasversale e svincolato da una specifica area territoriale.

Si prevede la realizzazione di una campagna multisoggetto, strutturata in maniera semplice ma estremamente dinamica, tale da poter essere adattata ai diversi mezzi/target di riferimento.

Periodo

Da Maggio 2015 a Ottobre 2015, all'interno di questo periodo saranno definiti i singoli flight della campagna. Si prevede un particolare focus sul periodo estivo Giugno/Settembre 2015, in occasione del programma di valorizzazione territoriale "Puglia Open Days 2015".

PugliaPromozione
www.agenziapugliapromozione.it

Direzione Generale / *General management*
Fiera del Levante, PAD. 172,
lungomare Starita, 70123 Bari
tel 080.5821411 fax 080.5821429
direzione.generale@viaggiareinpuglia.it

Sede di Bari / *Office in Bari*
piazza A. Moro 33/A, 70122 – Bari
tel 080.5242361 fax 080.5242361
bari.promozione@viaggiareinpuglia.it



Target

La campagna è destinata principalmente ai turisti/viaggiatori amanti dell'arte, della cultura e delle tradizioni, interessati alla scoperta del patrimonio culturale (materiale e immateriale) della Puglia e che quindi potrebbero potenzialmente scegliere la regione come meta di viaggio.

Il target è comunque ampio, in quanto comprende turisti/viaggiatori, singoli e/o famiglie, di età giovane e/o adulta, fino a comprendere anche il target relativo ai gruppi *senior*, spesso *repeaters* con ciò indicando coloro che hanno già avuto modo di visitare la Puglia.

Una parte importante del target è anche rappresentata dai viaggiatori/turisti che si spostano sul territorio anche a breve raggio, poiché mossi dall'interesse verso particolari eventi di musica, danza, spettacolo dal vivo e altro.

La campagna sarà rivolta principalmente al mercato regionale, nazionale ed internazionale.

Obiettivi

- *Brand*: awareness e rafforzamento del brand Puglia, con particolare focus sul prodotto "patrimonio culturale" quale asset d'eccellenza comune a tutto il territorio pugliese;
- *Analytics*: aumento del traffico verso il sito e/o la landing page di destinazione della campagna;
- *Booking* (obiettivo indiretto): aumento arrivi e presenze in Puglia, attraverso le prenotazioni di pernottamento nelle strutture iscritte al DMS relative alle aree territoriali e ai prodotti comunicati.



Ipotesi Media Mix

Per la campagna n. 1 si ipotizza il seguente media mix, specificando sin d'ora che, in caso di economie sui budget previsti, PugliaPromozione si riserva la possibilità di integrare il media mix ipotizzato con eventuali altri mezzi non espressamente indicati.

OOH

- Grandi formati multimediali/affissioni nei principali luoghi della mobilità e del trasporto pubblico, in località servite da collegamenti diretti con la Puglia, sia in Italia che all'estero;
- Affissioni nelle principali città in prossimità della Puglia e/o città italiane che hanno collegamenti semplici e/o diretti con la Puglia.

STAMPA

- Principali quotidiani e/o riviste di informazione e attualità;
- Riviste specializzate in viaggio;
- Riviste specializzate in arte e beni culturali (materiali e immateriali);
- Pubblicazioni tematiche e/o guide di settore;
- Guide di viaggio.

Si valuteranno con interesse eventuali proposte di integrazione con il web.

WEB

- Display su siti di news/attualità, portali di viaggio, booking e informazione su eventi e beni culturali;
- Dem e Newsletter a DB profilati;
- Social media advertising;
- SEM e circuiti CPC.



RADIO & TV

Si valuteranno eventuali proposte di partnership con brand di riconosciuta notorietà a livello nazionale e internazionale, in particolare per trasmissioni in diretta dalla Puglia su emittenti radiofoniche e televisive. Le trasmissioni e i progetti proposti dovranno sostenere e diffondere il brand Puglia e la sua connessione con uno o più prodotti turistici di rilievo nella strategia regionale di promozione turistica.

CAMPAGNA N.2: Puglia "Open Days" 2015

Campagna di comunicazione, integrata on/off line, dedicata alla comunicazione e promozione dei programmi di valorizzazione dell'offerta turistica regionale (ad esempio le aperture straordinarie "Puglia Open Days"), nonché alla comunicazione e promozione degli eventi correlati sul territorio regionale.

4

Periodo

Da Maggio a Settembre 2015: all'interno di questo periodo saranno definiti i singoli flight della campagna.

Target

Il target è rappresentato dai turisti cosiddetti da ultimo miglio, coloro che sono già in Puglia (o che hanno già programmato un viaggio in Puglia) e che sono in cerca di esperienze di scoperta del patrimonio culturale materiale e immateriale, anche attraverso esperienze di fruizione inusuali, per approfondire la conoscenza del territorio. Il target non ha bisogno di un motivo di viaggio poiché ha già scelto la Puglia per le sue vacanze.

La campagna sarà rivolta principalmente al mercato regionale.

PugliaPromozione
www.agenziapugliapromozione.it

Direzione Generale / General management
Fiera del Levante, PAD. 172,
lungomare Starita, 70123 Bari
tel 080.5821411 fax 080.5821429
direzione.generale@viaggiareinpuglia.it

Sede di Bari / Office in Bari
piazza A. Moro 33/A, 70122 – Bari
tel 080.5242361 fax 080.5242361
bari.promozione@viaggiareinpuglia.it



Obiettivi

- *Brand*: awareness e rafforzamento del brand Puglia e diffusione dei programmi di valorizzazione;
- *Analytics*: aumento del traffico verso il sito e/o la landing page di destinazione della campagna;
- *Booking* (obiettivo indiretto): prenotazione e partecipazione alle attività previste dal calendario “Puglia Open Days 2015” e dal calendario dei principali eventi organizzati sul territorio.

Ipotesi Media Mix

Per la campagna n. 2 si ipotizza il seguente media mix, specificando sin d’ora che, in caso di economie sui budget previsti, PugliaPromozione si riserva la possibilità di integrare il media mix ipotizzato con eventuali altri mezzi non espressamente indicati.

5

OOH

- Affissioni in Puglia e nelle principali città in prossimità della Puglia

STAMPA

I mezzi proposti dovranno avere principalmente diffusione regionale e dovranno comprendere testate di interesse per il target di riferimento:

- Principali quotidiani e riviste di informazione regionale;
- Riviste di eventi;
- Riviste di viaggio e riviste con focus sul prodotto “arte e cultura”.

WEB

I mezzi proposti dovranno avere principalmente diffusione regionale e dovranno comprendere siti e portali di interesse per il target di riferimento:

PugliaPromozione
www.agenziapugliapromozione.it

Direzione Generale / General management
Fiera del Levante, PAD. 172,
lungomare Starita, 70123 Bari
tel 080.5821411 fax 080.5821429
direzione.generale@viaggiareinpuglia.it

Sede di Bari / Office in Bari
piazza A. Moro 33/A, 70122 – Bari
tel 080.5242361 fax 080.5242361
bari.promozione@viaggiareinpuglia.it



- Display su siti di news/attualità e principali portali;
- Dem e Newsletter a DB profilati;
- Social media advertising.

RADIO & TV

Solo in caso di disponibilità di budget si valuteranno eventuali partnership e/o acquisti di passaggi pubblicitari su emittenti di riconosciuta notorietà con diffusione nazionale e/o interregionale in linea con il target.

INDICAZIONI OPERATIVE, MODALITA' E TEMPI DI INVIO PROPOSTE

Pugliapromozione terminerà la programmazione e negoziazione media per queste campagne entro il 25 settembre 2015 ore 18.00, e dunque entro tale data dovranno pervenire le proposte commerciali.

Le offerte devono essere inviate esclusivamente a mezzo email, indirizzate all'Ufficio Comunicazione & Media dell'Agenzia Pugliapromozione, al seguente indirizzo media@viaggiareinpuglia.it.

L'offerta, debitamente sottoscritta dal legale rappresentante o suo delegato, dovrà contenere:

1. dichiarazione di esclusività per la gestione degli spazi adv, firmata dal legale rappresentante o suo delegato;
2. breve descrizione del progetto con presentazione aggiornata dei mezzi proposti, completa di dati specifici relativi alla diffusione/audience di riferimento;
3. periodo di visibilità con proposta di calendario;
4. offerta economica totale, dettaglio dei servizi e scontistica riservata, importo iva inclusa e dettaglio della percentuale applicata;

PugliaPromozione
www.agenziapugliapromozione.it

Direzione Generale / *General management*
Fiera del Levante, PAD. 172,
lungomare Starita, 70123 Bari
tel 080.5821411 fax 080.5821429
direzione.generale@viaggiareinpuglia.it

Sede di Bari / *Office in Bari*
piazza A. Moro 33/A, 70122 – Bari
tel 080.5242361 fax 080.5242361
bari.promozione@viaggiareinpuglia.it



5. dettaglio costo per ogni formato/mezzo e indicazione del costo/contatto per ogni mezzo proposto;

La mancanza di uno dei 5 requisiti indicati renderà la proposta non ammissibile.

Si specifica che, in caso di proposte relative a più di una delle campagne descritte nel presente documento, sarà necessario elaborare un'unica offerta economica.

In caso di economie sui budget previsti, PugliaPromozione si riserva la possibilità di valutare e approvare eventuali proposte anche oltre la data indicata.

In nessun caso potranno essere concordati appuntamenti, se non dietro eventuale esplicita richiesta di PugliaPromozione e al solo fine della negoziazione.

Si specifica che la programmazione è effettuata direttamente da Pugliapromozione in coerenza con le strategie di promozione della destinazione, senza l'intermediazione di alcun media center.

7

Inoltre si rende noto che:

- Il Media Plan per le campagne indicate sarà supportato e integrato dal piano editoriale relativo ai *social media* ufficiali Viaggiareinpuglia, WeAreInPuglia e PugliaEvents. Eventuali suggerimenti e/o progetti integrati con i canali social ufficiali saranno valutati con interesse.
- Il Piano di Comunicazione generale sarà supportato dall'attività di *ufficio stampa* a cura di Pugliapromozione.
- L'utilizzo del canale *mobile* non è attualmente previsto, ma rappresenta una possibile proposta migliorativa.

PugliaPromozione
www.agenziapugliapromozione.it

Direzione Generale / *General management*
Fiera del Levante, PAD. 172,
lungomare Starita, 70123 Bari
tel 080.5821411 fax 080.5821429
direzione.generale@viaggiareinpuglia.it

Sede di Bari / *Office in Bari*
piazza A. Moro 33/A, 70122 – Bari
tel 080.5242361 fax 080.5242361
bari.promozione@viaggiareinpuglia.it



Siti web di riferimento:

- Portale ufficiale del turismo in Puglia www.viaggiareinpuglia.it
- Portale ufficiale eventi in Puglia www.pugliaevents.it
- Facebook Viaggiareinpuglia www.facebook.com/viaggiareinpuglia.it
- Facebook WeAreInPuglia www.facebook.com/weareinpuglia
- Facebook Puglia Events <http://www.facebook.com/PugliaEvents.it>

Bari, 23/04/2015

Ufficio Comunicazione & Media
Pugliapromozione