

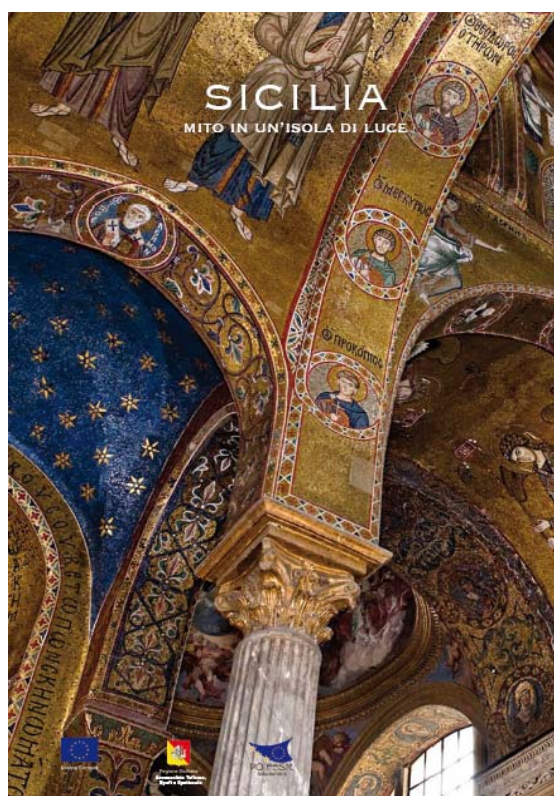
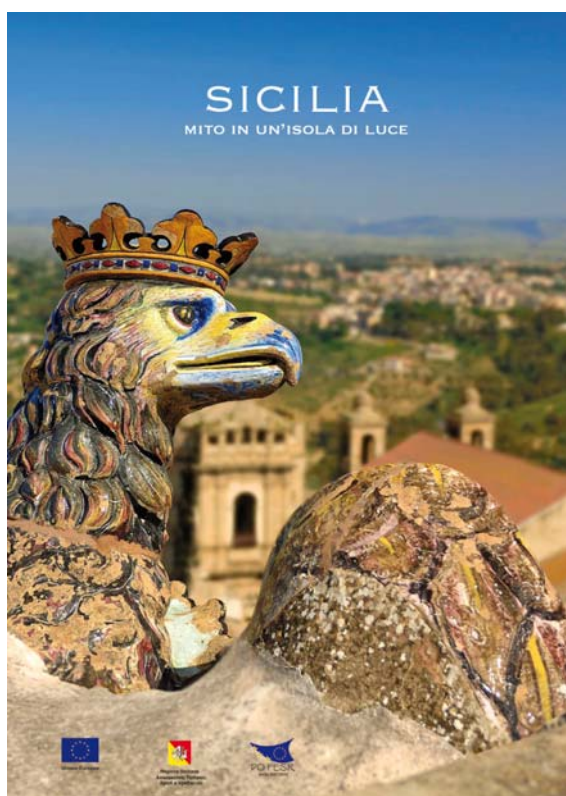
**Affidamento del contratto di appalto di servizi e forniture per la progettazione e realizzazione di una campagna di comunicazione integrata per la promozione turistica della Sicilia**

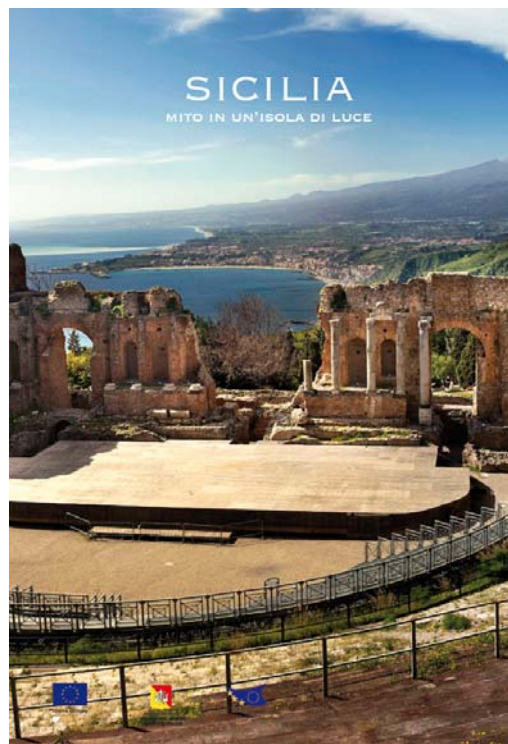
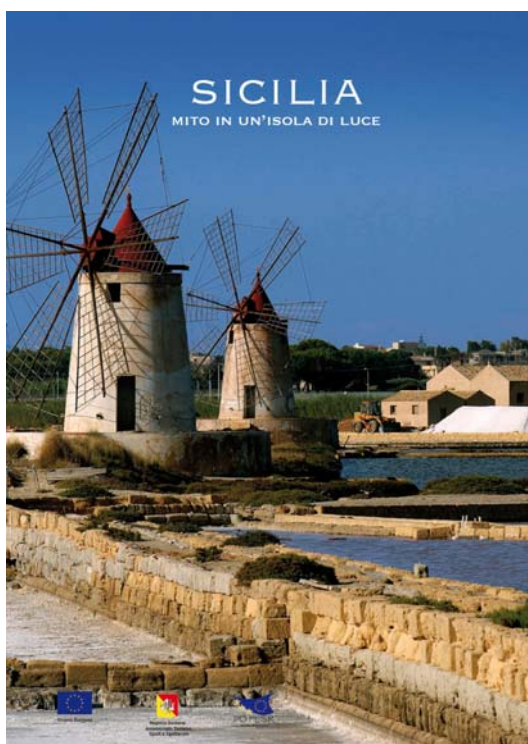
Integrazioni ai punti 1, 3 e 4 del capitolato speciale d'appalto

Ad integrazione, e a parziale sostituzione di quanto già previsto dal capitolato di gara – art. 1 oggetto del contratto di appalto, art. 3 finalità delle attività e target di riferimento, art. 4 descrizione delle attività obbligatorie - si precisa che l'aggiudicatario del servizio in una prima fase dello stesso dovrà avviare la campagna di comunicazione utilizzando la cosiddetta "comunicazione corporate" già in possesso dell'amministrazione sia in termini di diritti di uso che di formati (spot tv, radio e soggetti stampa e affissioni).

La campagna corporate – che rimane una campagna di promozione del *Brand Sicilia* e della *Destinazione Sicilia* – sarà pianificata nella prima parte del servizio attraverso:  
affissioni e messaggi stampa caratterizzati dalla *head line* "SICILIA MITO IN UN'ISOLA DI LUCE"  
spot TV in versione 15" e 30"  
spot Cinema in versione 60"  
spot in versione radio 30"

Di seguito sono riportati i 4 soggetti stampa/affissioni





Dal sito della regione siciliana al link

<http://www.regione.sicilia.it/turismo> - sezione info e documenti, sottosezione gare e appalti, è invece possibile scaricare lo spot radio e lo spot tv versione 30”.

Fatta questa premessa, al concorrente è richiesta (vedasi art. 4 punto 2 del capitolato d'appalto), al fine di porre in essere la seconda fase della campagna, la realizzazione della cosiddetta “comunicazione di prodotto” attraverso la definizione di almeno nr. 6 soggetti - per stampa, affissioni, web - e relativi messaggi (headline) che mirino alla promozione dei **segmenti dell’offerta turistica regionale** per la cui definizione si può prendere spunto dal Piano di Propaganda Turistica presente sul sito della regione di cui prima. Si ribadisce che il concorrente deve presentare una sola soluzione creativa per ognuno dei segmenti dell’offerta turistica escludendosi pertanto la possibilità di presentare più soluzioni creative per la promozione di un singolo segmento.

Le proposte creative avranno come *trait d’union* con la campagna corporate la head line “SICILIA MITO IN UN’ISOLA DI LUCE” che però nella campagna multiprodotto diventa *Pay Off* con relativo logo (la Trinacria) scaricabile dal sito della regione di cui prima.



Tutti gli impaginati dovranno avere un format organico e coerente con tale logo/pay off e che sia modulare e differenziato rispetto ai diversi soggetti che verranno presentati ai fini delle promozione dei segmenti dell'offerta.

L'amministrazione si riserva la facoltà di chiedere – fatta salva la strategia creativa dell'aggiudicatario – di concertare la scelta delle location dei soggetti fotografici che pertanto non si deve considerare definitiva al momento della presentazione dell'offerta.

Per la gara in oggetto si ribadisce che non è prevista la realizzazione di alcuno spot radio/tv.

Di tutte le soluzioni creative (vecchie e nuove, stampa/affissioni e spot) è a carico dell'aggiudicatario l'onere di traduzioni, adattamenti e tutto quanto utile e necessario per la declinazione sui diversi mezzi e la pianificazione in Italia e all'estero.

Infine, attesa la contestuale aggiudicazione dell'appalto per la promozione del calendario degli eventi, l'amministrazione si riserva la facoltà di concertare ed omogeneizzare le soluzioni creative proposte dai due aggiudicatari.