

ALLEGATO 1 - CAPITOLATO TECNICO

AVVISO PUBBLICO PER INDAGINE DI MERCATO FINALIZZATO ALL’AFFIDAMENTO DIRETTO DI UN SERVIZIO DI SOCIAL AMPLIFICATION E COPERTURA EVENTI

1. Contesto

Explora è la Destination Marketing Organization di Regione Lombardia, Camera di Commercio di Milano e Unioncamere Lombardia, che ha l’obiettivo di promuovere il turismo e l’attrattività della destinazione.

La promozione avviene attraverso il brand di promozione turistica della regione “*inLOMBARDIA*”, quale brand ombrello della destinazione Regione Lombardia che racchiude sotto di sé, senza annullare o sovrapporsi alle singole identità, i brand locali e territoriali sottostanti.

L’obiettivo del brand *inLOMBARDIA* è quello di appoggiare, rafforzare e qualificare ulteriormente i brand locali e al tempo stesso acquisire una riconoscibilità di destinazione più rapida e forte grazie ad associazioni a marchi già noti e riconosciuti a livello turistico come Lago di Garda Lombardia, Lago di Como, Milano, etc.

Il brand *inLOMBARDIA* ha lo scopo di comunicare e veicolare i valori e le caratteristiche del territorio lombardo. Inoltre, simboleggia un mondo da comunicare: quello che costruisce il significato di “Lombardia” nella mente delle persone come prodotto destinazione-esperienza.

Il mercato a cui si rivolge il brand *inLOMBARDIA* è regionale, nazionale e internazionale, con focus su: Germania, Regno Unito, Svizzera e Francia.

Canali social

Explora, nell’ambito della promozione dell’offerta turistica lombarda, realizza e promuove vari progetti tematici volti a comunicare, diffondere e incentivare i diversi tipi di turismo che la Lombardia è in grado di offrire ed a rafforzare le attività della filiera turistica attraverso attività promozionali sul web e sui social, strumenti e palinsesti che diano visibilità al territorio e alle sue eccellenze.

Siti Web:

[inLOMBARDIA](#)

[Sapore in Lombardia](#)

[in bici in Lombardia](#)

[Cult City](#)

[#ilPassaporto](#)

[#inLombardia365](#)

Canali social:

[Facebook](#)

[Twitter](#)

[Instagram](#)

[Youtube](#)

[Google+](#)

[Pinterest](#)

2. Attività Richieste

Si richiede la selezione, la gestione, il coordinamento di una rete di influencer italiani (almeno 13 con buona conoscenza della lingua inglese parlata e scritta) e internazionali (almeno 7 con buona conoscenza della lingua inglese parlata e scritta) che svolgano attività di live posting in occasione di alcuni eventi e di social amplification durante l'anno.

Gli interessi degli influencer selezionati dovranno essere in linea con il brand inLOMBARDIA (turismo) e i suoi progetti tematici (food, cicloturismo, cultura ecc.).

I mercati target degli influencer selezionati: Italia, Germania, UK, Francia, Svizzera.

- a) Attività di social amplification per la promozione del brand inLOMBARDIA, dei suoi progetti tematici, degli eventi e delle sue campagne, attraverso i canali online degli influencer selezionati (potrebbe essere previsto l'utilizzo anche dei canali di inLOMBARDIA per la pubblicazione di dirette live e contenuti in real-time)

Nello specifico si richiede:

- Pubblicazione di blog post originali
- Pubblicazione di post originali su Facebook, Twitter, Instagram e Youtube
- Utilizzo degli hashtag promossi da inLOMBARDIA, dei territori lombardi o dei partner dell'iniziativa
- Condivisione di post, link, video dai canali di inLOMBARDIA, dei territori lombardi e dei partner dell'iniziativa
- Produzione di contenuti video
- Organizzazione di 4 twitter chat (3 + 1 finale): un'ora di conversazione su twitter dedicata al brand o alla destinazione. Vengono lanciate domande per coinvolgere il popolo della rete e favorire conversazioni

I progetti da seguire saranno: [Sapore in Lombardia](#); [in bici](#); [Cult City](#); [il Passaporto](#), ed eventuali altri che verranno lanciati nel corso dell'anno;

Le campagne da seguire saranno: [#inLombardia](#), [#ilPassaporto](#), [#Cultcity](#), [#saporeinlombardia](#), [#inbici](#), e Instagram call più ampie come: [#SpringinLombardia](#), [#SummerinLombardia](#), [#AutumninLombardia](#), [#WinterinLombardia](#), [#inLombardia365](#), ed eventuali altre che verranno lanciate nel corso dell'anno;

- b) Copertura Eventi:

- Organizzazione e logistica per garantire presenza fisica degli influencer agli eventi
- Live posting in occasione degli eventi di maggio: Giro d'Italia, Cult City Open Night e in parte Sapore in Lombardia a Milano durante MILANOFOODCITY

- Invio di materiale testuale, fotografico e video al social team di inLOMBARDIA durante l'evento
 - Social amplification degli eventi anche da remoto per gli influencer internazionali e non presso gli eventi
 - Attivazione di reti locali che possano supportare nell'amplificazione degli eventi;
 - Monitoraggio dell'andamento delle conversazioni in rete su temi specifici e iniziative specifiche per le quali si richiede attività di live posting (monitoraggio di chi ne sta parlando e rilancio, risposta)
 - Community management live in riferimento alle iniziative per le quali si richiede attività di live posting
- c) Reportistica di tutte le attività:
- Report sintetico giornaliero delle attività svolte e ritorni, o segnalazioni
 - Report mensile (entro il giorno 7 di ogni mese)
 - Report settimanale di ogni attività di live posting (consegna entro massimo 7 gg lavorativi)

3. Programma delle attività richieste

Si richiede la presenza di influencer per un numero complessivo di 30 giornate (anche in contemporanea) oltre alla copertura degli eventi di cui sotto (le giornate sono calcolate sul totale – 2 influencer in due città valgono 2 giornate):

- a) GIRO D'ITALIA: n. 10 eventi per 10 giorni (date da definire nel mese di maggio)
- Brescia
 - Bergamo
 - Bormio
 - Bormio
 - Tirano
 - Lago di Garda
 - Lago di Garda
 - Monza
 - Monza
 - Milano
- b) CULT CITY OPEN NIGHT 11 eventi per 5/10 giorni (alcuni saranno in contemporanea) (date da definire nel mese di maggio):
- Bergamo
 - Como
 - Monza
 - Cremona
 - Lecco

- Mantova
- Sondrio
- Varese
- Lodi
- Pavia
- Brescia

c) 10 giornate a tema Sapore in Lombardia:

- SAPORE IN LOMBARDIA LOUNGE: Milano, serate dal 7 all'11 maggio
- Altre appuntamenti saranno da definire nel corso dell'anno

d) Social amplification e twitter chat dalla data di affidamento fino al 31 dicembre 2017