



## Allegato n. 6

### Capitolato Speciale d'Appalto

#### **Servizio di pianificazione campagna di comunicazione integrata - Progetto di promozione e valorizzazione degli itinerari escursionistici e dell'outdoor in Piemonte**

##### **A) DESCRIZIONE TECNICA DEL PROGETTO**

Si richiede la pianificazione di una campagna web attraverso:

1. definizione di un piano media su web nei Paesi target, con l'individuazione di importanti riviste on line, sia di settore (outdoor), che di turismo/viaggi e generaliste, interessate al prodotto da promuovere, su cui pubblicare banner promozionali del sito Piemonte Outdoor. Sono da valutare anche quotidiani nazionali, presenti in Piemonte, Lombardia, Liguria, Emilia Romagna, Toscana e Lazio che abbiano la versione on line;

La realizzazione dei banner - a seguito della comunicazione delle misure standard da utilizzare - sarà a cura di CEIPIEMONTE per tutte le uscite e in tutte le lingue.

2. realizzazione di un concorso fotografico su Instagram con argomento "il prodotto escursionistico in Piemonte", che verrà ospitato sul sito [www.piemonteoutdoor.it](http://www.piemonteoutdoor.it)  
Il concorso dovrà essere rivolto a un target specifico, ad esempio: i turisti che si trovano nella nostra regione con l'obiettivo di invitarli a scattare fotografie dei percorsi che stanno seguendo e condividerle con i loro amici sul social network: più foto vengono postate e commentate, maggiore è la visibilità data al "prodotto", nel nostro caso al prodotto escursionistico in Piemonte, oppure studenti degli istituti secondari del Piemonte, o altri target suggeriti dall'offerente. Saranno accettate proposte migliorative. Per aumentare l'interesse e il coinvolgimento degli utenti, verrà messo in palio un premio finale.  
Per promuovere il concorso dovranno essere realizzati dei materiali informativi e un'apposita campagna promozionale.

Per il concorso su Instagram dovrà essere fornito un prodotto "chiavi in mano", la ditta aggiudicatrice dovrà occuparsi: dell'attivazione del concorso, della sua gestione con individuazione e fornitura del premio ed eventuale fideiussione, e della campagna di promozione. L'eventuale gestione nelle lingue (it, en, fr, de) con relative traduzioni, sarà a totale cura della ditta aggiudicatrice di gara.

Obiettivo principale della campagna dovrà essere:

- raggiungere un pubblico trasversale: differente per lingua, età e interessi, utilizzando i media on line più efficaci. Accendere l'interesse verso il portale Piemonte Outdoor e verso la vacanza attiva.

##### **B) PRODOTTO DA PROMUOVERE**

Portale regionale: [www.piemonteoutdoor.it](http://www.piemonteoutdoor.it)



C) **SEGMENTI TURISTICI**

Attività outdoor

D) **PAESI DI INTERESSE SU CUI CONCENTRARE LA PIANIFICAIZONE:**

Mercato interno e mercati di prossimità, nello specifico:

- Italia: con particolare attenzione alle regioni Piemonte, Lombardia, Liguria, Emilia Romagna, Toscana e Lazio;
- Svizzera: tedesca, francese e italiana;
- Germania: con particolare attenzione all'area di prossimità dell'arco alpino - Baviera, Baden Württemberg;
- Francia: con particolare attenzione all'area di confine dell'arco alpino - PACA (Provence, Alpes, Cote d'Azur) e Rhone-Alpes;
- Belgio
- Olanda
- Paesi Scandinavi

E) **PROFILO DELLA DOMANDA:**

i) **TARGET:** appassionati di outdoor; turisti potenziali/clienti finali;

ii) **SEGMENTI DI MERCATO:**

- famiglie con figli;
- giovani;
- sportivi;
- gruppi di persone attive;

iii) **POSIZIONAMENTO:** gruppo di utenti ampio, interessato a praticare sport outdoor, percorsi escursionistici e di trekking di differente grado di difficoltà, appassionato dell'ambiente, della natura, del piacere di una gita in montagna o in collina, attento alla qualità, all'eco-sostenibilità e all'innovazione.

F) **TIMING PIANIFICAZIONE:** maggio, giugno, luglio 2014.