



## LINEE GUIDA PER I SERVIZI DI COMUNICAZIONE IN CO-BRANDING

### PREMESSA GENERALE

Oggetto dell'Avviso è l'acquisizione di servizi di comunicazione consistenti nella personalizzazione di spazi fisici e digitali (allestimenti, materiali promozionali, newsletter, redazionali on line, banner web, post social che divulgano foto/video, passaggi video in radio/tv, ...) in occasione di eventi in co-branding.

Per "brandizzazione", "personalizzazione" e "segni distintivi del brand Puglia" si intende l'apposizione dei segni distintivi dei "brand Puglia", dei loghi istituzionali dell'hashtag #WeAreInPuglia, della scritta PUGLIA e di altre creatività concordati e forniti dal Committente (AReT), nell'ambito dei servizi di comunicazione approvati on e off line.

La personalizzazione può essere anche di tipo contenutistico con opportuni contenuti e citazioni concordati con il Committente (AReT) e gli uffici di competenza.

I materiali recanti segni grafici e/o contenuti sulla Puglia devono essere elaborati in forma di anteprime- preview per preliminare approvazione del Committente (AReT).

Il Piano di comunicazione dell'evento da promuovere attraverso i servizi deve essere integrato con i contenuti di comunicazione elaborati dall'AReT, in coerenza con la campagna di comunicazione del periodo invernale/natalizio elaborata dalla stessa Agenzia.

N.B. È obbligatorio in fase post-evento consegnare un report video-fotografico e illustrativo dell'evento, in formato digitale, ai fini del controllo della corretta esecuzione, unitamente a foto-video extra, per fini istituzionali

A titolo esemplificativo, si riportano le macro-voci e le indicazioni per redigere correttamente il preventivo servizi/costi ammissibili di comunicazione da realizzare per l'evento.

### SERVIZI DI COMUNICAZIONE OFF-LINE

#### - MATERIALE PROMOZIONALE

**Flyer:** volantino con funzione di invito all'evento proposto o con funzione informativa (può essere anche digitale);



UNIONE EUROPEA



REGIONE PUGLIA

FSC

Fondo per lo Sviluppo  
e la Coesione



PROMOZIONE  
Agenzia Regionale del Turismo

**Locandine o Manifesti:** di opportuno formato dal più piccolo al più grande (6x3) 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 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, tovagliette, sacche porta-calice, sottobicchieri, block-notes, penne, matite, etc...)

#### - ALLESTIMENTI

**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, ledwall 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

**Redazionali on-line:** Contenuti da concordare con l'ARET, da brandizzare opportunamente anche da un punto di vista grafico, che approfondiscono l'evento e la sua connessione con il territorio, promuovendolo e valorizzandolo da un punto di vista turistico e come destinazione di viaggio.

Devono essere indicati il numero minimo di battute (non è un comunicato stampa) e i siti di pubblicazione.



UNIONE EUROPEA



REGIONE PUGLIA

FSC

Fondo per lo Sviluppo  
e la Coesione



PROMOZIONE  
Agenzia Regionale del Turismo

**Passaggi 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. I video saranno anche supervisionati in base al canale di destinazione (social, in loco...). Il video deve essere concordato e poi brandizzato con il frame di chiusura (bumper out) fornito dall'AReT o concordando l'apposizione opportuna dei loghi.

**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 web:** materiali on line di vario formato (box, leaderboard, etc...) statici o dinamici (animati), con al sito [viaggiareinpuglia.it](http://viaggiareinpuglia.it) o altre sezioni del portale istituzionale, da brandizzare opportunamente in accordo con l'AReT.

È importante indicare i siti di destinazione su cui si intende pubblicare i predetti banner e calendarizzare le pubblicazioni. I siti web devono essere scelti in base al target di riferimento dell'evento e al numero potenziale di visualizzazioni, al fine di amplificare la risonanza mediatica dell'evento che promuove il brand Puglia.