

DOCUMENTO DI SINTESI SOGGETTO ALLA PUBBLICAZIONE PREVISTA DAL D.LGS. N. 33/2013

Ente proponente: **COMUNE DI MODENA**

**Titolo:** BEST OF Lost in Modena - Campagna di comunicazione per rafforzare l'identità e l'attrattività turistica di Modena e del territorio provinciale 2024.

**Descrizione sintetica del progetto:**

La campagna di influencer marketing 2024 raccoglie i migliori momenti delle esperienze vissute dagli influencer che sono stati protagonisti delle campagne "Lost in Modena" realizzate negli anni 2022 e 2023, raggruppati in un "BEST OF" per la valorizzazione delle migliori esperienze che è possibile fare nel territorio modenese. Mettendo insieme le varie esperienze dei 4 cluster Food, Motori, Sport & Outdoor, Città e Borghi, sono stati realizzati 4 video/reel uno per ogni cluster che hanno presentato le esperienze vivibili a Modena e nel territorio provinciale inerenti a quel tema. La campagna è stata messa on air a partire dal mese di luglio, nei tre principali canali social (Meta, Youtube, Tiktok) geolocalizzata sulle regioni del centro nord.

**Obiettivi:** Il progetto ha l'obiettivo strategico di rafforzare l'immagine turistica del territorio "Modena" in sinergia e in supporto alle azioni che vengono attuate dalla DMO del territorio modenese in coerenza con gli obiettivi in materia di prodotti e mercati fissati dalle Linee guida triennali per la promo-commercializzazione turistica regionale, nonché con la strategia contenuta nel Programma di Promo-Commercializzazione Turistica (PPCT) 2024.

**Azioni:**

1. Definizione della strategia di comunicazione multiplatforma e conseguente pianificazione mezzi incentrata sull'analisi particolareggiata dei vari segmenti turistici target prescelti, definizione del concept generale di comunicazione e declinazione operativa per i differenti target obiettivo, delle dinamiche di coinvolgimento dei differenti pubblici, degli strumenti utilizzati.
2. Realizzazione del piano attraverso la programmazione di inserzioni, pubblicazioni e campagne di advertising nei diversi canali e mezzi di comunicazione online e offline.
3. Monitoraggio: individuazione di un serie di indicatori di valutazione; definizione della periodicità delle misurazioni.

**Spesa totale prevista:** € 39.040.00

Data, .....

Firma  
*documento firmato digitalmente*