

# STUDIO DI FATTIBILITÀ


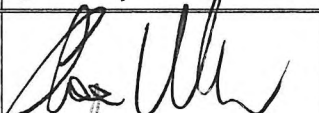
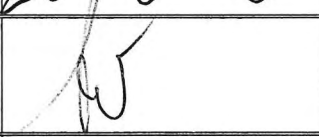

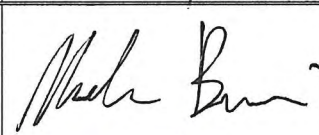
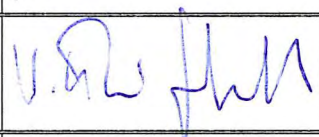

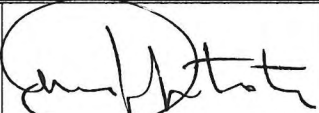
Rev. 1.0


**Progetto Generazioni – La Regione Lazio per i Giovani**

*LAZIO YOUth CARD*

*LAZIOsound 2.0*


*Comunicazione e Promozione*

RILEVAZIONE FABBISOGNO			
Attività	Responsabile	Firma	Data
Ufficio «Welfare e Carta Giovani»	Maria Lena Roscilli		19/12/19
Area «Cultura»	Liliana Mannocchi		19/12/2019
Area «Relazioni Istituzionali»	Alessandro Ferretti		19/12/2019
Ufficio «DPO (Data Protection Officer)»	Paolo Urbani		19/12/19
Direzione «Amministrazione, Finanza e Controllo di Gestione»	Nicola Burrini		19/12/2019
Direzione «Sistemi Infrastrutturali»	Vittorio Gallinella		19/12/2019
Direzione «Organizzazione»	Andrea Spadetta		19/12/2019
Direzione «Sviluppo e del Territorio»	Giuseppe Tota		19/12/2019

	<b>Progetto Generazioni – La Regione Lazio per i Giovani: LAZIO YOUth CARD - LAZIOsound 2.0- Comunicazione e Promozione</b>	Rev.	05
		Data	18/12/2019
		Pag. 3 di 34	

## INDICE


Siglarlo e definizioni .....	4
1 Introduzione.....	5
2. Sviluppo progetto LAZIO YOUth CARD. ....	9
2.1 Sviluppo, estensione verso nuovi ambiti e gestione del sistema di convenzioni. ....	9
2.2 Iniziative speciali <i>one shot</i> . ....	14
2.3 <i>Customer Satisfaction</i> e miglioramento dei servizi offerti.....	17
2.4 Rapporti con Eyca.....	19
3 Sviluppo progetto LAZIOsound 2.0.....	21
3.1 Linee d'intervento LAZIOsound .....	21
4 Comunicazione e promozione. ....	26
5 Help Desk .....	30
6 Budget.....	32

	<b>Progetto Generazioni – La Regione Lazio per i Giovani: LAZIO YOUTH CARD - LAZIOsound 2.0- Comunicazione e Promozione</b>	Rev.	05
		Data	18/12/2019
	Pag. 4 di 34		

## Siglarlo e definizioni

Siglarlo	
EYCA	European Youth Card Association
DGR	Delibera Giunta Regionale
LS	LAZIOsound 2.0
LYC	LAZIO YOUTH CARD
CS	Customer Satisfaction



	<b>Progetto Generazioni – La Regione Lazio per i Giovani: LAZIO YOUTH CARD - LAZIOsound 2.0- Comunicazione e Promozione</b>	Rev.	05
		Data	18/12/2019
		Pag. 5 di 34	

## **1 Introduzione**

La Direzione Regionale Cultura e Politiche Giovanili con nota prot. n. 975404 del 02/12/2019, acquisita in pari data al protocollo LAZIOcrea con il numero 24925, chiede alla LAZIOcrea S.p.A. di redigere uno studio di fattibilità volto alla realizzazione delle iniziative LAZIOsound, LAZIO YOUTH CARD, Comunicazione e Promozione.


Il progetto Carta Giovani, denominato LAZIO YOUTH CARD, rappresenta una delle più grandi azioni in favore dei giovani approvata con D.G.R. n. 511/2011 e oggetto di specifico Accordo tra Regione Lazio e Presidenza del Consiglio dei Ministri, Dipartimento della Gioventù. Con la predetta D.G.R. è stato programmato per le attività connesse all'attuazione del progetto LAZIO YOUTH CARD un ammontare complessivo di risorse pari ad € 1.010.000,00, di cui € 707.000,00 a valere sul Fondo Nazionale Politiche Giovanili ed € 303.000 quali risorse regionali.

Tale progetto si inserisce nel circuito EURO<30 ed ha l'obiettivo di promuovere una migliore qualità della vita delle giovani generazioni garantendo pari diritti ed opportunità nell'accesso e nella fruizione di una serie di agevolazioni in vari ambiti quali attività culturali e ricreative, attività sportive, salute/benessere, abbigliamento, ristorazione, turismo, editoria, ecc.

La Regione Lazio ha individuato la propria società in *house* LAZIOcrea S.p.A. quale soggetto attuatore del rinnovato progetto Carta Giovani, ridenominato, appunto, LAZIO YOUTH CARD.

In data 19/12/2018 la Regione Lazio e LAZIOcrea S.p.A. hanno stipulato la convenzione avente ad oggetto l'attività di supporto tecnico ed attuativo della stessa LAZIOcrea S.p.A. per la realizzazione del suddetto progetto per consentire ai giovani di età compresa tra i 14 ed i 30 anni non compiuti, residenti o domiciliati nella Regione Lazio, di beneficiare di una serie di agevolazioni particolarmente favorevoli di carattere continuativo ovvero temporaneo/periodico nei diversi ambiti individuati da Regione Lazio (a titolo esemplificativo ma non esaustivo, in ambito culturale, ricreativo, sportivo, ristorazione, turismo, editoria, ecc.).

L'APP LAZIO YOUTH CARD è stata attivata il 27 febbraio 2019 e si configura come uno strumento molto più fruibile ed immediato per i giovani, oltre a consentire il raggiungimento di una platea più ampia di utenti rispetto alla modalità di distribuzione cartacea. Infatti, semplicemente scaricando l'APP da Play Store o Google Play, i giovani possono registrarsi ed

	<b>Progetto Generazioni – La Regione Lazio per i Giovani: LAZIO YOUTH CARD - LAZIOSound 2.0- Comunicazione e Promozione</b>	Rev.	05
		Data	18/12/2019
		Pag. 6 di 34	

esibire la propria CARD digitale presso gli esercenti aderenti all'iniziativa per usufruire di agevolazioni dedicate.

Giova evidenziare che la Regione Lazio è stata la prima Regione italiana ad aver aderito tramite LAZIOcrea ad EYCA (*European Youth Card Association*), il network delle "YOUTH CARD" dei paesi europei. Così LAZIO YOUTH CARD ha una validità europea ed i suoi possessori possono già contare su una rete di 35.000 esercizi commerciali convenzionati in 38 paesi europei ed entrare in una rete di circa 7 milioni di utenti.




Per quanto riguarda invece **LAZIOSound 2.0**, il progetto pone le sue radici dai risultati dell'azione sperimentale "*LAZIOSound 1.0*" sviluppata nel 2019 dalla Regione Lazio tramite LAZIOcrea S.p.A. in collaborazione con numerosi operatori dell'industria musicale.

Per dare seguito al grande successo riscosso nel 2019 che ha visto, tra le altre cose, il Castello di Santa Severa come splendida cornice della finale di LAZIOSound 1.0, la Direzione Sviluppo e Promozione del Territorio della LAZIOcrea S.p.A. - *deputata tra l'altro a studiare ed attuare possibili azioni di sviluppo, valorizzazione e promozione del territorio regionale, anche al fine di continuare a promuovere le identità e le tradizioni locali quali elementi di competitività del territorio e di dare impulso allo sviluppo culturale, artistico e creativo dei cittadini* - intende proporre al Socio Unico il progetto denominato "**LAZIOSound 2.0**", volto a continuare ad intercettare, promuovere e sostenere i giovani talenti musicali della Regione Lazio, nell'ottica della valorizzazione, innovazione e promozione del sistema cultura.

La nuova proposta progettuale scaturisce dall'idea di valorizzare il ricco patrimonio musicale giovanile che contraddistingue la Regione Lazio, rendendolo visibile ed



	<b>Progetto Generazioni – La Regione Lazio per i Giovani: LAZIO YOUth CARD - LAZIOsound 2.0- Comunicazione e Promozione</b>	Rev.	05
		Data	18/12/2019
		Pag. 7 di 34	

incentivandone fattivamente la presenza sul mercato attraverso un ecosistema di azioni dedicate a promuovere i giovani talenti e il sistema culturale regionale che agisce sulla valorizzazione dei giovani talenti grazie al coinvolgimento dell'intera filiera musicale (dal giovane artista, all'etichetta, alla distribuzione, alla circuitazione...), con azioni rivolte:

*1) Agli emergenti*

- incentivando nuove produzioni discografiche con **LAZIOsound “Recording”**
- supportando la circuitazione nazionale e internazionale degli artisti con **LAZIOsound “Touring”**

*2) Agli esordienti*

- Sostenendoli nei primi passi con **LAZIOsound “Scouting”**


Inoltre, con il Campus di LAZIOsound, finanziato attraverso la linea di finanziamento di “Itinerario giovani”, verranno svolti corsi e laboratori rivolti ai musicisti emergenti.

L'esperienza formativa sarà composta da lezioni, casi studio, esibizioni live e prevedrà il coinvolgimento di manager, produttori, promoter, etc.

Pertanto, con questa rinnovata impostazione, resa possibile dall'aumento dei fondi dedicati all'azione previsti per il 2019 (**Fondo Nazionale Politiche Giovanili**), LAZIOsound potrà intervenire trasversalmente sugli step della costruzione di un progetto musicale per dare una spinta a giovani artisti/band a fare un salto al livello successivo della loro carriera.

In particolare, le linee di intervento di LAZIOsound vogliono sia aggredire il problema dello sviluppo professionale degli emergenti (**Recording e Touring**) sia incentivare l'entrata nel mercato degli artisti esordienti (**Scouting**) affrontando le difficoltà dei più giovani nel trovare spazi per le prove, la promozione e la diffusione, chiudendo il ciclo di formazione degli artisti con l'acquisizione di competenze imprenditoriali (**Campus**).


Così, LAZIOsound 2.0 si presenta come un'occasione per professionalizzare i giovani talenti e allo stesso tempo per rinforzare il mercato musicale indipendente del Lazio.

	<b>Progetto Generazioni – La Regione Lazio per i Giovani: LAZIO YOUTH CARD - LAZIOsound 2.0- Comunicazione e Promozione</b>	Rev.	05
		Data	18/12/2019
		Pag. 8 di 34	

Un'opportunità per generare occupazione, favorire la crescita economica e culturale del territorio regionale.

L'ultima azione del Piano GenerAzioni denominata "Bando delle Idee" sostiene la realizzazione, l'implementazione e il potenziamento di idee e progetti portati avanti nel territorio delle Regione Lazio da under35 favorendo lo spirito di iniziativa e lo sviluppo di attività creative, artistiche, culturali, sportive, di ricerca e di studio, del tempo libero, della vita associativa, di aggregazione, di innovazione tecnologica, di innovazione sociale e di solidarietà. Per l'azione "Bando delle Idee" LAZIOcrea S.p.A. svilupperà le azioni di comunicazione e promozione volte all'aumento della brand awareness.



	<b>Progetto Generazioni – La Regione Lazio per i Giovani: LAZIO YOUTH CARD - LAZIOsound 2.0- Comunicazione e Promozione</b>	Rev.	05
		Data	18/12/2019
		Pag. 9 di 34	

## **2. Sviluppo progetto LAZIO YOUTH CARD.**

Ai sensi della suddetta convenzione del 19/12/2018, come meglio dettagliato nel prosieguo, LAZIOcrea S.p.A. ha il compito di procedere con lo sviluppo di un sistema di convenzioni con esercenti a livello regionale, nazionale ed europeo per consentire ai giovani compresi nella fascia 14/30 anni non compiuti di fruire di una serie di agevolazioni, a titolo esemplificativo ma non esaustivo, in ambito culturale, ricreativo, sportivo, ristorazione, turismo, editoria, ecc.

Inoltre Regione Lazio intende promuovere, attraverso LAZIO YOUTH CARD e per il tramite di LAZIOcrea S.p.A., opportunità esclusive per consentire ai giovani iscritti di accedere gratuitamente ad eventi “*one-shot*” particolarmente rilevanti.

Al fine di migliorare il servizio offerto e rendere la LAZIO YOUTH CARD sempre più apprezzata dai giovani, LAZIOcrea S.p.A. intende altresì procedere con la somministrazione di questionari di *Customer Satisfaction* per rilevare il livello di gradimento della stessa CARD.

Infine, in virtù dell’adesione ad EYCA e nell’ottica di un’apertura sempre maggiore verso il mercato europeo, LAZIOcrea S.p.A. di concerto con Regione Lazio, intende partecipare ai programmi della stessa EYCA a supporto delle varie azioni progettuali delle Youth Card territoriali (consulenza strategica, scambi di buone pratiche, incontri).


### **2.1 Sviluppo, estensione verso nuovi ambiti e gestione del sistema di convenzioni.**

La realizzazione del progetto è stata avviata a gennaio 2019 tramite la pubblicazione di un Avviso Pubblico a sportello sul BURL e sul sito di LAZIOcrea S.p.A. contenente le indicazioni da seguire per consentire agli esercenti pubblici e privati interessati di aderire alla LAZIO YOUTH CARD, nonché la relativa modulistica da compilare per proporre iniziative continuative e/o temporanee/periodiche.

Per iniziative “*continuative*” si intendono quelle di tipo “ordinario” previste per l’intera durata dell’accordo e non riferite ad un periodo limitato (ad es. lo sconto del 10% per accedere agli spettacoli teatrali e, in generale, le scontistiche routinarie previste per le diverse tipologie di spettacoli).

Per iniziative “*temporanee e/o periodiche*” si intendono le agevolazioni particolarmente vantaggiose ed a carattere “straordinario” che vengono concesse per un periodo di tempo limitato



	<b>Progetto Generazioni – La Regione Lazio per i Giovani: LAZIO YOUth CARD - LAZIOsound 2.0- Comunicazione e Promozione</b>	Rev.	05
		Data	18/12/2019
		Pag. 10 di 34	

oppure con cadenza periodica (ad es. i biglietti di ingresso alle prime di uno spettacolo teatrale ad un prezzo molto inferiore anche rispetto alle scontistiche continuative, oppure prevedere un'agevolazione particolarmente favorevole per l'accesso in determinate giornate della settimana).

Lo stesso soggetto può aderire all'iniziativa secondo le suddette modalità, con entrambe qualora voglia proporre sia iniziative continuative sia temporanee e/o periodiche, oppure, una volta aderito in modo continuativo può in qualunque momento integrare l'adesione con proposte temporanee.

L'APP LAZIO YOUth CARD è stata attivata dal 27 febbraio 2019 ottenendo già nella prima fase di lancio l'adesione di oltre 50 cinema, oltre 50 teatri, oltre 650 librerie ed oltre 40 luoghi della cultura. Inoltre tramite l'accordo sottoscritto con la Mondadori sono state attivate convenzioni con la maggior parte dei punti vendita dello stesso Gruppo in tutta Italia. Sono state, altresì, attivate le convenzioni con i Gruppi Giunti al Punto e Feltrinelli con sedi a Roma ed in tutte le province del Lazio.


Al fine di agevolare i giovani per l'accesso al cinema, è stata attivata una convenzione con l'ANEC tramite la quale hanno aderito a LAZIO YOUth CARD cinema con sedi in tutta la Regione Lazio concedendo il biglietto a tariffa ridotta in determinati giorni della settimana. Al riguardo, visto il grande successo realizzato, si intende procedere con il rinnovo di tale convenzione in scadenza al 31/12/2019.

Sono state, inoltre, attivate **oltre 900** convenzioni tra strutture ricettive, alberghiere ed extra alberghiere, parchi divertimenti, agriturismi, campeggi, attività di ristorazione, stabilimenti balneari e diversi vettori di primaria importanza. A titolo esemplificativo ma non esaustivo si citano: Best Western, IH Hotels, Eurostars Hotel, Ostelli AIG, AVIS – Budget Autonoleggio, Gruppo Marozzi, Gruppo Autoscuole UNASCA.

Ad oggi l'APP conta oltre **n. 2.000** Strutture aderenti.

Al fine di offrire giovani possessori della LAZIO YOUth CARD, nonché ai giovani residenti o domiciliati sul territorio nazionale e nei Paesi dell'Unione Europea iscritti al circuito EYCA, un numero di iniziative sempre più ampio, è prevista l'estensione capillare dei convenzionamenti sia a livello territoriale sia verso nuovi ambiti.

Ciò attraverso la prosecuzione della gestione delle richieste di adesione che pervengono tramite l'**Avviso pubblico a sportello** sopra citato e pubblicato sul sito internet di LAZIOcrea

	<b>Progetto Generazioni – La Regione Lazio per i Giovani: LAZIO YOUTH CARD - LAZIOsound 2.0- Comunicazione e Promozione</b>	Rev.	05
		Data	18/12/2019
		Pag. 11 di 34	


S.p.A., che consente agli esercenti di aderire al progetto LAZIO YOUTH CARD continuamente nel tempo. I soggetti interessati possono aderire al bando secondo le seguenti modalità:

- a) invio del modulo denominato “*Richiesta di adesione LAZIO YOUTH CARD per iniziative continuative*” (Allegato 1 al bando), sottoscritto dal legale rappresentante del soggetto proponente;
- b) invio del modulo denominato “*Richiesta di adesione LAZIO YOUTH CARD per iniziative temporanee e/o periodiche*” (Allegato 2 al bando), sottoscritto dal legale rappresentante del soggetto proponente.

La gestione del suddetto **Avviso pubblico a sportello** prevede le seguenti fasi operative:

- **FASE 1** - istruttoria delle richieste pervenute, e in particolare:
  - supporto ai soggetti interessati per richieste di informazioni/chiarimenti tramite indirizzo e-mail dedicato;
  - ricezione delle richieste di adesione e protocollazione delle stesse;
  - verifica della corretta compilazione dei moduli trasmessi e della completezza degli stessi in termini di:
    - descrizione dettagliata dei servizi/prodotti erogati;
    - descrizione dettagliata delle condizioni agevolate e delle ragioni/modalità per le quali le stesse sono più favorevoli delle condizioni di miglior favore già praticate alla generalità del proprio pubblico;
    - indicazione delle modalità di fruizione delle agevolazioni.
  - sopralluoghi per verifica dell'eventuale sussistenza dei requisiti di esclusione;
  - organizzazione di incontri con i soggetti richiedenti, anche in loco.
- **FASE 2** – caricamento dati convenzioni sull'APP LAZIO YOUTH CARD, e in particolare:
  - verifica e successivo caricamento della documentazione sull'APP LAZIO YOUTH CARD, e nello specifico:
    - nome Ente;
    - descrizione convenzione (scontistiche ed altre agevolazioni applicate);
    - indirizzo e riferimenti Ente;
    - sito web;
    - materiale descrittivo e promozionale eventi proposti;



	<b>Progetto Generazioni – La Regione Lazio per i Giovani: LAZIO YOUTH CARD - LAZIOsound 2.0- Comunicazione e Promozione</b>	Rev.	05
		Data	18/12/2019
		Pag. 12 di 34	

➤ **FASE 3** – gestione degli accordi attivati, e in particolare:

- gestione dei contatti e dei rapporti con i soggetti aderenti attraverso la risoluzione di tutte le eventuali criticità;
- organizzazione di incontri anche in loco;
- gestione del materiale promozionale periodicamente trasmesso dai soggetti aderenti, verifica dello stesso in termini di contenuti e di correttezza dei format ai fini della successiva pubblicazione sull'APP LAZIO YOUTH CARD.

Al fine di rafforzare il *portfolio* di opportunità e vantaggi esclusivi, si intende adottare una strategia multilivello, attraverso la realizzazione delle seguenti azioni:

1. Esercizi di vicinato

Si intende incrementare le adesioni con punti vendita al dettaglio, esercizi tipicamente dotati di dimensioni contenute colpiti dalla crisi economica ma che comunque rappresentano il riferimento abituale per quasi il 37% della popolazione. Inoltre i negozi di vicinato sono molto spesso sinonimo di specializzazione, prodotti di eccellenza locale, artigianalità, made in Italy e *bio /social oriented*. A tale fine si procederà attraverso le seguenti azioni:

- a. utilizzo di **strategie door-to-door** ai fini della stipula delle adesioni;
- b. raccordo con le **Associazioni di categoria ed Enti Locali** per l'instaurazione di proficue forme di collaborazione.


2. Player primari del settore

Facendo seguito alle convenzioni già attivate con prestigiosi **Player a livello nazionale ed internazionale**, si intende intensificare tale tipologia di *partnership* al fine di aumentare la qualità delle agevolazioni ed il valore percepito del progetto nel suo complesso. Ciò anche per incrementare il livello di apertura di LAZIO YOUTH CARD verso i flussi commerciali a livello europeo ed internazionale, attraverso le seguenti azioni:

- a. rafforzamento ed ampliamento delle *partnership* già attive con grandi Gruppi;
- b. estensione degli ambiti coperti dai suddetti Player tramite nuovi accordi commerciali anche a livello europeo ed internazionale.

3. E-commerce



	<b>Progetto Generazioni – La Regione Lazio per i Giovani: LAZIO YOUth CARD - LAZIOsound 2.0- Comunicazione e Promozione</b>	Rev.	05
		Data	18/12/2019
		Pag. 13 di 34	

Con la *Digital Transformation* il valore degli acquisti *online* da parte dei consumatori italiani è in continua crescita, raggiungendo **in Italia nel 2019 i 31,6 miliardi di euro**, in crescita del 15% rispetto al 2018 e l'incremento in valore assoluto è il più alto di sempre (4,1 miliardi di euro). In particolare il comparto dei servizi è il primo settore per vendite dell'e-commerce italiano. Per soddisfare quindi le esigenze dei più giovani è necessario offrire loro anche agevolazioni e opportunità nel mercato *Digital* attraverso le seguenti azioni:

- a. analisi dello status quo delle convenzioni *Digital* già attive al fine di comprendere la performance delle stesse e il valore generato per i giovani e le aziende;
- b. incoraggiamento dei vari provider a intraprendere azioni specifiche e esclusive, anche temporanee, a beneficio dei giovani possessori;
- c. incremento delle *partnership* tramite contatti per individuare altri Operatori interessati.

#### 4. Sharing Economy


La *Sharing Economy* è la **rivoluzione dei millennials** che crescono condividendo notizie, foto, file, video games e conoscenza. La generazione "Y", anche vista la difficoltà di raggiungere l'autonomia economica, sta traslando la cultura **dell'Io verso una cultura del Noi** cambiando anche i propri comportamenti di acquisto preferendo modelli economici di tipo collaborativo, come ad esempio:

- *Rental Economy*;
- Economia *peer-to-peer*;
- Economia *on demand*.

A sostegno di ciò l'indagine di TNS del 2015 rileva che il 46% di utilizzatori italiani di piattaforme *Sharing* appartiene alla classe di età 18/34 anni. Per quanto esplicitato si ritiene molto strategico l'estensione del progetto verso tale ambito, attraverso:

- a. consolidamento dei rapporti già instaurati con piattaforme collaborative, quali ad esempio Zig Zag, City Scoot Italia, ecc; ossia con Enti che consentono di usufruire dei propri servizi ed agevolazioni in modalità *attraverso* codici sconto;
- b. ampliamento dei rapporti di collaborazione con gli Enti che operano in tale settore.

#### 5. Aree interne e periferie.

	<b>Progetto Generazioni – La Regione Lazio per i Giovani: LAZIO YOUTH CARD - LAZIOsound 2.0- Comunicazione e Promozione</b>	Rev.	05
		Data	18/12/2019
		Pag. 14 di 34	

Giova evidenziare che, come da dati ISTAT, nelle aree interne e nelle periferie la popolazione giovanile rappresenta un fattore propulsivo determinante e deve poter accedere alle stesse opportunità in termini qualitativi e quantitativi rispetto a coloro che vivono nelle zone più centrali. Al fine di evitare che la perifericità si tramuti in marginalità si intende ricercare le migliori soluzioni di bilanciamento della presenza di LAZIO YOUTH CARD anche sui predetti territori attraverso specifiche azioni, quali ad esempio:

- a. incremento delle opportunità e dei vantaggi in tali Aree, riducendo i tempi di spostamento dei giovani per accedere ai servizi LYC;
- b. cooperazione con Enti Locali ed Istituti scolastici per la massima diffusione della CARD nei territori e per l'instaurazione di rapporti sinergici di collaborazione interistituzionale.

## 2.2 Iniziative speciali *one shot*.


Sulla scia del grande successo realizzato LAZIOcrea S.p.A., di concerto con l'Amministrazione Regionale, intende proseguire la promozione attraverso LAZIO YOUTH CARD di opportunità esclusive per consentire ai giovani possessori di accedere gratuitamente ad eventi *one shot* particolarmente rilevanti.

Giova evidenziare che dal mese di marzo 2019 a tutt'oggi sono stati distribuiti ai giovani possessori **oltre 30.000 biglietti gratuiti**, iniziativa che ha consentito di assistere gratuitamente ai più importanti appuntamenti culturali, sportivi e di intrattenimento sul territorio, quali a titolo esemplificativo ma non esaustivo:

### AMBITO CULTURA

- **Teatro dell'Opera di Roma, n. 4.160** biglietti gratuiti per accedere ad una ricca programmazione di spettacoli per la stagione estiva ed autunnale;
- **Fondazione Musica per Roma, n. 1.680** biglietti gratuiti per assistere a numerosi concerti per l'estate;
- **Mercoledì al cinema gratis** finanziata dalla Direzione Regionale Cultura e Politiche Giovanili con cui sono stati messi a disposizione degli iscritti **n. 8.000** coupon per accedere gratuitamente agli spettacoli in programma il mercoledì. Tale iniziativa proseguirà fino ad esaurimento dei fondi disponibili visto il grande successo che sta riscuotendo con una media di **oltre n. 1.000 biglietti** utilizzati ogni mercoledì;




	<b>Progetto Generazioni – La Regione Lazio per i Giovani: LAZIO YOUTH CARD - LAZIOsound 2.0- Comunicazione e Promozione</b>	Rev.	05
		Data	18/12/2019
		Pag. 15 di 34	

- **Romics, n. 2.000 biglietti gratuiti in totale** per accedere alle edizioni di marzo ed ottobre 2019 di una delle più importanti Rassegne sul fumetto, l'animazione, i videogames, il cinema e l'intrattenimento, caratterizzata da una serie ininterrotta di eventi, mostre, spettacoli, incontri e momenti legati alla creatività;
- **Festa del Cinema 2019, n. 1.472 biglietti gratuiti** per assistere ad incontri e proiezioni della quattordicesima edizione di questa grande manifestazione internazionale che, oltre ai film della selezione ufficiale, ha offerto incontri ravvicinati con autori, attori e protagonisti della cultura italiana e internazionale;
- **Più Libri Più Liberi 2019, n. 2.000 voucher** per ingresso con uno sconto del 50% (5 € anziché 10 €) e un buono da 10 € da spendere per acquistare un libro tra gli stand della Fiera.

#### **AMBITO SPORT, biglietti gratuiti per:**

- **Rugby 6 Nazioni, n. 500 biglietti gratuiti** per possessore per la partita Italia-Francia del torneo 6 Nazioni di Rugby tenutasi a marzo 2019 allo Stadio Olimpico;
- **Internazionali di Tennis, n. 1.000 biglietti gratuiti** per possessore per accedere all'evento che si è tenuto a maggio 2019 presso il Foro Italico;
- **Coppa Italia, n. 4 biglietti gratuiti** (uno per il possessore ed uno per l'accompagnatore) per accedere alla finale di maggio 2019;
- **Internazionali di Nuoto, n. 300 biglietti gratuiti** per possessore per assistere all'evento che si è tenuto a giugno 2019;
- **La Notte dei Re, n. 4 biglietti gratuiti** per possessore per assistere ad un importante appuntamento calcistico che ha visto i Team di Francesco Totti e Luis Figo sfidarsi all'interno dello Stadio del Tennis del Foro Italico il 2 giugno 2019;
- **Internazionali di Beach Volley, n. 310 biglietti** per possessore per assistere gratuitamente alle *FIVB Beach Volleyball Roma Finals 2019*, che si sono tenute a settembre 2019 presso il Foro Italico.

	<b>Progetto Generazioni – La Regione Lazio per i Giovani: LAZIO YOUTH CARD - LAZIOsound 2.0- Comunicazione e Promozione</b>	Rev.	05
		Data	18/12/2019
		Pag. 16 di 34	

## AMBITO TURISMO/MOBILITA'

- **n. 50 Pass Interrail** per consentire ad un pari numero di giovani possessori della LAZIO YOUTH CARD di viaggiare gratuitamente in Europa per 7 giorni nel periodo compreso tra il 15 agosto ed il 15 settembre 2019, per scoprire le bellezze e le culture delle più belle città europee.
- Una particolare rilevanza assumono le iniziative speciali che rientrano nelle azioni politiche di Regione Lazio volte al sostegno della mobilità, offrendo ai giovani possessori opportunità di muoversi, di liberare energie e risorse con uno sguardo anche alla dimensione europea. Al riguardo giova evidenziare che, all'interno delle iniziative estive della LAZIO YOUTH CARD, in collaborazione con CO.TRA.L e Trenitalia, nell'estate 2019 è stata rilanciata **LAZIO in TOUR, l'iniziativa unica a livello europeo** dedicata agli iscritti alla LAZIO YOUTH CARD tra i 16 e i 18 anni che consente di viaggiare gratuitamente per un mese sui treni e bus regionali.


Considerato l'elevato incremento di iscrizioni registrato in occasione delle pregresse iniziative speciali sopra citate, ed al fine di fidelizzare i giovani già possessori, si intende attivare nel prosieguo iniziative similari per garantire pari opportunità di accesso ad eventi rilevanti da parte dei giovani iscritti.

Con riferimento ai suddetti eventi *one shot* LAZIOcrea S.p.A. svolgerà le seguenti attività:

- gestione delle procedure di acquisto dei biglietti/coupon;
- organizzazione e gestione eventi per la parte di competenza del progetto anche tramite contatti con gli organizzatori;
- presidio desk promozionale e distribuzione biglietti: ossia LAZIOcrea S.p.A., oltre a garantire il servizio di biglietteria, presiederà tramite personale interno eventuali stand promozionali allestiti in occasione degli stessi eventi al fine di promuovere la CARD e darne la massima visibilità.

Inoltre LAZIOcrea S.p.A. provvederà alla puntuale pubblicazione nella sezione "Eventi" dell'APP LAZIO YOUTH CARD delle stesse iniziative ai fini della massima visibilità da parte dei giovani possessori.



	<b>Progetto Generazioni – La Regione Lazio per i Giovani: LAZIO YOUth CARD - LAZIOsound 2.0- Comunicazione e Promozione</b>	Rev.	05
		Data	18/12/2019
		Pag. 17 di 34	

Sulla scia di quanto già realizzato, LAZIOcrea S.p.A. di concerto con l'Amministrazione Regionale provvederà per alcuni eventi all'assegnazione dei biglietti gratuiti tramite l'organizzazione e gestione di *contest*, in conformità con quanto previsto dalla nota della Direzione Regionale Cultura e Politiche Giovanili prot. n. 265383 del 04.04.2019 ed acquisita al protocollo LAZIOcrea in pari data con il numero 5458.

I giovani per partecipare ai suddetti *contest* dovranno iscriversi **sul form attivo presente al link dedicato [www.regione.lazio.it/youthcard-iscrizioni](http://www.regione.lazio.it/youthcard-iscrizioni)**.

I *contest* prevedono in alcuni casi la partecipazione ad un vero e proprio concorso che culmina nella valutazione da parte di un'apposita Commissione di valutazione nominata da LAZIOcrea S.p.A., mentre in altri casi viene effettuata la procedura informatizzata di “**estrazione randomica**” che permette di definire istantaneamente i nomi dei vincitori in modo totalmente casuale.


### **2.3 Customer Satisfaction e miglioramento dei servizi offerti.**

L'art. 12 del decreto legislativo 29/1993, così come la Direttiva del Presidente del Consiglio dei Ministri del 27 gennaio 1994, individuavano la partecipazione e l'ascolto dei cittadini quali strumenti utili per valutare la qualità e l'efficacia degli interventi della Pubblica Amministrazione.

In tale ottica, ai fini della costruzione di un servizio *customer-oriented*, LAZIOcrea S.p.A. in primis la realizzazione di una ricerca di mercato avente l'obiettivo di rilevare le abitudini di fruizione del tempo libero, le aspettative e lo *spending* medio del target del progetto LYC per meglio realizzare e bilanciare l'iniziativa.

LAZIOcrea intende rilevare la *Customer Satisfaction* dei giovani possessori della LYC con l'obiettivo di:

- **sviluppare le proprie azioni e decisioni strategiche** in modo coerente con i pareri e le aspettative dei giovani iscritti;
- **incoraggiare il coinvolgimento** e la compartecipazione dei giovani nelle fasi di utilizzo e di valutazione di LYC, così da sviluppare e rafforzare anche le relazioni con i possessori;

	<b>Progetto Generazioni – La Regione Lazio per i Giovani: LAZIO YOUTH CARD - LAZIOsound 2.0- Comunicazione e Promozione</b>	Rev.	05
		Data	18/12/2019
		Pag. 18 di 34	

- **aumentare la qualità percepita** della *Customer Experience* e del servizio nel suo complesso;
- **mantenere la customer base** già acquisita aumentando la *customer loyalty* e trasformare i giovani già iscritti in una sorta di “ambasciatori” del progetto.

La rilevazione della CS si intende non come un semplice risultato da misurare ma come un processo complesso che considera il giovane iscritto come cliente di un servizio da migliorare e plasmare secondo le esigenze di quest’ultimo.

E. Valdani (1995) parla della *Customer Satisfaction* come di “una disciplina di gestione ed uno stile di comportamento che caratterizza l’impresa”.


La *Customer Satisfaction* definisce infatti la manifestazione delle capacità dell’impresa di generare valore per i clienti e di saper anticipare e gestire le loro attese, dimostrando competenze e responsabilità nel rispondere e nel soddisfare i bisogni espressi esclusivamente nel loro interesse.

L’idea è che i giovani non subiscano le scelte dell’amministrazione ma siano compartecipi della costruzione di LYC che raggiungerà il culmine del successo solo quando diventerà uno strumento d’uso quotidiano per le nuove generazioni del Lazio.

Per realizzare i suddetti obiettivi LAZIOcrea S.p.A. intende realizzare attività di rilevazione periodica della *Customer Satisfaction*, seguendo i seguenti step:

1. **individuazione dell’oggetto d’indagine** (prodotto, singolo evento, singolo servizio, ambito di convenzioni...);
2. definizione di **indicatori specifici** ovvero trasformare le fasi di processo dell’oggetto d’indagine in domande e/o indicatori da inserire nel questionario;
3. **piano di campionamento** ovvero definizione del campione su cui effettuare l’indagine;
4. **somministrazione e raccolta dati** ovvero scelta della modalità di somministrazione, impostazione del layout grafico del questionario e predisposizione del format per il database risposte;
5. analisi dei dati ovvero strutturazione del data-set, scelta della tecnica statistica (analisi uni-variata, bi-variata e/o multi-variata) e studio dei risultati;



	<b>Progetto Generazioni – La Regione Lazio per i Giovani: LAZIO YOUTH CARD - LAZIOsound 2.0- Comunicazione e Promozione</b>	Rev.	05
		Data	18/12/2019
		Pag. 19 di 34	


6. analisi delle azioni di miglioramento ovvero individuazione delle priorità di intervento e delle cause di insoddisfazione;
7. pianificazione del miglioramento ovvero individuazione delle più idonee azioni di miglioramento.

## 2.4 Rapporti con Eyca

EYCA è l'associazione non governativa e senza fini di lucro di 38 organizzazioni membri in **35 paesi** in tutta Europa. Le organizzazioni membri dell'EYCA rilasciano l'*European Youth Card* a **7 milioni di giovani** e si impegnano per raggiungere un'Europa in cui tutti i giovani siano attivi e raggiungano il loro pieno potenziale.

In virtù dell'adesione al circuito EYCA, LAZIOcrea S.p.A. procederà ad attivare processi ed azioni sulle seguenti linee di intervento:

- **attivare, gestire ed integrare le convenzioni europee** e rientranti nel predetto circuito, ai fini della loro implementazione anche sul territorio regionale e nazionale con il supporto del Central Office di EYCA;
- **invio periodico ad EYCA** degli aggiornamenti inerenti le **convenzioni** attivate nell'ambito della LAZIO YOUTH CARD ai fini del caricamento delle stesse sul *Common Discount Database* di EYCA con l'obiettivo di garantire massima visibilità delle stesse anche da parte dei giovani dell'Unione Europea;
- **invio ad EYCA di report trimestrali** concernenti lo stato di avanzamento delle attività e dei risultati raggiunti ai fini dell'allineamento di LAZIOcrea S.p.A. con gli altri membri dell'organizzazione internazionali;
- **partecipazione a meeting** e conferenze organizzate da EYCA al fine di scambiare buone pratiche e conoscenze con gli altri membri del circuito sia a livello Europeo che a livello del gruppo territoriale "South";
- **adesione ai programmi di EYCA** a supporto delle varie azioni progettuali delle Youth Card territoriali come consulenza strategica, scambi di buone pratiche, viaggi studio;
- **partecipazione all'Annual Conference** e, in generale, ai momenti associativi di EYCA;
- **partecipazione alle iniziative** di EYCA nell'ambito dei *Partial Agreement* europei, *European Volunteer Card*, piani di sensibilizzazione, *Good Practises Series*, corpo europeo di solidarietà, Erasmus, Erasmus+ e dei progetti speciali che sono promossi o a cui aderisce la stessa organizzazione.

	<b>Progetto Generazioni – La Regione Lazio per i Giovani: LAZIO YOUTH CARD - LAZIOsound 2.0- Comunicazione e Promozione</b>	Rev.	05
		Data	18/12/2019
		Pag. 20 di 34	


Per quanto sopra l'adesione ad EYCA si configura, pertanto, come:

- un'occasione per aggiungere valore al progetto LAZIO YOUTH CARD e rafforzarne l'identità e le potenzialità;
- una grande opportunità che può consentire agli Enti aderenti di ottenere visibilità e possibilità di crescita non solo nel mercato regionale e nazionale ma anche in quello europeo.

Giova infatti ricordare che, tramite l'adesione ad EYCA:

- oltre ai giovani residenti o domiciliati nel territorio regionale di cui sopra, anche quelli residenti o domiciliati sul territorio nazionale e nei Paesi dell'Unione europea iscritti al circuito della stessa Associazione possono beneficiare delle agevolazioni degli esercenti che aderiranno al progetto LAZIO YOUTH CARD. A loro volta i giovani muniti della LAZIO YOUTH CARD possono usufruire delle condizioni agevolate presso gli esercenti dei Paesi dell'Unione Europea aderenti al circuito EYCA;
- LAZIOcrea S.p.A. e Regione Lazio sono comprese all'interno di un network composto da governi, agenzie giovani, NGOs e istituzioni europee volte a costruire e rafforzare l'ambito delle politiche giovanili europee.



	<b>Progetto Generazioni – La Regione Lazio per i Giovani: LAZIO YOUTH CARD - LAZIOSound 2.0- Comunicazione e Promozione</b>	Rev.	05
		Data	18/12/2019
		Pag. 21 di 34	

### 3 Sviluppo progetto LAZIOSound 2.0

#### 3.1 Linee d'intervento LAZIOSound

##### a) LAZIOSound “Recording” per le nuove produzioni

Questa linea di intervento vuole sostenere i giovani artisti *under 35* nel produrre e distribuire le proprie produzioni discografiche, puntando sul valore dell'identità culturale della regione e sul fermento del mondo artistico giovanile.

LAZIOcrea selezionerà, tramite un avviso pubblico rivolto a soggetti privati (Associazioni, Imprese, Titolari di P.IVA), progetti di produzione e distribuzione che promuovano nuovi progetti discografici di artisti o gruppi musicali *under35* residenti o domiciliati nel Lazio.


**Il budget complessivo per l'azione è di € 55.000, con un contributo massimo di € 10.000 per progetto** da realizzarsi entro i tempi previsti dall'avviso.

Il contributo coprirà i costi relativi del contratto di fitto dello studio di registrazione (situato nel Lazio), realizzazione di videoclip, azioni di marketing, promozione, comunicazione e distribuzione etc. che saranno meglio definiti nell'avviso pubblico.

Descrizione	Impegno Economico
LAZIOSound Recording per le nuove produzioni	€55.000
<b>Totale</b>	<b>€55.000</b>

##### b) LAZIOSound “Touring” per la circuitazione nazionale e internazionale

La sub-azione “Touring” ha l'obiettivo di rafforzare la presenza dei giovani talenti musicali del Lazio nel mercato musicale nazionale ed estero attraverso il finanziamento di azioni di circuitazione degli artisti nel territorio regionale, in Italia e in Europa (come tour e/o presenze all'interno di *showcasing festivals/conference*), favorendo così la promozione del patrimonio

	<b>Progetto Generazioni – La Regione Lazio per i Giovani: LAZIO YOUTH CARD - LAZIOSound 2.0- Comunicazione e Promozione</b>	Rev.	05
		Data	18/12/2019
		Pag. 22 di 34	

musicale regionale e la mobilità di artisti e operatori per far diffondere la giovane musica laziale in tutto il mondo.

Così, LAZIOSound 2.0 è in grado, da una parte di rafforzare l'identità musicale del Lazio in Italia e all'estero, e dall'altra – a medio/lungo termine - di contribuire, per mezzo dell'internazionalizzazione sia degli artisti che degli operatori, a strutturare la filiera della musica regionale.

LAZIOcrea selezionerà, con un avviso pubblico rivolto a soggetti privati (Associazioni, Imprese, Titolari di P.IVA), progetti di circuitazione e/o internazionalizzazione di cantautori o gruppi under35 che prevedano l'organizzazione di tournée di una o più date in Italia e all'estero.

**Il budget complessivo per l'azione è di € 100.000**, riconoscendo un contributo max pari ad € 10.000 per progetto con l'obiettivo quantitativo di sostenere almeno 10 tournée da realizzarsi entro 8 mesi dall'attivazione del progetto.


Il contributo coprirà i costi relativi ai viaggi, a "fee" di partecipazione, il noleggio di materiale tecnico, costi di trasporto e personale etc. che saranno meglio definiti in sede di avviso pubblico.

Descrizione	Impegno Economico
LAZIOSound Touring per la circuitazione nazionale e internazionale	€100.000
<b>Totale</b>	<b>€100.000</b>

#### e) LAZIOSound "Scouting" per il sostegno nei primi passi

La linea di intervento "Scouting" si rivolge invece ai giovani esordienti con la finalità di rispondere alle necessità e ai problemi che sono costretti ad affrontare nel muovere i loro primi passi, attraverso la costruzione di risposte a esigenze specifiche tramite un approccio innovativo al sostegno, realizzando una selezione rapida e coinvolgendo esperti e partner del settore di alto profilo.



	<b>Progetto Generazioni – La Regione Lazio per i Giovani: LAZIO YOUth CARD - LAZIOsound 2.0- Comunicazione e Promozione</b>	Rev.	05
		Data	18/12/2019
		Pag. 23 di 34	

Questa linea, rispetto alle prime due, si rivolge alle band fuori dal mercato musicale che abbiano necessità di accrescere le loro competenze e acquisire nuove esperienze al fine di poter rafforzare la loro posizione per velocizzarne l'accesso al mercato.

**Con la realizzazione di una call pubblica** la LAZIOcrea acquisirà le candidature di cantanti/band under35 e selezionerà le migliori proposte artistiche under35 del territorio grazie a un processo di partecipazione attiva per il quale si ipotizza un periodo di realizzazione di 3 mesi, anche con tappe presso le Province del Lazio.

Questo obiettivo specifico sarà raggiunto con la costruzione di pacchetti di sostegno “chiavi in mano” attraverso i quali LAZIOsound adotterà artisti/band esordienti per un massimo di 12 mesi.

In particolare i suddetti pacchetti verranno realizzati grazie alla creazione di partnership strategiche con operatori del settore con i quali svilupperà percorsi atti non solo a dare la possibilità agli artisti/gruppi di produrre, promuovere e distribuire le proprie opere, ma soprattutto ad incontrarsi con i professionisti del settore, creando sinergie positive che avranno auspicabilmente ricadute positive sulla loro crescita professionale anche dopo la conclusione del percorso offerto da Regione Lazio.


I “percorsi di adozione” si comporranno di uno o più tipi di sostegni tra i seguenti:

1) **Sostegno alla produzione**, come ad esempio:

- Registrazione gratuita delle opere in uno studio di registrazione con tecnici qualificati e strumentazioni adeguate;
- Direzione Artistica della produzione grazie al tutoraggio da parte di uno o un team di professionisti;

2) **Sostegno alla promozione e all'internazionalizzazione**, come ad esempio:

- Programmazione di esibizioni nei principali festival musicali giovanili della Regione Lazio;
- Programmazione di esibizioni in festival a livello regionale e nazionale;

	<b>Progetto Generazioni – La Regione Lazio per i Giovani: LAZIO YOUth CARD - LAZIOsound 2.0- Comunicazione e Promozione</b>	Rev.	05
		Data	18/12/2019
		Pag. 24 di 34	

- Programmazione di esibizioni in concerti/festival, fuori dal territorio nazionale anche in un'ottica di internazionalizzazione delle migliori esperienze;
- Programmazione di esibizioni live su una o più emittenti radiofoniche on-line o su frequenza FM;

3) **Sostegno alla distribuzione**, come ad esempio:

- Realizzazione di cd/vinile
- Realizzazione di Video-Clip
- Distribuzione dei brani su portali virtuali (es. Spotify)

Per la realizzazione della sub-azione potranno anche essere coinvolte altre strutture regionali.

<b>Descrizione</b>	<b>Impegno Economico</b>
LAZIOsound Touring per la circuitazione nazionale e internazionale	€50.000
<b>Totale</b>	<b>€50.000</b>


**d) LAZIOsound alle Fiere Musicali**

Al fine di rafforzare il posizionamento della Regione Lazio e del progetto "LAZIOsound" nell'industria musicale (tra artisti, produttori, distributori, manager, organizzatori di festival e promoter...) si prevede la partecipazione a meeting, convention, fiere o eventi di settore garantendo una partecipazione istituzionale, degli artisti o dei soggetti selezionati da LAZIOsound.

Per tale attività, il cui calendario si definirà durante l'anno a seconda degli inviti che perverranno o le occasioni che si presenteranno, si prevede l'utilizzo un budget di € **20.000** come rimborso per spese di viaggio degli artisti/etichette, rappresentanza, acquisto spazi, noleggio attrezzatura, etc.


LAZIOsound e i progetti finanziati dovranno rispettare i seguenti obiettivi:



	<b>Progetto Generazioni – La Regione Lazio per i Giovani: LAZIO YOUTH CARD - LAZIOsound 2.0- Comunicazione e Promozione</b>	Rev.	05
		Data	18/12/2019
		Pag. 25 di 34	

- **per le ragazze e i ragazzi:** dare l'opportunità ai giovani artisti più talentuosi del Lazio di realizzare e raggiungere il loro pieno potenziale attraverso un percorso di professionalizzazione;
- **per il sistema musicale del Lazio:** supportare la produzione, la circuitazione e la promozione di nuova musica di qualità in tutti i generi;
- **per il sistema culturale regionale:** promuovere il Lazio come terra di cultura e produzione musicale e quindi rafforzare la complessiva attrattività culturale del territorio;
- **per i cittadini:** ispirare ed educare il pubblico regionale all'ascolto della musica.

Per la commissione di valutazione dei progetti si intenderà coinvolgere professionisti del settore musicale interni e/o esterni all'Amministrazione Regionale.

	<b>Progetto Generazioni – La Regione Lazio per i Giovani: LAZIO YOUth CARD - LAZIOSound 2.0- Comunicazione e Promozione</b>	Rev.	05
		Data	18/12/2019
		Pag. 26 di 34	

#### 4 Comunicazione e promozione.

La comunicazione e la promozione del Piano GenerAzioni e delle singole azioni (LAZIOSound, Bando delle Idee, LAZIO YOUth CARD) riveste un ruolo fondamentale per il successo del progetto.

Qui di seguito si riportano le azioni e mezzi che dovranno essere attivati con l'obiettivo primario di far conoscere l'esistenza delle suddette azioni al target di riferimento ed incentivare il suo utilizzo:

- Strumenti di comunicazione on-line e off-line;
- Partecipazione ad iniziative/eventi con target giovanile tramite stand promozionali;
- Organizzazione di eventi promozionali;
- Realizzazione di profili social dedicati.


Qui di seguito si riportano gli strumenti da realizzare per promuovere le azioni:

- materiale informativo: depliant, brochure, flyer, locandine, vademecum e guide all'utilizzo della CARD;
- Video promozionali e/o di storytelling delle iniziative nella versione di circa 60 secondi e versione ridotta di 30 secondi. Il video dovrà essere accattivante e utilizzare un linguaggio in linea con il target. Il video sarà diffuso su: canali social, You tube, piattaforme web, circuito cinema;
- materiali grafici per pubblicità: banner in diversi formati, immagini per post e copertine Facebook, Instagram, Twitter, immagini per carta stampata;
- gadget personalizzati: utilizzo di un gadget da distribuire in particolari luoghi e/o in eventi di promozione. Ad esempio potranno essere realizzati sotto bicchieri personalizzati da distribuire nei locali ad alta frequentazione giovanile o cuffiette brandizzate;
- spot radio di 30 secondi adatto al pubblico di riferimento che fornisca tutte le informazioni utili in un linguaggio amichevole e positivo;
- portale web: landing page di sintesi dei progetti e delle modalità di adesione.

Le attività ipotizzate per la promozione contemplano:

- campagna di comunicazione social: pubblicazione di post sponsorizzati sulle piattaforme social **Facebook, Instagram e Youtube**. La campagna dovrà essere effettuata a più riprese.




	<b>Progetto Generazioni – La Regione Lazio per i Giovani: LAZIO YOUth CARD - LAZIOSound 2.0- Comunicazione e Promozione</b>	Rev.	05
		Data	18/12/2019
		Pag. 27 di 34	

per una durata di almeno 30 giorni. Tutti i canali social attivi della Regione Lazio veicoleranno post realizzati ad hoc, così come i portali regionali;

- utilizzo di Influencer: coinvolgimento di testimonial riconosciuti tra i giovani come punto di riferimento. L'Influencer avrà la finalità di supportare la campagna attraverso la realizzazione di un video da promuovere sul proprio canale e potrà essere invitato in occasione di eventi collegati alla promozione delle azioni;
- partecipazione ad eventi: è necessario prevedere la partecipazione, attraverso la distribuzione di materiale informativo, ad eventi che possano essere di richiamo per il target di riferimento;
- distribuzione materiale informativo e gadget: dovrà essere prevista una distribuzione capillare del materiale informativo realizzato, avvalendosi di strutture già esistenti a livello Regionale: fablab, spazi attivi, sportelli URP, ecc.;
- incontri presso Scuole e Università: incontri promozionali presso le Scuole, gli Istituti e le Università del Lazio;
- utilizzo del circuito Informagiovani: sarà necessario attivare forme di collaborazione con il circuito **Informagiovani** per la diffusione dell'iniziativa, in particolare sulle piattaforme social e web;
- campagna promozionale web: è previsto l'acquisto di spazi pubblicitari su siti on line di informazione e siti on line molto seguiti dal target di riferimento;
- campagna promozione radio: la radio resta un mezzo importante di comunicazione tra i giovani. Sarà necessario realizzare uno spot e diffonderlo sulle radio più seguite dai ragazzi di età compresa tra i 14 e 35 anni.
- campagna promozione circuito cinema: è necessario prevedere una campagna di promozione nelle principali sale cinematografiche del Lazio, essendo questo strumento molto utilizzato tra i giovani e le famiglie;
- campagna promozione carta stampata: sarà necessario prevedere una comunicazione sui principali mezzi di informazione di carta stampata, principalmente nelle edizioni locali;
- campagna di promozione outdoor e dinamica: si ritiene necessario prevedere una campagna outdoor su Roma e affissioni comunali su Viterbo, Frosinone, Rieti, Latina. Inoltre, è da prevedere una campagna dinamica sugli autobus Atac centro Roma e Cotral regionali;
- campagna di storytelling: sarà necessario prevedere la realizzazione di materiale video, fotografico, cartaceo, musicale etc. di racconto delle iniziative realizzate.

In aggiunta a quanto sopra, con particolare riferimento per la promozione di LAZIOSound, si potranno prevedere ulteriori azioni del tipo:

	<b>Progetto Generazioni – La Regione Lazio per i Giovani: LAZIO YOUth CARD - LAZIOsound 2.0- Comunicazione e Promozione</b>	Rev.	05
		Data	18/12/2019
		Pag. 28 di 34	

- realizzazione di una rendicontazione sociale rispetto ai risultati ottenuti;
- utilizzo di headliner: coinvolgimento di testimonial musicali riconosciuti tra i giovani come punto di riferimento. Il cantante avrà la finalità di supportare la campagna attraverso la realizzazione di un video da promuovere sul proprio canale e sarà invitato in occasione degli eventi LAZIOsound;
- incontri con gli operatori del settore come etichette, produttori, associazioni di categoria, promoter... al fine di illustrare la progettualità e le opportunità derivanti da LAZIOsound.

Al fine di analizzare e raccontare i risultati dell'iniziativa, sarà dedicata particolare attenzione al racconto del percorso delle band/artisti di LAZIOsound attraverso la realizzazione del "CD di LAZIOsound".


Infine, in aggiunta a quanto sopra, per l'azione **Bando delle Idee** risultano inoltre necessarie le seguenti azioni:

- **Creazione di una identità**: il primo passo è l'ideazione, progettazione e realizzazione – d'intesa con gli Uffici regionali preposti - di una linea grafica che accompagnerà tutta la comunicazione del Bando delle Idee. A tal proposito, sarà realizzato un logo, un *claim* e la declinazione grafica su tutti i materiali previsti. Il logo dovrà essere semplice e facilmente riconoscibile ed adattabile ai diversi mezzi di comunicazione istituzionale;
- **Road-show** di presentazione del bando, in collaborazione con LAZIOinnova presso:
  - i Licei/Istituti/Università
  - i Comuni, organizzati in collaborazione con i Sindaci e ove presenti i Consigli dei Giovani
  - le Officine delle Arti e dei Mestieri
  - le Comunità Giovanili
  - etc.


I suddetti enti andrebbero contattati antecedentemente alla pubblicazione del bando per la calendarizzazione degli incontri.

Per garantire una rendicontazione sociale dell'iniziativa, dei progetti finanziati e del loro impatto sui territori si prevede di:



	<b>Progetto Generazioni – La Regione Lazio per i Giovani: LAZIO YOUth CARD - LAZIOsound 2.0- Comunicazione e Promozione</b>	Rev.	05
		Data	18/12/2019
		Pag. 29 di 34	

- realizzare uno storytelling tramite materiale video dei progetti finanziati e del loro sviluppo
- realizzare una pubblicazione delle iniziative realizzate.

	<b>Progetto Generazioni – La Regione Lazio per i Giovani: LAZIO YOUth CARD - LAZIOsound 2.0- Comunicazione e Promozione</b>	Rev.	05
		Data	18/12/2019
		Pag. 30 di 34	

## 5 Help Desk

Il Numero Unico Regionale che, per sua natura, è il punto di contatto e di *problem solving* della Regione Lazio, sarà utilizzato per accompagnare e supportare anche la giovane utenza utilizzatrice di LAZIO YOUth CARD e di LAZIOsound.

Il Servizio è diviso in un gruppo di operatori di contact center che, in tempo reale supportano l'utente, un gruppo di operatori di back office che si occupa di ricevere le richieste di supporto, gestire i reclami e le eventuali segnalazioni da parte dell'utente e un gruppo che si occupa del monitoraggio del servizio. Quest'ultimo prevede un costante monitoraggio ed analisi della multicanalità della piattaforma, la produzione di report statistici, utili alla verifica della soddisfazione dell'utenza.

Il Nur, nell'espletamento del servizio, utilizza sia un sistema di Ticketing che consente di creare una visione integrata degli utenti, utilizzando tutte le informazioni per coordinare i propri servizi su una molteplicità di canali, sia l'utilizzo sistema di knowledge che rende l'informazione immediata strutturata e di facile comprensione.


Il sistema utilizzato è di tipo VOIP (Voice Over IP), tecnologia che rende possibile effettuare una conversazione telefonica sfruttando una connessione Internet o una qualsiasi altra rete dedicata a commutazione di pacchetto che utilizzi il protocollo IP senza connessione per il trasporto dati.

L'utilizzo del Call Manager consente di gestire la funzione del fuori orario durante le ore di inattività del servizio o nel protrarsi dell'attesa e consentirà:

- inserire messaggi per informare il cittadino degli orari di apertura al pubblico del Contact Center;
- lasciare il proprio numero telefonico per consentire il recall dell'utente;
- lasciare un messaggio vocale in segreteria telefonica per essere ricontattati il giorno seguente.

La funzionalità "fuori orario" garantisce quindi anche una gestione asincrona dei contatti da parte degli operatori nei momenti di attività della struttura. Infatti con questo sistema ogni contatto gestito, anche nel periodo di fuori orario, è memorizzato e opportunamente conservato a fini statistici e operativi.



	<b>Progetto Generazioni – La Regione Lazio per i Giovani: LAZIO YOUth CARD - LAZIOsound 2.0- Comunicazione e Promozione</b>	Rev.	05
		Data	18/12/2019
		Pag. <b>31</b> di <b>34</b>	

Il sistema di accoglienza automatico, attraverso messaggi vocali, accoglierà l'utente fin dall'inizio con un messaggio di presentazione e lo accompagnerà per tutta la durata dell'attesa, informandolo del posizionamento nella coda.


Il NUR consentirà agli utenti di entrare in contatto con l'Amministrazione pubblica attraverso diversi mezzi di comunicazione:

- E-mail
- Telefono
- Web

La comunicazione sarà bidirezionale e per ciascun contatto sarà privilegiata una risposta che utilizzi lo stesso mezzo di comunicazione già utilizzato dall'utente o indicato come preferenziale.

Fondamentale è il Numero di Ticket che identifica la comunicazione in modo univoco: tutte le operazioni successive al contatto, fino alla soluzione del problema presentato dal cittadino, conservano il riferimento al Numero di Ticket relativo.

Il servizio sarà attivo dal lunedì al venerdì dalle 8.00 alle 19.00. Per il fuori orario, il sabato e la domenica è previsto il servizio di Voicemail che permetterà agli utenti di lasciare un messaggio in segreteria per essere ricontattati la mattina seguente o il lunedì.


	<b>Progetto Generazioni – La Regione Lazio per i Giovani: LAZIO YOUTH CARD - LAZIOSound 2.0- Comunicazione e Promozione</b>	Rev.	05
		Data	18/12/2019
		Pag. 32 di 34	

## 6 Budget


Si riporta di seguito il dettaglio dei costi stimati per singola attività individuata e finalizzata a garantire i servizi oggetto del presente studio di fattibilità con le risorse disponibili di cui alla DGR 677 e con l'indicazione di risorse eventuali da reperire nell'annualità 2020 utili alla realizzazione del progetto:

LAZIO YOUTH CARD		
ATTIVITA'	DESCRIZIONE	Risorse disponibili DGR 677
<b>Progetti speciali EYCA</b>	Adesione a progetti speciali Eyca nell'ambito dei Partial Agreement europei, European Volunteer Card, piani di sensibilizzazione, Good Practises Series, corpo europeo di solidarietà, Erasmus, Erasmus+ e dei progetti speciali che sono promossi o a cui aderisce la stessa organizzazione.	€ 1.476,00
<b>Attività e azioni di Marketing</b>	Azioni di promozione e comunicazione	€ 29.463,00
<b>Supporto esterno per la realizzazione del progetto</b>	Spese per risorse esterne di supporto allo sviluppo e/o implementazione del progetto	€ 14.730,00
<b>Gestione coupon</b>	Attivazione coupon per eventi one shot	€ 79.840,00
	<b>TOTALE</b>	<b>€ 125.509,00</b>
LAZIOSound		
ATTIVITA'	DESCRIZIONE	Risorse disponibili DGR 677



	<b>Progetto Generazioni – La Regione Lazio per i Giovani: LAZIO YOUth CARD - LAZIOsound 2.0- Comunicazione e Promozione</b>	Rev.	05
		Data	18/12/2019
		Pag. 33 di 34	

<b>LAZIOsound Recording</b>	Contributi a progetti	€55.000,00
<b>LAZIOsound Touring</b>	Contributi a progetti	€100.000,00
<b>LAZIOsound Scouting</b>	Realizzazione dell'intervento	€60.000,00
<b>Supporto esterno per la realizzazione del progetto</b>	Spese per -risorse esterne di supporto allo sviluppo e/o implementazione del progetto	€15.000,00
<b>Fiere Musicali</b>	Realizzazione dell'intervento	€20.000,00
	<b>TOTALE</b>	<b>€ 250.000,00</b>
<b>Comunicazione</b>		
<b>ATTIVITA'</b>	<b>DESCRIZIONE</b>	<b>Risorse disponibili DGR 677</b>
Comunicazione	Promozione e comunicazione, online e offline, del Piano GenerAzioni (LYC, LS, Bando delle Idee)	€30.000,00
	<b>TOTALE</b>	<b>€ 30.000,00</b>

	<b>Progetto Generazioni – La Regione Lazio per i Giovani: LAZIO YOUth CARD - LAZIOsound 2.0- Comunicazione e Promozione</b>	Rev.	05
		Data	18/12/2019
		Pag. 34 di 34	

Vista altresì la DGR 910/2019 che prevede il potenziamento delle linee di intervento LAZIO YOUth CARD e “Comunicazione e Promozione” nell’ambito del Piano “GenerAzioni: la Regione Lazio per i Giovani” la scrivente LAZIOcrea S.p.A. propone il rafforzamento delle suddette azioni nelle seguenti modalità:

LAZIO YOUth CARD		
ATTIVITA'	DESCRIZIONE	Risorse eventuali
<b>Progetti speciali EYCA</b>	Adesione a progetti speciali Eyca nell'ambito dei Partial Agreement europei, European Volunteer Card, piani di sensibilizzazione, Good Practises Series, corpo europeo di solidarietà, Erasmus, Erasmus+ e dei progetti speciali che sono promossi o a cui aderisce la stessa organizzazione.	€ 3.524,00
<b>Attività e azioni di Marketing</b>	Azioni di promozione e comunicazione	€ 70.546,00
<b>Consulenze</b>	Spese per consulenze esterne di supporto allo sviluppo del progetto	€ 35.270,00
<b>Gestione coupon</b>	Attivazione coupon per eventi <i>one shot</i>	€ 191.160,00
	<b>TOTALE</b>	<b>€ 300.500,00</b>
Comunicazione e Promozione		
ATTIVITA'	DESCRIZIONE	Risorse eventuali
Comunicazione	Promozione e comunicazione, online e offline, del Piano GenerAzioni	€ 73.300,00
	<b>TOTALE</b>	<b>€73.300,00</b>

Trattasi di un’ipotesi di sviluppo del progetto che sarà realizzata solo previa individuazione della copertura economica per l’annualità 2020 da parte della Regione Lazio.