
ALLEGATO 1 – CAPITOLATO TECNICO

AVVISO PUBBLICO PER INDAGINE DI MERCATO FINALIZZATO ALL’AFFIDAMENTO DIRETTO DI ORGANIZZAZIONE DEL FOOD INFLUENCER TOUR DEL PROGETTO SAPORE INLOMBARDIA

1. Contesto

Explora è la Destination Management Organization (DMO), di Regione Lombardia, Camera di commercio di Milano e Unioncamere Lombardia che ha come attività primaria la promozione dell’offerta turistica della regione.

Explora promuove le attrattive della regione Lombardia attraverso il brand inLOMBARDIA verso i turisti, italiani e stranieri, principalmente attraverso il portale in-lombardia.it, multilingua e multi-device che presenta tutta l’offerta del territorio e dei suoi operatori.

2. Linee guida #SaporeInLombardia

Explora, nell’ambito della promozione dell’offerta turistica lombarda, realizza e promuove il progetto tematico “Sapore inLombardia” volto a comunicare, diffondere e incentivare il turismo enogastronomico e a rafforzare le attività della filiera turistica e della ristorazione attraverso attività promozionali online e offline format, iniziative, strumenti e palinsesti che diano visibilità al territorio e alle sue eccellenze enogastronomiche.

3. Dettagli food influencer tour #SaporeInLombardia

L’influencer tour rientra nel percorso di #inLombardia365 (al suo secondo anno) verrà svolto nei primi 15 giorni di maggio 2017 perché sia contestuale alla Week&Food (dal 4 all’11 maggio), prevede la copertura dei canali inLombardia, verrà seguita da un referente di inLombardia, un videomaker e si richiede un referente della società incaricata come tour leader.

Link utili:

in-lombardia.it

365.in-lombardia.it

365.in-lombardia.it/report

Sapore.in-lombardia.it

3. Obiettivi

- Promuovere il territorio lombardo dal punto di vista dell’accoglienza, delle attrattive turistiche e dell’enogastronomia attraverso il coinvolgimento di influencer internazionali provenienti dai mercati target (blogger, instagramers, youtuber, ecc.);
- I mercati target prioritari saranno Italia, Germania, Svizzera, US, Francia e UK
- Valorizzare il prodotto locale nel suo territorio e contesto turistico a 360° gradi quindi anche in ambiti trasversali come turismo active, culturale, sportivo, enogastronomico;
- Comunicare e promuovere il turismo enogastronomico con la campagna #SaporeInLombardia e #inLombardia365 con un piano di storytelling multilevel;
- Creare awareness ed online buzz della Lombardia come ottimale destinazione italiana per arte, cultura, siti UNESCO, enoturismo, outdoor, laghi, active sports, shopping and lifestyle per i target internazionali richiesti;

- Raccontare i territori in chiave di “viaggio” grazie all’utilizzo di mezzi di trasporto che consentano un turismo lento e di scoperta avventurosa, come ad esempio api calessino. Un racconto in chiave contemporanea, attraverso strumenti, narrazioni e iniziative di comunicazione innovative.

5. Attività richieste

- a) Organizzazione di un itinerario che attraversi almeno 3 territori lombardi significativi da un punto di vista attrattivo-enogastronomico e naturalistico e che si presti per un tour itinerante che faccia vedere l’ambiente circostante, con utilizzo di mezzi di trasporto a tre ruote per almeno 15 persone. L’itinerario dovrà prevedere le soste per gli eventi in alcune città. (1 evento per ogni territorio e 1 evento conclusivo nella città di Milano);
- b) Ricerca e ingaggio di minimo 10 food influencer nazionali e internazionali con una fanbase ampia, un’audience internazionale e target rispondenti alle esigenze del Progetto;
- c) Copertura di tutte le spese relative agli influencer: transfer, alloggio, vitto, benzina, attività, nonché qualsiasi altra spesa per l’erogazione del servizio in oggetto;
- d) Coinvolgimento di uno o più chef stellati per una maggiore valorizzazione del Progetto, del territorio e delle sue eccellenze gastronomiche;
- e) Personalizzare i mezzi di trasporto a tre ruote con loghi, immagini e scritte per promuovere in Lombardia, nonché gli hashtag del Progetto: #SaporeInLombardia #inlombardia365;
- f) pubblicare articoli sui blog e i *visual content* da parte dei singoli partecipanti entro 1 mese dall’inizio di ogni singolo viaggio;
- g) pubblicare, durante il soggiorno in Lombardia, da parte degli influencer della loro esperienza in real-time tramite i loro canali social come Twitter, Facebook, Instagram e Google+ ecc, utilizzando gli hashtag “#SaporeInLombardia” e “#inLombardia365” dovranno accompagnare ogni loro esperienza.
- h) ricercare Media Partner del progetto;

6. Tempi di consegna e realizzazione

L’appaltatore dovrà realizzare tutte le attività di cui al punto 5 entro e non oltre il **30 giugno 2017**. Il suddetto termine potrà essere prorogato per cause di forza maggiore o caso fortuito non imputabili all’appaltatore.