



VISION 2020 Piano Strategico di Area Vasta del Nord Barese Ofantino

AZIONI PARTENARIALI: SCHEDA PER LE PROPOSTE DI INTERVENTO

Parte I - Proposta

Titolo dell'intervento	BRAND TERRITORIALE		
Localizzazione dell'intervento	Territorio della 6 ^a Provincia		
Area di realizzazione dell'intervento	<input type="checkbox"/> Comune	<input checked="" type="checkbox"/> Provincia	<input type="checkbox"/> Interprovinciale

Proponente	DOC MEDIA	Non compilare
Denominazione Ente	<i>Comunicazione & Marketing</i>	Scheda n.
Indirizzo	Via Libertà n°8 - 70051 BARLETTA	
Rappresentante legale	MICHELE CINIERO	Data
Telefono	0883.332714	
Responsabile del procedimento	Michele CINIERO	Settore
Data	25 novembre 2008	

Descrizione dell'intervento (da compilare a cura del proponente)

Tipologia d'intervento	<input type="checkbox"/> Infrastrutture	<input type="checkbox"/> Risorse umane	<input checked="" type="checkbox"/> Sensib. e promozione
	<input type="checkbox"/> Animazione territoriale	<input type="checkbox"/> Sviluppo imprenditoriale	<input type="checkbox"/> Riqualificazione urbana
	<input type="checkbox"/> Innovazione	<input checked="" type="checkbox"/> Identità Territoriale	
Descrizione generale dell'intervento	<p>Identità Istituzionale</p> <p>Il progetto riguarda lo studio, l'ideazione e la realizzazione dell'identità istituzionale del territorio della 6^a Provincia, ossia di tutti quegli elementi che, con qualità di flessibilità, riconoscibilità e durata nel tempo, concorrono a creare la fisionomia e l'immagine percepita del territorio: il nome, il logo, i font e i colori istituzionali - elementi di base dell'immagine coordinata - le declinazioni degli stessi su tutti i supporti comunicativi sia interni che esterni.</p>		
Descrizione dettagliata dell'intervento (Obiettivi, risultati attesi, effetti e ricadute territoriali)	<p>Il progetto ha l'obiettivo di creare un'immagine della nuova provincia (BAT) che sia riconoscibile, in modo che ogni tipo di comunicazione effettuata sia immediatamente identificata ed associata al territorio, e forte, tale da trasmettere, sin dall'inizio delle sue attività, una personalità autorevole e d'impatto.</p> <p>Avere un nome significa esistere. Il primo passo, quindi, sarà quello di creare un nome che identifichi il territorio, in Italia e nel mondo, in modo univoco e strettamente legato alle sue peculiarità storico/culturali.</p> <p>La nuova provincia, infatti, non può partire senza un nome forte, significativo e, quindi, vincente.</p> <p>Un territorio, che è stato ripetutamente protagonista della storia, teatro di memorabili eventi e terra di grandi uomini, e che ancor oggi eccelle in numerosi ambiti economico/culturali, non può continuare ad essere identificato con un generico "Nord Barese", quasi ad indicare un'appendice poco rilevante di un territorio più grande e importante.</p> <p>Il protagonismo e il fascino del territorio della nuova provincia pugliese esigono, quindi, un nome forte ed evocativo, che sia il primo biglietto da visita da presentare al resto del mondo.</p>		

	<p>Questo nome sarà individuato sulla base di uno studio preliminare del territorio in tutti i suoi aspetti più caratteristici, percorrendone la storia, la cultura, la geografia. Tale nome avrà il compito importante di trasmettere immediatamente la personalità del territorio, mettendolo al pari di altre eccellenze territoriali della regione PUGLIA quali Salento, Gargano, Valle d'Itria o Murgia.</p> <p>Il passo successivo sarà la creazione di una vera e propria identità grafica. In primo luogo, in base al nome individuato, sarà realizzato un logo che sintetizzerà e comunicherà visivamente i valori del territorio.</p> <p>Il logo detterà, poi, la realizzazione di tutti gli elementi che costituiranno l'abito grafico, l'immagine coordinata di ogni comunicazione sia essa interna che esterna.</p> <p>L'identità istituzionale così individuata avrà il compito di creare una coerenza comunicativa che ageverà la diffusione della conoscenza del territorio, offrendone un'immagine unitaria e autorevole.</p>
<p>Struttura del progetto (specificare se si tratta di un singolo intervento o di un pacchetto di interventi)</p>	<p>Il Progetto di <i>Identità Istituzionale</i> si sviluppa nelle seguenti fasi:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Studi preliminari, ricerca e analisi sulle peculiarità del territorio, per la definizione delle strategie di posizionamento e delle linee guida del progetto di identità istituzionale del brand territoriale. - Realizzazione del naming istituzionale; - Ideazione del logo istituzionale del territorio; - Adattamento tridimensionale del logo; - Scelta dei font e dei colori istituzionali e della loro declinazione sui differenti supporti comunicativi; - Coordinato di base (carta intestata, buste, biglietti da visita); - Manuale operativo di applicazione dell'identità istituzionale.
<p>Descrizione della comune strategia territoriale (se pacchetto di progetti)</p>	<p>Ogni elemento dell'Identità Istituzionale sarà ideato e realizzato in modo coordinato e coerente rispetto al posizionamento individuato, in modo da garantire l'univocità comunicativa e la coerenza dell'immagine con i valori e gli obiettivi del nuovo brand territoriale.</p>
<p>Progetto inserito in</p>	<p><input type="checkbox"/> Piano triennale delle OOPP <input type="checkbox"/> Elenco annuale delle OOPP</p>
<p>Ruolo e coerenza del progetto rispetto al Piano Strategico di Area Vasta</p>	

Parte II - Approfondimenti

Aspetti tecnico-progettuali (da compilare ove possibile)

Indicazione delle scelte tecniche di base	
Illustrazione delle condizioni istituzionali, amministrative, tecniche	
Planimetria e cartografia dell'area di intervento	
Elenchi catastali delle aree e degli immobili	
Stima parametrica del costo di costruzione e realizzazione	
Stato della progettazione tecnica	<input checked="" type="checkbox"/> Studio di fattibilità <input type="checkbox"/> Progetto preliminare
	<input type="checkbox"/> Progetto definitivo <input type="checkbox"/> Progetto esecutivo
Compatibilità urbanistica dell'intervento	
Compatibilità ambientale dell'intervento	
Impatti paesaggistici e misure compensative previste	

Quadro economico dell'intervento (da compilare ove possibile)

Costi di realizzazione	€ 22.920,00 (ventiduemilanovecentoventi/00) IVA inclusa
Descrizione e quantificazione dei costi per la manutenzione straordinaria	
Stima dei costi di gestione e/o erogazione del servizio	COSTI DI MASSIMA (IVA esclusa) Studi preliminari, ricerche e analisi per la definizione delle strategie di posizionamento e delle linee guida del progetto di identità € 3.000,00 Marchio e/o Logotipo € 5.500,00 Adattamento tridimensionale di marchio e/o logotipo € 1.800,00 Scelta dei caratteri e dei colori istituzionali € 1.300,00 Coordinato di base (carta intestata, buste, e biglietti da visita) € 1.500,00 Manuale operativo di applicazione dell'identità € 6.000,00
	STRADA VINI DOC CASTEL DEL MONTE <i>Marketing e Comunicazione 2003/2008;</i> NOVELLO AL CASTELLO - <i>Organizzazione e promozione Evento '07;</i> LA NOTTE DEI MUSEI - <i>Organizzazione e promozione Evento '08;</i> NOVELLO AL CASTELLO - <i>Organizzazione e promozione Evento '08.</i>
Breve indicazione della struttura istituzionale, organizzazione, competenze ed esperienze del soggetto che assumerà la gestione dell'opera	

Piano finanziario	
--------------------------	--