

**CAPITOLATO TECNICO GARA UFFICIO STAMPA e
COMUNICAZIONE STRATEGICA LOTTO 1 MERCATO ITALIA**

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, 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 ITALIA per Courmayeur Mont Blanc. Nello specifico l'affidatario dovrà occuparsi di tre macro temi:

1) Comunicazione Strategica

- Identificazione dei temi focus per la stagione
- Definizione del piano di comunicazione con impostazione di temi e timing operativi
- 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;
- Condivisione e monitoraggio dello scenario attuale e delle opportunità
- Supporto ideativo e relazionale per individuare occasioni di visibilità,
- 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;

2) gestione dell'attività di ufficio stampa continuativa e in particolare

- della realizzazione e redazione/elaborazione comunicati stampa, sviluppo contatti e relazioni con i media, stesura del planning di comunicazione, gestione della parte operativa di invio comunicati, recall e stimolo media.;
- redazione e invio dei comunicati stampa relativi alla località, agli eventi e alle offerte, per un massimo di 24 comunicati stampa all'anno;
- redazione di n.4 cartelle stampa stagionali + minimo n.2 cartelle stampa di altro genere legate a eventi/progetti/cluster particolarmente importanti;
- supporto alla gestione della stampa locale;
- supporto nella individuazione, concept e realizzazione di eventi di presentazione della località sulle città Italiane più strategiche per un massimo di n.2 (individuazione location, mappatura stampa, organizzazione agenda, invio save the date, segreteria organizzativa);
- supportare nell'organizzazione e/o partecipare ad eventi direttamente organizzati da CSC (presenza durante Top Events, conferenze stampa di lancio delle stagioni, altro);
- 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);
- Attività di stimolo alla stampa di interesse, finalizzata al mantenimento di rapporti diretti e privilegiati, tramite recall mirati (fino a un massimo di nr.150/semestre) e supporti redazionali (fino ad un massimo di 8/semestre)
- gestire l'area press del sito internet, qualora venga attivata;
- organizzazione e supporto alla gestione di educational tour e ospitalità della stampa a livello nazionale (per un minimo di 4 all'anno);
- 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;

3) Supporto alla pianificazione Media e in particolare

- Pianificazione Media strategica (identificazione del target media, e degli obiettivi di comunicazione, determinazione del budget, scelta dei mezzi con simulazione delle alternative di piano e raccomandazione del piano ottimale)
- Consulenza per l'acquisto di spazi pubblicitari (strategia di acquisto, attività di negoziazione, supervisione contratti) e laddove richiesto negoziare per conto di CSC acquisti di spazi pubblicitari su testate locali e nazionali
- Gestione (definizione dei calendari di pubblicazione, prenotazioni e aggiornamenti, invio materiali adv, verifica del pubblicato, etc.

3. MODALITA' DI RACCORDO E COORDINAMENTO

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