

Spett.le

Comune di Napoli

Area Sviluppo socio economico e

competitività - Servizio Turismo

Palazzo S.Giacomo, Piazza Municipio

80133 Napoli

P. IVA 01207650639

C.F. 80014890638

DOCUMENTO DI DETTAGLIO SCHEDA TECNICA
PER RICHIESTA OFFERTA COMMERCIALE RDO n. 3063675

OGGETTO: Affidamento del servizio, per la fornitura della campagna di comunicazione comprensiva dell'immagine grafica finalizzata a sostenere il progetto "Vedi Napoli...e poi torni" attraverso la promozione degli eventi in calendario per un importo complessivo di euro 50.000 oltre iva al 22%. CUP: B69I22000600002 CIG: 921503469E

Io sottoscritto GUARINO RAFFAELE [REDACTED], [REDACTED],
[REDACTED], recapito telefonico per un eventuale contatto tel. [REDACTED] e-
mail [REDACTED], nella mia qualità di AMMINISTRATORE UNICO della società
KIDEA S.R.L. con sede legale in NAPOLI (prov. NA) in Via RIVIERA DI CHIAIA 281

- partita IVA 0 [REDACTED]

in riferimento alla RDO n. 3063675 di seguito si riporta il dettaglio tecnico dell'offerta.

Napoli, 22/06/2022

f.to digitalmente da: Raffaele Guarino



KIDEA s.r.l.
L'amministratore

INDICE

Analisi scenario	3
Brand identity	4
Concept	4
Visual	4
Elementi grafici di riconoscibilità	5
Campagna pubblicitaria	6
Declinabilità campagna	8
Declinabilità per categorizzazione contenuti	9
Esempio layout grafico/musica	10
Esempio layout grafico/teatro	10
Esempio layout grafico/danza	12
Esempio layout grafico/experience	12
Strategia social	15
Attività promozionale online	19
Fase 1	15
Fase 2	19
Storytelling	19
Stories	15
Eventi	19
Social Ads	19
Format Grafici	18
Esempio post Instagram	18
Esempio Instagram story	18
Esempio evento Facebook	19
Esempio Facebook Adv	21
Pubbliredazionale	22
Sito web	23
Responsive Web Design	23
Esempio sito web desktop	25
Esempio sito web mobile	26
Materiali promozionali cartacei	27
Ufficio stampa	28
Organizzazione conferenza stampa	28
Azioni migliorative	29
Kit stampa	29

Backdrop per interviste	29
Rassegna stampa e video	31
Descrizione del Fornitore	32
Esperienza pregressa e specifica	33
Figure professionali dedicate al progetto	36
Curriculum	38

Analisi scenario

Napoli possiede un patrimonio artistico e culturale unico al mondo. È un luogo che possiede un'offerta turistica che spazia in ogni campo: dall'architettura al paesaggio, dall'offerta museale a quella teatrale e musicale, dall'arte all'enogastronomia.

È una meta turistica in cui vale la pena ritornare perché offre sempre qualcosa di nuovo da vedere.

Brand identity

Vogliamo comunicare l'evento con forza e originalità utilizzando un linguaggio fresco, contemporaneo, che permetta di affascinare grandemente il pubblico. A primo impatto, ogni turista deve essere fortemente incuriosito dal progetto.

Concept

Il nome dell'evento è "Vedi Napoli... e poi torni". Per trovare un modo originale di comunicarlo, ci siamo concentrati su quello che è il più grande punto di forza dell'iniziativa, nonché quello di maggiore interesse per il pubblico: la possibilità di **vedere** tante cose.

Costruiamo allora uno storytelling che ha nel concetto di "vista" e "sguardo" il fulcro della sua narrazione.

Visual

È l'occhio a divenire quindi il punto cardine della creatività, simbolo iconico della "vista". Un occhio ritratto con uno stile decisamente pop, forte e originale, espresso nelle sue declinazioni in una palette colori di fortissimo impatto. Una comunicazione contemporanea e memorabile, che attira subito l'attenzione e conferisce personalità a partire dal logo.

All'interno della pupilla è presente una stilizzazione del sole, riferimento esplicito alla città di Napoli. Un modo per esprimere che l'occhio del turista sarà pieno delle meraviglie offerte dalla città.



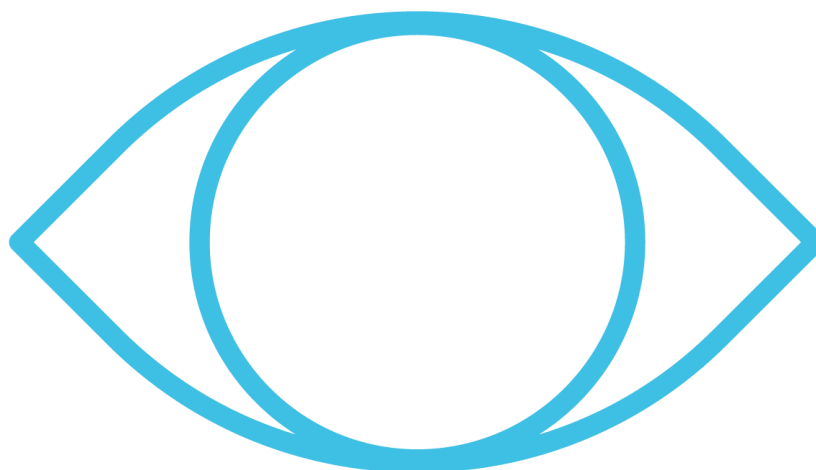
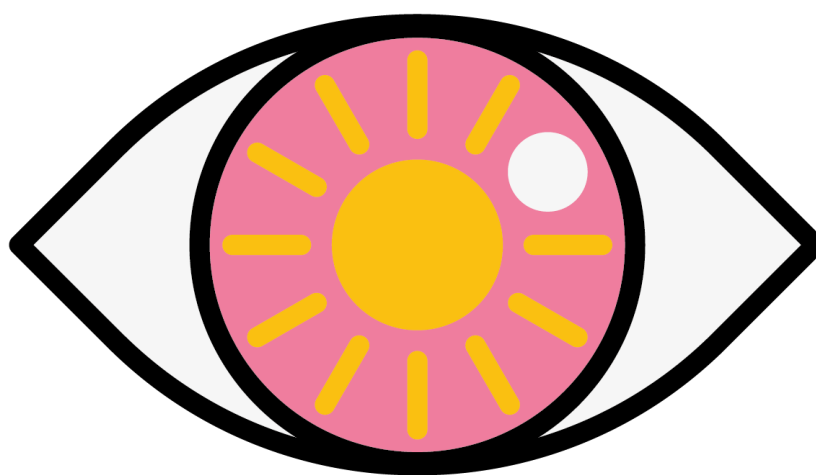
VEDINAPOLI
E POI TORNI



VEDINAPOLI
E POI TORNI

Elementi grafici di riconoscibilità

VEDINAPOLI E POI TORNI



Campagna pubblicitaria

La campagna pubblicitaria punterà ad attirare l'attenzione del pubblico nei punti strategici della città in cui è più facile intercettarlo.

Trasmetteremo un messaggio chiaro e d'impatto, con cui fissare nella mente del target tanto il nome dell'iniziativa quanto gli eventi che essa propone.





Declinabilità campagna

Il concept creativo che abbiamo costruito è molto versatile, rispondendo bene a tutte le esigenze sia in termini di formato (orizzontale o verticale) che di media (stampa, outdoor o digital).



Declinabilità per categorizzazione contenuti

La creatività di base verrà declinata con colori differenti a seconda della tipologia di evento da comunicare.

Gli abbinamenti cromatici colpiscono l'occhio per il loro carattere unico e coraggioso, creando una varietà di colori accesa e piena di energia. Di seguito alcune categorizzazioni di esempio.

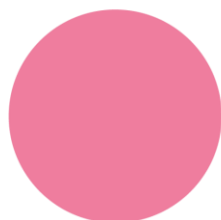
MUSICA



TEATRO



DANZA



EXPERIENCE



Esempio layout grafico/musica



VEDINAPOLI
E POI TORNI

JAZZ BAND
20 LUGLIO 2022 | NAPOLI
LIVE JAZZ

Scopri il programma completo della rassegna su
VEDINAPOLIEPOITORN.IT  

Esempio layout grafico/teatro

A photograph of a grand theater interior, likely the Teatro San Carlo in Naples, showing multiple tiers of ornate balconies and a stage with a white curtain. Two large, overlapping orange circles are superimposed over the center of the image, framing the stage area.



VEDINAPOLI E POI TORNI

L'ODISSEA

11 GIUGNO 2022 | NAPOLI
RAPPRESENTAZIONE TEATRALE

Scopri il programma completo della rassegna su
VEDINAPOLIEPOITORN.IT  

Esempio layout grafico/danza



Logo of the Municipality of Naples, the European Union, the Campania Region, the Naples Chamber of Commerce, and the POC Napoli Orchestra.

VEDINAPOLI E POI TORNI

MICHELLE DOT

21 LUGLIO 2022 | NAPOLI
DANZA CLASSICA

Scopri il programma completo della rassegna su
VEDINAPOLIEPOITORNILIT  

Esempio layout grafico/experience





VEDINAPOLI E POI TORNI

IL CHIOSTRO

21 LUGLIO 2022 | NAPOLI
VISITA GUIDATA

Scopri il programma completo della rassegna su
VEDINAPOLIEPOITORN.IT  

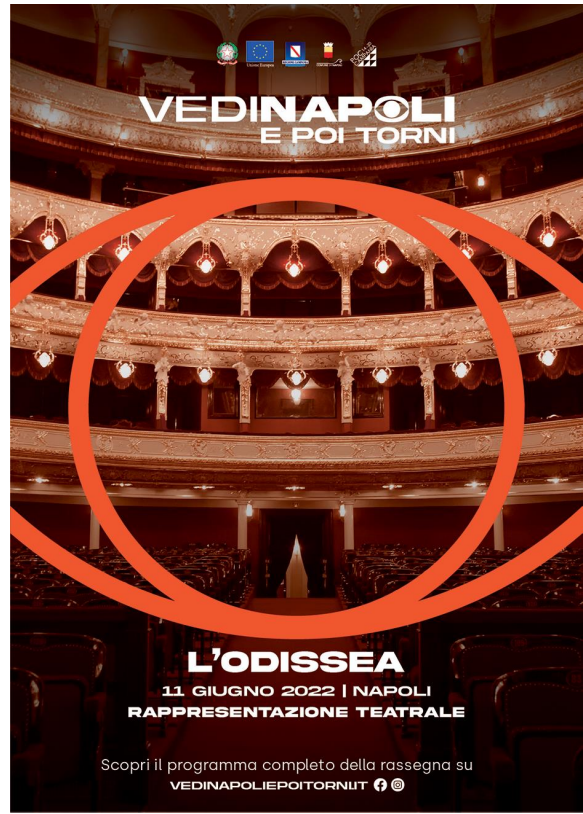


VEDINAPOLI
E POI TORNI

JAZZ BAND
20 LUGLIO 2022 | NAPOLI
LIVE JAZZ

Scopri il programma completo della rassegna su
VEDINAPOLIEPOITORN.IT

The poster features a woman playing a trumpet in a dark setting with blue lighting. Two overlapping light blue circles are superimposed over the image. At the top, there are logos for the Comune di Napoli, the European Union, and other sponsors.



VEDINAPOLI
E POI TORNI

L'ODISSEA
11 GIUGNO 2022 | NAPOLI
RAPPRESENTAZIONE TEATRALE

Scopri il programma completo della rassegna su
VEDINAPOLIEPOITORN.IT

The poster shows the interior of a grand, ornate theater with multiple tiers of balconies. Two overlapping orange circles are centered over the theater. At the top, there are logos for the Comune di Napoli, the European Union, and other sponsors.



VEDINAPOLI
E POI TORNI

MICHELLE DOT
21 LUGLIO 2022 | NAPOLI
DANZA CLASSICA

Scopri il programma completo della rassegna su
VEDINAPOLIEPOITORN.IT

The poster depicts a ballerina in a long, flowing white dress performing a classical dance move. Two overlapping pink circles are overlaid on the image. At the top, there are logos for the Comune di Napoli, the European Union, and other sponsors.



VEDINAPOLI
E POI TORNI

IL CHIOSTRO
21 LUGLIO 2022 | NAPOLI
VISITA GUIDATA

Scopri il programma completo della rassegna su
VEDINAPOLIEPOITORN.IT

The poster shows a long, arched stone walkway (cloister) with a series of columns on the right side. Two overlapping green circles are overlaid on the image. At the top, there are logos for the Comune di Napoli, the European Union, and other sponsors.

Strategia social

Attività promozionale online

L'attività di promozione online dell'iniziativa avverrà su Facebook e Instagram. Gli account social saranno quelli del Comune di Napoli o – su richiesta del team del Committente – account creati ad hoc e dedicati al progetto.

La promozione dell'iniziativa prevede due fasi:

- Fase 1: relativa alla promozione generale dell'iniziativa
- Fase 2: relativa alle singole iniziative

Fase 1

Al fine di promuovere l'iniziativa nel suo complesso, verrà realizzato un video di 30 secondi declinato in un formato quadrato e in uno verticale, per poter essere veicolato sia come post che come story.

Il video verrà sponsorizzato affinché venga visualizzato da quanti più utenti possibili.

Fase 2

Questa seconda fase sarà caratterizzata da una fitta comunicazione finalizzata a:

- Implementare uno storytelling sull'iniziativa
- Coinvolgere il target di riferimento
- Stimolare la partecipazione ai singoli eventi

Storytelling

Lo storytelling dell'iniziativa avverrà attraverso la pubblicazione di:

- Post foto
- Post video

Stories

Le tematiche individuate sono:

- Focus sugli eventi
- Save the date
- Reportage degli eventi
- Engagement

Il focus sugli eventi verterà sul racconto di questi ultimi, delle performance e dei suoi protagonisti, e sull'approfondimento delle location, per valorizzare ogni aspetto dell'iniziativa.

Le pubblicazioni engagement – sotto forma di Instagram Stories – saranno caratterizzate da un tone of voice più ludico ma al tempo stesso educativo. Attraverso quiz e sondaggi, interagiranno in maniera più diretta e immediata con gli utenti.

Eventi

Prima dell'inizio della rassegna verranno pubblicati 2 Eventi Facebook, ognuno dedicato ad ogni tipologia di iniziativa:

- Rappresentazioni
- Visite guidate

Ogni evento Facebook coprirà l'intero periodo di programmazione e al suo interno verranno pubblicati tutti gli appuntamenti e le iniziative in programma con dettagli su date, orari, luoghi e info prenotazioni.

Social Ads

Per la promozione dei contenuti, l'incremento dell'engagement degli account social e della copertura degli eventi, si propone una strategia di Social Ads caratterizzata dai seguenti obiettivi:

- Incrementare la portata dell'iniziativa: mediante la sponsorizzazione di un video spot teaser. I KPI saranno le views al video.
- Incrementare i partecipanti all'evento: mediante la sponsorizzazione degli eventi. I KPI saranno gli utenti unici raggiunti (copertura).
- Aumentare le interazioni dei post: attraverso la sponsorizzazione di alcuni post selezionati. I KPI saranno reaction, commenti, condivisioni, clic e salvataggio dei post.

OBIETTIVO	FORECAST
Views al video FB & IG	60K – 100K
Copertura FB & IG	250K – 300K
Engagement FB & IG	8K – 10K

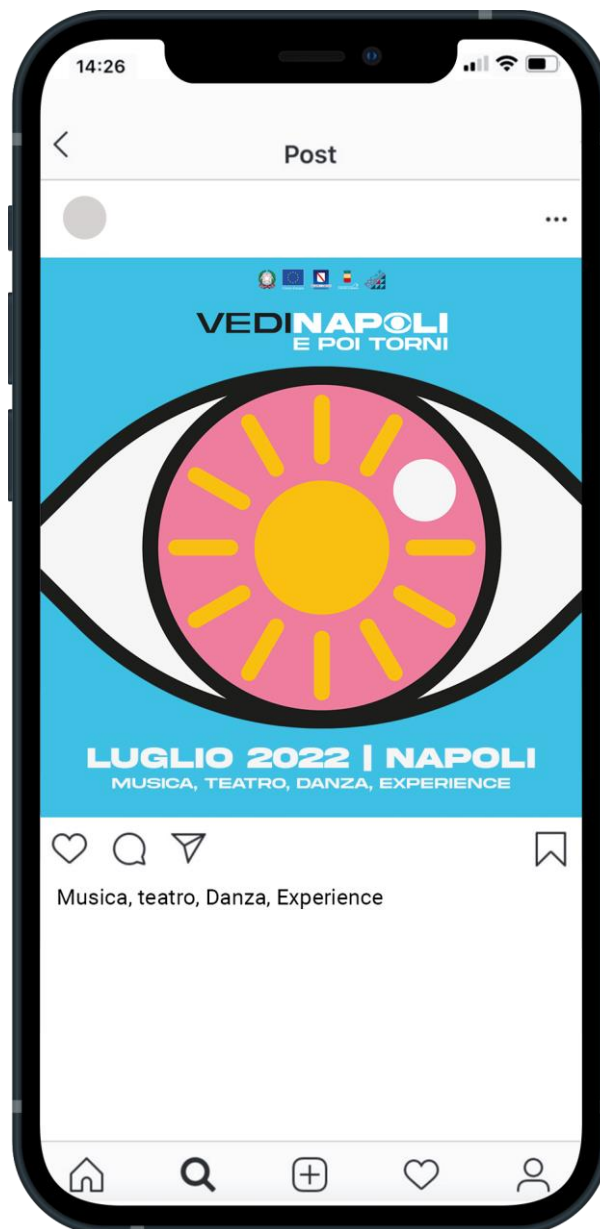
Le campagne verranno monitorate quotidianamente per ottimizzare costi e risultati.

Al termine della rassegna verrà fornita una reportistica dettagliata su tutto l'andamento degli eventi e delle campagne attivate.

Format Grafici

Per tutte le tipologie di pubblicazioni e ads verranno realizzati format grafici in linea con il concept ideato per l'iniziativa.

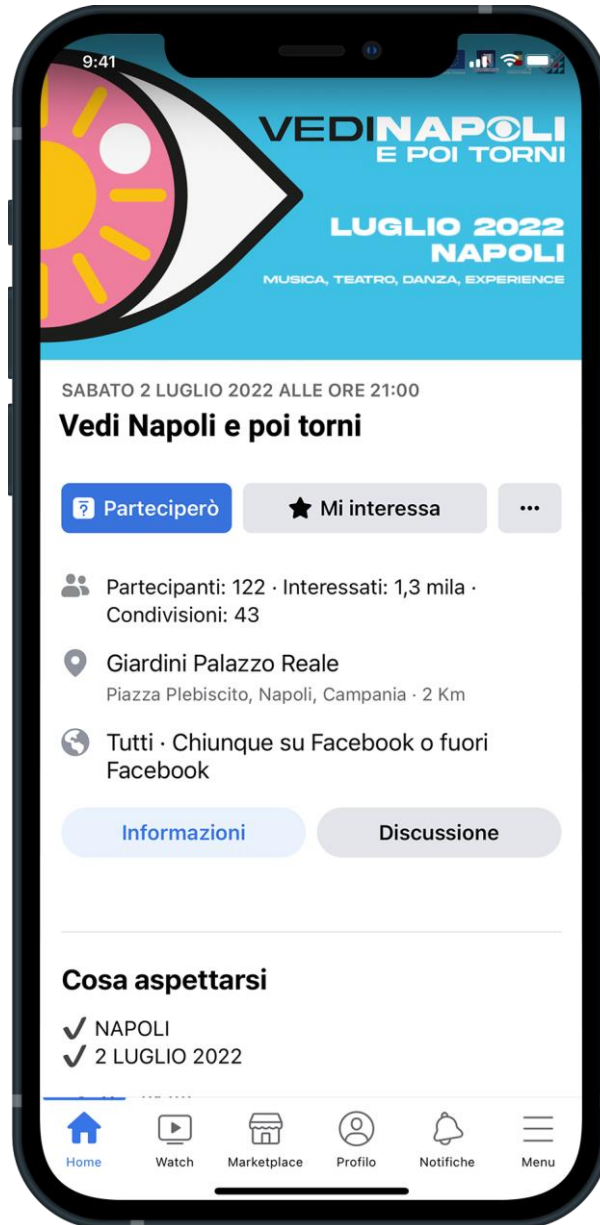
Esempio post Instagram



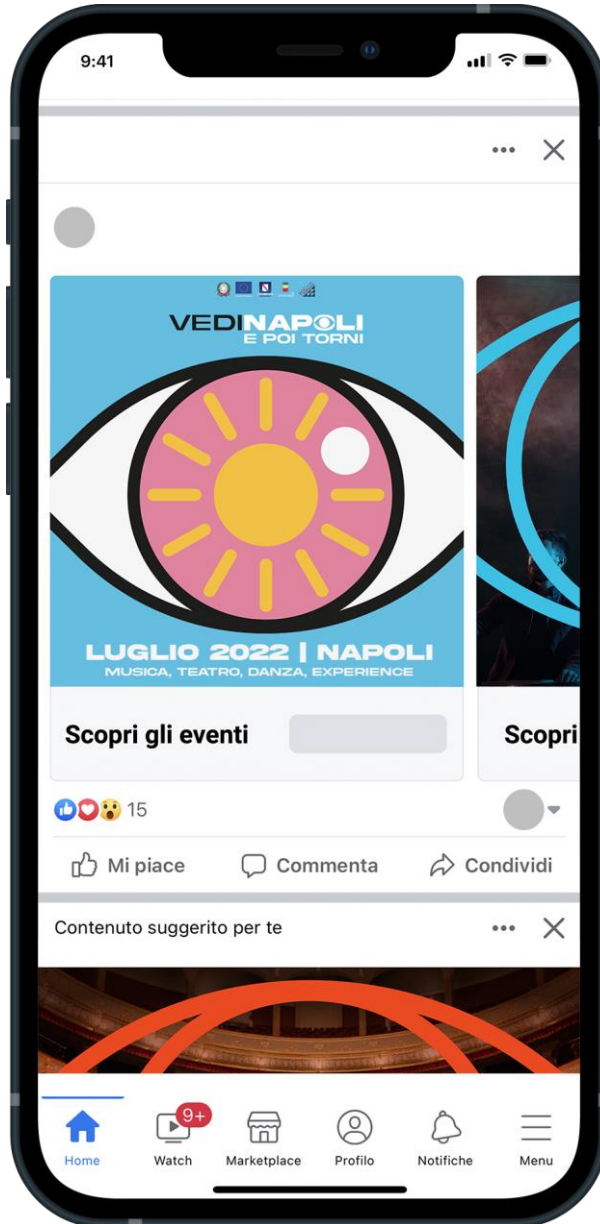
Esempio Instagram story



Esempio evento Facebook



Esempio Facebook Adv



Pubbliredazionale

Con l'obiettivo di comunicare l'iniziativa al maggior numero di persone possibile, pianificheremo dei pubbliredazionali su portali di informazione locali e nazionali.

Di seguito un esempio simulato.

The image shows a simulated newspaper page with a highlighted advertisement. The advertisement is titled "VEDI NAPOLI E POI TORNI" and features a stylized eye logo with a sun-like pattern inside. The text of the advertisement includes the date "LUGLIO 2022 | NAPOLI" and the theme "MUSICA, TEATRO, DANZA, EXPERIENCE". Below the advertisement, there are several small boxes for local businesses and a large advertisement for "MICHELLE DOT" featuring a photograph of a dancer in a white dress. The background of the newspaper page shows various news articles and photos, but they are mostly obscured by the highlighted advertisement.

Sito web

Sarà realizzato un sito di presentazione degli eventi in programma. Il layout grafico sarà in linea con il look and feel della comunicazione adottata per la rassegna.

I contenuti del sito saranno, indicativamente, i seguenti:

- presentazione rassegna
- calendario eventi
- form di contatto per richiesta informazioni
- video di presentazione azienda (se disponibile)
- area news
- cookie policy e privacy policy (forniti dal cliente)

Per ciascun evento sarà realizzata una scheda con i seguenti contenuti:

- descrizione evento
- immagini correlate
- data e ora previste
- collegamento a Google Map per raggiungere la location

Tutte le schede evento saranno correlate di tool di condivisione dei contenuti.

Le funzionalità del sito saranno le seguenti:

- presentazione calendario eventi con collegamenti diretti alla scheda evento
- ottimizzazione SEO
- attivazione servizio di newsletter con gestione invii massivi di email
- gestione verticalizzata dei privilegi di accesso al back-office del sito

Il sito sarà realizzato su piattaforma CMS WordPress, verticalizzata in base alle esigenze del cliente.

Caratteristica fondamentale della piattaforma CMS sarà la verticalizzazione degli accessi al back-office.

Agli utenti "amministratori" saranno attribuiti privilegi di modifica e gestione di tutte le sezioni del sito, mentre agli utenti "editori" saranno attribuiti privilegi di modifica e gestione solo di alcune pagine del sito (news e/o specifici eventi).

Responsive Web Design

L'interaction design prevedrà lo sviluppo di un concept di comunicazione che trasferisce concetti quali: esperienza consolidata nel settore, conoscenza approfondita della clientela e delle sue esigenze, massima attenzione all'innovazione.

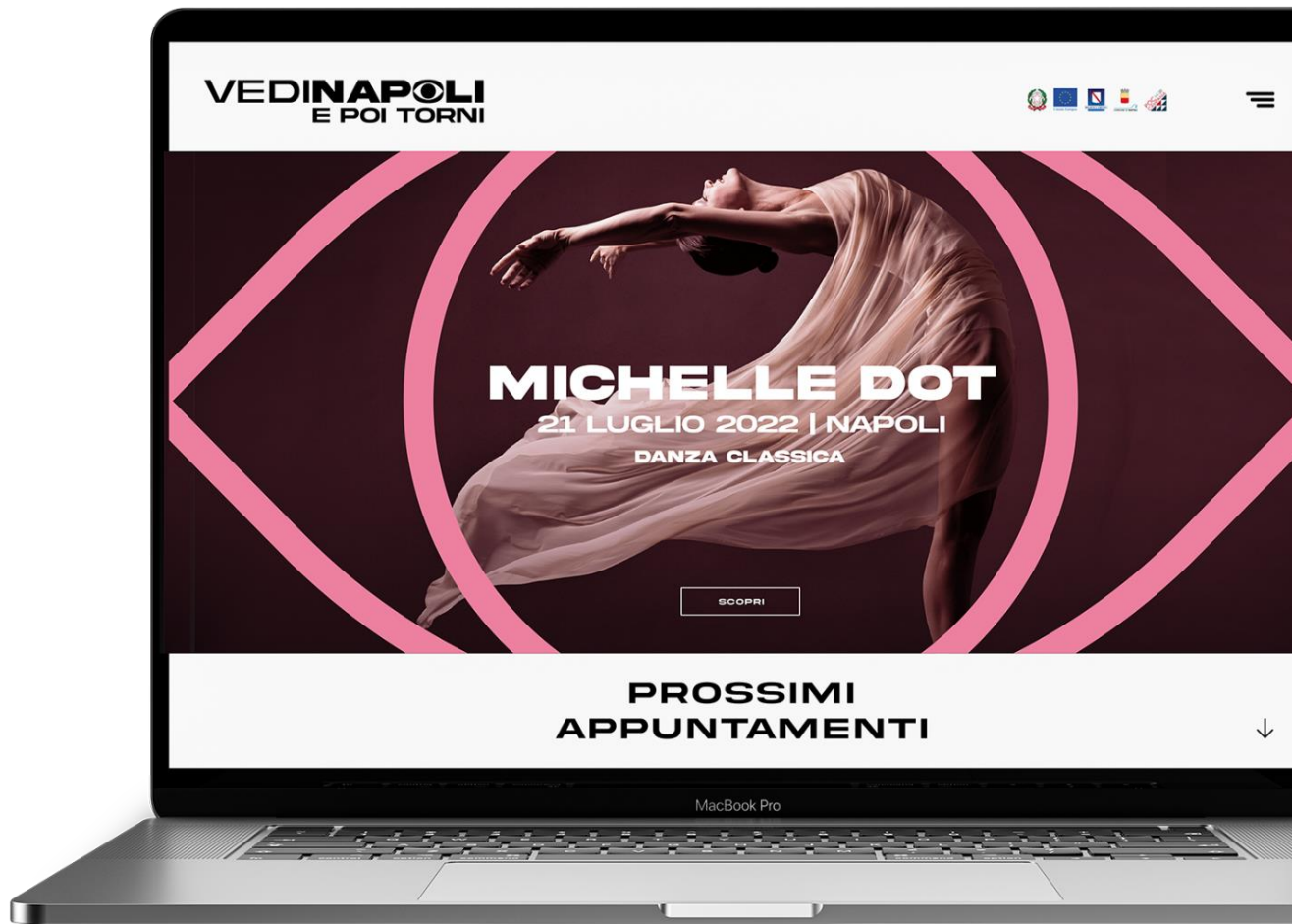
Il design sarà realizzato con procedure di responsive web design, al fine di rendere il sito correttamente consultabile sia su dispositivi desktop che su tablet e mobile. Il sito sarà realizzato in ottica SEO, ovvero potrà essere oggetto di una campagna di posizionamento organico nei motori di ricerca.

In fase di realizzazione verrà fornito pieno supporto operativo nelle operazioni di migrazione. Il responsive web design consentirà sia la consultazione del sito, sia la sua gestione da parte della redazione utilizzando dispositivi desktop, tablet e mobile.

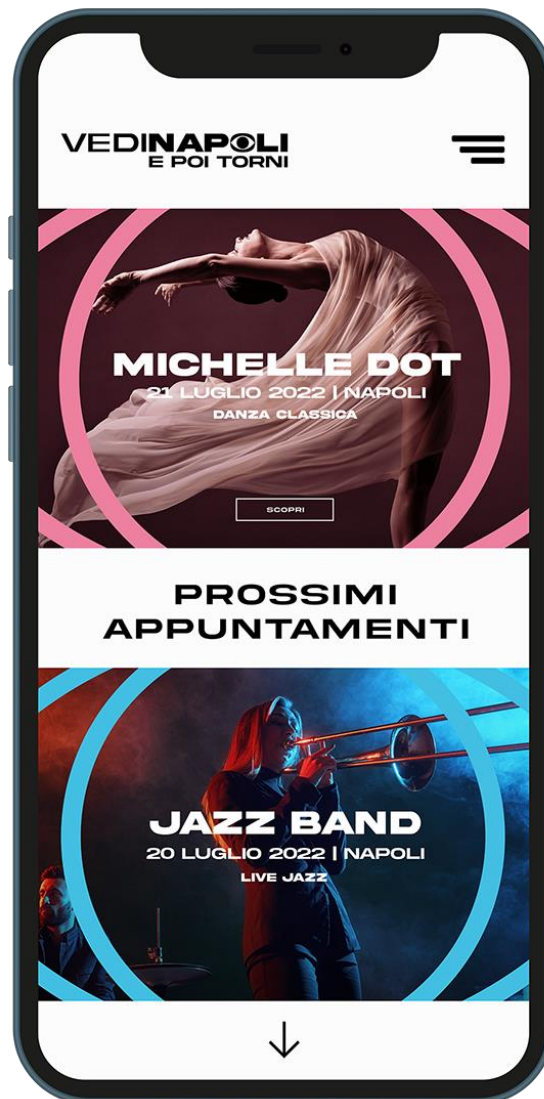
I principi su cui baseremo il progetto di definizione UX/UI saranno i seguenti:

1. **Accessibilità:** possibilità di accedere facilmente al sito e a tutte le sezioni che ne faranno parte. La piattaforma CMS consentirà una gestione verticalizzata degli accessi, rendendo semplice agli utenti navigare il sito.
2. **Chiarezza:** sia nella gestione delle informazioni, sia dal punto di vista grafico e contenutistico. Le informazioni saranno raggiungibili in pochi clic, con percorsi chiari e l'utilizzo di sistemi grafici semplici e familiari (ad esempio, utilizzo di icone).
3. **Apprendibilità:** facilità di esplorazione e acquisizione delle informazioni.
4. **Credibilità:** saranno sempre presenti sezioni dedicate alla presentazione dell'azienda e del team, ad eventuali referenze, a contatti di sedi fisiche.
5. **Rilevanza:** diffusione di informazioni studiate per il target.

Esempio sito web desktop



Esempio sito web mobile



Materiali promozionali cartacei

Realizzeremo una brochure a più pagine in formato quadrato. All'interno sarà inserito l'intero programma dell'iniziativa, con schede di approfondimento dedicate ai singoli eventi.

Le brochure verranno distribuite in luoghi in cui poter intercettare facilmente i visitatori sul territorio regionale, in modo da poter coinvolgere il maggior numero possibile di spettatori.



Azioni migliorative

Kit stampa

Verranno realizzati 30 kit stampa da fornire in omaggio a giornalisti e ospiti. Ogni kit conterrà i seguenti prodotti brandizzati dell'evento:

- 1 Cartellina
- 1 Penna
- 1 Quaderno

Verranno prodotte inoltre 30 shopper brandizzate, anch'esse distribuite in omaggio a giornalisti e ospiti.

Backdrop per interviste

Alle spalle degli intervistati sarà presente un backdrop (pannello) che renda ben visibili il logo dell'evento e degli organizzatori. In questo modo rafforziamo la riconoscibilità visiva del progetto.





Rassegna stampa e video

Al fine di monitorare e raccogliere i risultati dell'attività posta in essere, sarà organizzato un servizio di Rassegna Stampa, con la raccolta degli articoli usciti sui quotidiani e sul web. Analogamente saranno monitorati i tg per raccogliere e raggruppare i servizi giornalistici televisivi.

La rassegna delle attività è necessaria per il cliente perché orientata a comprendere l'impatto delle informazioni sui media e per definire uno storico delle manifestazioni.

Descrizione del Fornitore

Kidea è un'agenzia di comunicazione che opera sul territorio nazionale da 15 anni.

Si occupa di strategie di comunicazione, eventi, pianificazioni e promozione. Col tempo ha saputo percepire rapidamente i cambiamenti, trasferendoli alle realtà del territorio, con il risultato di aiutare i brand ad aumentare la percezione del loro valore verso gli stakeholder di riferimento.

Vantiamo un ampio portfolio clienti di importanti aziende nazionali e locali e di Enti Pubblici, tra cui ad esempio: Aeroporto di Napoli, Ministero della Salute, Regione Campania, Senato della Repubblica, Roma Capitale, Scabec, Comune di Napoli, Anas, Fondazione Ville Vesuviane, Asia Napoli, Parco Archeologico di Ercolano, Sviluppo Campania, Teatro Bellini, Red Bull, Timberland, Pastificio Liguori, Lollo Caffè, Tim, Carta Fantasy, Grimaldi Lines, Rocco Barocco, Miriade, Urban Jungle, Original Marines.

Insieme con OMG, leader mondiale nei servizi di comunicazione e media, abbiamo deciso di dar vita, ufficialmente dal 21 ottobre, ad una collaborazione per conferire alle imprese nuovi strumenti e nuove visioni.

Portare innovazione, know how ed expertise alle aziende del territorio nazionale è il tema chiave di una partnership strategica che, per la prima volta, vede unire le forze di una multinazionale della comunicazione e di una realtà nata a Napoli in forte e costante crescita, con una presenza anche a Roma e Milano.

L'azienda per l'anno 2021 chiude con un fatturato di circa 6,5 milioni e conta di uno staff di circa 35 professionisti.