

IL DESCO

PROGETTO DI COMUNICAZIONE PROMOSSO
DA CAMERA DI COMMERCIO DI LUCCA

FIRENZE 26 LUGLIO 2013

PREMESSA

ALL'ESIGENZA DI **COMUNICARE CON UN PROFILO PIÙ ELEVATO L'IMMAGINE DE "IL DESCO"**, INSERENDOLO IN UNO SCENARIO ADEGUATO AL CONTESTO ENOGASTRONOMICO INTERNAZIONALE, LA NOSTRA RISPOSTA È QUELLA DI INDIVIDUARE – GRAZIE AL NOSTRO KNOW HOW NEL SETTORE WINE E FOOD ED ALLE ALLEANZE DI SETTORE CONSOLIDATE IN MOLTI ANNI – STRUMENTI E AZIONI DI VALORE CAPACI DI **TRASFORMARE LA MANIFESTAZIONE IN UN EVENTO TOP.**

AUTOREVOLEZZA E NOTORIETÀ SONO I VALORI PRIMARI INTORNO AI QUALI ABBIAMO CREATO UNA PROPOSTA COERENTE ALLE NECESSITÀ RISCONTRATE, **INDIVIDUANDO UNA STRATEGIA E DEI PARTNER DI ALTISSIMO LIVELLO** IN SINTONIA CON LE ASPETTATIVE DEL COMMITTENTE.

IL NOSTRO OBIETTIVO È QUELLO DI VALORIZZARE LE RISORSE ESISTENTI E INDIVIDUARE NUOVI ASSET IN FUNZIONE DI UN **COORDINAMENTO GLOBALE DELLA ATTIVITÀ** DI PROMOZIONE E DI COMUNICAZIONE DELL'EVENTO.

LA RETE DI RELAZIONI CHE ABBIAMO CREATO IN QUESTI ANNI NEL SETTORE WINE E FOOD, CI PERMETTE DI **ATTIVARE TUTTE LE LEVE DI MARKETING A FAVORE DI UNA "REGIA DI QUALITÀ"** CHE PERMETTA DI QUALIFICARE L'IDENTITÀ DELLA MANIFESTAZIONE, ATTRIBUENDOLE UN CARATTERE PIÙ INTERNAZIONALE ED AUTOREVOLE.

UNA NUOVA IMMAGINE PER IL PERCORSO ESPOSITIVO

A LIVELLO DI WINE/FOOD-MARKETING STRATEGICO, ABBIAMO INDIVIDUATO UN **PERCORSO SIGNIFICATIVO DI IDEE E ATTIVITÀ**, CHE CULMINA CON LA FORMULAZIONE DI UNA “*STRATEGIA DI COMUNICAZIONE*” ATTRAVERSO LA COMBINAZIONE DI ATTIVITÀ CHE **ATTRIBUISCONO GRANDE IMPORTANZA AL RUOLO DELLE RELAZIONI PUBBLICHE.**

QUESTO SISTEMA COORDINATO DI ATTIVITÀ PERMETTERÀ A IL DESCO DI ASSUMERE UNA POSIZIONE NUOVA RISPETTO AI DIVERSI TARGET, DIVENTANDO **PROTAGONISTA ATTIVO DEL SISTEMA DI RELAZIONI E DI COMUNICAZIONE**, RIVOLGENDOSI AL CONSUMATORE ED AI PUBBLICI DI RIFERIMENTO IN MODO ADEGUATO.

PARTENDO DALL'IDEA DI COMUNICARE UNA IDENTITÀ SINTONICA **AGLI STANDARD INTERNAZIONALI** SARÀ FONDAMENTALE PARTIRE DALLA RIORGANIZZAZIONE DI DUE ELEMENTI:

- **RAZIONALIZZARE IL PERCORSO ED IL LAY OUT ESPOSITIVO DEL REAL COLLEGIO:**

ATTRIBUENDO UNA IMMAGINE PIÙ ORGANIZZATA ED ORDINATA DELLE DIVERSE AREE ESPOSITIVE SARÀ POSSIBILE COMUNICARE UNA IDENTITÀ DI MARCA E DI PRODOTTO PIÙ AMPIA E ATTRATTIVA PER I TARGET CHE INTENDIAMO COLPIRE.

IN QUESTA OTTICA SI DOVRÀ PENSARE AD UN **PERCORSO DI LETTURA** DELLA MANIFESTAZIONE PIÙ ORDINATO PER AGGIORNARE L'IMMAGINE E PER OFFRIRE AI VISITATORI, ALLA STAMPA ED AGLI OPINION LEADER **UNA IDENTITÀ PIÙ CONNOTATA.**

- DI CONSEGUENZA DOVRÀ ESSERE POSTA MOLTA ATTENZIONE ALLA **DEFINIZIONE DEL PROGRAMMA** CHE ALLO STESSO MODO DOVRÀ ESSERE COORDINATO ALLA LOGICA ESPOSITIVA, CON L'OBIETTIVO DI ATTRIBUIRE UN RESPIRO PIÙ AUTOREVOLE ALLA MANIFESTAZIONE.

IN SINTESI SI TRATTERÀ DI RIPENSARE AD UN PROGETTO GLOBALE DI **RIORDINAMENTO DEL PERCORSO, DEGLI SPAZI E DEI CONTENUTI ESPOSITIVI**, SECONDO I PIÙ AGGIORNATI CRITERI STANDARD DI ALLESTIMENTO, IN MODO DA INCREMENTARNE L'ATTRATTIVA NELL'AMBITO DEL TURISMO ENOGASTRONOMICO E, PIÙ IN GENERALE, LA FRUIZIONE DA PARTE DEI VISITATORI.

LA LOGICA DOVRÀ ESSERE QUELLA DI **VALORIZZARE LO SPAZIO SEGUENDO L'IDEA DEL “CIRCUITO”**, STRUTTURANDOLO COME UN PERCORSO CHE HA INIZIO DALL'INGRESSO, CONTINUA ATTRAVERSO IL PORTICO SUL CORTILE E SI SVILUPPA POI NELLE SALE INTERNE, PER TERMINARE EVENTUALMENTE AI PIANI SUPERIORI.

IL COINVOLGIMENTO DELLA STAMPA

A LIVELLO STRATEGICO, IL **COINVOLGIMENTO DELLA STAMPA** DI SETTORE, DI OPINION LEADER E INFLUENCERS DEL SETTORE WINE, GASTRONOMIA, TURISMO, LIFESTYLE, DIVENTA **UNA DELLE LEVE PIÙ IMPORTANTI PER COMUNICARE LA NUOVA IDENTITÀ** DELLA MANIFESTAZIONE.

LE ATTIVITÀ RIVOLTE ALLA STAMPA SI COLLOCANO ALL'INTERNO DELLE AZIONI MIRATE A TRASMETTERE E PROMUOVERE LA NUOVA IDENTITÀ DELLA MANIFESTAZIONE PRESSO I COMUNICATORI LOCALI E NAZIONALI E RAPPRESENTA UNO STRUMENTO DI COMUNICAZIONE CHE HA COME OBIETTIVO PRIORITARIO LA COSTRUZIONE DI UNA RETE DI GIORNALISTI DELLA CARTA STAMPATA, DELLE AGENZIE DI STAMPA, DEL SISTEMA RADIOTELEVISIVO E DEI NEW MEDIA, DA INVITARE SUL TERRITORIO.

IN QUESTO CONTESTO LA STAMPA E GLI OPINION LEADER, POTRANNO CONOSCERE LA MANIFESTAZIONE MA ANCHE IL TERRITORIO, I PRODUTTORI ED I PRODOTTI IN MODO DA RICEVERE TUTTE LE INFORMAZIONI NECESSARIE PER COMUNICARE L'EVENTO E PROSEGUIRE ANCHE SUCCESSIVAMENTE LA DIFFUSIONE DELLE NOTIZIE A PROPOSITO DI LUCCA.

TARGET DI RIFERIMENTO E OBIETTIVI:

- GIORNALISTI E TESTATE QUOTIDIANE CON L'OBIETTIVO DI ATTRARRE I VISITATORI;
- GIORNALISTI E TESTATE TURISTICHE, DI NATURA E DI ENOGASTRONOMIA PER CREARE SPAZI AGLI SCENARI LUCCHESI;
- GIORNALISTI E TESTATE LEGATI ALL'ARTE, CULTURA, SPETTACOLI PER VALORIZZARE IL NOTEVOLE PATRIMONIO DEL TERRITORIO

UNA PARTICOLARE ATTENZIONE SARÀ POI RIVOLTA AI GIORNALISTI CHE SI OCCUPANO DELLA REDAZIONE DELLE GUIDE TURISTICHE PER INCREMENTARE L'INCOMING DURANTE TUTTO IL CORSO DELL'ANNO.

SULLA BASE DI QUESTI PARAMETRI E GRAZIE AI RAPPORTI COSTRUITI IN QUESTI ANNI, SIAMO DUNQUE IN GRADO DI COINVOLGERE I REFERENTI STAMPA DELLE PIÙ AUTOREVOLI TESTATE DI SETTORE.

DETERMINANTE INOLTRE LA CREAZIONE DI UNA **PARTNERSHIP SPECIALE CON TESTATE O TV DI LIVELLO NAZIONALE** CHE VALORIZZERANNO L'IDENTITÀ DELLA MANIFESTAZIONE.

LE ALLEANZE SARANNO CREATE SULLA BASE DEI DIVERSI FORMAT PROPOSTI DALLE TESTATE O DALLE TV, INSERENDO I CONTENUTI RELATIVI A IL DESCO ED AL TERRITORIO IN PROGRAMMI ENOGASTRONOMICI E TURISTICI, COME LEVA PROMOZIONALE PER L'EVENTO.

ABBIAMO INDIVIDUATO NEI SEGUENTI REFERENTI, I MIGLIORI PARTNER DA COINVOLGERE:

PER LA STAMPA: **GAMBERO ROSSO**

PER LA TELEVISIONE: **RAI1 "LA PROVA DEL CUOCO"**

RAI5 "I BORGHI PIÙ BELLI D'ITALIA"

CLASS LIFE TV: FORMAT SU VIAGGI E SAPORI

UN WEEKEND DEDICATO

SULA BASE DI QUANTO DETTO, SARÀ ORGANIZZATO UN “**WEEKEND DEDICATO ALLA STAMPA**”.

IL MEETING SI SVOLGERÀ **DURANTE UN WEEKEND DELLA MANIFESTAZIONE (VENERDÌ/SABATO)** DUE GIORNI CHE NON SARANNO INTESI ESCLUSIVAMENTE COME MOMENTO CELEBRATIVO MA SOPRATTUTTO COME STRUMENTO DI COMUNICAZIONE EFFICACE PER ATTIVARE IL PROCESSO DI BRAND AWARENESS E SUSCITARE LA GIUSTA ATTENZIONE DA PARTE DEGLI OPINION LEADER INVITATI, DEL PUBBLICO E DEI SOGGETTI COINVOLTI , IN SPECIAL MODO DEI PRODUTTORI E DEGLI ESPOSITORI.

DI SEGUITO I FOCUS CENTRALI AL SUCCESSO DI QUESTA ATTIVITÀ:

1) OGNI GIORNALISTA O REFERENTE MEDIA RICEVERÀ AL MOMENTO DELL'ARRIVO UN KIT INFORMATIVO COMPOSTO DA:

- PUBBLICAZIONI INFORMATIVE SU CITTÀ DI LUCCA, SUL TERRITORIO, SUI PRODOTTI ED I PRODUTTORI
- CARTELLA STAMPA DELL'EVENTO E PROGRAMMA DELLA MANIFESTAZIONE
- PROGRAMMA DEL WEEEEKEND DEDICATO

2) LA SERA DEL VENERDÌ I REFERENTI MEDIA PARTECIPERANNO AD UNA CENA ORGANIZZATA IN UNA LOCATION DI ALTO PROFILO DELLA CITTÀ DI LUCCA CON PRESENTAZIONE DELLA MANIFESTAZIONE ALLA STAMPA ALLA PRESENZA DI AUTORITÀ ED ENTI PARTECIPANTI ALLA MANIFESTAZIONE.

3) DURANTE LA CENA SARÀ PRESENTATO UN MENÙ A TEMA REALIZZATO DA UNA SELEZIONE DI CHEF LOCALI E DI CHEF ITALIANI DI FAMA CHE REALIZZERANNO LA LORO PARTICOLARE INTERPRETAZIONE DEI PRODOTTI DEL TERRITORIO.

DURANTE LA CENA I PIATTI SARANNO ABBINATI AD UNA SELEZIONE DI VINI DEL TERRITORIO.

LA CENA PERMETTERÀ ALLA STAMPA DI PERCEPIRE IMMEDIATAMENTE UNA IMMAGINE ED UNA IDENTITÀ DI ALTO PROFILO DELLA MANIFESTAZIONE, ENTRANDO IMMEDIATAMENTE A CONTATTO CON L'ECCELLENZA DELLA PRODUZIONE DEL TERRITORIO E CON LE RISORSE OFFERTE DALLA CITTÀ DI LUCCA.

4) NELLA MATTINA DEL SABATO SARÀ ORGANIZZATA UNA **VISITA** PRESSO ALCUNE **AZIENDE DEL TERRITORIO** PER ILLUSTRARE I PRODOTTI DI ECCELLENZA ED OFFRIRE UN PANORAMA PIÙ AMPIO DELLE OPPORTUNITÀ OFFERTE DAL TERRITORIO NONCHÉ CONSTATARE DIRETTAMENTE LA QUALITÀ ED IL VALORE DELLA PRODUZIONE LOCALE.

5) SEMPRE IL SABATO AL RIENTRO DALLA VISITA DI CUI SOPRA, LA STAMPA PARTECIPERÀ AD UN **LIGHT LUNCH** ORGANIZZATO AL REAL COLLEGIO, SEDE DE “IL DESCO”, CON DEGUSTAZIONE DI UNA DIVERSA SELEZIONE DI PRODOTTI.

IL LIGHT LUNCH AVRÀ UNA IMPORTANZA FONDAMENTALE PER DIFFONDERE TUTTE LE INFORMAZIONI NECESSARIE A CREARE “UN PROFILO COMPLETO” DELLA MANIFESTAZIONE E DELLA CITTÀ, TRASFORMANDOSI IN UN VERO E PROPRIO “**EDUCATIONAL**” **SUL TERRITORIO**, PROMUOVENDO COSÌ ALTRI PRODUTTORI.

IN TALE OCCASIONE SARÀ PROIETTATO IL VIDEO “**AMBASCIATORI DEL GUSTO**” PER COMPLETARE L’IDENTITÀ E TRASMETTERE UNA IMMAGINE DI ALTO PROFILO ED INTERNAZIONALE.

SCHEMA DEL PROGRAMMA PER WEEKEND DEDICATO ALLA STAMPA

VENERDÌ

POMERIGGIO

ARRIVO DEGLI OSPITI IN TRENO DA MILANO

SERA

CENA IN LOCATION DI ALTO PROFILO CON CHEF DEL TERRITORIO E NAZIONALI

SABATO

ORE 10.00

VISITA AD ALCUNE AZIENDE DEL TERRITORIO

ED EVENTUALI DEGUSTAZIONI

ORE 13.00

LIGHT LUNCH CON PRODOTTI DEL TERRITORIO A REAL COLLEGIO - "IL DESCO"

EDUCATIONAL PER STAMPA E PROIEZIONE VIDEO

ORE 15.00

RIENTRO

LE ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE COLLEGATE

IN COORDINAMENTO CON LE ATTIVITÀ ORGANIZZATIVE LEGATE ALLA MANIFESTAZIONE CEG MAXICOM SVOLGERÀ LE ATTIVITÀ DI PUBBLICHE RELAZIONI E COMUNICAZIONE NECESSARIE A **METTERE IN CIRCOLO** LE INFORMAZIONI, IN MODO **DA RENDERLE DISPONIBILI** NEL MERCATO PER DIFFONDERE L'IDENTITÀ DELL'EVENTO, DEL TERRITORIO E DEI PRODOTTI NEL LORO INSIEME, ATTRAVERSO LE SEGUENTI ATTIVITÀ:

- **CREAZIONE DI CARTELLA STAMPA DEDICATA** SULLA BASE DEI DIVERSI TARGET DA INTERCETTARE:
 - 1) **COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE:**
COMUNICATO INTRODUTTIVO SULLA MANIFESTAZIONE
COMUNICATO SU ENTI ORGANIZZATORI E PARTNERSHIP
COMUNICATO SU RISORSE DEL TERRITORIO
 - 2) **COMUNICAZIONE DI PRODOTTO:**
COMUNICATO SU PRODOTTI E PRODUTTORI
 - 3) **COMUNICAZIONE TESTATE TURISTICHE:**
COMUNICATO SU ITINERARI E OFFERTA TURISTICA
 - 4) **COMUNICAZIONE TESTATE ENOGASTRONOMICHE:**
COMUNICATO CON FOCUS SU PRODOTTI ECCELLENTI

- **MONITORAGGIO DEI PIANI EDITORIALI E DELLA PROGRAMMAZIONE DEI SERVIZI REDAZIONALI** IDONEI PER L'INSERIMENTO OTTIMALE DELLE NOTIZIE RELATIVE ALLA MANIFESTAZIONE

- **PREPARAZIONE DI MEDIA LIST MIRATE ED INVIO DEI MATERIALI (CARTACEI E DIGITALI) – ATTIVITÀ DI RECALL**

- **CONTROLLO QUOTIDIANO DEI MEDIA PER OTTENERE UNA COSTANTE PRESENZA** SIA QUANTITATIVA CHE QUALITATIVA IN TUTTI I CONTENITORI

- **CONTATTI ONE TO ONE CON LA STAMPA**

- **ATTIVITÀ DI MEDIA RELATIONS AD HOC** IN BASE ALLE ESIGENZE DEI DIVERSI MEDIA

- MONITORAGGIO DELLE USCITE REDAZIONALI
- UTILIZZO DEL SERVIZIO "INTERACTIVE PRESS REVIEW" PRESSO NOSTRO SITO PER VISUALIZZARE DAY-BY-DAY LE USCITE REDAZIONALI
- ANALISI QUANTI-QUALITATIVA DELLA RASSEGNA STAMPA PRODOTTA (REPORT MENSILE)
- REALIZZAZIONE E CONSEGNA RASSEGNA STAMPA (SU BASE ANNUALE)

SCHEMA RIEPILOGATIVO ATTIVITÀ

ATTIVITÀ	TIMING
STRUMENTI E ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE : - INVITO GIORNALISTI - PROGRAMMA DEL WEEKEND - COMUNICATI STAMPA - KIT INFORMATIVO PER GIORNALISTI (CONTENUTO DEL KIT: PUBBLICAZIONI E INFORMAZIONI SU LUCCA E IL TERRITORIO, MATERIALE INFORMATIVO ENOGASTRONOMICO E PRODUTTIVO, CARTELLA STAMPA, PROGRAMMA DEL WEEKEND)	
CENA DI PROMOZIONE CON PRODOTTI DEL TERRITORIO: - SELEZIONE CHEF DEL TERRITORIO - SELEZIONE CHEF NAZIONALI - SOGGIORNO CHEF - GETTONE DI PRESENZA/RIMBORSO SPESE	
COORDINAMENTO, GESTIONE E ORGANIZZAZIONE LOGISTICA, PER: - CENA GIORNALISTI IN LOCATION - LIGHT LUNCH PRESSO IL DESCO - ALLESTIMENTO OVE NECESSARIO - TRANSFERT DA E PER MILANO - TRANSFERT DA E PER AZIENDE LOCALI (VISITA ORGANIZZATA) - SOGGIORNO OSPITI	
SEGRETERIA ORGANIZZATIVA GIORNALISTI, PREPARAZIONE CARTELLE STAMPA, COSTI DI SPEDIZIONE, RECALL TELEFONICO	
PERSONALE DI SUPPORTO PER TRANSFERT E CONTROLLO LAVORI DURANTE IL WEEKEND	
RIMBORSI SPESE, TRASFERTE ETC.	

Spett.le
Camera di Commercio
Industria Artigianato Agricoltura di Lucca
Corte Campana, 10
Lucca

Firenze, 26 luglio 2013

Oggetto: Progetto di Comunicazione "il Desco 2013"

Con la presente vi formuliamo la nostra offerta per la prestazione professionale relativa allo svolgimento delle attività concernenti il Progetto di Comunicazione per la manifestazione "Il Desco" edizione 2013 come da piano presentato in data 8 maggio 2013.

La prestazione professionale comprende il coordinamento delle attività di promozione e comunicazione dell' evento.

Organizzazione, coordinamento e gestione di un viaggio stampa per giornalisti qualificati durante un week end della manifestazione.

Attività di Ufficio Stampa pre, durante e post manifestazione comprensivo della stesura della cartella stampa e di tutte le attività necessarie al raggiungimento degli obiettivi prefissati.

Per il raggiungimento degli obiettivi chiediamo di poter iniziare il lavoro operativo entro il mese di giugno e terminerà nel mese di dicembre 2013.

Il compenso richiesto è di 15.000,00 euro +IVA da corrispondere in tre tranches di 5.000,00 euro +IVA una al conferimento dell'incarico, una a settembre e una a dicembre 2013.

Ringraziandovi per la fiducia accordata, colgo l'occasione per porgere i miei cordiali saluti

p. CeG Maxicom
l'Amministratore unico

Giorgio Brogi