

**CAPITOLATO TECNICO GARA UFFICIO STAMPA e
COMUNICAZIONE STRATEGICA LOTTO 2 MERCATO FRANZIA**

CIG xxxx

INDICE

- 1. PREMESSA**
- 2. OGGETTO E OBIETTIVI DEI SERVIZI**
- 3. MODALITA' DI RACCORDO E COORDINAMENTO**

1. PREMESSA

Dal 2016 Courmayeur ha intrapreso un percorso di rebranding, volto a posizionare la località in modo definito, differenziante e internazionale e articolato con la creazione di una mission e una vision. Questo percorso ci ha portato a creare un nuovo brand di località (allegato) capace di esprimere in maniera chiara:

- la visione di marca e i suoi valori: libertà, curiosità, sobria eleganza
- Il posizionamento di marca e la sua personalità: poliedricità, dinamicità, classe
- Le motivazioni di scelta del target internazionale: qualità, buon cibo e vino, relaxation, ritmo e palinsesto

Da questi obiettivi chiari nasce la comunicazione e un palinsesto di eventi vendibili e spendibili a livello internazionale.

2. OGGETTO E OBIETTIVI DEL SERVIZIO

L'obiettivo generale del servizio è di affiancare e supportare CSC srl – in house providing del Comune di Courmayeur - con un'attività di consulenza funzionale e continuativa a 360° in materia ufficio stampa e comunicazione tenuto conto degli obiettivi, del posizionamento e delle linee strategiche.

Quanto sopra con lo scopo di gestire e ottimizzare la comunicazione con i media nazionali francesi, amplificando i risultati, la reputation e l'awareness di località, e supportando a livello media anche i prodotti/offerte e gli eventi di Courmayeur Mont Blanc. L'obiettivo generale di Courmayeur è quello di diventare la prima località montana italiana e tra le 10 migliori al mondo.

Il progetto dovrà essere strutturato tenendo conto del posizionamento, degli obiettivi di località e del target di riferimento indicati in premessa.

L'attività di media relations, ufficio stampa, comunicazione strategica di Courmayeur è di fondamentale importanza e molto complessa perché incrocia diverse necessità e soprattutto si rivolge ad un target eterogeneo sia nazionale che internazionale, come conseguenza, la comunicazione di Courmayeur si muove su diversi livelli paralleli e complementari:

- Comunicazione generale di località, quindi legata al brand e a cosa Courmayeur rappresenta con un occhio di riguardo al suo posizionamento e alla strategia ABC;
- Comunicazione delle stagioni, dei prodotti/offerte di località;
- comunicazione volta alla promozione di autunno e primavera con l'obiettivo di destagionalizzare i flussi turistici;
- Comunicazione degli eventi: la località ha un calendario di appuntamenti, top events, manifestazioni molto importanti che spesso costituiscono veri e propri hook di comunicazione, da comunicare in maniera specifica rispetto alla comunicazione generale di località;

L'agenzia avrà il fondamentale compito strategico di definire i piani di comunicazione multicanale che da una parte armonizzino tutte queste esigenze e dall'altra massimizzino sforzi e risultati.

Gestione dell'attività di consulenza

In linea con gli obiettivi della presente gara di appalto si richiede di fornire un servizio di attività di consulenza in materia di ufficio stampa e comunicazione strategica verso il Mercato Francia per Courmayeur Mont Blanc.

Nello specifico l'affidatario dovrà occuparsi di:

- gestione dell'attività di ufficio stampa continuativa;
- redazione di piani di comunicazione e planning di comunicati in base agli eventi in programma e/o all'attività di promozione dell'offerta globale di località;
- prevedere un numero di giornate (min. 2), non continuative, nella sede del richiedente, per definire le strategie, le azioni chiave, le testate target dell'azione di ufficio stampa, i KPI sulla base della programmazione stagionale e delle offerte/prodotti di località;
- organizzazione e supporto alla gestione di educational tour e ospitalità della stampa a livello nazionale (per un minimo di 4 all'anno);
- redazione e invio dei comunicati stampa relativi alla località, agli eventi e alle offerte, per un massimo di 24 comunicati stampa all'anno;
- supporto alla gestione della stampa locale;
- redazione di n.4 cartelle stampa stagionali + minimo n.2 cartelle stampa di altro genere legate a eventi/progetti/cluster particolarmente importanti;
- supporto nella realizzazione di eventi di presentazione della località sulle città francesi più strategiche per un massimo di n.2 (individuazione location, mappatura stampa, organizzazione agenda, invio save the date, segreteria organizzativa);
- collaborazione con uffici stampa terzi presenti nel territorio di Courmayeur in modo che il messaggio sia amplificato e univoco (altre manifestazioni, enti, istituzioni);
- collaborazione con gli uffici stampa dei Brand Ambassador di località (marchio aggiudicatario dell'avviso di sponsorizzazione e partner quali Cave Mont Blanc);
- gestire l'area press del sito internet, qualora venga attivata;
- individuare, mappare e segnalare possibili eventi e iniziative interessanti per Courmayeur e i suoi operatori, raccogliendo il materiale utile per la relativa comunicazione agli organi di informazione;
- stimolare e gestire la parte relativa ai supporti redazionali a seconda del mezzo, argomento e media (TV, Stampa, Web Radio);
- individuare, mappare e segnalare possibili altri partner per la località presenti nel portfolio clienti dell'agenzia o figli di una attività di media relations con i quali è possibile sviluppare iniziative, partner, collaborazioni;
- fornitura di una rassegna stampa per ciascuna stagione e, su richiesta, per singolo evento/iniziativa;
- supportare nell'organizzazione e/o partecipare ad eventi direttamente organizzati da CSC (presenza durante Top Events, conferenze stampa di lancio delle stagioni, altro);
- negoziare per conto di CSC acquisti di spazi pubblicitari su testate locali e nazionali (carta Stampata Francese)

3. MODALITA' DI RACCORDO E COORDINAMENTO

L'aggiudicatario dovrà coordinarsi e rapportarsi in maniera diretta e costante, mediante riunioni on-line su base bisettimanale e incontri on-site con la Stazione Appaltante, da definire secondo le necessità. Dovranno essere altresì realizzate adeguate forme di confronto e condivisione con i soggetti competenti negli ambiti oggetto di attività.

L'onorario oggetto di gara è da considerarsi onnicomprensivo di spese di trasferte dell'Agenzia per riunioni e/o partecipazioni di eventi in località nella quantità e nell'ordine di quanto soprariportato relativamente alla gestione dell'attività. Di volta in volta ci si confronterà con la Stazione Appaltante per

capire la reale necessità di avere o meno in loco uno o più rappresentanti dell'Agenzia a seconda dell'evento, dell'appuntamento o di press trip organizzati ad hoc.

Altre spese relative alla realizzazione di materiali particolari, all'invio di materiali ai media, o altro, andranno valutate di volta in volta con la Stazione Appaltante che si occuperà direttamente della produzione e/o esternalizzerà il servizio.