



Procedura negoziata, mediante RDO n. 2023911 sul portale MEPA di Consip SPA, per l'affidamento di servizi di supporto alla progettazione, sviluppo e monitoraggio della strategia di comunicazione istituzionale della Regione Emilia-Romagna.

CIG: 7569388893 - CUP: E39F18000990002

Allegato 1 - CAPITOLATO SPECIALE

1 - IL CONTESTO DI RIFERIMENTO

Lo Statuto della Regione Emilia-Romagna stabilisce che *“l'attività della Regione si ispira al principio di massima trasparenza e circolazione delle informazioni, anche al fine di garantire ai cittadini e ai residenti una effettiva partecipazione. La Regione riconosce, favorisce e promuove il diritto dei residenti singoli o associati all'informazione sull'attività politica, legislativa e amministrativa regionale”*.

In coerenza con i principi statutari, il programma di mandato per la legislatura 2014-2019, nel presentare le priorità d'azione della Giunta regionale, sottolinea la centralità del tema dell'informazione, nella sua duplice valenza di **diritto del cittadino a essere informato** e di **dovere dell'Amministrazione** di garantire l'esercizio di tale diritto e impegna l'Amministrazione a operare per una comunicazione innovativa, efficace e adeguata alle esigenze della comunità regionale.

Le strutture regionali – Assessorati e Direzioni generali - realizzano numerose campagne di comunicazione. Su temi di grande rilevanza per la collettività: dalla sanità e le politiche sociali ai bandi per le imprese, dalla formazione e le politiche attive per il lavoro alla promozione del territorio, dalla difesa del suolo alle misure contro l'inquinamento.

Regia e coordinamento sono in capo all'Agenzia di Informazione e Comunicazione, che ne cura alcune direttamente.

Una delle priorità della Regione Emilia-Romagna è fornire ai cittadini e a tutte le componenti della società regionale la massima evidenza rispetto alle politiche regionali, alle opportunità e ai servizi offerti, in linea con i principi sulla trasparenza dell'azione amministrativa.

2 - OGGETTO DEL CONTRATTO

L'appalto ha per oggetto i servizi di supporto alla **progettazione, sviluppo e monitoraggio della strategia di comunicazione** esterna della Regione Emilia-Romagna, con i seguenti obiettivi generali:

- ricondurre a sistema la comunicazione dell'Ente verso l'esterno, per migliorarne l'efficacia, anche attraverso una veste grafica unitaria, coerente e riconoscibile;
- potenziare l'impegno dell'Amministrazione regionale sul fronte della trasparenza e dell'accountability dell'azione amministrativa, consentendo alla comunità regionale di conoscere obiettivi strategici, progetti realizzati e risultati dell'attività;

- promuovere la conoscenza delle politiche regionali nei diversi ambiti di intervento e favorire l'accesso ai servizi a disposizione di cittadini, imprese, associazioni, ecc.

Per una panoramica sugli obiettivi strategici e le priorità d'intervento dell'Amministrazione regionale, si rinvia ai seguenti documenti, disponibili nella cartella accessibile mediante il servizio FTPS erogato dalla Regione Emilia-Romagna, sulla base delle istruzioni specificate nell'allegato 4 al disciplinare di gara.

- **Statuto regionale** (legge regionale 31 marzo 2005, n. 13)
- **Documento di Economia e Finanza Regionale (DEFER) 2018 e 2019**
- Individuazione degli **obiettivi strategici di cambiamento per l'anno 2018**: Determinazione dirigenziale n. 20813/2017
- **Bilancio di previsione 2018-2020**: relazione di sintesi, testo integrale l.r. n. 26/2017 (legge regionale di stabilità 2018), l.r. n. 27/2017 (bilancio di previsione), slide descrittive;
- **Piano di comunicazione e piano editoriale 2018-2019**, allegato alla Delibera di Giunta regionale n. 461/2018
- **Schede di sintesi sull'attività della Giunta regionale a giugno 2018**

Ulteriori specificazioni e approfondimenti sono disponibili sul portale istituzionale (www.regione.emilia-romagna.it), sezione "Aree tematiche".

3 - DESCRIZIONE DEI SERVIZI RICHIESTI

L'impresa affidataria dovrà fornire all'Amministrazione regionale, con continuità per tutta la durata del contratto, un qualificato **supporto progettuale, tecnico e operativo** nelle attività di **ideazione, pianificazione, realizzazione e monitoraggio** delle iniziative di comunicazione istituzionale.

Con l'affidamento del servizio, l'Amministrazione intende sviluppare la propria azione di comunicazione esterna in una logica di continuità e di riconoscibilità della strategia e dello stile di comunicazione, nonché di uniformità della linea creativa, del tratto grafico e delle modalità di gestione delle iniziative, al fine di garantirne la riconoscibilità, un miglior coordinamento e il rafforzamento dell'identità della Regione.

Il servizio richiesto viene declinato in attività (Work Packages – WP), descritte di seguito.

WP 1 - Progettazione della strategia di comunicazione e immagine coordinata

E' richiesta la progettazione di una **strategia complessiva di comunicazione**, coerente con identità e valori della Regione, per supportare l'Amministrazione nelle attività di **ideazione, pianificazione e realizzazione di campagne e iniziative di comunicazione esterna**, da attuare attraverso **strumenti tradizionali e innovativi**, mirati ai diversi pubblici di riferimento e coerenti con gli obiettivi specifici delle singole iniziative.

In particolare, nell'ambito di tale strategia complessiva è richiesta l'ideazione di un **format comunicativo unico** - logo, tratto grafico, messaggio chiaro e incisivo – capace di **identificare in maniera efficace e originale la Regione Emilia-Romagna e la sua attività istituzionale**.

Il format dovrà essere sviluppato secondo criteri che ne consentano l'utilizzo su tutte le piattaforme disponibili, dai mezzi di informazione tradizionali ai canali multimediali: **campagne di comunicazione** (materiali cartacei, cartellonistica, web, social, dispositivi mobili), **sito istituzionale, web, social network** (profili istituzionali della Regione, dei suoi organismi e strutture), **video, foto, fotogallery**.

Il format dovrà poi avere delle **sotto-versioni tematiche**, riconducibili al format 'madre' identificativo della Regione, ma relative alle **single aree** nelle quali rientrano misure e politiche regionali. Si tratta delle stesse aree tematiche – da richiamare esplicitamente nella proposta sui format tematici - utilizzate per la comunicazione degli ultimi due bilanci di previsione della Regione, 2017 e 2018:

- ✓ **le persone e la comunità** (sanità, welfare, disabilità, famiglia, Terzo settore, giovani, sport);
- ✓ **la crescita e il lavoro** (imprese, digitale, turismo, commercio, agricoltura, fondi Ue);
- ✓ **i saperi** (scuola, università, cultura, legalità, Memoria);
- ✓ **la sostenibilità** (mobilità, ambiente, territorio, difesa del suolo e della costa, Montagna, Protezione Civile).

L'**immagine coordinata** deve essere sviluppata in coerenza con i seguenti elementi essenziali dell'identità visiva della Regione Emilia-Romagna:

- stemma della Regione (l.r. n. 46 del 15/12/1989)
- logotipo (deliberazione del consiglio regionale n. 1062/1992)

I documenti citati sono disponibili nella cartella "Stemma e logo RER", accessibile mediante il servizio FTPS erogato dalla Regione Emilia-Romagna, sulla base delle istruzioni specificate nell'allegato 4 al disciplinare di gara.

Per gli strumenti e i prodotti destinati alla pubblicazione sul sito web, l'immagine va declinata nell'ambito della linea grafica e comunicativa del portale istituzionale (www.regione.emilia-romagna.it), conforme alle linee guida di design per i siti web della PA definite da AGID.

Tempistica di realizzazione: entro 45 giorni solari dalla stipula del contratto

WP2 - Pianificazione e coordinamento della comunicazione online e sui social media

Si richiede la progettazione di una **strategia per la comunicazione sul web e sui social media**, finalizzata a qualificare e professionalizzare l'attività attualmente svolta dall'Agenzia di Informazione e Comunicazione (vedi il Piano editoriale allegato alla DGR n. 461/2018, compreso

nella documentazione di gara), anche attraverso una programmazione mirata tesa a raggiungere un numero ancora maggiore di cittadini e utenti.

L'impresa affidataria dovrà fornire un **supporto qualificato e continuativo** nelle attività di pianificazione, gestione e di coordinamento della comunicazione "digitale", proponendo per ogni obiettivo concordato con l'Amministrazione **strumenti di comunicazione specifici ed efficaci**, funzionali a una comunicazione innovativa e coerente con il profilo istituzionale della Regione Emilia-Romagna.

Si richiede una programmazione strategica a lungo termine che preveda metodologie, linee guida e attività da realizzare nel periodo di vigenza del contratto, al fine di raggiungere gli obiettivi prefissati.

In relazione a specifiche iniziative di comunicazione individuate dall'Amministrazione regionale, l'impresa affidataria dovrà:

- svolgere attività di **analisi del target** e di **segmentazione**, in base allo specifico obiettivo del contenuto informativo;
- definire la **strategia web e social** più adeguata;
- fornire un **supporto creativo e tecnico** per la realizzazione dei contenuti da pubblicare sulle diverse piattaforme, assicurandone la coerenza con la comunicazione "tradizionale";
- sviluppare una proposta di **piano di visibilità sulle principali piattaforme**, con specifica quantificazione del budget dedicato al singolo canale;
- svolgere un **monitoraggio analitico della performance e dei risultati** delle campagne;
- in presenza di temi o misure di particolare rilevanza sociale o di opportunità per cittadini, imprese, soggetti organizzati, gestire **attività di advertising** sui principali social media.

Il budget da gestire per le campagne di advertising ammonta a **Euro 50.000,00**, IVA esclusa, non soggetti a ribasso, compresi nell'importo a base di gara.

La definizione della strategia social dovrà essere orientata sia agli account già attivi (Facebook, Twitter, Youtube, Telegram, LinkedIn), sia ad altri nuovi che si riterrà opportuno attivare.

In considerazione della mutevolezza che caratterizza l'ambiente web, e in particolare dei social media e dei social network, si rende necessaria una costante e continua valutazione delle opportunità e degli scenari che possono essere oggetto di interesse per il conseguimento degli obiettivi di comunicazione dell'Amministrazione regionale. A tal fine, si richiede la disponibilità ad adeguare la strategia proposta, in termini adattativi e innovativi agli eventuali cambiamenti del mercato digitale.

Tempistica di realizzazione: il servizio deve essere svolto per tutta la durata del contratto, sulla base di un calendario concordato con l'Amministrazione in fase di avvio dell'esecuzione.

WP 3 - Progettazione e realizzazione di campagne tematiche

E' richiesta la progettazione e la realizzazione di **campagne di comunicazione integrata** su questi argomenti:

1) Il **Reddito di solidarietà (RES)**, voluto dalla Regione Emilia-Romagna e operativo da settembre 2017 in seguito all'approvazione della legge regionale n. 24/2016 (temi da sviluppare: natura del contributo, destinatari, modalità di accesso) e della legge n. 7/2018, che ha portato alla modifica di alcuni criteri previsti per l'erogazione del RES vista l'esigenza di adeguare la misura regionale a quella nazionale, il REI, Reddito di inclusione.

Nel 2017 l'Amministrazione regionale ha realizzato una campagna di comunicazione integrata sul RES - così come configurato nella l.r. 24/2016, poi emendata dalla l.r. n. 7/2018 - i cui materiali sono visionabili al sito <http://sociale.regione.emilia-romagna.it/reddito-di-solidarieta>.

La nuova campagna dovrà essere strutturata come un coordinato insieme di azioni finalizzate ad agire direttamente su tutti i potenziali aventi diritto e a garantire una penetrazione capillare sul territorio. La campagna dovrà inoltre evidenziare il concetto di **patto di attivazione sociale** e dovrà connotarsi anche come occasione di sensibilizzazione e promozione della **cultura della solidarietà**.

La campagna di comunicazione sarà veicolata sui principali strumenti di comunicazione istituzionale gestiti dall'Agenzia di Informazione e Comunicazione della Giunta regionale, e dovrà quindi essere sviluppata in modo da garantire il raccordo con il portale istituzionale www.regione.emilia-romagna.it e i relativi canali social, con il format televisivo di informazione giornalistica 'Vista Da Vicino' e con altri prodotti di comunicazione multimediale (infografiche, videoservizi, ecc.).

Tempistica di realizzazione:

- Presentazione del progetto esecutivo: entro 30 giorni solari dalla stipula del contratto;
- Lancio della campagna: gennaio 2019
- Monitoraggio dei risultati: settembre 2019

I materiali da utilizzare per la progettazione della campagna sono disponibili nella cartella "Campagna RES" accessibile mediante il servizio FTPS erogato dalla Regione Emilia-Romagna, sulla base delle istruzioni riportate nell'allegato 4 al disciplinare di gara. Per approfondimenti e specificazioni, si suggerisce inoltre di consultare il portale istituzionale www.regione.emilia-romagna.it

2) **abolizione dei superticket sanitari** sull'acquisto di farmaci e prestazioni specialistiche, in vigore dal 1^a gennaio 2019 per i componenti i nuclei familiari con reddito annuo lordo Isee inferiore ai 100mila euro, e azzeramento del pagamento del ticket base da 23 euro sulla prima visita per genitori e figli dei nuclei familiari con due o più figli.

Tempistica di realizzazione:

- Presentazione del progetto esecutivo: entro 30 giorni solari dalla stipula del contratto;
- Lancio della campagna: in concomitanza con l'entrata in vigore delle misure, subordinata all'adozione dei relativi provvedimenti attuativi;

- Monitoraggio dei risultati: settembre 2019

I materiali da utilizzare per la progettazione della campagna sono disponibili nella cartella “Campagna superticket” accessibile mediante il servizio FTPS erogato dalla Regione Emilia-Romagna, sulla base delle istruzioni riportate nell’allegato 4 al disciplinare di gara.

Per approfondimenti e specificazioni, si suggerisce inoltre di consultare il portale istituzionale www.regione.emilia-romagna.it.

Per ciascuna campagna, l’impresa affidataria dovrà svolgere le attività descritte di seguito.

1) Elaborazione di un piano di comunicazione, che includa i seguenti elementi:

- a. individuazione del **target**;
- b. proposta di **concept** e individuazione degli **strumenti di comunicazione** adeguati ai rispettivi pubblici di riferimento e agli obiettivi di progetto;
- c. **sviluppo di un logo e di un payoff**, coerenti con il nuovo format comunicativo generale, da poter declinare su strumenti sia online che offline;
- d. proposta di **piano mezzi**, contenente l’indicazione sui mezzi ritenuti più idonei per la buona riuscita della campagna, sul numero di uscite da prevedere, sulle quote di budget da dedicare a ciascun mezzo. Le informazioni da fornire comprendono, ad esempio:
 - per le affissioni (a titolo esemplificativo e non esaustivo): il tipo di impianto, il numero degli impianti, la durata e il periodo dell’esposizione;
 - per la stampa (a titolo esemplificativo e non esaustivo): tipologia (quotidiano, periodico), il numero delle uscite, il periodo;
 - per il web (a titolo esemplificativo e non esaustivo): le testate, il tipo di spazio (banner, leaderboard, ecc), la frequenza, l’utilizzo (display o mobile)

Ai fini della progettazione del piano mezzi, si sottolinea che l’Amministrazione regionale, al pari delle altre Amministrazioni pubbliche, è soggetta alle disposizioni del Testo Unico dei Servizi Media e Audiovisivi (d.lgs. 177/2005, art. 41) e della direttiva interpretativa del 28 settembre 2009, che individuano delle quote precise di budget da allocare sui differenti mezzi di comunicazione. La redazione del piano mezzi dovrà pertanto prevedere di destinare:

- almeno il 50% del budget all’acquisto di spazi pubblicitari sulla stampa quotidiana locale e/o nazionale e di spazi su tutti i siti web e le emittenti radiofoniche che possano certificare la presenza di contenuti di informazione nel proprio palinsesto;
- almeno il 15% del budget a favore dell’emittenza privata televisiva e radiofonica locale.

2) Ideazione e produzione di un video da diffondere come spot televisivo nel circuito delle emittenti locali, ma adattabile anche ad altri canali di comunicazione (sul web e sui social media).

Il prodotto realizzato sarà di proprietà della Regione Emilia-Romagna e potrà essere utilizzato come strumento audiovisivo da diffondere attraverso altri canali.

3) Ideazione e produzione di uno spot radio della durata di 30", da diffondere attraverso il circuito delle emittenti locali. Il prodotto realizzato sarà di proprietà della Regione Emilia-Romagna e potrà essere diffuso anche attraverso altri canali.

4) Ideazione e produzione dei layout per affissioni, per annuncio stampa e per la comunicazione web, da destinare ai mezzi proposti nel piano media. E' richiesta l'individuazione di una creatività che possa essere ugualmente declinabile sia su formati orizzontali che verticali senza che l'efficacia della grafica ne risulti ridotta.

5) Supporto tecnico alla pianificazione e gestione del rapporto con i concessionari di pubblicità delle testate proposte nella pianificazione mezzi. Si precisa che la Regione Emilia-Romagna stipulerà direttamente i contratti con i concessionari individuati e che il budget destinato all'acquisto degli spazi non è compreso nell'importo a base di gara.

6) Monitoraggio dei risultati: realizzazione di attività di monitoraggio e valutazione quantitativa e qualitativa degli esiti delle azioni di comunicazione, attraverso la redazione di report specifici.

Si precisa che i prodotti realizzati in esecuzione del contratto saranno di proprietà della Regione Emilia-Romagna e potranno essere utilizzati come strumento audiovisivo da diffondere attraverso il sito istituzionale e in altri contesti.

In previsione della fine della legislatura e della necessità di informare i cittadini e la società regionale del lavoro svolto, si prevede la realizzazione di altre campagne di comunicazione sulle quali verrà richiesto il **supporto progettuale e operativo** dell'affidatario del servizio.

Le iniziative e le campagne di comunicazione verteranno sui seguenti **ambiti tematici/obiettivi strategici**:

- **Regionalismo differenziato:** progetto per una maggiore autonomia della Regione Emilia-Romagna sulla base della pre-intesa firmata dal presidente della Giunta con il Governo il 28 febbraio 2018, secondo quanto previsto dall'articolo 116, terzo comma, della Costituzione.
- **Patto per il Lavoro** sottoscritto dalla Regione nel luglio 2015, a inizio legislatura, con sindacati, imprese, enti locali, università, associazioni del Terzo settore per creare sviluppo, crescita e nuova, buona occupazione. Decisioni e strategia condivise per politiche anticicliche di investimenti pubblici. Patti dedicati su: occupazione giovanile; più sicurezza nei luoghi di lavoro e lotta al precariato. I risultati.
- **Welfare e politiche per la famiglia:** riforma servizi 0-6 anni; casa per le giovani coppie e altri nuclei famigliari; conciliazione tempi di vita e di lavoro; contributo rette centri estivi; riforma accesso e mantenimento alloggi ERP; disabilità (abbattimento barriere

architettoniche; contributo regionale per installazione ascensori e montascale); Fondo regionale per la non autosufficienza, Piano regionale per il 'Dopo di noi'.

- **Sanità:** piano abbattimento liste d'attesa per visite ed esami, potenziamento degli organici (assunzioni e stabilizzazioni, contrasto al precariato), investimenti in edilizia sanitaria e strumenti diagnostici e di cura, Case della salute.
- **Cultura, scuola e formazione:** fondi regionali triplicati: teatro, danza, spettacoli dal vivo; set Emilia-Romagna: bando per produzioni, nazionali e internazionali, di audiovisivi (cinema, serie tv, documentari); legge regionale sulla musica; legge regionale sulla Memoria; Piano regionale di edilizia scolastica; sistema regionale per la formazione e nuove regole per l'apprendistato (soglia compenso minimo).
- **Ambiente:** Piano aria integrato regionale (PAIR); accordo sulla qualità dell'aria firmato dall'Emilia-Romagna con le altre Regioni del bacino padano, Lombardia, Veneto e Piemonte (i risultati); contributo regionale per il bollo delle auto ibride; nuovi treni per i pendolari e Patto per il trasporto pubblico regionale e locale (2 miliardi di investimenti): i risultati; rifiuti: Emilia-Romagna regione autosufficiente e obiettivi al 2020; legge regionale sull'economia circolare; green economy; nuova legge sull'urbanistica: consumo di suolo a saldo zero.
- **Infrastrutture e mobilità:** piano regionale manutenzione strade, integrazione tariffaria treno/bus; progetto "Mi muovo in città" (bus gratuito per gli abbonati al Servizio Ferroviario regionale)
- **Turismo** (record Emilia-Romagna, nuova legge regionale, territori e marchi ormai conosciuti a livello internazionale, città d'arte e altre destinazioni fuori dai circuiti tradizionali) e **sport** (nuova legge regionale, promozione della pratica sportiva e dell'attività motoria, sostegno alle associazioni e alle società sportive, grandi eventi, bando da 20 milioni per l'impiantistica).
- **Spending review e semplificazione:** Agenzia regionale unica per gli acquisti nella pubblica amministrazione; riorganizzazione della macchina regionale, razionalizzazione della spesa e taglio ai costi della politica.
- **Ricerca, innovazione, attrattività / relazioni internazionali:** Data centre del Centro metro europeo a Bologna; Emilia-Romagna piattaforma mondiale dei Big Data; MUNER (Motorvehicle University of Emilia-Romagna); legge regionale sulla attrattività di investimenti; Rete politecnica regionale; utilizzo efficace del 100% dei Fondi europei; accordi internazionali con Governi e territori partner: California, Guandong, Gauteng, Assia, New York.
- **Agricoltura:** Piano di sviluppo rurale (i risultati); Piano boschivo-forestazione (i risultati); boom aziende giovani agricoltori.
- **Sicurezza:** Fondazione regionale vittime di reati; riforma delle Polizie locali; fondi ai Comuni: videocamere, illuminazione spazi, recupero aree urbane; applicazione legge per

la promozione della legalità e contro l'infiltrazione della criminalità organizzata; beni sequestrati alle mafie.

- **Emilia-Romagna digitale:** Piano banda larga e wi-fi libero e gratuito in tutto il territorio regionale (i risultati).

L'elenco non deve però considerarsi esaustivo, in quanto potrà essere modificato sulla base di esigenze contingenti e al momento non prevedibili o di nuove priorità individuate dall'Amministrazione.

Il supporto richiesto potrà essere così articolato:

1. **individuazione**, per ciascun ambito tematico descritto in precedenza, **delle azioni, degli strumenti e dei canali più efficaci per il raggiungimento degli obiettivi di progetto**, distinguendo fra media cartacei (stampa, affissione statica e dinamica), audiovisivi, media digitali e social;
2. proposta di **schema di pianificazione e temporizzazione delle azioni**, per il periodo settembre 2018-novembre 2019;
3. stima **dei costi di realizzazione delle iniziative di comunicazione**, con ripartizione fra le singole voci di spesa;
4. proposta di **concept** e proposta di **logo e payoff identificativi** del progetto di comunicazione, coerente con l'utilizzo del format comunicativo unico identificativo della Regione della sua attività (format 'madre') e delle sotto-versioni a esso riconducibili.

Tempistica di realizzazione

Il servizio deve essere svolto per tutta la durata del contratto, sulla base di un calendario concordato con l'Amministrazione all'avvio dell'esecuzione.

WP4 - Bilancio di fine mandato: rapporto sull'attività della Giunta 2014-2019

L'impresa dovrà elaborare una proposta editoriale per la realizzazione del "**Rapporto di fine mandato**", al fine di rendicontare le politiche e i servizi resi dall'Amministrazione regionale nel corso del mandato amministrativo 2014-2019 e di evidenziare i risultati conseguiti in relazione agli obiettivi dichiarati.

Il servizio richiesto comprende:

1. la **raccolta** presso l'Ente, **l'analisi** e l'elaborazione di documenti, dati contabili, dati quantitativi e/o qualitativi rappresentativi delle attività amministrative, degli interventi e dei servizi erogati alla comunità regionale;
2. la **predisposizione dei contenuti** di un prodotto editoriale, in formato a stampa e digitale, che dovrà connotarsi per originalità dello stile comunicativo, chiarezza di linguaggio, orientamento al lettore;

3. **l'ideazione e la realizzazione del progetto grafico**, che dovrà potersi adattare alla diffusione attraverso diversi canali di comunicazione, sia cartacei che digitali;
4. **l'adattamento e la declinazione dei contenuti editoriali** alla pubblicazione in formato "slide" per eventuali presentazioni dirette;
5. **la progettazione** di un sito internet dedicato, che dovrà essere graficamente coordinato con il portale istituzionale (www.regione.emilia-romagna.it), sviluppato secondo le Linee Guida AGID di design per i siti web;
6. la predisposizione del **piano di comunicazione per la divulgazione** del bilancio di fine mandato.

Tempistica di realizzazione

- Presentazione del progetto esecutivo: entro dicembre 2018;
- Raccolta dati, elaborazione e predisposizione dei contenuti editoriali: 1° semestre 2019
- Diffusione: settembre 2019

4 - MODALITA' DI ESECUZIONE DEI SERVIZI

L'affidatario realizzerà le attività richieste in base agli indirizzi editoriali dell'Agenzia di Informazione e Comunicazione della Giunta regionale e in raccordo con i referenti di progetto individuati dall'Amministrazione regionale, tenendo conto di osservazioni, chiarimenti, suggerimenti, richieste, senza che ciò comporti alcun aumento dei corrispettivi stabiliti per lo svolgimento dei servizi.

L'impresa si impegna inoltre a mantenere un rapporto costante con i responsabili di progetto individuati dall'Amministrazione e dovrà garantire la partecipazione a incontri periodici organizzati dalla stessa Amministrazione, sia in fase di programmazione che di realizzazione dei servizi richiesti.

Nell'esecuzione delle prestazioni previste dal contratto, l'impresa si avvale di personale altamente specializzato proprio dipendente ovvero legato all'impresa stessa da contratto di collaborazione. Può altresì ricorrere a prestazioni occasionali di professionisti specialisti, per l'esecuzione di alcuni compiti specifici, riconducibili alle attività di cui sopra. Tale personale potrà accedere nei locali dell'Amministrazione nel rispetto di tutte le relative prescrizioni e procedure di sicurezza e accesso. E' cura dell'impresa verificare preventivamente tali prescrizioni e procedure.

Il grado di complessità dei servizi da svolgere, nonché la multidisciplinarietà delle conoscenze necessarie all'esecuzione del contratto presuppone la costituzione di un gruppo di lavoro integrato e dotato di ampia esperienza, con competenze di natura sia progettuale che operativa.

La composizione minima dello staff deve prevedere le figure elencate di seguito.

Responsabile di progetto.

Svolgerà il compito di coordinatore del progetto di comunicazione complessivo, raccoglierà le esigenze dell'amministrazione regionale e trasferirà le informazioni necessarie ai componenti del gruppo di lavoro. Avrà la responsabilità della realizzazione delle attività e delle prestazioni richieste e del rispetto delle tempistiche previste.

E' richiesta esperienza pluriennale in tale ruolo.

Digital media strategist

Esperto di marketing digitale e di pianificazione sui media digitali e sui social network, dovrà suggerire strategie di marketing e comunicazione utilizzando i social media con l'obiettivo di massimizzare l'efficacia delle azioni di comunicazione, anche in funzione dei singoli destinatari.

Web e social analyst

Si occuperà di migliorare e sviluppare la presenza online dell'Amministrazione attraverso lo studio dei target di riferimento, l'uso dei social network, dei blog e l'attività di SEO

Art director

Si occuperà della direzione artistica supervisionando tutte le fasi creative necessarie al progetto di sviluppo declinabile nei diversi materiali per la stampa e per il web.

Grafico

Si occuperà della progettazione grafica dei materiali.

Copywriter

Si occuperà di predisporre gli elementi testuali e di comunicazione, dal naming all'headline, necessari all'attuazione delle campagne.

Film maker o esperto in animazione

Esperto nella progettazione, implementazione e gestione degli elementi grafici e multimediali.

Comunicatore pubblico

Specialista della comunicazione pubblica, conosce le organizzazioni regionali per utilizzare al meglio la diffusione di notizie e informazioni nei principali canali informativi pubblici.

L'impresa garantisce l'esecuzione di tutte le prestazioni a perfetta regola d'arte, nel rispetto delle norme vigenti e secondo le condizioni, le modalità, i termini e le prescrizioni contenute nel presente documento, nonché nell'offerta tecnico – economica presentata dall'impresa medesima.

L'Amministrazione si riserva di esercitare la supervisione e il controllo delle prestazioni rese dalle figure professionali proposte.

L'impresa affidataria riconosce alla Regione la facoltà di richiedere la sostituzione delle figure professionali qualora le ritenga non idonee allo svolgimento dell'attività contrattuale, previa comunicazione all'impresa che è tenuta a proporre una adeguata sostituzione entro dieci giorni lavorativi. L'esercizio di tale facoltà non comporta alcun onere aggiuntivo per la Regione.

Qualora l'impresa debba provvedere a variazioni della propria struttura organizzativa coinvolta nell'esecuzione del contratto, anche per cause di forza maggiore, è tenuta a richiedere espressa autorizzazione al Direttore dell'esecuzione del contratto (DEC), unendo alla comunicazione il curriculum della figura proposta per la sostituzione. La Regione si riserva la facoltà di approvare, tramite il DEC, la nuova figura professionale entro dieci giorni lavorativi dal ricevimento della richiesta.

L'impresa è comunque tenuta a garantire l'avvicendamento tra la figura uscente e quella subentrante senza interruzioni del servizio.

Nel caso in cui l'impresa affidataria provveda alla sostituzione di una delle figure professionali senza la preventiva autorizzazione del DEC, la Regione si riserva, previa contestazione dell'addebito e valutazione delle deduzioni presentate dall'impresa entro un termine fissato dall'Amministrazione, di applicare, dal momento del disservizio, una penale giornaliera pari all'uno per mille dell'ammontare netto contrattuale, con le modalità previste nello schema di contratto allegato alla documentazione di gara.

5- ACCESSIBILITA'

I prodotti e i servizi realizzati per essere fruiti via web o comunque tramite browser dovranno rispondere ai criteri di accessibilità stabiliti dalla legge 9 gennaio 2004, n. 4 *"Disposizioni per favorire l'accesso dei soggetti disabili agli strumenti informatici"*, e s.m.i., e in particolare rispettare i requisiti e la metodologia indicati nell'allegato A del DM 8/7/2005, e s.m.i., reperibile sul sito dell'Agenzia per l'Italia digitale.

Il rispetto dei requisiti di accessibilità sarà verificato dall'Amministrazione all'atto della consegna da parte dell'impresa affidataria.