

Procedura selettiva ai sensi dell'art. 125 comma 11 del D.Lgs. n. 163/2006 per l'affidamento del servizio di ricerca / indagine sui potenziali visitatori di Expo Milano 2015.

1. OGGETTO DELL'APPALTO

Ricerca/indagine sui potenziali visitatori di Expo Milano 2015, da effettuare secondo le indicazioni riportate nel "Capitolato Tecnico".

2. CONTENUTI PRINCIPALI DEL PROGETTO DI RICERCA

Il progetto di ricerca dovrà prevedere i seguenti output obbligatori:

- **Analisi dell'awareness e dell'immagine di Expo Milano 2015**, volta a capire, nella maniera più articolata possibile, la percezione di Expo Milano 2015. Focus su propensioni, aspettative e intention dell'Expo. Valutazione, partendo da diverse combinazioni di selling proposition, della capacità di Expo Milano 2015 di soddisfare le esigenze e le attese di partecipazione (customer experience).
- **Stima dei visitatori potenziali italiani e stranieri di Expo Milano 2015 con indicazione di :**
 - o provenienza geografica;
 - o profilo socio-demografico.

La stima dei **visitatori internazionali** dovrà contenere dati di dettaglio su:

- o bacino internazionale "Main Europe" (Francia, UK, Germania, Spagna, Svizzera) – è richiesto dettaglio per paese;
- o bacino internazionale "Main non European" (USA, Canada, Russia, Cina, Giappone) – è richiesto dettaglio per paese;
- o bacino internazionale "Other Europe" (altri paesi Europei) – sufficienti informazioni a livello aggregato;
- o bacino internazionale "Rest of the World" (altri paesi mondiali) – sufficienti informazioni a livello aggregato.

Inoltre, la stima complessiva dei visitatori deve contenere un'analisi relativa alla **modalità di partecipazione** all'evento esplicitando:

- o i visitatori all'evento LIVE
- o i visitatori solo virtuali della cyber Expo
- o i visitatori "misti" che cioè utilizzano entrambe le modalità precedenti di visita

- **Segmentazione dei visitatori**

L'output della fase di segmentazione deve contenere:

- o segmentazione dei target di Expo Milano 2015 attraverso mix di variabili (sociodemografiche; psicografiche e attitudinali; usage e comportamento) utili a prevedere il comportamento dei diversi target e a individuare i rispettivi bacini di riferimento (es. famiglie, scuole, ecc.);
- o approfondimento sul comportamento della potenziale audience internet, con indicazione dei media di contatto prioritario (quali sono i canali più usati per il reperimento delle informazioni) e modalità di fruizione della risorsa web.

Sarà compito dei concorrenti indicare le metodologie utilizzate e le relative implicazioni, prevedendo comunque almeno i seguenti elementi:

- interviste quanti-qualitative dirette a visitatori potenziali;
- focus group mirati a potenziali intervistatori;
- colloqui e interviste con esponenti rilevanti nel mondo scientifico/culturale e accademico che sono collegati al tema Expo "Feeding the Planet, Energy for Life";
- colloqui e interviste con realtà business che sono collegate al tema Expo "Feeding the Planet, Energy for Life".

Per richiedere l'accesso alla documentazione di gara, ai fini della partecipazione alla presente procedura, inviare comunicazione a: gara@expo2015.org fornendo i dati identificativi dell'impresa (ragione sociale, indirizzo, sito web), una copia dell'iscrizione alla CCIAA e le referenze qualificanti per l'espletamento del servizio oggetto dell'appalto.

In order to access the tender documents, to participate to this process, please send an email to: gara@expo2015.org giving some information about your company (such as company name, address, web site..) copy of the Chamber of Commerce registration and the references that can qualify the assignment subject of the tender.